



**rdénaMe**

Reserva, ordena y paga a tiempo.

MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS  
CON ESPECIALIDAD

EOI-2018



**ASESOR:**

VALVANERA CASTRO

**SUSTENTANTES:**

MARÍA ISABEL GUTIÉRREZ **LILIBERKA REYES** DARIANA GARRIDO

**NERIANNY ALCÁNTARA** JOHANNA MONTERO

## CONTENIDO

<b>ONE PAGE PLAN</b>	01
<b>1. RESUMEN EJECUTIVO</b>	02
1.1. ¿Qué es <b>OrdénaMe</b> ?	03
1.2. Nuestra Propuesta	03
1.3. El Equipo <b>OrdénaMe</b>	04
1.4. ¿Qué nos Motiva?	04
1.5. ¿Quiénes son Nuestros Clientes?	04
1.6. ¿Cuál es el Tamaño del Mercado?	05
1.7. ¿Quién es Nuestra Competencia?	05
1.8. ¿Qué Ofreceremos?	05
1.9. ¿Cómo Captamos más Usuarios?	06
1.10. ¿Cómo Captamos más Clientes?	07
1.11. ¿Cómo Hacemos Dinero?	07
1.12. ¿Cuáles Serán los Costes y Financiación?	08
1.13. ¿Y Los Resultados Esperados?	09
<b>2. VALIDACIÓN</b>	10
2.1. Determinación de las Necesidades Actuales del Mercado	11
2.2. Perfil de los Usuarios	12
2.3. Perfil de los Clientes	13
2.4. Conclusiones Generales de Nuestra Investigación	15
<b>3. PROPUESTA DE VALOR</b>	17
3.1. Misión, Visión y Valores de <b>OrdénaMe</b>	17
<b>4. ANÁLISIS DEL ENTORNO</b>	19
4.1. Entorno Político – Jurídico	19
4.2. Entorno Cultural	21
4.3. Entorno Económico	21
4.4. Entorno Socio-Demográfico	22

4.5. Entorno Tecnológico	23
4.6. Entorno Medio Ambiental	23
<b>5. ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	<b>26</b>
5.1. Tamaño del Mercado	26
<b>6. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA</b>	<b>28</b>
6.1. Competencia en República Dominicana	28
6.2. Competencia en Otros Territorios	34
6.3. Otros Competidores	38
6.4. Conclusión Sobre las Competencias	38
6.5. Relaciones /Alianzas con Proveedores	39
<b>7. MODELO DE NEGOCIO</b>	<b>42</b>
7.1. Descripción Del Servicio	42
7.1.1. ¿Cómo Funcionaría?	42
7.1.2. Proceso de Cobro	43
7.1.3. Proceso de Cancelación	43
7.1.4. Modalidad del Proceso	43
7.2. Segmento de Clientes	44
7.3. Propuesta de Valor	44
7.3.1 Lienzo Competitivo de Ordéname Vs. Otras Plataformas	45
7.4. Canales	46
7.5. Relación con los Clientes	46
7.6. Actividades Clave	46
7.7. Asociados Clave	47
7.8. Fuentes de Ingreso	47
7.9. Recursos Clave	47
7.10. Estructura De Costes	47
<b>8. ANÁLISIS DAFO DE <b>OrdénaMe</b></b>	<b>49</b>
<b>9. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE <b>OrdénaMe</b></b>	<b>52</b>
<b>10. PLAN DE MARKETING</b>	<b>54</b>
10.1. Público Objetivo	54
10.2. Marketing Mix	55
10.3. Publicidad y Promoción	57

10.4. Lienzo Estratégico	58
10.5. Política de Precios	59
10.6. Distribución y Comercialización	60
10.7. Plan de Comunicación	60
10.7.1. Plan de Comunicación Para el Usuario Final	64
10.7.1.1. Etapa de Penetración	64
10.7.1.2. Etapa de Fidelización	65
10.7.1.3. Etapa de Desarrollo	66
10.8. Plan de Comunicación Para los Restaurantes, Bares y <i>Lounges</i>	67
10.8.1. Etapa de Penetración	67
10.8.2. Etapa de Fidelización	68
10.8.3. Etapa de Desarrollo	68
10.9. Logo de <b>OrdénaMe</b>	69
10.10. Cronograma de Actividades de Marketing	70
10.11. Presupuesto	71
10.12. Presupuesto de Gastos de Marketing	72
<b>11. PLAN DE OPERACIONES</b>	74
11.1. Mapa de Procesos	74
11.2. Descripción General de los Procesos Identificados Anteriormente	76
11.3. Diagrama de Proceso de <b>OrdénaMe</b>	77
11.4. Identificación y Descripción de los Componentes de la Oferta	78
11.5. Definición de Infraestructura	79
11.6. Infraestructura Tecnológico	79
11.7. Infraestructura Física	83
11.8. Inversiones Necesarias	84
11.9. Proveedores Claves	85
11.10. Control de Planificación de la Gestión de Operaciones	85
11.11. Logística	86
11.12. Recursos a Utilizar	87
11.13. Estructura de Gastos de Operación	91
11.14. Gastos Variables	92
11.15. Resumen de Gastos Operativos	93

<b>12. PLAN DE RECURSOS HUMANOS</b>	95
12.1. Formación	95
12.2. Organigrama	96
12.3. Outsourcing	96
12.4. Necesidades de Personal	97
12.5. Plan de Compensación Salarial	97
12.6. Gastos del Personal	98
12.7. Entorno Legal	99
<b>13. PLAN FINANCIERO</b>	104
13.1. Previsión de Ingresos	104
13.1.1. Previsión Consumidores Finales: Rotación	104
13.1.2. Previsión Clientes (Restaurantes, Bares, <i>Lounges</i> )	105
13.2. Coste de Ventas	105
13.3. Previsión de Ingresos	106
13.4. Costes de Ventas	109
13.5. Financiación	109
13.6. Cuenta de Resultados Previsional	111
13.7. Gastos Fijos	112
13.8. Principales Resultados y Evolución	113
13.9. Análisis de los Principales Ratios	114
<b>14. BIBLIOGRAFÍA</b>	116
<b>15. ANEXOS</b>	117
15.1. Resultados de Encuestas a los Usuarios	118
15.1.1. Resultados De Encuestas a los Clientes	136
15.1.2. Entrevista Para Clientes (Restaurantes, Bares y <i>Lounges</i> )	140
15.2. Cuadro Comparativo de Ordéname Vs. Otras Plataformas	141
15.3. Canvas - Modelo de Negocio Ordéname	142
15.4. Especificaciones de los Puestos de Trabajo	143
15.4.1. Entorno Legal	147

## PROBLEMA

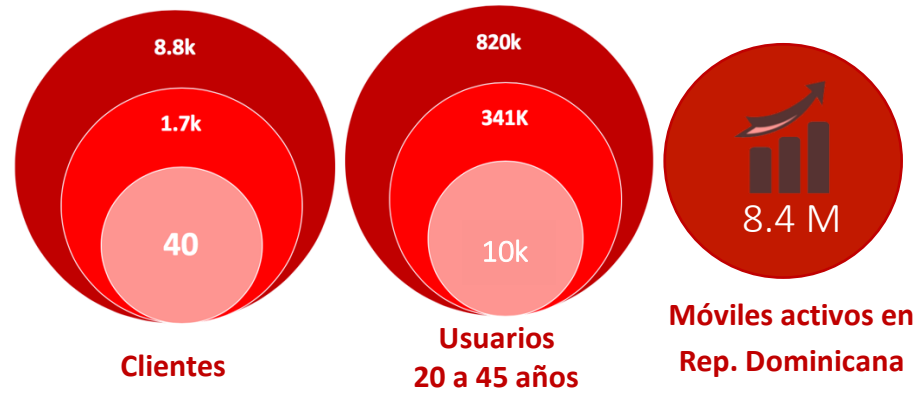
- ¿Estás perdiendo a tus clientes?
- ¿No puedes dar un servicio eficiente?
- ¿No encuentras cupo en tu restaurante, bar o lounge favorito?
- ¿No sabes si el lugar es bueno o no?
- ¿No quieres esperas innecesarias?



## SOLUCIÓN

Plataforma online (Web/App) que, apuesta por agilizar las reservas, las órdenes y los pagos en los restaurantes, bares y lounges de República Dominicana, para beneficio del consumidor y también del comerciante, eliminando posibles errores en la toma de pedidos y haciendo que el servicio sea ágil y profesional.

### MERCADO

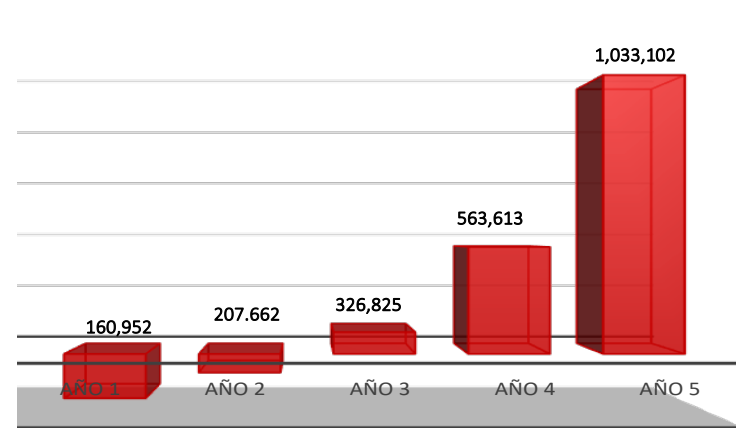


### MISIÓN Y VISIÓN

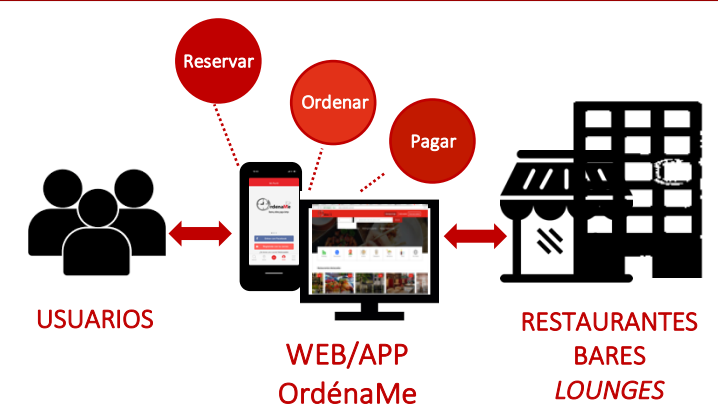
Agilizar los procesos, facilitando más la vida de los clientes y de los usuarios a través de nuestra Plataforma web/App.

Ser la solución de referencia a la hora de reservar, ordenar y pagar en los restaurantes, bares y lounges.

### VENTAS



### PRODUCTO



### COMPETENCIA



### DISTRIBUCIÓN



### PROMOCIÓN



### RATIOS CLAVE

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Fondo Maniobra	(89,998)	(138,836)	(122,106)	34,733
Liquidez Total	(2.77)	(4.64)	(2.78)	1.92
Tesorería	(3.34)	(5.34)	(3.62)	0.68
Solvencia	0.16	0.26	0.58	1.90
Rent. Económica (ROI)	-118%	-85%	41%	236%
Rent. Financiera (ROE)	-13%	35%	94%	100%

### EQUIPO



### FINANCIACIÓN

Fundadores	Préstamo	Inversores
50k	100k	50k

VAN	250,114
TIR	56%

TIRM	39%
Pay-Back	3.67



**RESUMEN**

**EJECUTIVO**





## 1. RESUMEN EJECUTIVO

### 1.1 ¿Qué es OrdénaMe?

**OrdénaMe** es la solución para las problemáticas encontradas en los servicios de restauración en donde se elimina radicalmente el tiempo de espera. Se logrará a través de potente e innovadora Plataforma online (Web/App) que, apuesta por agilizar las reservas, las órdenes y los pagos en los restaurantes, bares y *lounges* de República Dominicana, para beneficio del consumidor y también del comerciante, eliminando posibles errores en la toma de pedidos y haciendo que el servicio sea ágil y profesional.

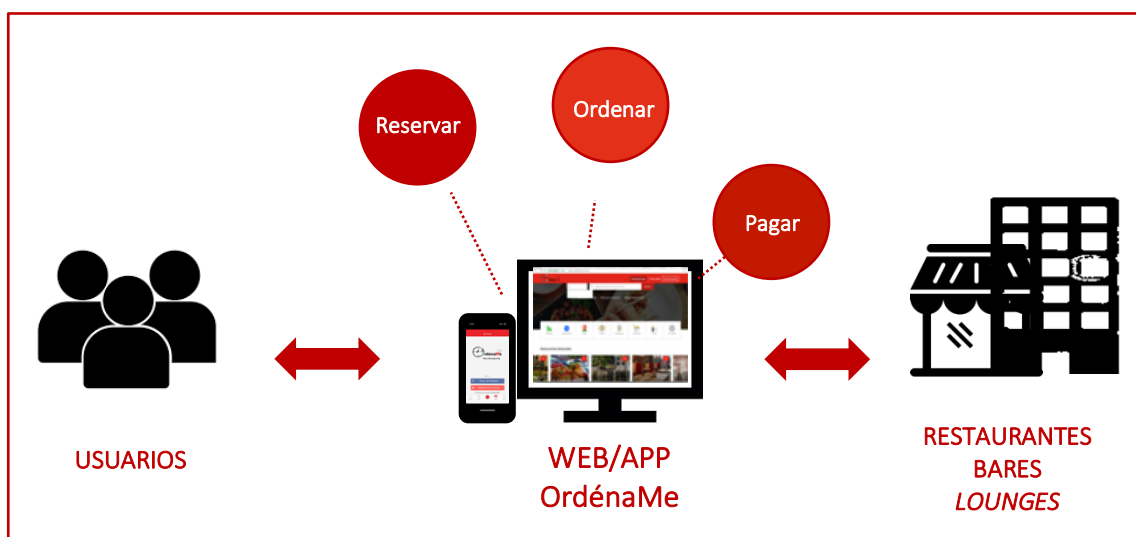
Nuestra **Misión** es facilitar más la vida de los clientes y de los usuarios a través de nuestra Plataforma web/App.

Nuestra **Visión** es ser la solución de referencia a la hora de reservar, ordenar y pagar en los restaurantes, bares y *lounges*.

### 1.2. Nuestra Propuesta

La plataforma tecnológica de comercio electrónico **OrdénaMe** les permitirá a los usuarios reservar, hacer pedidos desde su mesa a través de cualquier dispositivo móvil de manera rápida, sencilla y sin esperas. Se podrá ver toda la carta con imágenes y descripciones detalladas de todos los productos. También se puede añadir al mismo pedido más platos y bebidas si lo desean al terminar pueden pedir la cuenta o pagar por la misma aplicación y valorar los platos y bebidas que más les gusten, para registrarlo en su historial y poder consultarlo siempre que quieran, además de ganar *DeliPoints*.

Los comercios asociados contarán con un servicio propio desde el que gestionará la carta, verá estadísticas de facturación, de las visitas y las valoraciones de los platos, podrán crear menús completos y platos recomendados. Recibirán la notificación con los servicios optados por el cliente o usuario final, este se encargará de proceder con el pedido para ofrecer el servicio solicitado en la plataforma. También tendrá disponible una serie de reportes que puede utilizar el comercio para validar la data de los productos que despacha y tener un control de los pedidos despachados todos los días.



### 1.3. El equipo **OrdénaMe**

**OrdénaMe** está formado por un equipo de profesionales de diferentes especialidades, dedicados en cuerpo y alma al área de negocios y finanzas tratando siempre de emprender en la misma, de manera independiente mediante ideas y proyectos innovadores.



**María Gutiérrez**



**Liliberka Reyes**



**Dariana Garrido**



**Nerianny Alcántara**



**Johanna Montero**

### 1.4. ¿Qué nos motiva?

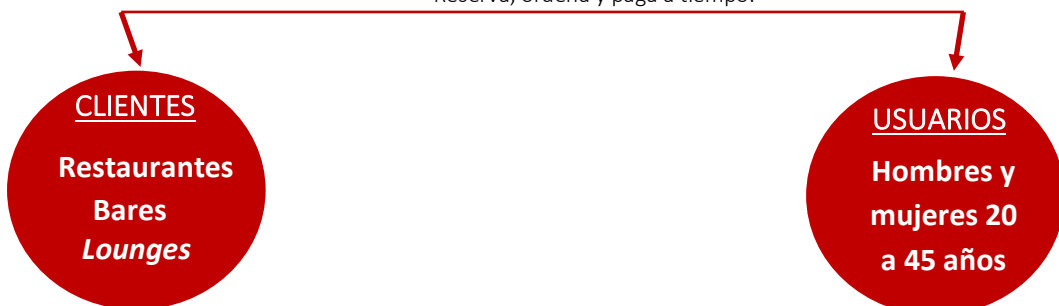
Nos encontramos en la época de las tecnologías e innovación en donde utilizamos Smartphone e Internet prácticamente todo, buscamos aplicaciones que sencillamente nos acomoden la vida, nos ahorran tiempo y a la vez dinero. Los avances tecnológicos, los teléfonos inteligentes y las aplicaciones móviles han hecho que la forma de realizar operaciones de servicios cambie para colocarse al alcance del ciudadano.

En los últimos cinco años en la República Dominicana las operaciones a través de dispositivos móviles crecieron en US\$13 millones, equivalente a un 438%, al pasar de US\$3 millones en enero de 2013 a US\$16 millones en el mismo mes de 2018.

Todo esto representa una oportunidad fantástica para hacer negocios que utilicen estos medios. En la actualidad en nuestro país no existe ninguna Plataforma online (Web/App) a través de la cual se pueda reservar, ordenar y pagar en los restaurantes, bares y *lounges*.

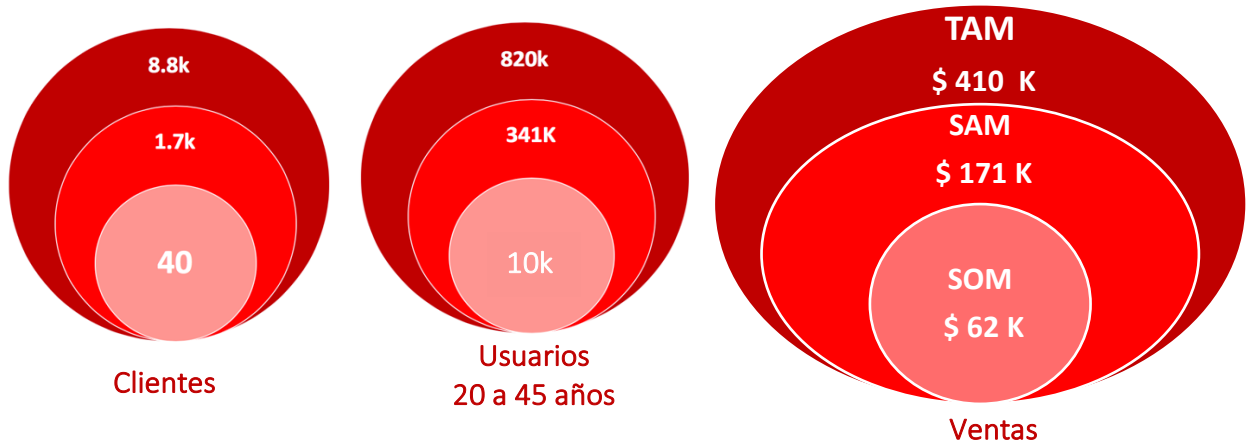
### 1.5. ¿Quiénes son nuestros clientes?

Nuestros clientes son los restaurantes, bares y *lounges* y sus usuarios que conectarán a través de nuestra plataforma.



## 1.6. ¿Cuál es el tamaño del mercado?

Estimamos el SOM de acuerdo los usuarios, la estrategia sería a través de la fuerza de venta conseguir como mínimo el 3% de los usuarios de edad productiva de la Zona Metropolitana, obteniendo así una cantidad de 10,255 usuarios.



## 1.7. ¿Quién es nuestra competencia?

Existen en el mercado diversas web y apps a través de las cuales se puede pedir *delivery*, ver el menú y comparar precios, ver ubicación, comentarios, etc., pero no existe ninguna que permita realizar los tres procesos (reservar, ordenar y pagar) en restaurantes, bares y *lounges* en la República Dominicana.



## 1.8. ¿Qué ofreceremos?

### Usuarios

- Descarga gratuita a través del sistema IOS o Google play
- Plataforma Web/App para ordenar, reservar y pagar desde cualquier lugar donde esté.
- Disminución de los tiempos de espera.
- Recomendaciones.
- Comparar precios y catálogo de servicios.
- Evitar clonaciones de tarjetas (pago vía medios electrónicos y efectivo).
- Programa de fidelidad "DeliPoints".

### Cientes

- Agilizar los procesos, como son:
  - Ordenar
  - Reservar
  - Pagar
- Conseguir más clientes y fidelizar los actuales.
- Mejor experiencia de cliente (CX, UX).

## 1.9. ¿Cómo captamos más Usuarios?

Nuestra estrategia principal es brindar comodidad, liberar el estrés de nuestros usuarios, brindando una experiencia única, placentera y personalizada; a la vez que presentaremos la mayor cantidad de ofertas gastronómicas que además podrán ir acumulando *DeliPoints* los cuales pueden ser cambiados por cualquier oferta gastronómica suscrita en nuestra plataforma.

### Plan de comunicación

Clasificaremos nuestro plan mediante las 2 interfaces de nuestro proyecto nuestros usuarios y clientes.

#### Usuarios

- **Etapa de Penetración**

Llegaremos a nuestros usuarios mediante campañas en redes sociales, uso de las cookies y anuncios relacionados con actividades de los restaurantes, bares y *lounges*, correo electrónico, en donde podamos captar la atención de nuestros futuros usuarios.

- **Etapa de Fidelización**

En esta etapa los usuarios podrán acumular *DeliPoints* mediante acciones dentro de nuestra Web/app por cada compra que generen en nuestra plataforma, podrán ser cambiados a la suma de 500 *Delipoints*.

- **Etapa de Desarrollo**

La continua innovación es parte de nuestro principal objetivo, estaremos continuamente trabajando para ofrecer diversidad en nuestros servicios y mayores ofertas de restaurantes, bares y *lounges*, para que el usuario posea cada vez más opciones a la hora de comer.

Nuestra estrategia de marketing también va muy enfocada a facilitar las operaciones de nuestros clientes (restaurantes, bares, *lounges*) y sobre todo incrementar las ganancias de los mismos a través del servicio ofertado por **OrdénaMe** y por su puesto a su vez esto generará ingresos para ambas partes, para ello tenemos estrategias puntuales para poder captar el target de nuestros clientes ubicados en la Zona Metropolitana de Santo Domingo que cumplen con las características en cuanto al perfil de usuario final que podría interesarse por nuestra Plataforma Web/App.

Los precios que se cobrará por el servicio ofrecido por **OrdénaMe** a nuestros clientes es una comisión de un 5% por cada orden generada a través de nuestra Plataforma Web/App.

Por concepto de la membresía standard que ofrece la misma y por otro lado la membresía Plus por un monto de US\$300 pagados de forma anual.

Los beneficios que ofrece **OrdénaMe** a los clientes con esta membresía Plus son:

- Publicidad en todas nuestras plataformas.
- Feedback en cuanto al servicio al cliente.
- Promoción de actividades que posea el restaurante, bar o *lounge*.
- Acceso a las opiniones de los clientes y recomendaciones.

### 1.10. ¿Cómo captamos más Clientes?

#### Plan de comunicación Clientes

- **Etapa de Penetración:**

Proponemos reuniones con nuestros clientes potenciales para ofrecer el servicio de **OrdénaMe**, donde también se le dará seguimiento al servicio ya ofertado abiertos a sugerencias por parte de los clientes.

- **Etapa de Fidelización:**

Se le ofrece una retroalimentación al cliente de las opiniones de los usuarios acerca del servicio brindado en el negocio, este servicio ya está incluido por la suscripción a la Plataforma Web/App. A su vez podrá visualizar el incremento de ventas a través de un reporte que se suministrará en nuestra página web, en el perfil de clientes; y no menos importante promoción a través de **OrdénaMe** como uno de los restaurantes, bares, *lounge*, más populares de la temporada.

- **Etapa de Desarrollo:**

Innovación en cuanto a la Plataforma Web/App para mantener a los usuarios actualizados con la propuesta actualizada de los locales suscritos a nuestra Plataforma Web/App y la oportunidad de un contacto *live* con los usuarios para aclarar cualquier duda que se presente, esto a través de nuestra la misma. Continúan las reuniones para seguimiento y retroalimentación del servicio brindado por **OrdénaMe**.

