

República Dominicana

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA-UNIBE



Escuela de Mercadeo

Proyecto Final para optar por el título de Licenciada en Mercadeo

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L., empresa dedicada a la personalización de productos, en la ciudad Santo Domingo Distrito Nacional, República Dominicana, en el periodo de enero-abril 2024.

Realizado por:

Shantal Jiménez Lopez 21-0370

Maria Natalia Guerrero 21-0083

Asesores:

Marcia Rincon Liriano de Ortega

Julian Donaty Baldera Piantini

Santo Domingo, D.N.

Septiembre 2023

*Los conceptos expuestos en la presente investigación son de la exclusividad responsabilidad de la misma

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Índice

DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO.....	6
RESUMEN EJECUTIVO.....	7
INTRODUCCIÓN.....	8
DELIMITACIÓN DEL TEMA.....	9
Título.....	9
Planteamiento del problema.....	9
Delimitación geográfica.....	9
Objetivos de la investigación:.....	9
Preguntas de investigación.....	10
Limitaciones de la investigación.....	10
Justificación.....	11
ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	12
Literatura profesional, académica acerca de un plan de mercadeo y estudios previos.....	12
Marco Espacial.....	13
Marco Conceptual.....	13
GENERALIDADES DE LA EMPRESA.....	14
Descripción empresa.....	14
Principales servicios.....	14
Naturaleza de los clientes.....	15
Marco Organizacional.....	15
Definición de puestos.....	16
MARCO LEGAL.....	16
Internos.....	16
Externos.....	17
Grupos de Interés.....	22
DIMENSIONES ESTRATÉGICAS.....	22
Misión.....	22
Visión.....	23
Valores definidos.....	23
Cultura organizacional.....	23
Principales Estrategias Implementadas.....	23
Modelo de gestión estratégica.....	24
ANÁLISIS FACTORES INTERNOS Y ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR.....	24
Logística/Producción/Operaciones.....	24
Tipo de instalaciones.....	24
Distribución en planta.....	25
Descripción del proceso de producción para el modelo.....	25
Descripción del modelo actual.....	25

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Tiempo de ciclo actual.....	26
Productividad actual.....	26
Estándares de calidad que exige la empresa.....	28
Programas de prevención de fallas o errores en los procesos de producción.....	28
Control de los procesos.....	29
Punto de Inspección.....	29
Marketing y Ventas.....	29
Estimación de unidades vendidas con proyeccion a 3 años.....	30
Servicios.....	31
Aprovisionamiento.....	31
Desarrollo Tecnológico.....	31
GESTION DE RECURSOS HUMANOS.....	32
Actividades Claves.....	32
Procedimientos de selección y reclutamiento de la fuerza laboral.....	33
Nivel de los trabajadores.....	33
Empowerment.....	33
Capacitación.....	34
Contabilidad y Finanzas-ventas de la categoría o marca que hace el plan.....	34
RECURSOS Y CAPACIDADES.....	35
ANALISIS FODA.....	36
MATRIZ CICLO DE VIDA DE LA EMPRESA.....	37
MATRIZ CICLO DE VIDA DE LA COMPETENCIA.....	37
ANÁLISIS PESTEL.....	38
ANÁLISIS DEL MERCADO.....	39
Tamaño de Mercado.....	39
ANÁLISIS DE PORTER.....	40
MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO (CPM).....	41
DISEÑO METODOLÓGICO.....	41
Tipo de Investigación.....	41
METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	42
Técnica de investigación.....	42
MÉTODO O PLAN DE MUESTREO.....	43
Universo.....	43
Población.....	43
Cálculo y tamaño de la muestra.....	43
Marco de la muestra.....	43
Tipo de muestreo.....	43
DISEÑO DE INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN.....	44
LEVANTAMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS.....	47
ANÁLISIS DE LOS DATOS.....	48
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	56

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Conclusión según objetivos Específicos.....	56
RECOMENDACIONES SEGÚN OBJETIVOS ESPECÍFICOS PLANTEADOS.....	58
Conclusión General.....	58
Recomendación General.....	59
MERCADO/INDUSTRIA: OFFLINE.....	60
Perfil del público objetivo, público meta o target, es un grupo de personas que una empresa define como clientes o futuros clientes (aspectos sociodemográficas y psicográficos).....	60
Tamaño del mercado : representa la cantidad de dinero que se gasta en la adquisición de bienes o servicios.....	60
Demanda del mercado:.....	60
ONLINE BUYER PERSONA.....	61
Perfil del usuario digital ideal Nota: En Marketing de Contenidos nunca se usa el término público objetivo sino el término de Buyer Persona.....	61
FIJACIÓN DE OBJETIVOS.....	62
Objetivos cualitativos.....	62
Objetivos cuantitativos.....	62
Objetivos (online -SMART) Nota: recordar objetivo relativo a sostenibilidad.....	62
ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	62
Estrategias de posicionamiento de marca.....	62
Estrategias de marketing de contenidos.....	63
Estrategias de fidelización.....	63
Estrategia de marketing de boca en boca.....	63
Estrategias de marketing directo.....	64
TÁCTICAS - INICIATIVAS: OFF.....	64
Acciones que cumplan las estrategias propuesta: debe ser tanto de de mercadeo tradicional –off como online con las 5P’S: Producto, precio, Comunicación –promoción, Distribución.....	64
TÁCTICAS - INICIATIVAS: ON.....	64
El sistema POEM de marketing hace referencia a la combinación de medios pagados, medios propios y medios ganados (paid media, owned media y earned media).....	65
Personal-Acciones de Endomarketing (B2E (Business to Employee- empresa a empleado) acciones a nivel interno.....	65
BRAND BOOK.....	66
Logo.....	66
Baseline.....	66
Logo con el baseline.....	66
Isotipo.....	67
Construcción y medidas aceptadas.....	67
Colores corporativos.....	68
Área de protección.....	69
Key visual.....	69

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

PRESUPUESTO CON CRONOGRAMA DE ACCIONES.....	70
COTIZACIONES.....	71
PLAN FINANCIERO.....	85
Proyección de Ingresos.....	85
Proyección de Costos.....	85
Proyección de Gastos.....	86
Estados Financieros.....	87
Punto de Equilibrio.....	89
Análisis de sensibilidad.....	89
Estrategia de salida.....	89
Conclusiones financieras.....	90
SISTEMAS DE EVALUACIÓN Y CONTROL-KPI'S.....	91
Establecer el sistemas e indicadores de evaluación y control.....	91
CONCLUSIÓN.....	92
RECOMENDACIONES.....	93
BIBLIOGRAFÍA.....	94

DEDICATORIA

Queremos hacer una dedicatoria especial para Maria Mercedes Morillo, por confiar en nosotras, alentarnos y acompañarnos durante el transcurso de este proyecto. A lo largo de esta experiencia, nunca nos dejó rendirnos, nos aportó las herramientas y la información necesaria para estructurar el trabajo y poder crear una propuesta que le sea de utilidad para el crecimiento de su negocio.

AGRADECIMIENTO

“Quiero agradecer a mis padres, Ilonka Lopez y Leonardo Jiménez, que a lo largo de mi carrera siempre me apoyaron e hicieron todo lo posible para ayudarme a llegar a donde estoy.

Gracias por formarme en la mujer que soy hoy en día, mi fuerza y dedicación viene de ustedes, no me dará la vida para pagarles todo lo que han hecho por mi.” - Shantal Jiménez

“Un agradecimiento a Sebastian Oliva, que siempre me apoyó y me ayudó cuando sentía que no podía, por siempre agradecida de todo lo que haces por mi.” - Shantal Jiménez

“Le agradezco a mis hermanos, por siempre apoyarme y ser mi soporte en cada paso del camino.” - Shantal Jiménez

“Un agradecimiento a mis padres, Mario Guerrero y Maria Mercedes Morillo, los cuales siempre me han mostrado su apoyo incondicional durante el desarrollo de mi carrera profesional. Les doy las gracias por siempre ser mi soporte y mis más fieles consejeros.

Gracias por siempre estar.” -Maria Natalia Guerrero

“Quiero agradecerle a Jose Martin Morillo, la persona que me guió y ayudó a descubrir mis capacidades y pasión por el mercadeo. Gracias por todo.” - Maria Natalia Guerrero

“Un agradecimiento a mi hermana, Ana Mercedes Guerrero, por siempre estar a mi lado y ser la mejor hermana del mundo.” - Maria Natalia Guerrero

“Quiero agradecerle a Carlos Padilla, gracias por tu apoyo incondicional.” - Maria Natalia Guerrero

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorpren S.R.L.

RESUMEN EJECUTIVO

Sorpren'D es una microempresa de bordados y personalización de productos al detalle. Tras evaluar el negocio y las demandas en otros segmentos de clientes, descubrimos las necesidades que existen en el mercado y los factores que los clientes toman en consideración para realizar su decisión de compra. Estos datos fueron recopilados a través de una encuesta realizada a una muestra de 200 personas. De manera que nos permitió dirigir los esfuerzos, estrategias y tácticas para explotar los atributos de Sorpren'D, como también proponer adicionales que pueden impulsar a la empresa.

El objetivo de este proyecto es reposicionar la marca para que tenga un mayor alcance y un porcentaje de participación más amplio. Tras evaluar a los competidores, descubrimos puntos de debilidad. Estos puntos de debilidad se notaron más en calidad y tiempo de entrega. Mientras que Sorpren'D se destaca por estos atributos, no obstante, estos no son los protagonistas en sus comunicaciones, por lo que el consumidor desconoce del valor agregado que la empresa le puede proporcionar.

Por otro lado, descubrimos por medio de las encuestas que la imagen actual no es del agrado del público, no les inspira confianza, calidad y profesionalismo. Es por esto que decidimos crear una nueva imagen, el rebranding de Sorpren'D esta enfocado en la simplicidad, relevancia, coherencia y elegancia. Adicionalmente, consideramos el factor humano, por lo que propusimos un programa de lealtad con el fin de que los clientes se sientan parte de la marca y que está siempre piensa en ellos. Nuestra comunicación se basará en aportar valor al cliente, tener ofertas atractivas, entre otros.

Nuestro trabajo fue basado, no solo en las estadísticas, números y análisis, sino que también incluimos a la dueña de la empresa en cada paso, pues uno de nuestros objetivos personales era que este trabajo se mantenga lo más real y logable posible, con el fin de que este sea puesto en práctica. Mantuvimos nuestra propuesta de mercadeo lo más aterrizada posible, de forma que esta pueda llegar a los objetivos descritos en el trabajo, bajo una inmersión realista que nuestra clienta pueda llevar a cabo. La misma se encuentra en RD\$1,134,127.07, la cual podrá ser recuperada en 1 año y nueve meses. Realizando este plan, proyectamos un crecimiento en ventas y clientes para la marca, posicionándonos en el mercado.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

INTRODUCCIÓN

En un mercado dinámico y saturado, la capacidad de una empresa de diferenciarse y atraer clientes se convierte en un desafío. En el caso de Sorprend S.R.L., una microempresa dedicada a la personalización de productos en Santo Domingo. Con el objetivo de mejorar su posición en el mercado, este trabajo propone un “Plan de mercadeo” diseñado para reposicionar la marca en el periodo de enero a abril de 2024.

En la presente, desarrollamos el panorama que rodea la industria para entender el mercado con el que tratamos. Tras comprender estos aspectos, procedimos a evaluar las necesidades del consumidor y los factores que influyen en la toma de decisión de estos. Una vez concluida la investigación, diseñamos el plan en torno a los resultados arrojados por la encuesta, con la finalidad de alcanzar los objetivos pautados.

Las estrategias y tácticas planteadas aluden a los resultados de dicha investigación. Estas van en torno al cliente y lo que este desea de una empresa de personalización. Una vez detallado el plan, construimos el plan financiero que nos permitirá visualizar la rentabilidad de lo propuesto y proyectar los ingresos versus la inversión necesaria para llevar a cabo el plan. El resultado del análisis financiero nos dio la certeza que necesitábamos para asegurar la viabilidad de nuestro plan y, de este ser implementado, le proporciona a la empresa un crecimiento, tanto en el mercado como en ventas.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

DELIMITACIÓN DEL TEMA

Título

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L., empresa dedicada a la personalización de productos, en la ciudad Santo Domingo Distrito Nacional, República Dominicana, en el periodo de enero a abril de 2024.

Planteamiento del problema

El mercado en el que se encuentra la empresa Sorprend está saturado, por lo que la misma debe resaltar su factor diferenciador y ventaja competitiva para realizar un reposicionamiento en el mercado. Actualmente, la marca no se encuentra en la mejor posición, causando un menor flujo de clientes, a diferencia de sus competidores.

Delimitación geográfica

República Dominicana, Santo Domingo, DN.

Objetivos de la investigación:

Objetivo General

- Conocer y entender los aspectos que puede mejorar la empresa para posicionarse en el mercado y ampliar su cartera de clientes en el período enero - abril 2024.

Objetivo Específicos

- Incrementar nuestra participación dentro del mercado de un 2% a un 3% por medio de acciones atractivas para el cliente en el periodo de enero - abril 2024.
- Identificar los factores atractivos que influyen en la toma de decisión de compra de los consumidores para implementarlas en el periodo de enero - abril 2024.
- Rebrandear la imagen de marca para mejorar la percepción de la misma en un periodo de enero - abril de 2024.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Preguntas de investigación

¿Cuál es la participación en el mercado que tiene Sorpren'D?

¿Cuáles son las oportunidades de negocio que podemos implementar en Sorpren'D para mejorar el posicionamiento?

¿Cuáles son las necesidades en el mercado?

Limitaciones de la investigación

Las limitaciones que presenta la investigación de mercado reside en los siguientes factores:

- Limitación de muestra debido a lo que se requiere para participar en la misma, persona que no haya utilizado ni tenga la necesidad de personalizar un producto no es apta para participar en la investigación.
- Sufriremos un sesgo geográfico ya que solo nos basaremos en el Distrito Nacional donde se encuentra la empresa. Esto se debe a que, por el momento, no se visualiza una expansión a otras provincias ni una creación de una logística de envío al interior. Consecuentemente, el público de otras provincias no son el target de la empresa.
- La limitación de tiempo puede jugar un rol en la disminución de los participantes, por lo que se ha creado un cuestionario corto y preciso, sin embargo, aun este siendo corto, habrán personas que decidieron no formar parte de la investigación por temas de tiempo.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Justificación

En la actualidad la marca no tiene una presencia definida en el mercado, su participación actual en el mismo es mínima. Por consiguiente, se propone un plan de reposicionamiento, el cual tiene como objetivo general, conocer y entender los aspectos que puede mejorar la empresa para posicionarse en el mercado y ampliar su cartera de clientes, apoyándonos de analíticas extraídas de respuestas de clientes actuales basadas en su necesidad y puntos de mejora. En un segundo plano, posibles consumidores de la marca/ público general.

De igual forma, exhorta la posibilidad de encontrar oportunidades en el mercado que no están siendo explotadas y hasta revelar un nicho en el mercado que posiblemente no esté siendo atendido por los competidores actualmente. Tras comprender estos datos, la planificación habilitará la posibilidad de optimizar los recursos, reducir los riesgos y aumentar las ventajas competitivas, agregando a los consumidores valor agregado.

Entendemos que esta tesis puede ayudar al negocio a explorar nuevos caminos, como también explotar los factores que lo definen como empresa. Dentro de lo mismo, planteamos un rebranding de marca, con el objetivo de que esta se destaque en el mercado y su imagen atraiga un nuevo grupo de clientes potenciales que actualmente no conocen o no han probado los servicios de Sorpren'D.

ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Literatura profesional, académica acerca de un plan de mercadeo y estudios previos.

En el 2020, un grupo de egresados de UNIBE crearon un plan de reposicionamiento en el mercado para una empresa que ofrece servicios de consultoría. Este estudio previo nos atrajo ya que queríamos tener un mejor ejemplo de cómo el ámbito de servicios fue mejorado y actualizado para cumplir con las necesidades del público y poder brindar un valor agregado, forjando su ventaja competitiva, dándoles mejor posicionamiento en el mercado. Resulta que este plan giró en torno a una tendencia del momento, que hasta hoy en día lo sigue siendo, marketing experiencial. Esta empresa, solía ser 100 % digital, sin embargo, se vio en la necesidad de ampliar su cartera de productos para atraer otro segmento de clientes para incrementar la clientela. Este proyecto conllevó a personal nuevo, campañas digitales, reestructuración de la cultura organizacional y desarrollo del nuevo buyer persona que se sumaba a su red de usuarios. Este proyecto nos mostró cómo integrar nuevos servicios a nuestra cartera y construir nuevas ofertas más atractivas para un nuevo segmento.

En el 2021, los autores Jorge y Michelle, egresados de UNIBE, embarcaron en un proyecto de reposicionamiento dentro del mercado. Al igual que nuestra marca, la de ellos era pequeña y poco reconocida, dentro de un mercado liderado por gigantes. Al evaluar su trabajo, nos percatamos de las estrategias en las cuales se centraron en busca de mejorar la posición de la empresa. Estos se enfocan en acciones digitales y extensión de línea. Le abrieron un e-commerce, como nuevo canal de distribución, crearon una nueva línea de producto atractivo para atraer a sus clientes potenciales y activaron a mayor escala su presencia en redes sociales. Con el fin de estudiar el mercado, estos realizaron encuestas a una muestra que cumpliera con los criterios de su buyer persona. Tras tener todos los datos y analíticas, pudieron construir un plan alrededor de las necesidades, debilidades, amenazas, etc., evidenciados en la investigación.

En el año 2021, Perez K. y Portes G., realizaron un plan de marketing con el gran objetivo de reposicionar a su marca. En este caso, es una empresa que produce y vende un producto personalizado, según la necesidad del cliente. Este proyecto fue interesante analizar ya que nuestra marca produce y personaliza muchos de sus productos. Los autores decidieron

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

dirigir sus fuerzas con mayor hincapié a medios offline, pero manteniéndose presentes en plataformas digitales.

Marco Espacial

Santo Domingo, Distrito Nacional

Marco Conceptual

Posicionamiento de marca: Es la posición en la cual se encuentra tu marca en la mente del consumidor y, por ende, en el mercado.

Factor diferenciador: Es el factor que te destaca dentro de tu categoría. Puede funcionar como valor agregado para el consumidor, ser tu ventaja competitiva y/o el factor decisivo en el proceso de toma de decisión de compra para el cliente.

Microempresa: Según la DGII, una microempresa o MIPYMES, es aquella empresa que tiene menos de 10 empleados y factura en ventas brutas anuales un máximo de 9.1 millones de pesos.

Digitalización: Es la migración de la información de medios tradicionales a plataformas digitales con el fin de eficientizar y optimizar la productividad.

Rebranding: Estrategia de marketing la cual se centra en modificar de forma parcial o en su totalidad los elementos de identidad de marca con el fin de reposicionar la marca, mejorar la percepción, llegar a un nuevo mercado, entre otros.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

GENERALIDADES DE LA EMPRESA

Descripción empresa

Sorpren'D es una microempresa de bordados y personalización de productos, actualmente al detalle. Entre las ofertas de personalización, el cliente puede optar por la técnica de bordado.

Historia y evolución

En 2011, la Sra. María Mercedes Morillo, una emprendedora dominicana con gran pasión por los detalles, decidió crear un negocio que se destaca por la calidad y regalitos que nunca están de más. Así nació Sorpren'D, una pequeña empresa ubicada en la calle Gaspar Polanco. En sus inicios, Sorpren'D contaba con una única colaboradora encargada de todas las áreas del negocio. Sin embargo, gracias a la fidelidad de sus clientes, la empresa fue creciendo rápidamente. En 2015, Sorpren'D se mudó a un local más grande en la avenida Sarasota. En la actualidad, la empresa cuenta con dos colaboradoras fijas y una contable.

La cartera de clientes de Sorpren'D ha ido creciendo de forma constante. La empresa ofrece una amplia variedad de productos, desde bordados personalizados hasta piezas únicas. Sorpren'D se caracteriza por su compromiso con la calidad y la atención al cliente. La empresa siempre está buscando nuevas formas de sorprender a sus clientes con piezas únicas y personalizadas.

Principales servicios

Sorpren'D ofrece los servicios de bordados un servicio que es la personalización de prendas de vestir, accesorios y otros artículos mediante la aplicación de diseños y patrones con hilo en una variedad de telas y materiales. Estos diseños pueden ser logos corporativos, nombres, iniciales, diseños de moda, motivos artísticos, entre otros.

El proceso del bordado comienza con la digitalización del diseño o patrón, lo que implica convertir la imagen en un archivo que pueda ser interpretado por la máquina de bordado. Luego, se prepara la tela o el material sobre el que se realizará el bordado o la impresión, se coloca en la máquina de bordado y se seleccionan los hilos adecuados para el diseño.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Una vez que se completa el bordado, se recorta el exceso de hilo y se verifica la calidad y la precisión del trabajo. El artículo bordado está listo para ser entregado al cliente.

Naturaleza de los clientes

La naturalización de los clientes en Sorpren'D es un proceso continuo que implica convertir a compradores ocasionales en clientes leales y recurrentes. Este fenómeno se logra a través de la entrega constante de productos y servicios de alta calidad, un servicio al cliente excepcional y la construcción de relaciones sólidas. Al brindar una atención personalizada, programas de lealtad efectivos, y mantener una comunicación activa para satisfacer sus necesidades cambiantes, se establece una conexión a largo plazo con los clientes. La clave radica en la capacidad de entender y superar sus expectativas, lo que contribuye al éxito y crecimiento sostenible de Sorpren'D.

Marco Organizacional



1. **Diseñadora gráfico:** Este trabajo es realizado por Maria Mercedes Morillo.
2. **Encargada de producción:** este trabajo es realizado por Alicia Acosta.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

3. **Personal de ventas:** este trabajo es realizado por Maria Isabel Abreu.
4. **Personal de atención al cliente:** este trabajo es realizado por Maria Isabel Abreu.
5. **Personal financiero:** Este trabajo es realizado por Carmen de León.

Definición de puestos

1. **Diseñadora gráfico:** Este trabajo consta en el diseño o conversión de logos, nombre o monogramas para ser bordados en los productos.
2. **Encargada de producción:** La persona encargada de producción es la que se encarga de bordar y verificar que cada uno de los productos salgan con el estándar de calidad del negocio.
3. **Personal de ventas:** Es la persona que se encarga de guiar y ayudar a los clientes ofreciéndoles productos en base a su necesidad.
4. **Personal de atención al cliente:** Es la persona que recibe las quejas y/o sugerencias que tienen los clientes para que el negocio siga mejorando.
5. **Personal financiero:** Es la persona responsable de llevar las cuentas del negocio y que los pagos externos que hagan a su tiempo.

MARCO LEGAL

Internos

Accionistas:

-Deben cumplir con las normas locales de la Ley 479-08 sobre Sociedades Comerciales y Sociedades Individuales de Responsabilidad Limitada, incluida la creación de un acuerdo de accionistas. Los informes financieros deben estar disponibles para los accionistas.

Empleados:

-Es importante que los contratos de trabajo cumplan con las leyes laborales 16-92 Act. 1-102 establecidas por el Ministerio de Trabajo de la República Dominicana.

- También es importante mantener un ambiente de trabajo seguro que respete los salarios mínimos y los horarios de labor.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Externos

Consumidores:

-Garantizar la calidad de los bienes y servicios de acuerdo con los requisitos pertinentes.

Proveedores:

-Los contratos con proveedores deben cumplir con las normas comerciales y evitar prácticas comerciales desleales (Ley 479-08, Código de Comercio).

Entidades financieras:

- Mantener registros financieros transparentes y cumplir con las normas establecidas por el Banco Central de la República Dominicana.

Sindicatos:

- Respetar los derechos sindicales establecidos en el Código Laboral y negociar de buena fe.
- Respetar las normas laborales y participar en los procedimientos de conciliación.

Comunidad:

- Respetar la legislación medioambiental y participar en iniciativas de responsabilidad social corporativa.

Organizaciones sociales:

- Trabajar con organizaciones sociales de acuerdo con las normas de responsabilidad social corporativa y derechos humanos.
- Contribuir al desarrollo sostenible respetando las normas éticas y legales.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Ave. 27 de Febrero No. 228. La Esperilla, Torre Friusa, D.N. Código Postal 10106
Tel:809-682-2688 Email:servicioalcliente@camarasantodomingo.do www.camarasantodomingo.do RNC:401023687

FAX: NO REPORTADO

PÁGINA WEB: NO REPORTADO

ACTIVIDAD DE LA SOCIEDAD: SERVICIO, COMERCIO, DISTRIBUCION

OBJETO SOCIAL: INDUSTRIAS DE FIBRAS, TEXTILES Y DE TEJIDOS, VENTA DE ROPA, REGALOS PERSONALIZADOS, ASÍ COMO LA COMERCIALIZACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y VENTA. ELABORACIÓN Y CONFECCIÓN DE BORDADOS PERSONALES E INDUSTRIALES, AL POR MAYOR Y AL DETALLE Y ACTIVIDADES COMERCIALES EN GENERAL, ROPA DE CAMA, MANTELERÍAS, PAÑOS DE COCINA Y TOALLAS, MUEBLES DE ALOJAMIENTO, TAPICERÍA, CALZADOS, MALETAS, BOLSOS DE MANO, MOCHILAS, ESTUCHES, TEJIDOS Y MATERIALES DE CUERO Y TELA, UNIFORMES EN GENERAL, MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA, MATERIALES GASTABLES Y CONSUMIBLES DE OFICINA.

