

Licenciatura en Administración de Empresas y Mercadeo.

Diplomado:

EMPRENDIMIENTO EN LINEA ENFOCADO A LA OFERTA DE SERVICIOS

PROYECTO:

LMA MARKETING GROUP.

Autores:

Yilenny Almonte Frías

Elma López Martínez

Roberto Martínez De la Rosa

Facilitadora Acompañante:

Eliana Campos Taveras

24 de abril 2023

Santiago de los Caballeros,

República Dominicana

índice

Introducción.....	3
Sección I: Contexto de la empresa.....	3
1.1 Nombre de la empresa.....	4
1.2 Descripción Actividad comercial.....	4
1.3 Identidad Cromática.....	4
1.4 Logo y eslogan.....	5
1.5 Filosofía de negocios:.....	5
1.6 Estructura organizacional.....	5
1.7 Organigrama.....	7
1.8 Objetivos Organizacionales.....	7
1.10 Políticas.....	8
1.10 Normas laborales:.....	10
Sección II: Estudio de mercado.....	12
Sección III: Contexto Mercadológico.....	31
3.1 Objetivos mercadológicos.....	31
3.2 Descripción del mercado meta.....	33
3.3 Decisiones sobre el producto.....	34
3.4 Decisiones sobre el precio.....	35
3.5 Decisiones sobre la Plaza.....	35
3.6 Decisiones sobre el Promoción.....	36
Sección IV: Contexto financiero.....	37
4.1 Plan de inversión.....	37
4.2 Presupuesto.....	38
4.3 Pronostico de ventas.....	39
4.4 Estado de flujo de efectivo.....	43
Conclusión.....	48
Bibliografía.....	49
Anexos.....	50

Introducción

La creación de un negocio es un proceso emocionante y gratificante, pero también puede ser desafiante y exigente. El éxito en el mundo empresarial depende de una variedad de factores, desde la identificación de oportunidades de mercado hasta la implementación de estrategias efectivas de gestión empresarial. Los emprendedores y empresarios que buscan iniciar un negocio exitoso deben comprender los aspectos fundamentales de la administración de empresas y desarrollar habilidades en áreas clave como la gestión de recursos humanos, la contabilidad, las finanzas, el marketing y la estrategia empresarial.

Entre los puntos más importantes para establecer un negocio se encuentran la elección correcta de un nombre llamativo el cual despierte la curiosidad del consumidor, establecer una filosofía bajo la cual se regirá la empresa, definir puestos de trabajos claros para los empleados y crear políticas de trabajo las cuales sean la guía para la interacción entre los empleados y los clientes, así como entre los empleados y sus compañeros.

En resumen, la creación de un negocio exitoso requiere una planificación cuidadosa, una identificación precisa de oportunidades de mercado, la elaboración de un plan de negocios sólido y la implementación de estrategias efectivas de gestión empresarial. Al abordar estos temas, esperamos proporcionar una visión general útil sobre un plan de negocio el cual podrá ser utilizado como base para aquellos que buscan crear y administrar un negocio exitoso.

Sección I: Contexto de la empresa

1.1 Nombre de la empresa

LMA MARKETING GROUP.

El nombre elegido es en representación de los socios ya que posee las iniciales de los apellidos de cada uno (LMA) se refiere a López, Martínez y Almonte, estas iniciales acompañadas de Marketing Group. (Grupo de marketing). Él cual es receptivo y claro para nuestros clientes.

1.2 Descripción Actividad comercial.

Servicios de asesoría

1.3 Identidad Cromática

Azul.

El azul representa delicadeza, seriedad, responsabilidad, calidad y la perfección que nos caracteriza como empresa.

Negro.

Para nuestra empresa el color negro representa elegancia, firmeza y calidad que nos compete como institución.

Blanco

El color blanco nosotros como empresa el color blanco nos caracteriza por la pureza, creatividad y sinceridad.

1.4 Logo y eslogan



1.5 Filosofía de negocios:

Misión:

Satisfacer a nuestros clientes, otorgando servicios de máxima calidad, creando un liderazgo efectivo y altamente profesional comprometidos a ofrecer valor e innovación a los negocios de nuestros clientes.

Visión:

Ser una empresa enfocada, adaptar nuestros servicios a las necesidades de los todos nuestros clientes, comprometido con la ética y la responsabilidad para satisfacer sus necesidades, brindando así soluciones estratégicas.

Valores:

- Calidad.
- Confidencialidad.
- Profesionalidad.
- Innovación.
- Excelencia.

1.6 Estructura organizacional

Gerente General.

En este cargo recae la mayor autoridad en el campo empresarial, debido a que de este se espera la conducción estratégica más importante y a su vez, la toma de decisiones para lograr el cumplimiento de objetivos organizacionales.

Gerente de marca.

Este estará encargado de realizar investigaciones basadas en informaciones concretas sobre los consumidores y como este puede ofrecer campañas de marketing innovadoras. Además, se encargará de atraer a nuevos clientes y aplicar estrategias para retenerlos.

Gerente Comercial y Marketing.

Se enfoca en diseñar cada una de las estrategias comerciales y de marketing, busca fijar cada uno de los objetivos que se debe alcanzar el personal de marketing y los puntos comerciales, estableciendo los incentivos adecuados y a su vez, busca evaluar la consecución de las metas.

Gerente de Finanzas.

Esta posición se centra en la creación de modelos de previsión, la evaluación de riesgo de las inversiones y a su vez, en la garantía de que todas las actividades contables cumplan los reglamentos.

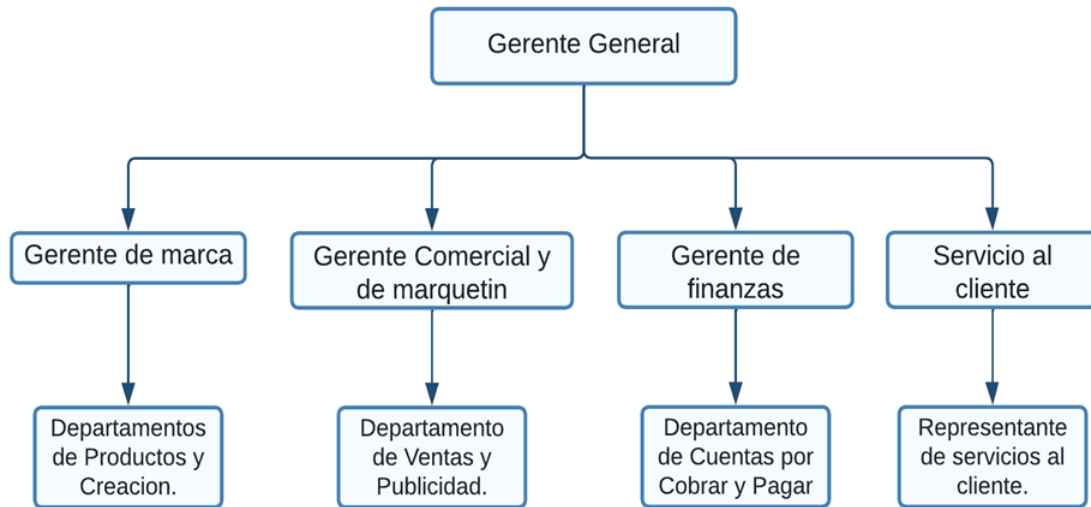
Representante de servicios al cliente.

Será la persona encargada de ofrecer respuesta a los clientes, enviar cotizaciones, atender las llamadas etc.

Encargado de departamento de contabilidad.

Dirigir, planificar, organizar y controlar la gestión contable (contabilidad y liquidaciones de haberes) de la institución.

1.7 Organigrama



1.8 Objetivos Organizacionales

Oferta de servicio.

Crear una data de clientes leales y las demandas más rentables.

Rentabilidad.

Colocar porcentajes mínimos y alcanzable a cada servicio, y así obtener rentabilidad.

Captación.

Convertir los clientes en clientes potenciales. valorar su fidelidad y premiar los referimientos.

Retención de Clientes.

Establecer estrategias beneficiosas, con valor agregado para el cliente, y así obtener una relación a largo plazo.

Recursos Humanos.

Conseguir que nuestros colaboradores estén alineados con la políticas y procesos de la empresa. Y crear en ellos una experiencia grata con la que se identifiquen.

Equipo de trabajo.

Crear un ambiente laboral sano, donde se predique con el respeto, y el interés de ayuda.

Innovación.

Identificar ideas ingeniosas, creativas y beneficiosas en la producción de nuevos servicios, para lograr reducir costes laborales y tener impactos positivos.

1.10 Políticas

Política de devolución o reembolso:

Esta política aplicara siempre y cuando el trabajo entregado no esté al nivel de calidad que se acordó. Se realizarán las evaluaciones de lugar y si corresponde se realizarán las correcciones de lugar brindando una solución satisfactoria al cliente.

Política de Precio en los Servicios:

Funge como una de las políticas más importantes, debido a que debemos pensar en todo lo que está relacionado con el precio, todos los valores agregados que nos serán útil para competir.

Política de garantía por el servicio:

Luego de haber entregado el servicio y/o producto, la garantía tendrá vigencia de 4 meses.

Políticas de Pago:

El contratante deberá pagar el 40% del precio como garantía de inicio del trabajo, el mismo se ejecutará mediante depósito bancario, transferencia, pago en efectivo o cualquier otro medio acordado previamente con el cliente. El otro 60% se ejecutará contra entrega del trabajo.

Política de Calidad:

Esta política se basa en los lineamientos y acciones que toma la empresa, con la finalidad de garantizarle al cliente.

Política de seguro de Productos y servicios

Esta política se basa en la responsabilidad del producto o servicios que vendemos a los clientes, ya que no se trata específicamente de una garantía o un respaldo de productos o servicios.

Política de facturación:

Los datos fiscales para emitirte factura deben estar correcto y solicitarlo con tiempo, ya que, en caso de no realizarlo, no se emita la factura y a su vez, solo podrás hacerlo durante el mes en el que se adquirió el servicio.

Política de negociación de Servicio:

Esta política nos reservamos el derecho exclusivo a negar, cancelar o suspender el servicio en cualquier momento.

Política de Distribución:

Esta política se basará en un plan que recoge cada una de las acciones necesarias, con la finalidad de transportar el producto desde la etapa de manufactura hasta el punto de venta final.

Política de crédito de servicio:

Busca lograr una relación comercial a largo plazo, la empresa y el gerente financiero decidió otorgar facilidades de pago. En la misma implica la determinación de la selección de crédito, las normas de crédito y las condiciones de crédito, la misma se darán a 30 y 60 días, depende de la magnitud del negocio.

1.10 Normas laborales:

Normas de seguridad:

Se basa en la protección de cada uno de los colaboradores, la cual determina emplear elementos protectores para no correr riesgos innecesarios en su trabajo

Confidencialidad:

Esta se basa en que cada uno de los colaboradores, debe proteger todas las informaciones de la empresa y de los clientes.

Código de vestimenta:

Regula la manera de vestir de todos los colaboradores, manteniendo un código común que sirva a la empresa para identificar a sus empleados y que, a su vez, estos respeten la impresión formal de la empresa a sus visitantes.

Normas de horas laborables:

Se establecerá un horario laboral es de lunes a viernes de 8: 00 am a 5:00 Pm. Otorgando 1 hora de almuerzo.

Buena relación laboral:

Esta se basa en crear un ambiente adecuado para los colaboradores, donde haya respeto mutuo.

Ignorar tareas laborales:

Esta norma se encarga de velar que los supervisores inmediatos de cada área, sus colaboradores deben cumplir con sus asignaciones.

Reportar cualquier incidente ocurrido en el área de trabajo y empresa:

En esta norma cada uno de los colaboradores debe reportar cualquier tipo de situación o conflicto que afecte la empresa.

Cuidar el área y de trabajo:

Esta se basa en cuidar cada uno de los recursos que ofrece la empresa, como es: apagar los equipos, vigilar la iluminación, optimizar el uso de computadoras o impresoras, al igual que cuidar el reciclaje.

Relaciones sentimentales entre compañeros:

No involucrarse de manera sentimental con los compañeros de trabajo, en caso de surgir será sancionado.

Sección II: Estudio de mercado

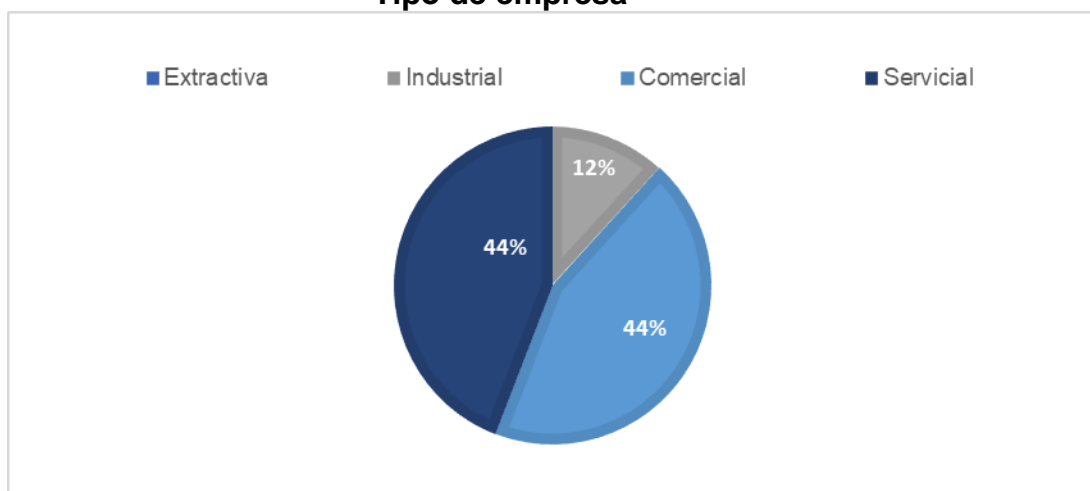
Tabla no.1
Tipo de empresa

Opción	Frecuencia	%
Extractiva	0	0
Industrial	4	12
Comercial	15	44
Servicios	15	44
Total	34	100

Fuente: Pregunta No.1 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de Cabrera, Santo Domingo y Santiago.

De acuerdo con los datos obtenidos en la encuesta realizada a empresarios de Cabrera, Santo Domingo y Santiago. se pueden observar los siguientes resultados en base a los diferentes tipos de empresas. El **44%** de los empresarios pertenece al sector comercial, el **44%** pertenece al sector de empresas de servicios, el **12%** pertenece al sector de empresas industriales. Por lo que se refleja que el sector comercial tiene una mayor participación.

Gráfica No. 1
Tipo de empresa



Fuente: Tabla No.1, pregunta No.1 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de Cabrera, SD y Santiago.

Tabla No. 2
Tipo de servicios mercadológico Requerido por la Empresa

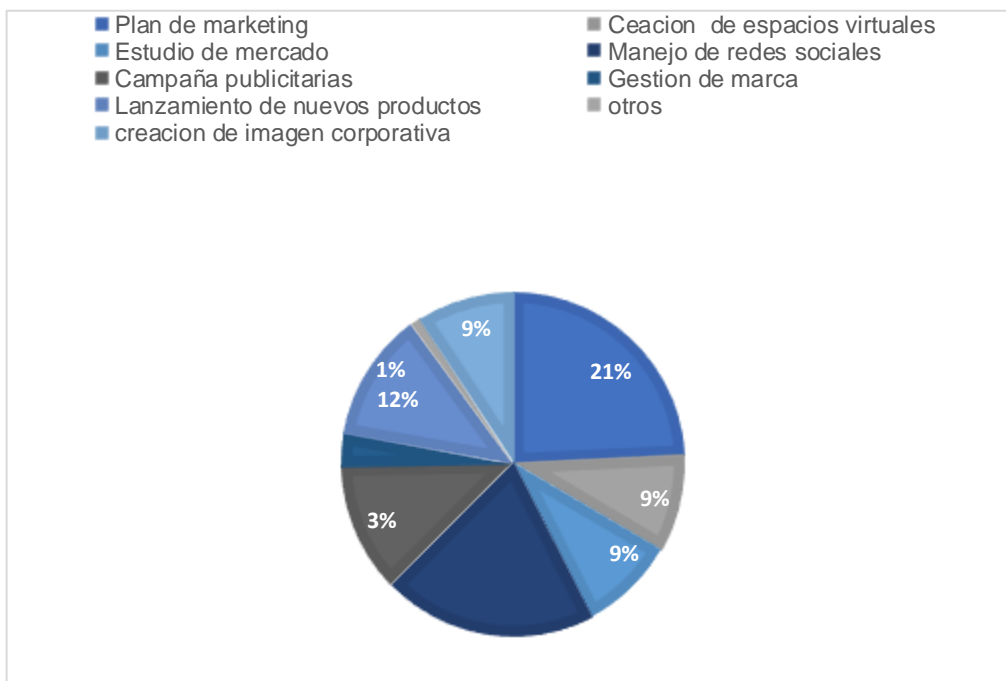
Opción	Frecuencia	%
Estudio de Mercado	8	9
Plan de Marketing	22	24
Creación de Espacios Virtuales	8	9
Manejo de Redes Sociales	20	21
Campaña Publicitaria	11	12
Gestión de Marca	3	3
Lanzamiento de Nuevo Producto	11	12
Creación de Imagen Corporativa	8	9
Otros	1	1
Total	92	100

Fuente: Pregunta No.2 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de Cabrera, Santo Domingo y Santiago. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios empresarios de Cabrera, Santo Domingo y Santiago, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de servicios requeridos por sus negocios: **24%**, plan de marketing; manejo de redes sociales **21 %**, Lanzamiento de un nuevo producto y campañas publicitarias **12%**. creación de espacios virtuales, Estudio de Mercado y Creación de Imagen Corporativa **9%**, gestión de marcas **3%**, y otras opciones **1%**. Evidencian como los más importantes son los planes de marketing, y manejo de redes.