### 1.11. ¿Cómo hacemos dinero?

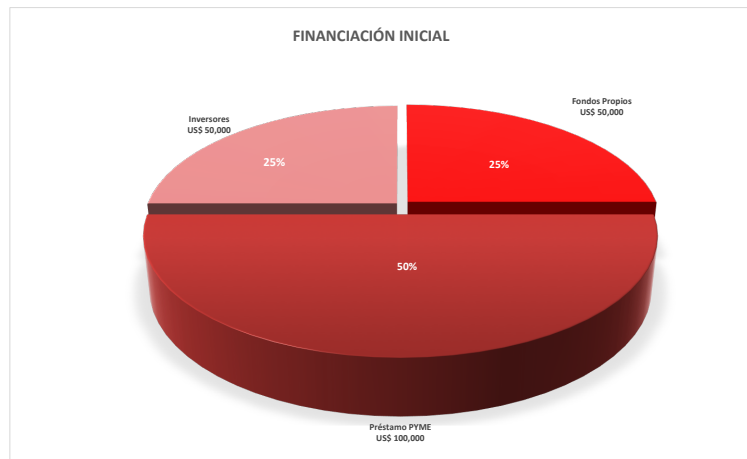
Los ingresos se obtendrán a través de las siguientes vías:

#### Ingresos por Ventas

Ventas	2019	2020	2021	2022	2023
Comisión de ventas Restaurantes	61,534	79,994	127,991	223,984	414,370
Comisión de ventas Bares	46,151	59,996	95,993	167,988	310,777
Comisión de ventas <i>Lounges</i>	30,767	39,997	63,995	111,992	207,185
Suscripción a partir de 1er mes	12,000	15,600	24,960	43,680	80,808
Promoción a clientes no suscritos	10,500	12,075	13,886	15,969	19,961
<b>Total ingresos por ventas</b>	<b>160,952</b>	<b>207,662</b>	<b>326,825</b>	<b>563,613</b>	<b>1,033,102</b>

### 1.12. ¿Cuáles serán los costes y financiación?

Para asegurar que la implementación y desarrollo de **OrdénaMe** se ejecute eficientemente la directiva aportará fondos propios al capital social, solicitará un préstamo y realizará la captación de inversores. El financiamiento se distribuirá de la siguiente manera: US\$50,000 (25%) fondos propios, US\$100,000 (50%) un préstamo para Pymes y US\$50,000 (25%) inversionistas.



Teniendo en cuenta los gastos a necesarios para la ejecución de las operaciones, a continuación, se muestra la cuenta de resultados previsional durante los cinco años presupuestados.

#### Cuenta de Resultados Previsional

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ventas</b>		160,952	207,662	326,825	563,613	1,033,102
<b>CV</b>		64,266	64,655	66,771	69,140	71,794
<b>Margen Bruto</b>		96,685	143,007	260,055	494,472	961,308
<b>Gastos Generales</b>		158,943	164,104	215,583	251,101	326,230
<b>Margen Operativo (EBITDA)</b>		(62,257)	(21,097)	44,471	243,371	635,078
<b>Amortiz (inv. Inicial)</b>		20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
<b>EBIT</b>		(82,257)	(41,097)	24,471	223,371	615,078
<b>Gastos Financieros</b>		12,000	10,111	7,995	5,626	2,972
<b>EBT</b>		(94,257)	(51,208)	16,476	217,745	612,106
<b>ISR</b>		-	-	-	58,791	165,269
<b>B° Neto</b>		(94,257)	(51,208)	16,476	158,954	446,837
<b>Flujo de caja operativo</b>		(74,257)	(31,208)	36,476	178,954	466,837

### 1.13. ¿Y los resultados esperados?

Al visualizar los ratios correspondientes se puede apreciar que, a partir del tercer año de función, la empresa inicia un camino de solidez, solvencia y autosuficiencia económica y financiera, lo cual asegura el desempeño óptimo de sus funciones y el cubrimiento con fondos propios de todos aquellos compromisos en los que se incurran para garantizar el mismo.

Mediante el TIR nos damos cuenta que es un proyecto rentable, puesto que arroja un 56% de rentabilidad al accionista en base a la inversión realizada, mientras que el TIRM indica un 39% asegurable de retorno, lo que representa un 29% más de lo exigible por los inversores.

#### Análisis Económico-Financiero

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Fondo Maniobra</b>	(89,998)	(138,836)	(122,106)	34,733	476,801
<b>Liquidez Total</b>	(2.77)	(4.64)	(2.78)	1.92	10.74
<b>Tesorería</b>	(3.34)	(5.34)	(3.62)	0.68	8.98
<b>Solvencia</b>	0.16	0.26	0.58	1.90	2.87
<b>Rent. Económica (ROI)</b>	-118%	-85%	41%	236%	245%
<b>Rent. Financiera (ROE)</b>	-13%	35%	94%	100%	530%

<b>VAN</b>	<b>250,114</b>
<b>TIR</b>	<b>56%</b>

<b>TIRM</b>	<b>39%</b>
<b>Pay-Back</b>	<b>3.67</b>



**VALIDACIÓN**





## 2. ESTUDIO DE MERCADO (VALIDACIÓN DEL PROYECTO)

### 2.1. Determinación de las necesidades actuales del mercado

Con la determinación de las necesidades actuales del mercado, buscamos conocer cuáles son las carencias tanto de los usuarios como nuestros clientes en el área de restaurantes, el comportamiento de estos, sabiendo sus impresiones y las actitudes.

Elaboramos 2 tipos de instrumentos de investigación para obtener información representativa de un grupo de personas en el mercado que nos permita analizar y eliminar posibles necesidades insatisfechas.

Para obtener estos resultados hemos escogido la herramienta Survey Monkey, con preguntas abiertas para un mejor manejo de los posibles usuarios y clientes potenciales y que se sintieran libres de responder abiertamente las situaciones que se presentan en su diario vivir cuando hablamos de la hora de salir a compartir un rato a la hora de salir a comer con sus familias, amigos, parejas y ¿por qué no? Hasta una simple salida a solas para tomar un receso de todo.

A continuación, nuestras conclusiones obtenidas de esta investigación para la final validación de nuestro proyecto OrdénaMe.

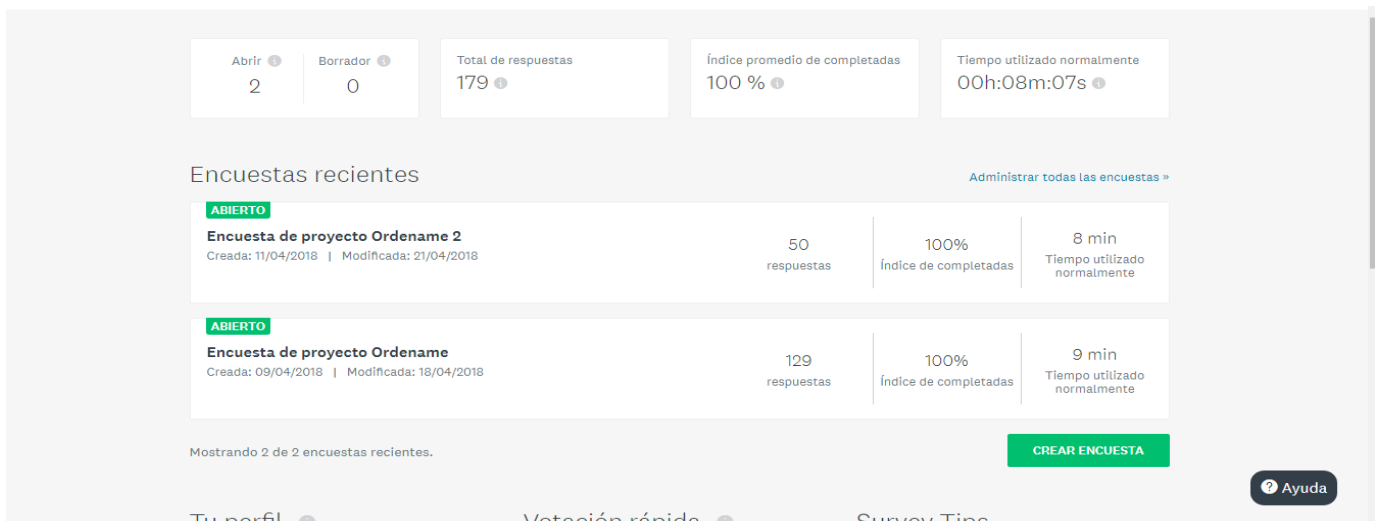


Imagen de la muestra tomada para usuarios y clientes.

## 2.2. Perfil de los Usuarios



Los usuarios de nuestros clientes son personas asiduas a restaurantes, bares y *lounges* ubicados en Zona Metropolitana, con un rango de edad entre 20 y 45 años con poder adquisitivo de US\$1,000, en adelante, que se mantienen a la vanguardia en cuanto a tecnología se refiere, que no les gusten las complicaciones, aquellas personas que buscan la eficacia, ante todo, ocupados, e interesados en compartir momentos agradables en lugares llamativos, que no solo sea buena comida sino también se venda un buen ambiente para para un rato agradable con los suyos.

A continuación, las conclusiones de nuestra investigación:

Con relación a los posibles usuarios de nuestra Plataforma Web/App, los resultados obtenidos en las encuestas realizadas son los siguientes:

El rango de edad más frecuente entre los encuestados es de 20 a 45 años con un porcentaje del 62% de la muestra, esto se llevan una vida un tanto más activa en cuanto a sus actividades cotidianas, y, por ende, necesitan que los procesos de reservas sean más eficientes para ganar tiempo. Este es el tipo de público al que principalmente va dirigida nuestra Plataforma Web/App

Por otro lado, esta misma muestra reside en la Zona Metropolitana de la ciudad de Santo Domingo, estamos hablando de un porcentaje de 50% para ser exactos.

El 65% de la muestra indica que tiene mucha oferta de restaurantes, bares y *lounges* alrededor de la zona en donde reside, y en cuanto a nivel académico tenemos que el 93% de la muestra es profesional en alguna carrera.

El 63% de la muestra prefiere consumir su tiempo y dinero en restaurantes, bares y *lounges* especializados en una carta específica y el otro restante de 37 % prefiere restaurantes de comida rápida y 47% frecuenta restaurantes de manera semanal. El 56% tienen por motivo salir a comer por algún evento en especial como cumpleaños, eventos familiares, cenas en pareja, etc.

Nuestra muestra se inclina en un 54% por la calidad como exigencia predilecta a la hora de seguir visitando un restaurante y ponerlo en su lista top 10, el 27% por el buen servicio brindado y el restante 19% lo prefiere por los precios.

El 47% de los encuestados descartan un restaurante por la comida mala y el 31% lo descartaría por el mal servicio.

El 33% indica que la forma de pago que tienen sus restaurantes preferidos es excelente y un 20% de la misma muestra indica que es malo.

Al momento de preguntar las principales dificultades que se presentan a la hora de salir a comer o tomar unos tragos, el 41% de los encuestados se refirió al tráfico, 25% a la disponibilidad del parqueo.

En cuanto a medio de reserva el 72% de los encuestados realiza las mismas vía telefónica llamando al restaurante, bar o *lounge* en cuestión.

El 41% indica que la calidad en los servicios de los establecimientos que frecuentan es excelente.

El 54% de las personas encuestadas no vuelven al local en cuestión si el servicio es lento y en relación con esta misma situación el 74% conoce a más personas que reaccionan de la misma forma.

El 39% de los encuestados sugiere que la solución al servicio lento es la contratación de más personal y un 30% exhorta el uso de la tecnología para la agilización de los procesos.

Pero curiosamente el 85% de nuestra muestra si aceptaría una aplicación para agilizar los procesos de reservar, ordenar y pagar en los restaurantes, bares y *lounes*.

Por otro lado, tenemos la encuesta a los clientes:

Para validar nuestra idea de negocio decidimos realizar encuestas a nuestros clientes potenciales (Restaurantes, bares y *lounes*).

### 2.3. Perfil de los Clientes

- Restaurantes, Bares y *Lounes* más populares.
- Zona Metropolitana.
- Gama media y elegante.
- Todo tipo de cocina.



La muestra realizada está conformada por 50 posibles clientes, ubicados en la Zona Metropolitana de Santo Domingo, los cuales en su mayoría emplean un procedimiento desactualizado e ineficiente para llevar a cabo sus procesos clave como lo son efectuar las reservas de sus consumidores, tomar la orden de los comensales y finalmente proceder al cobro del servicio brindado.

Las entrevistas fueron realizadas en Zona Metropolitana, aquí es donde se concentra el 70% de los restaurantes, bares y *lounges* de Santo Domingo, República Dominicana.

Con relación a nuestros clientes, los resultados obtenidos en las encuestas realizadas son los siguientes:

El 36% de los consumidores de nuestros clientes realizan las reservas por correo electrónico, el 32% mediante página web y el 32% restante por llamadas telefónicas, lo que arroja que un 68% de los consumidores de nuestros clientes utilizan medios electrónicos para hacer sus reservas.

El 90% de los consumidores de nuestros clientes realizan la orden en el establecimiento por medio del mesero y el otro 10% hace la orden directa a quien procederá a esperarla, lo que hace referencia a que el 100% de los consumidores para ordenar utiliza el personal del local.

El 100% de los clientes realizan el cobro de sus servicios mediante pagos en efectivo y tarjetas de crédito y débito directamente en sus establecimientos.

Pudimos comprobar que el 60% de los clientes potenciales tiene un rango de 10-15 empleados en sus establecimientos, mientras que el 20% posee de 16-20 empleados, el tipo de establecimientos que estamos considerando para nuestra app son conformados con poco personal, mediante la utilización de esta Plataforma Web/App se agilizarían bastante sus procesos si necesidad de reclutamiento a menos que sea muy necesario.

Al realizar las entrevistas obtenemos el resultado de que el 64% de los clientes se promocionan mediante las redes sociales, un 10% por el periódico, otro 10% por ningún medio, un 8% en las páginas web y otro 8% mediante volantes impresos.

De los clientes potenciales entrevistados el 60% no ofrece servicios adicionales, el 14% tiene Wifi disponible, el 10% *Delivery*, el 8% posee área para fumadores y el 8% restante *Vallet Parking*.

El 56% informo que si les interesa conocer la percepción que tienen los clientes con respecto a el servicio que ofrecen y el 44% restante esta ajeno a esta información.

Las principales dificultades que les han sido espuestas a nuestros clientes por sus usuarios al momento de reservar, ordenar y pagar, el 42% resaltó que es el tiempo de espera, el 24% indicó que ninguna, el 10% presenta negligencia por parte de los empleados, el 8% falta de mesas disponibles, 6% problemas con el sistema, 4% desorganización por el cúmulo de personas, 4% problemas con el sistema y un 2% que el cliente tenga todo a tiempo.

El 48% de los clientes potenciales afirmó que sí estarían dispuestos a utilizar esta Plataforma Web/App, para facilitarle a sus consumidores todos los servicios que esta puede ofrecer, un 30% informó que no la utilizaría y el 22% se mostró dudoso indicando que tal vez le interesaría usarla.

#### **2.4. Conclusiones Generales de Nuestra Investigación**

Mediante el estudio que hemos realizado de nuestros clientes potenciales y posibles usuarios de nuestra Plataforma Web/App **OrdénaMe** hemos podido validar que en verdad existe la necesidad en el mercado de una aplicación que ayude a eficientizar los servicios ofrecidos por los establecimientos que compondrían nuestra gama de opciones para ofertar a los usuarios finales. Es un tipo de Plataforma Web/App, que por abarcar estas tres funciones esenciales (reservar, ordenar y pagar) para la logística de cualquier restaurante, bar, *lounge*, resultaría bastante atractivo. En el proceso de validación nos apoyamos de preguntas claves para poder confirmar nuestra hipótesis acerca de las necesidades de los usuarios y clientes para los cuales ofrecemos esta oferta tan original. Tenemos varios retos por enfrentar ya que un porcentaje considerable de esta muestra da a denotar en sus respuestas que prácticamente la solución a las problemáticas que se presentan a la hora de salir a comer y tomar se puede resolver con un adiestramiento del personal del local en cuestión y por otro lado también se convierte en un reto que las personas confíen en **OrdénaMe** tanto como confían en un ser humano para que les atienda de manera presencial o vía telefónica. No obstante, estamos conscientes de que las App's son tendencia hoy en día y de que las personas se inclinan a facilitar su diario vivir y esto nos da una gran ventaja en el mercado.



**PROPUESTA DE  
VALOR**

### 3. PROPUESTA DE VALOR

Una plataforma tecnológica de comercio electrónico que les permitirá a los usuarios reservar, hacer pedidos desde la mesa con su desde cualquier dispositivo móvil de manera rápida, sencilla y sin esperas. Se podrá ver toda la carta con imágenes y descripciones detalladas de todos los productos. También se puede añadir al mismo pedido más platos y bebidas si lo desean al terminar pueden pedir la cuenta o pagar por la misma aplicación y valorar los platos y bebidas que más les gusten, para registrarlo en su historial y poder consultarlo siempre que quieran, además de ganar *DeliPoints*.

Los comercios asociados contarán con un servicio propio desde el que gestionará la carta, verá estadísticas de facturación, de las visitas y las valoraciones de los platos, podrán crear menús completos y platos recomendados. Recibirán la notificación con los servicios optados por el cliente o usuario final, este se encargará de proceder con el pedido para ofrecer el servicio solicitado en la plataforma. También tendrá disponible una serie de reportes que puede utilizar el comercio para validar la data de los productos que despacha y tener un control de los pedidos despachados todos los días.

#### 3.1. Visión, Misión y Valores de **OrdénaMe**

##### MISIÓN

Facilitar más la vida de los clientes y usuarios a través de nuestra Plataforma Web/App. Que se sientan identificados con la misma y darles a demostrar que utilizando nuestro servicio pueden ahorrar de una manera más eficiente y, sobre todo, sin mucha complicación, el preciado recurso llamado tiempo.

##### VISIÓN

Ser una de las principales App's con más descargas y a través de ello volvernos tendencia. En el momento en el cual el cliente piense en reservar, ordenar y pagar ahorrando tiempo y pasarla bien sin complicaciones, lo primero que le venga a mente sea OrdénaMe.

##### VALORES

- Responsabilidad
- Calidad en el servicio
- Confiabilidad
- Innovación
- Integridad
- Pasión
- Compromiso sostenible



## ANÁLISIS DEL ENTORNO



## 4. ANÁLISIS DEL ENTORNO

### 4.1. Entorno Político - Jurídico

Dentro del entorno jurídico la República Dominicana cuenta con la Ley No.126-02 sobre Comercio Electrónico, Documentos y Firmas Digitales, de fecha 4 de septiembre del 2002, y su Reglamento de Aplicación aprobado mediante Decreto No.335-03 de fecha 8 de abril del 2003.

Esta ley designa al Instituto Dominicano de Telecomunicaciones (INDOTEL) en su Capítulo V como el Órgano Regulador, y en su artículo 56 le atribuye, entre otras, las siguientes funciones:

- Proponer al Poder Ejecutivo la implementación de políticas en relación con la regulación de las actividades de las entidades de certificación y la adaptación de los avances para la generación de firmas digitales, la emisión de certificados, la conservación y archivo de documentos de soporte electrónico.
- Aprobar los reglamentos internos de la prestación del servicio, así como sus reformas.
- Velar por la observancia de las disposiciones constitucionales y legales sobre la promoción de la competencia y prácticas comerciales restrictivas en los mercados atendidos por las entidades de certificación.

Otras especificaciones de esta ley:

#### ➤ **Contratos Electrónicos**

Salvo acuerdo expreso entre las partes, la oferta y su aceptación pueden ser expresadas por medio de un documento digital, un mensaje de datos, o un mensaje de datos portador del documento digital, como fuera el caso, causando la formación de un contrato.

#### ➤ **Precio de los Servicios Prestados por las Entidades de Certificación**

La remuneración de las actividades de las Entidades de Certificación es libremente establecida por éstas, a menos que el Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL) determine que no existen en el mercado las condiciones suficientes para asegurar competencia efectiva.

#### ➤ **Proveedores de Servicios de Firma Electrónica**

Los proveedores de servicios de firma electrónica son aquellas personas jurídicas, nacionales o extranjeras, públicas o privadas, que otorgan certificados digitales que carecen de valor legal. La prestación de servicios de certificación digital por parte de

proveedores de servicios de firma electrónica no requiere autorización previa por parte del Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL).

### **La Ley No.183-02 Monetaria y Financiera de fecha 21 de noviembre del 2002.**

El Artículo 27 de la citada Ley Monetaria y Financiera establece que la reglamentación de la organización y el funcionamiento del sistema de pagos y compensación por parte de la Junta Monetaria tendrá como objetivos fundamentales asegurar la intermediación y el buen fin del pago, pudiendo establecer distintos subsistemas, teniendo como referencia los estándares internacionales en la materia.

El uso de las tarjetas bancarias se ha expandido de manera significativa, pues conforme estadísticas reportadas por las entidades de intermediación financiera al Departamento de Sistemas de Pagos del Banco Central, en el año 2014 se registraron en el país transacciones con tarjetas por un monto de US\$9,923 millones, un 81.7% por encima de los US\$5,462 millones realizados en el año 2008, evidenciándose que las tarjetas bancarias constituyen uno de los principales instrumentos de pago utilizado para la compra de bienes y servicios en establecimientos comerciales, así como el retiro de efectivo en cajeros automáticos, facilitando el flujo transaccional y contribuyendo a la disminución de la preferencia por el uso del efectivo.

Considerando que el proceso de las transacciones realizadas con tarjetas bancarias a través de cajeros automáticos y terminales de puntos de venta, son consideradas transferencias electrónicas de fondos, en el que además de las entidades de intermediación financiera emisoras, participan las marcas internacionales de tarjetas (Visa, Mastercard y American Express), empresas de adquirencia (Carnet, Visanet y Servicios Digitales Popular), empresas de tercerización (Evertec, TecnoCom, entre otros), establecimientos afiliados (comercios) y clientes bancarios.

**Ley No. 172-13** que tiene por objeto la protección integral de los datos personales asentados en archivos, registros públicos, bancos de datos u otros medios técnicos de tratamiento de datos destinados a dar informes, sean estos públicos o privados. G. O. No. 10737 del 15 de diciembre de 2013.

En su artículo VII sostiene que se hace imperativo regular legalmente para que en los registros públicos y privados se utilicen técnicas de identificación que dificulten o imposibiliten el robo de las identidades de las personas físicas al momento de contratar bienes y servicios ante las empresas públicas y las empresas privadas en el territorio dominicano.

En todo ello también juegan un papel clave los instrumentos de pago y herramientas de seguridad para evitar el fraude/robo en el proceso de transacción.

## 4.2. Entorno Cultural

La sociedad actual en República Dominicana es muy común que las personas salgan a comer fuera, generalmente los fines de semana se dan las salidas a restaurantes, bares y *lounges* y lo ven como una forma de compartir o pasear con amigos o familiares.

Con el impacto que ha generado el internet y el uso de las tecnologías en República Dominicana, las empresas han tenido que innovar y cambiar su cultura de negocio. Como ha ocurrido en otros ámbitos de la vida tradicional de los dominicanos luego de la irrupción del internet, los consumidores van más rápido que los ofertantes.

Los dominicanos prefieren buscar en internet, abrir una página web, usar una app, para hacer sus reservas, ver la variedad de ofertas, comparar precios de los diferentes restaurantes, bares y *lounges*, prefieren comodidad y ahorrar tiempo a la hora de realizar sus pedidos y seguridad a la hora de realizar sus pagos y dar información crediticia.

## 4.3. Entorno Económico

Las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en República Dominicana tienen un alcance cada vez mayor en cantidad y calidad, estas empezaron a introducirse en el país a partir de la década de los años 90 del pasado siglo, alcanzando un nivel importante de consolidación, extensión y usos a partir del año 2000, las mismas han mostrado un crecimiento paulatino, el sector tecnológico ha madurado de tal manera que es el país con mejor infraestructura de telecomunicaciones de Centro América y El Caribe.

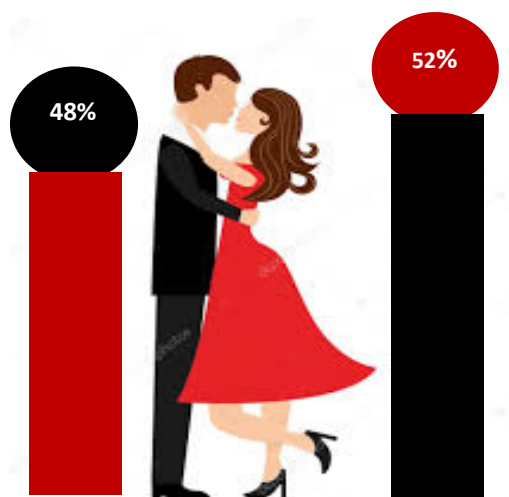
República Dominicana es la economía número 69 por volumen del Producto Interno Bruto (PIB) 71.58 miles de millones USD (2016). Los resultados preliminares del Producto Interno Bruto (PIB) real muestran un crecimiento en el segmento de Hoteles, Bares y Restaurantes de 4.7 miles de millones USD (6.6%), en cuyo desempeño incide el incremento de los ingresos por turismo, los cuales se expandieron en 7.1 (9.9%) miles de millones USD en el período enero-marzo 2017, fruto del continuo influjo de turistas al país.

