

**UNIVERSIDAD ABIERTA PARA ADULTOS
ESCUELA DE NEGOCIOS**



TRABAJO FINAL
“PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS ONLINE”

PARTICIPANTES:

Carolina Ramírez
Sergio Pichardo
Marcia Félix

MATRICULAS:

15-2924
16-8259
15-2713

DIPLOMADO:

**PLAN DE NEGOCIO Y GESTIÓN INTEGRAL DE PROYECTOS DE
EMPRENDIMIENTO EN LINEA**

PROFESORAS:

Anny Restituyo
Isabel Cuello

“PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS ONLINE”



COLCHONERÍA



TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO.....	5
INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO I- PROCESO DE IDEACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS.....	7
1.1. Idea / Nombre del negocio	8
1.2. Antecedentes del negocio.....	9
1.3. Desarrollo de la idea del negocio	10
1.4. Buyer o persona.....	11
1.5. Propuesta de valor.....	12
1.6. Aspectos innovadores y diferenciadores del proyecto.....	14
1.7. Técnica de ideación del proyecto.....	15
1.8. Impacto del proyecto y bienestar del usuario.	16
1.9. Validación del proyecto.....	17
Investigación.....	17
1.10. Análisis del entorno PEST	18
CAPITULO II - PLAN DE DESARROLLO DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO EN LINEA	19
2.1.. Declaración de la filosofía institucional: Misión, Visión, Valores de la empresa	19
Misión	19
Visión	19
Valores.....	19
2.2.2. Modelo de negocio Canva.....	20
2.2.3. Objetivos generales y específicos	
2.2.4. Ventajas competitivas del proyecto	22
2.3. Análisis FODA	23
2.4. Mercado Meta.....	24
2.5. Cadena de valor y mapa de proceso	
2.5.1 definición de procesos: interno, de apoyo y clave	28

2.5.2. Recurso físico	29
2.6. Plan operativo del proyecto	30
2.6.1. Plan y presupuesto de marketing.....	31
6.2. Estrategia de precio.....	33
2.6.3 Estrategia de distribución	34
2.6.4. Estrategia y proyección de ventas	35
2.6.5. Estructura organizativa	37
2.7. Plan financiero	39
2.7.1 Rentabilidad del proyecto	42
CAPITULO III - FUNCIONAMIENTO DEL NEGOCIO EN LINEA	43
3.1 Análisis de la viabilidad del Proyecto BF Multiservice.....	43
3.2 Estructura de una empresa / negocio virtual	43
CAPITULO IV- DISEÑO Y EMPRENDIMIENTO DEL NEGOCIO EN LINEA...47	
4.1 Embudo de Ventas Online.....	48
4.2 Marketing Digital	49
4.4 Diseño y uso de Páginas Web	
Conclusión	54
Bibliografía	55

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto BF Multiservice (COLCHONERIA) consiste en la creación de una página web, en donde las personas podrán optar por algún tipo de colchón, sin necesidad de moverse de su casa, ya que los tiempos han ido cambiando, es necesario contar con un medio por el cual podamos visualizar lo que queremos y necesitamos, mediante una página web donde puedes encontrar lo que necesitas a la hora de descansar cómodo.

En internet encontramos un gran número de tiendas ofertando colchones como: La Nacional, La curacao, Serta y La Reina; y si consultamos encontramos los sitios webs de estas marcas, esto solo para información y consulta, pero solo BF Multiservice ofrecerá un concepto online a futuros clientes con catálogos en línea donde podrán elegir desde el primer paso en la confección de su colchón con lo que marcaremos la verdadera diferencia. Vendemos variedad de colchones y camas en solo 2 marcas, La Gloria y Cloud Flex todos fabricados en BF Multiservice únicos en calidad, confort y servicios en comparación con otras tiendas de colchones ya que ofrecemos la mejor experiencia de compras en línea, brindando un servicio personalizado y con la garantía de un soporte permanente.

La razón por el cual nace este proyecto es debido a la nueva amenaza que presenta el covid19 y las necesidades que tienen miles de personas, algunas con condiciones de salud, por ende, nuestra tienda cuenta con los materiales para la elaboración del tipo de colchón recetado.

Los productos y servicios que ofrecemos buscan brindar la mejor calidad para que nuestros clientes se sientan a gusto y siempre quieran elegirnos. Sabemos que se pierde mucho tiempo y podemos contagiarnos del covid19, por eso el cliente tendrá diferentes facilidades de pagos, como tarjetas de créditos, depósitos bancarios, efectivo, entre otros.

Nuestra meta de ventas es de alcanzar al cierre del año 2021 un 20% de ganancias por encima de las ventas logradas en el año anterior. Para esto hemos desarrollado una nueva estrategia de ventas y de marketing que se verán respaldados por la modalidad virtual de compras y asesoría vía página web y redes sociales.

En nuestro plan financiero los beneficios arrojados son muy factibles y positivos para la empresa, en él no se proyectan financiamientos externos, por lo menos en nuestro primer año de operaciones, ya que los inversionistas están en disposición de aportar inyección de capital extra, en caso que la demanda desborde nuestra capacidad para suplir a los consumidores, teniendo que contratar más personal, adquirir equipos o mejorar la plataforma tecnológica.

INTRODUCCIÓN

Los orígenes del colchón, se remontan a mucho tiempo atrás en la historia. De hecho, el colchón es mucho más antiguo que la cama. Pero si queremos concretar, Sí sabemos quién creó el colchón moderno.

El colchón actual data de 1925 el fabricante norteamericano Zolman Simmons II concibió su famoso colchón *Beautyrest*. La idea de la colchoneta neumática inventada en el siglo XV, parece que inspiró al inventor del **colchón de agua**, el californiano **Charles P. Hall**, que sufría de insomnio, y lanzó en 1967 al mercado su *water-bed*.

Las personas vivimos en los afanes del día a día, y por ende, necesitamos descansar en un buen colchón que cumpla con las exigencias y condiciones de salud que cada uno pueda tener. BF Multiservice es la solución para esos problemas, tenemos los mejores colchones, con las mejores marcas y lo más fácil, que te lo ofertamos de una manera más dinámica y práctica, a través de una página web y redes sociales como WhatsApp e Instagram.

Este proyecto presenta la propuesta de una tienda de colchones que viene a suplir la demanda existente en el mercado por medio a un concepto innovador a través de una plataforma digital que permitirá a los clientes visualizar nuestros productos, seleccionarlos y poder adquirir los mismos sin tener que movilizarse de la comodidad de su casa u oficina.

Este proyecto contempla la logística, las partidas financieras requeridas y los procesos que intervienen para lograr el resultado exitoso de esta página web, que revolucionara la manera de introducirnos en el mercado y ser grandes competidores, ya que hemos realizado un estudio de mercado con las mejores estrategias y técnicas para poder brindar los mejores productos y servicios.

CAPITULO I

PROCESO DE IDEACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS

IDEA DE NEGOCIO

1.1 FB MULTISERVICE es una propuesta de negocio online que a través de la creación de una página Web se dedicará a la comercialización y venta de todo tipo de colchones sellado con nuestras marcas *LA GORIA Y CLOUD FLEX* con una elaboración de alta calidad, a bajos y medianos costos para satisfacer las necesidades de las familias y el público en general.

Desarrollaremos una página web para llevar los servicios de una tienda física a la modalidad online desde donde los usuarios puedan hacer sus pedidos. Nuestro negocio está orientado a un público joven y adulto que comprende entre las edades de 25 años en adelante.

Nuestro objetivo es ofrecer una amplia variedad de colchones de diferentes medidas y tamaños, elaborados con los mejores materiales del mercado garantizando así su calidad, durabilidad y confort como son: (látex, muelles, viscoelásticos y medicinales), así como de otros artículos relacionados con el descanso, principalmente bases (canapés, camas articuladas) y complementos e incluirle un servicio de transporte.

Además de una amplia gama de colchones y como parte de nuestro esfuerzo por ofrecer los mejores productos del mercado, brindaremos a todos nuestros clientes un completo portafolio de soluciones que contribuyen no solo a su descanso, salud y vitalidad sino a su estilo de vida. Ofreciendo desde soluciones con materiales innovadores y colchones personalizables hasta productos creados por reconocidos diseñadores nacionales e internacionales, y por aliados de reconocida talla mundial que permiten generar tendencias en la categoría y marcar una diferencia de producto en todos sus niveles: desempeño, confort y apariencia.

En lo adelante veremos el desarrollo de este proyecto que lleva como nombre ***BF Multiservice***.

NOMBRE DE LA PROPUESTA: **BF MULTISERVICE**

PROPUESTA	PUNTOS CRITICOS	IMPACTO	RIESGOS
<p>Descripción</p> <p>BF Multiservice es una tienda de colchones online dedicada a la producción y comercialización de colchones de alta calidad a bajos y medianos costos comercializados a través de la página web y otras plataformas digitales.</p> <p>Problemas a solucionar</p> <p>Nuestro producto al ser tan confortable previene y evitan:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Cansancio y dolor lumbar ➤ Rigidez y dolor de hombro ➤ Dolor de cabeza y cuello ➤ Dolores articulares 	<p>Puntos fuertes</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Calidad en los colchones que elaboramos. ➤ Durabilidad garantizada. ➤ Servicio personalizado y continuo. <p>Puntos débiles</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Altos costos para los funcionamientos fijos y variables. ➤ Alzas constantes de los insumos para la fabricación y comercialización de los productos. ➤ Cartera de producto limitada. 	<p>Clientes objetivos/partners</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nuestro producto va dirigido al público en general. <p>Beneficios para los clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Comodidad a la hora del descanso ➤ Costo asequible ➤ Producto garantizado. 	<p>Riesgos identificados</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nuevos competidores ➤ Saturación del mercado. ➤ Posible rechazo a los materiales o alergias en la piel. <p>Posibles barreras</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nuevos competidores. ➤ No contactar los mejores proveedores de insumos para la fabricación de nuestros productos. ➤ Estancamiento económico.

RECURSOS, COSTES E INGRESOS/ BENEFICIOS

Recursos para su puesta en marcha y funcionamiento

- Infraestructura e instalaciones como planta para fabricación.
- Equipos necesarios para la fabricación de los colchones.
- Estrategias de marketing online.
- Equipo de talento humano para la implementación de estrategias y el cumplimiento de los objetivos.

Principales costes

- Mobiliarios y equipos
- Gastos administrativos: teléfono, internet etc.
- Insumos para la fabricación del producto
- Impuestos

Principales ingresos / Beneficios: Ingresos por venta y reparación de colchones.

1.2 ANTECEDENTES GENERALES DE LA EMPRESA

El descanso siempre ha tenido un lugar privilegiado en la vida del ser humano. De ello son ejemplo las costumbres de griegos y romanos que reposaban sobre delicados colchones de plumas de ganso o cisne y colocaban en sus camas pieles dobladas para consentir su cuerpo y estar confortables. Ese fue sin duda el inicio de una historia que en el siglo XVII vio el que hasta hoy ha sido uno de los grandes avances en este campo. Y es precisamente en Latinoamérica y a nivel nacional que existe actualmente un cambio de conciencia y de cultura. Ahora se está entendiendo que un colchón nuevo representa mejor calidad de vida y estamos dispuestos a pagar un poco más por él.

