

|  |  |
| --- | --- |
| Integrantes | |
| Luisabeth Díaz Vargas | 17-EISM-1-079 |
| Greidy Reyes de los Santos | 17-EISN-1-152 |
| Anthony S. Sánchez E. | 17-EIST-1-028 |
| Anthony Lara Guzmán | 17-EIST-1-029 |

**Sección:**

0908

**Materia:**

Administración de Servidores

**Tema:**

ALGA Company & Aplicación Web Ciclimax

**Profesor:**

Starling Germosen

**Fecha:**

29/11/2019

***Índice***

[Introducción 3](#_Toc25924625)

[Capítulo 1 – Plan de Empresa 5](#_Toc25924626)

[Historia 5](#_Toc25924627)

[Valores 6](#_Toc25924628)

[El sector 7](#_Toc25924629)

[Capítulo 2 8](#_Toc25924630)

[PLAN DE MARKETING 8](#_Toc25924631)

[Resumen Ejecutivo. 9](#_Toc25924632)

[Análisis de situación. 10](#_Toc25924633)

[2.0 Análisis del mercado. 11](#_Toc25924634)

[2.1.1 Características demográficas. 12](#_Toc25924635)

[2.1.2 Necesidad del mercado. 13](#_Toc25924636)

[2.3.1 Tendencias. 14](#_Toc25924637)

[2.3 Competencia. 15](#_Toc25924638)

[2.4 Oferta de productos. 16](#_Toc25924639)

[3.1 Misión. 17](#_Toc25924640)

[3.4 Estrategias y tácticas. 18](#_Toc25924641)

[3.6 Investigación de mercados. 19](#_Toc25924642)

[4.2 Pronostico de ventas. 20](#_Toc25924643)

[5.0 Control de resultados. 21](#_Toc25924644)

[Conclusión 22](#_Toc25924645)

***Introducción***

Este proyecto fue desarrollado con el propósito de dar a conocer a los atletas en diversas áreas del deporte una nueva alternativa al momento de procurar estar al tanto de noticias, eventos y artículos orientados a las diferentes áreas el deporte a nivel profesional. Hemos determinado que somos más que un proyecto, somos una empresa que busca cumplir con los requisitos solicitados por nuestros diferentes consumidores sin importar la actividad deportiva que practiquen. Cumplimos con una serie de normas de calidad, las cuales a través del desarrollo y futuro crecimiento de nuestra empresa hemos pensado seguir mejorando y manteniendo para brindarles a nuestros clientes lo que buscan en un solo lugar que les brinda calidad, solvencia y comodidad para su diario vivir.

A continuación, se verá un análisis minucioso de todos los factores que hemos tomado en consideración para la ejecución y puesta en marcha de nuestro proyecto emprendedor.

# ***Logo empresa***

******

***Logo aplicación***

******

***Capítulo 1 – Plan de Empresa***

***Historia***

ALGA Company, es un grupo de desarrolladores dedicados al Software. Sus principales productos son las aplicaciones Web, manejo de bases de datos, instalación de servidores, y otros servicios brindados en toda la República Dominicana.​ En las diferentes aplicaciones se han incluido distintas características y personalizaciones según los clientes y el público al que va dirigido.

En 2019, los estudiantes de ingeniería en Sistemas de la Universidad Dominicana O&M, Anthony Sánchez, Anthony Lara y Luisabeth Díaz, decidieron crear la empresa, e introdujeron su primera aplicación 2 semanas después. Su salto cualitativo fue en noviembre de 2019 con la primera aplicación exitosa, asumida por uno de los socios de la empresa, Greidy Reyes.

Dentro de poco tiempo el crecimiento y expansión fue de manera exponencial, inclusive su presencia nacional indujo al Diario Libre a crear una publicación sobre las propuestas de ALGA Company, que consisten en establecer una aplicación para los deportistas en sus diferentes áreas, y así establecer una aplicación que sea el Corotos para los deportistas, con el objetivo brindar a los practicantes de atletismo, ciclismo, natación y demás, la posibilidad de buscar lo necesario para practicar sus actividades particulares.