Las ramas industriales de mayor importancia en este sector en el país son: alimentos y bebidas con 1,316 empresas (16.7%).

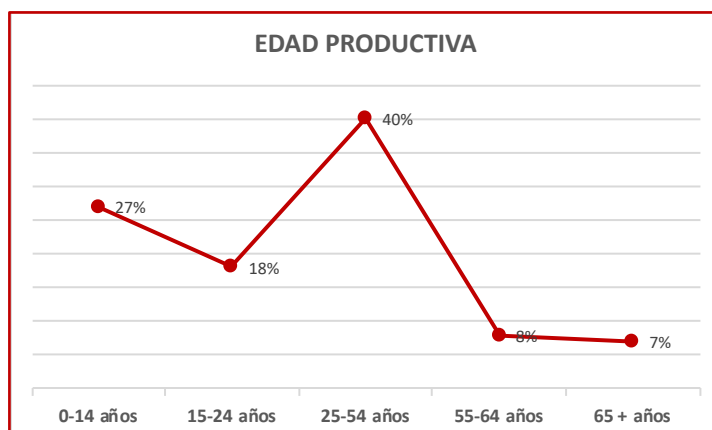
República Dominicana es un país de clase media preponderante y es el mayor receptor de inversiones extranjeras de Centroamérica y el Caribe. Cuenta con la mejor infraestructura del Caribe y es considerado en la actualidad como el Singapur del Caribe a nivel de infraestructuras, y en términos de consumo, cuenta aproximadamente con más de 9 millones de consumidores potenciales internos y con más de 900 millones de consumidores externos, todo esto gracias a los tratados de libres comercios con las naciones más desarrolladas del mundo.

#### 4.4. Entorno Socio-Demográfico

La República Dominicana está ubicada en América central, en la zona del Caribe entre Cuba y Puerto Rico. Tiene una superficie de 48.734 km<sup>2</sup>. La población actual es de 10,903,026 habitantes de los cuales la población masculina es de 5,467,900 (50.2%) y la población femenina es de 5,435,126 (49.8%). Su capital es Santo Domingo, Distrito Nacional con una población de 965,040 habitantes (2010), de los cuales la población femenina lleva una ligera ventaja 504,137 (52.24%) frente a la población masculina que es de 460,903 (47.76%), es aquí en esta zona donde Ordéname hará su enfoque inicial.



La República Dominicana tiene una situación demográfica que genera oportunidades para su desarrollo debido a la gran cantidad de personas que se encuentra una edad productiva. Distribución por edad, **0-14 años el 27,06%**, **15-24 años el 18,3%**, **25-54 años el 39,54%**, **55-64 años el 7,67%** y **65 años y más el 7,43%**. De este grupo etario, la población femenina lleva una ligera ventaja con 1,716,644 frente a 1,714,257 que son hombres.



La tasa de natalidad (número de nacimientos por cada mil habitantes en un año) fue en 2015 del 20,51‰, y el índice de Fecundidad (número medio de hijos por mujer) de 2,45.

La esperanza de vida de las mujeres es de 76,93 años, mayor que la de los hombres que es de 70,63 años.

#### 4.5. Entorno Tecnológico

La República Dominicana ha venido creciendo de manera constante en materia de comercio electrónico y cerrando progresivamente la brecha digital. Todo esto gracias a que ha logrado incorporar más de un tercio de la población a la conexión a internet, y al uso de Smartphones como medio de compra.

En cuanto a finanzas digitales, el nivel de bancarización en el país alcanza un 54%, “un valor por encima del promedio de 51% de América Latina y el Caribe (ALC)”. Asimismo, indica que, a través de instrumentos de pagos electrónicos, en el país circula un valor estimado de RD\$6.8 billones mediante 5.6 millones de tarjetas de crédito, débito y prepagadas de las diferentes marcas internacionales (dato del Banco Central, 2016) con operaciones que alcanzan el 79% de las transacciones de pagos.

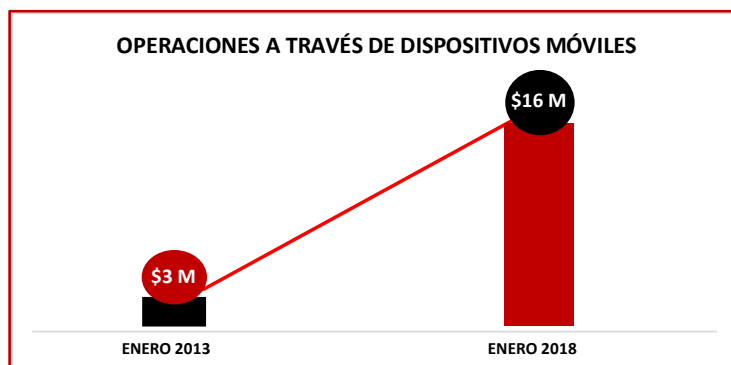
El acceso a internet, los dominicanos son usuarios activos de las redes sociales; no solo usan cuentas personales, sino también como fuentes de productividad, difusión de informaciones y servicios en general. República Dominicana alcanza el 54.2% de su población (OSIC-RD, 2016), y se estima que aproximadamente el 42% accede a internet a través de dispositivos móviles.

Según estadísticas a mayo de este año del Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (Indotel), en el país existen 8.4 millones móviles activos, de los cuales 6.7 millones son prepagos (79.3%) y 1.7 millón son postpago (20.7%), mientras que en total hay activadas 9.7 millones de líneas.

En la República Dominicana ha habido un claro interés de las autoridades para acelerar la inclusión del país hacia una sociedad de la información basada en el uso intensivo de las tecnologías de la información y comunicación. Donde el uso de Internet se ha convertido en un excelente mecanismo para apoyar la creación de nuevas empresas, el fortalecimiento de la parte educativa y por supuesto el desarrollo del comercio electrónico en el país.

Los avances tecnológicos, los teléfonos inteligentes y las aplicaciones móviles han hecho que la forma de realizar operaciones de servicios cambie para colocarse al alcance del ciudadano.

En los últimos cinco años en la República Dominicana las operaciones a través de dispositivos móviles crecieron en US\$13 millones, equivalente a un 438%, al pasar de US\$3 millones en enero de 2013 a US\$16 millones en el mismo mes de 2018.



#### **4.6. Entorno Medio Ambiental**

La República Dominicana posee características ambientales que la hacen singular. La economía de importantes sectores del desarrollo nacional está estrechamente vinculada al aprovechamiento de los recursos naturales y los servicios ambientales que estos proporcionan. Sin embargo, los retos que el país afronta para avanzar en una gestión sostenible del medio ambiente, y la amenaza del cambio climático constituyen amenazas para el desarrollo del mismo, exacerbados por los desafíos propios de un Estado Insular en Desarrollo.

Ha aumentado en un 9% su cobertura boscosa, pasando de 32.9% en 2003 a 39.7% en 2011. Además, la superficie de áreas protegidas terrestres supera el 25%. Asimismo, se han alcanzado las metas de eliminación de las Sustancias Agotadoras de la Capa de Ozono acordadas a nivel internacional. La población con acceso a agua potable ascendió de 66.4% en 1991 a 86.1% en 2007, y la población con acceso a saneamiento mejorado incrementó de 61.1% en 1991 a 82.7% en 2007.

Algunos objetivos para contribuir con el medio ambiente son:

- Contribuir a la formulación e implementación de políticas, instrumentos y medidas orientadas a fortalecer la sostenibilidad ambiental.
- Contribuir a incorporar criterios de sostenibilidad ambiental en sectores clave del desarrollo nacional.
- Promover el acceso a energía sostenible para todos, de manera especial a comunidades aisladas.
- Apoyar el fortalecimiento de las capacidades nacionales y locales para afrontar las amenazas cada vez mayores del cambio climático.

Nuestro proyecto está vinculado con la protección del medio ambiente. Una de nuestras inquietudes es preservar el medio en el que vivimos y concienciar de la sostenibilidad del entorno, OrdénaMe pretende aprovechar las nuevas tendencias que se están viendo en el país, donde poco a poco se está cambiando la mentalidad sobre el cuidado ambiental reduciendo la impresión de facturas esta disposición de los dominicanos nos facilita alcanzar las metas planteadas.

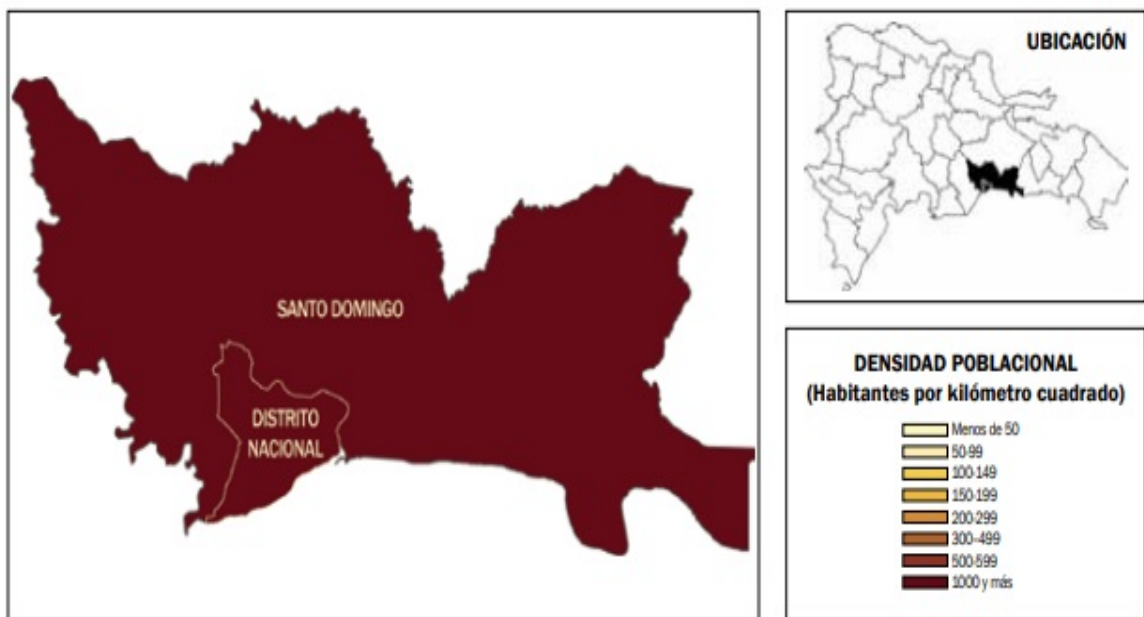


# ANÁLISIS DEL SECTOR

## 5. ANÁLISIS DEL SECTOR

### 5.1. Tamaño Del Mercado

Para nuestro proyecto seleccionamos el segmento de mercado del Distrito nacional de la ciudad de Santo Domingo, capital de la República Dominicana. Optamos por desarrollar nuestro proyecto de forma inicial en esta zona puesto que dispone el mayor grado de concentración de servicios de restaurantes, un buen ingreso per cápita, población de clase media y alta, que acostumbran a salir a comer fuera y que además disponen de servicios de internet, Smartphone, Tablet, etc.



Distrito Nacional	
Cantidad de habitantes del Distrito Nacional	-Mujeres: 504,137 =52.24% -Hombres: 460,903 =47.76%  <b>TOTAL: 965,040</b>
Ingreso Per cápita	US\$1,260
Promedio de recursos por cada 10,000 Habitantes	39.7%
Cantidad de establecimientos de restaurantes, bares y <i>lounges</i> registrados	1,674 representando el 19.9% de los registrados en el país. Bajo un total de 8,808



Para analizar nuestro TAM, SAM Y SOM determinaremos las 2 interfaces que intervienen en el proceso de nuestra app estos son nuestros clientes y Usuarios.

Para calcular nuestro TAM en cuanto a nuestros usuarios obtendríamos:  
Nuestros clientes potenciales **965,040** personas habitantes del distrito nacional con la Intención de consumo **85%** (valor obtenido de la muestra).

$$\text{TAM} = 965,040 * 85\% = \mathbf{820,284 \text{ Usuarios}}$$

#### Para el calcular el TAM:

Supongamos que el consumo mínimo de los usuarios de nuestra plataforma sea **US\$10** por cada orden de la misma obtendríamos el **5%** de cada transacción originada por los usuarios en nuestra plataforma que sería **US\$ 0.5**.

$$\text{TAM} = (820,284) (10 \times 5\%) = \mathbf{410,142}$$

- **TAM= \$ 410,142**

#### Para calcular nuestro SAM:

Para dar inicio a nuestra aplicación escogeremos los sectores más productivos de la zona metropolitana representando **341,854** personas en edad productiva para trabajar según la Oficina Nacional de Estadística (ONE), y ya que no recibimos ingresos de parte de los usuarios debido a que las descargas son gratuitas de esta forma procederemos a calcularemos el SAM de nuestros clientes.

Siendo el mínimo de \$10 dólares el consumo de los usuarios donde obtendremos un 5% de ganancia, nuestro SAM sería:

$$\text{SAM} = (341,854) (10 \times 5\%) = \mathbf{170,927}$$

- **SAM= \$ 170,927**

#### Para calcular nuestro SOM:

Para obtener nuestro **SOM** y saber la cantidad de clientes y usuarios que podemos conseguir centrándonos en el segmento que hemos escogido como mercado meta en la zona metropolitana de nuestro país, entendemos que a través de las tecnologías que utilizaremos y del personal que va a operar para darle soporte al usuario en cuanto a nuestra App y demás.

La estrategia sería a través de la fuerza de venta conseguir como mínimo el **3%** de los usuarios de edad productiva de la zona metropolitana, obteniendo así una cantidad de **10,255** usuarios.

$$\text{SOM} = 341,853 \times 3\% = \mathbf{10,255 \text{ Usuarios}}$$

Siendo el mínimo de 10 dólares el consumo de los usuarios donde obtendremos un 5% de ganancia, se obtendría lo siguiente:

Nuestro SOM sería:

$$\text{SOM} = (10,255) (10 \times 5\%) = 5,128 \times 12 = \mathbf{61,534}$$

- **SOM= \$ 61,534**

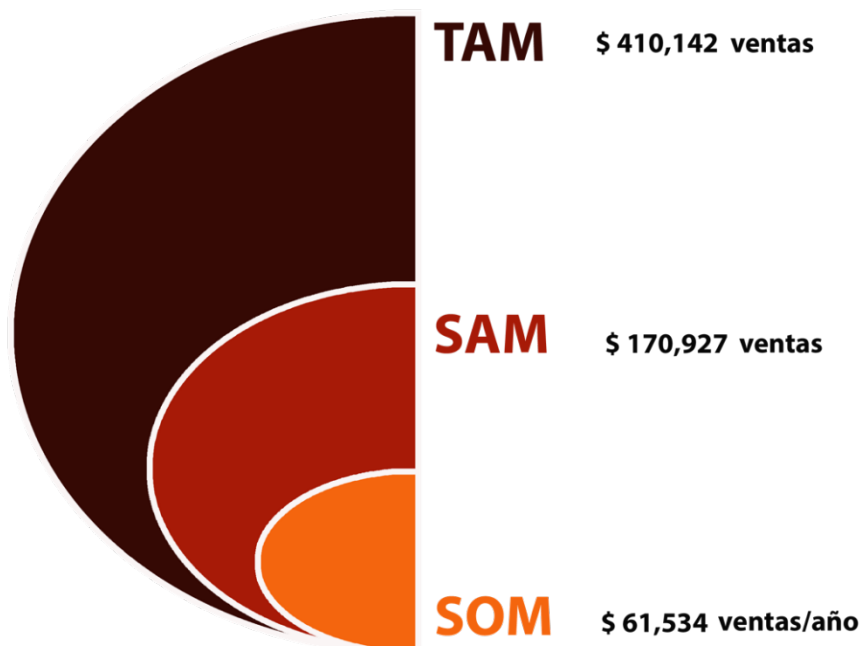
Primer año tenemos una proyección de un 30% y del segundo año 60%

Primer año 30%	\$ 79,994
Segundo año 60%	\$ 127,991

En resumen, tenemos:

- **TAM= \$ 410,142 ventas**
- **SAM= \$ 170,927 ventas**
- **SOM= \$ 61,534 ventas/año**

**Forma gráfica con círculos concéntricos.**





## **ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

## 6. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

### 6.1. Competencia en República Dominicana

Habiendo hecho un análisis endógeno nos percatamos que hoy en día el mercado no solo requiere la obtención eficiente de aquello que desea, sino, también que exige una eficacia pronunciada, enfatizada en su percepción, hemos comprendido que no solo es importante lo que se le oferta al cliente, además de esto la manera en que el cliente lo adquiere y la comodidad que esto representa para el consumidor es fundamental al momento de la toma de decisión de compra.

Visto esto nos damos cuenta de la oportunidad que existe en la zona metropolitana de la República Dominicana, identificando un nicho de mercado, en lo que se refiere a la metodología usada para reservar, ordenar y pagar los servicios consumidos en los diferentes establecimientos culinarios de la zona. La Principal competencia de OrdénaMe está representada por aquellas plataformas online que se encargan de asegurar el consumo de los clientes y cobrar el mismo por la plataforma hay algunas que no son exclusivamente de comida, pero que son parte del comercio en el sector de la hostelería, porque promocionan ofertas de descuentos de platos de diferentes establecimientos de comida y permiten pagos online.

El servicio que brindan es ofertar descuentos de productos y servicios, estas han tenido una buena aceptación, también consideramos competencias ya que a pesar que no tienen en su plataforma las opciones para reservar, ordenar y pagar, pero poseen cualidades a fines debido que en estas se concentran en un solo lugar todas las informaciones concernientes a la gastronomía de una localidad, sus precios y menús; también hay otras que podrían ser sustitutos de nuestra oferta como son las diversas páginas web con estructura especializadas en prestar el servicio a domicilio (*Delivery*) a restaurantes desde la toma de pedidos hasta la entrega de alimentos mediante una flotilla de motocicletas hasta que esta opción no favorecen el esparcimiento y relacionamiento en un lugar externo a la casa como un restaurante cabe destacar que los consumidores de República Dominicana tienen hábitos de consumo de comodidad y eso lo hace tomar en cuenta el comer en el hogar en particular en aquellas localidades en donde la concentración geográfica es alta y no favorecen el tráfico y por esto son una gran opción, en la zona metropolitana de la República Dominicana, figuran como nuestra competencia las siguientes:



Es una plataforma online, disponible exclusivamente en la Web. Mediante la utilización de esta se puede realizar compras vía remota de diferentes platillos en oferta en lugares específicos.

Ofrece el servicio de pagar con tarjetas de crédito o débito, también se puede seleccionar la opción de pago en efectivo en el establecimiento.

Ofrece una breve descripción del establecimiento, la dirección, números telefónicos y horario. Al final se indica que para poder ser aplicado el consumo en la entidad se debe imprimir el comprobante que emite la página.

Megusta.do no solo ofrece ofertas culinarias, también dispone de renglones específicos de diferentes áreas con descuentos, como son: Auto, Hoteles y entretenimiento, Belleza y Spa y variados.



Esta es una plataforma online de origen puertorriqueño con concesiones en República Dominicana que inició en marzo del 2011, ofrece a consumidores promociones especiales y descuentos en productos desde comida y ropa, hasta clases de arte y estadía en hoteles. Se ha consolidado como un canal de promoción para los productos y servicios de sus clientes (restaurantes, hoteles, spas, almacenes en general y otras empresas).

Esta plataforma está dirigida principalmente a mujeres de 25 a 35 años de clase media que residan o frecuenten la zona metropolitana.



Es un portal web que surge de la modalidad de marketing digital que permite no solo conocer el servicio o producto, sino probarlo personalmente y a un precio más reducido.

En esta página se pueden encontrar ofertas de productos y servicios tanto por renglones específicos como por ofertas del día, en la misma se puede observar la fachada del establecimiento, la dirección, números de contacto y pago directo mediante la misma con tarjetas de crédito y débito.



ViaGrupo es una página web que negocia grandes descuentos en productos populares locales, servicios y eventos culturales. Se encarga de enviarle las ofertas a miles de usuarios en un email diario gratuito. Las ofertas solo se activan cuando un número mínimo de personas compran. Los usuarios obtienen buenas ofertas y la empresa obtiene un montón de clientes nuevos.

Se reserva la oferta haciendo click en "comprar ahora" e introduce los datos de tu tarjeta de crédito. Una vez se hayan suscrito la cantidad requerida de personas a la oferta diaria, la oferta se activa. Si se suscriben la cantidad de personas requerida la oferta se activará. Sólo en ese momento cargaremos la oferta a tu tarjeta de crédito. Una vez completado el pago, recibirás el comprobante vía email con el cual podrá dirigirse al establecimiento en cuestión a recibir con comprado.



Es una web encontrarás herramientas de utilidad que harán de tu vida más fácil si estás buscando donde comer, beber y pasarla bien, esta presenta varias opciones que podrían resultar muy interesantes al público, dependiendo las actividades que realicen o la zona a la cual se dirijan. Mediante esta plataforma se pueden realizar reservaciones y pago con tarjetas de crédito o débito.

Una particularidad de esta página es que cada consumidor realiza comentarios de los productos consumidos y los califica inmediatamente, incentivando a los demás a consumir o no. Los usuarios también crean una especie de lista con los lugares más populares de mayor satisfacción recibida. Se pueden observar las fotos de cada producto de forma real para una mejor percepción del cliente.



Es una plataforma online, disponible tanto para la web como para Googleplay y AppStore. Posee una amplia diversidad de menús de los establecimientos de la zona metropolitana con objetivo facilitarle al consumidor información práctica sobre todo lo que poseen los restaurantes.

Su objetivo principal es concentrar en un solo lugar todas las informaciones concernientes a la gastronomía de una localidad, utilizando los medios más modernos y tecnológicos de los nuevos tiempos.

Todas las informaciones que aparecen en el portal son suministradas por cada establecimiento, tales como: el perfil del establecimiento (con todos los servicios extra que ofrecen), el menú, el mapa (ubicación específica) y una sección de comentarios, donde los usuarios pueden expresar además de sus opiniones sus sugerencias y oportunidades de mejoras.

Además de esto menú.com.do posee varias secciones de búsqueda gastronómica específica como lo son: Restaurantes, Panadería y Repostería, *Food Trucks*, Menú del día, catering y otras para facilitar la búsqueda del consumidor. Esta vía solo se utiliza para visualización o conocimiento del establecimiento, no es permitida la reserva ni pago de productos.



Restaurantes forma parte de la cartera de productos que ofrece la marca Kiskoo a los dominicanos. Con el uso de la tecnología del Internet, tanto los establecimientos alimenticios como los consumidores se pueden beneficiar mediante el uso de un sistema automatizado. Esta página Web está diseñada para ofrecer a sus usuarios herramientas que faciliten el campo de la gastronomía en la República Dominicana.

Es una aplicación variada donde se puede encontrar los menús y datos de los restaurantes divididos por categoría y su tipo de carta ya sea italiana, americana etc. Ofrecen como app con motivo de ahorro un grupo de diversas ofertas por un lapso de tiempo del mercado y también innovan dando la variedad de calcular tu presupuesto al cliente de lo que gastarías en tu restaurante seleccionado.



All Delivery es una estructura especializada en prestar el servicio a domicilio a restaurantes de prestigio, desde la toma de pedidos hasta la entrega de alimentos mediante su flotilla de motocicletas y solo se centra en dar sus servicios en la zona metropolitana a pesar de tener mucho tiempo en el mercado y de su éxito.

En esta puedes Ordenar en Línea registrándote como usuario y luego ordenar desde una computadora o dispositivo móvil. En esta se tiene la opción de pago a entrega en Efectivo o por pago mediante la plataforma con Tarjetas Crédito-Visa- Mastercard, American Express. Donde su sello personal para distinguir a las demás es presumir de es el tiempo de espera donde garantizan que el tiempo máximo es de 45 a 60 Minutos Máximo por pedidos simple.



Delivery RD sirve para ordenar comida para *delivery* como otras categorías como pedidos de supermercados farmacias etc., esta aplicación ofrece un proceso similar a la anteriores donde se pueden realizar pedidos u ordenar comida entre otros y también pagarla sin tener que hacer el proceso mediante una llamada telefónica todo vía red, pero en la misma se puede a la vez rastrear tu pedido mientras acumulas puntos para una próxima compra.