En internet encontramos un gran número de tiendas ofertando colchones como: La Nacional, La curacao, Serta y La Reina; y si consultamos encontramos los sitios webs de estas marcas, esto solo para información y consulta, pero solo BF Multiservice ofrecerá un concepto online a futuros clientes con catálogos en línea donde podrán elegir desde el primer paso en la confección de su colchón con lo que marcaremos la verdadera diferencia. Vendemos variedad de colchones y camas en solo 2 marcas, *La Gloria* y *Cloud Flex* todos fabricados en BF Multiservice únicos en calidad, confort y servicios en comparación con otras tiendas de colchones ya que ofrecemos la mejor experiencia de compras en línea, brindando un servicio personalizado y con la garantía de un soporte permanente.

1.3 Desarrollo de la idea de negocios

Lo primero es tener una página atractiva, que guste a los usuarios. Si bien este recurso ya no tiene tanto impacto como hace unos años, aún sigue siendo una referencia bien valorada a la hora de realizar búsquedas. Es tu tarjeta de presentación en formato digital, la forma en que te muestras al mundo.

Trabajaremos marcas como *La Gloria* y *Cloud Flex* para hacerlas visible y accesible a los usuarios. Tenemos un gran producto que ofrecer. Es hora de adaptarla para que no resulte indiferente a los usuarios. Teniendo en cuenta que el Internet no solo es un medio visual; también conjuga otros recursos como el vídeo, el audio, la animación, entre otros. Haremos que nuestras marcas sean recordadas por todos.

Este producto está llamado a satisfacer las necesidades de clientes potenciales que buscan obtener un colchón de excelente fabricación con materiales resistentes, que les aporten bienestar, descanso y salud a largo plazo. Que cumpla con los estándares de comodidad y confort, por esta razón ofreceremos líneas de colchones que se adapten a cada miembro de la familia y público en general a bajo y mediano costo para que sea asequible y con garantías en un servicio que será continuo una vez nos elijan.

En lo adelante veremos el desarrollo de este proyecto que lleva como nombre ***BF Multiservice***., ésta será una propuesta que se dedicará a la elaboración de colchones de alta calidad y a su comercialización online mediante la creación de una página Web bajos y medianos costos para satisfacer las necesidades de las familias y público en general.

1.4 BUYER O PERSONA

Nuestro cliente meta es una pareja de esposos con jornada de trabajo extensas y alto nivel de compromisos, junto a sus hijos que forman una familia cuyos horarios de actividades le impiden dormir las 8 horas recomendadas por los especialistas, por lo que necesita de un colchón de calidad para dormir bien, reponer fuerzas y seguir con sus actividades.

El perfil presentado es de una familia amorosa, responsables, que a pesar de su apretada agenda laboral comparten tiempo libre con sus hijos, dando importancia al bienestar y la salud de estos, convencidos de que un mal descanso puede repercutir seriamente a su salud.

BUYER PERSONA			
Familia		Hernández-García	
			Interacción #1
FOTO	COMPOR TAMI ENTOS OBSER VADOS	COMPOR TAMI ENTOS EXTER NOS	
	<p>Los clientes observados presentaron comportamientos de:</p> <ul style="list-style-type: none">• Fatiga• Estrés• Dolores articulares• Cuidado de su salud• Cambio de humor	<p>Personas sociables que comparten con sus amigos y familiares.</p>	
NECESIDADES Y OBJETIVOS			
<p>Necesidades: Descanso para su bienestar, salud y disminuir los niveles de estrés.</p> <p>Objetivo: Dormir 8 horas diarias, para mejorar la memoria, el sistema inmune, presión sanguínea baja, inflamación, concentración, capacidad mental, tener más energía, mejor humor y mantener un peso saludable para compartir en familia.</p>			
DATOS DEMOGRÁFICOS		OTROS DATOS DE INTERES: Aficiones, uso de tecnología, redes sociales	
<ul style="list-style-type: none">❖ Hombre 55 años❖ Ingreso: \$ 65,000❖ Mujer 28 años❖ Ingresos: \$ 15,000❖ Estado civil: Casados❖ Sector donde vive: Alma Rosa Santo Domingo Este.		<p>Son personas muy activas en las redes sociales como: Facebook, Instagram, y WhatsApp.</p>	

1.5 PROPUESTA DE VALOR

El mercado en el que vamos a introducirnos converge varias marcas que han logrado posicionarse, es por esto que colocamos elementos que le añaden valor a nuestro producto para que los potenciales clientes no solo nos vean como una opción, sino, como la mejor opción. Podemos resaltar como valor agregado la creación de atención en la página Web de especialistas quiroprácticos y fisioterapeutas con los que los clientes podrán consultar mediante chat en la página, podrán interactuar con estos y le darán orientaciones de acuerdo a la afección expresada de cual diseño de colchón es el adecuado según sus necesidades de salud.

Tendremos también un catálogo online con los diferentes tipos de springs, telas, colchas y los colores de estos para que los clientes puedan elegir cual o cuales quieren que sean utilizados en la fabricación de su colchón. Nuestros colchones contarán con un eficaz sistema termorregulador que equilibra las condiciones de temperatura y humedad del cuerpo al dormir favoreciendo un descanso higiénico y saludable, contarán también con servicio post venta, ofreciendo al cliente un servicio personalizado y continuo desde la renovación del colchón por los años de antigüedad hasta la compra del primer colchón para un dormitorio nuevo.

Brindarle al cliente la mejor experiencia de compra online de colchones a través de la página Web, utilizando las redes sociales ya existentes WhatsApp, Instagram y Facebook para hacerle llegar de manera publicitaria las ofertas y la variedad de servicios que le garanticen:

- Colchones fabricados cuidando la salud con materiales que no resulten dañinos
- Calidad de primera en los colchones.
- Confección de acuerdo a las exigencias de cada cliente.
- Durabilidad, ya que serán fabricados con materiales de primera.
- Que el cliente pueda elegir los materiales de acuerdo a sus necesidades.
- Salud y Confort.
- Garantía post-compra
- Servicio personalizado y continuo.

Propuesta de valor



1.6 LO INNOVADOR Y DIFERENCIADOR DEL PROYECTO

Cuando el cliente tenga algún tipo de problema (de la espalda, respiratorio o cualquier otro) y cuya mejoría puede verse favorecida por el cambio de colchón y requiera un diseño específico podrá contar con nosotros para su confección. Un catálogo en una sección de salud al que tendrá acceso en la página Web para que puedan consultarlo y realizar encargos. Consultas online con respuesta al instante y entrega rápida luego de la orden.

- Acolchado en tela de algodón, diseñado para un máximo confort y una adaptación máxima del bloque.
- Tela algodonada, para mayor confort, fresca y anti-ácaros
- Tela Damasco, resistente de gran textura y resistencia, suavidad y durabilidad,
- Tela nee: tela resistente de menor textura y su densidad es más lisa.
- Cosido doble costura en el perímetro del colchón.
- Cuatro respiraderos de diseño exclusivo para una mejor ventilación.
- Colchones Ortopédicos, ortopédicos y Pillow-top adaptados a las necesidades específicas de cada cliente.

- Respuesta inmediata a las solicitudes de información en línea.

- Catalogo interactivo en línea.

- Formulación de propuestas adaptadas a las necesidades específicas de cada cliente.

- Estudios del entorno en el hogar del cliente mediante cuestionarios en línea para determinación de alergias.

- Financiamiento en línea según disponibilidad de pago del cliente.

1.7 Técnica de Ideación

La técnica que utilizamos fue *brainstorming* (lluvia de ideas), aquí plasmamos nuestros conocimientos mediante decisiones, determinamos que era más factible para motivar nuestro proyecto, fuimos enlazando opiniones de cada miembro del grupo, pensando siempre en lo que era más conveniente para este proyecto. Tuvimos varias ideas de diferentes proyectos y llegamos a la conclusión de que una tienda de colchones online es una forma de negocio poco existente en Santo Domingo Este desde donde operaremos. La técnica en su mismo desarrollo nos fue generando herramientas con las que dimos formato completo al proyecto.



1.8 Impacto del proyecto y bienestar del usuario.

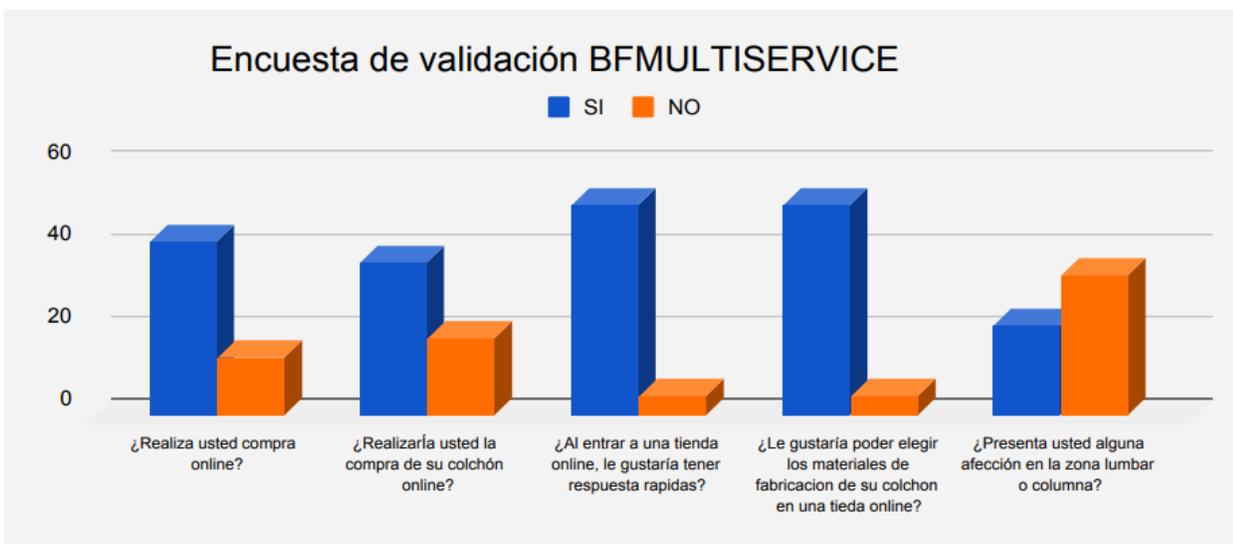
BF Multiservice, tienda online, favorecerá a los clientes más exigentes, con condiciones de salud y necesidades más importantes a la hora de elegir un colchón que cumple con los más altos estándares de fabricación, con la idea de convertirse en una tienda online que impactará positivamente aportando soluciones viables llevándoles la tienda a distancia de un click, disminuyendo los recursos económicos dedicados al desplazamiento para realizar la compra, llegaremos a clientes con pocas posibilidades de adquirir un colchón nuevo o reparar el que tengan con promociones vía redes sociales en la que le vamos a ofrecer la posibilidad de un plan de crédito y facilidad de pagos en cuotas con lo que dignificaremos su descanso.

Crearemos fuentes de ingresos para nuestros colaboradores impactando así también a sus familias, esto se reflejará en ganancias para nosotros los fundadores puesto que, a largo plazo se convertirá en la forma de sostén para nuestras respectivas familias. Por otro lado, aportará positivamente al medio ambiente debido a que utilizaremos materiales reciclados en el proceso de fabricación de los colchones, garantizando así la armonía de preservación de los recursos no renovables. Con este proyecto online haremos más fácil la compra de quienes no cuentan con el tiempo para buscar opciones y obtener un colchón de calidad, sobre todo sumando bienestar que se traducen en más años de vida.