***Misión***

Ser una empresa innovadora y con gran sentido de responsabilidad social que busca el máximo beneficio de nuestros clientes a través de la calidad de nuestras soluciones, productos y servicios, manteniendo las mejores condiciones de trabajo para nuestros colaboradores y una alta rentabilidad para nuestros accionistas.

***Visión***

Ser un aliado estratégico para nuestros clientes basados en soluciones y servicios innovadores sobre la base de nuestra responsabilidad, calidad, productividad y compromiso.

***Valores***

* **Integridad:** Honestos, justos y coherentes en todas nuestras acciones.
* **Responsabilidad**: Asumir compromisos y cumplirlos.
* **Espíritu de Equipo**: Mantener un ambiente de trabajo confortable que inspire el trabajo en equipo y fomente las relaciones humanas.
* **Respeto Mutuo**: Mantener el respeto y cordialidad tanto entre los integrantes de la empresa como con los clientes y asociados.
* **Superación Continua**: Permanecer renovando nuestras habilidades profesionales.
* **Vocación de Servicio**: Predecir y exceder, oportunamente, las expectativas de nuestros clientes.

***Objetivos***

**Objetivo general**

Proporcionar herramientas para el control y flujo de información con soluciones a la medida de acuerdo con los requerimientos del cliente que facilite la automatización de la lógica del negocio e integración de múltiples aplicaciones con prontitud, seguridad y eficiencia.

**Objetivos específicos**

* Proveer soluciones de software apoyados en tecnologías en constante evolución, en todas las áreas demandantes de desarrollo informático inteligente aplicado a la gestión de procesos productivos, buscando permanentemente la diferenciación por la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.
* Ser una Empresa reconocida y elegida como “socio tecnológico” de sus clientes por la calidad de las propuestas y el estricto cumplimiento de los compromisos asumidos.
* Desarrollar cuidadamente nuestros recursos humanos para asegurar una cultura institucional basada en la ética, la innovación y la búsqueda permanente de la excelencia, para que estas sean las bases para un crecimiento sustentable que aseguren el futuro de nuestra Compañía.

***Metas***

* Diversificar y mejorar los bienes y servicios en un 30% en relación con las nuevas tendencias tecnológicas
* Incrementar la cartera de clientes en un 20%.
* Aumentar en un 10% las ventas para el siguiente semestre.
* Implementar en un 40% los avances tecnológicos en desarrollo de software de acuerdo a las exigencias del mercado.
* Crear bienes y servicios alternativos en un 25% que brinden soluciones a los clientes a un menor costo.

***El sector***

El sector escogido es el terciario específicamente los servicios, puesto ALGA Company se dedicara al desarrollo de software a la medida, ofreciendo al mercado soluciones para la integración de la información vinculando cada uno de los procesos que sean considerados necesarios para aclarar, sistematizar y asegurar el éxito de la compañía.

***El mercado***

En República Dominicana se tiene presente la importancia de la logística para el correcto funcionamiento de una compañía, es así como se ha podido identificar que las empresas buscan reducir diferentes costos y mejorar su gestión administrativa constantemente dentro de otras variables.

Las empresas medianas y pequeñas de República Dominicana requieren un sistema de información donde el desarrollo y mantenimiento de sistemas de información esta basado en proporcionar una ventaja competitiva en tiempo, costo y calidad.

***Capítulo 2***

***PLAN DE MARKETING***

***APLICACIÓN PARA CICLISTAS EN***

***REPUBLICA DOMINICANA***

***CICLIMAX***

***Resumen Ejecutivo.***

La nueva aplicación CICLIMAX está hecha con el fin de proveer a los ciclistas de la República Dominicana de tecnología que vaya con su preferencia en ciclismo y con el estilo de vida que estos llevan.