Esta aplicación facilita por igual la búsqueda de restaurantes y selección de platos su valor plus a las demás es que esta mediante el sistema de geo-localización para determinar cuáles establecimientos le quedan cerca al usuario y los restaurantes que están entre los amigos y un usuario X para llegar a un sitio en común a la hora de reunirse.



A la carta aplicación que primero surgió en Android antes de llegar a un plataforma formal con el propósito de encontrar los restaurantes que realizan *delivery* a tu ubicación mediante la forma de Seleccionar un restaurante favorito o filtra por la comida que deseas comer, y revisar los menús y cartas disponibles cuando Tu pedido se confirma al instante y tu comida será preparada y enviada a tu dirección esta tiene la opción de que cada pedido realizado puede ser puntuado y comentado por los clientes . Esto les

permite poder clasificar a todos los restaurantes con una valoración que destaca la calidad de la comida, la velocidad de entrega, y el servicio como presentación de la comida, bajo su lema de así tu decisión es validada por la opinión de miles de personas.

## 6.2. Competencia en Otros Territorios



**TripAdvisor, Inc.** es un sitio web estadounidense que proporciona reseñas de contenido relacionado con viajes. También incluye foros de viajeros.

Los servicios del sitio web son gratuitos y son los usuarios son quienes proporcionan la mayor parte del contenido. El sitio web se financia con publicidad. Es la plataforma turística líder en el mundo. Su nacimiento se remonta al año 1999 cuando su fundador, Stephen Kaufer y su esposa, se dieron cuenta al acudir a una agencia de viajes que la información que se ofrecía de cada lugar era muy aséptica y escasa. De esta manera, se puso en marcha lo que es hoy todo un referente mundial en el sector hostelero y turístico.



Degusta es la guía de restaurantes más completa de Panamá. En Degusta puedes encontrar la información de contacto de los restaurantes, su dirección, horarios y lo más importante, la calificación y comentarios de los usuarios. Algunas de las características de la página:

- **Buscador:** La página tiene un buscador que te permite buscar los restaurantes por su nombre o por tipo de comida. A medida que vas escribiendo el sistema te da sugerencias de lo que estás buscando.
- **Ranking:** En Degusta se premia la buena comida. Por eso hemos desarrollado un ranking por 4 categorías de precio. El ranking se modifica automáticamente según las calificaciones de los usuarios.



Una plataforma con más de 40.000 restaurantes que opera en 11 países. Así es hoy El Tenedor, una startup que nació hace 10 años con la ilusión de ayudar a los restaurantes a gestionar sus reservas a través de Internet y que se ha convertido en el punto de referencia de muchos, no sólo para encontrar mesa en un restaurante, sino también para elegirlo. Desde mayo de 2014, ElTenedor forma parte de TripAdvisor Media Group. Opera y dispone de personal en no menos de 11 países: Francia, España, Suiza, Bélgica, Italia, los Países Bajos, Suecia, Dinamarca, Portugal, Brasil, Australia... 11 países que comparten El Tenedor, un montón de mesas y grandes experiencias que disfrutar.



Su modus operandi, en realidad, es bastante sencillo: cobra a cada restaurante dos euros por comensal y reserva que se materialice, es decir, no factura si los clientes no se presentan. ¿Y cómo consigue la empresa que restaurantes con estrella Michelin hagan precios como los que se ofrecen en la página? Pues muy simple, "son los propios restaurantes quienes tienen libertad de decisión para hacerlo". El punto de diferencia con otras guías esta siempre está actualizada.



Es una de las apps líderes para realizar reservas en restaurantes. Muy completa, con multitud de fotos e información. Además, te permite acumular puntos de recompensa lo cual siempre es útil en futuras reservas.

El servicio se ha expandido para abarcar más de 30,000, restaurantes en la mayoría de los estados de EE. UU. Y en varias ciudades internacionales importantes. Las reservas se pueden hacer en línea a través de su sitio web.

El mercado interno de la compañía está formado por los Estados Unidos. Sin embargo, esto se ha expandido en los últimos años para incluir a Australia, Canadá, Francia, Alemania, Japón, México y el Reino Unido. Las reservas son gratuitas para los usuarios finales; la compañía carga a los restaurantes por mes y tarifas de reserva por el uso del sistema. Según la compañía, ofrece reservas en línea para alrededor de 40,000 restaurantes en todo el mundo y tiene capacidad para alrededor de 23 millones de comensales por mes.

Su objetivo: conectar a la gente con fantásticos pequeños comercios.



Yelp es otra gran alternativa para encontrar cualquier tipo de negocio, pero sobre todo para restaurantes y bares. Su buscador nos permite filtrar los resultados por precio, si están abiertos en este momento, si aceptan reservas, si tienen alguna promoción vigente y por características. Además, permite ordenar los resultados por valoración o distancia, y ver los resultados en el mapa. No faltarán las valoraciones de su gran comunidad de usuarios.



**FOURSQUARE**

Foursquare es una de las aplicaciones más conocidas para encontrar sitios para comer, ir de compras o de fiesta, también con una gran comunidad de usuarios detrás dejando valoraciones. Su buscador cuenta con numerosos filtros, nos deja ver los resultados en el mapa y diferentes secciones para localizar los restaurantes de un tipo de comida o servicio. La idea principal de la red es marcar (*check-in*) lugares específicos donde uno se encuentra e ir ganando puntos por «descubrir» nuevos lugares; la recompensa son las "Badges", una especie de medallas, y las "Alcaldías" (Mayorships), que son ganadas por las personas que más hacen "check-ins" en un cierto lugar en los últimos 60 días.



Es una aplicación de domicilios de origen colombiano esta la tenemos en cuenta dado que en nuestro mercado han surgido gran demanda de pymes de origen colombianos y tiene oportunidades de expansión. esta que presta servicio a más de 300 ciudades, incluyendo ciudades colombianas. El servicio sirve como intermediario entre los restaurantes con los que tiene alianza y sus usuarios.

Según la ubicación de una persona, la aplicación le muestra la oferta de restaurantes que envían comida al lugar donde está, al igual que los distintos productos y precios, para que realice su domicilio de manera fácil y sencilla. Además, Hellofood ofrece la oportunidad de ver reseñas de los restaurantes creadas por otros usuarios y calificar el servicio.



La Nevera Roja es una de las apps más conocidas en Madrid, España dentro de su categoría y una de las mejores en cuanto a diseño, funcionalidad y cobertura. Esta se destaca por sus usuarios porque se considera una de las más fácil de navegar por ella debido a que es muy gráfica y a pesar de ser internacional la consideramos competencia ya que ha sido utilizada como modelo para app semejantes en el país y posee una detallada la información disponible en cada ficha de restaurante: el menú, el precio aproximado, el tiempo de entrega estimado, la calificación de los usuarios, los horarios de apertura y los tiempos de entrega estimado. En esta se Añade platos a tu pedido, rellenas un formulario, elige el método de pago fácil (tarjeta o efectivo).



Es una compañía británica de entrega rápida de comida, la app más internacional en el mercado con operaciones en Reino Unido, Países Bajos, Francia, Alemania, Bélgica, Irlanda, España, Italia, Australia, Singapur, Dubai, y Hong Kong. Fue fundada en Londres en 2013 por Will Shu y Greg Orlowski fue la pionera en el método de app para el mercado de comida con deliverys.

Los pedidos se hacen a través de su sitio web y sus empleados utilizan la bicicleta o el ciclomotor para recoger los pedidos de bares y restaurantes y entregarlos a los clientes y Ofreciendo una entrega rápida, transparente y de confianza en la que el cliente puede seguir los pasos de su pedido desde su teléfono. la hace competencia ya que ha visto un crecimiento de más del 650% año tras año y los restaurantes que se asocian a ellos ven aumentar sus ingresos en un 30% permitiendo la creación de miles de puestos de trabajo en el sector de la restauración.



Menuveo.com ofrece a restaurantes y cafeterías una forma de hacer visible su menú del día, todos los días, a miles de personas. Desde esta plataforma los clientes pueden encontrar fácilmente el

establecimiento en Internet, desde el ordenador o cualquier dispositivo móvil, y compartirlo en redes sociales.

Para los usuarios, potenciales clientes del restaurante, [Menuveo.com](http://Menuveo.com) ofrece un proceso de búsqueda muy sencillo, introduciendo simplemente la ciudad, la calle, el nombre del restaurante o del plato, el tipo de comida... También se pueden realizar búsquedas según diferentes criterios: locales con wifi, con platos vegetarianos, con Ticket Restaurant.

Especialmente útil resulta la geolocalización, que permite encontrar restaurantes cercanos y descubrir nuevos locales.

Esta startup bilbaína inició en 2013 su actividad en Vizcaya, y ya cuenta con más de 90 restaurantes en este territorio que publican al instante sus menús en sus páginas web, y redes sociales. Con su expansión al resto de España ha logrado sumar en sus dos primeras semanas a otros 60 restaurantes de Madrid, Barcelona, Comunidad Valenciana, Andalucía o Canarias.



Es una web app multiplataforma que muestra los menús del día, menús degustación y demás menús a precio cerrado de los restaurantes de toda España.

La información de los menús también se actualiza diariamente por los propios restaurantes, y así los usuarios pueden buscar y conocer de antemano los menús del día, sus platos y el precio, así como consultar toda la información de cada restaurante, contacto, localización, fotografías, y cartas de platos y bebidas. También permite realizar reservas on-line con confirmación en tiempo real.

[ConMenu.com](http://ConMenu.com) permite buscar los menús disponibles de los restaurantes más cercanos a la ubicación del usuario, dentro del radio de búsqueda que determine, gracias a la geolocalización. También se puede buscar menú en una ubicación concreta: por comunidad autónoma, provincia, municipio, localidad, código postal... o incluso buscar restaurantes navegando por el mapa y haciendo zoom sobre la zona de deseada.

Otra opción es buscar menús por el nombre del plato que contienen: un cocido, una paella, un entrecot, una ensalada...

Finalmente, los usuarios registrados en [ConMenu.com](http://ConMenu.com) pueden crear listas con sus restaurantes favoritos, para encontrar el menú disponible entre los restaurantes de su preferencia.



Es otra plataforma web que permite comparar cada mañana los menús del día actualizados de una zona determinada, permitiendo elegir entre los diferentes locales según su menú, características, servicios adicionales, especialidades, formas de pago, etc.

Además de poder consultar on-line los menús de restaurantes de la zona, los usuarios de pueden descargarse gratuitamente cupones con el menú del día (tipo "café gratis con el menú", "segunda bebida gratis" o un descuento sobre el menú), que ofrecen cada día muchos de los restaurantes de la plataforma. Una opción muy interesante para el cliente (y también para el establecimiento), ya que cualquier oferta o descuento destacado

colocará al local en las principales posiciones dentro de la web. Igualmente, las promociones se publicarán automáticamente en el Facebook de los restaurantes que tengan su perfil sincronizado con la aplicación.

Ofrece a los restaurantes una cuenta gratuita y dos cuentas premium a precios muy ajustados que permiten más distribución y destacar en la plataforma, respectivamente.

Esta startup nació en Las Palmas de Gran Canaria a finales de 2011 y ya cuentan con más de 850 restaurantes, principalmente en Madrid, Barcelona, la propia ciudad de Las Palmas y Valencia, aunque también han comenzado a darse de alta en otras 40 ciudades de España.

### **6.3. Otros Competidores**

Para nadie es un secreto que el área de tecnología de la información cada día va en creciente, a medida que las empresas se van desarrollando e implementando nuevos productos proceden a plantearse proyectos que aporten valor y llamen la atención de los clientes. En este aspecto República Dominicana no se queda atrás, cada establecimiento trata de efectuar acciones que resulten de agrado para los consumidores y a su vez desembocan en un incremento en sus ventas.

Varios establecimientos tipo restaurantes, bares y *lounges* han procedido a crear sus propias páginas web y aplicaciones para smartphones, mediante las cuales promueven sus productos y servicios, dan un detalle de su menú y los precios, exponen fotografías que muestran la fachada del lugar, dirección y teléfonos de contacto, incluso mediante estas se pueden realizar reservaciones y agregar comentarios que expresen las oportunidades de mejora de los establecimientos.

Esto representa una competencia de alto impacto, ya que si todos los establecimientos implementan acciones como esta no se mostrarán interesados en promocionarse en nuestra app, pero tendríamos como ventaja que nuestra plataforma, te brinda la posibilidad de tener a todos los *restaurantes, bares y lounges* afiliados, no uno solo, por lo que los usuarios preferían OrdénaMe por ser más completa y que además irán acumulando *DeliPoints* cada vez que usen la plataforma, que se irán traduciendo en descuentos para futuras visitas.

### **6.4. Conclusión Sobre las Competencias**

Como se puede observar en el análisis de los competidores las diferentes plataformas online varían en su oferta de servicios, actualmente en la República dominicana existen varias vías mediante las cuales las personas pueden reservar, ordenar y pagar en el establecimiento de su preferencia, lo pueden hacer mediante páginas web, aplicaciones de establecimientos, teléfonos, mensajería, etc.

En nuestra competencia podemos notar que hasta el momento no hay ningún medio que ofrezca estos tres servicios que son tan importantes al momento de disponerse a salir y pasar un momento agradable en un mismo lugar, las plataformas existentes

algunas tienen menús desactualizados, funciones que no cumplen con lo que prometen y eso causa malestar en los usuarios por eso es que al identificar este nicho de mercado ha nacido OrdénaMe, una aplicación para Smartphones fácil de usar con múltiples beneficios y que cumple con lo que promete.

**OrdénaMe posee cualidades que la distinguen de cualquier otro medio:**

- Se puede reservar, ordenar y pagar mediante la utilización de una sola vía.
- Ver los menús actualizados de los establecimientos asociados.
- Calificar los establecimientos y comentar al respecto de los servicios que ofrecen.
- Asegura la entrega de un servicio de plataforma funcional y eficiente.
- Datos actualizados diariamente en los cuales se observan los cambios y modificaciones que realizan los establecimientos ya sean culinarios, respecto a la visualización del lugar, implementación de nuevos servicios, entre otros.

#### **6.5. Relaciones /Alianzas con Proveedores**

En la actualidad uno de los principales medios que utilizan las personas para estar más cómodos y evitar contratiempos de cualquier índole es el uso de internet y la población de la República Dominicana no se queda atrás, cada persona trata de mantenerse a la vanguardia de la tecnología y siempre buscando paginas o aplicaciones que les ayuden a realizar las actividades de su vida cotidiana de una manera ágil y eficiente.

Ya las personas normalmente no salen sin tener identificado el lugar al que se dirigirán, incluso ya saben lo que harán y cómo lo harán antes de disponerse a salir, a la mayoría de las personas de hoy en día no les gusta la improvisación total, en ocasiones pueden variar cierta actividad, pero de antemano saben lo que harán y con quien quieren compartir.

Al disponerse a salir el público de hoy realiza una búsqueda previa de lugares, analizando la ubicación de destino, ofertas aplicables, disponibilidad de horario, entre otras.

Para atacar de forma eficiente este mercado OrdénaMe ha ideado tener una relación directa y eficiente con sus proveedores (restaurantes, bares y *lounges*) para asegurar que la aplicación se mantenga actualizada exponiendo las bondades que ofrece cada establecimiento y haciendo eco de sus eventos y actividades programadas.

El objetivo de la gestión de relaciones con los proveedores es agilizar y hacer más eficaces los procesos entre OrdénaMe y sus proveedores, del mismo modo que la gestión de relaciones con los clientes (que son nuestros proveedores) está dirigido a agilizar y hacer más eficaces los procesos entre la aplicación y el usuario final.

**Es imperante mantener un ambiente armonioso, efectivo y eficiente con nuestros proveedores debido a lo siguiente:**

- Los restaurantes, bares y *lounges* son quienes nos facilitaran la información que necesitaría OrdénaMe para mantener actualizados sus datos respecto a lo que posee y ofertan estos primeros para que los usuarios finales estén al día y se sientan a gusto con la aplicación.
- Estos establecimientos aparte de que son nuestros clientes son nuestros únicos proveedores de este tipo de servicio que ellos ofrecen, lo cual crea unos lazos de dependencia hacia ellos tanto para la creación de valor como para la generación de ingresos de OrdénaMe.
- Existen varias opciones en la web, que a pesar que las mismas no les ofrezcan la misma calidad, eficiencia y eficacia de nuestro producto, tampoco les brinda nuestros tres pilares (reservar, ordenar y pagar) podrían elegir cualquier otra para ofertar sus productos.
- Hay establecimientos que debido a su trayectoria consideran que no necesitan promoción ni el realce que le ofrecería esta plataforma y al sentirse cómodos en su zona de confort no les resulta interesante optar por vías que les aseguren el crecimiento en el mercado.

Analizando lo anteriormente expuesto podemos darnos cuenta del valor que nos aporta mantener una buena relación con nuestros proveedores y crear alianzas estratégicas con los mismos, esto es lo que nos asegurará nuestra permanencia en el mercado ya que la calidad y actualidad de nuestro producto se verá reflejado en la veracidad y eficacia de los datos que ellos nos suministran. Lo cual nos crea un nivel de dependencia directamente proporcional a la calidad de nuestras relaciones estratégicas con nuestros clientes-proveedores.



**MODELO DE  
NEGOCIO**

## 7. MODELO DE NEGOCIO

### 7.1. Descripción del servicio

Nos encontramos en la época de las tecnologías e innovación en donde utilizamos Smartphone e Internet prácticamente todo, buscamos aplicaciones que sencillamente nos acomoden la vida, nos ahorran tiempo y a la vez dinero.

OrdénaMe es una Plataforma online (Web/App) que, apuesta por agilizar las reservas, las órdenes y los pagos en los restaurantes, bares y *lounges* de República Dominicana, para beneficio del consumidor y también del comerciante, eliminando posibles errores en la toma de pedidos y haciendo que el servicio sea ágil y profesional.

Desde OrdénaMe podrás encontrar diferentes tipos de restaurantes, bares y *lounges*, tendrás la opción de reservar una mesa, ordenar tus platos, acceder a la carta y realizar sus pedidos de manera ágil, evitándose así esperas innecesarias y haciendo que el servicio sea más eficiente y a la vez placentero, además de esto podrás pagar con tarjeta de crédito, débito, PayPal o efectivo. De este modo nos ahorramos tiempo y tener que navegar horas buscando ese teléfono de aquel restaurante, que nos atiendan, hacer la reserva y luego llegar al establecimiento y que simplemente no se haya realizado.

Con esta aplicación damos respuestas a las problemáticas encontradas en los servicios de restauración en donde se elimina radicalmente el tiempo de espera y de selección de los platos, brindando así mejor calidad y aumentando el nivel de eficiencia de los establecimientos que brindan el servicio.

La disminución de la incertidumbre de no saber si el plato te gustará porque dentro del app podrás ver las recomendaciones de los platos, calificarlos y/o recomendarlos además podrás conocer todo lo que ofrece el establecimiento, categoría, ubicación, servicios adicionales que ofrecen y como antes expuesto podrás recomendarlos y calificarlos.

#### 7.1.1. ¿Cómo funcionaría?

Para restaurantes, bares y *lounges*, que se afilien a OrdénaMe se puede acceder desde nuestra página web o desde nuestra app y desde ahí se podrá comparar precios, ver menús con los precios actualizados, calcular los mismos para presupuestar, leer opiniones de otros usuarios que ya han probado el servicio de un restaurante/ bar /*lounge*, reservar, ordenar y pagar la cuenta. Para los restaurantes o *fast food* que ofrezcan servicios complementarios como *valet parking* y servicio *delivery* los clientes tendrán la opción desde la plataforma de reservar sus parqueos y solicitar la comida para entrega de *delivery*.

La modalidad de pago sería utilizando los servicios de PayPal, CardNet o Azul, que cuentan con interfaces para pagos con tarjetas de crédito, además tendrán la opción para pagar en efectivo aquel segmento de mercado que no posea tarjeta, realizando el



pago en el establecimiento seleccionado posteriormente de aceptar términos y condiciones definidas por la plataforma virtual **OrdénaMe**.

El módulo que estarían utilizando sería un **“CheckOut”** que permitiría al usuario final colocar la información de su tarjeta de crédito de manera segura para el comercio **OrdénaMe** pueda brindar el servicio sin dificultad.

#### **7.1.2. Proceso de Cobro**

La interfaz de **OrdénaMe** presentará el menú al usuario final y éste podrá elegir entre el abanico de opciones y realizar el pago utilizando su tarjeta de crédito, débito, PayPal o pago en efectivo en el establecimiento. Esta información financiera se puede dejar almacenada o entrarse en cada orden, como el usuario lo prefiera.

Al momento de CardNet o Azul consolidar las transacciones, la adquirencia se encargará de realizar los pagos de manera automática a cada uno de los comercios asociados, pagándole a **OrdénaMe** su comisión acordada con los comercios asociados a su plataforma.

#### **7.1.3. Proceso de Cancelación**

Las adquirencias de CardNet o Azul ofrecen los servicios de **revertir las transacciones**, esto es necesario en caso de que el cliente cometa algún error en la reservación o se violen algunos de los puntos del contrato entre **OrdénaMe** y el usuario final.

Si el cliente selecciona el pago en efectivo, aceptara términos y condiciones expuestas en la App de cancelación de la reserva 15 minutos después de la hora reservada en caso de que el cliente no esté a tiempo y preparación de los platos a la hora de llegada del cliente.

#### **7.1.4. Modalidad del Proceso**

La App tendrá 3 interfaces:

- 1. Usuarios Finales:** OrdénaMe les permite a los clientes reservar, hacer pedidos desde la mesa con su Smartphone de manera rápida, sencilla y sin esperar al camarero. Se podrá ver toda la carta con imágenes y descripciones detalladas de todos los productos. También se puede añadir al mismo pedido más platos y bebidas si lo desean al terminar pueden pedir la cuenta o pagar por la misma aplicación y valorar los platos y bebidas que más les gusten, para registrarlo en su historial y poder consultarlo siempre que quieran, además de ganar *DeliPoints*.

- 2. Comercios Asociados:** contarán con un servicio propio desde el que gestionará la carta, verá estadísticas de facturación, de las visitas y las valoraciones de los platos, también puede crear menús completos y platos recomendados. Los clientes afiliados a la plataforma recibirán la notificación con los servicios optados por el cliente o usuario final, este se encargará de proceder con el pedido para ofrecer el

servicio solicitado en la primera interface. También tendrá disponible una serie de reportes que puede utilizar el comercio para validar la data de los productos que despacha y tener un control de los pedidos despachados todos los días.

**3.** Interface para el administrador, contará toda la información de los pedidos que fueron realizados, mostrará los pedidos que fueron pagados, tendrá la modalidad para realizar los depósitos a sus comercios asociados para realizar el depósito de manera automática.

## 7.2. Segmento de Clientes

- **Clientes:**  
Restaurantes, bares y *lounges* populares de la Zona Metropolitana.
- **Usuarios:** Personas de 20 a 45 años de edad, asiduas a restaurantes, bares y *lounges* para los cuales el tiempo es un recurso invaluable pero también anhelan degustar buena comida o unos tragos sociales en un establecimiento conocido y recomendado sin obviar la parte de pasar un buen rato con amigos, familia o pareja.