1.9 Validación del proyecto.

Para la validación del proyecto nos auxiliamos de una encuesta de 5 preguntas realizada vía WhatsApp a un total de 57 personas de 25 años en adelante con poder de compra y activos en redes sociales que dedican un 10% aproximadamente de sus ingresos anuales en la adquisición de sus colchones, en la que pudimos determinar dadas las repuestas que una colchonería online tendría una aceptación de un 75% de las personas a quienes lleguemos vía redes sociales y nos tomarían como su opción de compra online, recopilamos datos cuyos resultados se muestran en la siguiente gráfica.

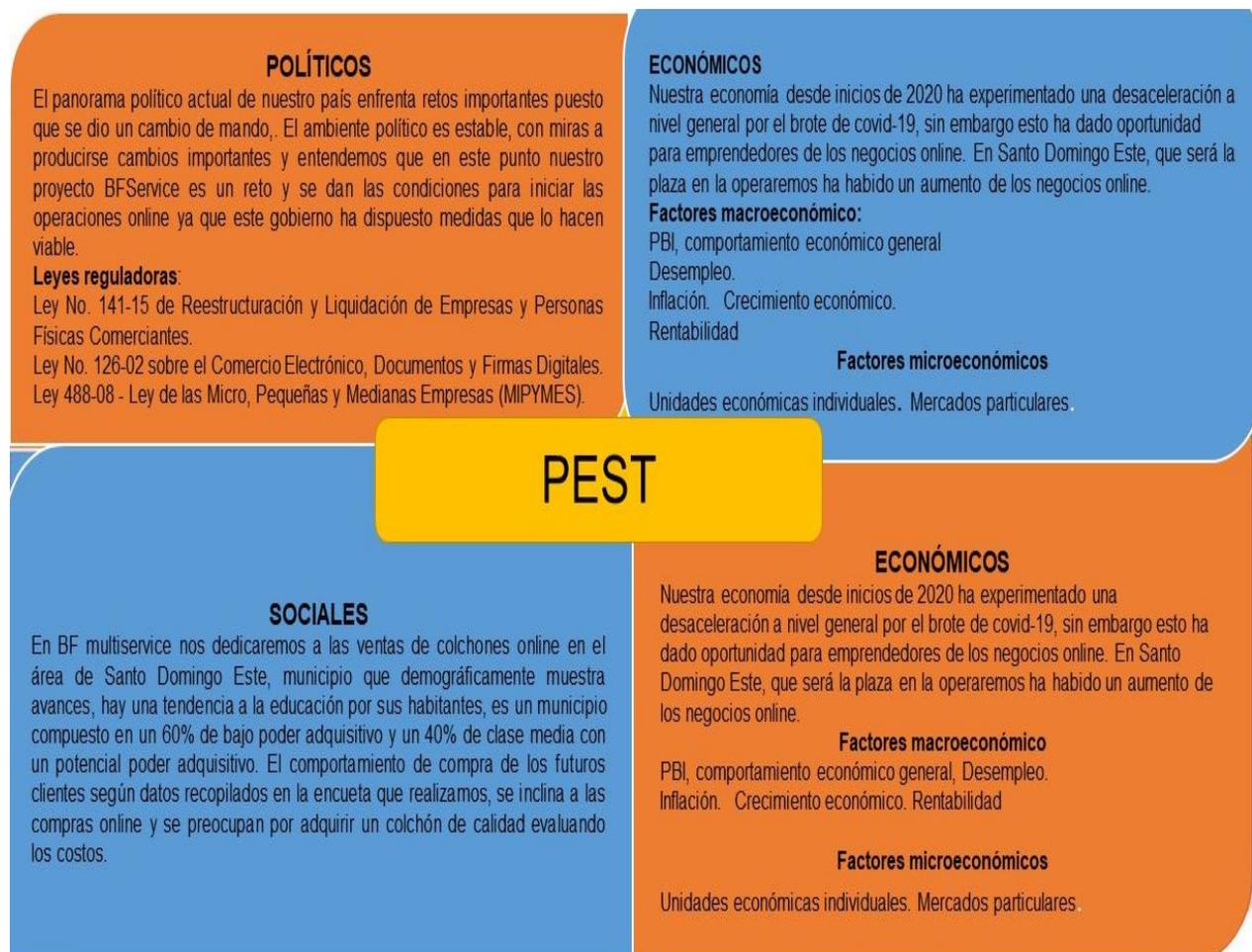
Encuesta de validación BF Multiservice			
Rango de edad: 25-60 años			
	Si	No	TOTAL
1- ¿Realiza usted compras online?	43	14	57
2-¿Realizaría usted la compra de su colchón online?	38	19	57
3-¿Al entrar a una tienda online, le gustaría tener respuesta rápida?	51	6	57
4-¿Le gustaría poder elegir los materiales de fabricación de su colchón en una tienda online?	52	5	57
5-¿Presenta usted alguna afección en la zona lumbar o columna?	22	35	57



1.10 Análisis del entorno o Análisis PEST

En este punto nos concentramos en evaluar varios factores externos que nos dan un panorama general para determinar cuan factible según los resultados será desarrollar este proyecto y de esta manera identificar como pueden las principales fuerzas externas influir o afectar esta propuesta de una tienda de colchones online, esto tomando en cuenta lo cambiante que se puede tornar el mercado.

Los factores en el análisis son los siguientes: políticos, económicos, sociales y la tecnológicos. En el siguiente grafico podemos apreciarlos como se muestra.



CAPITULO II - PLAN DE DESARROLLO DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO EN LINE

2.1 Filosofía institucional: declaración de la misión, visión y valores del Proyecto.

Misión:

Hacer que las noches de nuestros clientes sean más confortables, ofreciendo a nuestros clientes soluciones innovadoras en Colchones de calidad garantizada, con el mejor servicio, el aval de nuestra experiencia y el respaldo de nuestros colaboradores.

Visión:

Ser líderes en fabricación, distribución y ventas online de colchones en Santo Domingo Este, en los mercados a los que nos dirigimos en las áreas de colchones creando valor para colaboradores, fomentando la calidad, la creatividad y la cooperación en todos nuestros procesos para responder eficientemente a las necesidades de nuestros clientes.

Valores:

Respeto: Hacia nuestros empleados y clientes.

Confianza: Procesos cada día más transparentes.

Excelencia: En la fabricación y en el servicio.

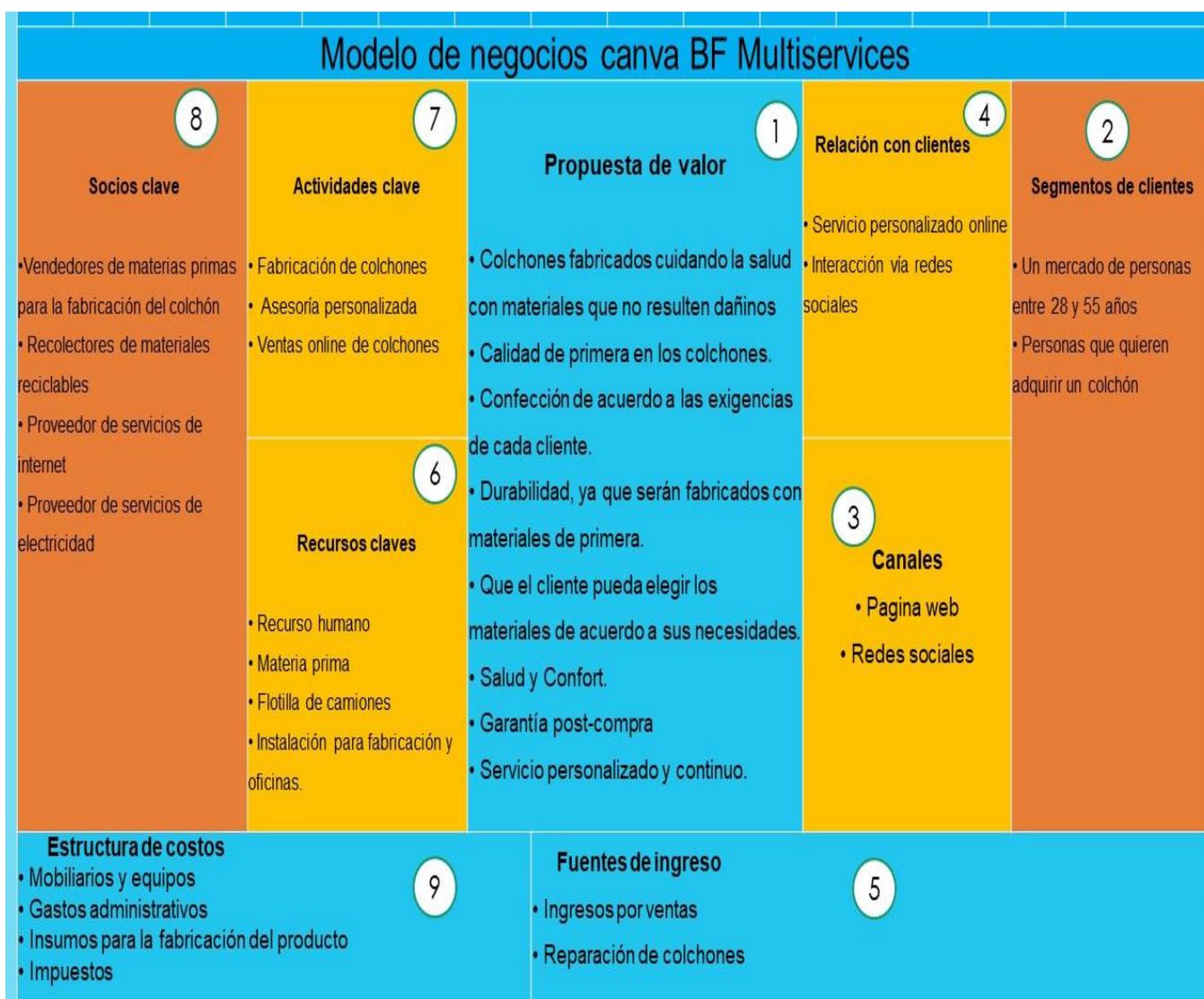
Empatía: Entender mejor a nuestros clientes y sus necesidades.

Responsabilidad ambiental: Cumplir las legislaciones ambientales pertinentes e invertir continuamente en tecnologías y procesos que busquen mejoras para el medio ambiente.

2.2.2 Modelo de negocio canva.

A continuación, desarrollaremos el modelo canva como herramienta para analizar y crear nuestro modelo de negocio de forma condensada, resumida y simplificada, en la que se visualiza de manera global dividido en los principales aspectos que involucran al negocio y gira en torno a la propuesta de valor que ofrecemos.

Con el modelo canva pasaremos de idea a proyecto, plasmaremos nuestra idea en un modelo empresarial online en el que vamos a ir desarrollando, validando información y las nuevas ideas a fin de mostrar un contexto lógico y viable.



2.2.3 Objetivos

Objetivos Generales

- Satisfacer las necesidades de nuestros clientes con el fin de posicionarnos como la mejor empresa colchonera en línea ofreciendo a nuestros clientes innovación y calidad a los mejores precios, acorde con los nuevos tiempos.
- Diagnosticar que factores influyen en la poca publicidad que la empresa realiza en el mercado.
- Diseñar un plan estratégico de marketing para determinar estrategias de publicidad que nos permita incrementar el volumen de ventas de la Empresa BF Multiservice.