PRINCIPALES PRODUCTOS Y SERVICIOS: INDUSTRIAS DE FIBRAS, TEXTILES Y DE TEJIDOS, VENTA DE ROPA, REGALOS PERSONALIZADOS, DISTRIBUCIÓN Y VENTA, ELABORACIÓN Y CONFECCIÓN DE BORDADOS PERSONALES E INDUSTRIALES, ROPA DE CAMA, MANTELERÍAS, PAÑOS DE COCINA Y TOALLAS, MUEBLES DE ALOJAMIENTO, TAPICERÍA, CALZADOS, MALETAS, BOLSOS DE MANO, MOCHILAS, ESTUCHES, TEJIDOS Y MATERIALES DE CUERO Y TELA, UNIFORMES EN GENERAL, MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA, MATERIALES GASTABLES, CONSUMIBLES DE OFICINA.

SISTEMA ARMONIZADO (SA): NO REPORTADO

SOCIOS:



NOMBRE	DIRECCIÓN	RM/CÉDULA /PASAPORTE	NACIONALIDAD	ESTADO CIVIL
MARIA MERCEDES MORILLO MOREL	AV. HELIO NO. 95 , REPÚBLICA DOMINICANA	001-0784616-4	DOMINICANA	Soltero/a
MARIO MILCIADES GUERRERO PIMENTEL	AV. HELIOS # 95 BELLA VISTA, REPÚBLICA DOMINICANA	001-0141698-0	DOMINICANA	Soltero/a

CANTIDAD SOCIOS: En el presente certificado figuran 2 de 2 socios.

CANTIDAD DE CUOTAS SOCIALES: 1,000

ÓRGANO DE GESTIÓN:

NOMBRE	CARGO	DIRECCIÓN	RM/CÉDULA /PASAPORTE	NACIONALIDAD	ESTADO CIVIL
MARIA MERCEDES MORILLO MOREL	Gerente	AV. HELIO NO. 95 , REPÚBLICA DOMINICANA	001-0784616-4	DOMINICANA	Soltero/a

DURACIÓN ÓRGANO DE GESTIÓN: 6 AÑO(S)

NO. VALIDACIÓN: EF72B5C2-EC69-48F5-B3FD-F4BEA8BD3426

RM NO. 82687SD Page 2 of 4

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Ave. 27 de Febrero No. 228. La Esperilla, Torre Friusa, D.N. Código Postal 10106
 Tel:809-682-2688 Email:servicioalcliente@camarasantodomingo.do www.camarasantodomingo.do RNC:401023687

ADMINISTRADORES/PERSONAS AUTORIZADAS A FIRMAR:

NOMBRE	DIRECCIÓN	RM/CÉDULA /PASAPORTE	NACIONALIDAD	ESTADO CIVIL
MARIA MERCEDES MORILLO MOREL	AV. HELIO NO. 95 , REPÚBLICA DOMINICANA	001-0784616-4	DOMINICANA	Soltero/a

COMISARIO(S) DE CUENTA(S) (SI APLICA):
 NO REPORTADO

NOMBRE	DIRECCIÓN	RM/CÉDULA /PASAPORTE	NACIONALIDAD	ESTADO CIVIL
--------	-----------	----------------------	--------------	--------------

ÓRGANO LIQUIDADOR:
 NO REPORTADO

NOMBRE	CARGO	DIRECCIÓN	RM/CÉDULA /PASAPORTE	NACIONALIDAD	ESTADO CIVIL
--------	-------	-----------	----------------------	--------------	--------------

ENTE REGULADO: NO. RESOLUCIÓN:
 NO REPORTADO NO REPORTADO

TOTAL EMPLEADOS: 0 **MASCULINOS:** 0 **FEMENINOS:** 0

SUCURSALES/AGENCIAS/FILIALES:
 NO REPORTADO

NOMBRE(S) COMERCIAL(ES)

NOMBRE	NO. REGISTRO
SORPREND	286972

REFERENCIAS COMERCIALES
 NO REPORTADO

REFERENCIAS BANCARIAS
 NO REPORTADO

NO. VALIDACIÓN: EF72B5C2-EC69-48F5-B3FD-F4BEA8BD3426 **RM NO.** 82687SD Page 3 of 4

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Ave. 27 de Febrero No. 228. La Esperilla, Torre Friusa, D.N. Código Postal 10106
Tel:809-682-2688 Email:servicioalcliente@camarasantodomingo.do www.camarasantodomingo.do RNC:401023687

COMENTARIO(S)



NO POSEE

ACTO(S) DE ALGUACIL(ES)

NO POSEE

ES RESPONSABILIDAD DEL USUARIO CONFIRMAR LA VERACIDAD Y LEGITIMIDAD DEL PRESENTE DOCUMENTO A TRAVÉS DE SU CÓDIGO DE VALIDACIÓN EN NUESTRA PÁGINA WEB: WWW.CAMARASANTODOMINGO.DO

ESTE CERTIFICADO FUE GENERADO ELECTRÓNICAMENTE CON FIRMA DIGITAL Y CUENTA CON PLENA VALIDEZ JURÍDICA CONFORME A LA LEY NO. 126-02 SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO, DOCUMENTOS Y FIRMAS DIGITALES.



Santiago Mejia Ortiz
Registrador Mercantil

no hay nada más debajo de esta línea

Digitally signed by Santiago Eugenio Mejia Ortiz
Date: 2023.09.13 08:12:21 -04:00

NO. VALIDACIÓN: EF72B5C2-EC69-48F5-B3FD-F4BEA8BD3426

RM NO. 82687SD Page 4 of 4

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

MARCO ESTRATÉGICO

Grupos de Interés

Grupos de Interés Internos:

Propietarios y Gerencia: Los dueños del negocio tienen un interés directo en su éxito y rentabilidad.

Empleados: El personal que trabaja en la empresa, incluyendo bordadores, diseñadores, costureros, y personal administrativo.

Familiares de Propietarios: Los miembros de la familia también son un grupo de interés interno.

Proveedores: Las empresas o individuos que suministran los materiales y suministros necesarios para el bordado, como hilos, tela, etc.

Grupos de Interés Externos:

Clientes: Los clientes son uno de los grupos de interés más importantes. La satisfacción del cliente es crucial para el éxito del negocio.

Competidores: Las empresas competidoras en la industria del bordado pueden afectar el negocio de diversas maneras.

Entidades Reguladoras: Organismos gubernamentales y reguladores que pueden imponer requisitos legales y fiscales al negocio.

Bancos y Entidades Financieras: Los bancos y otras instituciones financieras son importantes para la financiación y la gestión de las finanzas del negocio.

DIMENSIONES ESTRATÉGICAS

Misión

Ofrecer a nuestros clientes un servicio personalizado y adaptado a sus necesidades y metas basado en el trabajo en equipo, la eficiencia, la experiencia y la ilusión con el objetivo de conseguir la máxima satisfacción.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Visión

Mantener nuestro posicionamiento como empresa de bordados y personalizaciones partiendo de un trabajo profesional, innovador y a través de la mejora constante de los servicios que ofrecemos.

Valores definidos

Confianza: se refiere a la creencia y seguridad que los clientes, proveedores y empleados tienen en la calidad, integridad y fiabilidad de la empresa.

Transparencia: se refiere a la práctica de ser abiertos, honestos y claros en todas las operaciones y transacciones comerciales relacionadas

Responsabilidad: se refiere a la obligación de la empresa de cumplir con sus deberes y compromisos hacia sus clientes, empleados, proveedores y la comunidad en general.

Honestidad: es un principio fundamental que implica actuar con integridad, sinceridad y transparencia en todas las operaciones y transacciones comerciales.

Compromiso: implica una dedicación sólida y constante hacia el éxito y la satisfacción de los clientes.

Cultura organizacional

Cultura de Orientación al Cliente: Identificamos que esta es la cultura organizacional compatible con las actitudes de Sorpren'D debido a que la misma tiene como punto de partida satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. Realizando la toma de las decisiones en torno a la satisfacción del cliente y la calidad del servicio.

Principales Estrategias Implementadas

Actualmente observamos una estrategia dirigida a calidad-precio, los precios de los productos son colocados en base a la calidad de los mismos, no logramos identificar ninguna otra estrategia clara siendo desarrollada por lo cual en el transcurso de este plan de mercadeo estaremos desarrollando nuevas estrategias para obtener los objetivos deseados y posicionar la marca en el mercado.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Modelo de gestión estratégica

Modelo de Gestión Basada en Recursos: Identificamos que este es el modelo de gestión estratégica compatible con las aptitudes y desarrollos de Sorpren'D debido a que el mismo se centra en identificar y aprovechar los recursos internos de la organización, como conocimientos, capacidades y activos, como base para la estrategia, ayudando al negocio a crecer desde el interior hacia el exterior, sacando el máximo provecho de sus recursos y personal de colaboración para alcanzar la satisfacción del cliente.

ANÁLISIS FACTORES INTERNOS Y ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR

Logística/Producción/Operaciones

Tipo de instalaciones

Sorpren'D cuenta con su propio local. Ya que se especializan en bordados y serigrafía cuenta con sus propias máquinas de cada uno. Los artículos personalizados pueden ser algunos de los nuestros, los que ya están en la tienda o el mismo cliente puede traer su propio artículo para personalizar. De igual forma cuentan con un almacén, tanto para los materiales, como órdenes, etc.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Distribución en planta.



Descripción del proceso de producción para el modelo

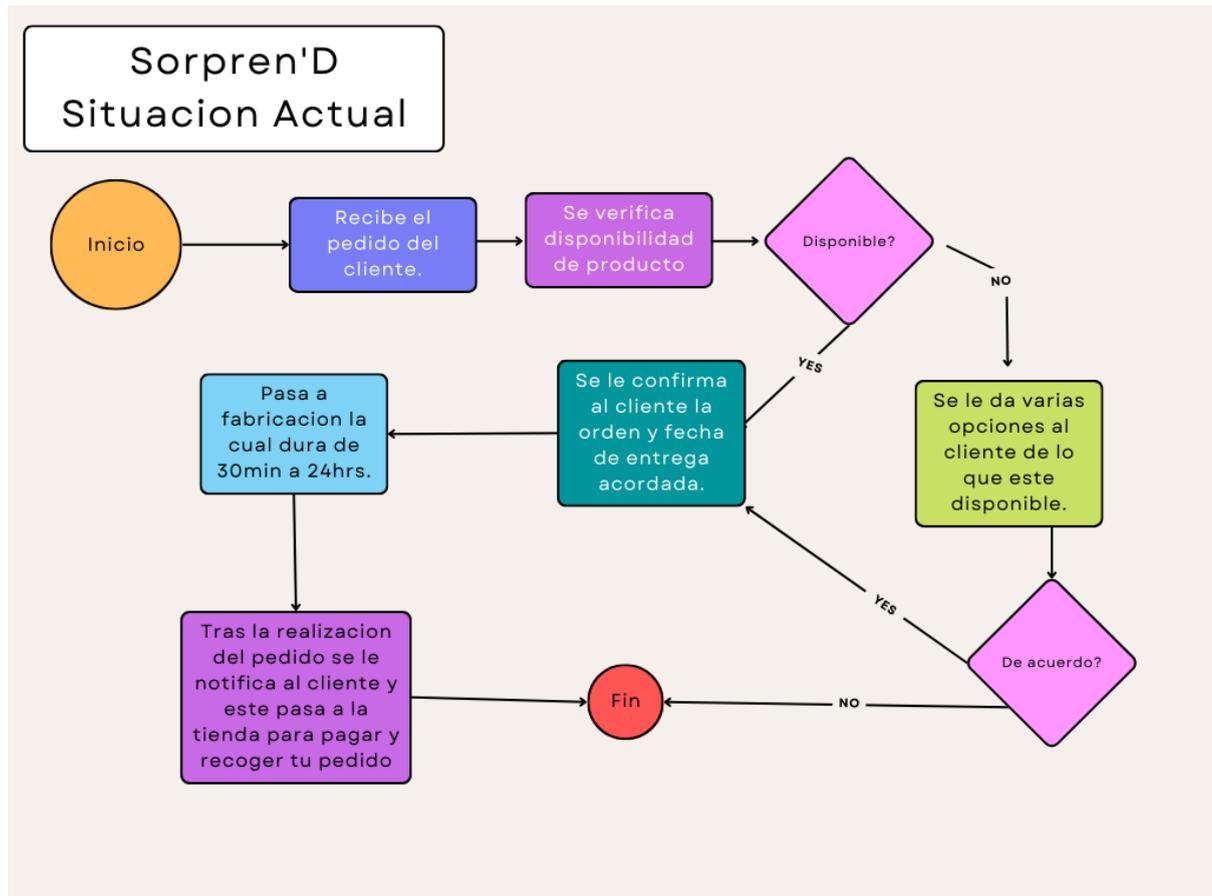
El cliente se contacta con nuestra vendedora la cual toma el pedido y especificaciones, dependiendo del mismo, el tiempo de elaboración es proporcionado al cliente. Tras digitar el pedido, se le pasa a la encargada de producción y diseño para la elaboración del producto. Dependiendo de la especificaciones, se trabaja con un diseño proporcionado por el cliente o elaborado por la encargada. Una vez ingresado al sistema de la máquina, esta empieza a elaborar las piezas. Una vez terminado el pedido, se le notifica al cliente de su realización para que este pueda retirar.

Descripción del modelo actual

En la actualidad, el proceso que sigue la marca empieza por el recibo del pedido del cliente. Este pedido se puede realizar en la tienda o por el número de Whatsapp de la tienda. Tras realizar la orden, se verifica la disponibilidad del producto. De no estar disponible, se le da varias opciones al cliente de lo que se tiene en stock. Si después de verificar disponibilidad, o en el caso de no haberla, tener el de acuerdo del cliente con el sustituto, se le confirma la orden y fecha de entrega. Una vez se pasa la orden a producción, esta puede

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

tardar un promedio de media hora a una completa, dependiendo del volumen y complejidad de la orden. Cuando ya la orden está lista, se le notifica al cliente para que pase a la tienda a pagar y recoger el pedido. De modo que se puede tener una visual de este proceso, más debajo se encuentra diagrama que explica paso a paso los procesos.



Tiempo de ciclo actual

Un diseño promedio de 35 centímetros se realiza en 3 horas y 35 minutos tomando en cuenta el tiempo de preparación e integración de diseño a la máquina para proceder con los 35 minutos restantes de bordado.

Productividad actual

- Cantidad de Empleados por turnos (HeadCount) Directos e Indirectos.

Dos empleadas encargadas de producción, diseño y empaque de los productos. Estas laboran de manera simultánea.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

- Cantidad de turnos.

1 turno.

- Cantidad de horas trabajadas día-semana por turno

Las horas trabajadas son de 9AM-6PM con un total de 10 horas de trabajo, contando que las empleadas cuentan con 2 horas de almuerzo, de lunes a viernes. Los sábados se labora de 9AM-3PM con un total de 7 horas, las empleadas cuentan con 1 hora de almuerzo. Los domingos no son laborables.

- Producción obtenida en una semana

La producción obtenida en una semana en un negocio de bordado puede variar ampliamente según varios factores, la complejidad de los diseños y el tamaño de la pieza como también por la cantidad de pedidos. Sorpren'D es un negocio pequeño que trabaja de manera constante de lunes a sábado produciendo alrededor de 40 a 200 prendas personalizadas, dependiendo la técnica y la cantidad solicitada.

- Eficiencia.

Por los procedimientos y naturaleza del servicio no existen pérdidas de materiales ni desechos de materiales sobrantes, ya que estos son reutilizados. No obstante, existen casos aislados como la avería de una bobina de una máquina de bordado, la cual causó una disminución de capacidad de producción por un 50%, ya que solo tienen una máquina funcionando.

- Planificación de la producción

- Se evalúa la demanda: Se determina cuántos pedidos se recibirán y cuáles serán los plazos de entrega, con la finalidad de establecer un calendario de producción realista.
- Se planifica el flujo de trabajo: Esto incluye determinar qué productos se van a producir, cuántos y cuándo. También se debe tener en cuenta el tiempo que se tardará en bordado cada producto y cuánto tiempo se necesitará para el secado y el acabado.
- Se realiza una lista de materiales: Se debe crear una lista de materiales, incluyendo las telas, hilos, tintas, etc. necesarios para abastecer la demanda.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

- Se organiza el espacio de trabajo: Esto incluye organizar las máquinas de bordado, tener suficiente espacio de almacenamiento para los materiales y mantener un espacio limpio y ordenado.
- Se establece un sistema de control de calidad: Todos los productos pasan por una evaluación de calidad antes de ser entregado al cliente.

- Capacidad que tienen las instalaciones actuales

La maquinaria de bordado alcanza 1000 puntadas (equivale a 5 centímetros) por minuto en tiempo real y tiene capacidad de memorizar 2 millones de diseños diferentes.

La máquina de serigrafía tiene una capacidad de producción media (3600/4000 c/h) con un tiempo de preparación para cambio de modelo o diseño de 4 a 6 horas.

- Utilización de esa capacidad

Actualmente, la empresa utiliza su capacidad de productividad al 100% en ambas maquinarias ya que siempre tienen pedidos, proyectos y modelos en planificación para ser realizados. La empresa se maneja más por pedidos, en stock no suelen tener grandes cifras almacenadas ya que los modelos que si se encuentran en existencia en almacén son para muestras o exhibición.

Estándares de calidad que exige la empresa.

- Calidad del bordado consistente y uniforme, sin errores
- Diseño del bordado preciso y detallado
- Selección de hilos y materiales de alta calidad, incluyendo tejidos adecuados para el tipo de bordado
- Cumplir con los plazos de entrega establecidos
- Disposición a corregir errores que puedan surgir

Programas de prevención de fallas o errores en los procesos de producción.

Se realizan mantenimientos mensuales a las máquinas de bordado en temporada regular y en temporada hasta cada dos semanas. Adicionalmente, en el proceso de bordado, la encargada de producción se asegura de que las máquinas están dando las puntadas de manera

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

correcta. Al culminar el proceso, se observa muy detalladamente que todo haya surgido de manera correcta y se procede a cortar los hilos de unión.

Control de los procesos.

Mediante los estándares de calidad previamente establecidos, para controlar los procesos, se debe capacitar al personal en los procesos que deben seguir para garantizar la calidad de su trabajo. Llevar a cabo inspecciones regulares visuales del bordado y las especificaciones del cliente, la empresa busca constantemente eficientizar sus procesos y documentar todos los procesos y procedimientos que afectan los estándares de calidad, inspecciones y los resultados de las mismas.

Punto de Inspección.

Inspección antes del embalaje: Antes de que el producto sea enviado a los clientes, se lleva a cabo una inspección para asegurarse de que el producto final cumple con las especificaciones de calidad y seguridad.

Marketing y Ventas

Para vender los productos y servicios de Sorpren'D, es importante tener una estrategia de marketing efectiva y contar con socios y aliados clave en el sector. Algunas opciones para la comercialización incluyen:

- **Página web:** Una página web profesional es fundamental para promocionar los productos y servicios de Sorpren'D. La página web debe incluir información detallada sobre los productos y servicios ofrecidos, imágenes de trabajos anteriores, precios, ubicación y datos de contacto.
- **Redes sociales:** Las redes sociales son una herramienta poderosa para promocionar los productos y servicios de Sorpren'D. Es importante tener presencia en plataformas como Facebook, Instagram y Twitter, donde se puede compartir fotos y videos de los productos, anunciar promociones y concursos, interactuar con los clientes y promocionar eventos.
- **Socios estratégicos:** Buscar socios estratégicos como tiendas de ropa, uniformes deportivos, equipos deportivos, colegios y empresas de eventos, puede ser beneficioso

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

para el negocio, ya que pueden proporcionar una fuente constante de clientes potenciales.

- Alianzas con proveedores: Sorpren'D puede establecer alianzas con proveedores de materiales y equipo de bordado y serigrafía para asegurarse de tener acceso a los mejores precios y productos de calidad.
- Ferias y eventos: Participar en ferias y eventos de la industria puede ser una forma efectiva de promocionar los productos y servicios del negocio y establecer contactos con otros profesionales de la industria.

Estimación de unidades vendidas con proyección a 3 años

Primer año:

Tamaño del mercado = 3,500 clientes

Tasa de adopción = 10%

Demanda estimada = $3,200 \times 10\% = 350$ productos/servicios

Segundo año:

Tamaño del mercado = 4,000 clientes

Tasa de adopción = 15%

Demanda estimada = $3,200 \times 15\% = 600$ productos/servicios

Tercer año:

Tamaño del mercado = 4,300 clientes

Tasa de adopción = 20%

Demanda estimada = $4,000 \times 20\% = 860$ productos/servicios

Ingresos totales estimados en 3 años = $(350 \times 2812.5) + (600 \times 2812.5) + (860 \times 2812.5) = 5,090,625$ pesos dominicanos

Es importante tener en cuenta que esta estimación es sólo una aproximación y que la demanda real puede ser diferente debido a varios factores, como la competencia en el mercado, la economía del país, la calidad del producto/servicio, entre otros.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Servicios



Servicios de Bordado: Este servicio consta en la personalización de productos, los cuales pueden ser proporcionados por el cliente o gestionado con la empresa. El precio de este varía según el tamaño de la pieza que se quiera bordar. Se puede escoger en las siguientes opciones:

- Diseño o scroll
- Nombre o monograma

Ya de ser un diseño en específico como el logo de una empresa esto pasa por un proceso técnico donde se manda a un diseñador para convertir la imagen a puntas, esto tiene un precio adicional.

Aprovisionamiento

Es importante abordar aspectos críticos relacionados con la adquisición de materiales, recursos y suministros para el proceso de bordado.

Materiales de Bordado: Sorpen'D cuenta con materiales esenciales para el bordado, como hilos, telas, agujas, pique, etc. Asegurándose de mantener un inventario adecuado para satisfacer la demanda de los clientes.

Máquinas y Equipos de Bordado: Sorpen'D cuenta con 2 máquinas de bordados computarizadas, aros de diferentes tamaños, y software de diseño.

Control de Calidad: Sorpen'D cuenta con dos procesos de control de calidad de sus productos, el primero es realizado antes de que el mismo sea bordado y el segundo para identificar si el bordado fue realizado de la manera adecuada y que no haya errores en el mismo.

Desarrollo Tecnológico

En la actualidad Sorpen'D cuenta con los siguientes desarrollos tecnológicos:

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Máquinas de Bordado Computarizadas: Las máquinas de bordado computarizadas son esenciales para producir bordados de alta calidad de manera eficiente. Estas máquinas permiten la programación de diseños y patrones de manera precisa, lo que ahorra tiempo y reduce errores.

Software de Diseño de Bordados: Utilizan un software de diseño de bordados el cual permite crear y editar diseños de manera digital antes de enviarlos a las máquinas.

Redes Sociales y Marketing Digital: Utilizan plataformas de redes sociales y marketing digital para promocionar su negocio, mostrar sus productos y atraer a nuevos clientes. Esto es esencial para la visibilidad en el mercado actual.

Según la dirección en la que deseamos embarcar la marca, la misma requiere de nuevos programas y tecnología con el fin de seguir innovando. Para lograrlo proponemos las siguientes implementaciones:

Gestión de Pedidos en Línea: Implementar un sistema de gestión de pedidos en línea permite a los clientes hacer pedidos y dar seguimiento a su estado de manera sencilla. Esto también puede ayudar en la administración eficiente de los pedidos.

Página Web de Comercio Electrónico: Considera la creación de una tienda en línea donde los clientes puedan realizar pedidos y personalizar sus productos. Esto ampliará tu alcance y facilitará la venta a nivel nacional e internacional.

Gestión de Inventarios por Software: Utilizar sistemas de gestión de inventarios por software para llevar un registro eficiente de los materiales, hilos y productos terminados. Esto ayudará a evitar la escasez o el exceso de inventario.

GESTION DE RECURSOS HUMANOS

Actividades Claves

1. **Diseño de bordados y serigrafía:** es la actividad principal de un negocio de bordados y serigrafía. Implica la creación de diseños personalizados para los clientes.
2. **Producción de bordados y serigrafía:** una vez que se ha diseñado el bordado o serigrafía, se procede a la producción. Esto incluye la selección de materiales, la

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

configuración de la maquinaria, la realización del trabajo y la supervisión del control de calidad.

3. **Comercialización y ventas:** promocionar y vender los servicios del negocio. Esto incluye la promoción en redes sociales, publicidad en medios de comunicación locales, visitas a clientes potenciales, etc.
4. **Atención al cliente:** se encarga de proporcionar un excelente servicio al cliente, respondiendo a las preguntas y consultas de los clientes, así como proporcionando información adicional sobre los servicios que se ofrecen.
5. **Administración financiera :** permite tomar decisiones informadas sobre la utilización de los recursos financieros y maximizar el rendimiento de la inversión.

Procedimientos de selección y reclutamiento de la fuerza laboral.