La aplicación CICLIMAX está especialmente desarrollada con el fin de que las personas amantes al ciclismo puedan verificar las actividades de su gusto y lo importante de esto es que se puede dar seguimiento a las actividades a las que se asiste más las calorías que se queman en cada una.

Actualmente la vida fitness tiene un gran auge ya que las personas cada día desean mantener su salud, cuerpo y mente en total control, esto acarreo una preocupación masiva por descargar aplicaciones y ver videos los cuales brinden una ayuda sobre los intereses comunes de grupos. Actualmente se pueden ver aplicaciones como las de yoga, meditación y demás deportes los cuales son seguidos por grupos y que buscan una aplicación la cual no sea tan genérica de deportes sino más bien sea completa en cuanto a intereses de las personas que aman el ciclismo y personas las cuales tienen el interés en pertenecer a este mundo y buscan información sobre lo mismo.

Actualmente el ciclismo en República Dominicana no es tan notable, más con esta aplicación se busca justamente cambiar esta mentalidad y ayudar a lo que es el turismo interno con el aumento de miembros y ayuda a encontrar las rutas de ciclismo y venta de artículos utilizados para este deporte.

***Análisis de situación.***

Según el documento creado en el año 2018 por Julia Gross, llamado Retos y oportunidades del ciclismo en Santo Domingo, orientado a las bicicletas urbanas, nos muestra como la ley 63-17 sobre movilidad, transporte terrestre, tránsito y seguridad vial de la Republica Dominicana, cita claramente sobre las ciclovías en el artículo 156 el cual nos indica que el uso de las ciclovías van a ser de uso exclusivo para los ciclistas, y estarán reguladas por el INTRANT y los ayuntamientos, los conductores de vehículos de motor que las tomen para transitar van a ser sancionados. Con esto nos consta que existe una ley la cual regula e intenta evitar los accidentes contra los ciclistas y ayuda al libre tránsito de los mismos en Santo Domingo.

Actualmente se cuenta con 3 tipos de ciclismo en Santo Domingo, estos son: Ciclismo de ruta, Ciclismo de montaña y el ciclismo BMX.

Cuando se consulta la cantidad de ciclistas federados ante la Federación Dominicana de ciclismo (FEDOCI), hasta el año 2018, la cantidades y renglones son los siguientes:

* Pre juvenil: 35 miembros.
* Juvenil: 34 miembros.
* Sub-23: 39 Miembros.
* Elite: 99 miembros.
* Femenina: 31 miembros.
* Master A (30-39): 160 miembros.
* Master B (40-49): 122 Miembros.
* Master C (50-59): 73 Miembros.
* Master D (60-69 años): 25 miembros.

Otra información importante es la cantidad de ciclistas inscritos ante la comisión nacional de Mountain Bike, que presenta los números siguientes:

* Clubes recreativos: 338 ciclistas.
* Clubes competitivos-recreativos: 666 ciclistas.
* Modalidad competitiva (campeonato nacional): 66.

Cuando hablamos de las aplicaciones que existen para ciclistas en la Republica Dominicana, no vemos ninguna que se adapte a las rutas y actividades para ciclistas en Santo Domingo ni en el resto del país. Lo que si podemos ver a modo general son dos aplicaciones que sobresalen, las cuales tienen funcione variadas en cuanto al GPS, conteo de calorías, retroalimentación por voz entre otras, mas no son de uso nacional.

***2.0 Análisis del mercado.***

CICLIMAX con estas informaciones anteriores puede saber aproximadamente cuál es su cantidad de posibles usuarios seguros de la aplicación a nivel nacional. Actualmente la Republica Dominicana especialmente Santo Domingo no cuenta con una aplicación de ruta y seguimiento de actividades, más lo que es la venta de artículos de interés para los ciclistas, por lo que consideramos una propuesta novedosa y de mucha ayuda a este segmento.