Gráfica No.2

Tipo de servicios mercadológico requerido por la empresa



Fuente: Tabla No.2, pregunta No.2 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de la de Cabrera, Santo Domingo y Santiago. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

Tabla No.3

Tipo de servicios administrativo Requerido por la Empresa

Opción	Frecuencia	%
Gestión financiera	18	23
Reclutamiento personal	12	16
Relaciones públicas	10	13
Gestión adquisitiva	1	1
Mediación y negociación	4	5
Marketing y promoción	21	27
Facilitación	13	15

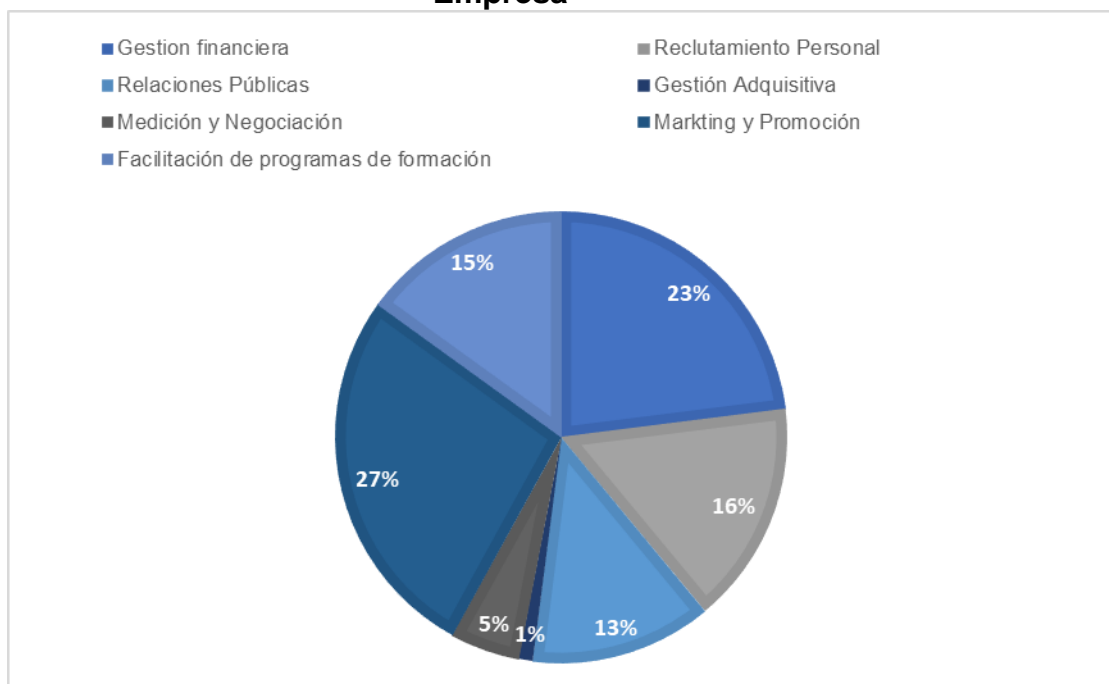
de prog. de formación		
Total	79	100

Fuente: Pregunta No.3 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de Cabrera, Santo Domingo y Santiago. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De acuerdo con los datos obtenidos en la encuesta realizada a empresarios de la región norte, se pueden observar los siguientes resultados en base a los aspectos importantes al contratar servicios administrativos. El **27%** de los empresarios requieren Marketing y promoción, el **23%** requiere Gestión financiera, el **16%** Reclutamiento personal, el **15%** requiere Facilitación de programas de formación, el **13%** requiere Relaciones públicas, el **5 %** Mediación y negociación. Y un **1%** requiere Gestión adquisitiva. En esta tabla se refleja que el Marketing y promoción es el servicio más requerido por los empresarios encuestados.

Gráfica No.3

Tipo de servicios administrativo Requerido por la Empresa



Fuente: Tabla No.3, pregunta No.3 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de Cabrera, Santo Domingo y Santiago. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

Tabla No.4

Aspectos importantes al contratar outsourcing mercadológico

Opción	Frecuencia	%
Profesionalidad.	19	20
Calidad del servicio	26	27
Diversidad en la oferta	4	5
Precios competitivos	16	17
Reputación	15	16
Atención personalizada	14	15
Total	94	100

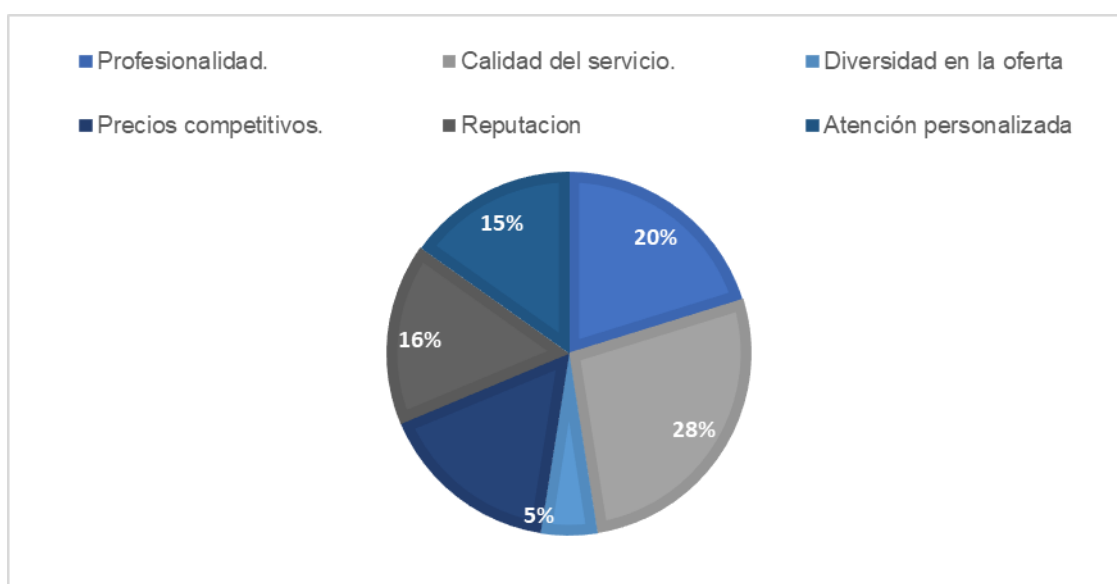
ivo

Fuente: Pregunta No.4 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de Cabrera, Santo Domingo y Santiago. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De acuerdo con los datos obtenidos en la encuesta realizada a empresarios de Cabrera, Santo Domingo y Santiago. se pueden observar los siguientes resultados en base a los aspectos importantes al contratar outsourcing mercadológico y administrativo. El **27%** de los empresarios requiere calidad de servicios, el **20%** requiere profesionalidad, el **17%** precios competitivos, el **16%** requiere reputación, el **15%** requiere atención personalizada, y el **5%** diversidad de la oferta. En esta tabla se refleja que la profesionalidad y la calidad del servicio son los servicios más requeridos por los empresarios encuestados.

Gráfica No.4

Aspectos importantes al contratar outsourcing mercadológico y administrativo



Fuente: Tabla No.4, pregunta No.4 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de Cabrera, Santo Domingo y Santiago. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

Tabla No.5

Utilización de outsourcing mercadológicos y administrativo virtual

Opción	Frecuencia	%
Si	7	21
No	27	79
Total	33	100

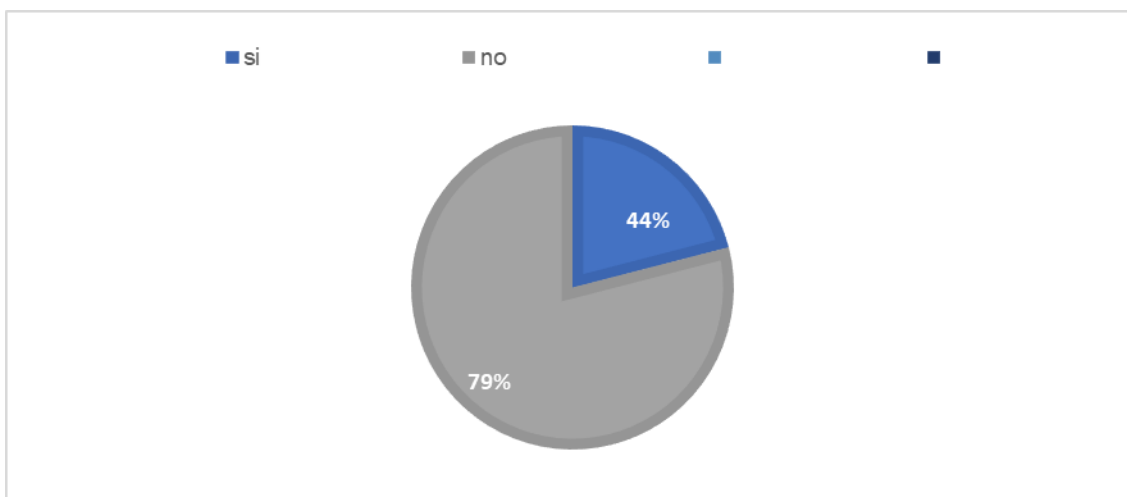
Fuente: Pregunta No.5 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de Cabrera, Santo Domingo y Santiago.

De acuerdo con los datos obtenidos en la encuesta realizada a empresarios de Cabrera, Santo Domingo y Santiago. se pueden observar los siguientes resultados en base a si la empresa utiliza outsourcing mercadológicos y administrativo virtual. El **79%** de los empresarios no utiliza outsourcing mercadológico y administrativo virtual, y el **21%** si lo utiliza. En esta tabla reflejamos que el mayor

número de los encuestados no utiliza outsourcing mercadológicos y virtual.

Gráfica No.5

Utilización de outsourcing mercadológicos y administrativo virtual.



Fuente: Tabla No.5, pregunta No.5 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de Cabrera, Santo Domingo y Santiago

Tabla No.6

Opción	Frecuencia	%
Muy satisfactoria	6	50
Satisfactoria	5	42
Poco satisfactoria	1	8
Insatisfactoria	0	0
Total	12	100

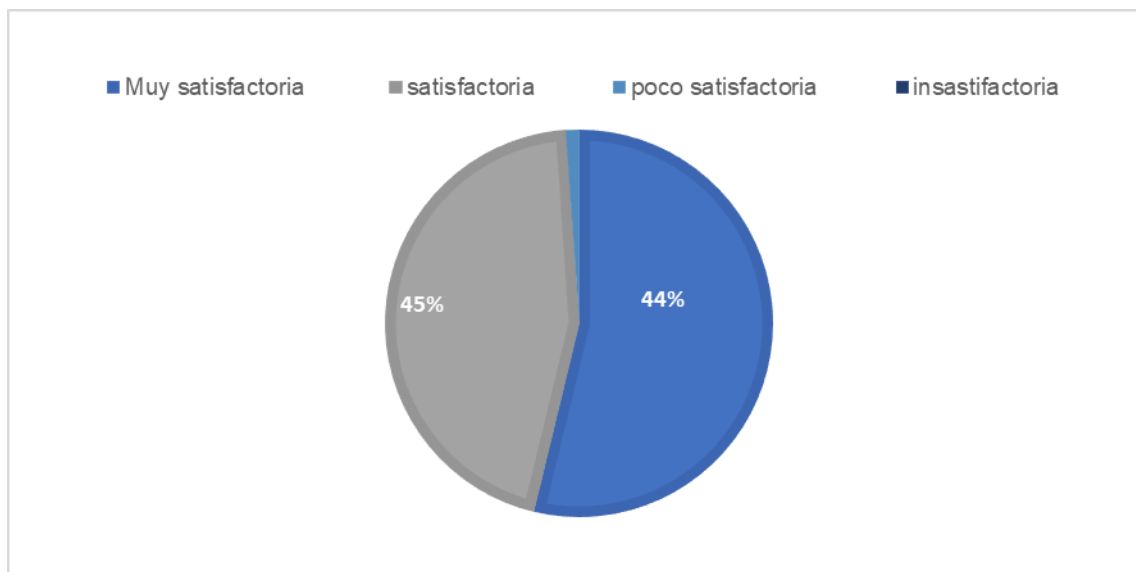
Valoración de experiencia actual

Fuente: Pregunta No.6 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de Cabrera, Santo Domingo y Santiago.

De acuerdo con los datos obtenidos en la encuesta realizada a empresarios de Cabrera, Santo Domingo y Santiago, se pueden observar los siguientes resultados en base a su valoración con la experiencia actualmente. El **50%** de los empresarios dice que es muy satisfactorio, el **42%** dice que satisfactoria, el **8%** 'poco

satisfactoria, el **0%** insatisfactoria. En esta tabla se refleja que los empresarios encuestados reflejan una mayor inclinación ya que se sienten muy satisfecho con la experiencia hasta el momento.

Gráfica No.6
valoración de experiencia
actual.



Fuente: Tabla No.6, pregunta No.6 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de Cabrera, Santo Domingo y Santiago.

Tabla 7
Contratación externa mercadológica y administrativa virtual

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Comunicación oportuna	15	22%
Respuesta inmediata	12	18%
Flujo de información adecuado	14	21%
Diagnósticos personalizados	4	6%
Adaptación de los servicios	12	18%

Todas las anteriores	10	15 %
Total	67	100 %

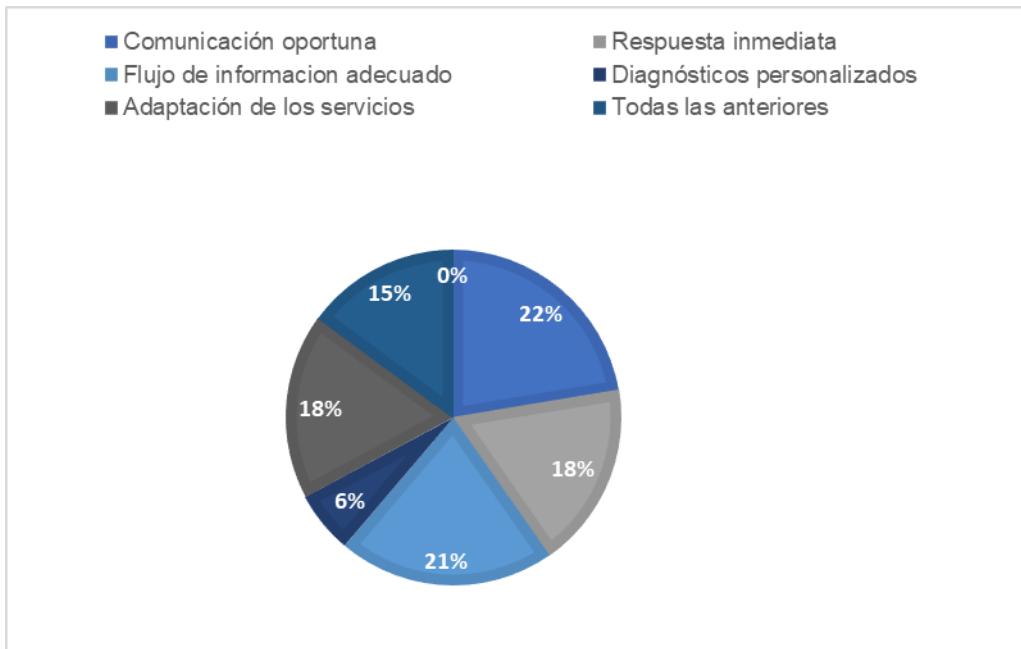
Fuente. Pregunta No. 7 de cuestionario o encuesta aplicado a empresarios de Cabrera, Santo Domingo

y Santiago. Nota: en esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De las respuestas obtenidas en esta pregunta se puede afirmar que un **22%** de los usuarios consideran que la comunicación oportuna es clave para la contratación de servicios de mercadología externa siendo este el criterio mejor valorado entre los demás, algunos otros criterios importantes son el flujo adecuado de la información con un **21%**, la respuesta inmediata y la adaptación de los servicios, ambas con un **18%**, Diagnósticos personalizados con **6%**

Gráfico 7

Contratación externa mercadológica y administrativa virtual



Fuente. Tabla No. 7, Pregunta No.7 de cuestionario o encuesta aplicado a empresarios de Cabrera, Santo Domingo