Las publicaciones de vacantes se realizan por las redes sociales de la empresa, sin embargo, se reciben CV de personas recomendadas. Tras responder a los avisos de vacantes se cita a las personas para un examen psicológico y de razonamiento. Tras completar los exámenes llenan un formulario donde dejan tanto datos personales como laborales. Una vez completado este proceso, pasan a la entrevista con la dueña de la empresa. Después de revisar a todos los candidatos se llaman con información de la decisión tomada.

Nivel de los trabajadores.

- Contadora:
 - Título en contabilidad
 - Maestría en administración de empresa
- Vendedora:
 - Título en mercadeo
- Encargada de producción:
 - Título de diseño gráfico
 - Experiencia en costura y elaboración de piezas de ropa

Empowerment.

La toma de decisión de alto impacto lo toma la dueña de la empresa, Maria Mercedes, decisiones como aprobación de pedidos grandes, movimientos financieros, etc. En tienda, quien tiene la potestad de tomar decisiones finales, en ausencia de Maria Mercedes, tanto en producción como en ventas es Maria Isabel, la cual colabora como encargada de producción.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

No obstante, todos los empleados son alentados a dar ideas y opinar en lo que concierne a la empresa.

Capacitación

Cada miembro del equipo fue entrenado y capacitado dependiendo su área de trabajo:

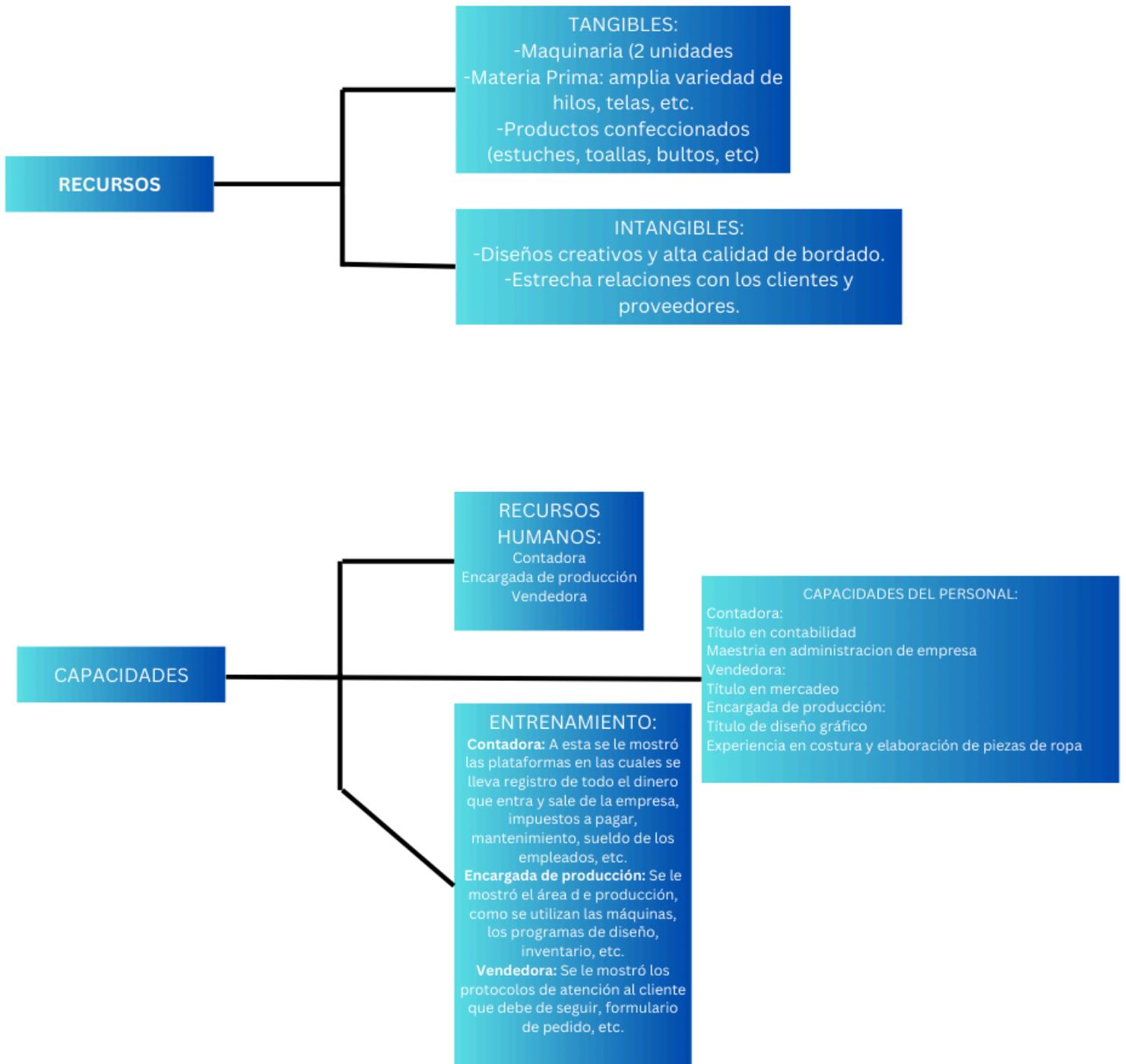
- Contadora: A esta se le mostró las plataformas en las cuales se lleva registro de todo el dinero que entra y sale de la empresa, impuestos a pagar, mantenimiento, sueldo de los empleados, etc.
- Encargada de producción: Se le mostró el área de producción, como se utilizan las máquinas, los programas de diseño, inventario, etc.
- Vendedora: Se le mostró los protocolos de atención al cliente que debe de seguir, formulario de pedido, etc.

Contabilidad y Finanzas-ventas de la categoría o marca que hace el plan

Sorprend'D											
en RD\$											
Tasa de crecimiento			10%		15%		20%				
Segmento de Clientes/Canal de distribución	Productos	Precios	Año 0		Año 1		Año 2		Año 3		
			UND.	Ventas	UND	Ventas	UND	Ventas	UND	Ventas	
Tienda física	Bordado	1.150,00	1.200,00	1.380.000,00	1.320,00	1.518.000,00	1.518,00	1.745.700,00	1.821,60	2.094.840,00	
Totales				1.380.000,00		1.518.000,00		1.745.700,00		2.094.840,00	
Total de ventas en 3 años											6.738.540,00

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

RECURSOS Y CAPACIDADES



Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

ANALISIS FODA

Fortalezas

- Excelente terminación en sus productos
- Calidad en sus bordados
- Entrega de su mercancía en corta duración
- Se emplea un servicio al cliente personalizado
- Se ubica en un spot céntrico

Oportunidades

- Posibilidad de ampliar en las diferentes áreas de la personalización como el vinyl.
- Se mantiene en constante expansión de su carta de productos
- Ser la primera microempresa de personalización en República Dominicana en implementar el worldwide shipping.
- Dar la opción a los clientes mediante una página de web de crear el diseño que deseen para su personalización.

Debilidades

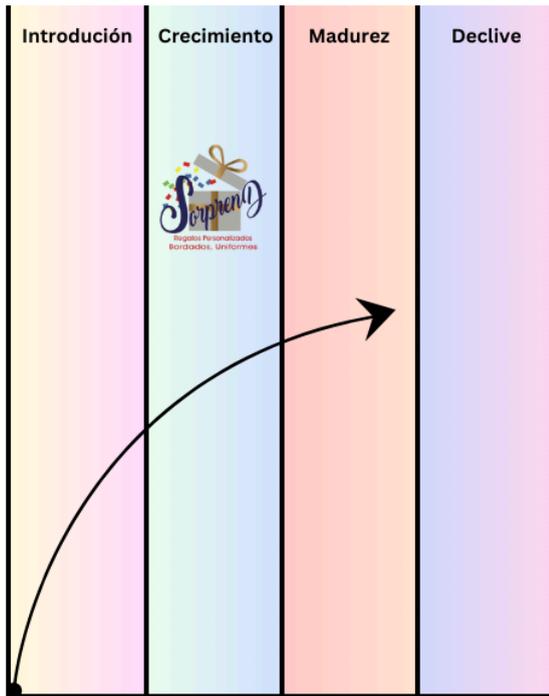
- La existencia de numerosas tiendas de bordados en el mercado.
- Estas tiendas de bordados ya existentes ofrecen opción de delivery.
- Nuestra tienda física cuenta con un espacio de parqueo muy reducido.
- No buscan dar un contenido de completa calidad en las redes sociales, simplemente comparten los productos.

Amenazas

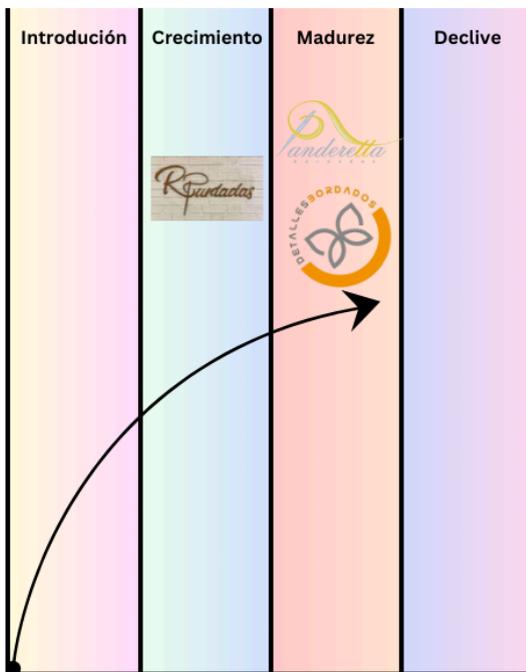
- Crecimiento de la competencia.
- Dependencia de suplidores para la realización de sus productos.
- No cuenta con suficiente personal, para cubrir una gran demanda en algún momento dado.
- Solo cuenta con 2 máquinas de bordado.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

MATRIZ CICLO DE VIDA DE LA EMPRESA



MATRIZ CICLO DE VIDA DE LA COMPETENCIA



Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

ANÁLISIS PESTEL

<p>P</p> <ul style="list-style-type: none">• Acuerdos comerciales de la República Dominicana.• Políticas gubernamentales	<p>E</p> <ul style="list-style-type: none">• Impuestos.• Inflación actual.• Nivel de producción.• Servicios adicionales como entregas a domicilio.	<p>S</p> <ul style="list-style-type: none">• Presupuesto de las marcas• Estilos de ejecución• Necesidad de crear valor a sus marcas
<p>T</p> <ul style="list-style-type: none">• Digitalización.• Innovación.• Avances tecnológicos.• Automatización.	<p>E</p> <ul style="list-style-type: none">• Contaminación en el país.• Políticas de medio ambiente.• Cultura del reciclaje.	<p>L</p> <ul style="list-style-type: none">• Salarios en la República Dominicana.• Reglas sanitarias.• Seguridad de los empleados.

De acuerdo con el análisis realizado, los factores del Pestel denotan algunos elementos de relevancia para la empresa. En el ámbito político, la empresa puede afrontar cambios de leyes que influyan en sus procesos y tratados, al igual que los acuerdos comerciales que se realicen, ya que pueden perjudicar la importación de productos o auxiliar a expandir sus ventas al extranjero. En la economía, podríamos ver alzas de precios por impuestos, inflación, nivel de producción de parte de suplidores, servicios adicionales de entregas a domicilio, entre otros.

Las leyes de nuestro país influyen en nuestros procedimientos, el código de trabajo rige nuestras labores profesionales. Los artículos, normas, y demás, nos indican los lineamientos de conducta y las acciones que debemos realizar para mantener un flujo de trabajo óptimo y ético. La seguridad de los empleados, y más aún en los trabajos de producción como los de esta naturaleza, ya que utilizan maquinaria para poder realizar el servicio prestado. Por esta razón es de suma importancia el cumplimiento de los protocolos de seguridad previamente pautados por la empresa para asegurar el bienestar de los colaboradores.

En el eje tecnológico, tenemos la digitalización, y es que esta va en constante cambio, al igual que la innovación. Los avances tecnológicos dentro del mercado podrían prestarse para aliviar la carga de producción, como también facilitar tareas cotidianas de los empleados, automatizando los pasos de órdenes, producción, ejecución y entrega.

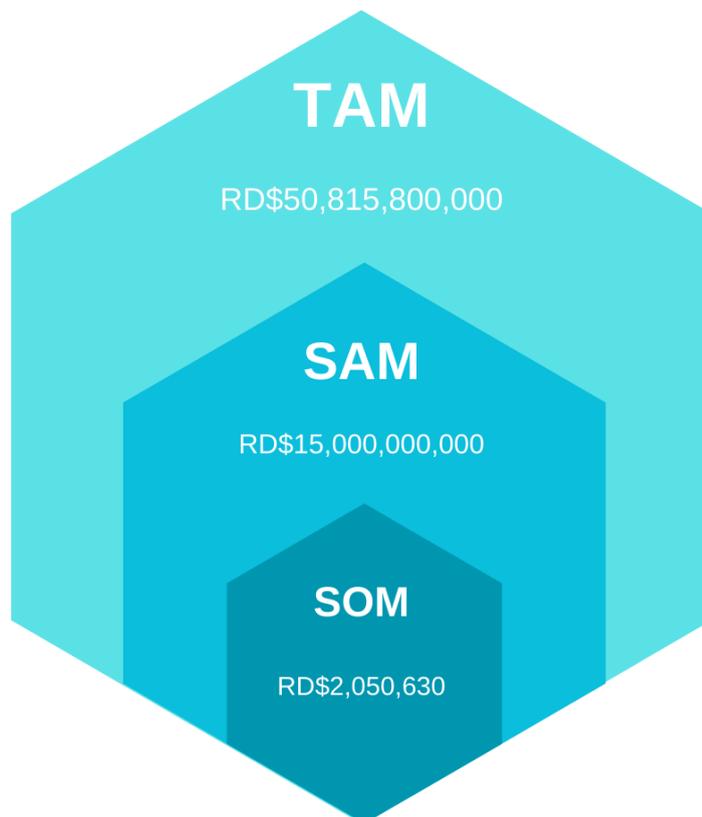
Adicionalmente, contamos con la creciente necesidad de proteger al medio ambiente y ayudar a mejorar nuestro ecosistema. Por esto, nos afecta la contaminación en el país, las políticas

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

políticas de medio ambiente y la cultura de reciclaje, la cual es recientemente que ha conseguido un mayor auge.

ANÁLISIS DEL MERCADO

Tamaño de Mercado



TAM: RD\$50,815,800,000

Número de empresas en la República Dominicana según base de datos gubernamental: 169,386

Valor promedio del contrato anual: RD\$300,000

SAM: RD\$15,000,000,000

Número de las agencias y empresas objetivas en la República Dominicana según base de datos gubernamental: 50,000

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorpren'D S.R.L.

Valor promedio del contrato anual: 300,000

SOM: RD\$768,986.25

Cuota del mercado del año anterior según historial de la empresa: 0.375

SAM de este año: RD\$2,050,630

ANÁLISIS DE PORTER



Amenaza de nuevos competidores entrantes

Si los nuevos competidores tienen la capacidad de producir productos a gran escala, pueden ofrecer precios más bajos que los negocios de bordados existentes.



Poder de negociación de los clientes

Los clientes de Sorpren'D son muy sensibles al precio y pueden comparar fácilmente los precios entre los competidores, pueden presionar a los negocios de bordados para que reduzcan sus precios.



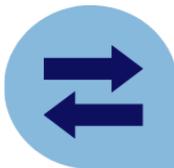
Rivalidad entre los competidores

Sorpren'D cuenta con varios competidores que ofrecen los mismos tipos de bordados, los clientes pueden elegir entre ellos según el precio, la calidad, el tiempo de entrega y otros factores. Esto puede llevar a una intensa competencia directa entre los competidores.



Poder de negociación de los proveedores

Si los proveedores ofrecen productos o servicios esenciales para el negocio de bordados, Sorpren'D depende de ellos para mantener su operación. Esto puede dar a los proveedores más poder de negociación para establecer precios y condiciones.



Amenaza de nuevos productos sustitutos

Si los clientes de Sorpren'D cambian sus preferencias hacia productos que no sean bordados, como la impresión digital, la demanda de servicios de bordados puede disminuir.

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO (CPM)

COMPETIDOR	FCE1	FCE2		PONDERACION	CALIFICACION	PUNTAJE
SORPREN'D	TIEMPO DE ENTREGA	CALIDAD DE BORDADO	5	5	5	10
PANDERETTA	TIEMPO DE ENTREGA	CALIDAD DE BORDADO	5	1	5	6
DETALLES BORDADO	TIEMPO DE ENTREGA	CALIDAD DE BORDADO	5	2	3	5
RPUNTADAS	TIEMPO DE ENTREGA	CALIDAD DE BORDADO	5	3	3	6

Para este análisis, otorgamos una cantidad de puntos en base a 5. La misma, mide la calificación de cada factor de Sorpren'D, y sus competidores, para comparar cómo cada uno de estos se desarrolla en el mercado. Esta calificación fue basada en el conocimiento de allegados que han consumido de estas empresas, investigación de campo y comentarios recopilados de las redes sociales. La calificación de 5 puntos quiere decir que esta cumple con el nivel de satisfacción de cara al cliente. A cada renglón se le asigna una puntuación basado en los criterios para tener un total, con un máximo de 10 puntos. Tras tener los resultados, podemos ver que, aun no siendo los más populares dentro del mercado, Sorpren'D cumple con los factores importantes que debe de tener una empresa de esta naturaleza, mientras que los competidores, aunque tengan buena participación, el resultado final no supera la de Sorpren'D.

DISEÑO METODOLÓGICO

Tipo de Investigación

Para esta investigación se utilizará el método de investigación cualitativo. Las razones para la elección de este método de investigación radican en la propia naturaleza de esta investigación. Esta investigación busca conocer las necesidades de los clientes dentro de la categoría de servicios que puede ofrecer Sorpren'D, por ello, la información que esta

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

investigación recolecta consiste principalmente de aspectos de opinión de los productos y servicios de forma exploratoria, que claramente no pueden ser cuantificados. En el mismo ámbito, en esta ocasión la empresa nunca ha tenido una investigación de mercado a fondo que les sirva como base para sus planes de negocio. Debido a este hecho, esta investigación explora dicho tema para así facilitar la creación de hipótesis e ideas al respecto. Cabe añadir que, a partir de esta investigación será posible la realización de investigaciones donde se trate el tema tratado en esta investigación, bajo un enfoque mucho más detallado, específico y cuantificable. En otras palabras, en esta investigación se aplica un método cualitativo, al tratarse de un tema poco explorado y que trata la opinión de los consumidores con respecto a su satisfacción y necesidades en el mercado.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Técnica de investigación

La técnica a utilizar para esta investigación será una encuesta con un cuestionario diseñado para atender las interrogantes que satisfagan las necesidades planteadas en los objetivos. El cuestionario a aplicar a la muestra es de tipo estructurado, el cual es un documento formado por un conjunto de preguntas redactadas de forma coherente, y organizada, de acuerdo con una determinada planificación, con el fin de que las respuestas puedan ofrecer toda la información necesaria. En este cuestionario, las personas encuestadas podrán elegir de las opciones enlistadas, la opción que más se acerque a su opinión, por lo que el cuestionario consta de preguntas cerradas de carácter demográfico, psicográfico, de la competencia y sobre los objetivos de la investigación.

Las preguntas son de tipo dicotómicas, en donde los encuestados deben de elegir entre una opción u otra, dependiendo de su criterio, multicotómicas, es decir de elección múltiple, en donde los encuestados podían elegir la opción que consideren más apropiada y también hay preguntas de valoración o escalas, en las cuales se implementó la escala básica de intervalos para poder definir rangos. También se usó la escala no comparativa de Likert, en la que se pidió la valoración del 1 al 5, porque esta escala ayuda a medir actitudes y con ella se puede medir de manera más fácil el nivel de satisfacción de los clientes, con 1 significando que su nivel de satisfacción es bajo y 5 significando que su nivel de satisfacción es alto.

MÉTODO O PLAN DE MUESTREO

Universo

Según la última calificación de la población dominicana, República Dominicana cuenta con 11.12 millones de habitantes.

Población

La población en el Distrito Nacional de Santo Domingo actualmente es de 1,029,110 de personas.

Cálculo y tamaño de la muestra

Margen de error: 5%

Nivel de confianza: 90%

Tamaño de la población: 1,029,110

Distribución de respuestas: 50%

Tamaño de la muestra: 271

Marco de la muestra

El marco de la muestra para los clientes activos se tomó de la lista de clientes actuales que tiene la empresa. A través de la misma, se envió por una cadena de difusión para que estos puedan ser partícipes de la encuesta. En el caso de los clientes potenciales, fue enviado a través de varios grupos donde teníamos conocimiento previo de que estos no sabían sabían o habían usado los servicios de Sorpren'D.

Tipo de muestreo

Muestreo probabilístico por aleatorio simple: Se utilizó esta técnica por el hecho de dirigir la encuesta, tanto a clientes potenciales como activos. La finalidad de utilizar este tipo de muestreo se debe a la necesidad de entender ambos consumidores para poder elevar la experiencia en Sorpren'D con el fin de fidelizar los que ya son clientes, y para los potenciales, atraerlos y volverlos clientes de la marca. Realizar la encuesta de esta manera nos dará un mejor panorama de lo que necesita el consumidor, su perspectiva de la marca y los factores que influyen su toma de decisiones.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

DISEÑO DE INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN

Consentimiento informado:

Estimad@ participante,

Somos Maria Natalia Guerrero y Shantal Jimenez estudiantes de término de la carrera de mercadeo en UNIBE y estamos realizando un estudio de mercado para nuestro proyecto final, le pedimos su apoyo en la realización de la siguiente investigación. Esta encuesta tiene como finalidad recolectar datos sobre el comportamiento del consumidor frente a las tendencias del mercado de personalización de artículos textiles de la República Dominicana.

Si usted accede a participar en este estudio, se le solicitará responder diversas preguntas sobre el tema antes mencionado. Los datos obtenidos serán utilizados únicamente para fines académicos, de manera anónima y confidencial, su información no será compartida con ninguna entidad o persona externa.

Para proceder con esta encuesta es importante reconocer que:

1. Su identidad no estará ligada, asociada ni relacionada con los datos obtenidos a través de las diferentes fases de la investigación y que la totalidad de la información obtenida será tratada de manera estrictamente confidencial.
2. Su participación en esta investigación es voluntaria y que aun después de haberse iniciado su participación en la misma, puede abandonarla o retirarse bajo cualquier circunstancia y en cualquier momento sin ningún tipo de perjuicio o penalización por ello.
3. Esta investigación no está asociada a Sorpren'D y los resultados de la misma serán empleados única y exclusivamente para fines académicos.
4. Comprende totalmente la naturaleza del estudio y su rol en el mismo.

En caso de tener alguna duda sobre la investigación, puede comunicarse al siguiente correo electrónico: sjimenez9@est.unibe.com.do y/o mguerrero20@est.unibe.com.do

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Preguntas filtro:

- ¿Ha requerido de los servicios de personalización de productos para uso personal?
 - a) Si
 - b) No
- ¿Ha requerido los servicios de personalización de productos para uso empresarial?
 - a) Si
 - b) No

Preguntas demográficas:

- ¿Cuál es su género?
 - a) Femenino
 - b) Masculino
 - c) Prefiero no especificar
- ¿Qué edad tiene?
 - a) 18-25
 - b) 26-30
 - c) 31-35
 - d) 36-40
 - e) 41-45
 - f) 46-50
 - g) 50+
- ¿Cuál es su ocupación?
 - a) Empleado público
 - b) Empleado privado
 - c) Emprendedor
 - d) Estudiante
 - e) Otro

Evaluar la percepción de la marca:

- ¿Conoce la empresa Sorprend?
 - a) Si
 - b) No
- Del 1 al 5, 1 siendo muy poco y 5 siendo mucho, ¿qué tanto le atrae este logo?
 - a) 1
 - b) 2

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

- c) 3
- d) 4
- e) 5
- ¿Entiende que al buscar servicios de personalización en instagram, este tipo de perfil le brinda confianza y le es atractivo?
 - a) Si
 - b) No
 - c) Tal vez

Analizar el entorno competitivo:

- ¿Cuáles de estas empresas de personalización de producto conoce? Puedes elegir más de uno
 - a) Panderetta
 - b) Sorpren'D
 - c) RPuntadas
 - d) Detalles Bordados
 - e) Grabo Estilo
 - f) Myriam Sarmiento
 - g) Clonación Gráfica

Identificar los factores atractivos que influyen en la toma de decisión de compra de los consumidores.

- ¿Cuáles factores te impulsan a elegir la/las empresas seleccionadas previamente? Puedes escoger más de una
 - a) Precio
 - b) Calidad
 - c) Servicio al cliente
 - d) Entrega a domicilio
 - e) Tiempo de entrega

Comprender las necesidades del consumidor.