Objetivos Específicos

- Hacer de los clientes nuestros aliados, de tal manera que nos permita conocer sus expectativas con respecto a los productos y servicios que desea, para así poder cumplir de la forma que el cliente exige.
- Plantear una propuesta de estrategias de marketing para la empresa de Colchones BF Multiservice que esté acorde a su visión y condiciones de la empresa.
- Proponer un plan de publicidad y promoción el cual nos ayude a incrementar el volumen de ventas en la empresa.
- Promover la utilización de materiales reciclado y biodegradable para la fabricación de colchones para reducir el impacto medioambiental.

2.2.4 Ventajas competitivas del Proyecto.

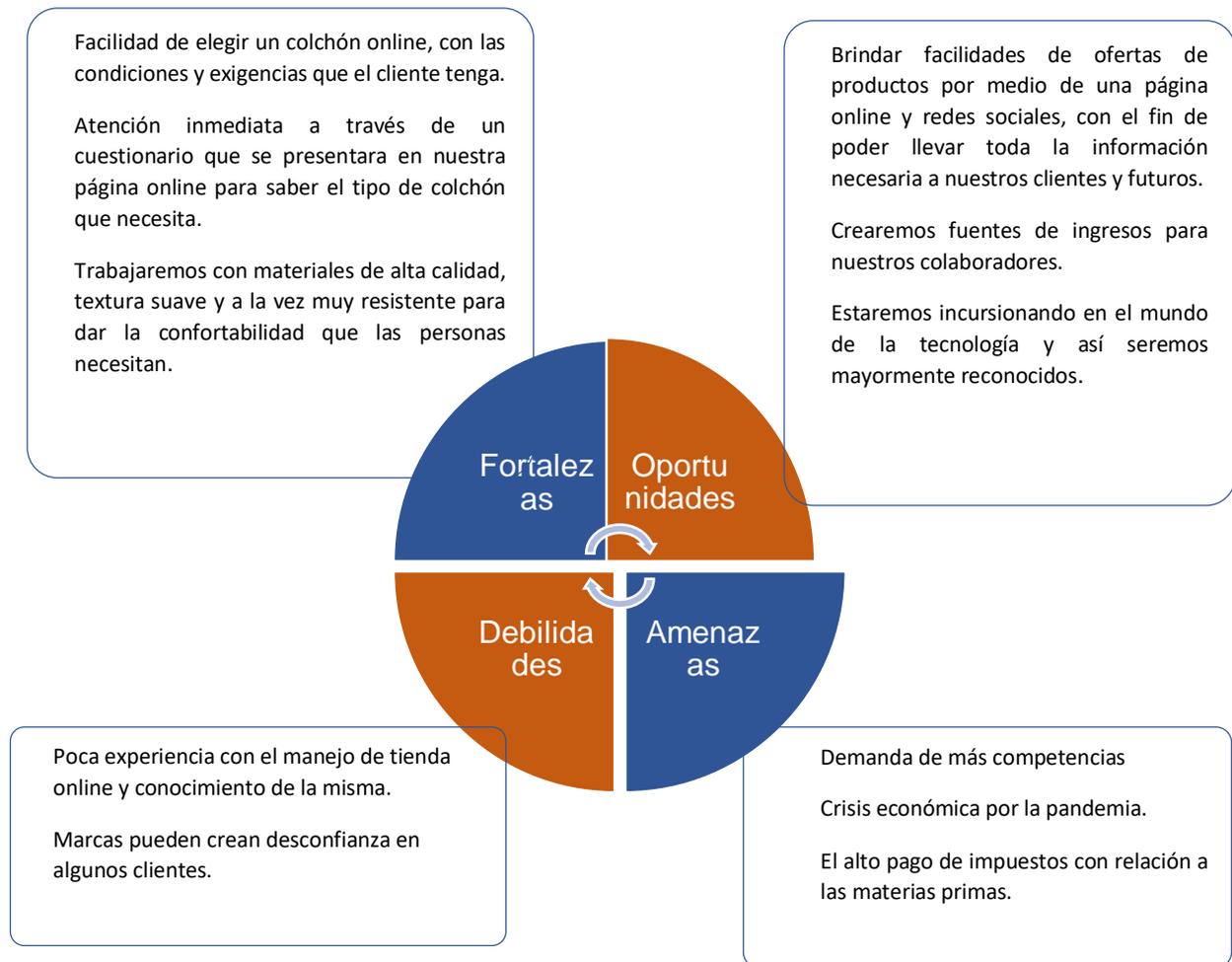
Nuestra ventaja competitiva en Santo Domingo Este es la diferenciación, que nos permitirá convertirnos en la primera tienda de colchones online, en ofrecer un concepto que brindará a los futuros clientes un servicio personalizado y de calidad, todo esto en nuestra página web.

Añadiremos a todo aquel que acceda a nuestra web la posibilidad de expresar lo que necesita, brindando un sistema en el que pueda diseñar su colchón de acuerdo a lo que necesita, Facilitando su compra y asesoría personalizada a través de nuestra página web. Los contactos con nuestro clientes actuales o potenciales a través de redes sociales tendrán innovación, en la fabricación de sus colchones con nuevas tecnologías adaptándose a las necesidades de comodidad y salud de cada cliente. Además, cabe destacar el servicio al cliente especializado, capacitado para ofrecer la mejor atención al cliente y precios asequibles en comparación a la oferta del mercado.

2.5 Análisis FODA

Este análisis nos ofrece un contraste para conocer las fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas, es la base para el diagnóstico del plan de negocios, en el que sistematizamos la información de la empresa y su entorno, la cual se utiliza para definir objetivos realistas y diseñar estrategias competitivas para alcanzarlos.

Este representa un esfuerzo para examinar la interacción entre las características particulares de BF Multiservice y el entorno en el cual competirá. El FODA lo hemos utilizado en sus múltiples aplicaciones por todos los niveles de la empresa y en diferentes unidades de análisis.



2.6 Mercado meta.

Nuestro mercado son personas hombres- mujeres de aproximadamente 28 a 55 años, cuyos ingresos oscilan entre los \$ 15,000 / \$ 65,000 que residen en Santo Domingo Este, que dan importancia al bienestar y la salud, convencidos de que un mal descanso puede repercutir seriamente a su salud. Una de las características principales de nuestro cliente meta es la utilización de las plataformas digitales como redes sociales y páginas web.

Vamos a dirigirnos especialmente a personas en edad productiva que cumplen jornadas extensas de trabajo y que su necesidad principal es la de un descanso que les brinde la oportunidad de reponer energías.

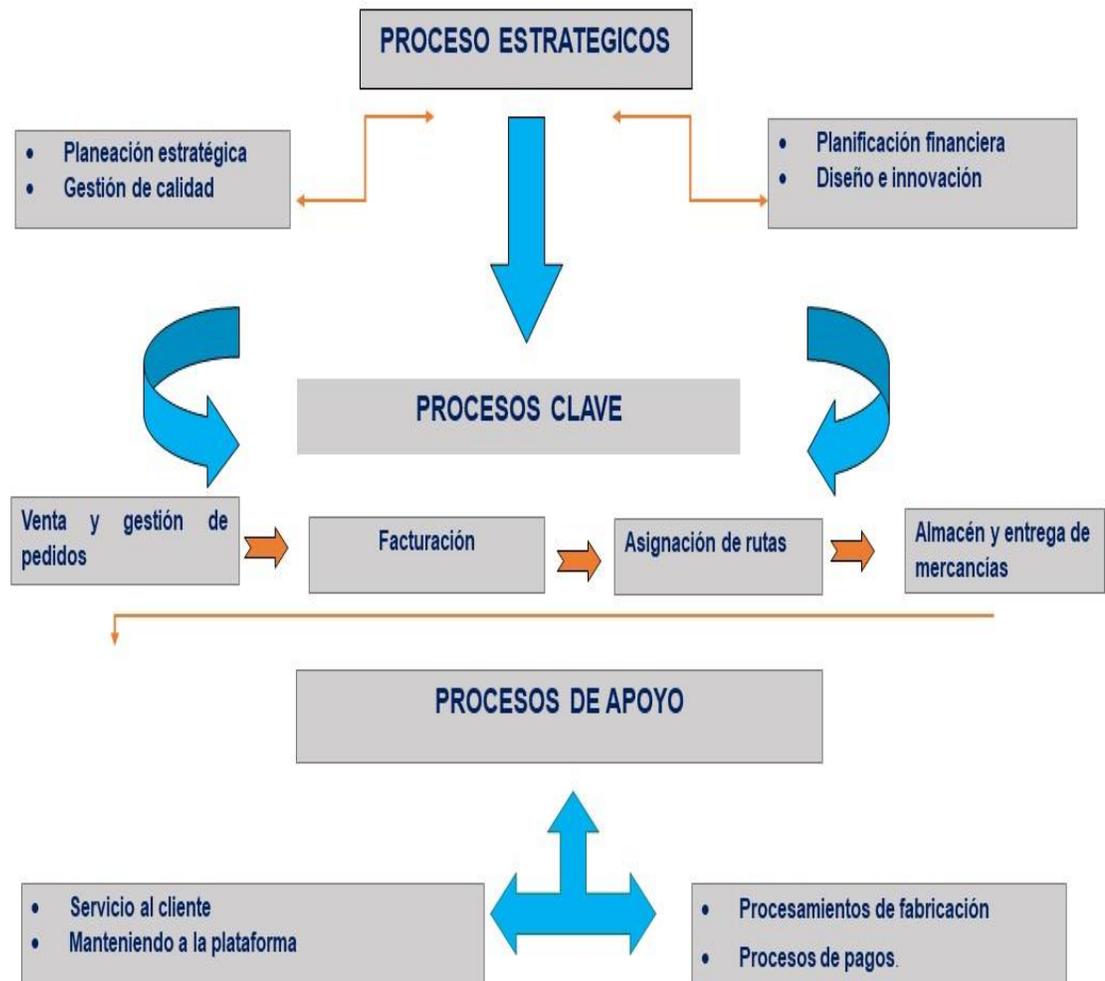


2.7 LA CADENA DE VALOR



MAPA DE PROCESOS

Mapa de procesos de la Empresa BF Multiservise



2.5.1 De definición de proceso: estratégico, de apoyo y clave.

El mapa de procesos de nuestro proyecto abarca desde el inicio de la prestación del servicio hasta que se entrega la orden de compra al cliente.

Procesos estratégicos: Dentro de nuestros procesos estratégicos tenemos el diseño de la página web en donde el cliente tendrá la facilidad de poder conectar con el negocio de manera rápida y eficiente.

-Planeación estratégica, que busca implementar los planes para alcanzar los objetivos y actividades de negocio.

- Gestión de calidad, este proceso busca ser y tener los mejores materiales para la fabricación de los productos para que el cliente tenga una buena imagen del negocio.
- Planeación financiera: Comprende todo lo relativo a inversiones de recursos financieros en la empresa, para su posicionamiento y desarrollo.
- Diseño e innovación, busca dar a conocer en gran manera una tienda online con todas las exigencias y necesidades de nuestro mundo actual.

Procesos clave: Son los procesos que determinan como llegaremos a los clientes de manera convincente para que siempre estén a gusto y satisfechos.

- Venta y gestión de pedidos: Estos procesos comprenden desde que el cliente realiza la selección de productos de su preferencia, hasta que el pedido es registrado en el sistema.
- Facturación: El cliente realiza su pago por medio transacciones, cuentas bancarias y /o mediante la casilla de pago de nuestra página.

- Asignación de rutas: En este proceso se busca ser eficientes a la hora de las entregas, asignando rutas cercanas a los repartidores.
- Almacén y entrega de mercancías: En este proceso se define si el servicio conlleva almacenamiento de productos para una entrega posterior, así como el despacho de los productos hasta el domicilio del cliente.