## 7.3. Propuesta de Valor

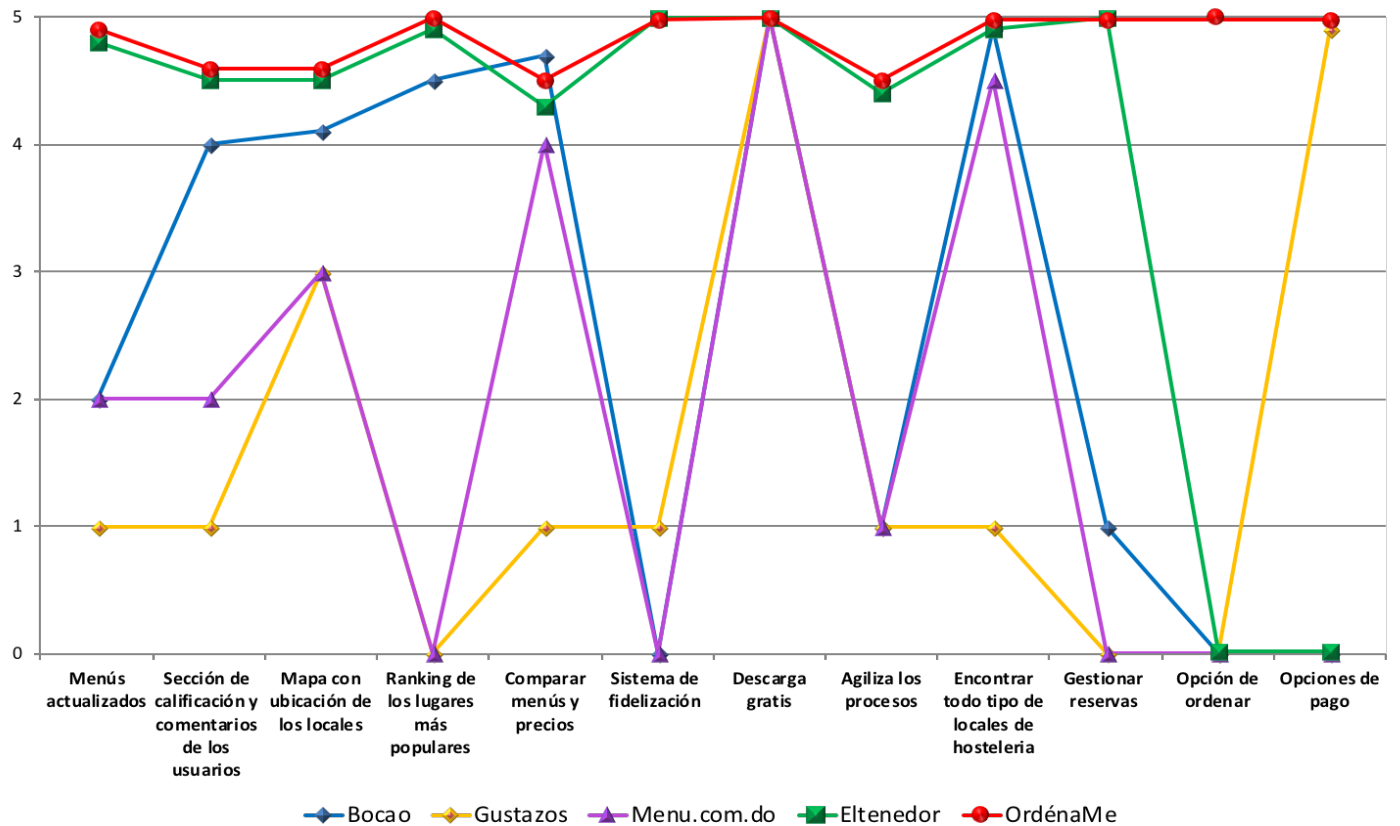
### Restaurantes, Bares y Lounges

- Agilizar los procesos.
- Conseguir más clientes y fidelizar los actuales.
- Mejor experiencia de cliente (CX, UX).

### Usuarios

- Hacer reservaciones, ordenar y pagar en restaurantes, bares y *lounges*.
- Disminución de los tiempos de espera.
- Recomendaciones.
- Comparar precios y catálogo de servicios.
- Evitar clonaciones de tarjetas.
- Ganar *DeliPoints*.

### 7.3.1 Lienzo Competitivo de OrdénaMe vs. Otras Plataformas



Podemos apreciar que en la actualidad existen varias plataformas para gestionar la hostelería, donde casi todas hacen lo mismo, pero OrdénaMe es la única a través de la cual puedes realizar los servicios de reservar, ordenar y pagar de manera eficaz y eficiente.

OrdénaMe trae la solución eficiente a la cultura burocrática gastronómica que siempre ha existido y además de esto aumentará la calidad del servicio, aportando valor al cliente en donde el tiempo y el buen servicio conforman una parte muy importante, ya que en la actualidad no solo se busca buena comida, sino también tener una buena experiencia. Esto es un ganar y ganar porque se ahorra tiempo agilizando los procesos, aumentan las ventas captando y fidelizando a los clientes y a los usuarios les brinda la posibilidad de hacer reservaciones y pre-ordenar en restaurantes, bares y *lounges desde* cualquier punto, facilitando las cosas a la hora de salir a comer o tomar fuera, ninguna de las aplicaciones que existen en el mercado tiene estos servicios en un mismo lugar.

Con OrdénaMe se beneficiarán cada una de las partes implicadas en este proceso, ya que tanto nuestros clientes (restaurantes, bares y *lounges*) como los usuarios (comensales) tendrán varias opciones disponibles para poder obtener agilidad, economía, promoción y sobre todo eficiencia en el producto que desean obtener, de esta forma se asegura que cada implicado obtenga beneficios mediante el uso de la aplicación.

#### 7.4. Canales

- Plataforma Web
- App
- Redes sociales
- Revistas especializadas
- Marketing online
- Tiendas online
- Descarga de la aplicación sin software adicional disponible para Android/ IOS

#### 7.5. Relación con los Clientes

Es importante para nosotros alcanzar, captar y retener a nuestros clientes potenciales por lo que pretendemos añadir valor con esta plataforma y lograr la fidelización de estos.

Siempre ofreceremos un buen trato a todos nuestros clientes. Los restaurantes, bares y *lounges*, a través de nosotros podrán vender más, prestar una mejor atención, conocer mejor a sus clientes y hacer marketing directo.

El cliente consumidor podrá acceder directamente a la plataforma web o a la app conectándose a través de cualquier dispositivo con conexión a internet, por lo tanto, no se requiere ningún software adicional.

#### 7.6. Actividades Clave

Entonces para que las actividades claves llenen nuestras propuestas de valor, en los diferentes canales de distribución, en las relaciones con los clientes que hemos creado y sean fuente de ingreso para la empresa, podemos dividirlos por categorías:

##### **Infraestructura**

- Desarrollo y producción de la aplicación.
- Actualización y mantenimiento de la plataforma web, servidores y aplicación móvil.

##### **Recursos humanos**

- Contratar personal con conociendo de tecnología en software y TI.
- Contratar personal con conocimiento en área de gestión de calidad en servicio al cliente.

##### **Logística interna**

- Monitoreo constante de solicitudes y pedidos.

##### **Operaciones**

- Calidad servicio al cliente.
- Desarrollo por categorías de establecimientos y menús.

##### **Marketing y ventas**

- Publicidad
- Reservas
- Promociones

- Servicio posventa
- Hacer encuestas de satisfacción a través de nuestra plataforma.

### **7.7. Asociados Clave**

La red de proveedores y socios que contribuyen al funcionamiento de nuestro modelo de negocio. Algunos de estos son alianzas estratégicas entre empresas con Relaciones en el mercado de alimentos y plataformas de modo de pagos de cliente-proveedor para garantizar la fiabilidad de los suministros, entre estas están:

- Proveedores de tecnología (E-commerce)
- Método de pago PayPal
- Método de pago Azul / CardNet

### **7.8. Fuentes de Ingresos**

Entre las fuentes de ingresos que podemos mencionar, se encuentran las siguientes:

- Porcentaje pagado por comisión de la orden realizada por el usuario
- Comisión anual por suscripción a la aplicación a partir del primer mes de prueba.
- Publicidad por promoción de restaurantes, bares y *lounges.*, no suscritos.

Cabe destacar que la descarga de la app es gratuita.

### **7.9. Recursos Clave**

Los recursos con los que contamos para poder ofrecer este servicio con el cual aliviaremos ciertas frustraciones del segmento antes mencionado y causar alegrías, de las cuales la principal es suprimir el tiempo de espera en los restaurantes y bares participantes de OrdénaMe se encuentran los siguientes:

- Programadores y desarrolladores de la app y la plataforma.
- Servidores y base de datos.
- Departamento de servicio al usuario.

### **7.10. Estructura de Costes**

- Costes de creación de plataforma y app (programadores).
- Dominio y mantenimiento de la página web.
- Personal de ventas.
- Mantenimiento de la plataforma online.
- Costes de Marketing y de Publicidad.
- Costes de soporte del personal de servicio al cliente.
- Costes del servicio PayPal, Azul y Cardnet.



**ANÁLISIS DAFO  
DE OrdénaMe**

## 8. ANÁLISIS DAFO DE OrdénaMe

### DEBILIDADES



- Inexperiencia en este campo.
- Tenemos varias operaciones en nuestra App (reservar, ordenar y pagar) que requieren mucha tecnología.
- Poco personal para iniciar este proyecto.
- Dependemos en gran medida de las ventas de los restaurantes, bares y *lounges* a través de nuestra App.
- Resistencia de algunos de nuestros clientes (restaurantes, bares y *lounges*) a incorporarse a nuestra plataforma.
- La no aceptación de los usuarios de la App por falta de confianza y desconocimiento de la misma.
- Falta de capital para comenzar y mantener en proyecto en su fase inicial.

### AMENAZAS



- La competencia actual: megusta.do, Gustazos, Tucupòn.do, Viagrupò, Restaurante.com.do, Algusto, alacarta.do, delivery Rd, Bocao, Menu.com y Alldelivery.
- Inflación de precios constante en el país.
- Nuevas imposiciones tributarias.
- Negocios informales que no estén registrados en la DGI.
- Inexperiencia con la tecnología a utilizar.
- Surgimiento de nuevas competencias que tengan buenas propuestas, con un valor agregado logrando que esto les permite entrar al mercado con facilidad.

## FORTALEZAS



- La reducción de los tiempos de espera para brindar una mejor calidad y aumentar el nivel de eficiencia de los establecimientos que brindan el servicio.
- Plataforma innovadora a través de la cual se puede realizar todo en un solo lugar, reservar, ordenar y pagar.
- Disminución de los tiempos de espera en cuanto a la logística que implica salir a comer fuera.
- Medios de pago confiables y reconocidos por el público.
- Contribuimos a preservar el medioambiente con la disminución de la impresión de facturas.

## OPORTUNIDADES



- El aumento de la demanda de restaurantes por parte de los usuarios debido al ritmo de vida tan acelerado que lleva la mayoría de nuestro segmento de mercado.
- Avances tecnológicos que nos ayudan a una mejor aceptación de nuestra propuesta al público al que va dirigida.
- Crecimiento de la oferta de restaurantes, bares y *lounges*.
- Avances en cuanto a la innovación digital, que descartan tabúes en cuanto a tecnología se refiere.
- El incremento del uso del internet y los *Smartphones* en República Dominicana.
- Estilo de vida apresurado del público y su frecuente demanda de un servicio cada vez más eficiente.





## **OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE OrdénaMe**

## 9. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE OrdénaMe

- Llevar a cabo una campaña que muestre el valor agregado de la propuesta en sus inicios, con el fin de dar a conocer la marca.
- Lograr niveles de ventas de US\$ 61,534 en nuestro primer año de operación.
- Conseguir como mínimo el 3% de los 341,853 usuarios de edad productiva de la Zona Metropolitana.
- Lograr una buena fidelización de los clientes y los usuarios a través de planes atractivos para ellos.
- Mantener un programa de mejoramiento continuo en el que surjan innovaciones que den valor añadido a nuestra propuesta con relación a nuestra competencia y nuevos entrantes.
- Establecer un programa de capacitaciones, charlas, seminarios anualmente para el desarrollo profesional y personal de nuestros empleados.
- Definir adecuadamente los puestos de trabajo y su remuneración para evitar conflictos futuros entre empleados y socios.



# **PLAN DE MARKETING**

## 10. PLAN DE MARKETING

### 10.1. Público Objetivo

El público objetivo son los restaurantes de la ciudad de Santo Domingo, Zona Metropolitana, por lo menos para la etapa inicial del proyecto donde se encuentran todo tipo de establecimientos que dispongan de una estructura sólida de entrega a domicilio, entre los tipos de empresas que se encuentran establecimientos como restaurantes, bares y *lounges* populares de la Zona Metropolitana.

En cuanto a la zona donde se introducirá el servicio están ubicados en el centro de la ciudad (nicho de mercado), es de vital importancia caracterizar los clientes de estos restaurantes, bares y *lounges* puesto que el éxito del proyecto radica en que estos clientes tengan el hábito de compra por internet. En general algunas de las mayores razones para usar internet como medio de compra son: la conveniencia, facilidad de uso, buenos precios y la amplia variedad de productos.

Perfil del consumidor	
<b>Sexo</b>	Mujeres y hombres
<b>Edad</b>	20 a 45 años
<b>Clase</b>	Medio, medio-alto y alto
<b>Educación</b>	Estudiantes, profesionales jóvenes, solteros o parejas jóvenes.
<b>Estatus</b>	Parejas con/sin hijos pequeños que tienen una jornada laboral completa.
	Jóvenes que disponen de poco tiempo para desarrollar las labores domésticas y cuando llegan a casa después del trabajo están cansados y hambrientos.
<b>Cualidades</b>	Son modernos, están atentos a las tendencias y dispuestos a seguirlas.
	Tienen un carácter multitarea y siempre llevan encima su dispositivo móvil. Prefieren salir y probar cosas nuevas en lugar de ir a comprar al supermercado y cocinar.

## 10.2. Marketing Mix

- **Producto**

El producto es la prestación del servicio de la Plataforma Web/App, para procesamiento de reservas, pedidos y pagos en restaurantes, bares y *lounges* de la ciudad de Santo Domingo en la parte metropolitana, además el producto se presenta como solución a las pequeñas y medianas empresas de incursionar en el mercado electrónico.

El proyecto consiste en la creación de una Plataforma Web/App, donde los clientes de los restaurantes, bares y *lounges* de la ciudad puedan acceder fácilmente y hacer reservas, ordenar y pagar sin esperas innecesarias y se pueda visualizar toda la información del lugar de interés (carta, precio, disponibilidad, horarios y formas de pago, entre otros).

En cuanto a los restaurantes, bares y *lounges* (clientes potenciales) el proyecto busca ampliar el acceso a nuevos clientes y la posibilidad de difundir sus ofertas especiales a través de un nuevo canal.

La Plataforma Web/App será diseñada de forma intuitiva para que la mayoría de las personas la entiendan y saquen el mayor provecho de ella. La forma de funcionamiento consiste en que el cliente accede a la Plataforma Web/App, encuentra y selecciona el restaurante y el menú de su preferencia, la elección podrá realizarse por el nombre del restaurante, bar o *lounge*, por el tipo de comida preferida o el lugar más cercano al lugar de donde se encuentre.

Para los usuarios resulta una opción atractiva el poder ver el menú en pantalla y tomar una decisión autónoma sin ningún tipo de presión y poder acceder a las comidas y bebidas favoritas sin perder tiempo. El servicio será ofrecido inicialmente a los restaurantes, bares y *lounges*, donde le daremos otro canal de venta que pueda exhibir en su publicidad y ofrecer un completo acompañamiento en el montaje del menú y las promociones en la Plataforma Web/App, además de esto se dispondrá de asesoría y soporte cuando el cliente lo requiera.

- **Precio**

Las decisiones sobre precio son de gran importancia en la estrategia de mercadeo tanto para las de consumo como para servicios, se ha detectado por diversos estudios e investigaciones que el precio, en opinión de los ejecutivos, es la variable de marketing más importante y la de mayor frecuencia en la toma de decisiones. Ver explicación más explícita en **políticas de precios**.

- **Plaza o Distribución**

La plaza o también llamado canal, sitio, entrega, distribución, ubicación o cobertura es algo que en las empresas de servicios ha recibido poca atención debido a que siempre se toma como algo relativo al movimiento de los elementos físicos.

Sobre el tipo de distribución del servicio es la venta directa el método más frecuente en los mercados de servicios, pero muchos canales de servicios contienen uno o más intermediarios, algunos de estos intermediarios asumen sus propios riesgos, es decir, funcionan como *outsourcing* otros realizan funciones que cambian la propiedad y otros realizan funciones que permiten el movimiento físico para nuestro negocio de aplicación web y móvil.

En este proyecto se usará como canal de distribución la venta directa por ser un método por el cual se logra la vinculación entre el servicio y el cliente, además por el tipo de servicio ofrecido y el lugar inicial donde se ejecutará el proyecto la venta directa se selecciona como método para mantener un mejor control del servicio y para mantener información directa de los clientes sobre sus necesidades.

Para un servicio como este no se requieren estrategias de ubicación se tiene la estrategia de ubicar el mercado objetivo solo para la Zona Metropolitana de Santo Domingo, pero a corto plazo expandirse hacia ciudades intermedias y todo el país en general ya que un proyecto como este se puede operar desde una parte central hacia muchos sitios.

- **Promoción**

La promoción en las empresas prestadoras de servicios puede ser realizada a través de cuatro formas, estas son: **Publicidad, Relaciones públicas y Promociones de venta**. Que serán explicados más adelante en parte 3. Publicidad y promoción.

Donde cabe destacar que utilizará la estrategia principal de referidos donde si un restaurante, bar o *lounge* nos trae otro cliente efectivo se otorgará un descuento en la comisión durante tres meses. Para actividades promocionales se destinarán en recursos monetarios US\$ 2,000 mensuales los cuales serán invertidos en pauta publicitaria en periódicos locales como Listín diario y revista Pandora.

Nuestros famosos *DeliPoints* y como ganarlos:

<b>Acción para generar <i>DeliPoints</i></b>	<b><i>DeliPoints</i></b>
Una calificación de restaurante, bar o <i>lounge</i> publicada	<b>20</b>
Una reserva confirmada	<b>15</b>
Una orden pagada	<b>20</b>
Subir una foto desde la APP de iPhone o Android	<b>5</b>
Entrar a OrdénaMe (una vez por día)	<b>1</b>
Recibe Buena Foto o Se ve delicioso de una foto subida por ti	<b>1</b>
Recibe Me gusta o Muy útil de alguno de tus comentarios	<b>1</b>

### 10.3. Publicidad y Promoción

#### Publicidad:

La publicidad será realizada por redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter), también por correos electrónicos y por medios tradicionales como volantes y tarjetas de presentación. La publicidad de los servicios debe cumplir con cinco funciones para lograr su eficiencia:

- Crear el mundo de la empresa en la mente del consumidor
- Construir una personalidad adecuada para la compañía
- Identificar la empresa con el cliente
- Influir en el personal de la empresa sobre la forma de tratar a los clientes
- Ayudar a abrir puertas a los representantes de ventas.

**Relaciones Públicas:**

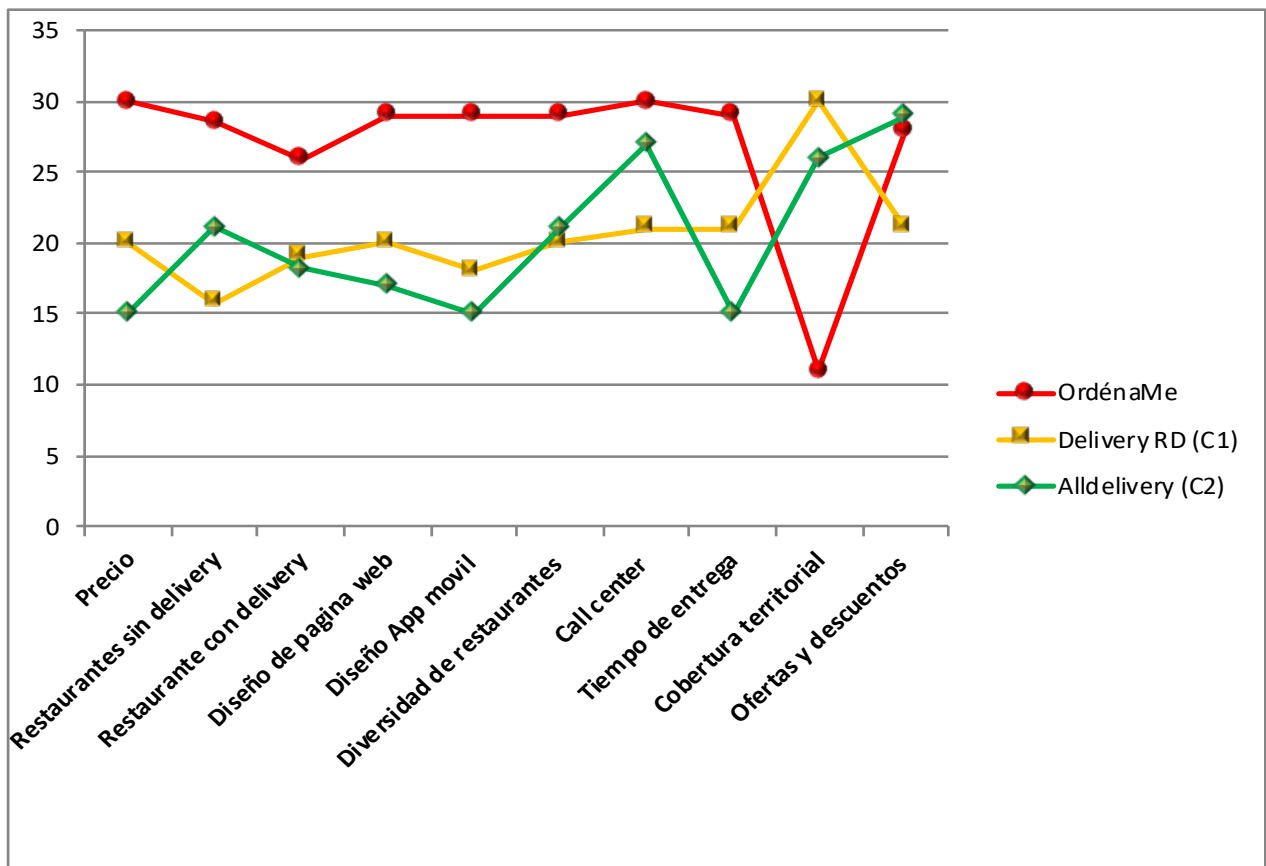
Estas se lograrán por medio de la asistencia a eventos donde concurren los propietarios de restaurantes y el monitoreo de noticias que involucren el gremio de los restaurantes, bares y *lounges* de la ciudad.

**Promoción de Ventas:**

Periodo de prueba por dos meses donde se evalúa la conveniencia del servicio para el cliente; descuentos por referidos, la promoción de ventas es un elemento de la combinación de promoción en una organización de servicios. Los programas promocionales más efectivos son aquellos que se ajustan a toda la estrategia promocional y se consideran a su vez como un elemento en la estrategia general de mercadeo.

**10.4. Lienzo Estratégico**

De acuerdo con la gráfica es posible observar que en la mayoría de los factores OrdénaMe tiene puntos a favor y nuestra oferta llevaría la delantera en la mayoría de los renglones y puede competir en el mercado con sus dos principales que son *Delivery RD* (Competencia 1) y *Alldelivery* (Competencia 2)





Antes de finalizar es importante tener claro como el lienzo estratégico aporta a una estrategia de Océanos Azules. Aun cuando en este ejemplo vemos que en nuestro producto tiene un peor desempeño en relación con el competidor 1 y 2, en el factor de cobertura territorial ya que al momento de incursionar en el mercado solo estaremos en la Zona Metropolitana, pero no vamos a batallar contra este en mejorar nuestro desempeño en la etapa inicial pues así seguiríamos en una estrategia de océanos rojos. Por esta razón lo que se debe es ofrecerles a los competidores actuales nuevas alternativas (factores) y volver nuestros clientes a los “no clientes” de la industria.

### 10.5. Política de Precios

En cuanto a costos, el costo marginal de ofrecer los productos de un restaurante, bar y *lounge* en el portal web es cero, por lo que esta variable no será tomada en cuenta para la asignación del precio, en cuanto a la competencia solo las grandes empresas disponen de portal web para el procesamiento de sus reservas, órdenes y pagos, solo disponen de la información de su propio restaurante, bar o *lounge* además el proyecto consiste en aglomerar la mayor cantidad posible de estos en el portal con el fin de disponer para el cliente de una amplia oferta gastronómica.

#### Clientes Usuarios

Debido a lo antes mencionado del costo marginal cero, hemos decidido que no habrá un costo para la descarga de la App para los usuarios.

#### Clientes (Restaurantes, Bares y Lounges).

La aplicación a partir del primer mes de prueba con los siguientes planes:

- **Plan OrdénaMe membresía estándar;** Se cobrará un 5 % de comisión en el costo total de cada orden al restaurante, bar o *lounge* seleccionado por el usuario.
- **Plan OrdénaMe membresía plus anual;** USD\$ 300 anual, esta tarifa incluye la promoción para el restaurante, bar o *lounge*.

En conclusión y según el estudio de mercado elaborado la estrategia de precios a utilizar será un porcentaje sobre las ventas, específicamente 5 % sobre venta efectiva, esto con el fin de generar en el cliente la confianza de que solo paga si el servicio realmente genera ingresos para su negocio, es decir se basa en los fundamentos de una relación ganar – ganar. Los pagos del porcentaje establecido serán realizados en períodos mensuales y previa presentación y cotejo con el portal de las ventas generadas por medio de la Plataforma web/App.

## 10.6. Distribución y Comercialización

El canal de distribución a utilizar será el de distribución corta, donde “OrdénaMe”, funcionara como “el prestador del servicio” y donde “los establecimientos” como los restaurantes, bares y *lounges* donde nosotros hacemos los pedidos que demandan nuestros usuarios, para al final de este canal, llevarle a nuestros consumidores el servicio por el cual están pagando.