- ¿Cuáles cualidades buscas en una empresa de personalización de productos? Puedes elegir más de una
 - a) Habilidad de replicar exactamente la visión que tenía para su personalización
 - b) Calidad de trabajo y de prenda
 - c) Tiempo de entrega rápida
 - d) Servicio al cliente de calidad

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

- e) Múltiples formas de pago
- f) Página web
- Que servicios adicionales serían de tu agrado y te impulsa a elegir a esa empresa para sus servicios? Puedes elegir más de una
 - a) Contar con un diseñador gráfico que pueda plasmar mi idea
 - b) Entregas a domicilio
 - c) Tracking (poder tener notificaciones de como va mi producto)
 - d) Programa de lealtad y descuentos
 - e) Servicio de envoltura para regalos
 - f) Facilidad de recibir muestra antes de producir producto final
- Cuales técnicas, aparte del bordado, te gustaría tener dentro de tus opciones de servicio de personalización?
 - a) Serigrafía
 - b) Sublimado
 - c) Impresión directa a prenda (DTG)
 - d) Grabado en laser
 - e) Pintura a mano

Comprender la demanda de este servicio

- ¿Con cuánta frecuencia requieren de servicios de esta naturaleza?
 - a) De 1 a 2 semanas
 - b) De 1 a 2 meses
 - c) De 3 a 6 meses
 - d) 1 vez al año

LEVANTAMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS

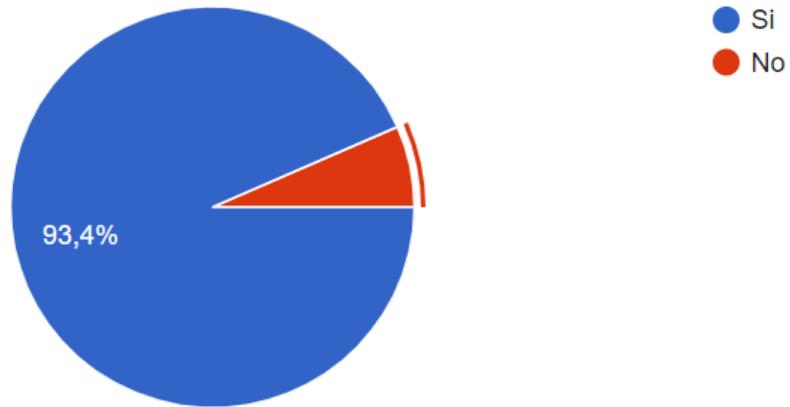
La modalidad de la encuesta fue realizada de forma virtual (online), con el objetivo de llegar a una gran cantidad de personas en menor tiempo. Adicionalmente, esta vía nos proporciona una mayor probabilidad de que la encuesta sea llenada ya que, hoy en día, los clientes prefieren realizar acciones de manera rápida y sencilla. De manera automatizada, somos capaces de ver las respuestas enviadas en tiempo real, esto nos permite ver cómo vamos y la forma en la que va reaccionando las personas que llenan la encuesta.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

ANÁLISIS DE LOS DATOS

- Consentimiento informado:

290 respuestas

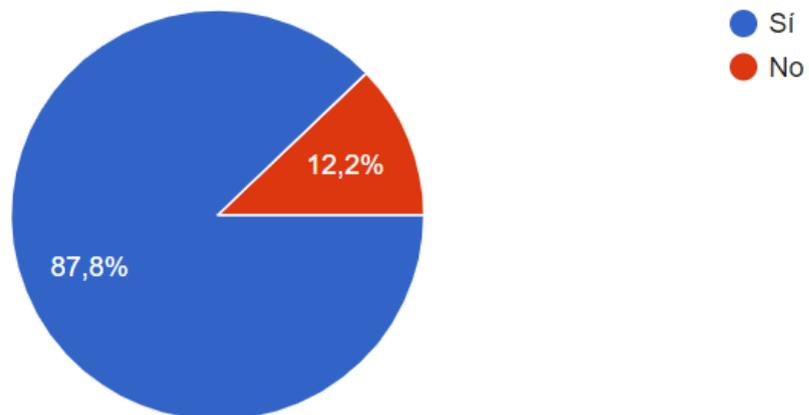


271 de los encuestados aceptaron las condiciones de la encuesta. En la misma, detallamos que su información será utilizada exclusivamente para fines académicos y que sus respuestas serían 100% anónimas. 19 de estos se negaron a tomar la encuesta, por ende, esta se cerró automáticamente para evitar tener respuestas de personas que no aceptaran las condiciones.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

- **¿Ha requerido de los servicios de personalización de productos para uso personal?**

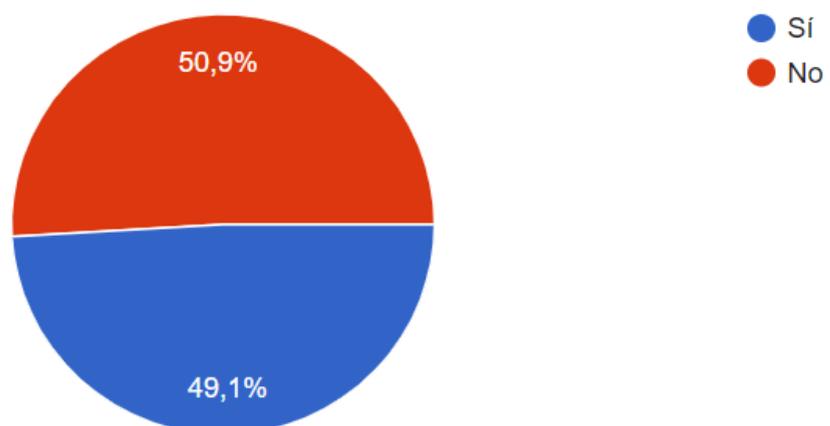
271 respuestas



El 87.8% de los encuestados afirman que han requerido de servicios de personalización para fines personales, mientras que el 12.2% niega el hecho de haber necesitado dicho servicio en el pasado.

- **¿Ha requerido los servicios de personalización de productos para uso empresarial?**

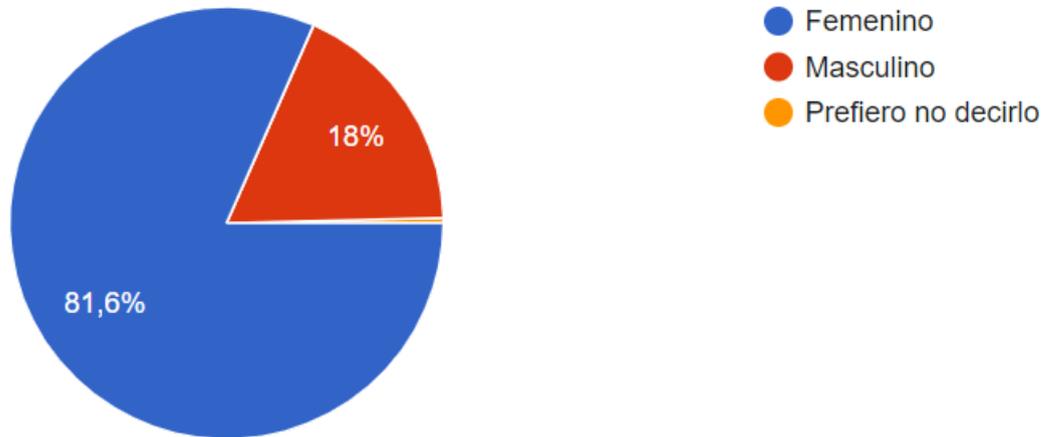
271 respuestas



El 49.1% de los encuestados ha requerido de los servicios de personalización de productos para fines empresariales, mientras el restante 50.9% de los encuestados niega haber requerido del servicio mencionado para dichos fines.

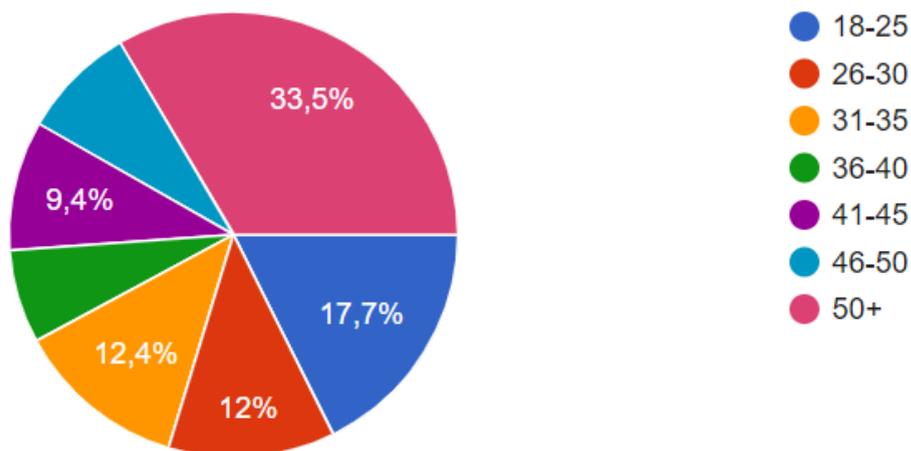
Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

- ¿Cuál es su género?



El 81.6% de los encuestados son mujeres, mientras que el 18% de los encuestados son hombres. Un 0.4% de los encuestados prefiere no definir su género.

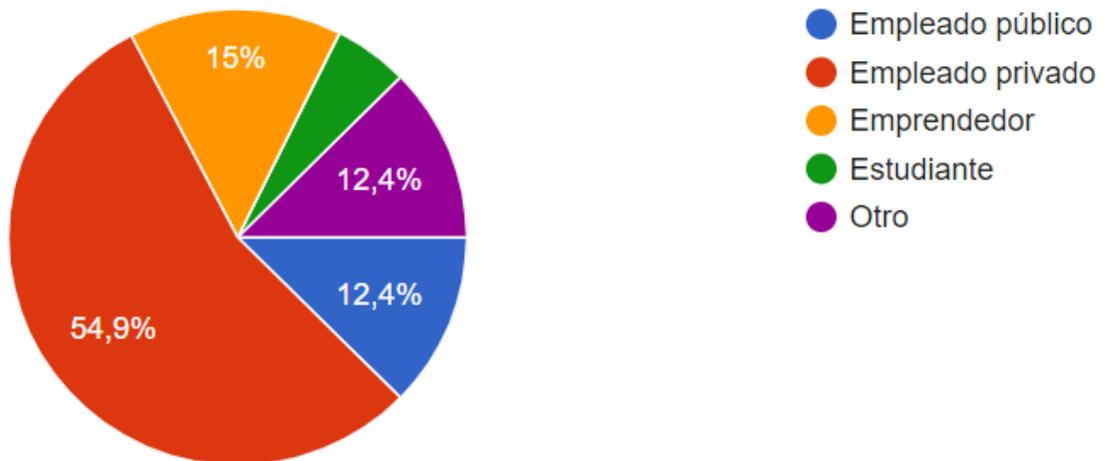
- ¿Qué edad tiene?



Al preguntar las edades de los encuestados las respuestas variaron, el 33.5% de los encuestados tienen 50 o más años de edad, un 17.7% tiene entre 18 y 25, un 12.4% tiene entre 31 y 35, el 12% tiene entre 36 y 40, un 9.4% tiene entre 41 y 45, el 8.3% tiene entre 46 y 50, mientras que el 6.3% tiene entre 36 y 40.

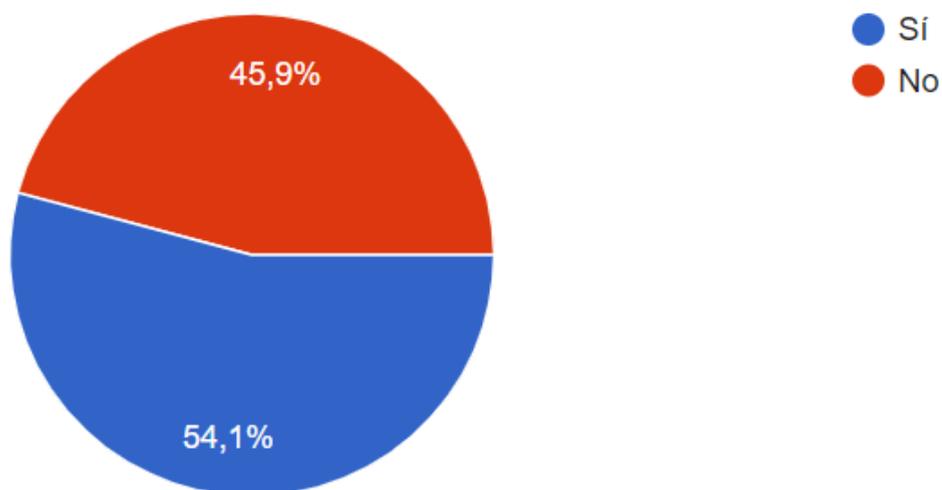
Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

- ¿Cuál es su ocupación?



El 54% de los encuestados labora en el sector privado, el 15% afirma ser emprendedores, ocupando el mismo porcentaje de respuestas (12,4%) tenemos los del sector público y otros, mientras que un 5.3% de los encuestados están representados por estudiantes.

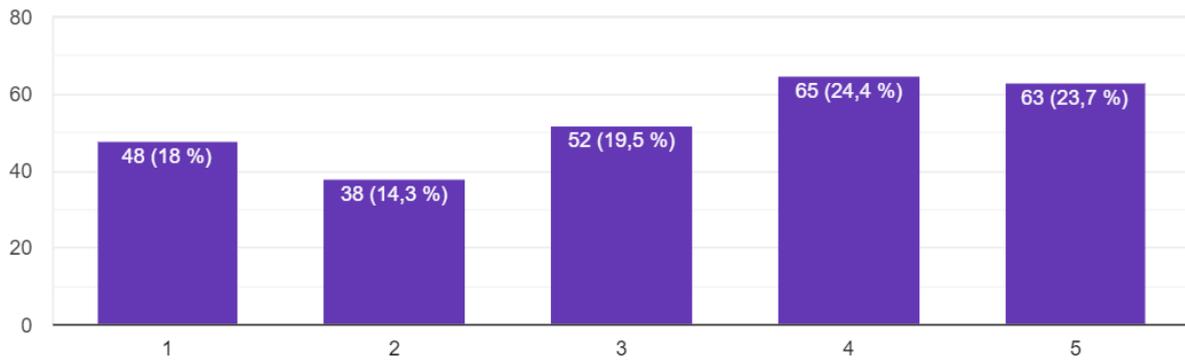
- ¿Conoce la empresa Sorpren'D?



Un 45.9% de los encuestados no conoce la empresa Sorpren'D, mientras que el 54.1% si tiene noción de la empresa.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

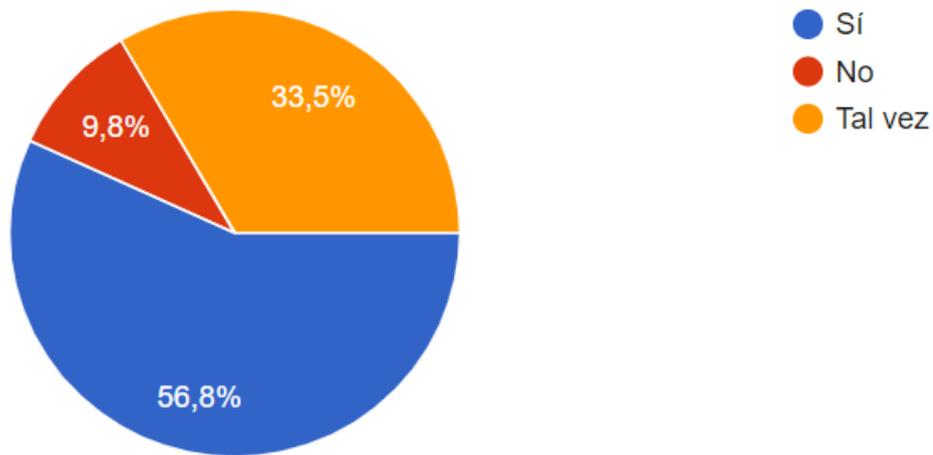
- Del 1 al 5, 1 siendo muy poco y 5 siendo mucho, ¿qué tanto le atrae este logo?



Al mostrar el logo actual de la empresa en la encuesta y preguntar por la opinión de los encuestados sobre la misma, vemos como el 18% en tiende que le atrae muy poco, el 14.3% le atrae poco el logo, el 19.5% se mantiene neutro, el 24.4% le gusta y el 23.7% le gusta mucho.

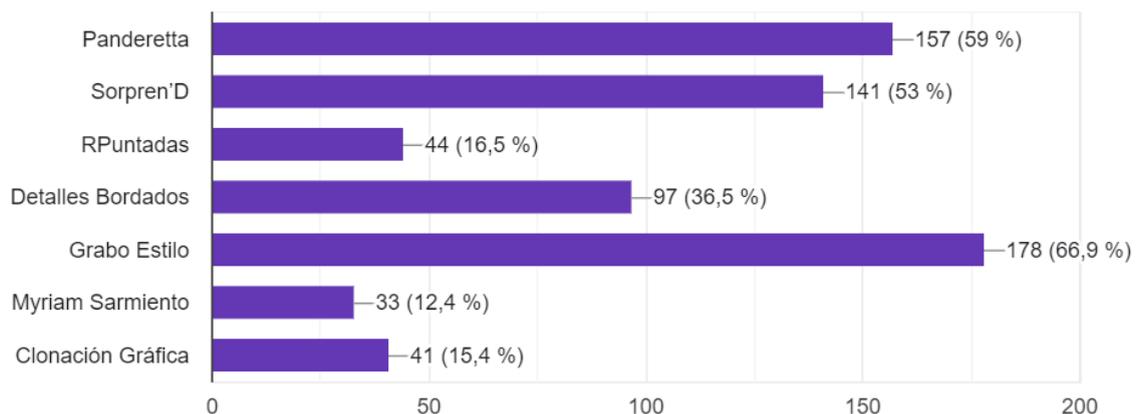
Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

- ¿Entiende que al buscar servicios de personalización en instagram, este tipo de perfil le brinda confianza y le es atractivo?



Al mostrar el feed actual en instagram de la empresa, se le preguntó a los encuestados si esta les resultaba atractiva y si les inspiraba confianza para adquirir sus productos. El 33.5% no estaba muy convencido, por lo que respondieron con “tal vez”, el 9.8% dijo que no le resultaba atractivo ni le brindaba confianza, mientras que el 56.8% dijo que si.

- ¿Cuáles de estas empresas de personalización de producto conoce? Puedes elegir más de uno

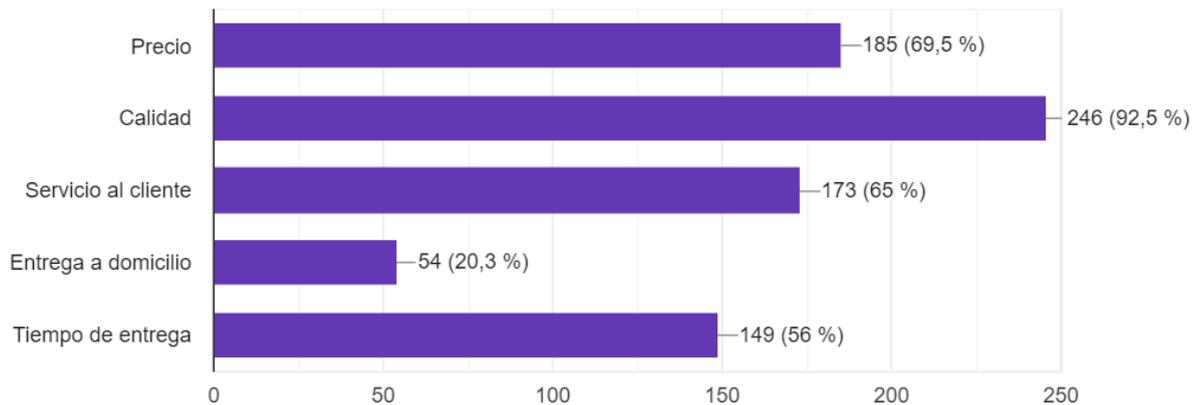


Para tener una idea del entorno competitivo, les preguntamos a los encuestados cuáles empresas conocen, Panderetta, Puntadas y Detalles Bordados siendo competidores directos, mientras que Grabo Estilo, Myriam Sarmiento y Clonación Gráfica siendo competidores no directos. El 59% de los encuestados conoce a Panderetta, el 53% conoce a Sorpren'D, el 16.5% conoce a Puntadas, el 36.5% conoce a Detalles Bordados, el 66.9% conoce a Grabo

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

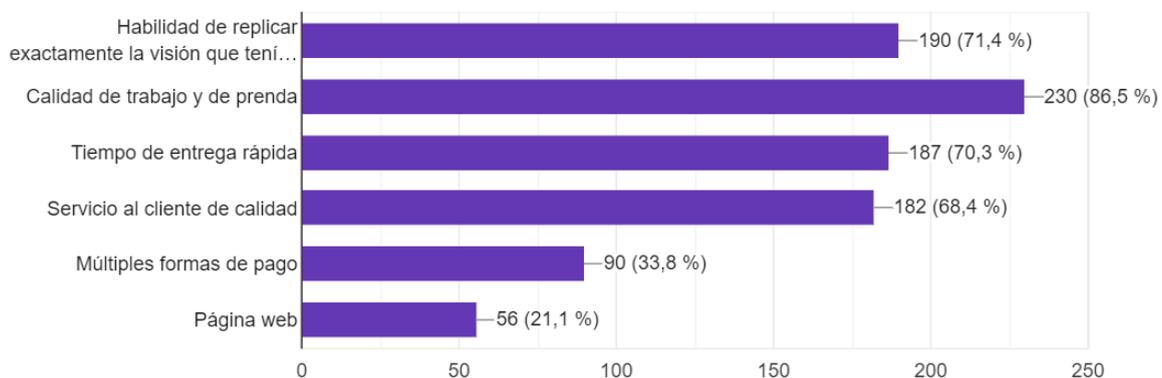
Estilo, el 12.4% conoce a Myriam Sarmiento, mientras que el 15.4% conoce a Clonación Gráfica.

- **¿Cuáles factores te impulsan a elegir la/las empresas seleccionadas previamente?**
Puedes escoger más de una



Según los encuestados, los factores que influyen en su decisión por las empresas seleccionadas previamente son: precio por el 69.5% de los encuestados, calidad por el 92.5%, servicio al cliente por el 65%, entrega a domicilio por el 20.3% y tiempo de entrega por el 56% de los encuestados.

- **¿Cuáles cualidades buscas en una empresa de personalización de productos?**
Puedes elegir más de una

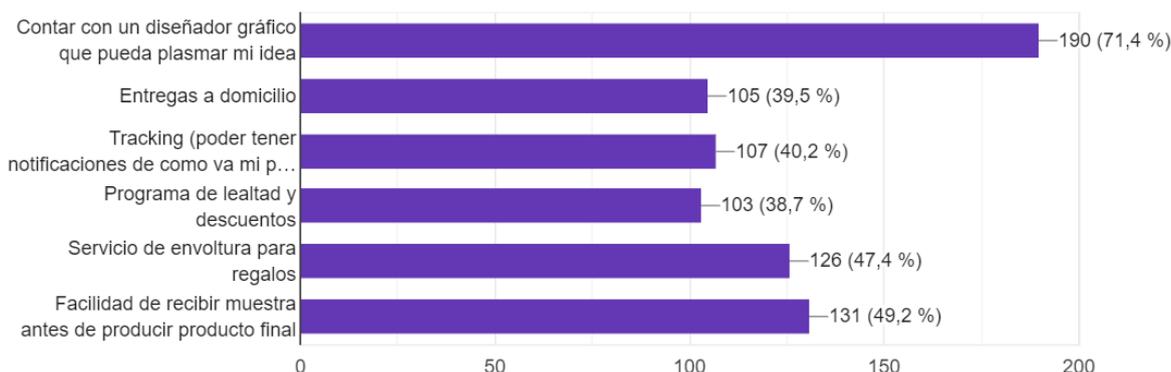


Las cualidades que los encuestados buscan en una empresa de personalización son: la habilidad de replicar exactamente la visión del diseño para el 71.4% de los encuestados, la calidad del trabajo y la prenda para el 86.5%, el tiempo de entrega para el 70.3%, servicio al

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

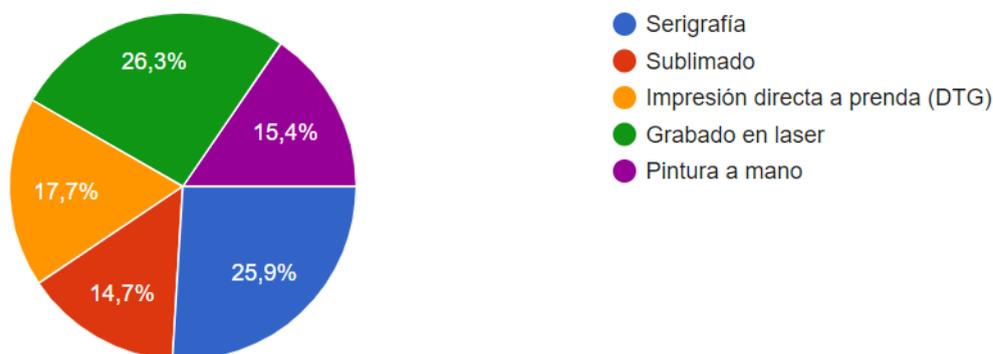
cliente para el 68.4%, tener múltiples formas de pago para el 33.8% y contar con una página web para el 21.1% de los encuestados.

- **Que servicios adicionales serían de tu agrado y te impulsa a elegir a esa empresa para sus servicios? Puedes elegir más de una**



Los servicios adicionales que son de gran interés para los encuestados de poder tener en una empresa de bordados personalizados son: el poder contar con un diseñador gráfico que pueda plasmar sus ideas para el 71.4% de los encuestados, entregas a domicilio para el 39.5% de los encuestados, poder ser notificado del estatus de su pedido para el 40.2%, tener programas de lealtad para el 38.7%, servicio de envoltura para regalo para el 47.4% y la facilidad de recibir muestras antes de la elaboración final para el 49.2% de los encuestados.