**Mercado meta:**

Personas con tendencias de salud Fitness.

Preocupados por la salud.

Amantes y aficionados del ciclismo.

Personas con conocimientos de manejos de aplicaciones telefónicas.

***2.1.1 Características demográficas.***

El perfil de los usuarios de esta aplicación incluye lo que son los factores geográficos, demográficos y conductuales siguientes:

**Factores geográficos:**

Nuestra aplicación está dirigida a personas que estén ubicadas en la Republica Dominicana.

Según estadísticas publicadas por FEDOCI, se cuanta con un público aproximado de 1500 personas como público objetivo, las cuales están registradas en la federación en las distintas categorías, este es nuestro público meta.

**Factores demográficos.**

Nuestro segmento de público es de genero indistinto, dígase que pueden ser tanto femenino como masculino.

Las edades comprendidas entre 10 y 13 años que es la etapa pre-juvenil hasta los 70 años. Sin distinción mientras se goce de una salud que no impida practicar este ejercicio. Mas la venta de artículos es para un público abierto sin restricciones de edad.

Para las ventas el poder adquisitivo de nuestro segmento de mercado debe ser medio ya que la aplicación cuenta con venta en línea, por lo que no aplica para la parte de nuestro segmento que es menor de 18 años.

La clase a la que va dirigida esta aplicación es de clase media-media alta.

**Factores conductuales.**

Nuestro público objetivo son personas con tendencia fitness y estilo de vida saludable, preocupados por la salud y el buen funcionamiento de su cuerpo. Nuestro mercado meta, es de personas también las cuales buscan diversión y entretenimiento en el ciclismo.

Los usuarios buscan la compra de productos y servicios especializados en el área del ciclismo, orientado a ellos.

Por otra parte, el mercado meta tiene un estilo de vida activo.

***2.1.2 Necesidad del mercado.***

En un mercado creciente dentro de lo que es el interés por lucir bien, sentirse bien y en salud es importante el mercado demanda que se le siga el ritmo y se creen aplicaciones que cuiden estos intereses y se preocupen por estos grupos y las cosas que para ellos son importantes.

La aplicación pretende satisfacer estas necesidades:

* Aplicación que se adapte a los gustos de los que te interesan por lo que es el ciclismo.
* Un diseño de fácil manejo y fácil acceso.
* Atención personalizada y rápida ante cualquier duda sobre el uso adecuado de la aplicación.
* Productos y servicios que en realidad le puedan ser de utilidad a los usuarios de la aplicación, adaptables a cada edad de nuestro mercado meta.

***2.3.1 Tendencias:***

En la actualidad solo se cuenta con la página del FEDOCI (Federación Dominicana de Ciclismo) como medio para brindar informaciones sobre las actividades y noticias de interés del mundo del ciclismo en la República Dominicana, a esto se le suman páginas de Facebook, Instagram y blocs de noticias de actualidad, mas algunas no se encuentran en funcionamiento. En lugares como Francia cuentan con aplicaciones en las que se les puede dar seguimiento a los maratones y carreras.

***2.2 Análisis FODA.***

El análisis FODA o como se puede llamar también SWOT incluye todo lo que son las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que tiene la aplicación creada por nosotros CICLIMAX.

**2.2.1 Fortalezas:**

* Al ser una aplicación nueva y completa va a llamar la atención de un mercado dominicano sin aplicaciones de este tipo para este tipo de usuarios.
* Diseño de la aplicación fácil y de rápido acceso.
* Variedad de productos y precios asequibles.

**2.2.2 Debilidades:**

* Poca cantidad de artículos a ofrecer en el primer mes en la aplicación.
* Poca cantidad de personal para el manejo de servicio al cliente y envío de artículos.
* Poco conocimiento de los beneficios de montar bicicleta en República Dominicana.

**2.2.3 Oportunidades:**

* Asociación directa con FEDOCI para él envió rápido y masivo de actividades de ciclismo.
* Agregar opciones tales como GPS sin conexión.
* Mayor participación dentro del publico ciclista.