Procesos de apoyo: Estos consisten en tener los recursos necesarios para llevar a cabo las negociaciones y cotizaciones, elegir los mejores materiales para la fabricación del colchón, mejorando así el producto en el mercado.

Formación constante, mantendremos a nuestro personal en constante capacitación.

-
- Servicio al cliente: El contacto con el cliente es vital, pues facilita la obtención de información que puede ser utilizada para promociones y fidelización.
- Mantenimiento a la plataforma: Contar con una plataforma disponible y actualizada, nos permite aumentar nuestra cuota de mercado y fidelizar los clientes existentes por medio a la experiencia de compras de forma ágil y sencilla.
- Procesamiento de pagos: Contar con un canal de pago digital es algo casi obligatorio para las empresas hoy día, por lo que este proceso tendrá especial atención en nuestro proyecto, para garantizar a nuestros clientes un medio de pago seguro y confiable.

2.5.2 Recursos físicos.

Los recursos físicos con los cuales contara nuestra colchonería para alcanzar los objetivos establecidos son:

Nuestra tienda es online, pero para el diseño y fabricación de los colchones es necesario contar con un espacio físico denominado fábrica o taller, donde tendremos las maquinarias y los materiales de la más alta calidad.

Contaremos con un capital humano de 10 personas en operaciones, almacén y ventas todos con su afiliación a seguros médicos.

Servicios de telecomunicación, en nuestras oficinas contamos con un servicio telefónico con internet ilimitado para brindar un mejor servicio a nuestros usuarios.

Suministro de materiales de oficina: impresora, resma de papel.

Por otro lado, contaremos con 2 equipos de transporte para trasladar los pedidos, una camioneta cuando sea proveniente de Sto. Dgo. Este y un camión cerrado para el interior del país.



2.6 Plan Operativo del proyecto

No.	OBJETIVOS	METAS	ACTIVIDADES	RECURSOS	COSTO	EJECUCION	RESPONSABLE	COLABORADORES
1	Diseñar las opciones de compras y flujo del proceso	Lograr un proceso simple y efectivo.	Crear diagrama de flujo Definir procesos	Programadores Humanos y materiales	\$,150,000	Enero a febrero 2021	Gerente general	Encargado de tecnología
2	Promocionar y Dar a conocer desde nuestra plataforma web nuestros productos y las ofertas de la tienda. Atrayendo clientes nuevos.	Alcanzar alrededor de 1,000 correos electrónicos para enviar nuestro catálogo de contenido novedoso. Obtener una calificación positiva de nuestro producto.	Establecer estrategia de marketing segmentada al público objetivo	Redes sociales Software de edición. Y Diseñadores	\$12,000	Febrero a abril 2021	Encargado de tecnología	Gerente general y encargado de ventas
3	Aumentar el volumen de ventas mensuales. Fabricación de los productos.	Superar el punto de equilibrio Generar ingresos rentables Establecer relaciones con nuevos clientes utilizando herramientas en internet.	Establecer meta de ventas Llevar registro de ventas Elaborar base de datos de clientes	Empleados Materia prima Monetarios Maquinaria	\$1,500,000	Abril a junio 2021	Encargado de ventas	Todo el personal
4	Establecer alianzas claves con proveedores para obtener los mejores materiales del mercado al mejor precio.	Generar ingresos extras Fidelizar los clientes Ganar cuota de mercado	Realizar firmas de acuerdos y convenios	Contratos Humanos y materiales	\$200,000	Julio a agosto 2021	Encargado de servicio	Personal del depto. de servicio
5	Promocionar la calidad de nuestro sello de marcas la gloria y cloud flex.	Aumentar cuota de mercado y agregando valor	Publicar una vez a la semana preguntas dirigidas a los consumidores para conocer gustos, opiniones y necesidades de los clientes.	Redes sociales Email marketing	\$15,000	Septiembre a octubre 2021	Encargado de ventas	Todo el personal
6	Fidelizar clientes y obtener nuevos	Aumentar las transacciones de ventas mensuales	Crear programa de fidelización y ofertas por registro	Redes sociales	\$10,000	Noviembre a diciembre 2021	Encargado de servicio	Personal de ventas y servicio

Opciones de compras y flujo del proceso de BF MULTISERVICE

2.6.1 Plan y Presupuesto de Mercadeo

El plan de mercadeo de nuestro proyecto abarca estrategias para dar a conocer la innovación de negocio en línea y participación en redes sociales.

Para la elaboración de este plan tomamos en cuenta las proyecciones de ventas estimadas para el año 2021, ingresos por reparaciones de colchones, costos de fabricación y gastos fijos de nómina. Luego de conocer estos valores pudimos definir una estrategia de desarrollo y seguimiento para que pueda ser flexible y rentable a largo plazo.

Nuestro plan abarca en el área de software la creación de la página web y gastos correspondientes a la misma, analíticas de la misma, la contratación de un especialista externo por el plazo de un año para asesoría en el manejo de redes y contenido.

Así mismo para nuestra estrategia de promoción incluimos descuentos al consumidor contemplados en el mes de mayo, julio y diciembre debido al aumento de las ventas por temporada y publicidad en redes que serán pautadas mensualmente.

RESUMEN DE PRESUPUESTO DE MARKETING							
CATEGORÍA	% DE INVERSIÓN POR CATEGORÍA	PRESUPUESTO GENERAL		1er. TRIMESTRE	2do. TRIMESTRE	3er. TRIMESTRE	4to. TRIMESTRE
		INVERSIÓN ECONÓMICA	% INVERSIÓN	INVERSIÓN PAUTADA	INVERSIÓN PAUTADA	INVERSIÓN PAUTADA	INVERSIÓN PAUTADA
PERSONAL	62%	\$19,078,600		\$ 7,631,440	\$ 3,815,720	\$ 3,815,720	\$ 3,815,720
Proyección de venta		\$ 11,442,100		\$ 4,576,840	\$ 2,288,420	\$ 2,288,420	\$ 2,288,420
Ingresos por reparación		\$ 630,000		\$ 252,000	\$ 126,000	\$ 126,000	\$ 126,000
Maquinarias y equipos		\$ 4,654,500		\$ 1,861,800	\$ 930,900	\$ 930,900	\$ 930,900
Nomina		\$ 2,352,000		\$ 940,800	\$ 470,400	\$ 470,400	\$ 470,400
MARKETING	17%	\$ 101,000		\$ 40,400	\$ 20,200	\$ 20,200	\$ 20,200
Investigaciones de mercado		\$ 96,000		\$ 38,400	\$ 19,200	\$ 19,200	\$ 19,200
Analítica		\$ 5,000		\$ 2,000	\$ 1,000	\$ 1,000	\$ 1,000
DESARROLLO TECNOLÓGICO	8%	\$ 70,500		\$ 33,000	\$ 12,000	\$ 12,000	\$ 12,000
Creación página web		\$ 58,500		\$ 23,400	\$ 11,700	\$ 11,700	\$ 11,700
Mantenimiento de página web		\$ 4,000		\$ 1,600	\$ 800	\$ 800	\$ 800
Hosting y dominios		\$ 8,000		\$ 8,000	\$ 00	\$ 00	\$ 00
PUBLICIDAD ONLINE	3%	\$ 50,000		\$ 20,000	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000
Promoción para lanzamientos		\$ 20,000		\$ 8,000	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000
Publicidad en redes		\$ 6,000		\$ 2,400	\$ 1,200	\$ 1,200	\$ 1,200
RELACIONES PÚBLICAS	10%	\$ 80,000		\$ 40,000	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000
Evento presencial 1er. Trim.		\$ 30,000		\$ 20,000	\$ 00	\$ 00	\$ 00
Descuento al consumidor		\$ 50,000		\$ 20,000	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000
						\$ 10,000	\$ 10,000
	100%	Total: \$19,380,100					
Total, de gastos		\$ 7,308,000					
Total, de ingresos		\$ 12,072,100					
Ganancias netas		\$ 4,764,100					



2.6.2 Estrategia de precio

Los precios de los colchones y servicios de reparación serán determinados tomando en cuenta las siguientes variantes:

Precios basándose en costo

El precio se determinará en base al costo de los materiales y mano de obra, para colchones marca La Gloria no menor a un 30% por encima del costo del mismo y para colchones marca Clud Flex no menor a un 5% sobre su costo.

Pillow Top	COSTO DE FABRICACION	La Gloria	Clud Flex
60 QUEEN	\$ 6,000.00	\$ 15,500.00	\$ 12,500.00
54 FULL	\$ 4,000.00	\$ 13,500.00	\$ 11,500.00
39 TWIN	\$ 3,500.00	\$ 12,000.00	\$ 9,700.00
Postopédico	COSTO DE FABRICACION	La Gloria	Clud Flex
60 QUEEN	\$ 5,500.00	\$ 11,500.00	\$ 9,500.00
54 FULL	\$ 4,000.00	\$ 10,000.00	\$ 8,500.00
39 TWIN	\$ 3,000.00	\$ 8,500.00	\$ 6,500.00

Precios basándose en los competidores

Realizamos seguimiento continuo a los precios de los competidores para poder participar en el mercado de manera justa y real. Poseemos un margen de ganancia que nos permite ser flexibles en los precios que ofertamos al mercado, lo cual nos coloca en ventaja frente a nuestros competidores.

Pillow Top	La Gloria	Clud Flex	La Nacional	Sealy	Serta	Rex	La Reina
60 QUEEN	15,500	12,500	21,340	19,700	26,290	17,600	24,750
54 FULL	13,500	11,500	18,370	17,600	20,900	16,060	22,550
39 TWIN	12,000	9,700	12,320	13,600	14,410	14,850	14,500
Postopedico	La Gloria	Clud Flex	La Nacional	Sealy	Serta	Rex	La Reina
60 QUEEN	11,500	9,500	15,300	16,900	17,050	15,900	17,050
54 FULL	10,000	8,500	14,500	15,600	16,390	13,500	14,690
39 TWIN	8,500	6,500	13,350	12,700	13,970	12,850	11,550

2.6.3 Estrategia de distribución

Nuestra estrategia de distribución se basa en un canal directo entre Fabricante-Consumidor lo que nos permite crear un flujo adecuado de información entre fabricante y consumidor final, por esta vía pretendemos cuidar la información que queremos transmitir y poder obtener una retroalimentación de este último.

Un factor relevante en todas las etapas de nuestro proceso de distribución es la información con propósito de mejoras y negociaciones con clientes, asegurando que todas las partes reciban los beneficios esperados.

Contamos con un almacén para resguardar los productos terminados de las órdenes de los clientes, transporte propio de un (1) camión y una (1) camioneta según requiera el tamaño de la orden y su ubicación. Las entregas son gratuitas dentro de un rango previamente establecido donde la compra puede cubrir este gasto asociado al envío, si es fuera de esto se le calcula el costo según la distancia.

De igual modo contamos con un personal capacitado para trazar rutas ideales de entrega asegurando minimizar el tiempo y los costos asociados al transporte.



2.6.4 Estrategia y proyección de ventas

Nuestra estrategia de ventas se basa en la metodología Inbound que se enfoca en los “pain points” (o puntos de dolor) de nuestros clientes, buscamos ofrecer una asesoría personalizada adaptando nuestro tiempo consultas y cierre de ventas al tiempo del consumidor. Nuestra idea principal es identificar mediante preguntas iniciales simples las necesidades del cliente y poder crear la mejor experiencia personalizada de compras.