- **Cuales técnicas, aparte del bordado, te gustaría tener dentro de tus opciones de servicio de personalización?**

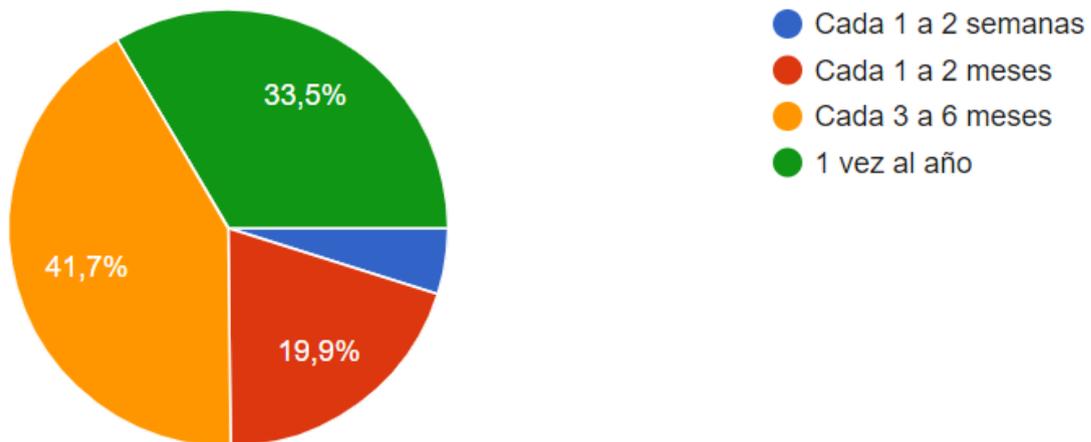


Con miras de poder ampliar los servicios que actualmente ofrece Sorpren'D se les preguntó a los encuestados que otra técnica se les hace atractiva para personalizar sus

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

productos y estos respondieron que para el 26.3% de ellos les interesa el grabado a láser, el 25.9% serigrafía, el 17.7% impresión directa a prenda, el 15.4% pintura a mano y el 14.7% le interesa el sublimado.

- ¿Con cuánta frecuencia requieren de servicios de esta naturaleza?



Con el fin de comprender la demanda, el 41.7% de los encuestados afirma necesitar de estos servicios cada 3 a 6 meses, el 33.5% una vez al año, el 19.9% cada 1 a 2 meses y el 4.9% cada 1 a 2 semanas.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Conclusión según objetivos Específicos

- **Objetivo: Entender nuestra participación dentro del mercado.**

Según los datos arrojados por la encuesta podemos concluir que un buen número de personas conoce la marca, sin embargo notamos que su competidor directo, Panderetta, tiene más reconocimiento, al igual que su competidor no directo, Grabo Estilo, el lateral sobrepasando el reconocimiento del competidor directo. Al llevar la encuesta en un plano general, tanto a clientes activos como generales, pudimos notar que la participación de Sorprend'D no es nula, sin embargo, esta puede mejorar significativamente. Los datos nos muestran que para esta industria existe una demanda, no obstante, los consumidores de este mercado están optando por marcas de mayor renombre, inclusive, dirigiéndose a empresas que no son competencia directa, pero si ofrecen servicios similares. Esto nos deja entender que con trabajo y un plan enfocado, Sorpren'D puede subir escalones en la escala mental del consumidor y volverse una gran opción para recurrir a servicios de personalización de

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

productos, tanto para fines personales como empresariales. Este último punto siendo un gran dato en lo que puede impactar de manera positiva a la marca. Existe una buena demanda en el mundo empresarial para servicios de esta naturaleza, por lo que Sorpren'D puede crecer en gran proporción.

- **Objetivo: Identificar los factores atractivos que influyen en la toma de decisión de compra de los consumidores.**

Los factores que más le parecen atraer a los consumidores son la calidad y la réplica exacta del diseño que estos quieren en sus prendas personalizadas. Sin embargo, otros factores por igual resultaron ser de interés para los encuestados como lo son: precio, tiempo de entrega, servicio de envoltura y la facilidad de tener muestras del producto antes de la elaboración final. Los factores previamente mencionados fueron los destacados al indagar por los puntos decisivos en la toma de decisión al dirigirse a una empresa por sus servicios de personalización. Entendemos que estos puntos críticos deben jugar un gran rol en nuestro plan para poder potencializar la empresa y posicionarla dentro del mercado.

- **Objetivo: Entender la percepción de la marca actualmente.**

Dentro de la encuesta se indagó la percepción de la marca actualmente. Al preguntar por la opinión de los encuestados sobre el logo y que tan atractivo les resultaba, la mayoría respondió que le resultaba poco interesante o les parecía neutral. Por otro lado, al preguntar por la percepción del feed de instagram, la cual es la única vía digital donde se puede apreciar la marca, la mayoría afirmó que les resultaba atractiva y de confianza. No obstante, esta respuesta pudo ser resultado de la cantidad de personas que sí conocía la marca, ya que estos habían recurrido a los servicios de la empresa previamente. La cantidad de personas que no se sentía segura ni atraída por el contenido digital hacía semejanza a la cantidad de encuestados que no se encontraban familiarizados con las marcas. Lo que nos deja entender que para aquellos que no han probado los servicios de Sorpren'D, por su presentación actual no lograran crear un impacto significativo para persuadir al consumidor de elegirlos por encima de la competencia.

RECOMENDACIONES SEGÚN OBJETIVOS ESPECÍFICOS PLANTEADOS

- Objetivo: Entender nuestra participación dentro del mercado.

Comprendiendo la posición actual de Sorpren'D, recomendamos recurrir a estrategias que marquen el factor diferenciador de la marca, al igual que potencializar el valor agregado que la marca le puede ofrecer al cliente. Se requiere de un gran esfuerzo mercadológico coherente e impactante para captar la atención del cliente sin saturarlo, pero al mismo tiempo se pueda lograr influir la toma de decisión del consumidor de forma gradual, con el fin de volverse una de las primeras opciones de servicio de personalización. En honor a la categoría de esta industria, recomendamos que desde el inicio hasta el fin, la experiencia del consumidor debe ser 100% personalizada, de forma que este se sienta parte del proceso en cada paso. El éxito se encontrará cuando el consumidor pueda ver a Sorpren'D como la herramienta ideal para cobrar vida a sus ideas y hacer de cada detalle una experiencia.

- Objetivo: Identificar los factores atractivos que influyen en la toma de decisión de compra de los consumidores.

Al identificar los factores atractivos que destacaron los encuestados, recomendamos que estos sean implementados por etapas en la empresa. El objetivo de esto es que el cliente pueda percibir el constante crecimiento de la empresa, visualizar la marca como una que se preocupa por satisfacer todas las necesidades del cliente.

- Objetivo: Entender la percepción de la marca actualmente.

Según lo analizado, recomendamos que la marca pase por un proceso de rebranding. El objetivo es crear una identidad de marca que transmita lo que es Sorpren'D y lo que esta pueda significar para el público. La estética debe de ser simple, clara y coherente, más no puede perder la esencia de la misma, puesto a que ya tiene una base de clientes estable. Nuestra recomendación se basa en conectar con el consumidor potencial, sin quebrantar el lazo que ya se ha construido con los clientes activos. Se debe crear dinámicas que atraigan a ese porcentaje de clientes que no conocen la marca, mientras se fidelizan los clientes actuales.

Conclusión General

La marca no se encuentra en la peor posición del mercado, no obstante, esta tiene mucho espacio para crecer y expandir su alcance. Los clientes buscan una marca que pueda satisfacer todas sus necesidades, e incluso, predecir aquello que el cliente no sabe que

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

necesita todavía. Es por esto que Sorpren'D necesita innovar, desarrollarse, estructurarse y sedimentarse.

Recomendación General

Recomendamos la elaboración de un plan que mantenga al cliente en el centro. Toda acción y estrategia debe estar focalizada en cómo puede ayudar y facilitar la vida del cliente. Realizar trabajos con Sorpren'D debe sentirse como una experiencia de principio a fin, donde el cliente perciba a la marca como su amigo que lo ayuda y guía en cada paso.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

- Gustos: Piezas de calidad con un alto cuidado en el detalle y entregas en el tiempo acordado.
- Expectativas: Ver plasmado lo que se tenía en mente al solicitar su artículo personalizado, realizado con una alta calidad en las piezas.
- Precio: RD\$1,740-RD\$2,500
- Bienes sustitutos: Personalización en serigrafía, sublimado o impresión directa en prenda.

ONLINE BUYER PERSONA

Perfil del usuario digital ideal Nota: En Marketing de Contenidos nunca se usa el término público objetivo sino el término de Buyer Persona.

CARACTERÍSTICAS E INTERESES:

- Utiliza activamente las redes sociales, como Facebook, Instagram y LinkedIn, tanto para el trabajo como para las relaciones personales.
- Prefiere las compras en línea y busca ofertas y descuentos.
- Es seguidora de blogs de moda y belleza, así como de influencers en redes sociales.
- Le gusta la conveniencia de comprar en línea y busca experiencias de compra sin complicaciones.
- Le interesa la sostenibilidad y la responsabilidad social de las empresas.

DESAFÍOS Y NECESIDADES:

- Busca productos y servicios de calidad a precios asequibles.
- Quiere obtener recomendaciones de productos y encontrar reseñas confiables en línea.
- Valora la comodidad de la entrega a domicilio y las opciones de devolución sencillas.
- Desea apoyar a empresas que tienen un enfoque en la sostenibilidad y la responsabilidad social.



LAURA MUÑOZ
Directora Creativa

Datos Demográficos:
Edad: 32 años
Género: Femenino
Sector: Renacimiento
Estado Civil: Soltera
Educación: Post-grado

COMPORTAMIENTO DE COMPRA:

- Investiga en línea antes de realizar una compra, consultando reseñas y comparando precios.
- Sigue a marcas y tiendas en redes sociales para estar al tanto de promociones y novedades.
- Es propensa a la compra impulsiva cuando encuentra ofertas atractivas.
- Se muestra influenciada por opiniones de amigos y reseñas de productos.

PERSONALIDAD

Creativa	● ● ● ● ● ●
Organizada	● ● ● ● ● ● ● ●
Detallista	● ● ● ● ● ● ● ●
Impulsiva	● ● ● ● ● ● ● ●

FIJACIÓN DE OBJETIVOS

Objetivos cualitativos

- Aumentar la lealtad del cliente.
- Mejorar el posicionamiento de la marca.

Objetivos cuantitativos

- Incrementar el engagement un 3%
- Aumentar la cantidad de seguidores de 1,929 followers a 2,050 followers.
- Aumentar el alcance orgánico un 5%
- Incrementar el número de conversiones de redes sociales un 3%

Objetivos (online -SMART)

- Reducir el tiempo de respuesta al cliente en redes sociales a un máximo de 2 horas en los próximos 3 meses.
- Aumentar la cantidad de seguidores en Instagram un 6.3% en los próximos 3 meses
- Incrementar el engagement en el contenido de Instagram un 3% en los próximos 3 meses.
- Aumentar el posteo de contenido a 3 veces por semana en RRSS en los próximos 3 meses.

ESTRATEGIAS DE MARKETING

Estrategias de posicionamiento de marca

Posicionamiento por calidad : Mantener la alta calidad que caracteriza los productos de Sorpren' D, creando un proceso exhaustivo de la supervisión de la misma.

Posicionamiento por ocasión de uso: Mantenernos promoviendo nuestros productos en fechas importantes como, san valentín, navidad , etc. para que el cliente pueda visualizar nuestros productos y aprovechar las ofertas.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Estrategias de marketing de contenidos

Publicaciones regulares y consistentes: Crear un calendario de contenido ayudando a que nuestros consumidores vean la variedad de productos, modelos de letras y diseños de las piezas del negocio.

Contenido visual atractivo: crear un contenido con las mismas líneas estéticas, volviéndolo más amigable y atractivo para el ojo del consumidor.

UGC: incentivar a nuestros consumidores a crear su propio contenido (foto/video) y que lo publiquen en sus redes.

Contenido de behind the scenes: realizar stories con la creación de las piezas e involucrar a nuestros seguidores en el día a día del negocio.

Estrategias de fidelización

Testimonios de clientes: Crear un espacio en nuestras redes donde se muestran fotos/videos de clientes satisfechos y estos puedan compartir su experiencia y hablar de cómo se sintieron en el proceso y con el producto final.

Regalos y sorpresas: Crear promociones que por el consumo de RD\$1,500.00 nuestros consumidores pueden participar para ganar bonos o porcentajes de descuento (B2C). Crear promoción que fomente la sostenibilidad, por reutilizar las cajas de empaques podrás tener hasta un 15% de descuento en tu próximo pedido (B2B).

Estrategia de marketing de boca en boca

Programa de referidos: Crear un programa de referidos nos ayudará a fomentar el boca a boca, consistirá en lo siguiente: al recomendarnos a un amigo, familiar o cualquier personas debes de informarles que cuando hagan su pedido digan que llegaron o conocieron el negocios por ti, mientras mas personas nos refieras mayor será tu porcentaje de descuento, solo será válido para utilizar en una compra.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Estrategias de marketing directo

Email Marketing: Enviaremos el catálogo de negocios en temporadas especiales como navidad, día de madres, día del padre , etc. ayudando a que los consumidores se mantengan al tanto de los descuentos y productos disponibles.

Whatsapp Marketing: crear una línea de difusión donde se enviaran noticias, catálogos, descuentos y anuncios, creando una comunidad y manteniendo al tanto de todas las noticias, descuentos y ofertas.

TÁCTICAS - INICIATIVAS: OFF

Acciones que cumplan las estrategias propuesta: debe ser tanto de de mercadeo tradicional –off como online con las 5P’S: Producto, precio, Comunicación –promoción, Distribución

Posicionamiento por calidad

- Implementar un protocolo extremo de la supervisión de la calidad en las piezas.
- Realizar muestras antes de que los bordados/ personalizaciones sean realizados para la aprobación del cliente.

Regalos y sorpresas

- Realizar activaciones en la sucursal donde los clientes que compren más de RD\$1,500.00 podrán participar para ganarse bonos de descuento. Al momento de encontrarse pagando su compra podrá entrar la mano en una caja de regalo donde tendrá la oportunidad de sacar un porcentaje de descuento.

TÁCTICAS - INICIATIVAS: ON

Publicaciones en redes sociales: seguir el calendario de contenido, ayudando a mantenernos activos en las redes sociales de una manera estética sin abrumar/ bombardear al consumidor con nuestros productos, esto lo lograremos publicando 3 veces a la semana.

Influencer Marketing: estaremos realizando colaboraciones con distintas madres influencers (Marcelle de Moya) que están alineadas con la marca, de esta manera lograremos alcanzar a

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

las personas que siguen sus plataformas y puedan tener interés en los regalos y detalles personalizados.

El sistema POEM de marketing hace referencia a la combinación de medios pagados, medios propios y medios ganados (paid media, owned media y earned media)

Medios pagados:

- Ads RRSS
- Influencer Marketing

Medios propios:

- Cuentas de RRSS

Medios ganados:

- User generated content

Personal-Acciones de Endomarketing (B2E (Business to Employee- empresa a empleado) acciones a nivel interno.

- **Actividades de integración:** Incorporando distintas actividades como, desayunos o almuerzos ayudan a que el equipo se integre y se relacionen entre sí.
- **Capacitación:** Ofrecer oportunidades de formación y desarrollo para ayudar a los empleados a adquirir nuevas capacidades.
- **Comunicación interna efectiva:** Para mantener al personal informado de los cambios, organizar reuniones frecuentes o actualizaciones informativas.

BRAND BOOK

Logo



Baseline

Bordados Regalos Personalizados

Logo con el baseline

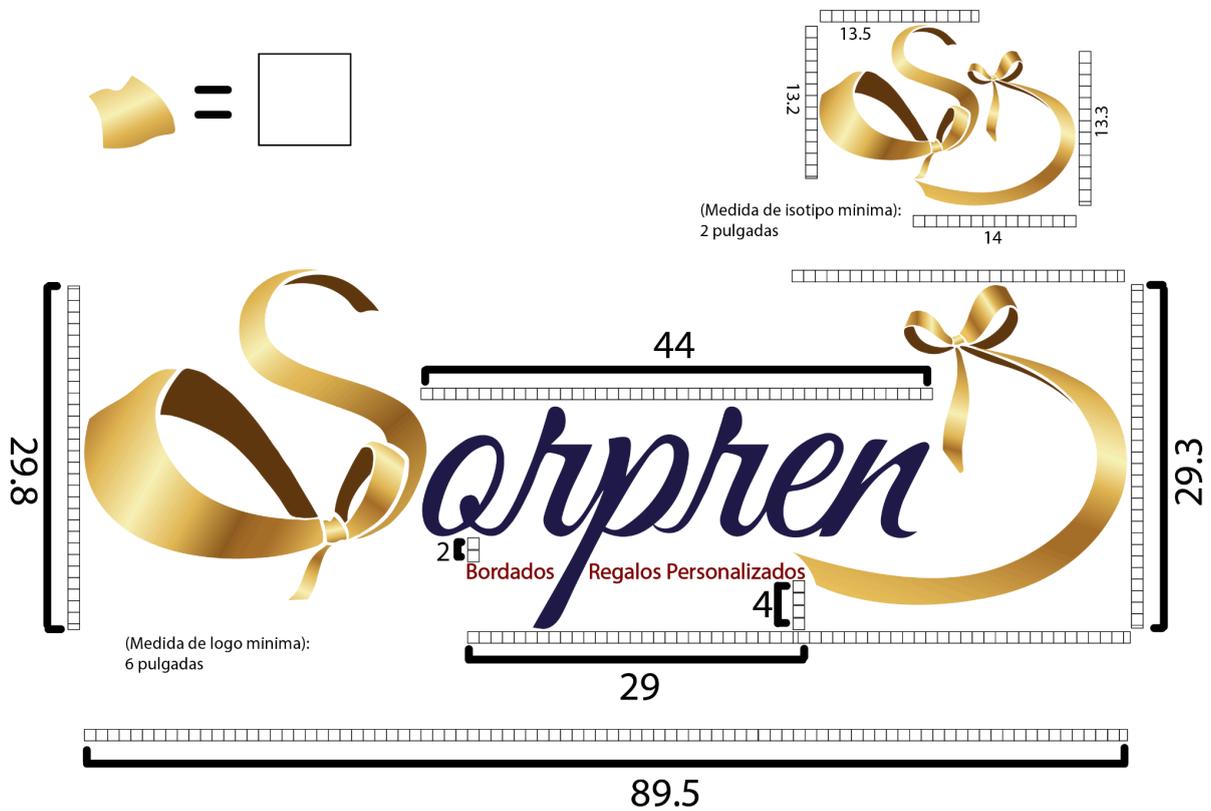


Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Isotipo

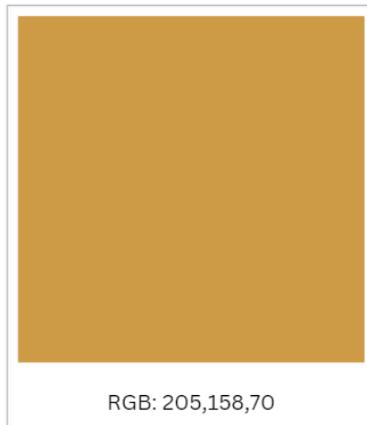
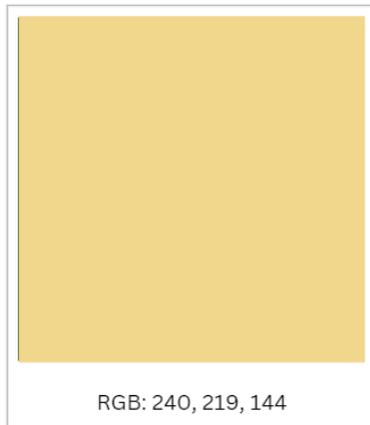


Construcción y medidas aceptadas



Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Colores corporativos



Área de protección



Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Key visual





COTIZACIONES

Capacitación en control de calidad bajo la norma ISO 900 en INFOTEP



Ingresar tu búsqueda

[INICIO](#) | [MAPA DE SITIO](#) | [CONTACTO](#)

[Inicio](#) [Nosotros](#) [Servicios](#) [Oferta Formativa](#) [Transparencia](#) [Sistemas en línea](#) [Oficinas](#) [Noticias](#)
[Contactos](#) [Innovatep](#)

MÁS DE ESTA SECCIÓN

[Sistemas en línea](#)

[Asesoría y asistencia técnica a empresas](#)

[Convalidación de estudios, reconocimiento de certificados y títulos](#)

[Asistencia técnica a COS](#)

[Formación Presencial](#)

[Formación Virtual](#)

[Certificación ocupacional](#)

Estás aquí: [Inicio](#) / [Servicios](#) / **Formación Virtual**

Formación Virtual

3.45 / 5



Valora este servicio

[Dejar un comentario](#)

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

La formación virtual apoya los procesos de enseñanza y aprendizaje aplicando las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), a fin de superar las barreras de acceso a la formación, como son: distancia geográfica, ausencia de centros, falta de flexibilidad en los horarios, etc.

El centro de formación virtual, **INFOTEP Virtual**, ofrece cursos en las áreas de formación de docentes, informática, mandos medios y Norma ISO 9001.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

A personas, empresas e instituciones

DEPARTAMENTO QUE LO OFRECE

Infotep Virtual

INFORMACIÓN DE CONTACTO

Tel.: 809-563-3880

Correo: contacto@infotep.gob.do

Dirección: Calle Paseo de Los Ferreteros No. 3, detrás de la torre del Banco Popular, Ensanche Miraflores, Santo Domingo, R. D.

REQUERIMIENTOS O REQUISITOS

Tener acceso a un computador con conexión a internet

Poseer conocimientos básicos del uso del computador, excepto para los cursos de informática

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

PROCEDIMIENTOS A SEGUIR

La persona interesada deberá verificar la disponibilidad del curso que desea realizar, y luego solicitar la inscripción del mismo, rellorando el formulario que se despliega al pulsar sobre este, los días viernes (de 4:00 p. m. a 8:00 p. m.) y sábado (de 8:00 a. m. a 4:00 p. m.), de cada mes.

Luego deberá esperar un correo de confirmación de su solicitud. Cuando el curso vaya a iniciar, recibirá otro correo en el que se le indicará el usuario y contraseña para acceder al mismo.



Horario de prestación

Estos cursos son asincrónicos, las personas completan el programa de estudios, a su ritmo, cumpliendo con el tiempo establecido



Costo

Gratuito



Tiempo de realización

El indicado en el programa seleccionado. El tiempo puede ir de 3 meses en adelante



Canal de Prestación

En línea

INFORMACIÓN ADICIONAL

La formación virtual se ajusta a las necesidades y tiempos de las personas, lo que les permite desarrollar su proceso de formación en cualquier momento y lugar.

[URL del servicio](#)



Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional | INFOTEP

C/ Paseo de Los Ferreteros #3, Ens. Miraflores, Sto. Dgo. R.D.