Para poder descargar la aplicación, no se necesitará pagar nada, es hasta que se quiere ver las opciones y hacer la orden, donde se generará la venta de nuestro servicio. La venta de nuestro servicio será simple, ya que directamente el cliente desde la aplicación podrá adquirir el servicio a través de su tarjeta de crédito, o bien podrá pagar en efectivo al momento en que se le entregue su pedido. Esto es pensado con el fin de simplificar al cliente el servicio, pero sobre todo ofrecerle la comodidad al tener dos opciones de pago y no verse obligado a cumplir con solamente una opción de pago.

Cómo comercialización utilizaremos las ventas personales lo que nos diferenciara dentro de este mercado, es la personalización que se le ofrecerá al cliente, ya que esta personalización del servicio se da desde el momento en que el cliente arma su menú hasta el hecho de hacerle sentir que el mismo está preparando una comida o bebida deliciosa, sin la necesidad de batallar consiguiendo opciones o métodos de reservas en los lugares a elegir.

En la comercialización como venta personal estas serán realizadas en su etapa inicial de forma personal con el fin de crear una excelente relación con los clientes potenciales. La venta personal debe cumplir con:

- Hacer relaciones personales con los clientes
- Adoptar una orientación profesional
- Uso de venta indirecta
- Crear y mantener una imagen favorable
- Vender servicios no servicio
- Hacer la compra fácil

## 10.7. Plan de Comunicación

OrdénaMe tiene un modelo de negocio con orientación a satisfacer la necesidad de cliente de agilizar los procesos y ahorrar tiempo para poder disfrutar al máximo de una salida con amigos, familia o pareja. A través de las opciones que ofrecemos de restaurantes, bares y *lounges* los usuarios finales de nuestra Plataforma web/App, tienen la oportunidad de reservar, ordenar y pagar sin complicaciones.

Para definir los objetivos que tenemos en cuanto a nuestra publicidad, debemos analizar la publicidad que utiliza nuestros principales competidores como son:

- Delivery RD con 50 mil descargas
- Menu.com.do con 10 mil descargas
- Alldelivery con 10 mil descargas

Delivery RD, aunque no tenga la misma naturaleza en sí que nuestra Plataforma Web/App es competencia directa nuestra ya que este ofrece la opción para ordenar comida para delivery como otras categorías como pedidos de supermercados farmacias y también pagar sin tener que hacer el proceso de llamada telefónica, también se puede rastrear el pedido y esto hace que la app en cuestión tenga un plus; por otro lado, también tiene la opción de acumular puntos para un próximo pedido.

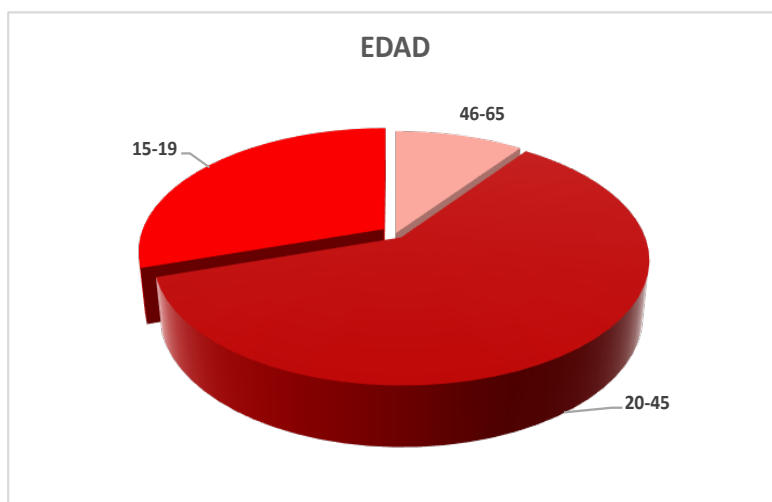
Este competidor se promociona a través de periódicos digitales, si página web y claro no podría faltar la publicidad boca a boca.

Nuestro plan de comunicaciones está dividido en la parte dirigida a los restaurantes, bares y *lounges* (clientes) y al público que asiste a los locales antes mencionados (usuarios).

Hemos realizado anteriormente una investigación de nuestro mercado meta y los datos recolectados más relevantes son los siguientes:

#### **Usuarios de la Plataforma Web/App:**

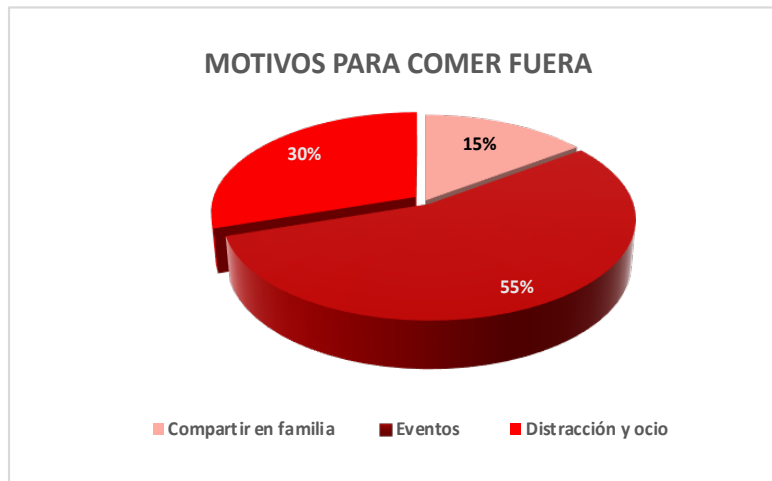
En cuanto al segmento de mercado al cual nos dirigimos es un público joven y maduro con cierto poder adquisitivo, las edades que más se interesan en nuestra Plataforma Web/App son las personas entre 20 a 45 años, la muestra que hemos tomado anteriormente se obtuvo de la Zona Metropolitana de Santo Domingo, República Dominicana.



Tomado de nuestra encuesta

Este público es el que se encuentra más interesado en utilizar nuestra Plataforma Web/App ya que está orientado a un estilo de vida con pocas preocupaciones y tiempo limitado, a la vanguardia en cuanto a tecnología se refiere.

Los motivos principales para salir comer fuera como ya lo hemos mencionado antes se ven reflejados en el siguiente gráfico:



Tomado de nuestra encuesta

Una de las principales razones es la de salir por algún motivo en especial, algún evento entre amigos, familia, etc. Eso se demuestra en el 55 % de nuestra muestra de 129 entrevistas realizadas a estos prospectos de clientes que encajan a la perfección con el perfil al cual le ofertaremos nuestro servicio.

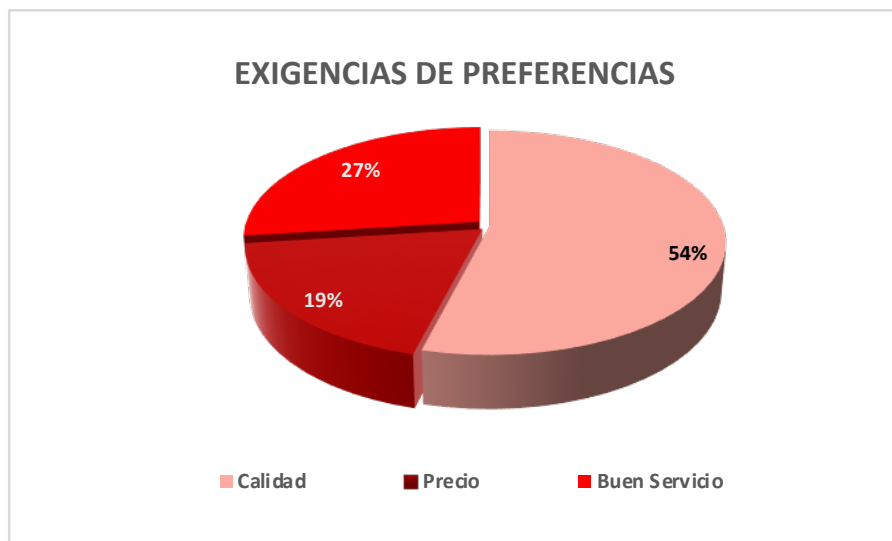
Este público es asiduo al uso frecuente de *Smartphones*, por lo cual el manejo de esta Plataforma Web/App, resulta sencilla y nada fuera de lo normal en su vida cotidiana. Este orientado a un público exigente en cuanto a estándares de calidad se refiere, esto en cuanto a la comida y las condiciones del restaurante en cuestión. Los usuarios finales de nuestra Plataforma Web/App son personas ocupadas que cada día buscan la manera de eficientizar la logística de su jornada diaria.

### Cientes de la Plataforma Web/App:

El tipo de cliente (restaurantes, bares y *lounges*) a quien va dirigida esta Plataforma Web/App es un tipo de local vanguardista, novedoso y no menos importante *ecofriendly* con sus respectivas características de sostenibilidad para ayudar al medio ambiente.

En el gráfico debajo se da a conocer el porcentaje de personas que a la hora de elegir un lugar donde comer y pasar un buen rato, lo primero que le viene a la mente es la calidad en el servicio, de la comida, en la agilidad de los empleados y demás.

Exigencias de preferencia	Frecuencias	%
Calidad	70	54.26
Precio	24	18.60
Buen Servicio	35	27.13
<b>Total</b>	<b>129</b>	<b>100%</b>



Tomado de nuestra encuesta

El 54% de los encuestados a la hora de apuntar por un restaurante, bar o *lounge*, este debe de poseer calidad y un buen servicio al cliente con 27% respectivamente.

Nuestra Plataforma Web/App se concentra en ofertar el servicio a restaurantes, bares y *lounges*, populares, tradicionales, novedosos. En nuestro país una gran parte de la gente tiene la tendencia a ser los primeros en probar algún producto o servicio nuevo para ser de los primeros en vivir y compartir experiencias. Esta forma de actuar nos da una ventaja ya que somos una opción novedosa y ofrecemos modalidades que otras Apps no tienen.

### Plan de Comunicación

Nuestro plan de comunicación está enfocado a nuestros dos segmentos principales: usuarios finales de la Plataforma Web/ App y los clientes (restaurantes, bares y *lounges*). Por ende, las estrategias para llegar ambos públicos son distintas. Nuestro público está localizado en el Distrito Nacional de República Dominicana por la concentración de gente joven y productiva de esta zona.

### **10.7.1. Plan de Comunicación para el Usuario Final de Nuestra Plataforma Web/App**

#### **10.7.1.1. Etapa de penetración:**

Tenemos un plan de medios como son redes sociales, publicidad a través de los periódicos, revistas especializadas, nuestra página web, televisión, radio. Pero nuestro fuerte está en las redes sociales, tales como Instagram, Facebook y Twitter.

El tiempo estimado de realizar esta estrategia es de 4 meses, poniendo mensajes que causen suspenso e interés en el público.

Lo que debemos hacer es dar conocer a los usuarios lo siguiente acerca de OrdénaMe:

- Características de nuestra Plataforma Web/App
- Valor agregado
- Denotar la facilidad de pago
- Descarga gratis
- Facilidad de uso
- Beneficios por el uso frecuente de la misma

Las actividades que realizar son las siguientes:

✓ **Comunicación visual para nuestros usuarios:**

Consiste en un letrero que indique que el local en cuestión este afiliado a OrdénaMe, esto crea curiosidad en los usuarios preguntando así por la Plataforma Web/App y se procede a explicar el proceso y beneficios de utilizar la misma.

Recursos por utilizar:

- Calcomanías
- Facturas finales digitales con el logo de OrdénaMe
- *Popsocket* para celulares con el logo de OrdénaMe

✓ **Hacernos notar en las calles del Distrito Nacional:**

En cuanto esta parte, repartiremos volantes de la Plataforma Web/App con los mensajes curiosos creando así interés en el público, carteles con los mensajes.

Recursos por utilizar:

- Volantes impresos para promoción
- *Popsocket*
- Carteles de tamaño 50 x 70 pulgadas

✓ **Campaña de apertura:**

Una vez preparado todo en cuanto a la promoción “misteriosa” (campaña de expectativa), ya estaremos listos para a gran apertura de la Plataforma Web/App OrdénaMe. Procederemos repartiendo 100 *DeliPoints* totalmente gratis a los primeros 70 usuarios que descarguen la App, repartir los *Popsocket* en los restaurantes, bares y *lounges* afiliados en día de la inauguración del comercial oficial de nuestra Plataforma Web/App, adicional a esto también repetiremos termos, gorras y llaveros promocionales con nuestro logo.

Recursos por utilizar:

- Gorras
- Termos
- *Popsocket*
- Llaveros

**10.7.1.2. Etapa de fidelización:**

Tiempo después de nuestra inauguración como marca, nos toca afianzar la fidelidad de los usuarios finales a través de las siguientes acciones:

Tiempo de ejecución: 2 años

- Promocionar 100 *DeliPoints* gratis por la cantidad de pedidos realizados a través de la App o página web de OrdénaMe de manera mensual.
- Incentivar la calificación al ranking top 10 de restaurantes, bares y *lounges* con tendencia sostenible (ranking sostenible), ofertando una cena para dos totalmente gratis en el más votado, esto para una cantidad de 50 clientes afiliados a nuestra marca.
- Realizar encuestas online de manera trimestral para evaluación del servicio brindado por la página Web y App con la opción de recomendaciones por parte de los usuarios.
- Envío de mensajes de texto positivos de manera semanal que le recuerden al público nuestros valores como marca.
- Identificarnos con el público y su estilo de vida vanguardista y apresurado, por eso nos debemos mantener haciendo actualizaciones novedosas para el público.
- A través de nuestras redes sociales (Instagram, Facebook y Twitter) promocionar ofertas de los restaurantes que estén afiliados a nuestra marca.

### **10.7.1.3. Etapa de desarrollo:**

Ya realizada la etapa de fidelización de los clientes y las actividades antes mencionadas para lograr aquello, procedemos a desarrollar actividades novedosas que mantengan a los usuarios con un interés constante en el contenido que ofrece nuestra Plataforma Web/App. El público que tenemos como mercado meta, según las estadísticas de la encuesta realizada anteriormente es exigente a la hora de escoger y calificar el servicio ofertado; por esta razón lo más recomendable es no descuidar al cliente en cuanto a actualizaciones en el servicio se refiere.

Tiempo de ejecución: 4 años

En esta faceta lo que se busca es el seguimiento de lugar a nuestros clientes, no nos podemos descuidar, como ya lo hemos mencionados antes con las exigencias de nuestro público. Las actividades que tenemos planificadas para el logro de este planteamiento son las siguientes:

- **Comparte tu experiencia OrdénaMe:**

Consiste en que los usuarios que están afiliados a la Plataforma Web/App se encarguen de compartir su primera impresión y experiencias con nuestro servicio en sí. Por medio de una invitación vía un link para compartirlo con los contactos del teléfono celular del usuario, por cada uno de los contactos que se suscriban a la nuestra página Web y la descargar de la App, recibirá descuentos en restaurantes prospectos para obtener descuentos para platos de especialidad de la casa. Esto será para el usuario que consiga obtener que más contactos se afilian a la App.

De esta forma, también los usuarios que utilicen la Plataforma Web/App por primera vez opciones nuestros famosos *DeliPoints* para ser canjeados en los restaurantes, bares y *lounges* de su preferencia que oferta nuestra plataforma.

- **¿Y los especiales pa' cuando?**

Esto consistiría en promocionar una vez a la semana los platos en oferta en el menú de los restaurantes, bares y *lounges*, POP UP que se encuentran suscritos a nuestra Plataforma Web/App, los usuarios interesados pueden utilizar los *DeliPoints* acumulados para pagar la cuenta aun cuando ya el plato que elija tenga un descuento aplicado por motivo de promoción. Nuestra plataforma constará de un espacio específico para realizar esta actividad.



- **¡Mejor hablemos de ahorrar tiempo!**

Se trata de seleccionar de manera mensual 20 usuarios que más reserven a través de nuestra Plataforma Web/App para ganar atractivos descuentos y cupones de platos y tragos de especialidad totalmente gratis en los restaurantes, bares y *lounges* más populares del momento. Esto para incentivar el uso de la Plataforma Web y la descarga y uso de la App, a su vez ofrecer una mayor publicidad para nuestros clientes.

### **10.8. Plan de comunicación para los restaurantes, bares y *lounges* (clientes):**

No menos importante, tenemos que llegar a crear una nueva relación con nuestros clientes potenciales, ayudándolos a promocionarse y a crear una imagen cada vez más innovadora y atractiva para sus clientes.

Tenemos estrategias para llevar la imagen de nuestros clientes a los usuarios; entre estas estas las redes sociales las cuales estarán en forma directa en nuestra App y página Web dándole una promoción directa a los restaurantes, bares y *lounges* que estarán asociados a OrdénaMe.

#### **10.8.1. Etapa de penetración:**

Para esta etapa nos proponemos realizar reuniones con nuestros prospectos de clientes, ofertándoles el servicio novedoso el cual ofrece un *plus* en el mercado de Apps para reserva, orden y pago.

Estas reuniones se basan también en el seguimiento al cliente, que este nos de sugerencias para mejorar y sobre todo plantear metas a mediano y largo plazo con el fin de comprometer al cliente en cuestión.

Tiempo de ejecución: 4 meses

Las actividades por realizar serian:

- Reuniones para ofertar el servicio
- Reuniones para seguimiento
- Llamadas para seguimiento
- Espacio exclusivo para preguntas de los clientes en nuestra Plataforma Web/App.

### **10.8.2. Etapa de fidelización:**

Para afianzar la confianza depositada en OrdénaMe, ya habiendo culminado la fase de penetración a nuestro mercado meta, nos toca pues realizar actividades para hacer que se identifiquen con nuestra propuesta y recordarles que se trata de un tipo de negociación “GANAR-GANAR”, es decir, que nuestros clientes crezcan y sus ingresos aumenten a través de los reservas, pedidos y pagos por nuestra Plataforma Web/App.

Tiempo de ejecución: 10 meses

Actividades por realizar:

- Sobre el funcionamiento de la Plataforma Web/App.
- Para dar opinión del restaurante, bar y *lounge* a través de la Plataforma Web/App.
- Promoción de los 10 restaurantes, bares y *lounges* de moda a través de nuestra Plataforma Web/App.
- Reporte de incremento ventas a través de la Plataforma Web/App.

### **10.8.3. Etapa de desarrollo:**

En este caso, y como lo hemos mencionado anteriormente, nuestros clientes se deben mantener a la vanguardia ya que los usuarios finales tienen un perfil exigente según nuestra investigación de mercado. Los tiempos cambian y por ende las exigencias también, es por esto por lo que ejecutaremos las siguientes actividades para mostrar la originalidad e innovación de los restaurantes que se afilien a nuestra Plataforma Web/App.

Tiempo de ejecución: 5 años

Actividades por realizar:

- Reuniones periódicas (cada tres meses) para seguimiento al cliente.
- Oferta de innovación a los clientes a través de las actualizaciones de nuestra Plataforma Web/App.
- Espacio en nuestra plataforma para preguntas *live* en cuanto a restaurantes, bares y *lounges* y sus respectivos menús.

### 10.9. Logo de OrdénaMe



Nuestro logo es expresivo en cuanto al tiempo, el ahorro de este es la principal característica dentro de nuestra propuesta de valor. Como bien podemos observar el reloj, que significa la agilización de los procesos en la logística a la hora de salir a comer fuera.

El tenedor que se refiere al proceso de comer fuera y el sombrero de chef, el cual da a entender que se habla de una Plataforma Web/App dirigida a lugares hostelería para pasar un buen rato con los seres queridos o bien disfrutar solo de un momento a solas sin preocupación alguna y con los procesos se reserva, toma de pedido y pago de este ya realizado.

En cuanto a los colores, el negro denota poder, sobriedad, formalidad y elegancia de la Plataforma web/App y en combinación con un color vivo como el rojo que significa pasión y amor por el trabajo bien hecho, produciendo este efecto armónico y vigoroso en el logo.

El slogan "Reserva, ordena y paga a tiempo" es nuestro grito de acción donde de una manera simple y concisa encerramos en una misma frase todo lo que hace la Plataforma web/App. Sería solo cuestión de asistir al restaurante, bar, *lounge* y disfrutar del momento.

### 10.10. Cronograma de Actividades de Marketing.

Actividades	ETAPA DE PENETRACIÓN												ETAPA DE FIDELIZACIÓN												ETAPA DESARROLLO											
	Año 1												Año 2, 3 4 y 5																							
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12												
<b>1) Plan de marketing</b>																																				
Campaña publicitaria	█												█																							
Estudio de mercado competencias	█												█																							
<b>2) Plan de publicidad en la red</b>																																				
Publicidad en medios: periódicos, revistas, etc	█																																			
Campañas publicitarias en las redes	█																																			
<b>3) Plan de marketing usuarios</b>																																				
Comercial oficial de OrdénaMe	█																																			
Presencia en las calles	█																																			
Comparte tu experiencia OrdénaMe	█																																			
Mejor hablemos de ahorrar tiempo!													█																							
Y los especiales pa' cuando?	█												█																							
<b>4) Plan de marketing clientes</b>																																				
Promoción de ventas	█												█																							
Reuniones comerciales	█												█																							
Propuesta de beneficios por afiliación	█																																			
Promoción constante para el cliente	█																																			

### 10.11. Presupuesto

En este presupuesto se ve reflejado la estimación de ventas brutas que tendremos en los cuatro primeros años generadas por las reservas realizadas a los restaurantes por la vía de OrdénaMe.

Estos cálculos se hacen en base a los objetivos que tenemos planteados, la tasa de conversión de dólar a la fecha es de RD\$49.42 \* USD\$1.00.

Debajo un pronóstico de ingreso anual don se muestran cantidad de usuarios, diferentes fuentes de ingresos, clientes que estimamos captar por año, etc.

Item	Cantidad	Unidades	Comentario
Posibles clientes al año	40	Restaurantes	Pronóstico
Ganancia por membresía anual	12,000	Usuarios	Pronóstico
Ganancia promedio por pedido	61,534	Dólares	Objetivos OrdénaMe
Ingresos para los clientes	119,991	Dólares	Incremento de un 95%
Cantidad de usuarios que utilizarían OrdénaMe	10,256	Dólares	Objetivos OrdénaMe,
Porcentaje ganado por pedidos de usuarios	6,000	Dólares	5 % de la cantidad \$119,991.30
Ingresos para la empresa por año	71,995	Dólares	\$5,999.57 * 12 meses

A partir de esta proyección de ingresos, pasamos a lo que es nuestro presupuesto de ventas detallado a continuación. (Importe en USD).

#### Ingresos por Ventas

Ventas	2019	2020	2021	2022	2023
Comisión de ventas Restaurantes	61,534	79,994	127,991	223,984	414,370
Comisión de ventas Bares	46,151	59,996	95,993	167,988	310,777
Comisión de ventas Lounges	30,767	39,997	63,995	111,992	207,185
Suscripción a partir de 1er mes	12,000	15,600	24,960	43,680	80,808
Promoción a clientes no suscritos	10,500	12,075	13,886	15,969	19,961
<b>Total ingresos por ventas</b>	<b>160,952</b>	<b>207,662</b>	<b>326,825</b>	<b>563,613</b>	<b>1,033,102</b>

## 10.12. Presupuesto de Gastos de Marketing

En este recuadro podemos visualizar los gastos en detalle de los gastos para poder llevar a cabo las actividades antes mencionadas en nuestro plan de marketing. (Importe en USD).

Actividades	2019	2020	2021	2022
<b>1) Plan de marketing</b>	<b>6,580</b>	<b>5,478</b>	<b>6,891</b>	<b>6,257</b>
Campaña publicitaria	5,980	4,818	5,941	5,707
Estudio de mercado competencias	600	660	950	550
<b>2) Plan de publicidad en la red</b>	<b>15,878</b>	<b>14,879</b>	<b>16,898</b>	<b>19,874</b>
Publicidad en medios: periódicos, revistas, etc	15,878	10,099	11,683	13,862
Campañas publicitarias en las redes	4,380	4,780	5,215	6,012
<b>3) Plan de marketing usuarios</b>	<b>43,168</b>	<b>24,958</b>	<b>28,702</b>	<b>33,007</b>
Comercial oficial de OrdénaMe	12,500	0	0	0
Presencia en las calles	9,875	0	0	0
Comparte tu experiencia OrdénaMe	12,898	0	0	0
Mejor hablemos de ahorrar tiempo!	0	15,879	18,261	21,000
Y los especiales pa' cuando?	7,895	9,079	10,441	12,007
<b>4) Plan de marketing clientes</b>	<b>5,316</b>	<b>6,073</b>	<b>5,748</b>	<b>8,484</b>
Promoción de ventas	890	1,589	0	0
Reuniones comerciales	1,578	1,897	2,159	3,589
Propuesta de beneficios por afiliación	1,259	0	0	0
Promoción constante para el cliente	1,589	2,587	3,589	4,895
<b>5) Desarrollo</b>	<b>4,879</b>	<b>5,855</b>	<b>7,026</b>	<b>8,431</b>
Coste de mantenimiento de OrdénaMe	4,879	5,855	7,026	8,431
<b>TOTAL PRESUPUESTO AL AÑO</b>	<b>75,821</b>	<b>51,388</b>	<b>58,239</b>	<b>67,622</b>



# **PLAN DE OPERACIONES**

## 11. PLAN DE OPERACIONES

### Introducción

En la actualidad el mercado sufre una saturación de apps móviles sobre recomendación de restaurantes, reservas en restaurantes, comida a domicilio, etc. Y se hace preciso más que nunca de dar con los gustos de los usuarios para que empleen el menor tiempo posible. Muchas personas no quieren llenar sus *Smartphones* de Apps ya que la capacidad de estos es finita. Es por eso por lo que OrdénaMe te ofrece todo en un solo lugar.