Tabla 8

Plataformas digitales más confiables

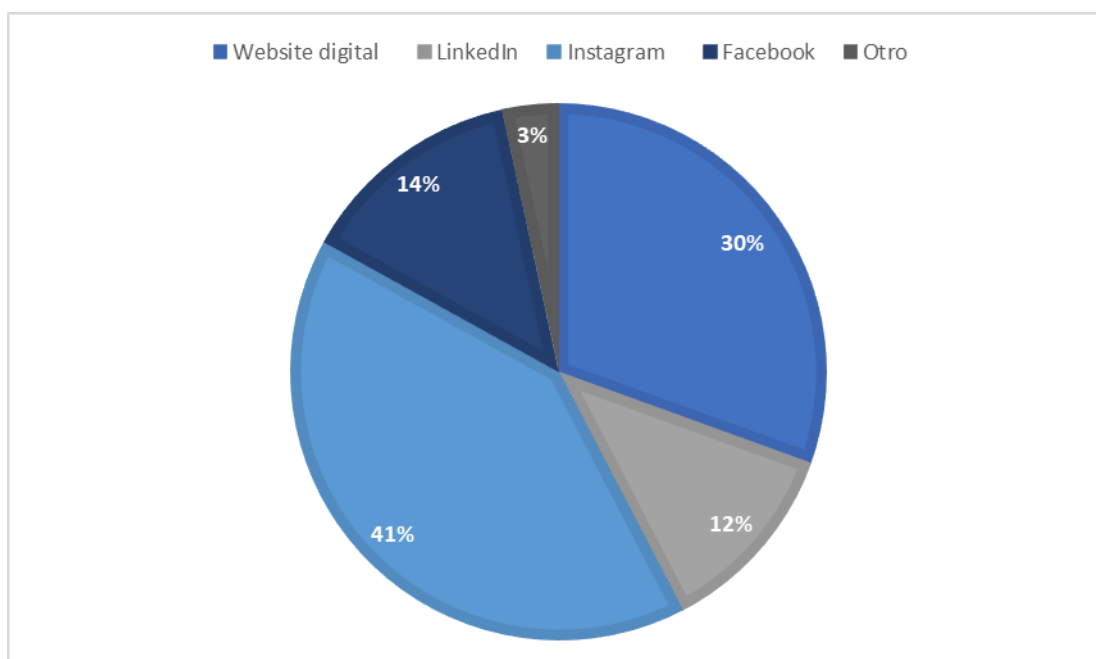
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Website digital	18	30%
LinkedIn	7	12%
Instagram	24	41%
Facebook	8	14%
Otro	2	3%
Total	59	100%

Fuente. Pregunta No. 8 de cuestionario o encuesta aplicado a empresarios de Cabrera, Santo Domingo y Santiago. Nota: en esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

Entre las plataformas más confiables para hacer negocios digitales los usuarios consideraron que Instagram es la más segura de todas, obteniendo un **41%** de las respuestas, otra que resalta es la creación de un website digital con un **30%**, Facebook con un **14%**, LinkedIn con un **12%** y otras plataformas con un **3%**

Gráfico 8.

Plataformas digitales más confiables.



Fuente. Tabla No. 8, Pregunta No.8 de cuestionario o encuesta aplicado a empresarios de Cabrera, Santo Domingo y Santiago.

Tabla 9.

Contactos que consideran oportunos y convenientes en negocios digitales.

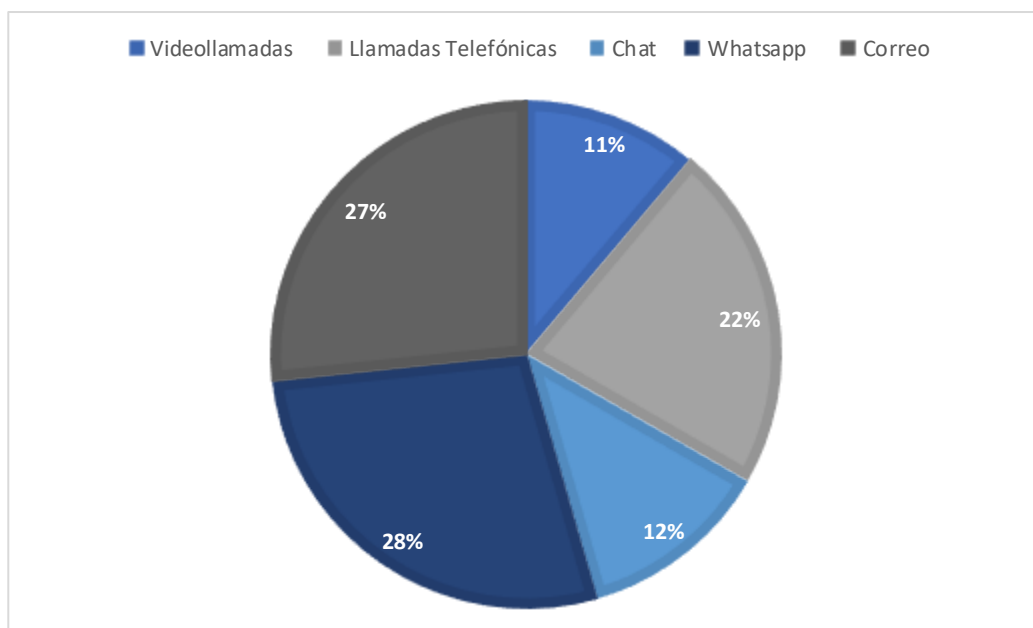
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Videollamadas	10	11%
Llamadas Telefónicas	20	22%
Chat	11	12%
Whatsapp	25	28%
Correo	24	27%
Total	90	100%

Fuente. Pregunta No. 9 de cuestionario o encuesta aplicado a empresarios de Cabrera, Santo Domingo y Santiago. Nota: en esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De las respuestas obtenidas se puede inducir que el medio más oportuno para hacer negocios digitales es WhatsApp con un **28%**, mientras que el correo electrónico cuenta con un **27%**, llamadas telefónicas **22%** chat con **12%** y video llamadas cuentan con **11%**.

Gráfico 9.

Contactos que consideran oportunos y convenientes en negocios digitales.



Fuente. Tabla No. 9, Pregunta No.9 de cuestionario o encuesta aplicado a empresarios de Cabrera, Santo Domingo y Santiago.

Tabla 10.
Tipos de formatos de pago

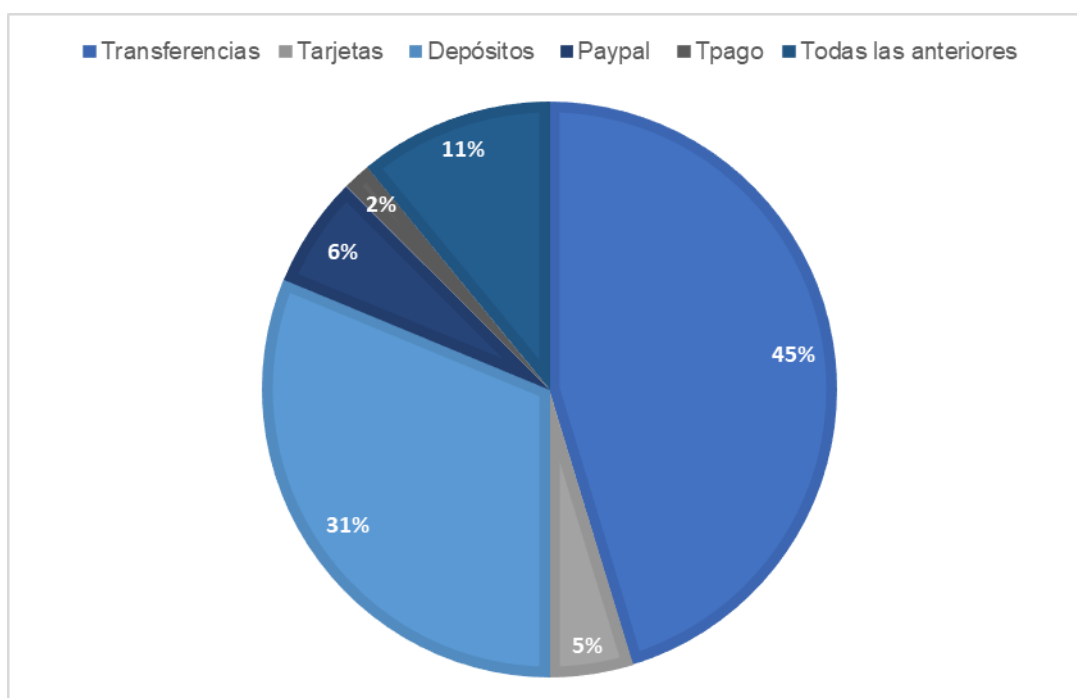
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Transferencias	29	45%
Tarjetas	3	5%
Depósitos	20	31%
Paypal	4	6%
Tpago	1	2%
Todas las anteriores	7	11%
Total	64	100%

Fuente. Pregunta No. 10 de cuestionario o encuesta aplicado a empresarios de Cabrera, Santo Domingo y Santiago. Nota: en esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

Entre los formatos de pago más funcionales utilizados por los entrevistados se encuentra en primer lugar las transferencias bancarias con un **45%**, depósitos con un **31%**, otros métodos de pago menos convencionales son PayPal con un **6%**, el uso de tarjetas con un **5%** y la plataforma de Tpago con un **2%**.

Gráfico 10.

Tipos de Formatos De Pago



Fuente. Tabla No. 10, Pregunta No.10 de cuestionario o encuesta aplicado a empresarios de Cabrera, Santo Domingo y Santiago.

Tabla 11

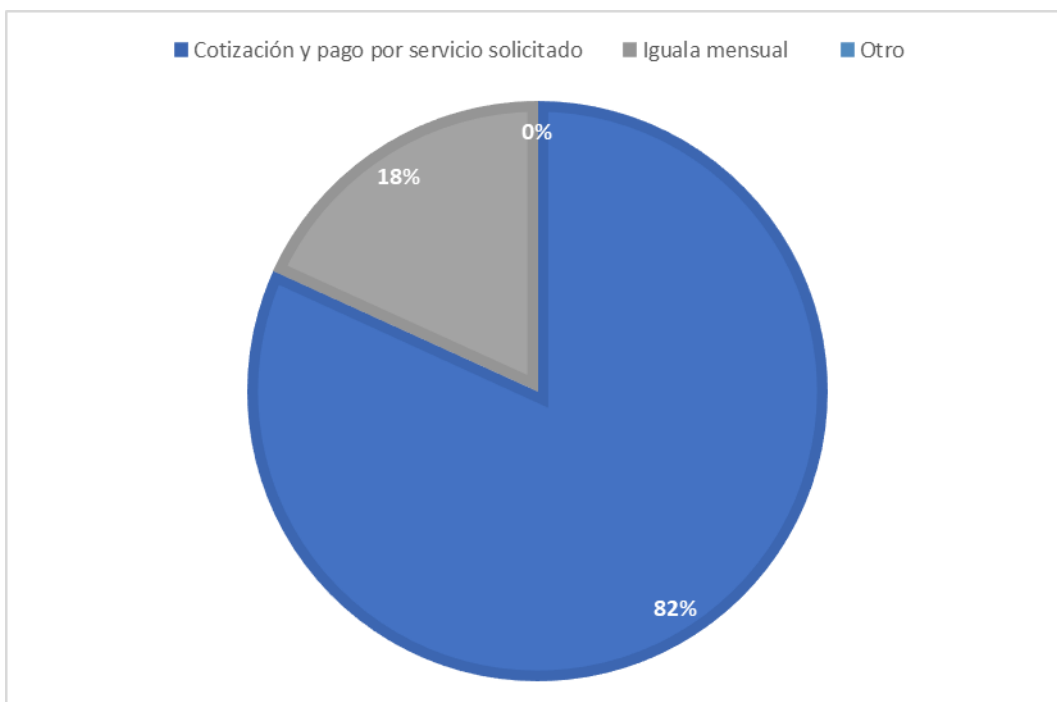
Modalidad De Pago

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Cotización y pago por servicio solicitado	27	82%
Iguala mensual	7	18%
Otro	0	0%
Total	33	100%

Fuente. Pregunta No. 11 de cuestionario o encuesta aplicado a empresarios de Cabrera, Santo Domingo y Santiago.

Entre las modalidades de pago que las empresas valoran más se encuentra la cotización y pago por el servicio solicitado, la cual posee un **82%** mientras que la iguala mensual posee solamente un **18%**.

Gráfico 11
Modalidad De Pago



Fuente. Tabla No. 11, Pregunta No.11 de cuestionario o encuesta aplicado a empresarios de cabrera, Santo Domingo y Santiago.

Tabla No. 12
Aspectos Éticos

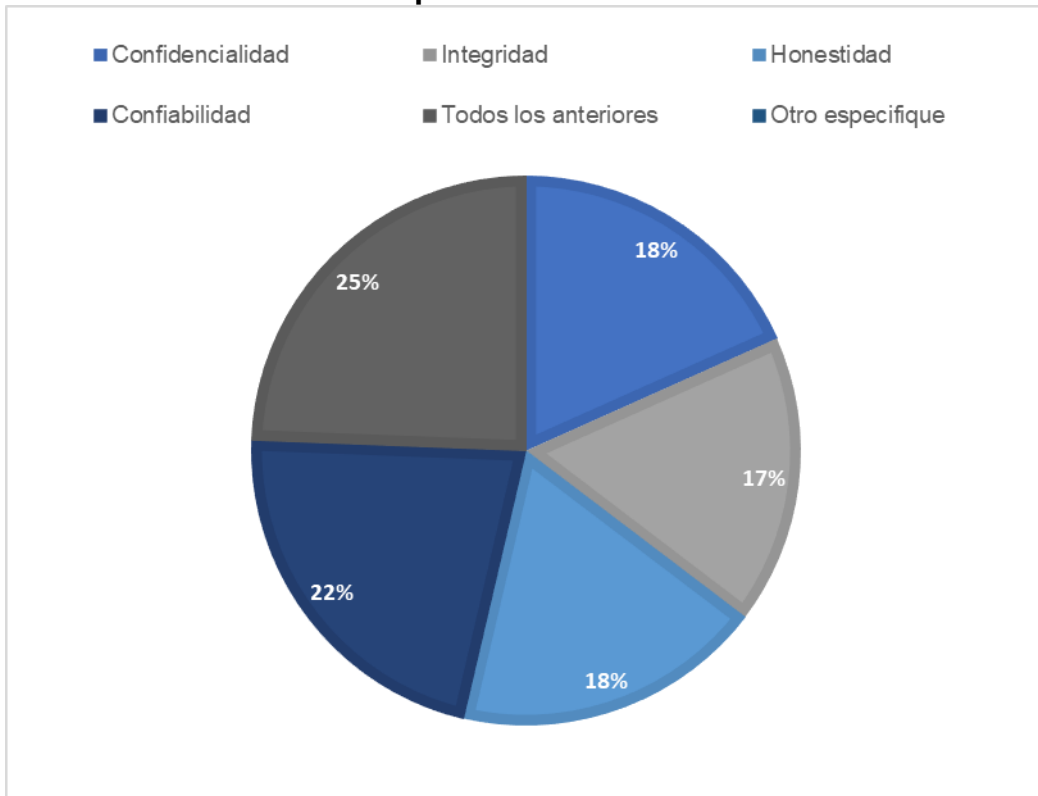
Opción	Frecuencia	Porcentaje.
Confidencialidad	15	18
Integridad	14	17
Honestidad	15	18
Confiabilidad	18	22
Todos los anteriores	20	24
Otro especifique	0	0
Total	82	100

Fuente: Pregunta No.12 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de la Región Norte.

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios empresarios de la Región, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes aspectos éticos el **24%** restante, todos los anteriores;

22 % a la confiabilidad; **18%** a la honestidad; **18%** de los aspectos éticos corresponde a la Confidencialidad y el **17%** a la integridad.

Gráfica No. 12
Aspectos Éticos



Fuente: Tabla No. 12, pregunta No.1 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de la

Tabla No. 13
Contenidos Multimedia

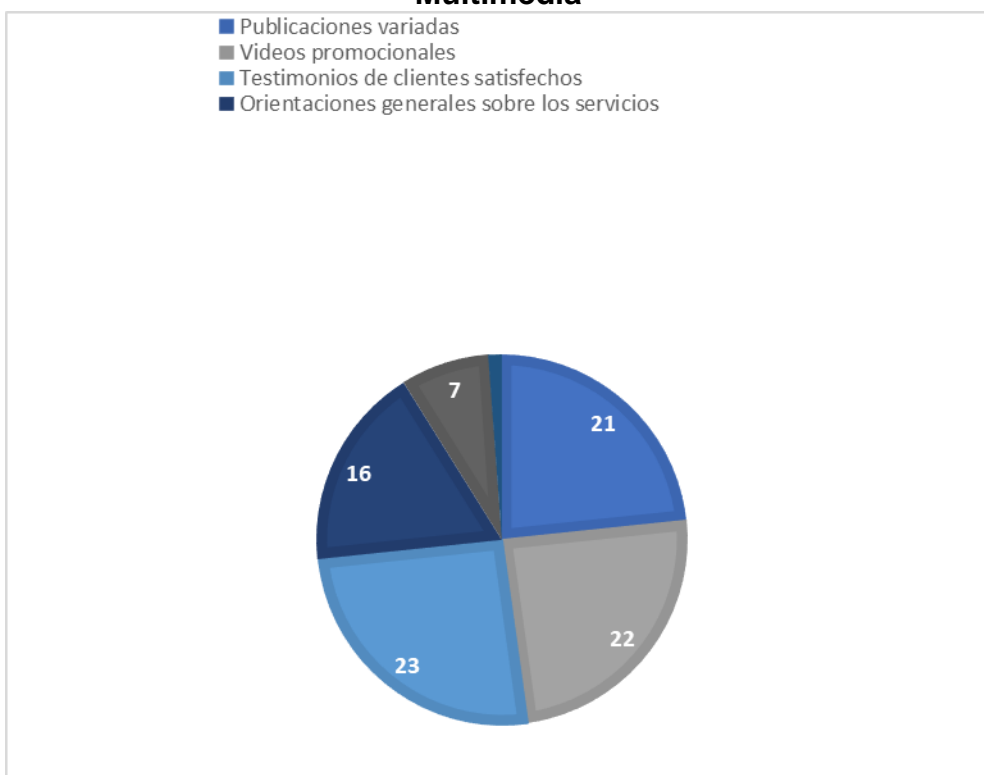
Opción	Frecuencia	%
Publicaciones variadas	21	23
Videos promocionales	22	24
Testimonios de clientes satisfechos	23	25
Orientaciones generales sobre los servicios	16	18
Perfil de los especialistas que trabajan en la empresa	7	7
Otro especifique	1	1
Total	90	100

Fuente: Pregunta No.13 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de cabrera, Santo Domingo y Santiago.

Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios empresarios de la Región, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de contenidos multimedia utilizados por sus negocios el **25%**, Testimonios de clientes satisfechos; **24%**, Videos promocionales; **23%**, Publicaciones variadas; **18%**, Orientaciones generales sobre los servicios y el **7%**, Perfil de los especialistas que trabajan en la empresa.

Gráfica No. 13
Contenidos
Multimedia



Fuente: Tabla No.13, pregunta No.13 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de cabrera, Santo Domingo y Santiago. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

Tabla No. 14
Estrategias Promocionales

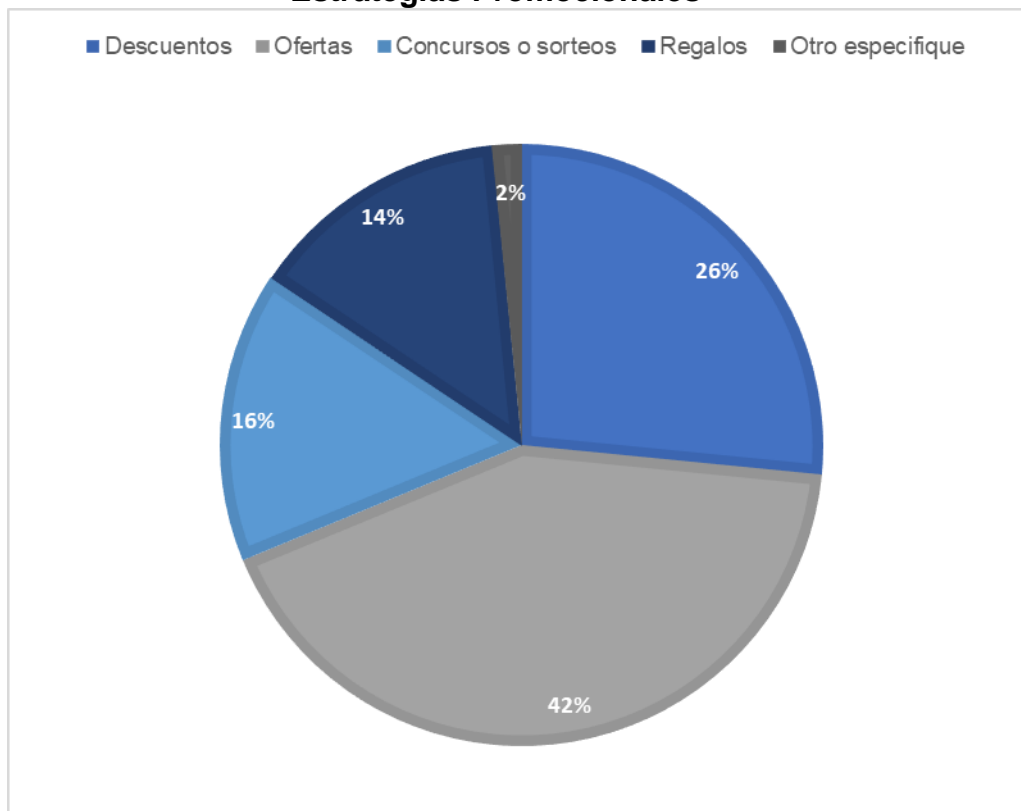
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	17	27
Ofertas	27	42
Concursos o sorteos	10	16
Regalos	9	14
Otro especifique	1	2
Total	64	100

Fuente: Pregunta No.14 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de la de cabrera, Santo Domingo y Santiago.

Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios empresarios de la Región, se pueden presentar los siguientes resultados considerando las estrategias promocionales requeridos por sus negocios el **42%** ofertas; el **27%** Descuentos; **16%**, concursos o sorteos; **14%** regalos y el **2%**, otros.

Gráfica No. 14
Estrategias Promocionales



Fuente: Tabla No. 14, pregunta No.14 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de cabrera, Santo Domingo y Santiago.

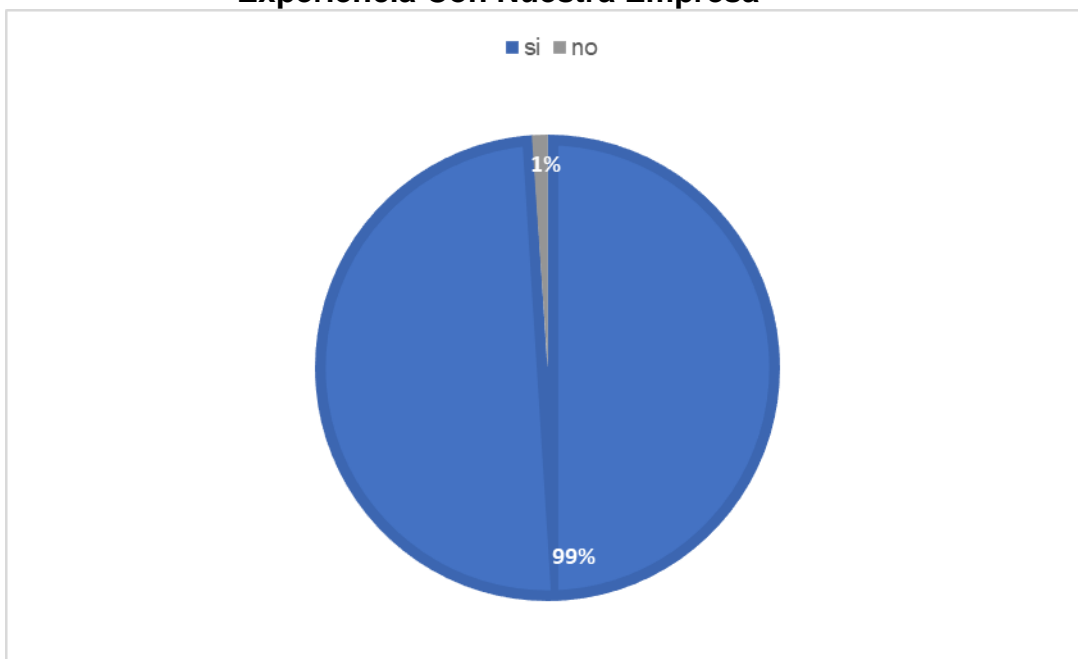
Tabla No. 15
Experiencia Con Nuestra Empresa

Opción	Frecuencia	%
Si	97	99
No	1	1
Total	98	100

Fuente: Pregunta No.15 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de cabrera, Santo Domingo y Santiago.

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios empresarios de la Región, se pueden presentar los siguientes resultados considerando la experiencia con nuestra empresa: **99%**, satisfactoria y el **1%**, no satisfactoria.

Gráfica No. 15
Experiencia Con Nuestra Empresa



Fuente: Tabla No. 15, pregunta No.15 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de cabrera, Santo Domingo y Santiago.

Tabla No. 16
Valoración Sobre Las Empresas

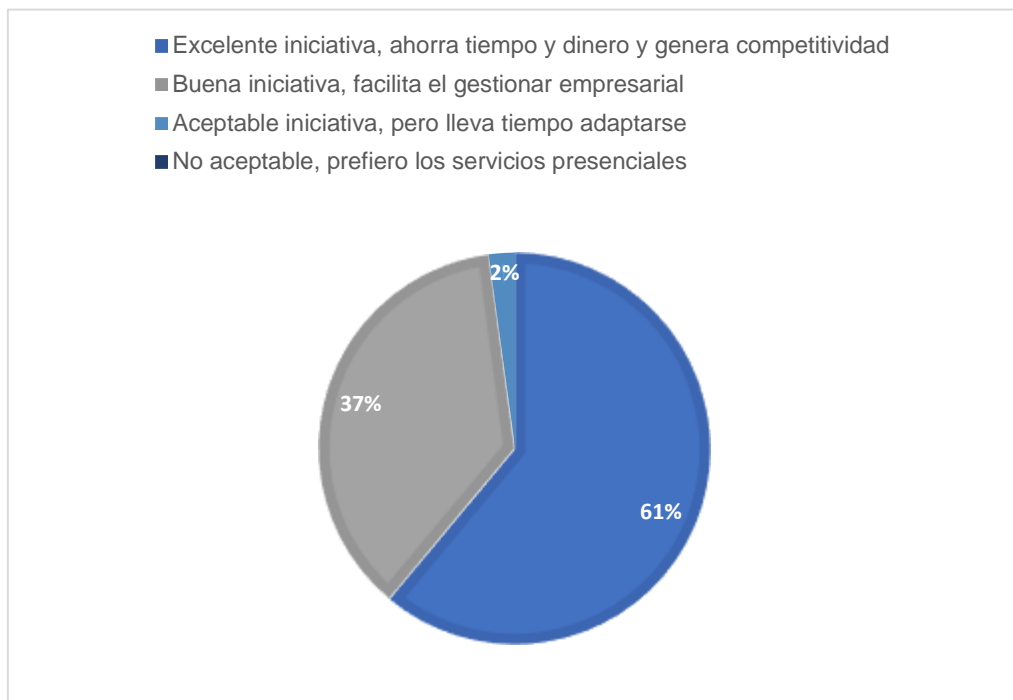
Opción	Frecuencia	%
Excelente iniciativa, ahorra tiempo y dinero y genera competitividad	58	61
Buena iniciativa, facilita el gestionar empresarial	35	37
Aceptable iniciativa, pero lleva tiempo adaptarse	2	2
No aceptable, prefiero los servicios presenciales	0	0
Total	95	100

Fuente: Pregunta No.16 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de cabrera, Santo Domingo y Santiago.

Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios empresarios de la Región, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de servicios requeridos por sus negocios: el **61 %** excelente iniciativa, ahorra tiempo y dinero y genera competitividad; **37%** buena iniciativa, facilita el gestionar empresarial y el **2%**, Aceptable iniciativa, pero lleva tiempo adaptarse.

Gráfica No. 16
Valoración sobre las Empresas



Fuente: Tabla No. 16, pregunta No.16 del cuestionario o encuesta aplicada a empresarios de cabrera, Santo Domingo y Santiago.

Sección III: Contexto Mercadológico

3.1 Objetivos mercadológicos

- Objetivos basados en el producto:** Una buena experiencia de compra a través del tiempo es ver en que está basado nuestros productos, los cuales nos permitirá que el cliente vuelva y lo recomiende a terceras personas. Esta nos ayuda a conocer y a desarrollar a continuación los objetivos de mejoras dentro de las estrategias de marketing, y son las que mencionamos a continuación.
 - Incrementar la satisfacción del cliente con los productos ofrecidos por medio de estudios de mercado y análisis de la competencia.
 - Identificar oportunidades de mejora en los productos o servicios existentes y desarrollar estrategias de márketing para implementarlas.
 - Introducir nuevos productos o servicios en el mercado para ampliar la oferta de la empresa buscando responder a las necesidades específicas de cada cliente.

- 2. Objetivos basados en los precios:** dentro de este objetivo debemos saber que nuestro precio no es el más bajo sino el más competitivo, por motivo de que nuestra calidad hace la diferencia y siendo esta una herramienta de diferenciación por nuestros clientes.
- Identificar oportunidades para optimizar los precios de los productos o servicios ofrecidos, maximizando la rentabilidad sin perder competitividad.
 - Desarrollar estrategias de promociones especiales que impulsen las ventas y atraigan a nuevos clientes.
 - Fidelizar a los clientes ofreciendo descuentos especiales o programas de lealtad basados en el valor que aportan.
- 3. Objetivos basados en la plaza:** El objetivo de plaza o distribución es una de las herramientas de utilización poderosísima hoy por hoy, ya que los medios que utilizamos son los actuales para llegar a nuestros públicos, que nos conoces y a otros que no son tan dados, pero creando las necesidades para que puedan contactarnos.
- Ofrecer nuestros servicios a través de nuestras plataformas digitales como son redes sociales, WhatsApp entre otros
 - Ampliar la cobertura geográfica de la empresa, a través de la apertura de nuevas oficinas.
 - Mejorar la eficiencia y la calidad del servicio al cliente a través de la implementación de sistemas y procesos más eficientes y modernos.
- 4. Objetivos basados en la promoción:** esto dependerá plenamente de los índices de recorrido en el plazo indicado puesto que no es solo llegar al cliente sino más bien cumplir con sus necesidades y lograr su fidelización en torno a nosotros como empresa.

- Incrementar el conocimiento de la empresa en el mercado a través de campañas publicitarias en medios tradicionales y digitales.
- Fomentar la participación de la audiencia a través de campañas de marketing.
- Generar ventas a corto plazo mediante promociones y descuentos especiales, aumentando así la fidelización del cliente.

5. Objetivos basados en las personas: Los Objetivos con relación a las personas este es nuestro punto inicial en torno a personas físicas o jurídicas, ya que esto entre las relaciones comerciales y fortalecen los valores de nuestra empresa.

3.2 Descripción del mercado meta

Demográficos:

- Nuestros público serán los emprendedores y empresas pymes. Ubicados en Santiago de los Caballeros, con empresas que confíen y quieran unirse al mundo digital para incrementar la venta de sus servicios y no lo han hecho por falta de conocimiento o han tenido intentos en los que no se han cumplido sus expectativas.
- Edad: Entre 25 y 50 años.
- Género: Sin distinción de género.
- Nivel socioeconómico: Medio-alto y alto.
- Educación: Estudios universitarios, técnicos o superiores.
- Estado civil: Sin distinción.

Psicográficos:

- Actitud hacia el marketing: Interesados en conocer las últimas herramientas de marketing para aplicarlas en sus negocios.
- Personalidad: Emprendedores, proactivos y enfocados en el crecimiento de sus empresas.

- **Estilo de vida:** Personas que se dedican al mundo empresarial o al sector de negocios, que necesitan un alto nivel de organización y están dispuestos a invertir en su crecimiento.

Comportamentales:

- **Motivaciones:** Buscan mejorar la presencia de su empresa en el mercado y aumentar sus ventas.
- **Necesidades:** Desean contar con un equipo de expertos en marketing que les ofrezca asesoría y soluciones personalizadas.
- **Comportamiento de compra:** Tienen un alto nivel de exigencia priorizando los productos según calidad y eficacia en los servicios que contratan.

3.3 Decisiones sobre el producto

1. **Estrategias de marketing digital:** Desarrollar estrategias de marketing digital para aumentar la visibilidad y presencia de la empresa frente a los clientes.

Diferenciándose la empresa de la competencia debido a que los planes de estrategias de marketing serán diseñados por expertos en el área, buscando responder a las necesidades de la población a la que se brinda los servicios, dando esto como beneficio que los clientes se sientan identificados con la empresa y que desarrollen fidelidad a la misma.

2. **Publicidad en línea:** Ayudar a los clientes a crear y administrar campañas publicitarias en línea, como Instagram, Facebook y otros, con esto los clientes tendrán la ventaja de que aprovecharán servicios en línea gratuitos como las redes sociales para promocionar su empresa y ser visibles frente a potenciales clientes.

La empresa se diferenciará de la competencia debido a que colocará material creativo en las redes y se dará seguimiento constante a la estética de la página creada, teniendo esto como beneficio que será llamativo para la audiencia y despertará su interés.

3. **Gestión de redes sociales:** Ayudar a los clientes a gestionar sus perfiles de redes sociales y a crear contenido atractivo para aumentar el alcance, las visualizaciones y la interacción de los clientes con la empresa de manera digital.

Teniendo como diferencia de la competencia que el objetivo principal de la empresa será comprometer a los clientes y desarrollar en ellos una lealtad inquebrantable hacia la misma.

3.4 Decisiones sobre el precio

El análisis del mercado nos ayuda a orientar el precio de venta que debe tener el producto o servicio. En términos simple, algo que vale lo que los clientes consideran adecuado en función de la utilidad que le entrega, y esto debe ser acorde al cumplimiento de ambas partes.

Una vez que tenemos el producto, debemos establecer el precio al que vamos a venderlo.