**2.2.4 Amenazas:**

* Naciente competencia que copie trabajo realizado por CICLIMAX.
* Depresión económica que pueda afectar en la compra de los artículos en venta.
* Falta de conexión de usuarios, ya que la aplicación para poder actualizar las rutas necesita conexión a internet.

***2.3 Competencia.***

Actualmente CICLIMAX no tiene competencia directa, más si se tiene competencia indirecta que son las páginas Web y redes sociales las cuales brindan las funciones que nuestra aplicación mas no con la comodidad de nosotros, más aun así si debemos tomar en cuenta el robo de ideas de la misma y una posible creación de aplicaciones de este tipo a nivel nacional.

***2.4 Oferta de productos.***

Como ya habíamos mencionado, CICLIMAX es una aplicación la cual está creada tanto para la orientación a ciclistas como para el anuncio de marcas y venta de productos para los ciclistas.

Esta aplicación tiene varios renglones de productos los cuales son:

* Bicicletas.
* Artículos para bicicletas.
* Artículos personales para ciclistas tales como termos, artículos de uso para ellos y ropa adecuada para el ciclismo.

***2.5 Claves para el éxito.***

La clave del éxito de la aplicación se concentra en lo que es su diseño atractivo y de fácil acceso y aplicación, el servicio al cliente ante dudas, información precisa y actualizada sobre rutas y actividades, y en cuanto a los productos ofertados facilidades de pago y rápida entrega, por ultimo el seguimiento adecuado y constante a todos los factores anteriores.

***3.0 Estrategias de Marketing.***

Las estrategias principales están basadas en el conocimiento y confianza en la aplicación, ya que con esto se va a lograr que se aumente la recomendación dentro de este segmento de mercado.

***3.1 Misión.***

La misión principal que tienen los creadores de esta aplicación es la de hacer más fácil y de más rápido acceso al mundo del ciclismo en la Republica Dominicana, todo esto haciendo la misma más rentable para el rápido desarrollo de la misma con el fin de aumentar y dar a conocer este maravilloso deporte y su práctica en nuestro país.

***3.2 Objetivos generales y específicos.***

**General:**

Dar a conocer los beneficios de la nueva aplicación **CICLIMAX** a ciclistas en la Republica Dominicana.

**Específicos:**

* Informar mediante distintos medios la existencia de la nueva aplicación.
* Hacer demostraciones del uso efectivo y correcto de CICLIMAX.
* Mostrar la efectividad de los pedidos de producto en la aplicación.

***3.3 Posicionamiento.***

CICLIMAX pretende posicionarse mediante todas las acciones de marketing, pauta de objetivos y definición de estrategias y tácticas, como la aplicación preferida y más actualizada sobre ciclismo en la Republica Dominicana, brindando a los usuarios seguridad y actualidad.

***3.4 Estrategias y tácticas.***

CICLIMAX lo que busca principalmente es darse a conocer mediante el conocimiento y confianza de los usuarios, haciendo con esto que seamos con el tiempo la aplicación de confianza y preferida a nivel nacional.

Por otro lado, queremos crear una base de datos la cual nos sirva más adelante para la creación de una marca blanca y fidelización de clientes.

Se van a hacer sobreimposiciones en páginas tales como FEDOCI y demás páginas con las cuales tengan interacción nuestro público objetivo. Daremos charlas sobre las ventajas del ciclismo en plazas principales de la capital, en inicio.

Asimismo, utilizaremos las redes sociales para la difusión del mensaje y para esto utilizaremos atletas de este deporte, haciendo recomendación de su uso y explicando cómo les ayuda.