No podemos negar la utilidad que tienen los softwares, si, además, sabemos que cada día se descargan millones de aplicaciones en República Dominicana, es por eso por lo que OrdénaMe está orientada en desarrollar una estructura operativa innovadora, práctica y flexible que le permita adaptarse a los cambios en el mercado y a la demanda de sus clientes y usuarios, simplificando sus necesidades.

Nuestro servicio esta soportado principalmente en una plataforma tecnológica donde se gestionarán las reservas, las órdenes y los pagos de los usuarios, tanto a nivel web como móvil, dicha plataforma será gestionada por un equipo responsable y capacitado que se apoyará en las últimas tecnologías y en los medios más idóneos para la ejecución pertinente de las operaciones.

#### 11.1. Mapa de Procesos

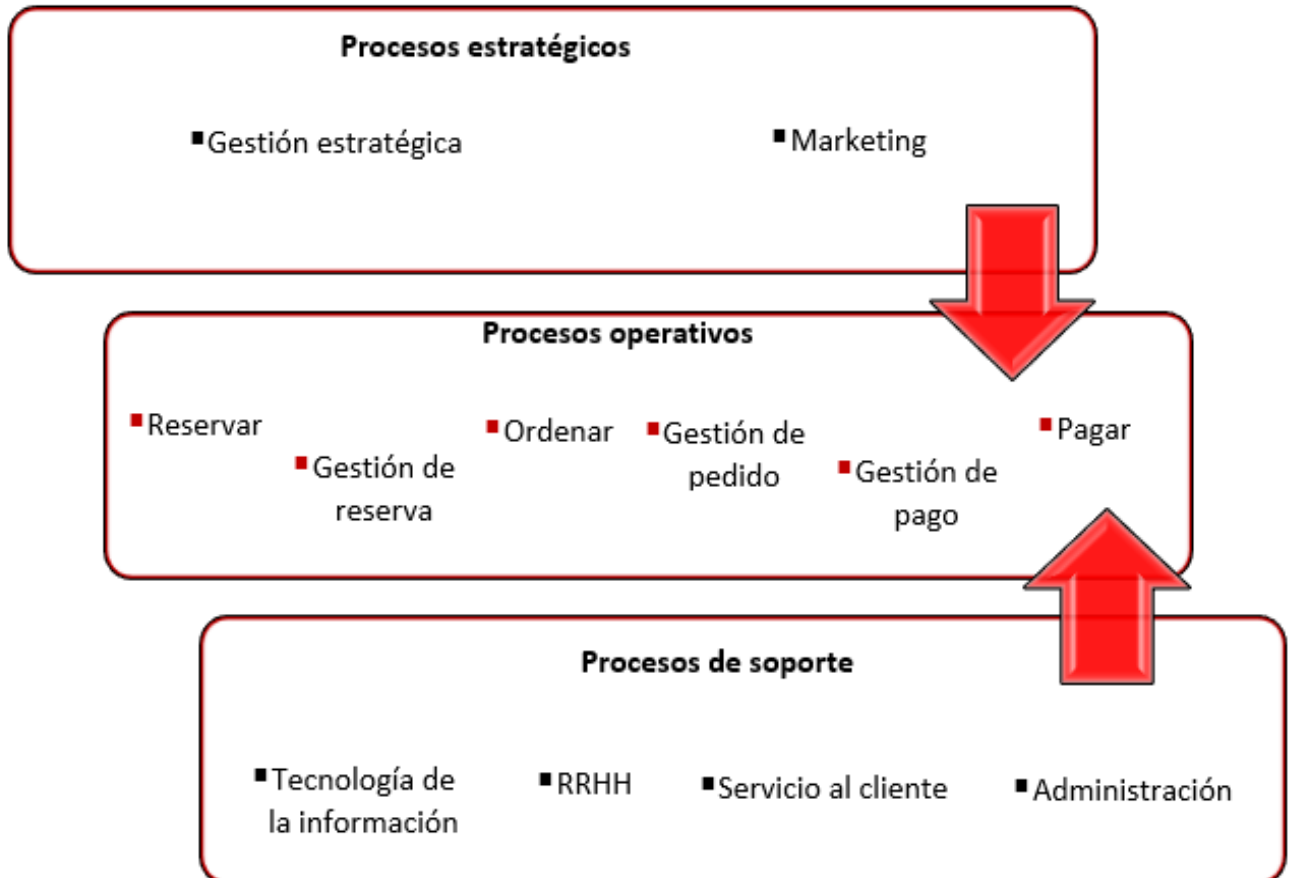
Se hace necesario determinar los requerimientos técnicos y operativos, que permitan tener conocimiento de la capacidad necesaria para atender las necesidades de nuestros clientes y usuarios agregando valor.

En las operaciones de OrdénaMe, los procesos se han segmentado en tres tipos: procesos estratégicos, procesos operativos y procesos de soporte. Los procesos estratégicos están orientados a la definición de los lineamientos que deberán seguirse en los demás procesos. Está compuesta por la gestión estratégica y marketing. A partir de estos se ejecutarán los procesos operativos, reservar, gestión de reserva, ordenar, gestión de pedidos, pagar y gestión de pagar. Los procesos de apoyo le darán soporte a estos, los cuales comprenden tecnología de la información, RRHH, servicio al cliente y administración. Se requiere implementar todos estos procedimientos y asignar los recursos que permitirán la operación del negocio.



## Esquema General del Mapa de Procesos de OrdénaMe

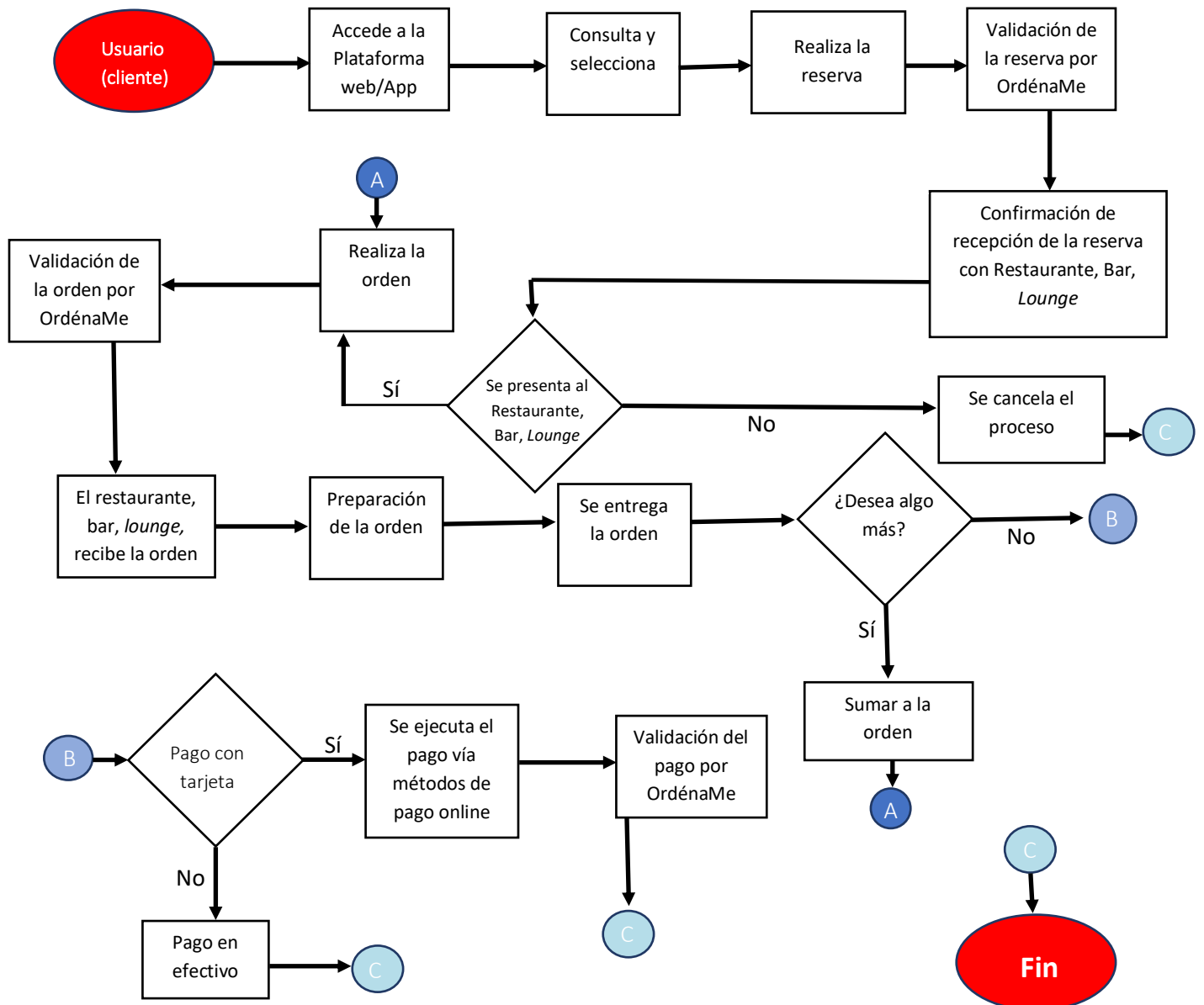
### MAPA DE PROCESOS



## 11.2. Descripción General de los Procesos Identificados Anteriormente

Proceso	Descripción
<b>Gestión estratégica</b>	Es el proceso que se encargará de la dirección y planificación de los aspectos claves relacionados a la estructura y funcionamiento de OrdénaMe, para lograr los objetivos establecidos.
<b>Marketing</b>	Proceso en el cual se desarrolla y se ejecuta el plan de marketing, dirigido a la captación y fidelización de nuestros clientes y usuarios.
<b>Reservar</b>	Proceso operativo que abarca desde el acceso por parte del consumidor a la página web o APP hasta el registro y validación de la reserva.
<b>Gestión de reservas</b>	Proceso mediante el cual se procede a la gestión de la reserva realizada.
<b>Ordenar</b>	Proceso mediante el cual el usuario ya registrado, consulta el menú, elige dentro de las diferentes opciones disponibles, selecciona lo que desea, confirma el pedido y le presiona el botón “enviar”.
<b>Gestión de pedidos</b>	Proceso operativo mediante el cual el restaurante, bar o <i>lounge</i> recibe el pedido y procede a prepararlo para su entrega.
<b>Pagar</b>	Proceso operacional mediante el cual el usuario, visualiza contenido del pedido, el precio de cada producto y el precio total, y elige la opción deseada para realizar el pago.
<b>Gestión de pago</b>	Es el proceso mediante el cual el usuario realiza el pago eligiendo entre varias opciones, pago en efectivo, tarjeta y pay-pal.
<b>Tecnología de la información</b>	Gestionar todo lo relacionado con la parte tecnológica del negocio, así como también la búsqueda de nuevos avances que permitan el mejoramiento continuo de la infraestructura tecnológica de la empresa. El mantenimiento y soporte de la plataforma son esenciales para OrdénaMe.
<b>RRHH</b>	Se trata del proceso que gestiona la capacitación, desempeño, compensación, talento y motivación del recurso humano de la empresa.  Comprende todas aquellas actividades de captación del talento, contratación, formación, definición de sistema retributivo, motivación e integración en la empresa de los empleados.
<b>Servicio al cliente</b>	Es el proceso mediante el cual OrdénaMe se mantiene en contacto con los clientes y usuarios; para obtener información sobre la plataforma, para hacer el mantenimiento de la web y app, manejo de las ofertas, gestión de incidencias, retroalimentación de los servicios, entre otras.
<b>Administración</b>	En el proceso mediante el cual se gestionan los asuntos corporativos de la empresa de manera interna, además del control financiero de la misma.

### 11.3. Diagrama de Proceso de OrdénaMe



#### 11.4. Identificación y Descripción de los Componentes de la Oferta

OrdénaMe busca satisfacer a los usuarios, a través de una plataforma innovadora, flexible y fácil de usar, para facilitarles las cosas a todas aquellas personas que disfruten de comer por fuera de casa.

Esta plataforma proporciona una variedad de información que permitirá que el usuario según su necesidad, elija la oferta ajustada a sus gustos, en menor tiempo, comparado con lo que se tardaría realizando el procedimiento con otro tipo de método y de esta manera aumenta la posibilidad de obtener una mejor atención y que los restaurantes, bares y lounges, puedan mantener a sus clientes satisfechos. La oferta de OrdénaMe estará compuesta de los siguientes servicios:

Servicios	Descripción	Público objetivo	Fase de realización
<b>OrdénaMe.com.do</b>	Es el dominio que sirve de soporte para la plataforma que se utilizará para ofrecer los servicios de OrdénaMe, tanto a nivel web como móvil, la misma comprende un interfaz gráfico-sencilla y amigable para el procesamiento de las reservas, las órdenes y los pagos. Para los restaurantes, bares y <i>lounges</i> , incluye una infraestructura tecnológica que permitirá que estos gestionen todo lo concerniente a las reservas, órdenes y pedidos.	Usuarios y clientes (restaurantes, bares y <i>lounges</i> ).	En la fase de implementación.
<b>Servicios OrdénaMe</b>	Les permitirá gestionar la carta, ver estadísticas de facturación, de las visitas y las valoraciones de los platos, también podrán crear menús completos y platos recomendados. También tendrá disponible una serie de reportes que puede utilizar el comercio para validar la data de los productos que despacha y tener un control de los pedidos despachados todos los días.	Clientes (restaurantes, bares y <i>lounges</i> ).	En la fase de implementación.

Servicios	Descripción	Público objetivo	Fase de realización
<b>Ofertas</b>	A través de nuestra plataforma los restaurantes, bares y <i>lounges</i> podrán promocionar las diferentes ofertas a ofrecer para sus clientes (usuarios).	Clientes (restaurantes, bares y <i>lounges</i> ).	En la fase de implementación.
<b>Publicidad y promoción</b>	Los restaurantes, bares y <i>lounges</i> , podrán dar a conocer sus servicios a través de anuncios, mantener una comunicación directa con sus mantener comunicación con sus clientes y ampliar el alcance de captación de los mismo.	Clientes (restaurantes, bares y <i>lounges</i> ). En general.	En la fase de implementación.
<b>DeliPoints</b>	Es un sistema de fidelización a través de la cual los usuarios podrán acumular puntos y obtener descuentos.	Usuarios	En la fase de implementación.

### 11.5. Definición de Infraestructura

OrdénaMe es un intermediario entre los usuarios y los clientes (restaurantes, bares y *lounges*), por esta razón no tiene producción ni inventarios. En base a las actividades propias del negocio identificamos los recursos necesarios para llevar a cabo los procesos descritos.

La plataforma tecnológica es parte de los medios claves a utilizar por OrdénaMe para ofrecer los servicios de reservar, ordenar y pagar online de una manera simple y rápida. Se ha definido una infraestructura tecnología orientada al logro de nuestros objetivos, aprovechando los avances tecnológicos de la actualidad y las oportunidades existentes en nuestro país para la aplicación de esta será una herramienta moldeable a las necesidades de control y gestión que precisan los usuarios y los clientes.

OrdénaMe también contará con una infraestructura física que le permitirá la ejecución eficiente de sus operaciones y el aprovechamiento de los recursos.

### 11.6. Infraestructura Tecnológica

OrdénaMe es una plataforma tecnológica de comercio electrónico que facilitará la gestión de los principales procesos claves de los restaurantes, bares y *lounges*, desde la recepción de las reservas, de las órdenes y el proceso de pago en los mismos.

A través de su portal web, Ordename.com.do, y aplicación móvil permitirán a los usuarios reservar, ordenar y pagar en cualquiera de nuestros restaurantes, bares y

*lounges* asociados. Podrán ordenar desde la mesa con sus *Smartphones* de manera rápida, sencilla y sin esperar al camarero, también podrá ver toda la carta con imágenes y descripciones detalladas de todos los productos, se puede añadir al mismo pedido más platos y bebidas si lo desean al terminar pueden pedir la cuenta o pagar por la misma aplicación y valorar los platos y bebidas que más les gusten, para registrarlo en su historial y poder consultarlo siempre que quieran. Además de ganar *DeliPoints* con los que podrá tener grandes descuentos y los dueños de restaurantes, bares y *lounges* contarán con un servicio propio desde el que gestionará la carta, verá estadísticas de facturación, de las visitas y las valoraciones de los platos, también puede crear menús completos y platos recomendados, es perfecta para conocer la satisfacción de tus clientes y adelantarse a un mal comentario en redes sociales.

### **Operaciones principales:**

➤ **Reservas móviles**

Es más fácil para cualquiera tomar el móvil y en tres toques de pantalla tener una reserva hecha que llamar por teléfono y quizá esperar un rato a que lo tomen.

➤ **Ordenar desde la mesa**

Los clientes podrán acceder a la carta y realizar su pedido de manera ágil, evitando esperas innecesarias y haciendo que el servicio sea más ágil y efectivo.

➤ **Pagar la cuenta**

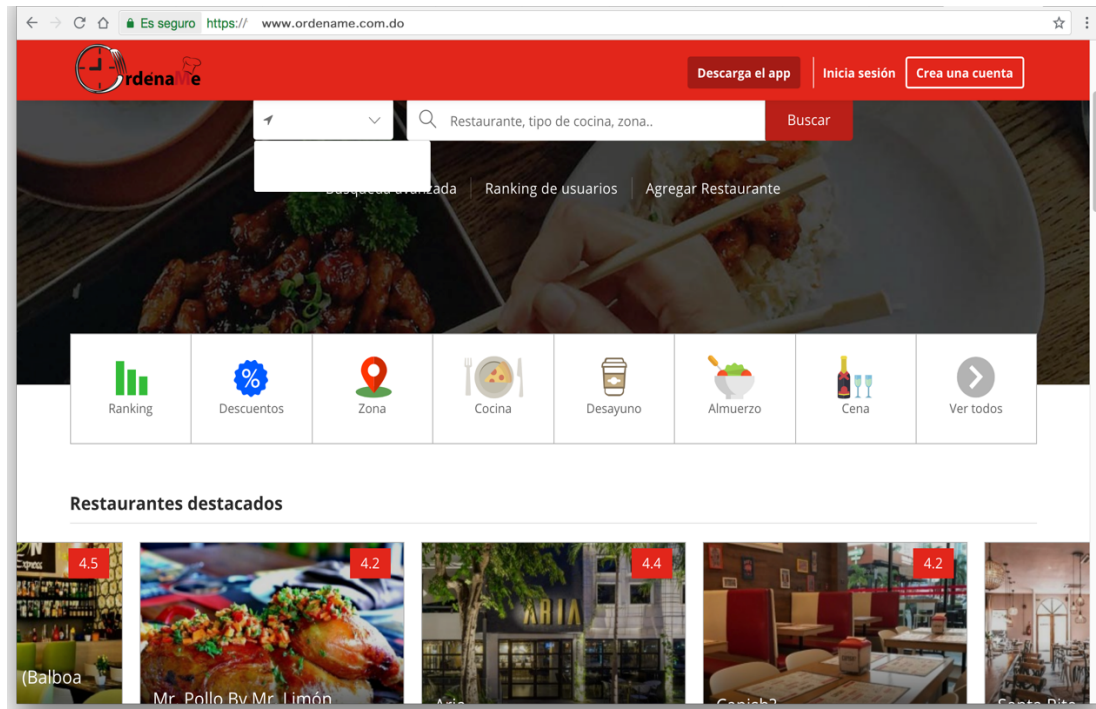
pagar por la misma aplicación de forma segura y rápida.

### **Detalles Funcionales**

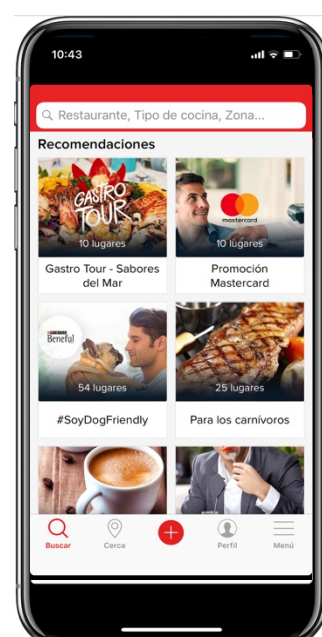
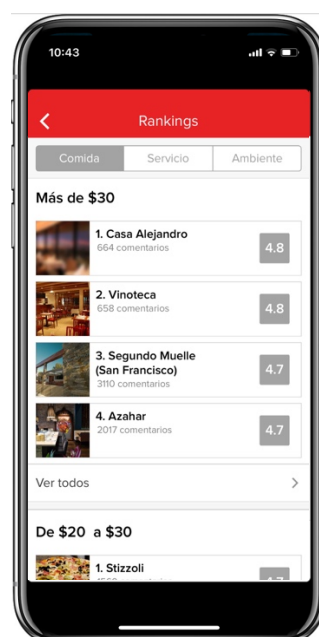
El sistema dispondrá de varios módulos orientados a distintos perfiles, que incluyen los usuarios, los clientes (restaurantes bares y *lounges*) y el personal de OrdénaMe.

OrdénaMe tendrá un portal web y una aplicación móvil con distintas funcionalidades.

- **Portal Web** OrdénaMe.com.do permitirá a los usuarios reservar, ordenar y pagar online y acceder a todos nuestros servicios. Además, será compatible con los principales navegadores de internet que hay en el mercado (Google Chrome, Firefox, Internet Explorer, Safari, entre otros). El acceso es muy simple puede crear su perfil entrando con Facebook o registrándose con su correo electrónico.



- **Aplicación Móvil** que estará disponible para los sistemas operativos iOS (Apple Store de Apple) y Android (Android Market de Google). Su contenido estará orientado al perfil de usuario que la utilice. Los usuarios podrán realizar sus reservas, sus órdenes y pagar, además de acceder a todos los servicios que ya posee el portal web. Mientras que los restaurantes, bares y *lounges* utilizarán la aplicación móvil para recibir las reservas, órdenes y pagos que hagan los usuarios. El acceso es muy simple puede crear su perfil entrando con Facebook o registrándose con su correo electrónico.



## Características de la Plataforma OrdénaMe

Tomando en cuenta las tendencias tecnológicas, las preferencias y las necesidades de los usuarios y de los clientes, OrdénaMe tendrá en su plataforma características fundamentales, como son:

- **Dominio:** El programa será instalado en el servidor “WHPremium.com” con un plan básico de US\$90 anual. El registro del dominio “Ordéname.com.do”; se hará en Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM), por un costo US \$16 anual.
- **Escalabilidad:** La plataforma tendrá una infraestructura que permitirá adaptarse a la implementación de nuevas tecnologías y a la demanda de usuarios, por lo que podrá responder de manera rápida en función del tráfico y el número de transacciones.
- **Compatibilidad con dispositivos móviles:** El portal tendrá un diseño que se adaptará a cualquier sistema operativo y pantalla de dispositivos móviles existentes en la actualidad.
- **Gestión de cuentas:** La plataforma web/App tendrá 3 interfaces:
  - **Usuarios Finales:** Ordéname les permite a los clientes reservar, hacer pedidos desde la mesa con su Smartphone de manera rápida, sencilla y sin esperar al camarero. Se podrá ver toda la carta con imágenes y descripciones detalladas de todos los productos. También se puede añadir al mismo pedido más platos y bebidas si lo desean al terminar pueden pedir la cuenta o pagar por la misma aplicación y valorar los platos y bebidas que más les gusten, para registrarlo en su historial y poder consultarlo siempre que quieran, además de ganar *DeliPoints*.
  - **Comercios Asociados:** Contarán con un servicio propio desde el que gestionará la carta, verá estadísticas de facturación, de las visitas y las valoraciones de los platos, también puede crear menús completos y platos recomendados. Los clientes afiliados a la plataforma recibirán la notificación con los servicios optados por el cliente o usuario final, este se encargará de proceder con el pedido para ofrecer el servicio solicitado en la primera interface. También tendrá disponible una serie de reportes que puede utilizar el comercio para validar la data de los productos que despacha y tener un control de los pedidos despachados todos los días.
  - **Interface para el administrador:** Contará toda la información de los pedidos que fueron realizados, mostrará los pedidos que fueron pagados, tendrá la modalidad para realizar los depósitos a sus comercios asociados para realizar el depósito de manera automática.
- **Búsquedas filtradas:** Los usuarios podrán realizar distintos tipos de búsquedas en la plataforma para explorar los diferentes restaurantes, bares, *lounges*. Además, podrán



aplicar filtros, como por ejemplo por tipo de cocina, ubicación, ranking de usuarios, descuentos, entre otros.