Tel: (809) 566-4161 | Fax - (809) 565-5448

contacto@infotep.gob.do

[Términos De Uso](#) | [Políticas De Privacidad](#) | [Preguntas Frecuentes](#)

©2023 Todos los derechos reservados



Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Activación en días festivos/temporadas focos en tienda (decoración)

- Navidad

PARTY FESTA

Entrega a domicilio o recogida en tienda en 24 - 48h de lunes a viernes
Gastos de envío desde 3,99€ en Península, 2,50€ en tienda
Envío gratuito a partir de 40€

TU CARRITO

	GUIRNALDA COPOS DE NIEVE DORADOS	1	3,00 €		
	32 GIFTS ETIQUETAS NAVIDEÑAS	1	2,00 €		
	CORONA ROSITA CON PIÑAS PLATA	1	22,00 €		
	ÁRBOL DECORATIVO DE MADERA CON BOLAS PIÑAS Y ESTRELLAS	1	20,00 €		
	PACK 3 MEDIDAS CAJA / SOBRE REGALO BLANCA	50	300,00 €		
	LAZOS ROJOS DECORATIVOS PARA PAPEL REGALO	25	75,00 €		
	LAZOS OROS DECORATIVOS PARA PAPEL REGALO	25	75,00 €		
	VESTIDO SANTA CLAUS MUJER (TÚNICA)	1	12,00 €		
	GUIRNALDA 40 LUCES LED DECORATIVAS A PILAS	1	4,50 €		

106 artículos 513,50 €
Transporte Gratis
¿Tienes un código promocional?
Tu código aquí [Añadir](#)

Total (impuestos inc.) 513,50 €
[Finalizar mi compra](#)
[PayPal Pagar](#)

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

- San Valentin



Entrega a domicilio o recogida en tienda en **24 - 48h** de lunes a viernes
Gastos de envío desde **3,99€** en Península, 2,50€ en tienda
Envío gratuito a partir de 40€

TU CARRITO

	3 POMPONES PAPEL ROJO 40CM	1	6,00 €		
	GLOBO FORMA CORAZÓN ROJO 56CM	1	5,00 €		
	CONFETI CORAZÓN FOIL 20 GR	1	2,50 €		
	BOLSA DE REGALO CORAZONES MEDIANA MR. WONDERFUL 22X18CM	1	2,50 €		
	PAPEL DE REGALO CORAZONES MR. WONDERFUL 70X200CM	1	2,50 €		
	GUIRNALDA CORAZONES ROJOS 6 M	1	3,98 €		

6 artículos 22,48 €
Transporte 3,99 €
[¿Tienes un código promocional?](#)

Tu código aquí [Añadir](#)

Total (impuestos inc.) 26,47 €

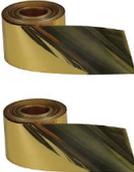
[Finalizar mi compra](#)

[PayPal Pagar](#)

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

- Black Friday

Shopping Cart Price

- 

Beistle 2 Piece Indoor Outdoor Metallic Plastic Birthday Streamers for Wedding Receptions, Graduation Parties, New Year's Eve Decorations, 2" x 200', Gold **\$25.75**

In Stock
 This is a gift [Learn more](#)

Qty: | [Delete](#) | [Save for later](#) | [Compare with similar items](#) | [Share](#)
- 

Beistle 2 Piece Plastic Metallic Gold Spray Centerpieces For Happy New Year Decorations, Awards Night Tableware, Birthday Party Supplies, 19" **\$13.29**

In Stock
 This is a gift [Learn more](#)

Qty: | [Delete](#) | [Save for later](#) | [Compare with similar items](#) | [Share](#)
- 

10 Pack 11" Standard Opaque Latex Color Balloons with Matching Ribbons (Onyx Black) **\$6.99**

Only 11 left in stock - order soon.
 This is a gift [Learn more](#)
Color: Onyx Black

Qty: | [Delete](#) | [Save for later](#) | [Compare with similar items](#) | [Share](#)

Subtotal (14 items): \$291.76

Metrópolis INICIO IMPRESIÓN ▾ PAPELERÍA ▾ NOSOTROS CONTACTO 🔍 *Buscar Productos...*

PRODUCTO	PRECIO	CANTIDAD	SUBTOTAL
 <p>Porta Banner Roll Up 33.4x78.7 plg. <i>Editar opciones</i> #1 Banner: Incluir impresión del banner 33.4x78.7 plg.</p>	RD\$3,630.00	- 1 +	RD\$3,630.00

TOTAL DEL CARRITO

Subtotal	RD\$3,630.00
Total	RD\$3,630.00

FINALIZAR COMPRA

[Cupón](#)

[← SEGUIR COMPRANDO](#)
[VACIAR CARRITO](#)

- Dia de las madres

Metrópolis INICIO IMPRESIÓN ▾ PAPELERÍA ▾ NOSOTROS CONTACTO 🔍 *Buscar Productos...*

✓ "Porta Banner Roll Up 33.4x78.7 plg." eliminado. ¿Deshacer?

PRODUCTO	PRECIO	CANTIDAD	SUBTOTAL
 <p>Porta Banner Tipo Araña - 3x6 <i>Editar opciones</i> #1 3x6: Incluir impresión del banner 3x6</p>	RD\$1,985.00	- 1 +	RD\$1,985.00

TOTAL DEL CARRITO

Subtotal	RD\$1,985.00
Total	RD\$1,985.00

FINALIZAR COMPRA

[Cupón](#)

[← SEGUIR COMPRANDO](#)
[VACIAR CARRITO](#)

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

- Día de los padres

Metrópolis INICIO IMPRESIÓN ▾ PAPELERÍA ▾ NOSOTROS CONTACTO

✓ "Porta Banner Roll Up 33.4x78.7 plg." eliminado. ¿Deshacer?

PRODUCTO	PRECIO	CANTIDAD	SUBTOTAL
Porta Banner Tipo Araña - 3x6 Editar opciones #1 3x6: Incluir impresión del banner 3x6	RD\$1,985.00	1	RD\$1,985.00

TOTAL DEL CARRITO

Subtotal RD\$1,985.00
Total RD\$1,985.00

[← SEGUIR COMPRANDO](#) [VACIAR CARRITO](#) [FINALIZAR COMPRA](#)

[Cupón](#)

-Back to school

amazon Deliver to Dominican Republic All Search Amazon

All Today's Deals Registry Customer Service Gift Cards Sell

Shopping Cart

	Price
Saftco Products Write Way Rectangle Message Sign 4117BL, Black, Magnetic Dual-Sided Dry Erase Board, Indoor and Outdoor Use In Stock Gift options not available. Learn more Style: Rectangle Qty: 1 Delete Save for later Compare with similar items Share	\$88.09
U Brands Chalkboard, 17 x 23 Inches, Birch Wood Frame (310U00-01) In Stock Gift options not available. Learn more Qty: 1 Delete Save for later Compare with similar items Share	\$30.36
Toland Home Garden 1012196 Back to School Crayons Classroom Flag 28x40 Inch Double Sided Classroom Garden Flag for Outdoor House Teacher Flag Yard Decoration In Stock Gift options not available. Learn more Size: 28x40 Inch Qty: 1 Delete Save for later Compare with similar items Share	\$15.98
Subtotal (3 items): \$134.43	

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

- Activación en días festivos/temporadas focos en redes

COTIZACIÓN

Freelancer
Sebastian Oliva

SOLICITANTE: SHANTAL JIMENEZ

☎ 849-876-1887
✉ sebastianolivad2@gmail.com
📍 Lorenzo Depradel #14

No: 000007800
Fecha : 11/17/2023

DETALLE	UND.	PRECIO	TOTAL
Creación de contenido red social Instagram Post	48	RD\$3,000.00	RD\$144,000.00
Creación de contenido red social Instagram Story	48	RD\$1,500.00	RD\$72,000.00
Creación de contenido red social Instagram Reel	48	RD\$3,500.00	RD\$168,000.00
Sujeta a cambios dependiendo del tipo de contenido y producción.		SUB-TOTAL	RD\$384,000.00
		ITBIS	RD\$69,120.00
		TOTAL	RD\$453,120.00

Método de pago:

Pago por transferencia
Banco Banreservas
Número de cuenta: 9604899278
Cédula: 40218614705


Sebastian Oliva

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

- Catalogos por temporadas (San Valentin, Madres, Padres, Back to school, Black Friday y Navidad)

COTIZACIÓN

Freelancer
Sebastian Oliva

SOLICITANTE: SHANTAL JIMENEZ

☎ 849-876-1887
✉ sebastianolivad2@gmail.com
📍 Lorenzo Depradel #14

No: 000007798
Fecha : 11/17/2023

DETALLE	UND.	PRECIO	TOTAL
Catálogo de San Valentin	1	RD\$20,000.00	RD\$20,000.00
Catálogo de madres	1	RD\$20,000.00	RD\$20,000.00
Catálogo de padres	1	RD\$20,000.00	RD\$20,000.00
Catálogo de Back to School	1	RD\$20,000.00	RD\$20,000.00
Catálogo de Black Friday	1	RD\$20,000.00	RD\$20,000.00
Catálogo de Navidad	1	RD\$30,000.00	RD\$30,000.00
Sujeta a cambios dependiendo del contenido.		SUB-TOTAL	RD\$130,000.00
		ITBIS	RD\$23,400.00
		TOTAL	RD\$153,400.00

Método de pago:

Pago por transferencia
Banco Banreservas
Número de cuenta: 9604899278
Cédula: 40218614705


Sebastian Oliva

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

- Email marketing



Growsify LLC
Calle Maximo Cabral #4
Santo Domingo, Distrito Nacional
Republica Dominicana, 10104

Para
Shantal Jimenez

shantalmaye2022@gmail.com

PROPRUESTA-000114

Email Marketing - Sorprend

Fecha: 2023-11-19
Valida hasta: 2023-11-26
Proyecto:

#	Articulo	Cantidad	Precio	Importe
1	Implementacion de sistemas para Email Marketing	1	200.00	200.00
2	Configuracion de listas de clientes	1	50.00	50.00
3	Configuracion de segmentacion	1	50.00	50.00
4	Creacion de 2 campaña para Email Marketing	1	50.00	50.00
5	Creacion de 2 automatizaciones de registro y seguimiento via Email Marketing	1	50.00	50.00
6	Adquisicion de plugins necesarios	1	75.00	75.00
			Total neto	USD\$475.00
			Total	USD\$475.00

Tiempo de entrega: 20 Días laborables.

NOTA: Esta propuesta no incluye dominio y hosting. En caso de requerir este servicio, puede solicitarlo aparte.

Mantenimiento Páginas estáticas - WordPress mensual: \$50 USD (Opcional)

Políticas de servicios de mantenimiento

Mantenimiento incluye:

- Revisión de funcionalidades del sistema.
- Corrección de errores y fallos que puedan aparecer en el sistema.
- Cambio de imágenes e informaciones.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

- Artes de whatsapp (anuncios, información, descuentos, ofertas, etc.)

COTIZACIÓN

Freelancer
Sebastian Oliva

SOLICITANTE: SHANTAL JIMENEZ

☎ 849-876-1887
✉ sebastianolivad2@gmail.com
📍 Lorenzo Depradel #14

No: 000007799
Fecha : 11/17/2023

DETALLE	UND.	PRECIO	TOTAL
Arte en Whatsapp con fotos	48	RD\$3,000.00	RD\$144,000.00
Arte de avisos en Whatsapp	28	RD\$2,000.00	RD\$56,000.00
Arte de ofertas en Whatsapp	36	RD\$3,000.00	RD\$108,000.00
Sujeta a cambios dependiendo de la planificación de contenido.		SUB-TOTAL	RD\$308,000.00
		ITBIS	RD\$55,440.00
		TOTAL	RD\$363,440.00

Método de pago:

Pago por transferencia
Banco Banreservas
Número de cuenta: 9604899278
Cédula: 40218614705


Sebastian Oliva

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

- Ads en redes sociales

\$600 durante 30 días

Gasto total

46,000 - 120,000

Alcance estimado

- Muestra del producto



CLIENTE : Maria Natalia Guerrero
RNC:
CONTACTO : Maria Natalia Guerrero
EMAIL:
DIRECCION :

Cotizacion
18-nov-23
COT: 0410

ITEM	Detalle	UND	COSTO	TOTAL
1	Bordado de logo	1	RD\$300.00	RD\$300.00
2	Transferencia de logo al programa de Bordar	1	RD\$775.00	RD\$775.00

SUBTOTAL RD\$1,075.00
ITBIS 18% RD\$193.50
Total Genral RD\$1,268.50

Av. Sarasota # 97, Edificio Claudine Local 13-A Bella Vista Distrito Nacional
Email: mmmorillomorel@hotmail.com Telefono: (809) 620-2656

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

- Creación de 3 post por semana

COTIZACIÓN

Freelancer
Sebastian Oliva

SOLICITANTE: SHANTAL JIMENEZ

☎ 849-876-1887
✉ sebastianolivad2@gmail.com
📍 Lorenzo Depradel #14

No: 000007800
Fecha : 11/17/2023

DETALLE	UND.	PRECIO	TOTAL
Creación de contenido red social Instagram Post	48	RD\$3,000.00	RD\$144,000.00
Creación de contenido red social Instagram Story	48	RD\$1,500.00	RD\$72,000.00
Creación de contenido red social Instagram Reel	48	RD\$3,500.00	RD\$168,000.00
Sujeta a cambios dependiendo del tipo de contenido y producción.		SUB-TOTAL	RD\$384,000.00
		ITBIS	RD\$69,120.00
		TOTAL	RD\$453,120.00

Método de pago:

Pago por transferencia
Banco Banreservas
Número de cuenta: 9604899278
Cédula: 40218614705


Sebastian Oliva

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Influencer (Marcelle de Moya)



130-81402-3

CLIENTE : Marcelle de Moya
RNC:
CONTACTO : Marcelle de Moya
EMAIL:
DIRECCION :

Cotizacion
18-nov-23
COT: 0410

ITEM	Detalle	UND	COSTO	TOTAL
1	Juego Babero y cargador pique suizo	1	RD\$2,275.00	RD\$2,275.00
2	Salida de baño	3	RD\$2,100.00	RD\$6,300.00
3	Juego Toallas de lino	2	RD\$4,275.00	RD\$8,550.00
4	Juego toalla de baño (Cuerpo y mano)	4	RD\$2,485.00	RD\$9,940.00
5	Toalla Capucha	1	RD\$1,985.00	RD\$1,985.00
6	Set de cambiador y porta wipos	1	RD\$1,950.00	RD\$1,950.00

SUBTOTAL RD\$31,000.00
ITBIS 18% RD\$5,580.00
Total Genral RD\$36,580.00

Av. Sarasota # 97, Edificio Claudine Local 13-A Bella Vista Distrito Nacional
Email: mmmorillomorel@hotmail.com Telefono: (809) 620-2656

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

- Actividades de integracion (almuerzos, cumpleaños y desayunos para cuatro personas)

		Cotización	
		Salty Boutique	
		(809) 545-0355	
		15 NOV 2023	
Para	Shantal Jiménez (809) 958-1000		
Cantidad	Artículo	Precio	Importe
1	Docena de mini bacon cheeseburgers	1,380	RD\$1,380.00
10	Quipes de res	55	RD\$550.00
10	Pastelitos de queso	45.	RD\$450.00
10	Mini pizzitas	50	RD\$500.00
10	Sándwiches de cream cheese y puerro	60	RD\$600.00
		Sub-total	RD\$3,480.00
		Total	RD\$3,480.00
Esta cotización es válida por 1 mes ¡Gracias por preferirnos!			

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorpren'D.

PLAN FINANCIERO

Proyección de Ingresos

Sorpren'D										
en RD\$										
Tasa de crecimiento					10%		15%		20%	
Segmento de Clientes/Canal de distribución	Productos	Precios	Año 0		Año 1		Año 2		Año 3	
			UND.	Ventas	UND	Ventas	UND	Ventas	UND	Ventas
Tienda física	Bordado	1.150,00	1.200,00	1.380.000,00	1.320,00	1.518.000,00	1.518,00	1.745.700,00	1.821,60	2.094.840,00
Totales				1.380.000,00		1.518.000,00		1.745.700,00		2.094.840,00
Total de ventas en 3 años			6.738.540,00							

Proyección de Costos

<u>Costos de Producción</u>		Participación		
	Año 1	Año 1	Año 2	Año 3
Compras Materias primas	15.971,77	0,3	0,25	0,2
Compras Envases	77.922,65	0,2	0,15	0,1

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Inventario de Productos Terminados			
Concepto	Cantidades	Costo	Monto
Toallas bordadas	150	RD\$875,00	131.250,00
Sombrero bordado	100	RD\$875,00	87.500,00
Gorras bordadas	140	RD\$875,00	122.500,00
Colchas bordadas	122	RD\$875,00	106.750,00
Almohadas Bordadas	144	RD\$875,00	126.000,00
Cojín bordado	70	RD\$875,00	61.250,00
Bulto de bebe	50	RD\$1.200,00	60.000,00
Babero	30	RD\$300,00	9.000,00
Servilletas bordadas	160	RD\$659,00	105.440,00
Vasos serigrafia	200	RD\$300,00	60.000,00
Estuches bordados	150	RD\$875,00	131.250,00
Envases	120	RD\$8,00	960,00
Total			1.001.900,00

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Proyección de Gastos

Flujo de Caja				
Sorpren'D				
en RD\$				
CONCEPTOS	0	1	2	3
<u>Apertura de caja</u>	1.500,00	55.477,86	792.305,13	744.985,85
Entradas				
Cobros Clientes	1.380.000,00	1.518.000,00	1.745.700,00	2.094.840,00
Aporte de fondo BHD		15.000,00		
Aporte de emprendedor	100.000,00			
<u>Total entradas</u>	<u>1.480.000,00</u>	<u>1.533.000,00</u>	<u>1.745.700,00</u>	<u>2.094.840,00</u>
Salidas				
Compras Materias primas	15.971,77	417.419,64	400.027,16	384.026,07
Compras Envases y empaques	77.922,65	278.279,76	240.016,29	192.013,03
Gastos de Energía	42.000,00	57.600,00	66.000,00	75.600,00
Gastos de personal		144.000,00	144.000,00	144.000,00
Gastos Transporte	146.000,00	265.000,00	311.000,00	357.000,00
Gastos Generales	10.000,00	45.540,00	43.642,50	41.896,80
Implementación de plan	1.134.127,72	0,00	0,00	0,00
Compra de maquinaria y equipo	0,00	0,00	500.000,00	0,00
<u>Total salidas</u>	<u>1.426.022,14</u>	<u>1.207.839,40</u>	<u>1.704.685,95</u>	<u>1.194.535,90</u>
Sub-total	55.477,86	380.638,46	833.319,18	1.645.289,95
Financiamiento a Corto Plazo				
Fondo	BHD			

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Toma de financiamiento		500.000,00		
Pago de financiamiento 18 meses		88.333,33	88.333,33	88.333,33
Cierre de caja	55.477,86	792.305,13	744.985,85	1.556.956,62

Estados Financieros

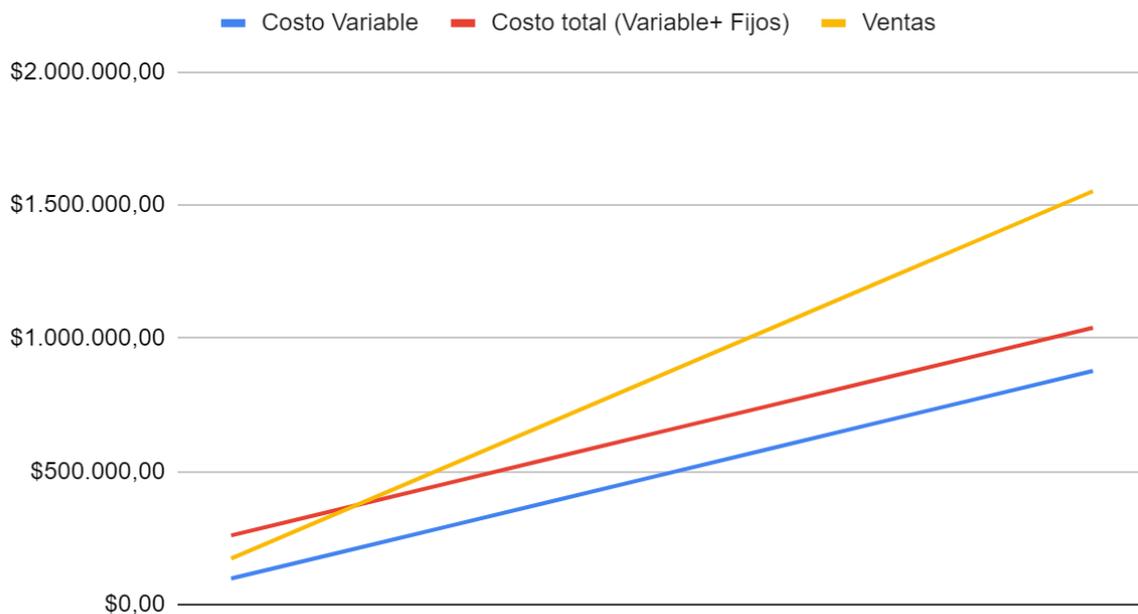
Estado de Resultados				
Sorpren'D				
en RD\$				
CONCEPTOS	0	1	2	3
Inversiones				
Maquinaria	-500.000,00			
Obras de acondicionamiento	-1.700,00			
Capital circulante		-75.900,00	-87.285,00	-104.742,00
Total inversiones	-501.700,00	-75.900,00	-87.285,00	-104.742,00
CUENTA DE RESULTADOS				
Aumento de Ventas	1.380.000,00	1.518.000,00	1.745.700,00	2.094.840,00
Compras de envases y empaques	77.922,65	-278.279,76	-240.016,29	-192.013,03
Materias primas	-15.971,77	-417.419,64	-400.027,16	-384.026,07
Gastos de personal	-144.000,00	-144.000,00	-144.000,00	-144.000,00
Gasto de energía	-42.000,00	-57.600,00	-66.000,00	-75.600,00
Gastos Generales	-10.000,00	-45.540,00	-43.642,50	-41.896,80
Gastos de implementación de plan	-1.134.127,72	0,00	0,00	0,00
Depreciaciones	-100.000,00	-100.000,00	-100.000,00	-100.000,00

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Beneficio antes de impuestos	11.823,16	475.160,60	752.014,05	1.157.304,10
Impuestos	-5.545,06	-222.850,32	-352.694,59	-542.775,62
Beneficio neto	6.278,10	252.310,28	399.319,46	614.528,48
Amortizaciones	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00
EBIT+ Amortizaciones	106.278,10	352.310,28	499.319,46	714.528,48
Capital Circulante (NOF)		-75.900,00	-87.285,00	-104.742,00
Flujos de caja libres anuales (FCF)	-501.700,00	276.410,28	412.034,46	609.786,48
Flujos de caja acumulados		276.410,28	688.444,74	1.298.231,22
VAN (8%)	591.557			
TIR	56,85%			
TIR (re inversión al 3%)	38,31%			
WACC	6,16%			
Payback Descontado	1,92			
VPN	RD\$1.332.318,13			

Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio (B)



Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Segun la grafica arrojada por nuestra evaluación financiera, vemos que el negocio llega al punto de equilibrio al alcanzar entre las 300 y las 450 unidades vendidas, haciendo un total de alrededor de RD\$60,000 pesos. Una vez pasada la cifra, esta se vuelve en ingreso incrementado.

Análisis de sensibilidad

Tras evaluar a fondo la situación actual financiera de Sorpren'D y crear la proyección del comportamiento económico que la misma podría enfrentar, al llevar a cabo nuestro plan mercadológico, se visualizan algunas alertas que pueden poner en riesgo la empresa. Por un lado, tenemos los riesgos comunes de toda empresa, la incrementación dentro de los gastos fijos como lo son la luz, personal, materia prima, etc. Sin embargo, tenemos los resultados del mínimo de unidades vendidas que requiere la empresa para entrar al punto de equilibrio, y de mismo modo, sobrepasar. Descrito en el gráfico anterior, al vender entre 300-450 unidades logramos una suma de ingresos, la cual se encuentra dentro de los RD\$60,000 pesos.

Estrategia de salida

Nuestra propuesta de estrategia de salida se basa en la formación de una alianza estratégica. Esta le permitirá a Sorpren'D centrarse en su fortaleza, mientras que las demás responsabilidades recaen en la otra empresa que forme parte de la alianza. El propósito de esta unión, le permite a Sorpren'D seguir laborando, la otra compañía entraría como un socio. Este socio pasa a asumir responsabilidades y funciones que Sorpren'D no pueda llevar por temas financieros y/o por recursos. La estrategia de alianza estratégica es la vía más provechosa para tomar en consideración, en la eventualidad de encontrarse en la situación que amerite este nivel de movimiento, con el fin de poder salvar a Sorpren'D y lo que esta le ofrece a sus consumidores.

Conclusiones financieras

A raíz de la evaluación financiera realizada para la empresa Sorpren'D, al igual que la proyección basada en el plan de mercadeo para la misma, podemos concluir que esta presenta valores positivos, indicando un alto rendimiento. Estas conclusiones se desprenden de los resultados en los factores claves para medir el éxito de un proyecto.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

El valor actual neto, el cual representa la diferencia entre el flujo de efectivo descontado y la inversión inicial nos da un valor de RD\$591,557, esto sugiere que el proyecto es atractivo, financieramente. Adicionalmente, nuestro valor de TIR, tasa interna de retorno, cuenta con un valor de 56.85%, lo cual nos sirve de base para argumentar que el proyecto cuenta con la capacidad de generar un mayor rendimiento en comparación con la tasa requerida para cubrir el costo del capital invertido inicialmente. Por otro lado, el TIR, ajustado a un 3% nos brinda un enfoque más conservador, pero que al mismo tiempo nos permite reinvertir el flujo de efectivo a una tasa menor y propone una visión más realista de la rentabilidad a largo plazo. Del mismo modo, al evaluar el WACC, costo promedio ponderado de capital, los resultados apuntan a un porcentaje de 6.16%, lo que respalda la solidez financiera del plan.

De igual forma, al calcular el periodo de tiempo que conlleva recuperar la inversión realizada, vemos que la misma se encuentra dentro de un año nueve meses y dos semanas. Lo que propone un tiempo relativamente corto, permitiéndole a la dueña seguir reinventándose, con la diferencia que ya para esa instancia contará con un mayor porcentaje de participación en el mercado y una red de clientes más amplia.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN Y CONTROL-KPI'S

Establecer el sistemas e indicadores de evaluación y control

Definición	Objetivo	Fórmula	Periodicidad
Interacción en publicaciones	15%	Crear contenido interactivo y llamativo para que los clientes se sientan atraídos, de igual manera realizar encuestas en los story de las RRSS	Mensual Días 30 del mes
Alcance y frecuencia de publicaciones	3%	Pagando publicidad en nuestras RRSS aseguramos que nuestro contenido llegue a todos los usuarios interesados y debemos de mantener nuestras RRSS son posteos constantes manteniendo a nuestra comunidad al día de ofertas y etc.	Mensual Días 30 del mes
Crecimiento de seguidores	6.30%	Realizar giveaways en colaboración con influencer o suplidores que tengan como requisito seguir las cuentas, de igual manera crear contenido estético incentivando a los usuarios a seguir nuestra cuenta.	Mensual Días 30 del mes
Incremento de ventas	10%	Crear promociones y descuentos, de igual manera mantener a nuestros clientes al tanto de nuestros productos nuevos.	Mensual Días 30 del mes
Cantidad de clientes referidos	5%	Crear códigos de descuentos para las personas que refieran nuestros productos en manera de agradecimiento.	Mensual Días 30 del mes

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

CONCLUSIÓN

En conclusión, el “Plan de Mercadeo 2024” para Sorpren’D S.R.L. nace de la necesidad y desafíos que enfrenta la empresa en un mercado tan saturado. La misma se encuentra en Santo Domingo, Distrito Nacional, ayudando a conseguir un enfoque localizado y relevante para la marca. Los objetivos específicos nos ayudan a guiar el camino hacia el reposicionamiento, haciendo énfasis en la importancia de acciones atractivas, la identificación de factores decisivos para los consumidores y la mejora de la percepción a través del rebranding.