***3.5 Mezcla de marketing.***

La mezcla de marketing a utilizar por CICLIMAX está conformada por los siguientes enfoques:

* **Precio:** La aplicación en si va a ser de uso gratuito, más los productos a comercializar van a tener su costo individual dependiendo del costo del proveedor, a esto se le agregara un 30% de ganancia para la aplicación. Igual los anuncios realizados en CICLIMAX van a ser cobrados por cantidad de espacio a utilizar, tiempo de exposición.
* **Distribución:** la aplicación se va a poder descargar por las distintas vías para cada sistema operativo.
* **Publicidad y promoción:** se van a utilizar distintos métodos como el volanteo en Gimnasios de la capital, publicidad en páginas de ciclismo y noticias, aparición en YouTube en videos de ciclismo, primera promoción regalando 10 artículos promocionales y de uso personal a los primeros en descargar la aplicación, recomendación vía atletas en redes sociales.
* **Atención al cliente:** Allí haremos la diferencia ya que se presta especial atención a las dudas de nuestro público y actualizaciones frecuentes de las últimas actividades de ciclismo en República Dominicana. Se dará atención ante dudas, quejas y reclamaciones.

***3.6 Investigación de mercados.***

Para la investigación de mercados tomaremos fuentes de datos diferentes, van a ser primarias y secundarias de ONE (oficina nacional de estadísticas), FEDOCI (Federación Dominicana de Ciclistas), y sobre todo se van a hacer encuestas de satisfacción luego del uso por 1 semana de la aplicación, con el fin de detectar errores y mejoras al servicio.

***4.0 Proyecciones financieras.***

Las proyecciones financieras las vemos desde un punto de vista que va en relación con las ventas de los productos y la exposición de anuncios en la aplicación. En base a esto hemos determinado un punto de equilibrio desde el cual no podemos salirnos si queremos ver ganancias considerables.

***4.1 Análisis de punto de equilibrio.***

El análisis indica que las ventas mensuales deben de ser de un aproximado RD$39,960.00 mensual, en venta de productos.

***4.2 Pronostico de ventas.***

El pronóstico de ventas de los productos es un tanto prudente. La empresa incrementara sus ventas en función del conocimiento y publicidad que se le dé a la aplicación y los productos que se vendan aquí.

Las ventas deben aumentar un 10% de la totalidad inicial de forma trimestral al inicio.

***4.3 Pronostico de gastos.***

La previsión de gastos que tendremos se realiza en base a diseñadores y programadores de la aplicación, impresión, gastos en publicidad pagada, exposiciones en medios y demás, en base a esto le daremos seguimiento ya que en base a nuestras inversiones debemos recibir ganancias para el buen funcionamiento de la aplicación.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Presupuesto de gastos de marketing** | **2020** | **2021** |
| Aplicación | RD$90,000.00 | RD$110,000.00 |
| Anuncios publicitarios | RD$26,000.00 | RD$27,000.00 |
| Volantes impresos | RD$6,000.00 | RD$7,000.00 |
| **Total, de gastos en marketing** | **RD$122,000.00** | **RD$144,000.00** |

***5.0 Control de resultados.***

El objetivo que perseguimos con el control de resultados es justamente medir en base a nuestros objetivos la eficacia y éxito de aplicación del plan de marketing, para poder cumplir con esto es necesario controlar los siguientes campos:

* Ingresos mensuales y anuales.
* Gastos: mensuales y anuales.
* Satisfacción de los clientes.
* Desarrollo de nuevos productos.

***Conclusión***

En este análisis pudimos demostrar de manera implícita la forma en la que nos desarrollaremos como la empresa ALGA Company, y procuraremos mantener en constante auge nuestra reputación a través de la alta calidad de los servicios brindados, para lograr expandirnos no solo en el ámbito nacional sino internacional.

De igual forma, hemos determinado que nuestro crecimiento dependerá sobre todo de cuan eficientemente podamos cumplir con lo solicitado por nuestros clientes para poder mantenernos siendo líderes en el mercado de distribución de aplicaciones web, específicamente aplicaciones web para atletas y practicantes del deporte a nivel profesional.