- Lo primero que debemos tener en cuenta es lo que nos ha costado a nosotros producirlo. Es un aspecto fundamental porque no queremos tener pérdidas, por lo que solo podremos establecer nuestro precio habiendo superado el umbral de su propio coste.
- También es importante que sepamos a qué precio se venden otros productos similares en el mercado: debemos adaptarnos a la competencia si está ya existiese.
- Otro aspecto que podemos tener en cuenta a la hora de establecer nuestro precio es cómo les va a ayudar a los clientes, según la utilidad que vaya a tener y la vida de uso útil que va a tener nuestro producto.

3.5 Decisiones sobre la Plaza.

- Este aspecto hace referencia a los canales a través de los cuáles se va a distribuir nuestro producto. En este punto entra en juego nuestra

creatividad. No solo tenemos que vender nuestro producto a través de un canal: cuántos más elijamos, más posibilidades tendrá el usuario de encontrarnos.

- Por ejemplo, si tenemos nuestros productos en los supermercados, y además es nuestra página online, ya estamos dando al usuario más posibilidades de encontrar nuestra marca a su alcance, al igual que en otros puntos de acercamientos con los clientes.
- Es importante tener en cuenta dónde está nuestro público, si nuestros clientes ideales se mueven más por redes sociales y compras online o si será más accesible para ellos encontrarnos en tiendas físicas.

3.6 Decisiones sobre el Promoción

- En este punto vamos a dar a conocer al cliente nuestro producto o servicio mediante campañas de ofertas, de lanzamiento. En definitiva, mediante estas campañas persuasivas intentaremos resaltar nuestro producto frente a otros similares de la competencia, para que nos acaben eligiendo. De esta forma posicionamos nuestro producto en la mente de nuestros consumidores y logramos aumentar el número de ventas.
- Es muy importante que para cumplir con este objetivo la publicidad no debe engañar y corresponde transmitir lo que el producto ofrece al cliente.

Sección IV: Contexto financiero

4.1 Plan de inversión

Partidas	Importe RD\$
Centro de operaciones.	
Alquiler Local.	15,000.00
Acondicionamiento Local.	30,000.00
Depósito o Reserva Local. (3 meses)	45,000.00
Mobiliario oficina.	
3 escritorios	24,000.00
3 sillas Ejecutivas	15,000.00
1 archivo	9,000.00
1 estante.	55,000.00
6 sillas para los clientes.	12,000.00
Equipos ofimáticos y otros.	
3 teléfono Ejecutivos.	6,000.00
1 impresora-Copiadora-Escáner.	48,000.00
3 computadoras.	189,000.00
1 inversor.	25,000.00
1 aire acondicionado.	35,000.00
5 dispensador de agua.	13,000.00
1 cafetera eléctrica.	900.00
3 calculadora.	1,950.00
Materiales e insumos de oficina.	
Papel bond 20 normal.	4,200.00
Papel bond timbrado.	3,800.00
Carpetas o folders.	3,000.00
Lapiceros, lápices, desatacadores.	1,500.00
Sobres de diversos tamaños.	800.00
Grapadora, desgranador, cinta pegante.	1,800.00
Sello, corrector, clic, post.	6,000.00
Materiales desechables (vasos, servilletas, ect.)	500.00
Contratación servicios.	
Línea telefónica plan corporativo. Claro Dominicana.	4,500.00
Paquete de internet de 50GB. Claro Dominicana	2,500.00
Plan móvil e internet para 3 personas.	6,200.00
Servicios de electricidad. (Edenorte)	6,000.00

Servicios de agua potable. (INAPA)	300.00
Microsoft Office 2019 Profesional. (anual)	50,000.00
Soporte y Asistencia Técnica. (Cecomsa) mensual	7,000.00
Hosting y Dominion. (Google Site)- annual	8,000.00
Registro Mercantil.	
Constitución, registro y permisos. La empresa contara con el registro establecido por la ley.	17,000.00
Capital Social	
Elma Lopez.	80.000.00
Roberto Martinez.	80.000.00
Yilenny Almonte.	80.000.00
Capital de trabajo disponible en banco.	240,000.00
Total, Inversión Inicial	RD\$1,123,150.00

4.2 Presupuesto

Partidas	Cantidad	Importe
Promocionales		RD\$
Afiliación o Compra		
Servicios		
Gorras.	10	15,000
Camisetas.	12	18,000
Termos.	5	13,000
Lapiceros.	30	4,000
Calcomanías.	25	6,000
Bultos para el Gym.	5	11,000
Sub - Total		
Actividades		
Publicitarias		
Actividades Online:		
Publicidad en Instagram.	5 menciones	5,240.00
Publicidad en Facebook.	10 menciones	2,620.00
Publicidad en	6	

YouTube.	menciones	2,700.00
Actividades en Medios:		
Anuncios o mención TV.		48,000.00
Anuncios o mención Radio.		20,000.00
Volantes.	300	2,000.00
Brochures.	200	1,500.00
Vallas.	2	30,000.00
Prensa.	1	29,500.00
Pantallas digitales.	1	17,000.00
Influencers.		25,000.00
Total:		173,000.00

4.3 Pronostico de ventas

Primer trimestre 2023

Partidas	Enero	Febrer o	Marzo
Servicio s	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Pago Único			
Aplicación de Estrategias de marketing digital.	80,000.00	80,000.00	80,000.00
Gestión de Publicidad en línea.	50,000.00	45,000.00	56,000.00
Pago 2 Cuotas			

Gestión de contenido multimedia.	85,000 .00	86,700 .00	88,434 .00
Introducción a las redes sociales.	85,000 .00	86,700 .00	88,434 .00
Gestión por competencias.	90,000 .00	91.800 .00	93,636 .00
Iguala			
Gestión de contenido multimedia.	85,000 .00	86,700 .00	88,434 .00
Total	390,00 0.00	389,40 0.00	406,50 4.00

Segundo trimestre 2023

Partidas	Abril	Mayo	Junio
Servicios	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Pago Único			
Aplicación de Estrategias de marketing digital.	80,000 .00	81,500 .00	81,500 .00
Gestión de Publicidad en línea.	58,000 .00	61,000 .00	65,000 .00
Pago 2			

Cuotas			
Gestión de contenido multimedia.	88,434 .00	90,000 .00	92,200 .00
Introducción a las redes sociales.	83,232 .00	84,897 ,00	85,000 .00
Gestión por competencias.	88,434 .00	90,000 .00	92,200 .00
Iguales.			
Gestión de contenido multimedia.	93,636 .00	95,000 .00	95,500 .00
Total	491,73 6.00	417,50 0.00	511,40 0.00

Tercer trimestre 2023

Partidas	Julio	Agosto	Septiembre
Servicios	Mes 7	Mes 8	Mes 9
Pago Único			
Aplicación de Estrategias de marketing digital.	66,500. 00	.70,000 .00	71,200. 00
Gestión de Publicidad en	66,200. 00	67,000. 00	67,800. 00

línea.			
Pago 2 Cuotas			
Gestión de contenido multimedia.	92,200. 00	94,000. 00	95,880. 00
Introducción a las redes sociales .	85,000. 00	86,700. 00	88,400. 00
Introducción a las redes sociales .	92,200. 00	94,000. 00	95,880. 00
Iguales			
Gestión de contenido multimedia.	95,500. 00	95,500. 00	97,400. 00
Total	497,60 0.00	507,20 0.00	516,560 .00

Cuarto Trimestre 2023

Partidas	Octubre Mes 10	Noviembre Mes 11	Diciembre Mes 12
Servicios			
Pago Único			
Aplicación de Estrategias de marketi	83,100. 00	83,100. 00	83,100. 00

ng digital.			
Gestión de Publicidad en línea.	70,500.00	73,000.00	76,500.00
Introducción a las redes sociales .	98,000.00	99,500.00	101,000.00
Pago 2 Cuotas			
Gestión de contenido multimedia.	95,880.00	97,800.00	97,800.00
Introducción a las redes sociales .	88,400.00	90,168.00	90,168.00
	95,880.00	97,800.00	97,800.00
Iguales			
Gestión de contenido multimedia.	97,400.00	99,300.00	101,300.00
Total	629,160.00	640,668.00	647,668.00

4.4 Estado de flujo de efectivo

Primer trimestre 2023

Partidas	Enero	Febrero	Marzo
Ingreso	Mes 1	Mes 2	Mes 3

s			
Ventas al contado.	138,00 0.00	142,50 0.00	146,50 0.00
Cuentas por Cobrar.	353,73 6.00	275,00 0.00	364,90 0.00
Otros.			
Total, Ingresos	440,23 6.00	366,00 0.00	459,90 0.00
Gastos			
Renta.	15,000. 00	15,000. 00	15,000. 00
Internet.	4,500.0 0	4,500.0 0	4,500.0 0
Teléfono fijo.	4,500.0 0	4,500.0 0	4,500.0 0
Plan móvil.	6,200.0 0	6,200.0 0	6,200.0 0
Luz.	6,000.0 0	6,000.0 0	6,000.0 0
Agua.	300.00	300.00	300.00
Soporte técnico.	8,000.0 0	8,000.0 0	8,000.0 0
Hosting y dominio.	7,000.0 0	7,000.0 0	7,000.0 0
Otros.	0	0	0
Total Gastos	51,500. 00	51,500. 00	51,500. 00
Flujo de efectivo	388,73 6.00	314,50 0.00	408,40 0.00
Flujos de efectivo Acumulados		1,111,636.00	

Segundo trimestre 2023

Partidas	Abril	Mayo	Junio
Ingresos	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Ventas al contado.	138,00 0.00	142,50 0.00	146,50 0.00
Cuentas	353,73	275,00	364,90

por Cobrar.	6.00	0.00	0.00
Otros.			
Total Ingresos	491,736.00	417,500.00	511,400.00
Gastos			
Renta.	15,000.00	15,000.00	15,000.00
Internet.	4,500.00	4,500.00	4,500.00
Teléfono fijo.	4,500.00	4,500.00	4,500.00
Plan móvil.	6,200.00	6,200.00	6,200.00
Luz.	6,000.00	6,000.00	6,000.00
Agua.	300.00	300.00	300.00
Soporte técnico.	8,000.00	8,000.00	8,000.00
Hosting y dominio.	7,000.00	7,000.00	7,000.00
Otros.	0	0	0
Total Gastos	51,500.00	51,500.00	51,500.00
Flujo de efectivo	440,236.00	366,000.00	459,900.00
Flujos de efectivo Acumulados		1,266,136.00	

Tercer trimestre 2023

Partidas	Julio	Agosto	Septiembre
	Mes 7	Mes 8	Mes 9
Ingresos			
Ventas al contado.	132,700.00	137,000.00	139,000.00
Cuentas por Cobrar.	364,900.00	370,200.00	377,560.00
Otros.			
Total Ingreso	497,600.00	507,200.00	516,560.00

s			
Gastos			
Renta.	15,000.00	15,000.00	15,000.00
Internet.	4,500.00	4,500.00	4,500.00
Teléfono fijo.	4,500.00	4,500.00	4,500.00
Plan móvil.	6,200.00	6,200.00	6,200.00
Luz.	6,000.00	6,000.00	6,000.00
Agua.	300.00	300.00	300.00
Soporte técnico.	8,000.00	8,000.00	8,000.00
Hosting y dominio.	7,000.00	7,000.00	7,000.00
Otros.	0	0	0
Total Gastos	51,500.00	51,500.00	51,500.00
Flujo de efectivo	446,100.00	455,700.00	465,060.00
Flujos de efectivo Acumulados		1,366,860.00	

Cuarto trimestre 2023

Partidas	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingresos	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ventas al contado.	251,600.00	255,600.00	260,600.00
Cuentas por Cobrar.	377,560.00	385,068.00	387,068.00
Otros.			
Total, Ingresos	629,160.00	640,668.00	647,668.00
Gastos			
Renta.	15,000.00	15,000.00	15,000.00

Internet.	4,500. 00	4,500.0 0	4,500. 00
Teléfono fijo.	4,500. 00	4,500.0 0	4,500. 00
Plan móvil.	6,200. 00	6,200.0 0	6,200. 00
Luz.	6,000. 00	6,000.0 0	6,000. 00
Agua.	300.00	300.00	300.00
Soporte técnico.	8,000. 00	8,000.0 0	8,000. 00
Hosting y dominio.	7,000. 00	7,000.0 0	7,000. 00
Otros.	0	0	0
Total Gastos	51,500 .00	51,500. 00	51,500 .00
Flujo de efectivo	577,66 0.00	589,16 8.00	596,16 8.00
Flujos de efectivo Acumulados		1,762,996.00	

Conclusión

En conclusión, la planificación es un factor crítico para la creación de un nuevo negocio y es fundamental en la administración de empresas. La literatura existente sobre el tema y los casos de estudio de empresas exitosas muestran que la planificación adecuada puede ayudar a los empresarios a comprender mejor su mercado, establecer objetivos realistas, identificar los recursos necesarios y desarrollar estrategias efectivas para alcanzarlos.

Además, una planificación adecuada puede ayudar a los empresarios a reducir los riesgos asociados con el inicio de un nuevo negocio y establecer una dirección clara para su empresa. Por lo tanto, se recomienda que los empresarios dediquen tiempo y recursos suficientes para planificar adecuadamente antes de lanzar su nuevo negocio.

Con una planificación adecuada, los empresarios pueden aumentar significativamente las posibilidades de éxito a largo plazo y lograr sus objetivos empresariales de manera más eficiente.

Bibliografías

Cerillo, C. (2021). Conoce las 5 P del marketing. Recuperado de: <https://www.occamagenciadigital.com/blog/conoce-las-5-p-del-marketing>

Impúlsame, (2014). La revolución del marketing. No son 4, son 5 P's. Recuperado de: <https://impulsame.es/2014/08/la-revolucion-del-marketing-no-son-4-son-5-p/>

Anexos

Anexo Número 1: Información del equipo investigador



**Yilenny Almonte Frías.
LICENCIATURA MERCADEO.**

Reside en Santiago de los caballeros, 28 años, con experiencia en el sector financiero por más de 6 años.

Estudiante de termino en UAPA en la carrera de mercadeo.

Soy una persona constante, integra, enfocada y luchadora, madre de 1 niña de 11 años, entregada a mi familia. Amante y defensora de la naturaleza.



**Elma López Martínez
LICENCIATURA EN
ADMINISTRACION DE EMPRESAS.**

Resido en Cabrera tengo 30 años, trabajo como ayudante administrativo en telecomunicaciones claro por más de 7 años.

Me encanta emprender especialmente en las ventas de productos, me considero tranquila me encanta bailar, andar y amo a los animales.



Roberto Martínez De la Rosa
LICENCIATURA EN ADMINITRACION DE
EMPRESAS.

Soy Roberto Martínez De la Rosa, tengo 31 años, en la actualidad estudio la licenciatura en administración de empresas en UAPA.

Soy una persona de principios y apegado a los valores y tengo el compromiso con mi patria de forjar una familia con valores.

Anexo Número 2: Instrumento de recolección de información utilizado

<https://docs.google.com/forms/d/1NzZZDhsgsDu5M3NpIGWrNAFGLpndCErn6FypDFykeLU/edit#responses>

ENCUESTA A CLIENTES POTENCIALES



lasalvacion02@gmail.com

Para Roberto Martínez De La Rosa



2:06 p. m.



Si hay problemas con el modo en que se muestra este mensaje, haga clic aquí para verlo en un explorador web.

Haga clic aquí para descargar imágenes. Para ayudarle a proteger su confidencialidad, Outlook ha impedido la descarga automática de algunas imágenes en este mensaje.



Te invité a llenar un formulario:

ENCUESTA A CLIENTES POTENCIALES

¡Hola! Somos participantes de termino de esta prestigiosa institución. Le invitamos a participar de manera confidencial en la siguiente encuesta. El propósito de esta es **identificar los aspectos más valorados por usted en la oferta de servicios profesionales orientados al marketing y a la administración de empresas de contratación externa.**

[COMPLETAR FORMULARIO](#)

[Crear tu propio Formulario de Google](#)

ENCUESTA A CLIENTES POTENCIALES

¡Hola! Somos participantes de término de esta prestigiosa institución. Le invitamos a participar de manera confidencial en la siguiente encuesta. El propósito de esta es identificar los aspectos más valorados por usted en la oferta de servicios profesionales orientados al marketing y a la administración de empresas de contratación externa.

1. ¿Cuál es la naturaleza comercial de su Pyme?

Extractiva.

Industrial.

Comercial.

Servicios.