Nuestra estrategia se basa en 3 etapas:

1. Crear canales de comunicación efectivos vía redes sociales e incentivar a que visiten nuestra página web y puedan conocer nuestros productos y servicios.
2. Asesoría personalizada
3. Fidelizar los clientes a través de la experiencia de compra

Nuestra meta de ventas es de alcanzar al cierre del año 2021 un 20% de ganancias por encima de las ventas logradas en el año anterior. Para esto hemos desarrollado una nueva estrategia de ventas y de marketing que se verán respaldados por la modalidad virtual de compras y asesoría vía página web y redes sociales.

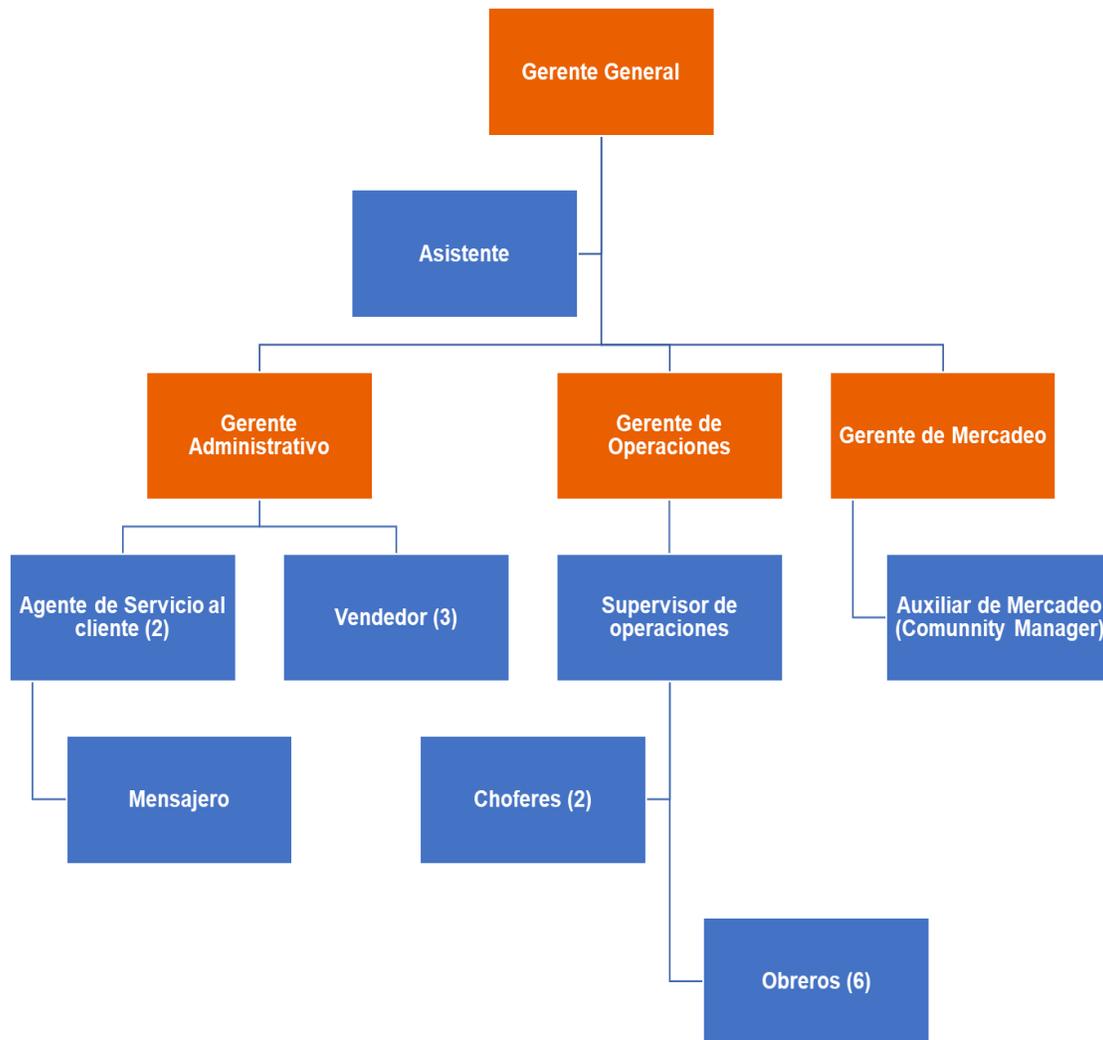
La proyección de ventas fue realizada de acuerdo a la meta de ventas estimando vender un 20% por encima en comparación a las ventas del año anterior.

Proyección de ventas

Meses	Pillow Top La Gloria			Postopédicos La Gloria			Pillow Top Clud Flex			Postopédicos Clud Flex			Total ventas por mes	
	60 Queen	54 Full	39 Twin	60 Queen	54 Full	39 Twin	60 Queen	54 Full	39 Twin	60 Queen	54 Full	39 Twin		
Enero	93,000.00	81,000.00	72,000.00	69,000.00	60,000.00	51,000.00	75,000.00	69,000.00	38,800.00	57,000.00	68,000.00	39,000.00	772,800.00	
Febrero	77,500.00	67,500.00	60,000.00	57,500.00	50,000.00	42,500.00	62,500.00	69,000.00	58,200.00	66,500.00	51,000.00	52,000.00	714,200.00	
Marzo	77,500.00	67,500.00	60,000.00	57,500.00	60,000.00	42,500.00	62,500.00	69,000.00	58,200.00	66,500.00	34,000.00	52,000.00	707,200.00	
Abril	93,000.00	81,000.00	72,000.00	46,000.00	60,000.00	51,000.00	75,000.00	80,500.00	58,200.00	76,000.00	68,000.00	45,500.00	806,200.00	
Mayo	186,000.00	135,000.00	84,000.00	80,500.00	140,000.00	59,500.00	225,000.00	195,500.00	67,900.00	161,500.00	170,000.00	58,500.00	1,563,400.00	
Junio	108,500.00	94,500.00	84,000.00	92,000.00	70,000.00	59,500.00	100,000.00	103,500.00	48,500.00	76,000.00	68,000.00	58,500.00	963,000.00	
Julio	124,000.00	135,000.00	120,000.00	103,500.00	100,000.00	59,500.00	175,000.00	115,000.00	67,900.00	95,000.00	110,500.00	78,000.00	1,283,400.00	
Agosto	62,000.00	67,500.00	48,000.00	46,000.00	60,000.00	51,000.00	75,000.00	69,000.00	58,200.00	38,000.00	34,000.00	78,000.00	686,700.00	
Septiembre	62,000.00	67,500.00	48,000.00	92,000.00	60,000.00	51,000.00	62,500.00	92,000.00	67,900.00	57,000.00	59,500.00	78,000.00	797,400.00	
Octubre	62,000.00	67,500.00	60,000.00	57,500.00	50,000.00	59,500.00	100,000.00	103,500.00	77,600.00	47,500.00	42,500.00	52,000.00	779,600.00	
Noviembre	62,000.00	67,500.00	84,000.00	46,000.00	50,000.00	42,500.00	50,000.00	46,000.00	58,200.00	38,000.00	76,500.00	39,000.00	659,700.00	
Diciembre	108,500.00	148,500.00	168,000.00	115,000.00	120,000.00	153,000.00	162,500.00	195,500.00	145,500.00	104,500.00	144,500.00	143,000.00	1,708,500.00	
Total por tipo	1,116,000.00	1,080,000.00	960,000.00	862,500.00	880,000.00	722,500.00	1,225,000.00	1,207,500.00	805,100.00	883,500.00	926,500.00	773,500.00		
													Total	11,442,100.00
													Total	4,654,500.00
													Ingresos	630,000.00
													Total	7,417,600.00

2.6.5 Estructura organizacional

La estructura organizacional de nuestra empresa es formal, ya que los objetivos y decisiones son tomadas desde la parte directiva de la empresa. Somos una empresa que cuenta con 20 empleados y la comunicación entre cada área es directa.



A continuación, presentamos las descripciones de puestos de nuestra estructura organizacional, basada en la orientación y naturaleza de la empresa y funciones a desempeñar dentro de la misma.

Puesto	Descripción de funciones	Grado Académico	Conocimiento requerido
Gerente General	Establecer los objetivos de la empresa, dar seguimiento al cumplimiento de los mismos en cada área. Toma de decisiones financieras en conjunto con las gerencias correspondientes.	Lic. en Administración de Empresas (Especialidad en el área de negocios).	Amplio conocimiento financiero, de estrategias de ventas y manejo de personal
Asistente	Asistir al Gerente General en sus funciones	Estudiante de término de Administración de Empresas, Contabilidad o Mercadeo.	Paquete Office, servicio al cliente
Gerente Administrativo	Administrar los recursos humanos de la empresa, llevar a cabo las funciones administrativas y financieras	Lic. en Administración de Empresas o Contabilidad	Paquete Office, servicio al cliente, ventas, contabilidad, recursos humanos, desarrollo de estrategias y alcance de objetivos
Gerente de Operaciones	Procesar las órdenes de compra y fabricación de colchones, requisiciones y compra de materia prima	Lic. en Ingeniería Industrial	Manejo de personal, fabricación de colchones, negociaciones con suplidores
Gerente de Mercadeo	Disenar las estrategias de mercadeo, ejecutar planes de mercadeo, supervisión de manejo de página web y manejo de redes sociales, participar en la creación de contenido, velando mantener la identidad de la empresa .	Lic. en Mercadeo	Paquete Office, comunicación externa, manejo de redes, creación de contenido para página web e identidad empresarial.
Agente de servicio al Cliente	Asistir a los clientes en su proceso previo a la venta y servicio post venta. Atención y manejo de quejas.	Estudiante de término de Administración de Empresas, Contabilidad o Mercadeo.	Paquete Office, servicio al cliente
Vendedores	Brindar asesoría personalizada en el proceso previo a la compra, identificar y captar clientes potenciales, gestionar los pedidos y dar seguimiento post venta	Estudiante de término de Administración de Empresas, Contabilidad o Mercadeo.	Paquete Office, ventas, servicio al cliente
Mensajero	Asistir en la búsqueda y envío de documentación	Bachiller	Motor propio, licencia de conducir al día
Supervisor de operaciones	Seguimiento a las órdenes de compra y fabricación de colchones, requisiciones y compra de materia prima	Estudiante de término Ingeniería Industrial.	Manejo de personal, fabricación de colchones, negociaciones con suplidores
Choferes	Entrega y recogida de mercancía según planificación, trazar rutas optimas de entrega buscando minimizar costos asociados al transporte	Bachiller	Licencia de conducir al día
Obreros	Fabricar y reparar colchones según la programación previa de la Gerencia de operaciones	8vo curso concluido	n/a
Auxiliar de mercadeo (CM)	Manejar la página web de la empresa y redes sociales de acuerdo a las estrategias establecidas	Estudiante de término publicidad	Comunicación externa, diseño y creación de contenido para página web y redes sociales.

2.7 Plan financiero

La información económica de la empresa BF Multiservice está contenida en el plan financiero, el cual nos permite hacer un análisis objetivo acerca de la realidad de la empresa en términos económicos.

En nuestro plan no se proyectan financiamientos externos, por lo menos en nuestro primer año de operaciones, ya que los inversionistas están en disposición de aportar inyección de capital extra, en caso que la demanda desborde nuestra capacidad para suplir a los consumidores, teniendo que contratar más personal, adquirir equipos o mejorar la plataforma tecnológica.