La justificación de este plan se nutre de la necesidad de mejora de la presencia de marca de Sorpren’D S.R.L. en un mercado tan saturado. Los análisis, derivados de los estudios previos de estrategias de otras empresas y del estudio de mercado, concluimos que el rebranding propuesto busca no solo mejorar la percepción de la marca sino también identificar distintas oportunidades que no han sido exploradas en el mercado.

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

RECOMENDACIONES

Una vez culminada la investigación y el diseño del plan de mercadeo, tenemos una serie de recomendaciones, las cuales alentamos a la empresa para ser empleadas con el fin de llegar a mejoras. A continuación, le presentamos las recomendaciones:

- Recomendamos implementar el rebranding de la marca siguiendo el plan book y el key visual creado para este fin.
- Crear programas de referidos para aumentar su lista de clientes.
- Crear programa de lealtad para sus clientes actuales.
- Integrar influencer marketing, ya que vivimos en una sociedad donde o desean lo que otro tiene, o son muy influenciados por las opiniones de terceros para tomar decisiones de compra.
- Fomentar la creación de contenido por nuestros usuarios, con el fin de generar el boca a boca, que para este tipo de empresas, es muy importante.

Según nuestras proyecciones, estas acciones puntuales pueden significar un gran incremento en ventas y en posición en el mercado para Sorpren'D

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

BIBLIOGRAFÍA

Rosario, P. Soto, D. (2020). Plan de mercadeo 2020 para el reposicionamiento y ampliación de servicios para Tráfico Marketing Digital, empresa dedicada a brindar servicios de mercadeo digital, en la ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, República Dominicana, en el periodo enero-abril 2020

<https://repositorio.unibe.edu.do/jspui/handle/123456789/617>

J. M. (2021). Plan de mercadeo 2021 para el reposicionamiento de la empresa Canela en Rama, empresa dedicada a la cocina artesanal, en la ciudad de Santo Domingo, República Dominicana, durante el período enero-abril 2021.

<https://repositorio.unibe.edu.do/jspui/handle/123456789/635>

Perez, K. Portes, G. (2021). Plan de mercadeo 2022 para reposicionamiento de marca de la empresa Target Caribe, dedicada a la venta de productos y servicios de elementos de seguridad, en la ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, República Dominicana, en el período septiembre-diciembre 2021.

<https://repositorio.unibe.edu.do/jspui/handle/123456789/867>

Sordo, A. (2022). Posicionamiento de marca: qué es, cómo crearlo y ejemplos.
<https://blog.hubspot.es/marketing/posicionamiento-marca>

Anónimo. (s.f). Que es la diferenciación de producto.
<https://mailchimp.com/es/marketing-glossary/product-differentiation/>

Anónimo. (s.f). Mipymes.
[https://dgii.gov.do/contribuyentesRegistrados/mipymes/Paginas/default.aspx#:~:text=Microempresa%3A%20Si%20tiene%20hasta%2010,000%20centavos%20\(RD%249%2C118%2C990.74\)](https://dgii.gov.do/contribuyentesRegistrados/mipymes/Paginas/default.aspx#:~:text=Microempresa%3A%20Si%20tiene%20hasta%2010,000%20centavos%20(RD%249%2C118%2C990.74))

Clavijo, C. (2022). Que es la digitalización y cuales son sus ventajas.
<https://blog.hubspot.es/sales/que-es-digitalizacion-empresas>

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Sordo, A. (2021). Rebranding: que es y cómo implementarlo con éxito (con ejemplos).
<https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-rebranding>

<https://www.ilo.org/dyn/natlex/docs/WEBTEXT/29744/64852/S92DOM01.htm>

<https://dgii.gov.do/legislacion/leyesTributarias/Documents/Otras%20Leyes%20de%20Inter%C3%A9s/479-08.pdf>

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

ANEXOS



Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Ave. 27 de Febrero No. 228. La Esperilla, Torre Friusa, D.N. Código Postal 10106
Tel:809-682-2688 Email:servicioalcliente@camarasantodomingo.do www.camarasantodomingo.do RNC:401023687



ESTE CERTIFICADO FUE GENERADO ELECTRÓNICAMENTE Y CUENTA CON UN CÓDIGO DE VERIFICACIÓN QUE LE PERMITE SER VALIDADO INGRESANDO A WWW.CAMARASANTODOMINGO.DO

EL REGISTRO MERCANTIL DE LA CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN DE SANTO DOMINGO DE CONFORMIDAD CON LA LEY NO. 3-02 DEL 18 DE ENERO DEL 2002, EXPIDE EL SIGUIENTE:

CERTIFICADO DE REGISTRO MERCANTIL SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - SRL
REGISTRO MERCANTIL NO. 82687SD

DENOMINACIÓN SOCIAL: SORPREND, S.R.L.

SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - SRL

RNC: 1-30-81402-3

FECHA DE EMISIÓN: 19/7/2011

FECHA DE VENCIMIENTO: 19/7/2025

SIGLAS: NO REPORTADO

NACIONALIDAD: REPÚBLICA DOMINICANA

CAPITAL SOCIAL: RD\$100,000.00

MONEDA: DOP

FECHA ASAMBLEA CONSTITUTIVA/ACTO: 19/3/2011

FECHA ÚLTIMA ASAMBLEA: 15/12/2021

DURACIÓN DE LA SOCIEDAD: INDEFINIDA

DOMICILIO DE LA EMPRESA:

CALLE: AVE. SARASOTA NO.97, EDIFICIO CLAUDINE, LOCAL 13 A BELLA VISTA

SECTOR: NO REPORTADO

MUNICIPIO: NO REPORTADO

DATOS DE CONTACTO DE LA EMPRESA:

TELÉFONO (1): (809) 620-2656

TELÉFONO (2): (809) 224-2204

CORREO ELECTRÓNICO: MMMORILLOMOREL@HOTMAIL.COM

NO. VALIDACIÓN: EF72B5C2-EC69-48F5-B3FD-F4BEA8BD3426

RM NO. 82687SD Page 1 of 4

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Ave. 27 de Febrero No. 228. La Esperilla, Torre Friusa, D.N. Código Postal 10106
Tel:809-682-2688 Email:servicioalcliente@camarasantodomingo.do www.camarasantodomingo.do RNC:401023687

FAX: NO REPORTADO

PÁGINA WEB: NO REPORTADO

ACTIVIDAD DE LA SOCIEDAD: SERVICIO, COMERCIO, DISTRIBUCION

OBJETO SOCIAL: INDUSTRIAS DE FIBRAS, TEXTILES Y DE TEJIDOS, VENTA DE ROPA, REGALOS PERSONALIZADOS, ASÍ COMO LA COMERCIALIZACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y VENTA. ELABORACIÓN Y CONFECCIÓN DE BORDADOS PERSONALES E INDUSTRIALES, AL POR MAYOR Y AL DETALLE Y ACTIVIDADES COMERCIALES EN GENERAL, ROPA DE CAMA, MANTELERÍAS, PAÑOS DE COCINA Y TOALLAS, MUEBLES DE ALOJAMIENTO, TAPICERÍA, CALZADOS, MALETAS, BOLSOS DE MANO, MOCHILAS, ESTUCHES, TEJIDOS Y MATERIALES DE CUERO Y TELA, UNIFORMES EN GENERAL, MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA, MATERIALES GASTABLES Y CONSUMIBLES DE OFICINA.

PRINCIPALES PRODUCTOS Y SERVICIOS: INDUSTRIAS DE FIBRAS, TEXTILES Y DE TEJIDOS, VENTA DE ROPA, REGALOS PERSONALIZADOS, DISTRIBUCIÓN Y VENTA, ELABORACIÓN Y CONFECCIÓN DE BORDADOS PERSONALES E INDUSTRIALES, ROPA DE CAMA, MANTELERÍAS, PAÑOS DE COCINA Y TOALLAS, MUEBLES DE ALOJAMIENTO, TAPICERÍA, CALZADOS, MALETAS, BOLSOS DE MANO, MOCHILAS, ESTUCHES, TEJIDOS Y MATERIALES DE CUERO Y TELA, UNIFORMES EN GENERAL, MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA, MATERIALES GASTABLES, CONSUMIBLES DE OFICINA.

SISTEMA ARMONIZADO (SA): NO REPORTADO

SOCIOS:

NOMBRE	DIRECCIÓN	RM/CÉDULA /PASAPORTE	NACIONALIDAD	ESTADO CIVIL
MARIA MERCEDES MORILLO MOREL	AV. HELIO NO. 95 , REPÚBLICA DOMINICANA	001-0784616-4	DOMINICANA	Soltero/a
MARIO MILCIADES GUERRERO PIMENTEL	AV. HELIOS # 95 BELLA VISTA, REPÚBLICA DOMINICANA	001-0141698-0	DOMINICANA	Soltero/a

CANTIDAD SOCIOS: En el presente certificado figuran 2 de 2 socios.

CANTIDAD DE CUOTAS SOCIALES: 1,000

ÓRGANO DE GESTIÓN:

NOMBRE	CARGO	DIRECCIÓN	RM/CÉDULA /PASAPORTE	NACIONALIDAD	ESTADO CIVIL
MARIA MERCEDES MORILLO MOREL	Gerente	AV. HELIO NO. 95 , REPÚBLICA DOMINICANA	001-0784616-4	DOMINICANA	Soltero/a

DURACIÓN ÓRGANO DE GESTIÓN: 6 AÑO(S)

NO. VALIDACIÓN: EF72B5C2-EC69-48F5-B3FD-F4BEA8BD3426

RM NO. 82687SD Page 2 of 4

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Ave. 27 de Febrero No. 228. La Esperilla, Torre Friusa, D.N. Código Postal 10106
 Tel:809-682-2688 Email:servicioalcliente@camarasantodomingo.do www.camarasantodomingo.do RNC:401023687

ADMINISTRADORES/PERSONAS AUTORIZADAS A FIRMAR:

NOMBRE	DIRECCIÓN	RM/CÉDULA /PASAPORTE	NACIONALIDAD	ESTADO CIVIL
MARIA MERCEDES MORILLO MOREL	AV. HELIO NO. 95 , REPÚBLICA DOMINICANA	001-0784616-4	DOMINICANA	Soltero/a

COMISARIO(S) DE CUENTA(S) (SI APLICA): NO REPORTADO

NOMBRE	DIRECCIÓN	RM/CÉDULA /PASAPORTE	NACIONALIDAD	ESTADO CIVIL
--------	-----------	----------------------	--------------	--------------

ÓRGANO LIQUIDADOR: NO REPORTADO

NOMBRE	CARGO	DIRECCIÓN	RM/CÉDULA /PASAPORTE	NACIONALIDAD	ESTADO CIVIL
--------	-------	-----------	----------------------	--------------	--------------

ENTE REGULADO: NO. RESOLUCIÓN:
 NO REPORTADO NO REPORTADO

TOTAL EMPLEADOS: 0 MASCULINOS: 0 FEMENINOS: 0

SUCURSALES/AGENCIAS/FILIALES:
 NO REPORTADO

NOMBRE(S) COMERCIAL(ES)

NOMBRE NO. REGISTRO
 SORPREND 286972

REFERENCIAS COMERCIALES
 NO REPORTADO

REFERENCIAS BANCARIAS
 NO REPORTADO

NO. VALIDACIÓN: EF72B5C2-EC69-48F5-B3FD-F4BEA8BD3426

RM NO. 82687SD Page 3 of 4

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Ave. 27 de Febrero No. 228. La Esperilla, Torre Friusa, D.N. Código Postal 10106
Tel:809-682-2688 Email:servicioalcliente@camarasantodomingo.do www.camarasantodomingo.do RNC:401023687

COMENTARIO(S)



NO POSEE

ACTO(S) DE ALGUACIL(ES)

NO POSEE

ES RESPONSABILIDAD DEL USUARIO CONFIRMAR LA VERACIDAD Y LEGITIMIDAD DEL PRESENTE DOCUMENTO A TRAVÉS DE SU CÓDIGO DE VALIDACIÓN EN NUESTRA PÁGINA WEB: WWW.CAMARASANTODOMINGO.DO

ESTE CERTIFICADO FUE GENERADO ELECTRÓNICAMENTE CON FIRMA DIGITAL Y CUENTA CON PLENA VALIDEZ JURÍDICA CONFORME A LA LEY NO. 126-02 SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO, DOCUMENTOS Y FIRMAS DIGITALES.



Santiago Mejia Ortiz
Registrador Mercantil

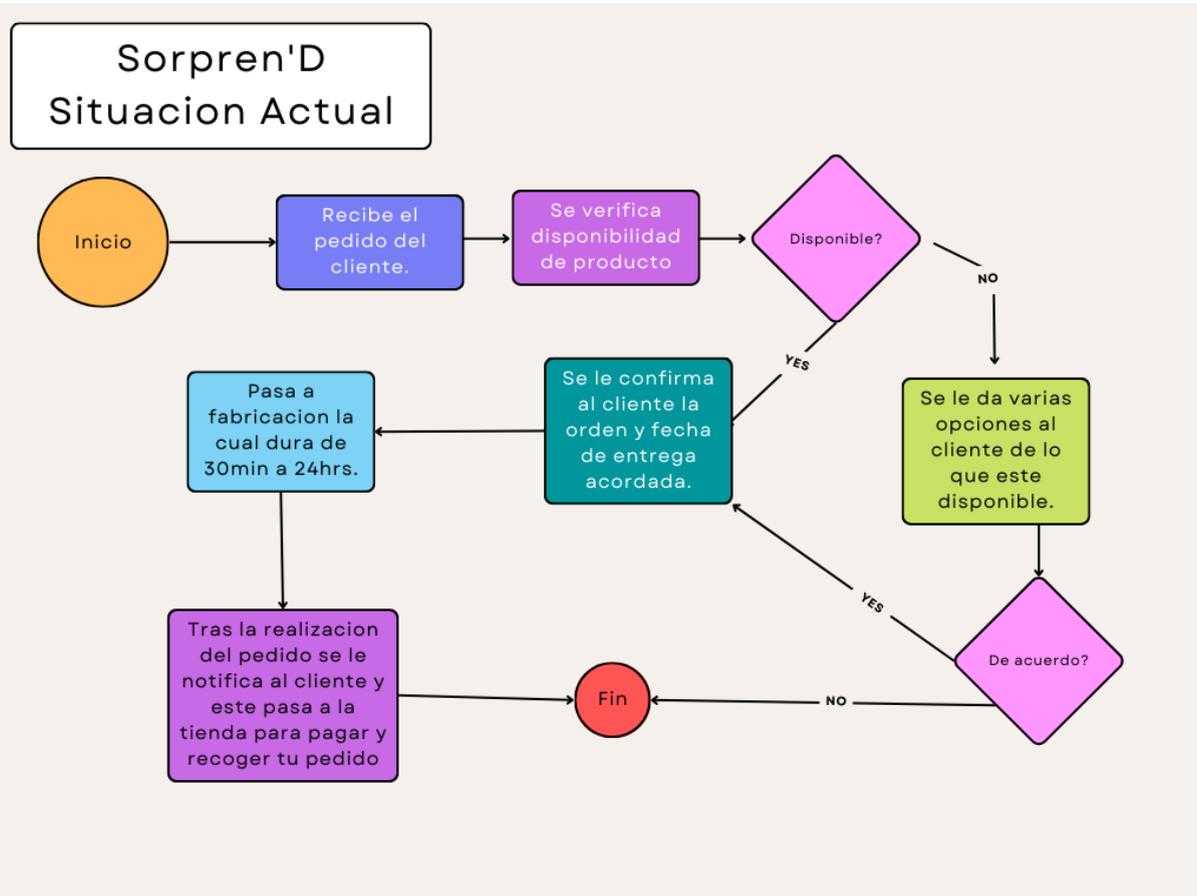
no hay nada más debajo de esta línea

Digitally signed by Santiago Eugenio Mejia Ortiz
Date: 2023.09.13 08:12:21 -04:00

NO. VALIDACIÓN: EF72B5C2-EC69-48F5-B3FD-F4BEA8BD3426

RM NO. 82687SD Page 4 of 4

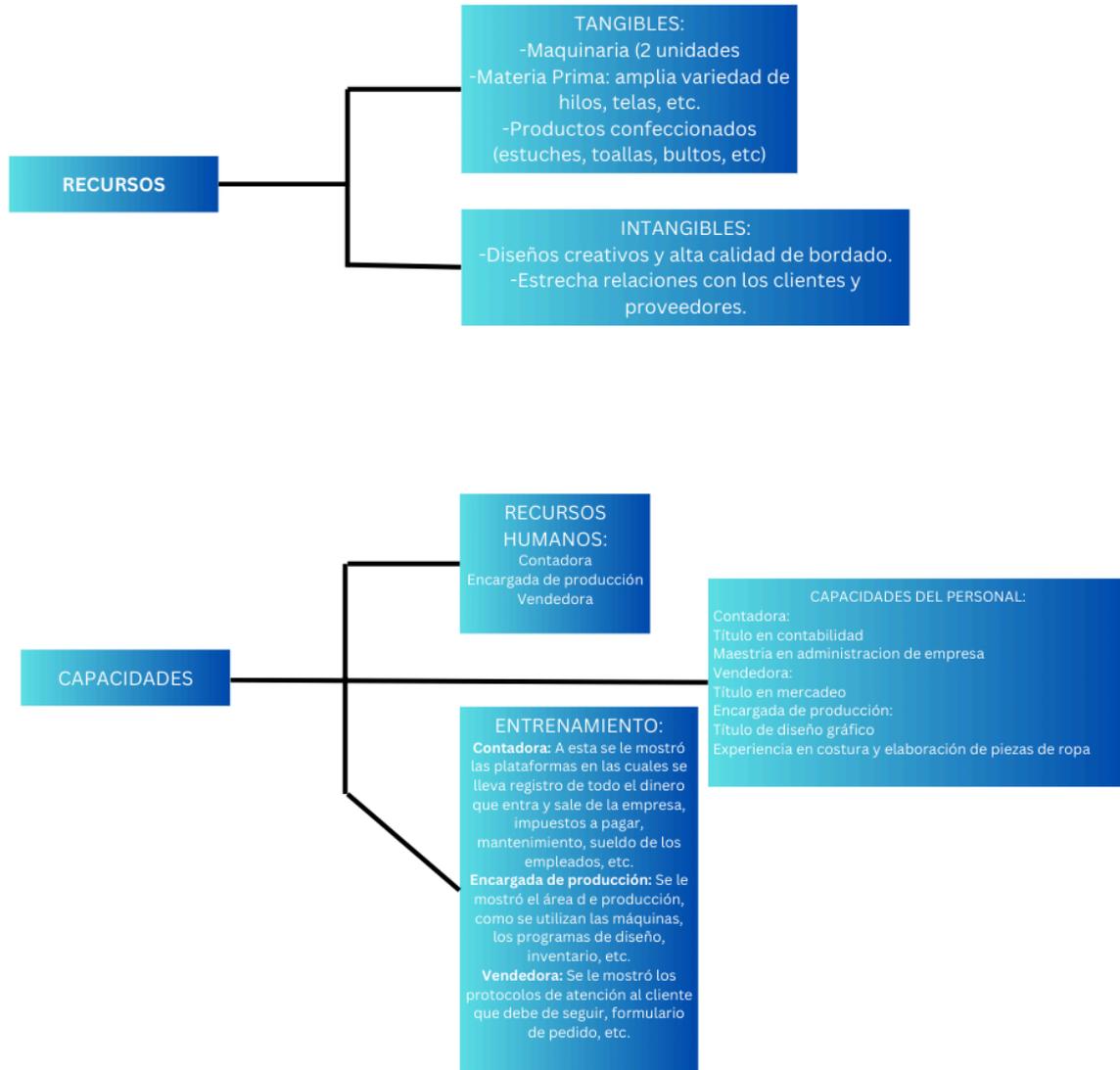
Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.



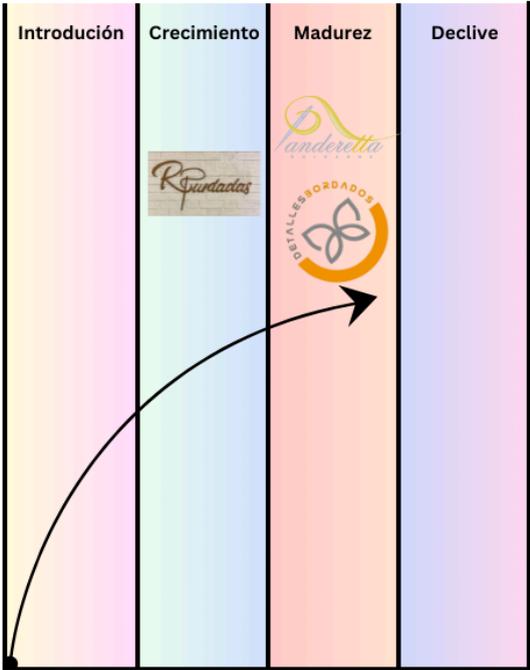
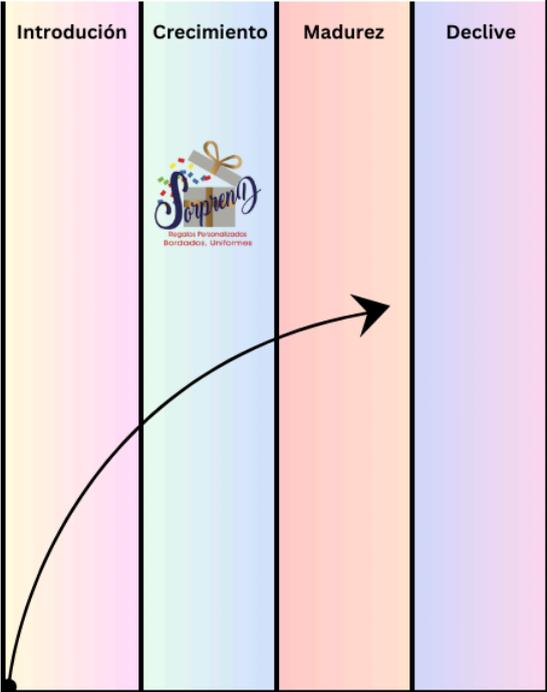
Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.



Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

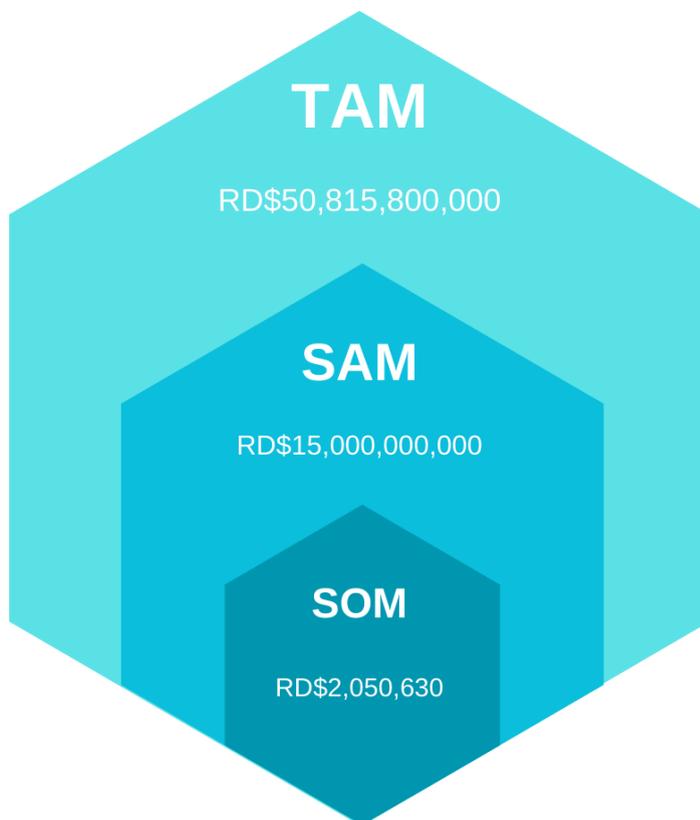


Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.



Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

<p>P</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acuerdos comerciales de la República Dominicana. • Políticas gubernamentales 	<p>E</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impuestos. • Inflación actual. • Nivel de producción. • Servicios adicionales como entregas a domicilio. 	<p>S</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto de las marcas • Estilos de ejecución • Necesidad de crear valor a sus marcas
<p>T</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digitalización. • Innovación. • Avances tecnológicos. • Automatización. 	<p>E</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contaminación en el país. • Políticas de medio ambiente. • Cultura del reciclaje. 	<p>L</p> <ul style="list-style-type: none"> • Salarios en la República Dominicana. • Reglas sanitarias. • Seguridad de los empleados.



Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorpren S.R.L.



Amenaza de nuevos competidores entrantes

Si los nuevos competidores tienen la capacidad de producir productos a gran escala, pueden ofrecer precios más bajos que los negocios de bordados existentes.



Poder de negociación de los clientes

Los clientes de Sorpren'D son muy sensibles al precio y pueden comparar fácilmente los precios entre los competidores, pueden presionar a los negocios de bordados para que reduzcan sus precios.



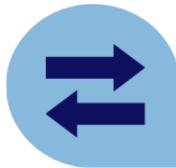
Rivalidad entre los competidores

Sorpren'D cuenta con varios competidores que ofrecen los mismos tipos de bordados, los clientes pueden elegir entre ellos según el precio, la calidad, el tiempo de entrega y otros factores. Esto puede llevar a una intensa competencia directa entre los competidores.



Poder de negociación de los proveedores

Si los proveedores ofrecen productos o servicios esenciales para el negocio de bordados, Sorpren'D depende de ellos para mantener su operación. Esto puede dar a los proveedores más poder de negociación para establecer precios y condiciones.



Amenaza de nuevos productos sustitutos

Si los clientes de Sorpren'D cambian sus preferencias hacia productos que no sean bordados, como la impresión digital, la demanda de servicios de bordados puede disminuir.

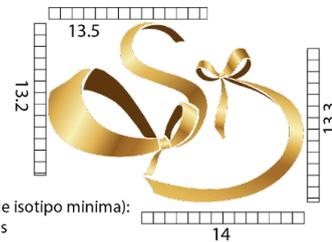
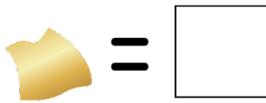
COMPETIDOR	FCE1	FCE2		PONDERACION	CALIFICACION	PUNTAJE
SORPREN'D	TIEMPO DE ENTREGA	CALIDAD DE BORDADO	5	5	5	10
PANDERETTA	TIEMPO DE ENTREGA	CALIDAD DE BORDADO	5	1	5	6
DETALLES BORDADO	TIEMPO DE ENTREGA	CALIDAD DE BORDADO	5	2	3	5
RPUNTADAS	TIEMPO DE ENTREGA	CALIDAD DE BORDADO	5	3	3	6



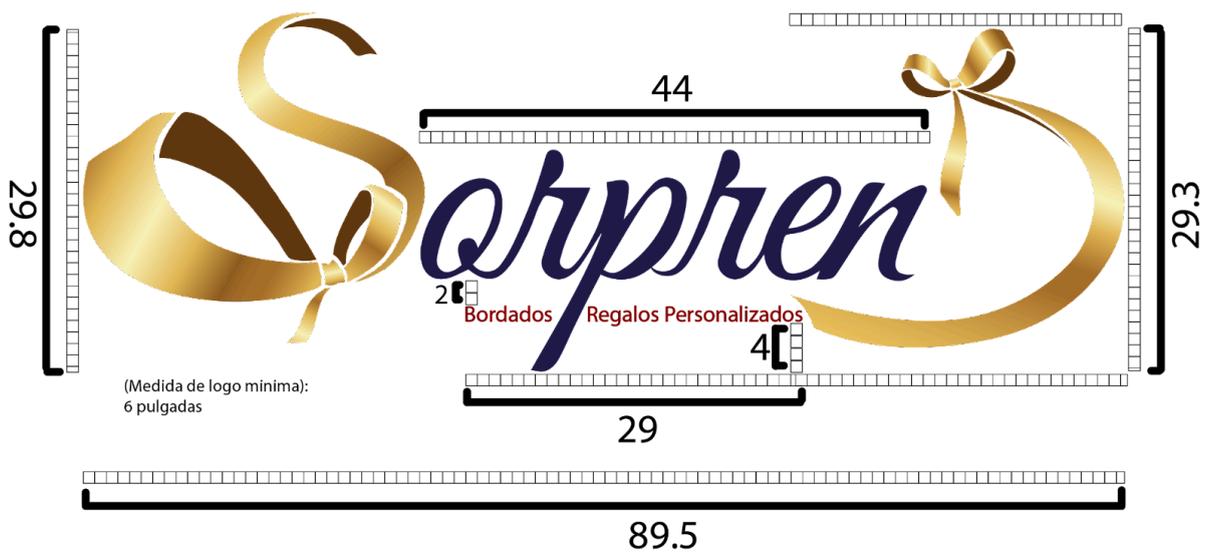
Bordados Regalos Personalizados



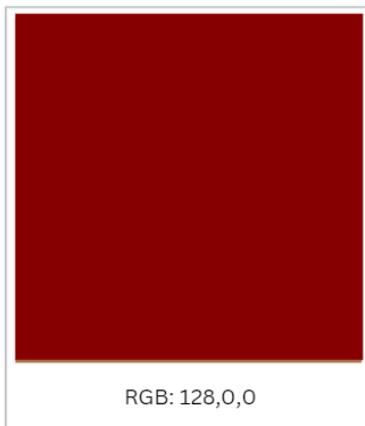
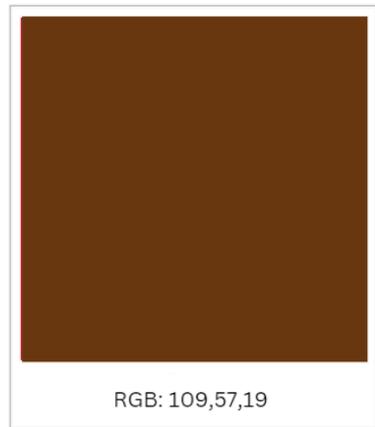
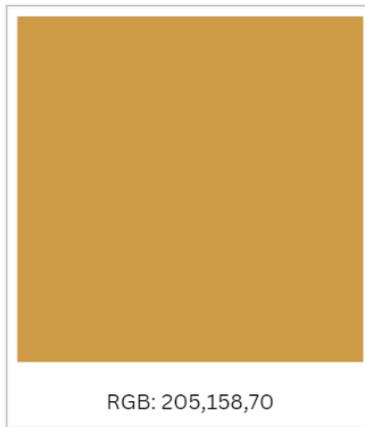
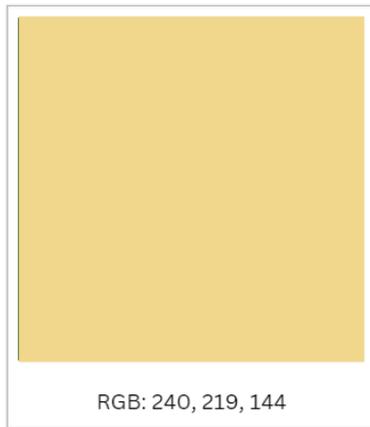
Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.



(Medida de isotipo minima):
2 pulgadas



Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.



Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.



Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Objetivos	Ene	Feb	Mzo	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Capacitación del personal (Control de Calidad ISO 900)	[Barra azul]											
Decoración de activaciones festivas	San Valentín			Día de Madres		Día de Padres					Bf/Navidad	
Creación de contenido en RRSS	[Barra azul]				[Barra azul]				[Barra azul]			
Creación de catálogos por activación	[Barra azul]			[Barra azul]		[Barra azul]					[Barra azul]	
Email marketing	[Barra azul]			[Barra azul]		[Barra azul]					[Barra azul]	
Muestra	[Barra azul]											
Influencer por intercambio				[Barra azul]		[Barra azul]						
Actividades de integración		[Barra azul]				[Barra azul]						[Barra azul]

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

MÁS DE ESTA SECCIÓN

[Sistemas en línea](#)

[Asesoría y asistencia
técnica a empresas](#)

[Convalidación de
estudios, reconocimiento
de certificados y títulos](#)

[Asistencia técnica a COS](#)

[Formación Presencial](#)

[Formación Virtual](#)

[Formación ocupacional](#)

Estás aquí: [Inicio](#) / [Servicios](#) / [Formación Virtual](#)

Formación Virtual

3,45 /5 

[Dejar un comentario](#) ↓

Valora este servicio

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

La formación virtual apoya los procesos de enseñanza y aprendizaje aplicando las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), a fin de superar las barreras de acceso a la formación, como son: distancia geográfica, ausencia de centros, falta de flexibilidad en los horarios, etc.

El centro de formación virtual, **INFOTEP Virtual**, ofrece cursos en las áreas de formación de docentes, informática, mandos medios y Norma ISO 9001.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

A personas, empresas e instituciones

DEPARTAMENTO QUE LO OFRECE

Infotep Virtual

INFORMACIÓN DE CONTACTO

Tel.: 809-563-3880

Correo: contacto@infotep.gob.do

Dirección: Calle Paseo de Los Ferreteros No. 3, detrás de la torre del Banco Popular, Ensanche Miraflores, Santo Domingo, R. D.

REQUERIMIENTOS O REQUISITOS

Tener acceso a un computador con conexión a internet

Poseer conocimientos básicos del uso del computador, excepto para los cursos de informática

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

MÁS DE ESTA SECCIÓN

[Sistemas en línea](#)

[Asesoría y asistencia
técnica a empresas](#)

[Convalidación de
estudios, reconocimiento
de certificados y títulos](#)

[Asistencia técnica a COS](#)

[Formación Presencial](#)

[Formación Virtual](#)

[Formación ocupacional](#)

Estás aquí: [Inicio](#) / [Servicios](#) / [Formación Virtual](#)

Formación Virtual

3.45 / 5 

[Dejar un comentario](#) ↓

Valora este servicio

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

La formación virtual apoya los procesos de enseñanza y aprendizaje aplicando las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), a fin de superar las barreras de acceso a la formación, como son: distancia geográfica, ausencia de centros, falta de flexibilidad en los horarios, etc.

El centro de formación virtual, **INFOTEP Virtual**, ofrece cursos en las áreas de formación de docentes, informática, mandos medios y Norma ISO 9001.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

A personas, empresas e instituciones

DEPARTAMENTO QUE LO OFRECE

Infotep Virtual

INFORMACIÓN DE CONTACTO

Tel.: 809-563-3880

Correo: contacto@infotep.gob.do

Dirección: Calle Paseo de Los Ferreteros No. 3, detrás de la torre del Banco Popular, Ensanche Miraflores, Santo Domingo, R. D.

REQUERIMIENTOS O REQUISITOS

Tener acceso a un computador con conexión a internet

Poseer conocimientos básicos del uso del computador, excepto para los cursos de informática

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

PARTY FIESTA

Entrega a domicilio o recogida en tienda en 24 - 48h de lunes a viernes
Gastos de envío desde 3,99€ en Península, 2,50€ en tienda
Envío gratuito a partir de 40€

TU CARRITO

- 

GUIRNALDA COPOS DE NIEVE DORADOS

1 x 3,00 €

3,00 €
- 

32 GIFTS ETIQUETAS NAVIDEÑAS

1 x 2,00 €

2,00 €
- 

CORONA ROSITA CON PIÑAS PLATA

1 x 22,00 €

22,00 €
- 

ÁRBOL DECORATIVO DE MADERA CON BOLAS PIÑAS Y ESTRELLAS

1 x 20,00 €

20,00 €
- 

PACK 3 MEDIDAS CAJA / SOBRE REGALO BLANCA

50 x 300,00 €

300,00 €
- 

LAZOS ROJOS DECORATIVOS PARA PAPEL REGALO

25 x 75,00 €

75,00 €
- 

LAZOS OROS DECORATIVOS PARA PAPEL REGALO

25 x 75,00 €

75,00 €
- 

VESTIDO SANTA CLAUS MUJER (T.ÚNICA)

1 x 12,00 €

12,00 €
- 

GUIRNALDA 40 LUCES LED DECORATIVAS A PILAS

1 x 4,50 €

4,50 €

106 artículos 513,50 €
Transporte Gratis
¿Tienes un código promocional?

Tu código aquí [Añadir](#)

Total (impuestos inc.) 513,50 €

[Finalizar mi compra](#)

[PayPal Pagar](#)

PARTY FIESTA

Entrega a domicilio o recogida en tienda en 24 - 48h de lunes a viernes
Gastos de envío desde 3,99€ en Península, 2,50€ en tienda
Envío gratuito a partir de 40€

TU CARRITO

- 

3 POMPONES PAPEL ROJO 40CM

1 x 6,00 €

6,00 €
- 

GLOBO FORMA CORAZÓN ROJO 56CM

1 x 5,00 €

5,00 €
- 

CONFETI CORAZÓN FOIL 20 GR

1 x 2,50 €

2,50 €
- 

BOLSA DE REGALO CORAZONES MEDIANA MR. WONDERFUL 22X18CM

1 x 2,50 €

2,50 €
- 

PAPEL DE REGALO CORAZONES MR. WONDERFUL 70X200CM

1 x 2,50 €

2,50 €
- 

GUIRNALDA CORAZONES ROJOS 6 M

1 x 3,98 €

3,98 €

6 artículos 22,48 €
Transporte 3,99 €
¿Tienes un código promocional?

Tu código aquí [Añadir](#)

Total (impuestos inc.) 26,47 €

[Finalizar mi compra](#)

[PayPal Pagar](#)

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Shopping Cart

Item	Price
Beistle 2 Piece Indoor Outdoor Metallic Plastic Birthday Streamers for Wedding Receptions, Graduation Parties, New Year's Eve Decorations, 2" x 200', Gold	\$25.75
Beistle 2 Piece Plastic Metallic Gold Spray Centerpieces For Happy New Year Decorations, Awards Night Tableware, Birthday Party Supplies, 19"	\$13.29
10 Pack 11" Standard Opaque Latex Color Balloons with Matching Ribbons (Onyx Black)	\$6.99
Subtotal (14 items): \$291.76	

Metrópolis INICIO IMPRESIÓN PAPELERÍA NOSOTROS CONTACTO

PRODUCTO	PRECIO	CANTIDAD	SUBTOTAL
Porta Banner Roll Up 33.4x78.7 plg. #1 Banner: Incluir impresión del banner 33.4x78.7 plg.	RD\$3,630.00	1	RD\$3,630.00

← SEGUIR COMPRANDO **VACIAR CARRITO**

TOTAL DEL CARRITO	
Subtotal	RD\$3,630.00
Total	RD\$3,630.00

FINALIZAR COMPRA

Cupón

Metrópolis INICIO IMPRESIÓN PAPELERÍA NOSOTROS CONTACTO

✓ "Porta Banner Roll Up 33.4x78.7 plg." eliminado. ¿Deshacer?

PRODUCTO	PRECIO	CANTIDAD	SUBTOTAL
Porta Banner Tipo Araña - 3x6 #1 3x6: Incluir impresión del banner 3x6	RD\$1,985.00	1	RD\$1,985.00

← SEGUIR COMPRANDO **VACIAR CARRITO**

TOTAL DEL CARRITO	
Subtotal	RD\$1,985.00
Total	RD\$1,985.00

FINALIZAR COMPRA

Cupón

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.



INICIO IMPRESIÓN ▾ PAPELERÍA ▾ NOSOTROS CONTACTO

🔍 *Buscar Productos...*

✓ "Porta Banner Roll Up 33.4x78.7 plg." eliminado. ¿Deshacer?

PRODUCTO	PRECIO	CANTIDAD	SUBTOTAL
 Porta Banner Tipo Araña - 3x6 Editar opciones #1 3x6: Incluir impresión del banner 3x6	RD\$1,985.00	- 1 +	RD\$1,985.00

← SEGUIR COMPRANDO

VACIAR CARRITO

TOTAL DEL CARRITO

Subtotal	RD\$1,985.00
Total	RD\$1,985.00

FINALIZAR COMPRA

Cupón

amazon
Deliver to Dominican Republic
All Search Amazon 🔍

All Today's Deals Registry Customer Service Gift Cards Sell

Shopping Cart

		Price
	<p>Saftco Products Write Way Rectangle Message Sign 4117BL, Black, Magnetic Dual-Sided Dry Erase Board, Indoor and Outdoor Use</p> <p><small>In Stock</small> Gift options not available. Learn more Style: Rectangle</p> <p>Qty: 1 ▾ Delete Save for later Compare with similar items Share</p>	\$88.09
	<p>U Brands Chalkboard, 17 x 23 Inches, Birch Wood Frame (310U00-01)</p> <p><small>In Stock</small> Gift options not available. Learn more</p> <p>Qty: 1 ▾ Delete Save for later Compare with similar items Share</p>	\$30.36
	<p>Toland Home Garden 1012196 Back to School Crayons Classroom Flag 28x40 Inch Double Sided Classroom Garden Flag for Outdoor House Teacher Flag Yard Decoration</p> <p><small>In Stock</small> Gift options not available. Learn more Size: 28x40 Inch</p> <p>Qty: 1 ▾ Delete Save for later Compare with similar items Share</p>	\$15.98
Subtotal (3 items):		\$134.43

COTIZACIÓN

Freelancer
Sebastian Oliva

SOLICITANTE: SHANTAL JIMENEZ

☎ 849-876-1887
✉ sebastianolivad2@gmail.com
📍 Lorenzo Depradel #14

No: 000007800
Fecha : 11/17/2023

DETALLE	UND.	PRECIO	TOTAL
Creación de contenido red social Instagram Post	48	RD\$3,000.00	RD\$144,000.00
Creación de contenido red social Instagram Story	48	RD\$1,500.00	RD\$72,000.00
Creación de contenido red social Instagram Reel	48	RD\$3,500.00	RD\$168,000.00
Sujeta a cambios dependiendo del tipo de contenido y producción.		SUB-TOTAL	RD\$384,000.00
		ITBIS	RD\$69,120.00
		TOTAL	RD\$453,120.00

Método de pago:

Pago por transferencia
Banco Banreservas
Número de cuenta: 9604899278
Cédula: 40218614705


Sebastian Oliva

COTIZACIÓN

Freelancer
Sebastian Oliva

SOLICITANTE: SHANTAL JIMENEZ

📞 849-876-1887
✉️ sebastianolivad2@gmail.com
📍 Lorenzo Depradel #14

No: 000007798
Fecha : 11/17/2023

DETALLE	UND.	PRECIO	TOTAL
Catálogo de San Valentin	1	RD\$20,000.00	RD\$20,000.00
Catálogo de madres	1	RD\$20,000.00	RD\$20,000.00
Catálogo de padres	1	RD\$20,000.00	RD\$20,000.00
Catálogo de Back to School	1	RD\$20,000.00	RD\$20,000.00
Catálogo de Black Friday	1	RD\$20,000.00	RD\$20,000.00
Catálogo de Navidad	1	RD\$30,000.00	RD\$30,000.00
Sujeta a cambios dependiendo del contenido.		SUB-TOTAL	RD\$130,000.00
		ITBIS	RD\$23,400.00
		TOTAL	RD\$153,400.00

Método de pago:

Pago por transferencia
Banco Banreservas
Número de cuenta: 9604899278
Cédula: 40218614705


Sebastian Oliva

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.



Growsify LLC
Calle Maximo Cabral #4
Santo Domingo, Distrito Nacional
Republica Dominicana, 10104

Para
Shantal Jimenez

shantalmaye2022@gmail.com

PROPRUESTA-000114

Email Marketing - Sorprend

Fecha: 2023-11-19
Valida hasta: 2023-11-26
Proyecto:

#	Articulo	Cantidad	Precio	Importe
1	Implementacion de sistemas para Email Marketing	1	200.00	200.00
2	Configuracion de listas de clientes	1	50.00	50.00
3	Configuracion de segmentacion	1	50.00	50.00
4	Creacion de 2 campaña para Email Marketing	1	50.00	50.00
5	Creacion de 2 automatizaciones de registro y seguimiento via Email Marketing	1	50.00	50.00
6	Adquisicion de plugins necesarios	1	75.00	75.00
			Total neto	USD\$475.00
			Total	USD\$475.00

Tiempo de entrega: 20 Días laborables.

NOTA: Esta propuesta no incluye dominio y hosting. En caso de requerir este servicio, puede solicitarlo aparte.

Mantenimiento Páginas estáticas - WordPress mensual: \$50 USD (Opcional)

Políticas de servicios de mantenimiento

Mantenimiento incluye:

- Revisión de funcionalidades del sistema.
- Corrección de errores y fallos que puedan aparecer en el sistema.
- Cambio de imágenes e informaciones.

COTIZACIÓN

Freelancer
Sebastian Oliva

SOLICITANTE: SHANTAL JIMENEZ

☎ 849-876-1887
✉ sebastianolivad2@gmail.com
📍 Lorenzo Depradel #14

No: 000007799
Fecha : 11/17/2023

DETALLE	UND.	PRECIO	TOTAL
Arte en Whatsapp con fotos	48	RD\$3,000.00	RD\$144,000.00
Arte de avisos en Whatsapp	28	RD\$2,000.00	RD\$56,000.00
Arte de ofertas en Whatsapp	36	RD\$3,000.00	RD\$108,000.00
Sujeta a cambios dependiendo de la planificación de contenido.		SUB-TOTAL	RD\$308,000.00
		ITBIS	RD\$55,440.00
		TOTAL	RD\$363,440.00

Método de pago:

Pago por transferencia
Banco Banreservas
Número de cuenta: 9604899278
Cédula: 40218614705


Sebastian Oliva

\$600 durante 30 días

Gasto total

46,000 - 120,000

Alcance estimado



130-81402-3

CLIENTE : Maria Natalia Guerrero
RNC:
CONTACTO : Maria Natalia Guerrero
EMAIL:
DIRECCION :

Cotizacion
18-nov-23
COT: 0410

ITEM	Detalle	UND	COSTO	TOTAL
1	Bordado de logo	1	RD\$300.00	RD\$300.00
2	Transferencia de logo al programa de Bordar	1	RD\$775.00	RD\$775.00

SUBTOTAL RD\$1,075.00
ITBIS 18% RD\$193.50
Total Genral RD\$1,268.50

COTIZACIÓN

Freelancer
Sebastian Oliva

SOLICITANTE: SHANTAL JIMENEZ

☎ 849-876-1887
✉ sebastianolivad2@gmail.com
📍 Lorenzo Depradel #14

No: 000007800
Fecha : 11/17/2023

DETALLE	UND.	PRECIO	TOTAL
Creación de contenido red social Instagram Post	48	RD\$3,000.00	RD\$144,000.00
Creación de contenido red social Instagram Story	48	RD\$1,500.00	RD\$72,000.00
Creación de contenido red social Instagram Reel	48	RD\$3,500.00	RD\$168,000.00
Sujeta a cambios dependiendo del tipo de contenido y producción.		SUB-TOTAL	RD\$384,000.00
		ITBIS	RD\$69,120.00
		TOTAL	RD\$453,120.00

Método de pago:

Pago por transferencia
Banco Banreservas
Número de cuenta: 9604899278
Cédula: 40218614705


Sebastian Oliva

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.



130-81402-3

CLIENTE : Marcelle de Moya
RNC:
CONTACTO : Marcelle de Moya
EMAIL:
DIRECCION :

Cotizacion
18-nov-23
COT: 0410

ITEM	Detalle	UND	COSTO	TOTAL
1	Juego Babero y cargador pique suizo	1	RD\$2,275.00	RD\$2,275.00
2	Salida de baño	3	RD\$2,100.00	RD\$6,300.00
3	Juego Toallas de lino	2	RD\$4,275.00	RD\$8,550.00
4	Juego toalla de baño (Cuerpo y mano)	4	RD\$2,485.00	RD\$9,940.00
5	Toalla Capucha	1	RD\$1,985.00	RD\$1,985.00
6	Set de cambiador y porta wipes	1	RD\$1,950.00	RD\$1,950.00

SUBTOTAL RD\$31,000.00
ITBIS 18% RD\$5,580.00
Total Genral RD\$36,580.00

Av. Sarasota # 97, Edificio Claudine Local 13-A Bella Vista Distrito Nacional
Email: mmmorillomorel@hotmail.com Telefono: (809) 620-2656

Plan de Mercadeo 2024 para reposicionar a la marca Sorprend S.R.L.

Definición	Objetivo	Fórmula	Periodicidad
Interacción en publicaciones	15%	Crear contenido interactivo y llamativo para que los clientes se sientan atraídos, de igual manera realizar encuestas en los story de las RRSS	Mensual Días 30 del mes
Alcance y frecuencia de publicaciones	3%	Pagando publicidad en nuestras RRSS aseguramos que nuestro contenido llegue a todos los usuarios interesados y debemos de mantener nuestras RRSS son posteos constantes manteniendo a nuestra comunidad al día de ofertas y etc.	Mensual Días 30 del mes
Crecimiento de seguidores	6.30%	Realizar giveaways en colaboración con influencer o suplidores que tengan como requisito seguir las cuentas, de igual manera crear contenido estético incentivando a los usuarios a seguir nuestra cuenta.	Mensual Días 30 del mes
Incremento de ventas	10%	Crear promociones y descuentos, de igual manera mantener a nuestros clientes al tanto de nuestros productos nuevos.	Mensual Días 30 del mes
Cantidad de clientes referidos	5%	Crear códigos de descuentos para las personas que refieran nuestros productos en manera de agradecimiento.	Mensual Días 30 del mes