2. ¿Qué tipo de servicios mercadológicos serían del especial interés para su empresa en este momento? (Puede marcar varias opciones)

ENCUESTA A CLIENTES POTENCIALES

¡Hola! Somos participantes de término de esta prestigiosa institución. Le invitamos a participar de manera

[docs.google.com](https://docs.google.com/forms/d/1NzZZDhsgsDu5M3NpIGWrNAFGLpndCErn6FypDFykeLU/edit#responses)

[https://docs.google.com/forms/d/1NzZZDhsgsDu5M3NpIGWrNAFGLpndCErn6FypDFykeLU/edit#resp
onses](https://docs.google.com/forms/d/1NzZZDhsgsDu5M3NpIGWrNAFGLpndCErn6FypDFykeLU/edit#responses)

Anexo número 2: ENCUESTA A CLIENTES POTENCIALES

¡Hola! Somos participantes de término de esta prestigiosa institución. Le invitamos a participar de manera confidencial en la siguiente encuesta. El propósito de esta es **identificar los aspectos más valorados por usted en la oferta de servicios profesionales orientados al marketing y a la administración de empresas de contratación externa.**

- 1. ¿Cuál es la naturaleza comercial de su Pyme?**
 - Extractiva.
 - Industrial.
 - Comercial.
 - Servicios.
- 2. ¿Qué tipo de servicios mercadológicos serían del especial interés para su empresa en este momento? (Puede marcar varias opciones)**
 - Estudio de mercados.

- Plan de marketing.
- Creación de espacios virtuales.
- Manejo de redes sociales.
- Campaña Publicitaria.
- Gestión de marca.
- Lanzamiento de nuevo producto.
- Creación de imagen corporativa.
- Otro especifique.

3. ¿Qué tipo de servicios de administración de empresas serían del especial interés para su empresa en este momento? (Puede marcar varias opciones).

- Gestión financiera
- Reclutamiento de personal.
- Relaciones públicas.
- Gestión adquisitiva.
- Mediación y negociación.
- Marketing y promoción.
- Facilitación de programas de formación.

4. ¿Cuáles aspectos considera valiosos para su empresa en la contratación de un outsourcing mercadológico o administrativo? (Puede marcar varias opciones)

- Profesionalidad.
- Calidad del servicio.
- Diversidad en la oferta.
- Precios competitivos.
- Reputación.
- Atención personalizada.
- Otro especifique.

5. ¿Ha contratado servicios de outsourcing mercadológicos o administrativo de manera virtual?

- Si.
- No.

6. Si respuesta es afirmativa, ¿Cuál ha sido su experiencia hasta el momento?

- Muy satisfactoria.
- Satisfactoria.
- Poco satisfactoria.
- Insatisfactoria.

7. ¿Cuáles aspectos considera son de vital importancia para su empresa en la contratación externa mercadológica o administrativa virtual? (Puede marcar varias opciones)

- Comunicación oportuna y constante.
- Respuesta inmediata.
- Flujo de información adecuado.
- Uso de diagnósticos personalizados.
- Adaptación de los servicios ofrecidos.
- Todas las anteriores.
- Otro especifique.

8. ¿Cuáles plataformas digitales les inspiran más confianza en términos de negocios digitales? (Puede marcar varias opciones)

- Website empresarial.
- LinkedIn.
- Instagram.
- Facebook.
- Otra especifique.

9. ¿Cuáles tipos de contactos considera oportunos y convenientes en negocios digitales? (Puede marcar varias opciones)

- Videollamadas.
- Llamadas telefónicas.
- Chat.
- WhatsApp.
- Correo electrónico.

- Otro especifique.

10. ¿Cuáles tipos de formatos de pago considera más funcionales para su empresa? (Puede marcar varias opciones)

- Transferencias.
- Cargos a tarjetas.
- Depósitos.
- PayPal.
- Tpagó.
- Todas las anteriores.

11. ¿Qué tipo de modalidad de pago valoraría más su empresa?

- Cotización y pago por servicio solicitado.
- Iguala mensual.
- Otro especifique.

12. ¿Cuáles aspectos éticos valora más su empresa al contratar servicios profesionales online? (Puede marcar varias opciones)

- Confidencialidad.
- Integridad.
- Honestidad.
- Confiabilidad.
- Todos los anteriores.
- Otro especifique.

13. ¿Qué tipo de contenidos multimedia le gustaría apreciar en los espacios virtuales de este tipo de negocios? (Puede marcar varias opciones)

- Publicaciones variadas.
- Videos promocionales.
- Testimonios de clientes satisfechos.
- Orientaciones generales sobre los servicios.
- Perfil de los especialistas que trabajan en la empresa.
- Otro especifique

14. ¿De qué tipos de estrategias promocionales les gustaría disfrutar su empresa? (Puede marcar varias opciones)

- Descuentos.

- Ofertas.
- Concursos o sorteos.
- Regalos.
- Otro especifique.

15. Si su experiencia con nuestra empresa es satisfactoria, ¿estaría su empresa en disposición de recomendarnos con otros colegas o empresarios?

- Si.
- No.

16. ¿Cuál es su valoración sobre las empresas que ofrecen sus servicios empresariales de manera digital?

- Excelente iniciativa, ahorra tiempo y dinero y genera competitividad.
- Buena iniciativa, facilita el gestionar empresarial.
- Aceptable iniciativa, pero lleva tiempo adaptarse.
- No aceptable, prefiero los servicios presenciales.

Anexo número 3: Capturas de la página web



Bienvenidos a LMA Marketing Group



¿Necesitas ayuda para iniciar tu negocio?



¿Quieres innovar y e impulsar las ventas de tu empresa?



¿Necesitas asesoría sobre estrategias de vanguardia en el marketing?

Si quieres conocer más sobre nosotros presiona el siguiente botón



¿Qué es Sumon?



Somos una empresa dedicada a facilitar negocios y apoyo a emprendedores que desean establecer un nuevo negocio. Nuestro objetivo principal es brindar al cliente la posibilidad de crear una empresa bien estructurada, organizada y rentable, a través de una asesoría profesional y con el fin de maximizar sus recursos por productividad.

Nuestro equipo



Yileny Almonacid Prias

Licenciada en mercadotecnia, graduada de comercio exterior como una lingüista, informática, creación del servicio al cliente, gestión humana, finanzas, entre otros.

Con más de seis años de experiencia en el mundo empresarial, fundador en Santiago de los Caballeros.

Me caracterizo por ser una persona, íntegra, educada, profesional, ágil en las acciones laborales por donde siempre hago cumplir con las expectativas de nuestros clientes de la manera más satisfactoria, puntual, agitando al crecimiento en una de las empresas líderes en este tipo de servicios en el mercado.

Elena López Martínez

Licenciada en mercadotecnia, graduada de la Universidad UPR, egresada de la carrera de mercadotecnia, especializada en gestión financiera de empresas, finanzas y marketing.

Con más de tres años de experiencia en el mundo empresarial, en el área de ventas.



Elma López Martínez

Desarrollada en actividades relacionadas con el marketing y la comunicación publicitaria en el ámbito de la empresa, dentro de los ámbitos de planificación, ejecución y gestión de campañas de promoción humana y marketing.

Como líder de operaciones de diversas organizaciones, realizó un salario 50%.

Me especializo a nivel personal gratis, claro, cuando desde una tienda de mi casa me ayuda a trabajar desde la empresa y servicios de cliente, de una manera creativa con la finalidad de hacer un trabajo que los clientes que me ayudan me motivan para el desarrollo.



Roberto Martínez De la Rosa

Maestría en Administración y Dirección de Empresas

Certificación Internacional en Coaching

Certificación ISO 9001:2015

Años de experiencia de consultoría y logística

Años de experiencia en finanzas y de rubro

Años de experiencia en recursos humanos y certificación internacional

Años de gestión de Docencia



Filosofía de la empresa



Misión

... para asegurar el éxito de nuestros clientes...

Visión

... ser una empresa líder en el mercado...

Valores

... honestidad, integridad, respeto...

Asesoría en marketing digital

Brindamos apoyo a las empresas que necesitan orientación sobre cómo utilizar las redes sociales como un motor de ventas y promoción para su empresa.



Plan de negocios

Orientamos a nuevos empresarios sobre el plan de negocio que debe seguir para que su empresa inicie por todo lo alto.



Estudios de mercado

Analizamos las necesidades más resaltadas donde nuevos empresarios quieren invertir, con el objetivo de crear empresas nuevas e innovadoras las cuales cubran las necesidades presentadas.



Plan de inversión inicial

Hacemos los cálculos necesarios para que el cliente sepa cuánto dinero debe invertir, cuándo debe gastar y en qué tiempo comenzará a ver ganancias de su nuevo negocio.




LMA MARKETING GROUP - Ofertas

sites.google.com/view/proyectomodulo3final/ofertas

LMA MARKETING GROUP

Ofertas



Asesoría y consultoría a pequeñas y medianas empresas

Actualmente buscamos apoyar a pequeñas y medianas empresas, brindándoles la oportunidad de consultarnos y presentarnos sus inquietudes para brindarles soluciones prudentes y adecuadas a su presupuesto.

Hacemos esto con el objetivo de apoyar a pequeños empresarios que desean seguir creciendo y necesitan de ayuda de profesionales.

Precio normal del plan de asesoría: 12,000
 Precio por la oferta: 7,000

25°C Parc. nublado

LMA MARKETING GROUP - Cont

sites.google.com/view/proyectomodulo3final/contactos

LMA MARKETING GROUP

Contactos

MENSAJERÍA Y TELEFONÍA

(829) 788-4024 @LMAMARKETINGGROUP LMAMARKETINGGROUP@GMAIL.COM

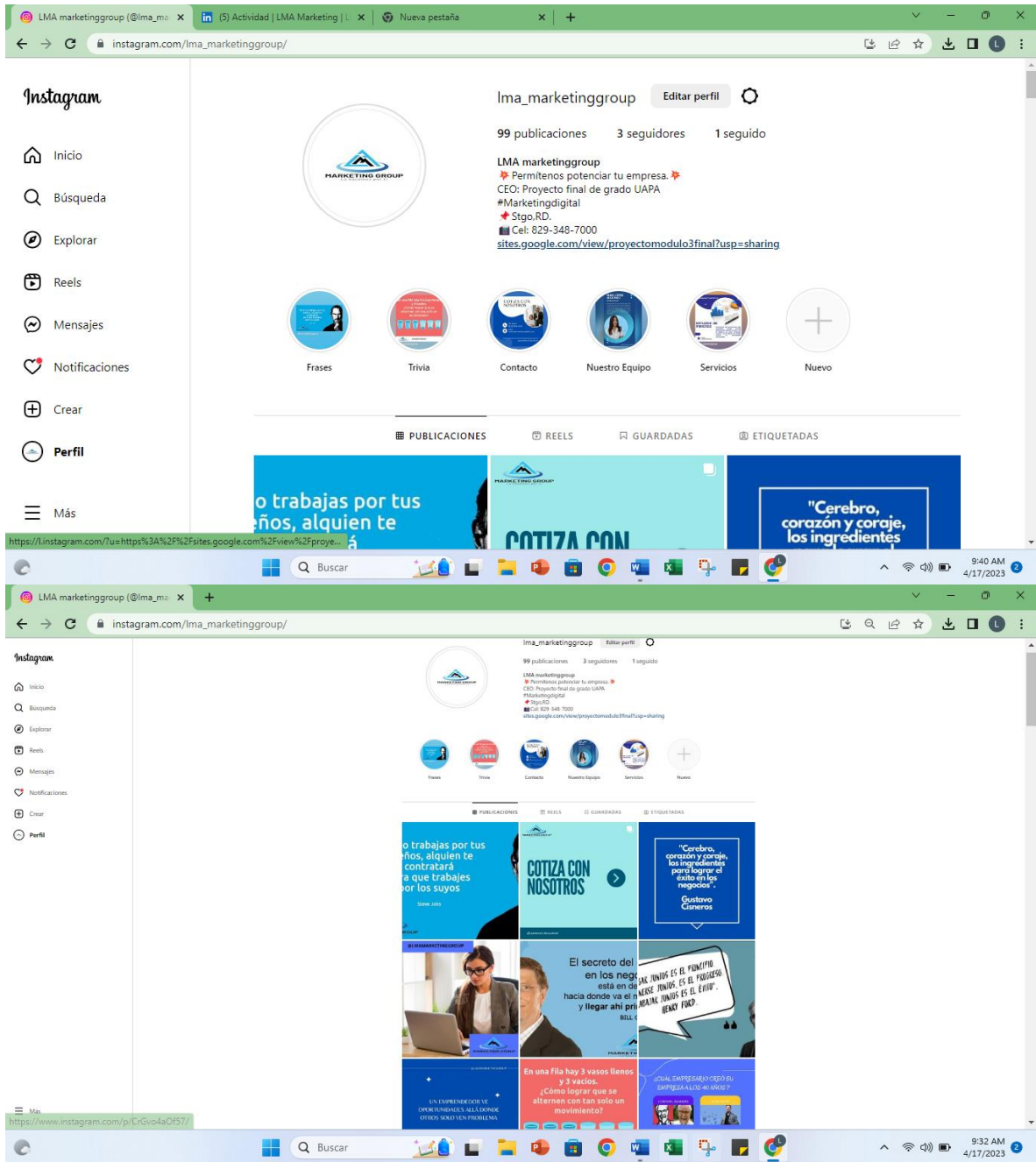
Ubicación

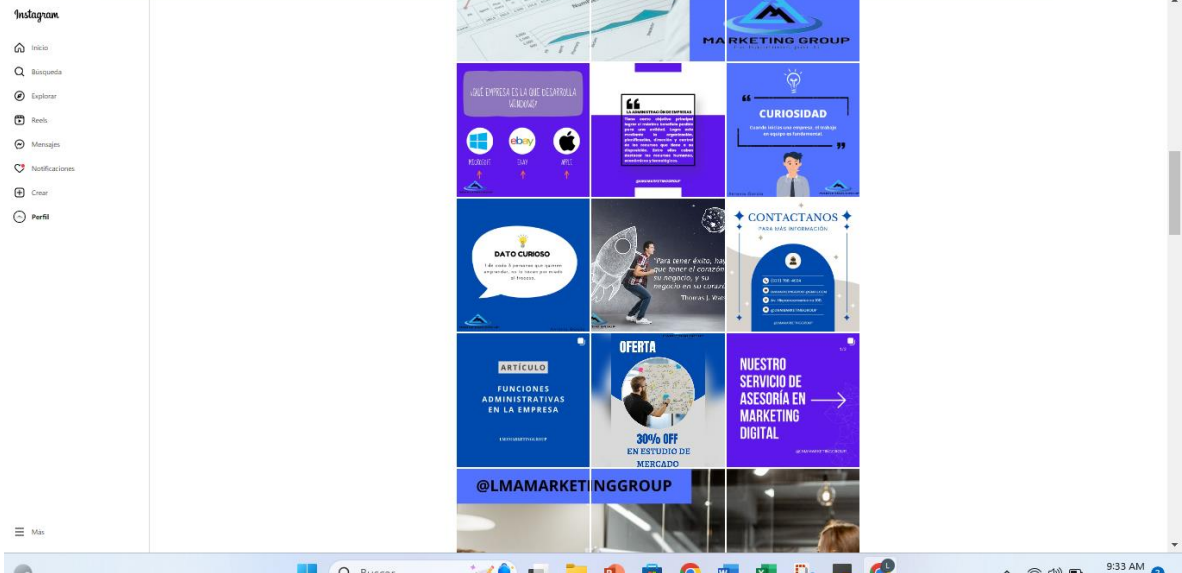
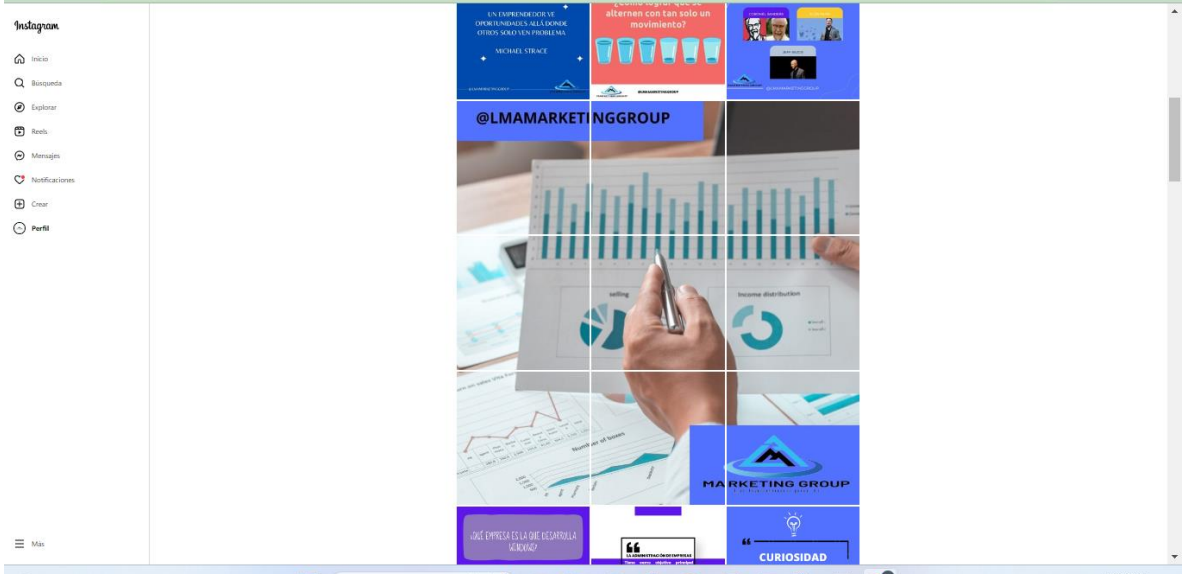
Av. Hispanoamericana 100
 Av. Hispanoamericana 100, Santiago de los Caballeros, 81002

Esperando a www.google.com...