Con el análisis del plan financiero podremos determinar si la empresa está generando beneficios o si los gastos son superiores a los ingresos que genera nuestra actividad comercial, con la finalidad de conocer la viabilidad del proyecto.

Para nuestro análisis financiero, tomamos en cuenta las proyecciones realizadas y poder tomar decisiones en base a las mismas.

Meses	Ventas por mes
Enero	\$ 772,800.00
Febrero	\$ 714,200.00
Marzo	\$ 707,200.00
Abril	\$ 806,200.00
Mayo	\$ 1,563,400.00
Junio	\$ 963,000.00
Julio	\$ 1,283,400.00
Agosto	\$ 686,700.00
Septiembre	\$ 797,400.00
Octubre	\$ 779,600.00
Noviembre	\$ 659,700.00
Diciembre	\$ 1,708,500.00
Total	\$ 11,442,100.00

Se contempla alcanzar esta proyección de ventas durante el año 2021, tomando como referencia las ventas del año anterior con una meta de aumentar un 20% por encima del año anterior.

En la estimación se consideran incrementos graduales en los montos transaccionales, lo que generara mayores ingresos a nuestro proyecto y un alta demanda de los servicios por temporada en los meses de mayo, julio y diciembre.

2.7 Presupuesto general de ingresos y gastos

Presupuesto general de ingresos y gastos													
Planeado	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
Ingresos Operativos													
Ventas por colchones	\$772,800	\$714,200	\$707,200	\$806,200	\$1,563,400	\$963,000	\$1,283,400	\$686,700	\$797,400	\$779,600	\$659,700	\$1,708,500	\$11,442,100
Ingresos por servicio de reparación	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$100,000	\$30,000	\$60,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$80,000	\$80,000	\$630,000
Costos Operativos													
Materia Prima y fabricación	\$313,000	\$291,500	\$287,500	\$327,000	\$653,000	\$392,000	\$525,000	\$277,000	\$327,500	\$313,500	\$262,500	\$685,000	\$4,654,500
Transporte	\$6,000	\$4,500	\$7,000	\$6,000	\$6,000	\$7,000	\$6,000	\$3,000	\$6,000	\$3,000	\$3,000	\$8,000	\$65,500
Impuestos	\$56,340	\$52,470	\$51,750	\$58,860	\$117,540	\$70,560	\$94,500	\$49,860	\$58,950	\$56,430	\$47,250	\$123,300	\$837,810
Luz	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$48,000
Teléfono	\$1,500	\$1,500	\$1,500	\$1,500	\$1,500	\$1,500	\$1,500	\$1,500	\$1,500	\$1,500	\$1,500	\$1,500	\$18,000
Internet	\$2,500	\$2,500	\$2,500	\$2,500	\$2,500	\$2,500	\$2,500	\$2,500	\$2,500	\$2,500	\$2,500	\$2,500	\$30,000
Mercadeo	84,000.00	8,000.00	8,500.00	9,000.00	34,000.00	8,000.00	8,500.00	8,000.00	8,500.00	8,500.00	33,500.00	39,000.00	257,500.00
Nómina personal													
Administrativos	\$125,000	\$125,000	\$125,000	\$125,000	\$125,000	\$125,000	\$125,000	\$125,000	\$125,000	\$125,000	\$125,000	\$125,000	\$1,500,000
Operarios	\$71,000	\$71,000	\$71,000	\$71,000	\$71,000	\$71,000	\$71,000	\$71,000	\$71,000	\$71,000	\$71,000	\$71,000	\$852,000
Gastos de Oficina													
Material Gastable	\$2,500	\$2,500	\$2,500	\$2,500	\$2,500	\$2,500	\$2,500	\$2,500	\$2,500	\$2,500	\$2,500	\$2,500	\$12,000
Total Ingresos													
	\$812,800	\$754,200	\$747,200	\$846,200	\$1,663,400	\$993,000	\$1,343,400	\$726,700	\$837,400	\$819,600	\$739,700	\$1,788,500	\$12,072,100
Total Gastos													
	\$665,840	\$562,970	\$561,250	\$607,360	\$1,017,040	\$684,060	\$840,500	\$544,360	\$607,450	\$587,930	\$552,750	\$1,061,800	\$8,293,310
Ingresos Netos													
	\$146,960	\$191,230	\$185,950	\$238,840	\$646,360	\$308,940	\$502,900	\$182,340	\$229,950	\$231,670	\$186,950	\$726,700	\$3,778,790

Estado de ganancias y perdidas

Estado de Ganancias y Perdidas	
Ingresos Operativos	Total
Ventas por colchones	\$11,442,100
Ingresos por servicio de reparación	\$630,000
Costos Operativos	
Materia Prima y fabricación	\$4,654,500
Transporte	\$65,500
Gastos fijos	
Luz	\$48,000
Teléfono	\$18,000
Internet	\$30,000
Mercadeo	\$257,500
Nómina personal	
Administrativos	\$1,500,000
Operarios	\$852,000
Gastos de Oficina	
Material Gastable	\$12,000
Ingreso Bruto	12,072,100.00
Impuestos	2,172,978.00
Ingreso neto	9,899,122.00
Total Gastos	7,437,500.00
Ganancias netas	2,461,622.00

Balance general

Balance General al 30 de diciembre 2020			
Activos		Pasivos	
Activos corrientes		Pasivos corrientes	
Efect. Caja y banco	\$ 1,719,297.60	CxP	\$ 150,000.00
Inventario	\$ 2,500,000.00	Impuestos por pagar	\$ 45,000.00
CxC	\$ 250,000.00		
Total	\$ 4,469,297.60	Total	\$ 195,000.00
Activos fijos		Pasivos no corrientes	
Terreno	\$ 800,000.00	Obligaciones laborales	\$ 300,000.00
Equipos de transporte	\$ 1,250,000.00		
Maquinarias	\$ 3,000,000.00		
Mobiliario	\$ 125,000.00		
		Patrimonio	
Intangibles		Capital	\$ 2,000,000.00
Software	\$ 66,500.00		
Total de activos	\$ 9,710,797.60	Total pasivos y Patrimonio	\$ 2,495,000.00

2.7.1 Rentabilidad del proyecto

La rentabilidad de nuestra empresa es positiva, nuestras estrategias financieras nos han permitido sostenernos y crecer a través del tiempo. Hemos utilizados diferentes índices de rentabilidad para medir diferentes aspectos del éxito del negocio.

Margen de beneficio muestra cuanto se gana luego de restarle los gastos

INGESOS	GASTOS	/ INGRESOS	TOTAL
-			
\$12,072,100	9,610,478	12,072,100	0.20

El margen de beneficio será de un 20%.

Índice de margen bruto determina cuan alto es el precio de un producto en comparación a su costo.

INGESOS	COSTOS VENDIDOS	/ INGRESOS	TOTAL
-			
\$12,072,100	4,654,500	12,072,100	0.61

El índice de margen bruto será de un 60%

Retorno de la inversión (ROI) permite visualizar la rentabilidad de la empresa en comparación con la cantidad invertida.

GANACIA DE INVERSION	COSTOS DE INVERSION	/ COSTO DE INVERSION	TOTAL
-			
\$12,072,100	4,654,500	4,654,500	1.59

El Rendimiento será de un 159%

Según los análisis de rentabilidad realizados tomando en cuenta nuestros costos fijos y operacionales vs ganancias, el negocio es rentable para los dueños.

Capítulo III DISEÑO Y EMPRENDIMIENTO DEL NEGOCIO EN LINEA

3.1 “Funcionamiento de un negocio en línea”

La estructura y el funcionamiento de nuestro proyecto BF Multiservice la llevaremos a cabo por medio de tres sistemas de procesos claves a través de los cuales llevaremos a cabo nuestro negocio en línea.

3.1.2 Actividades claves dentro de los procesos ERP

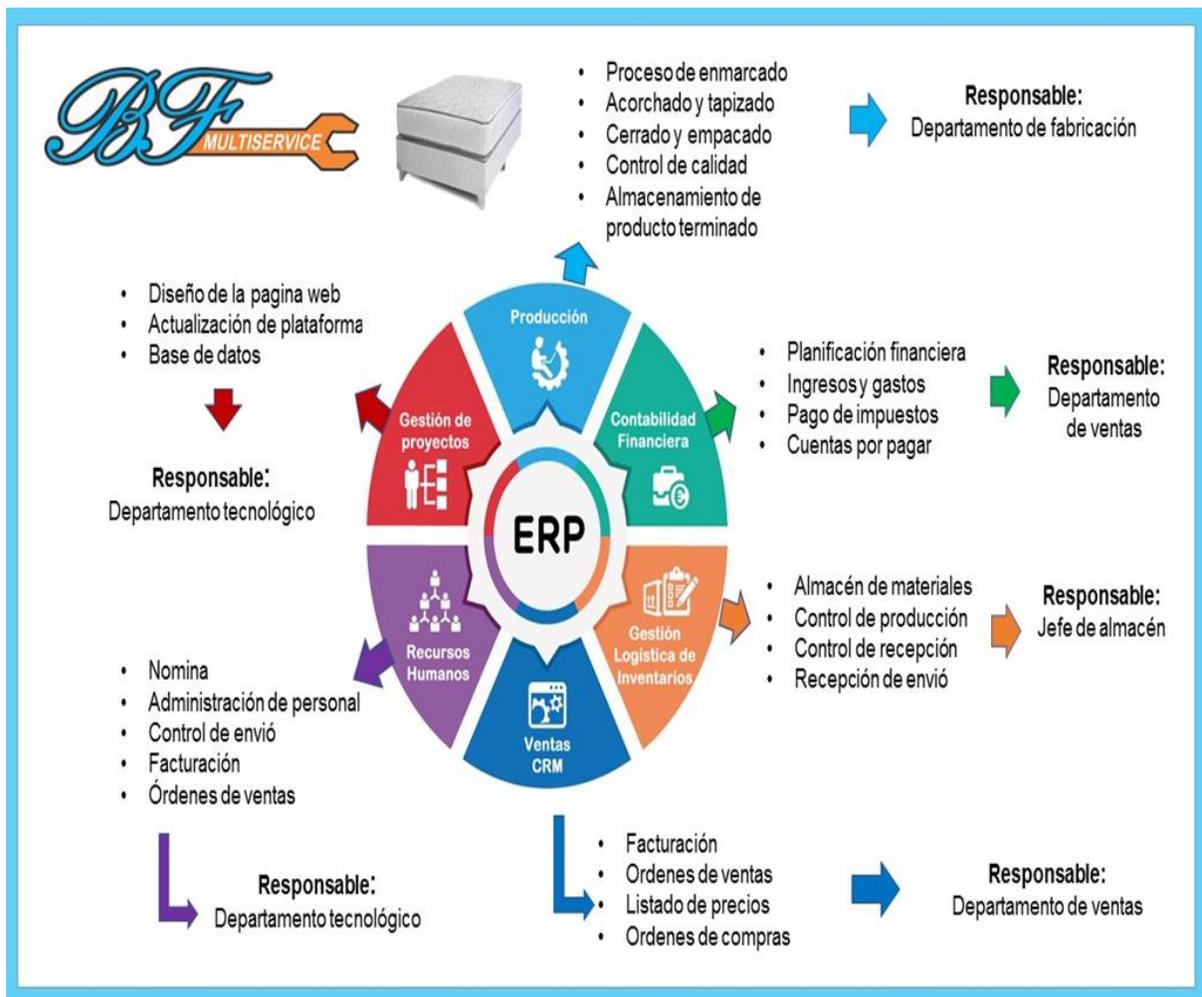
Procesos claves **CRM**, el cual utilizamos como centro de contacto a través de servicio al cliente por vía telefónica y chat en nuestra página web, encargado de recopilar datos de clientes potenciales y a la vez ver el historial del cliente y saber cómo ofrecer un servicio y comunicar las informaciones en base a las experiencias previas de los clientes, a partir del historial de cada cliente esto ayuda a que se sientan importante para nosotros y a fidelizarlos con nuestros productos.



A través de este sistema la empresa a BF Multiservice podrá almacenar información de todos los Clientes con el fin de poder analizarla para desarrollar estrategias de marketing más eficientes.

3.1.3 Actividades claves dentro de los procesos ERP

Dentro de las actividades claves de los procesos E.R.P. BF Multiservice tiene contemplado un sistema de planificación de los recursos empresariales, como son: fabricación, ventas, compras, logística, contabilidad, gestión de proyectos, inventarios y control de almacén, pedidos, nóminas, etc.



Su principal ventaja es el aumento de la productividad y eficiencia y el ahorro de costes y tiempo, al integrar una gran variedad de funcionalidades.

3.1.4 Actividades claves dentro de los procesos S.C.M

El **proceso S.C.M.** (Supply Chain Management) o administración de redes de suministro. Con este sistema BF Multiservice se podrán gestionar los procesos empresariales en torno a la logística y servicio al cliente: compras, aprovisionamiento, producción, almacenamiento, preparación, distribución y postventa.



La Gestión de la Cadena de Suministro (SCM) contribuye a la coordinación y optimización de procesos empresariales, ayuda a reducir los costes y a ofrecer una mejor respuesta al cliente.

3.1.5 Prácticas efectivas y su personal clave para cada proceso.

Manejo de relaciones de los clientes, a través de un sistema de recopilación de datos y disponibilidad del historial de información de los mismos.	Personal clave: Agente de Servicio al Cliente y Auxiliar de Mercadeo.
Conocimiento de las variaciones en la demanda de los clientes por temporadas, permite anticiparnos y abastecernos de materia prima para poder suplir las mismas	Personal Clave: Gerente de Operaciones.
Entrega de órdenes perfectas, velamos por la entrega en el tiempo acordado, con la calidad y características especificadas en la orden.	Personal Clave: Supervisor
Administración del flujo de fabricación, contamos con procesos de fabricación continuo de verificación de calidad en cada punto del proceso que permiten garantizar el correcto ensamblaje eliminando fallas en el producto final.	Personal clave: Obreros y Supervisor de Operaciones.
Compras y negociaciones con proveedores, asegurando la calidad de la materia prima, los tiempos de entrega para poder cumplir con las ordenes de clientes y asegurando conseguir el mejor precio posible.	Personal Clave: Gerente de Operaciones.
Ventas de productos, gestión de órdenes de compras a través de la captación de clientes potenciales y clientes de la cartera, ofreciendo un servicio personalizado atendiendo las necesidades individuales de cada cliente de comodidad y precio disponible a pagar.	Personal Clave: Vendedores y Agente de Servicio al Cliente.
Logísticas de entregas y distribución de productos, planificación de rutas que aseguren eficientizar los tiempos de entrega y costos asociados al transporte	Personal Clave: Choferes.

CAPITULO IV DISEÑO Y EMPRENDIMIENTO DEL NEGOCIO EN LINEA.

Las redes sociales son un factor importante para el reconocimiento de una empresa. Hoy en día cuando buscamos una empresa en las diferentes redes sociales y no tiene perfil ya empezamos a sospechar de ella.

Una de las cosas más importantes son las publicaciones que darán vida a nuestro negocio BF Multiservice, en cuantas más redes sociales estés, más presencia tendrás en Internet dónde puedes crear novedades de la empresa, cosas interesantes, ofertas, descuentos, hacer promociones, hacer marketing en las redes sociales, resolver dudas de clientes, hacer que los clientes atraigan a más clientes por medio de sus actualizaciones en las redes sociales y estos acaben en tu web mediante enlaces y muchas otras cosas que ofrece este contacto directo por medio de Internet.

A través de las redes sociales aremos un nuevo canal de negocios para BF Multiservice, en el que captar a nuevos clientes, pero también te permite hacer muchas más cosas: seleccionar personal, comunicarse con empleados y otras personas, darse a conocer y promocionar nuestro sello y marca, ganar una reputación, establecer redes profesionales y de otro tipo, tener conocimientos del sector en tiempo real, etc.

4.1 EMBUDO DE CONVERSIÓN

La grafica muestra las etapas que llevaremos a cabo para llegar a cada uno de nuestros futuros clientes, desde llamar su atención hasta la entrega de su compra.



4.2 Formulación del Plan de Marketing Digital del Proyecto

Nuestro proyecto cuenta con un plan de marketing basado en objetivos y estrategia para atraer clientes mediante una página web, en donde se garantice un cumulo de visitas, aceptaciones y suscripciones, para así poder lograr el mayor volumen de ventas de nuestros productos.

Plan de Marketing Digital

Objetivo (SMART)	Estrategias	Tácticas	KPI
1. Lograr el reconocimiento de las marcas alcanzando los 2,000 seguidores en Facebook e Instagram y 500 visitas a la página web de BF Multiservice en el primer mes de operación de la empresa.	Estrategia no. 1. Crear un contenido dinámico que atraiga los clientes a visitar nuestra página y perfil en las redes de Facebook e Instagram	Utilizar un diseño promocional atractivo que genere expectativas al lector y lo haga visitar nuestro perfil en las redes.	Cantidad de me gustas en publicación.
		Fomentar la recomendación de nuestros servicios por medio a ofertas, retribuciones y descuentos.	Número total de visitantes únicos
	Estrategia no. 2. Crear estrategias publicitarias en conjunto con los proveedores.	Crear campaña para fans de Facebook que no nos siguen en Instagram.	Cantidad de nuevos seguidores en Instagram.
		Crear nuestra propia base de datos de clientes por ubicación geográfica.	Número de visitantes mensuales pertenecientes a la base de datos
2. Lograr 200 registros de nuevos usuarios mensuales en la página web los primeros 6 meses	Estrategia no. 1. Ofertar envíos gratis en la primera compra del cliente.	Fortalecer los elementos del servicio que generen mayor confianza al cliente.	Cantidad de clientes que solicitan nuestros productos.
		Lograr una comunicación efectiva dirigida a clientes que no han realizado compras, estén o no registrados en la página.	Cantidad de clientes que canjearon el cupón y realizaron compra
	Estrategia no. 2. Aumentar la conversión de leads a clientes registrados.	Resaltar las ventajas y beneficios que presentan nuestros productos para el cliente.	Cientes registrados mensualmente en la página web.
		Crear concursos exclusivos para los nuevos clientes que se registren.	Cantidad de vistas en la página.

PRESUPUESTO del Plan de Marketing

Estrategia	Acción/táctica	Descripción	Coste Unitario (RD\$)	Costo total (RD\$)
Crear un contenido dinámico que atraiga los clientes a visitar nuestra página y perfil en las redes de Facebook e Instagram	Pago de publicidad en las redes sociales	Captación de clientes potenciales con intereses en nuestra oferta de productos	\$877,50	\$1.755,00
Crear estrategias publicitarias en conjunto con los proveedores	Publicidad en conjunto para captar seguidores y fortalecer las redes como canal y fuente de información	Poder generar información relevante a través de nuestros seguidores e interacciones con ellos	\$3.000,00	\$6.000,00
Ofertar envíos gratis en la primera compra del cliente.	Primer envío totalmente gratuito en compras superiores a 10,000	Ofrecer un valor agregado a clientes potenciales para poder captarlos	\$800,00	\$12.000,00
Aumentar la conversión de leads a clientes registrados.	Identificar los leads con potencial para ser clientes y ofertarles nuestros productos en base a sus necesidades y poder registrarlos como clientes	Registrar 4 clientes por semana a quienes se les envíe informaciones y ofertas relacionadas a sus intereses y necesidades de descanso	\$300,00	\$6.600,00
Total			\$4.977,50	\$26.355,00

4.3 DISEÑO Y USO DE LA PAGINA WEB

La identidad de BF Multiservice se encuentra registrada bajo el dominio <https://bfmultiservice.com/> alojada en servidores web que garantizan la disponibilidad de la plataforma los 24/7 además de los datos de los clientes registrados y que realizan transacciones de compra a través de nuestro portal web



bfmultiservice.com

809-591-5838 bfmultiservice51@Gmail.com Nuestra ubicación Horario : 8:am - a - 6 pm

BFM MULTISERVICE
TU FABRICA DE COLCHONES

INICIO NOSOTROS **TIENDA** MI CUENTA CONTACTO FAQs Buscar Productos



**Pillow Top La Gloria,
Full Size**

\$14,000.00

Añadir al carrito



**Pillow Top La Gloria,
Queen Size**

\$16,000.00

Añadir al carrito



**Pillow Top La Gloria,
King Size**

\$28,000.00

Añadir al carrito

Galería

Menú

- > Inicio
- > Tienda
- > Mi cuenta
- > Carrito
- > Checkout
- > Contacto

¿Cómo puedo ayudarte?

809-591-5838 bfmultiservice51@Gmail.com Nuestra ubicación Horario : 8:am- a - 6 pm

BGF MULTISERVICE TU FABRICA DE COLCHONES

INICIO NOSOTROS **TIENDA** MI CUENTA CONTACTO FAQs

Página de inicio / carrito de compra

PRODUCTO	PRECIO	CANTIDAD	SUBTOTAL
X  PILLOWTOP LA GLORIA FULL SIZE	\$14,000.00	2	\$28,000.00
X  PILLOWTOP LA GLORIA QUEEN SIZE	\$16,000.00	2	\$32,000.00

Código de cupón

Total carrito	
Total	\$ 60,000.00
Subtotal	\$ 60,000.00



Pillow Top La Gloria, King Size
\$28,000.00



Pillow Top La Gloria, Full Size
\$14,000.00



Pillow Top La Gloria, Queen Size
\$16,000.00

CONCLUSION

Hemos finalizado nuestra investigación de mercado acerca del proyecto online BF Multiservice, con la satisfacción y la seguridad de que es un negocio rentable, ya que nuestra proyección de ventas, presupuesto y capital invertido nos dieron resultados muy positivos.

Los procesos que interactúan en cada una de las etapas del proyecto, fueron diseñados para lograr la sinergia de cada una de las funcionalidades de la página web y así reconocer cada pasó.

Nuestro negocio digital es unos de los mejores proyectos del año 2020 porque cuenta con un diseño innovador bastante atractivo para el público en general, lo que genera una amplia visita a nuestra página online y una forma de atraer más clientes. BF Multiservice cuenta con los mejores productos del mercado, una amplia variedad de estos y diferentes formas de pagos para que los clientes no tengan ninguna dificultad para obtener lo que necesiten.

En el análisis financiero, logramos establecer una proyección de ventas alcanzable, que garantiza la rentabilidad de la empresa, donde se visualiza que los ingresos logran cubrir los gastos operativos de la empresa y permiten la recuperación del capital invertido en el proyecto en un plazo no mayor a 24 meses.

Bibliografía:

www.recursosdelaplataformaupa.com

www.pymeson.com

www.pymeson.com/estrategia-digital

<https://www.maxcolchon.com/>

<https://bioemprendedor.cl/2019/05/one-pager/>