25°C Parc. nublado

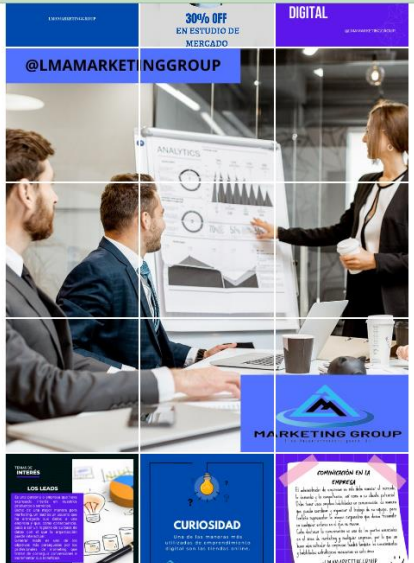
Anexo número 4: Perfil de Instagram creado:
https://www.instagram.com/lma_marketinggroup/





Instagram navigation menu:

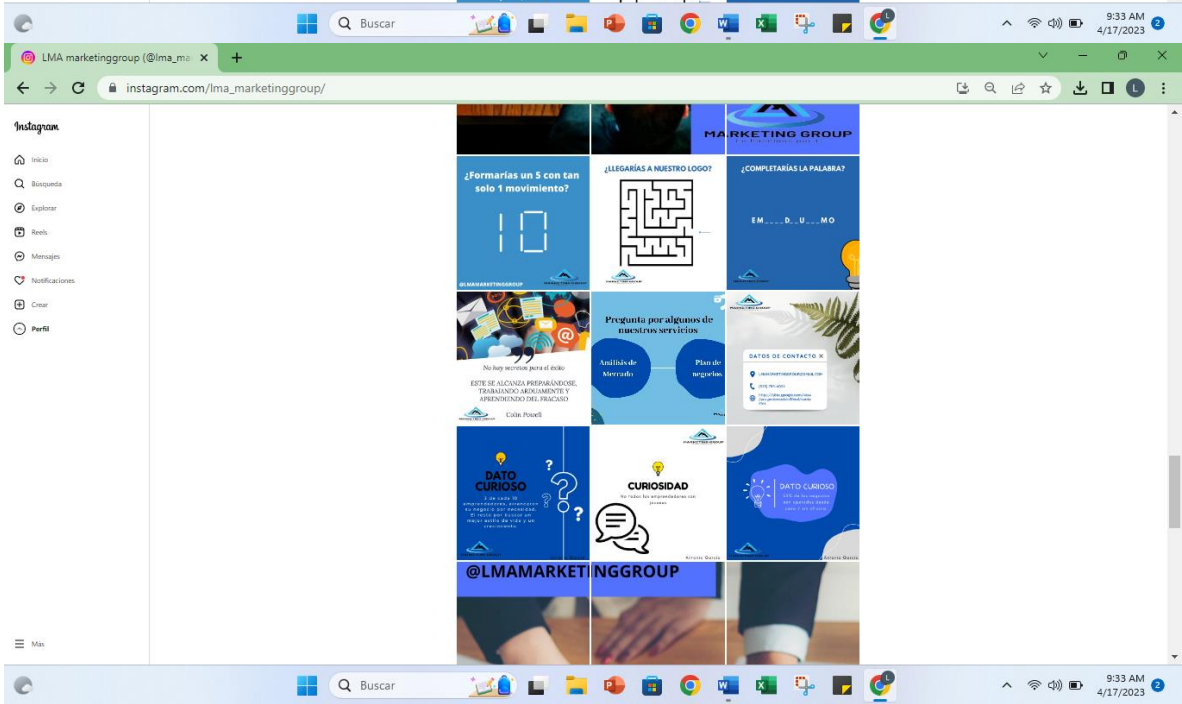
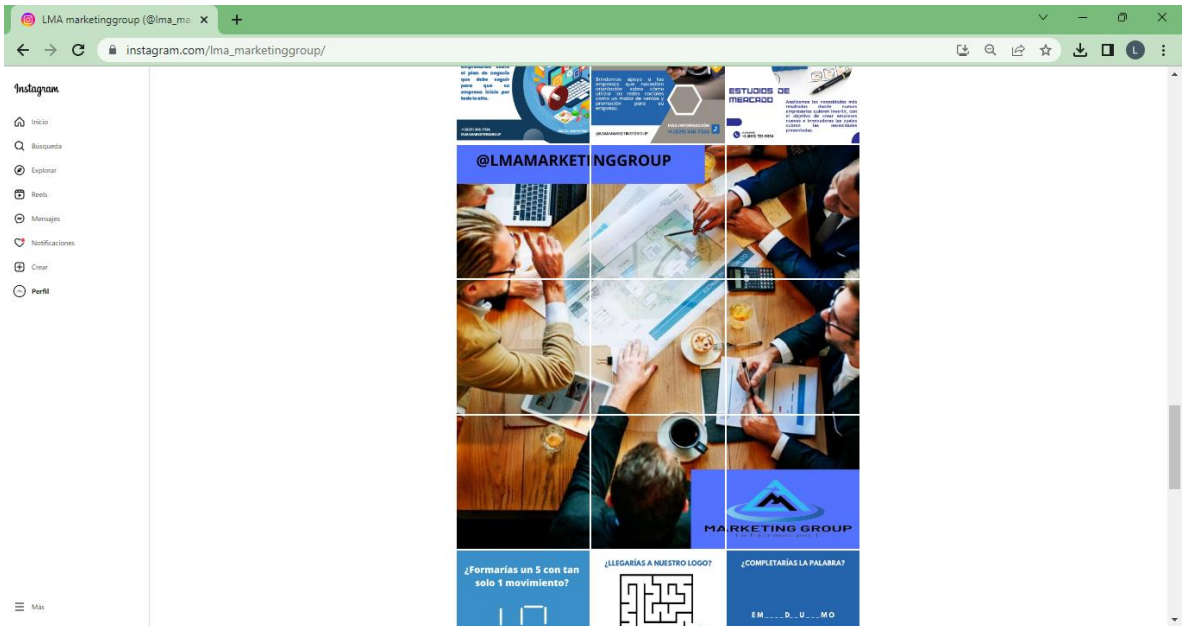
- Inicio
- Busqueda
- Explorar
- Reels
- Mensajes
- Notificaciones
- Crear
- Perfil

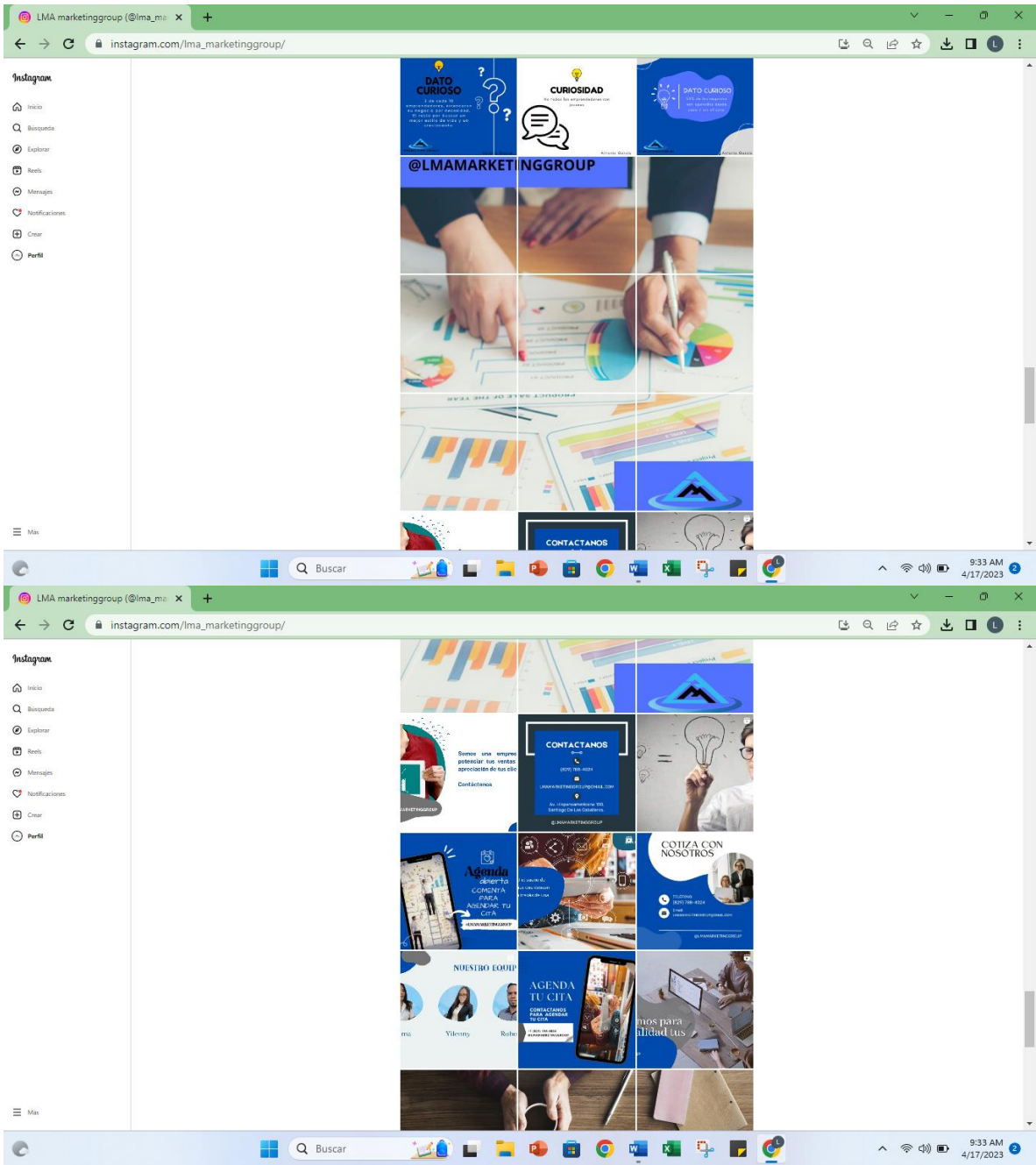


Instagram navigation menu (repeated):

- Inicio
- Busqueda
- Explorar
- Reels
- Mensajes
- Notificaciones
- Crear
- Perfil







Instagram

- Inicio
- Busqueda
- Explorar
- Reels
- Mensajes
- Notificaciones
- Crear
- Perfil

Más



Instagram

- Inicio
- Busqueda
- Explorar
- Reels
- Mensajes
- Notificaciones
- Crear
- Perfil

Más



Anexo número 5: Perfil de LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/lma-marketing-806103272/>

This screenshot shows the LinkedIn profile activity page for LMA Marketing. The browser address bar displays the URL: [linkedin.com/in/lma-marketing-806103272/recent-activity/](https://www.linkedin.com/in/lma-marketing-806103272/recent-activity/). The page header includes navigation icons for Inicio, Mi red, Empleos, Mensajes, and Notificaciones. The main content area is titled "Actividad de LMA" and features tabs for "Todo", "Artículos", "Publicaciones", and "Documentos". A post from "LMA Marketing - Tú" is visible, dated "22 horas" ago. The post content consists of a blue background with a white circle containing a lightbulb icon and the text: "DATO CURIOSO" followed by "1 de cada 3 personas que quieren emprender, no lo hacen por miedo al fracaso." The right sidebar contains links for "Acerca de", "Accesibilidad", "Centro de ayuda", "Privacidad y condiciones", "Opciones de publicidad", "Publicidad", "Servicios empresariales", and "Descargar la aplicación de LinkedIn". The bottom of the page shows a Windows taskbar with the search bar and system tray.

This screenshot shows a mobile phone displaying the LinkedIn profile activity page for LMA Marketing. The phone screen is oriented vertically and shows the same content as the desktop screenshot above. The top of the phone screen displays the browser address bar with the URL: [linkedin.com/in/lma-marketing-806103272/recent-activity/](https://www.linkedin.com/in/lma-marketing-806103272/recent-activity/). The main content area shows the "Actividad de LMA" header and the "DATO CURIOSO" post. The bottom of the phone screen shows a Windows taskbar with the search bar and system tray.

LinkedIn post carousel with 4 slides:

- Slide 1: Image of a woman in a business suit.
- Slide 2: Text: "En una fila hay 3 vasos llenos y 3 vacíos. ¿Cómo lograr que se alternen con tan solo un movimiento?"
- Slide 3: Text: "¿Formarías un 5 con tan solo 1 movimiento?"
- Slide 4: Text: "¿JUEGO CUAL DEBERÍAS HACER PARA LOGRAR UN 5 CON TAN SOLO 1 MOVIMIENTO?"

LinkedIn post carousel with 4 slides:

- Slide 1: Text: "¿JUEGO CUAL DEBERÍAS HACER PARA LOGRAR UN 5 CON TAN SOLO 1 MOVIMIENTO?"
- Slide 2: Text: "¿JUEGO CUAL DEBERÍAS HACER PARA LOGRAR UN 5 CON TAN SOLO 1 MOVIMIENTO?"
- Slide 3: Text: "CURIOSIDAD" with a speech bubble icon.
- Slide 4: Text: "¿FORMARÍAS UN 5 CON TAN SOLO 1 MOVIMIENTO?"

The first post features a purple background with a white box containing text and a small image. The second post has a blue background with a lightbulb icon and the text 'CON LEADOS'. The third post is blue with a large question mark and the text 'DATO CURIOSO'.

The first post is blue with a lightbulb icon and the text 'DATO CURIOSO'. The second post is white with blue text: 'OFERTA FLASH 40% OFF EN TODOS NUESTROS SERVICIOS POR NUESTRO ANIVERSARIO'. The third post shows a hand holding a pen over a document with the text 'CONSEJOS'.

This LinkedIn post features a vertical carousel of images. The top image is titled "DATOS DE CONTACTO X" and includes contact information such as a website (www.lma-marketing.com), a phone number (900 784 800), and an email address (info@lma-marketing.com). The second image is titled "PREGUNTA" and features a question mark icon. The carousel is set against a light background with a fern leaf graphic on the right side.

This LinkedIn post features a vertical carousel of images. The top image is titled "QUE OPINIA LA QUE DESARROLLA @GROUP" and displays logos for Microsoft, IBM, and Apple. The second image is titled "CONTACTANOS" and provides contact details including a phone number (900 784 800), website (www.lma-marketing.com), and email (info@lma-marketing.com). The third image is titled "OFERTA" and shows a person in a white shirt. The carousel is set against a light background with a fern leaf graphic on the right side.

OFERTA ESPECIAL 30% OFF
PARA TODAS LAS EMPRESAS MICROEMPRESARIAS

El primer paso para crecer es tener un plan de negocio claro y definido. En LMA Marketing Group te ayudamos a diseñar el plan de negocio que necesitas para tu negocio. Te ofrecemos un servicio personalizado y profesional que te ayudará a definir tus objetivos, a analizar el mercado y a diseñar una estrategia de marketing efectiva. ¡No pierdes nada al probarlo! **30% OFF** en tu primer plan de negocio. ¡Reserva ahora!

¿COMPLETARÍAS LA PALABRA?
E... ..D... ..U... ..NO

¿CÓMO EMPRENDEN LOS EMPRESARIOS MÁS AVANZADOS?

The first post features a blue background with the text "EM...D...U...MO" and a lightbulb icon. The second post asks "¿CÓMO EMPLEAMOS LOS DATOS EN NUESTRA EMPRESA A LOS NEGOCIOS?" and includes a small video thumbnail. The third post is titled "¿LEGGARAS A NUESTRO LOGO?" and displays a complex maze graphic.

The first post shows a person standing next to a large rocket ship with the text "Para tener éxito, hay que tener un objetivo en mente...". The second post features a man in a suit with a blue speech bubble and the text "CONTACTANOS PARA MÁS INFORMACIÓN". The third post shows an interior view of a modern office space.

ASESORIA EN MARKETING DIGITAL

PLAN DE NEGOCIOS

ASESORIA EN MARKETING DIGITAL

ASESORIA EN MARKETING DIGITAL

Agencia de Marketing Digital

¿CÓMO TRAZAR EL PERFECTO CAMINO PARA EL ÉXITO EN EL MUNDO DIGITAL?

El secreto del éxito en los negocios está en practicar tres cosas en el mundo y lograr un balance.

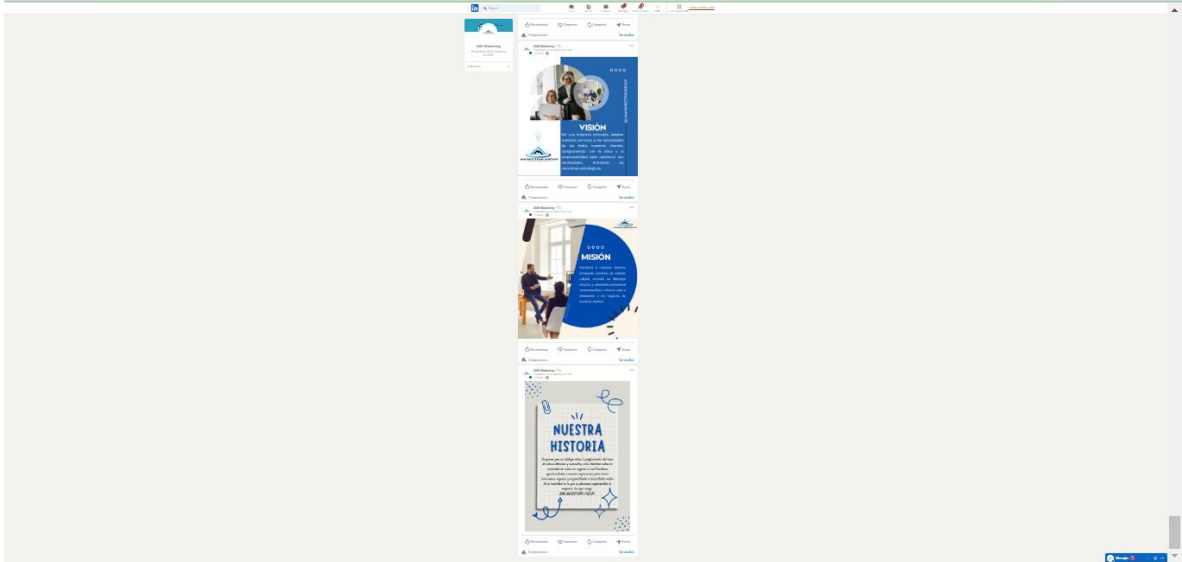
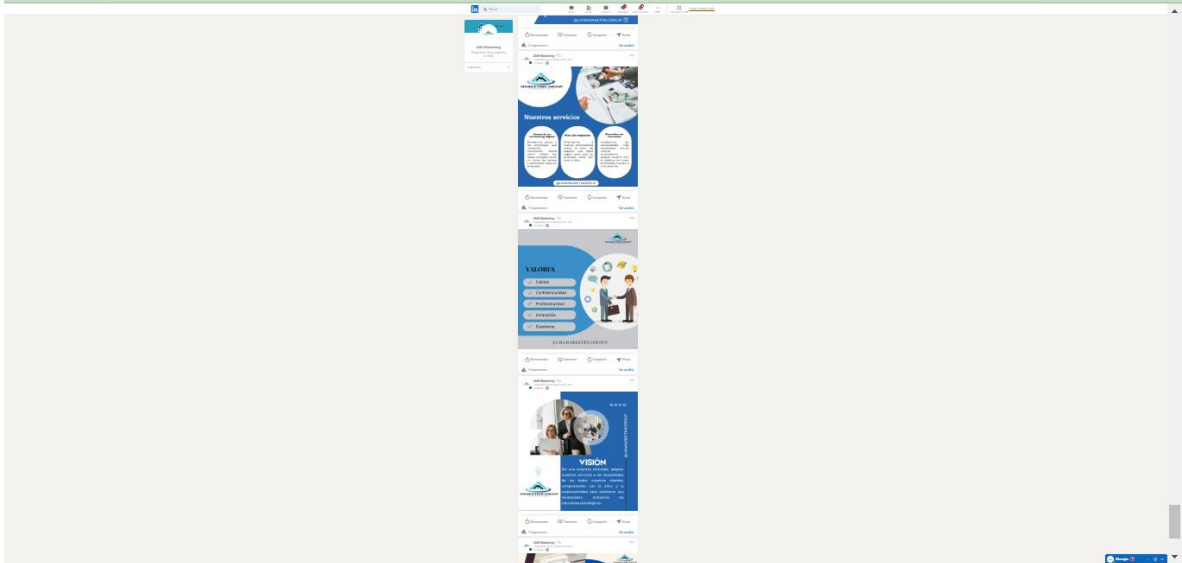
COTIZA CON NOSOTROS

The top section of the LinkedIn feed shows three posts. The first is a blue-themed post titled "AGENDA TU CITA" with a sub-header "CONTACTADOS PARA ASISTIR A TU CITA" and a date of "17 de abril de 2023". The second post is titled "NECESITO PASARLO" and features three profile pictures. The third post is titled "UN EMPRENDEDOR VE" and contains the text "CONTRIBUYENDO A LA ECONOMÍA OTROS SOLUCION PROBLEMA" by "MICHAEL STRACE".

The bottom section of the LinkedIn feed shows two posts. The first is a blue-themed post titled "Cerebro, corazón y cuerpo, los tres trabajan para lograr el éxito en los negocios" by "Guillermo Cisneros". The second post is a profile card for "ELMA LOPEZ MARTINEZ" with a circular profile picture.

The first post features a blue background with a man's profile picture and the text: "¿CÓMO SE PUEDE LEVANTAR UN NEGOCIO EN LA ECONOMÍA ACTUAL?". The second post shows a woman's profile picture and the text: "¿CÓMO SE PUEDE LEVANTAR UN NEGOCIO EN LA ECONOMÍA ACTUAL?". The third post has a blue background with the text: "TU DÍA SERÁ BUENO SI TE LEVANTAS SABIENDO QUE CONSTRUIRÁS UN FUTURO MEJOR".

The first post has a blue background with the text: "TU DÍA SERÁ BUENO SI TE LEVANTAS SABIENDO QUE CONSTRUIRÁS UN FUTURO MEJOR". The second post features an image of a person working at a desk with the text: "¿CÓMO SE PUEDE LEVANTAR UN NEGOCIO EN LA ECONOMÍA ACTUAL?". The third post includes an image of a person and the text: "No hay secretos para el éxito. ESTE ES SU CAMINO PARA CREAR, TRABAJANDO ARDUAMENTE Y PROSEGUIENDO LOS PASOS". The fourth post has a blue background with the text: "MERCADO META".



Anexo número 6: Capturas de la revista corporativa

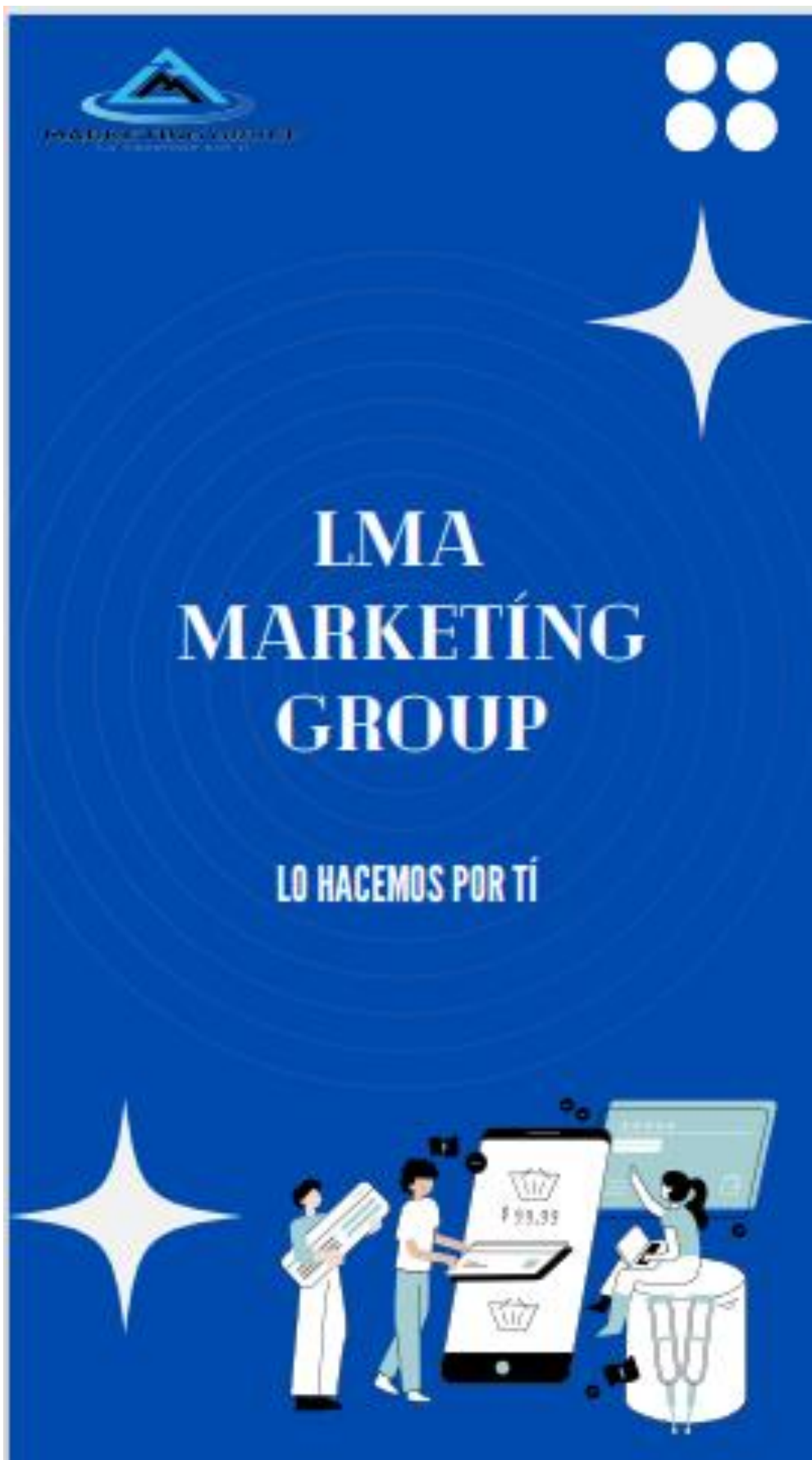




TABLA DE CONTENIDOS



- Portada
- ¿Quiénes somos?
- Filosofía de negocios
- Mercado meta
- Nuestro equipo
- Servicios
- Política de negocios
- Solicitud de cotización
- Contacto



¿QUIÉNES SOMOS?



Somos una empresa dedicada a brindar asesoría y apoyo a empresarios que deseen establecer un nuevo negocio, nuestro objetivo principal es brindar al cliente la posibilidad de crear una empresa bien estructurada, organizada y próspera. A través de una planificación efectiva y un plan de administración detallado creado por profesionales.





Misión

Satisfacer a nuestros clientes, otorgando servicios de máxima calidad, creando un liderazgo efectivo y altamente profesional comprometidos a ofrecer valor e innovación a los negocios de nuestros clientes.

Visión

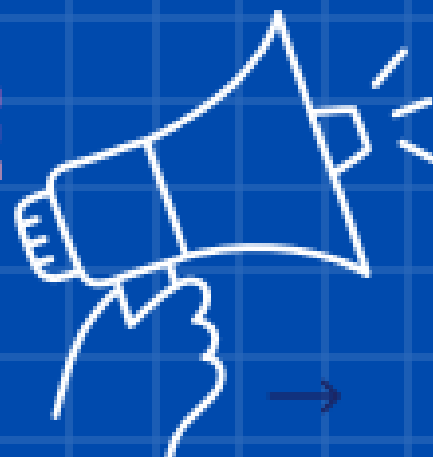
Ser una empresa enfocada, adaptar nuestros servicios a las necesidades de los todos nuestros clientes, comprometido con la ética y la responsabilidad para satisfacer sus necesidades, brindando así soluciones estratégicas.

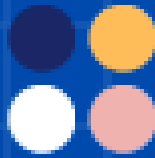
Valores

- Calidad.
- Confidencialidad.
- Profesionalidad.
- Innovación.
- Excelencia.



FILOSOFÍA DE NEGOCIOS





MERCADO META

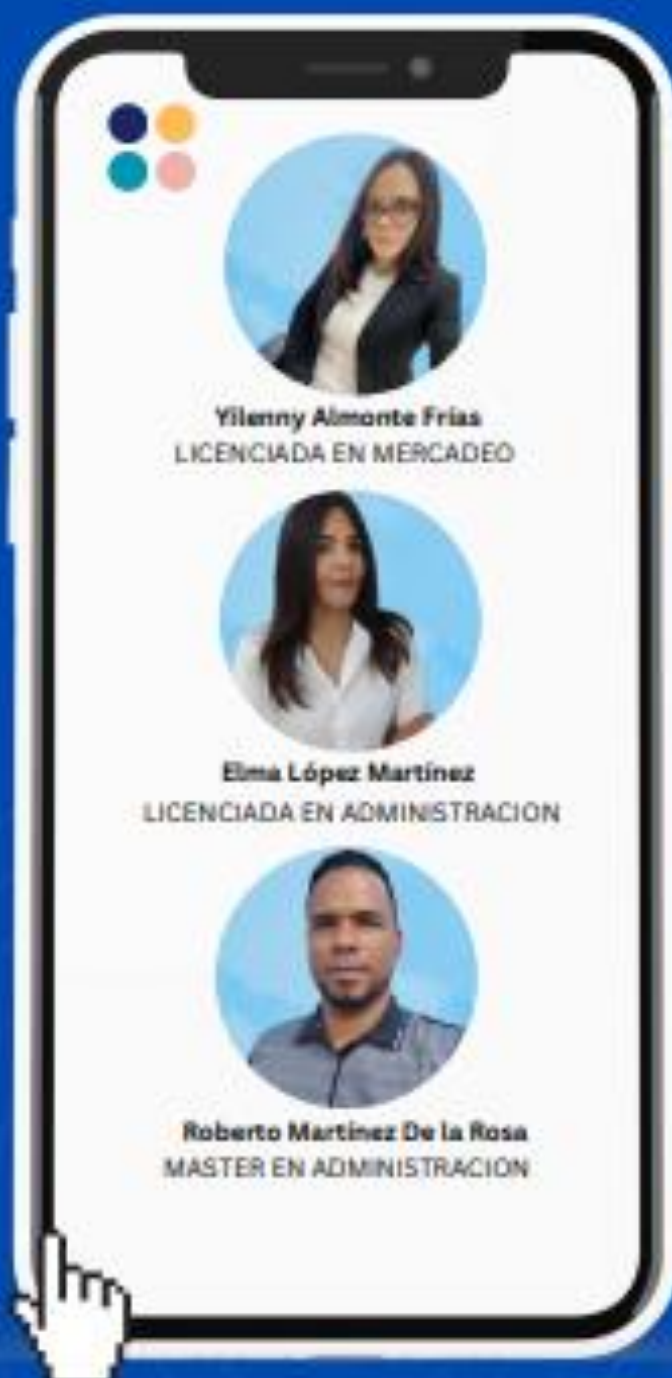


Nuestros público serán los emprendedores y empresas pymes ubicados en Santiago de los Caballeros, con empresas que confíen y quieran unirse al mundo digital para incrementar la venta de sus servicios y no lo han hecho por falta de conocimiento o han tenido intentos en los que no se han cumplido sus expectativas.



NUESTRO EQUIPO

Te presentamos nuestro equipo de profesionales a cargo de nuestra empresa.



Ylenny Almonte Frías
LICENCIADA EN MERCADEO



Elma López Martínez
LICENCIADA EN ADMINISTRACION



Roberto Martínez De la Rosa
MASTER EN ADMINISTRACION



NUESTROS SERVICIOS

ASESORÍA EN MARKETING DIGITAL



Brindamos apoyo a las empresas que necesiten orientación sobre cómo utilizar las redes sociales como un motor de ventas y promoción para su empresa.



PLAN DE NEGOCIOS

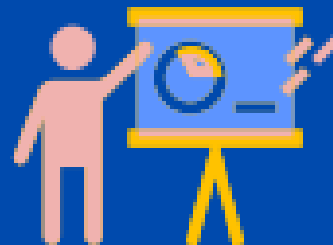


Orientamos a nuevos empresarios sobre el plan de negocio que debe seguir para que su empresa inicie por todo lo alto.

ESTUDIOS DE MERCADO



Analizamos las necesidades más resaltadas donde nuevos empresarios quieren invertir, con el objetivo de crear empresas nuevas e innovadoras las cuales cubran las necesidades presentadas.



PLAN DE INVERSIÓN INICIAL



Hacemos los cálculos necesarios para que el cliente sepa cuánto dinero debe invertir, cuando debe gastar y en qué tiempo comenzará a ver ganancias de su nuevo negocio.

Visita nuestro sitio web:
<https://sites.google.com/view>



POLÍTICAS DE SERVICIO



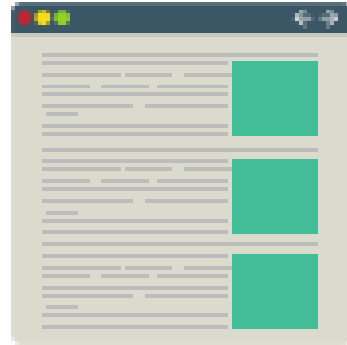
Para conocer nuestras políticas de servicio, normas empresariales y organigrama de la empresa escanea el código QR.





COTIZA CON NOSOTROS EN 2 SIMPLES PASOS

1- Explora nuestra página web e identifica cuál servicio necesitas.



2- Utiliza cualquiera de nuestros canales de comunicación para solicitar más información sobre el servicio y el precio.



CONTÁCTANOS



(829) 788-4024



LMAMARKETINGGROUP@GMAIL.COM



<https://sites.google.com/view/proyectoromodulo3final/p%C3%A1gina-principal>

Anexo número 7: Video explicativo sobre los espacios creados para el proyecto

<https://youtu.be/WV3eeqq9AI0>