- **Servicio al cliente:** OrdénaMe tendrá la disponibilidad para que a través de la misma plataforma los usuarios y los clientes puedan contactarse con nosotros y reportar cualquier queja o incidencia de forma simple y rápida. Además, de que podrán acceder a las preguntas frecuentes y a los términos y condiciones.
- **Gestión de reservas:** Mediante las funcionalidades de este módulo se podrá dar seguimiento a las reservas de los usuarios, desde que este la realiza hasta su llegada al restaurante, bar o *lounge*.
- **Gestión de órdenes:** Mediante este módulo se podrá dar seguimiento a las órdenes de los usuarios, desde que este la realiza hasta la entrega de la misma.
- **Gestión de pagos:** a través de esta, se podrá hacer el pago de la orden. La plataforma será capaz de aceptar múltiples opciones de pago tanto de manera electrónica (tarjeta de crédito y débito, PayPal) y pago en efectivo.
- **Área de administración:** Desde esta, el personal de OrdénaMe podrá configurar accesos, realizar solicitudes y reportes, entre otras actividades.
- **Seguridad:** Todas las sesiones y las transacciones que se hagan en el portal estarán protegidos y bajo una comunicación segura. Los correos y contraseñas de los usuarios se encriptarán en la base de datos, además de que se asegurarán las comunicaciones entre el servidor y el usuario mediante tecnología SSL.

### 11.7. Infraestructura física

OrdénaMe tendrá un domicilio físico para la ejecución y desarrollo de sus operaciones. Este local estará ubicado en la Zona Metropolitana que es el lugar donde OrdénaMe ofrecerá sus servicios.

Las características de las oficinas son:

Oficina amueblada de 11 x 8.5 metros, de US\$ 400 mensuales de alquiler.

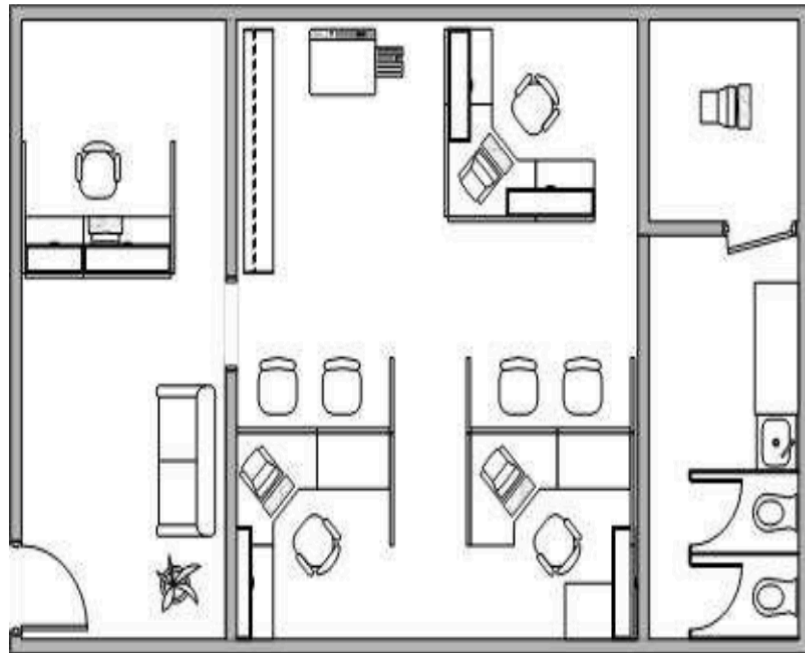
Dirección:

Av. Winston Churchill No 77  
Edif. Lama Piso 2 Ofic.208.  
Piantini. Santo Domingo. R.D.





**Distribución de la oficina**



### 11.8. Inversiones Necesarias

Las inversiones en que OrdénaMe estaría incurriendo son aquellas que están ligadas directamente con la continuidad exitosa de la Plataforma Web/APP, ya sea mediante el uso de material/equipo físico/virtual, para poder cumplir con lo anterior expuesto, se empleara lo siguiente:

<b>Requisitos Legales</b>	Todos aquellos ligados al nacimiento de la nueva sociedad y su desarrollo.
<b>Costos generales y administrativos</b>	Los que estén directamente relacionados con los costos del funcionamiento de la empresa y la administración de la misma.
<b>Local Comercial</b>	Alquiler del local en el que funcionará físicamente el negocio.
<b>Equipos de oficina</b>	Compra de los materiales mobiliarios de la empresa.
<b>Empresa tecnológica</b>	Desarrollar y mantenimiento de software y página web. Soporte en fallas mayores del sistema y en posibles actualizaciones.

### 11.9. Proveedores Claves

Para asegurarse del buen funcionamiento, de manera eficaz y eficiente, de las actividades que gestionara OrdénaMe la administración de esta se soportará sobre la base de una gama de proveedores altamente competitivos con arraigo en el mercado que realcen y brinden confianza a los consumidores respecto a la calidad del servicio que se obtendrá.

#### Proveedores Claves Captados Por Ordéname:

- **Empresas Procesadoras Pagos:** por medio de estas se contratarán los servicios que le permitirá a los clientes realizar el pago de su futuro consumo en el lugar de destino.
- **Empresas de servicios de TI:** estarían a cargo de la implementación, desarrollo, mantenimiento y actualizaciones tanto de la plataforma tecnológica como de la App de OrdénaMe.
- **Materiales y equipos tecnológicos:** Adquisición de los materiales de oficina y equipos tecnológicos (Verifone, ordenadores, celulares, tabletas, etc.) necesarios para el buen desempeño de las funciones ligadas a la plataforma.
- **Agencias publicitarias:** Encargadas de la realización de estudios de mercado para posterior diseño e implementación de campañas publicitarias que garanticen un posicionamiento favorable en el mercado.
- **Empresas de Telecomunicaciones:** Las cuales son las responsables de proporcionar el servicio de comunicación a través de telefónica fija, móvil e internet.
- **Imprentas:** Mediante estas se podrán adquirir los productos promocionales impresos tanto para los clientes (restaurantes) como para los consumidores (público en general).
- **Empresas aseguradoras:** Se contratará una empresa aseguradora para el manejo de pólizas de vida del personal, así como también resguardar las instalaciones donde opera OrdénaMe.

### 11.10. Control de Planificación de la Gestión de Operaciones

Para asegurar un control en la gestión organizacional y continuidad de este en el tiempo en todo el engranaje operacional que conlleve el desarrollo de las funciones llevadas a cabo por el personal de OrdénaMe se realizaran las labores bajo el método de las 5S. Para certificar que se trabaje en base a esta metodología se realizaran las capacitaciones

y entrenamientos correspondientes referentes a la correcta aplicación de esta en el Instituto de Formación Técnico Profesional (INFOTEP), el cual reportara a OrdénaMe sobre la evolución de los colaboradores inscritos.

INFOTEP es organismo rector del sistema nacional de formación técnico profesional de República Dominicana al cual cada empresa, legalmente constituida, debe aportar un porcentaje de sus utilidades y el mismo ofrece capacitaciones y entrenamientos al público en general sin costo directo para el estudiantado.

Se utilizará el método de las 5S debido a que este se enfoca en la realización de un conglomerado de acciones que buscan el desempeño óptimo de las operaciones en cualquier entidad, no importa la tipología de esta. Este concepto proviene del japonés en donde sus 5 apartados son: Clasificar, Ordenar, Limpiar, Estandarizar y Mantener la disciplina para fomentar un ambiente adecuado en el cual se alcancen los objetivos trazados.

OrdénaMe se encargará de aplicar estos conceptos en la medida que se presente la necesidad, ya que no siempre se debe operar de la misma forma si se desean alcanzar diferentes objetivos, todo dependerá de la situación por la cual atraviese la empresa se enfocara más o menos en un apartado, pero siempre se llevara de manera equitativa cada criterio.

#### **11.11. Logística**

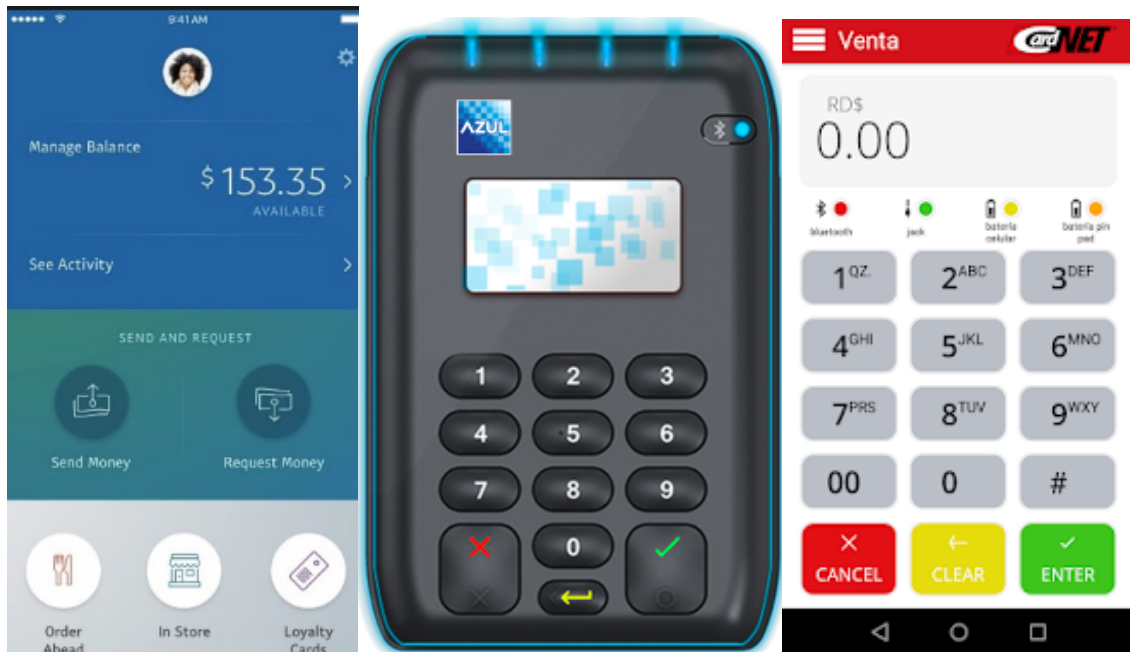
OrdénaMe se basa en tres pilares que ofrecerá a sus usuarios para que estos puedan realizar previamente las actividades esenciales en las que se debe incurrir al momento de dirigirse a establecimiento de consumo de alimentos o bebidas, las cuales son: reservar, ordenar y pagar.

Estos son los tres aspectos de diferenciación que agregan valor a OrdénaMe ante sus competidores directos e indirectos, la gestión de estas acciones se realizase de manera directa mediante la utilización de la plataforma, cada usuario tendrá la opción de realizar conjuntamente las tres (depende de la disponibilidad del establecimiento) o aquella que desee en su momento.

Para la gestión de las reservar y toma de ordenes se tendrá un enlace directo con los clientes de la plataforma (restaurantes, bares, *lounges*) para que inmediatamente se registre una reserva en OrdénaMe o los usuarios realicen una orden, la misma sea enviada al restaurante, bar o *lounge*, ya sea mediante correo electrónico, plataforma web del establecimiento o el medio que estos posean.

Para la agilización de los pagos en la plataforma se tendrá una conexión directa con las principales procesadoras del país mediante el uso de PayPal, Azul y CardNet para asegurar la acreditación el monto y luego de retenido el porcentaje correspondiente por

gestión, se transfiera el pago por el servicio a las cuentas de los clientes y a la cuenta de OrdénaMe.



#### 11.12. Recursos a Utilizar

El servicio que brindara OrdénaMe está ligado directamente al que ofrezcan sus clientes (Restaurantes, Bares y *Lounges*) por ende su horario de servicios estará ajustado al aproximado que tardara la preparación de lo que los usuarios soliciten, en República Dominicana los horarios de operaciones de este tipo de establecimientos están regulados por la Ley 772 que indica, a su vez, dependiendo de la estación del año en que se encuentre, el mismo varía.

Todo esto hace colación al horario de trabajo del departamento de servicio al usuario, ya que el mismo estará sujeto al horario de operación de nuestros clientes.

Uno de los principales recursos de OrdénaMe está representado por aquellos ingenieros especialistas en programación que son los encargados de la implementación y desarrollo de la plataforma y todo el engranaje que acarrea la puesta en marcha efectiva de la aplicación, estos estarán trabajando vía remota con los servidores del sistema y tendrán una flota asignada que garantice una comunicación en tiempo real con los mismos y poder subsanar cualquier eventualidad que se pueda presentar en la menor brevedad posible.

El dispositivo móvil del que dispondrán los ingenieros especialistas posee las siguientes características:



Especificaciones	Samsung Galaxy J7 Prime 2
<b>Dimensiones</b>	151,7 x 75,0 x 8 milímetros; 170 gramos de peso
<b>Pantalla</b>	5,5 pulgadas Full HD TFT
<b>Procesador</b>	Samsung Exynos 7 Octa. Ocho núcleos a 1,6 GHz
<b>RAM</b>	3 GB
<b>Sistema operativo</b>	Android 7.1 Nougat
<b>Almacenamiento</b>	32 GB ampliables por microSD hasta 256 GB
<b>Cámaras</b>	Trasera de 13 MP f/1.9 con Visual Search. Frontal de 13 MP con AR Stickers
<b>Batería</b>	3.300 mAh
<b>Otros</b>	Lector de huellas frontal, Samsung Pay, microUSB

### DETALLES TÉCNICOS

En la Oficina tendremos una impresora disponible para agilización del proceso con capacidad de escanear documentos para una gestión eficaz de tiempo.

#### Impresora Canon i-SENSYS MF732CDW



Estos recursos indispensables para la gestión eficaz y eficiente del servicio que ofrecemos estarán detallados en lo que respecta a cantidad y tipo de remuneración en El Plan de Recursos Humanos, tanto en el perfil y descripción de puestos como en la política retributiva y los gastos de personal.

Cada uno de los integrantes del departamento de servicios contara con un ordenador HP PowerStation Z230 ya que este equipo posee un rendimiento y flexibilidad impresionante, está diseñado para cargas de trabajo elevadas 24x7x365, ofrece una tecnología grafica superior y procesadores de próxima generación en un compacto formato de torre rediseñado de sorprendente capacidad de expansión.

Tipo de multifunción Tipo de multifunción	Láser color
Tamaño del formato máximo del folio Tamaño máximo del papel	A4
Resolución en nº de puntos/pulgada Resolución ppp/dpi	1200 x 1200 ppp
Número de páginas por minuto en color que puede imprimir una impresora PPM Color (max)	27 ppm
Número de páginas por minuto en monocromo que puede imprimir una impresora PPM Monocromo (max)	27 ppm
Conector de USB (Universal Serial Bus) USB	✓
Conector ethernet Ethernet	✓
Conector paralelo Paralelo	✗
WIFI WIFI	✓
Impresión duplex Impresionduplex	✓
Incluye FAX Fax	✓

<b>Especificaciones Técnicas</b>	
<b>Procesador</b>	Intel Xeon E3-1245v3 con gráficos Intel HD P4600 (3,4 GHz, 8 MB de caché, 4 núcleos)
<b>Memoria RAM</b>	8 GB DDR3
<b>Disposición de la Memoria RAM</b>	2 x 4 GB
<b>Ranuras de Memoria</b>	4 x DIMM
<b>ECC</b>	No
<b>Chipset</b>	Intel PCH C226
<b>Almacenamiento</b>	1 x HDD 1 TB
<b>Controlador de almacenamiento</b>	SATA integrado (5 puertos, 6 Gb/s) compatible con RAID 0, 1.
<b>Unidad Óptica</b>	DVD±RW
<b>Gráficos</b>	Intel HD P4600
<b>Sistema Operativo Instalado</b>	Windows 7 Professional 64 bits
<b>Red</b>	Controlador Gigabit PCIe Intel I217LM integrado, Gigabyte Ethernet 10/100/1000 Mbits/s
<b>Audio</b>	Audio Realtek ALC221 de alta definición integrado
<b>Puertos e Interfaces</b>	5 x USB 2.0, 4 x USB 3.0, 2 x PS/2, 1 x Rj-45, 2 x Micrófono, Audífonos, Entrada de Línea, Salida de Línea
<b>Ranuras de Expansión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 PCIe Gen3 x16</li> <li>• 1 PCIe Gen2 x4 (conector x16)</li> <li>• 1 PCIe Gen2 x1 (conector x4)</li> <li>• 1 PCIe Gen2 x1</li> <li>• 1 PCI</li> </ul>
<b>Fuente de Alimentación</b>	400 Watts
<b>Dimensiones</b>	17 x 44.2 x 39.9 cm
<b>Peso</b>	8.8 Kg



### **11.13. Estructura de Gastos de Operación**

Según las estimaciones realizadas y los estudios de mercado referente a nuestras operaciones, los costos en que incurrirá mensualmente para garantizar un buen desempeño y funcionalidad de Ordéname se dividen en fijos y variables:

#### **Gastos Fijos:**

- **Alquiler de la oficina**  
US\$400 mensuales (véase en la Infraestructura física)
- **Sueldos de empleados**  
US\$44,400 anual (Véase en el Plan de compensación salarial)
- **Servicio de internet y telefonía fija**  
US\$90 mensuales (Véase en <http://www.claro.com.do/negocios/soluciones/solucionesmoviles/internet-movil/planes-y-precios/>).
- **Mantenimiento de equipos y la plataforma Web/App**  
Se realizará mediante Outsourcing (Véase en el Plan de Recursos Humanos)
- **Dominio de la plataforma Web y servidor “WHPremium.com”**  
US\$106 anual (Véase Características de la Plataforma).
- **Limpieza de Oficina**  
Se realizará mediante Outsourcing (Véase en el Plan de Recursos Humanos)
- **Servicios legales y representativos**  
Se realizará mediante Outsourcing (Véase en el Plan de Recursos Humanos)
- **Marketing y Publicidad**  
US\$75,821 anual (Véase el presupuesto de gastos de marketing)
- **Seguridad de social**  
US\$14,622 anual (véase en el Plan de compensación salarial)
- **Suscripción a métodos de pagos electrónicos**  
US\$1,500 suscripción.

#### 11.14. Gastos Variables

##### ➤ Energía eléctrica

En República Dominicana el consumo de energía eléctrica es medido en Kilowatts hora (kwh) y dependiendo la cantidad que se consuma el costo del kilowatt varia (ver <http://redeselectricasrd.cdeee.gob.do/conoces-por-que-varia-el-precio-de-tu-factura/>)

Equipos	Consumo en KWH/Mes/Unidad	Cantidad de equipos	Consumo total mensual en KWH
Aire Acondicionado Split 25,000 BTU	525	1	525
Bebedero de agua	20	1	20
Computador de escritorio	8	5	40
Impresora	1.5	1	1.5
Luminarias 12V LED	2	5	10
<b>Total en KWH por mes</b>			<b>597</b>
<b>Total consumo (US\$)</b>			<b>110</b>

##### ➤ Maquinaria y Equipos de Oficina

Descripción	Total de consumo (US\$)
Tinta para impresora	80
Folders, carpetas, lapiceros, lápices, etc.	50
Proformas (facturas, tarjetas, etc.)	45
<b>175</b>	

### 11.15. Resumen de Gastos Operativos

Gastos Operativos	Total anual US\$
Alquiler de la oficina.	4,800
Sueldos de empleados fijos.	48,100
Mantenimiento de equipos, plataforma Web y App.	4,879
Dominio de la plataforma Web y servidor "WHPremium.com"	106
Limpieza de Oficina.	2,160
Servicios legales y representativos.	1,000
Marketing y Publicidad.	75,821
Seguridad de social.	14,622
Suscripción a métodos de pagos electrónicos.	1,500
Energía Eléctrica.	1,321
Maquinaria y equipos de oficina	2,100
<b>Total General:</b>	<b>156,410</b>



**PLAN DE  
RECURSOS HUMANOS**

## 12. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

En OrdénaMe sabemos que invertir y seleccionar capital humano excelente, con un plan de carrera bien planificado, donde estos guíen y fortalezcan nuestra organización; lograremos una ventaja competitiva que será difícil vencer a corto, mediano o largo plazo.

Es por esto por lo que en ordéname diseñamos estrategias para que tanto nuestros empleados se sientan cada vez más motivados y no solo dentro de la organización también fuera de ella. El know how de nuestros posibles candidatos sería un claro componente intangible.

Sabemos que la educación y la tecnología avanzada es indispensables para lograr la productividad, son costosas, pero estamos convencidos de que son la mejor inversión. Los candidatos seleccionados pasaran por un programa de inducción donde se les mostrara los objetivos y políticas de OrdénaMe, así puedan identificarse y comprometerse, hacer de esta suya propia.

La evaluación de desempeño se realizará de forma anual al igual que la compensación, luego del segundo año donde la empresa este más estable los colaboradores pueden ser partícipes de bonificaciones al cerrar el año del ejercicio dependiendo de las ganancias y los esfuerzos realizados.

### 12.1. Formación

OrdénaMe rentrenará sus colaboradores a su vez que los capacitará para los constantes cambios del entorno. Cada trabajador podrá desde su puesto de trabajo plantear diferentes soluciones, ser partícipe de la planeación estratégica anual, exponer sus ideas e inquietudes.

En ordéname diseñaremos un programa anual de formación para cada área profesional en donde estableceremos el foco de las necesidades para dar solución a estas a la vez que capacitamos a nuestros empleados, este programa lo realizaremos con el apoyo de instituto nacional de formación técnico profesional INFOTEP.

Dentro de las posibles técnicas de formación están:

1. Uso de la tecnología para una mayor flexibilidad y participación estrategias de comercio electrónico (Área de Marketing)
2. Buenas prácticas del servicio al cliente (área de soporte al cliente)
3. Método Just in time (Gerente General)

## 12.2. Organigrama



## 12.3. Outsourcing

Contaremos con empresas externas que nos brindaran soporte en algunas de las operaciones de la empresa estas son:

1. Gestión Legal: destinada a preparar los contratos de trabajo, posibles incidencias que surjan en el ámbito legal, patentes etc. Con un costo de **US\$1,000** por asesoría.
2. Conserjería: contrataríamos una empresa que nos brinde las facilidades de limpieza de nuestras instalaciones. Con un coste de **US\$2,160** anual por el servicio de 3 días a la semana.
3. Informático y soporte técnico: empresa destinada a la creación, evaluación, mantenimiento de la plataforma, resolución de posibles incidencias técnicas del servicio **US\$4,879**.

#### 12.4. Necesidades de Personal

Puestos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente General	1	1	1	1	1
Encargado de Marketing	1	1	2	2	2
Encargado de contabilidad	1	1	2	2	2
Servicio al cliente	2	2	4	4	5
TOTAL	5	5	9	9	10

OrdénaMe tendrá una variación en cuanto a su personal de soporte y servicio al cliente donde entendemos que surgirán la necesidad de expansión debido a la demanda de nuestro servicio, para brindar siempre un servicio con calidad y eficiencia, manteniendo así los estándares establecidos en los objetivos de nuestra organización.

#### 12.5. Plan de Compensación Salarial

OrdénaMe diseñará una política retributiva para mantener a nuestros colaboradores de forma eficaz y así compensar la competencia que se les exige y el esfuerzo que realizan. Destacando fundamentalmente en una política retributiva basada en resultados.

En adición, anualmente se realizarán las reestructuraciones salariales, que consiste en la evaluación del puesto y como cotiza en el mercado, trabajamos los ajustes pertinentes en cada puesto de trabajo y los posibles aumentos ascendientes entre un 5 a un 10 % respectivamente.

<b>Puesto</b>	<b>Salario Fijo Bruto</b>
Gerente General	US\$1,200
Gerente de contabilidad y finanzas	US\$950
Gerente de mercadeo y publicidad	US\$850
Servicio al cliente	US\$350

#### 12.6. Gastos del Personal

<b>Gastos del personal</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Salarios</b>	48,100	48,100	80,600	80,600	85,150
<b>Seguridad Social</b>	14,622	14,622	24,502	24,502	25,886
<b>TOTAL</b>	<b>62,722</b>	<b>62,722</b>	<b>105,510</b>	<b>105,510</b>	<b>111,036</b>

(Importe en USD)



## 12.7. Entorno Legal

### ESTATUTOS SOCIALES DE

### ORDÉNAME, S.R.L.

*Capital Social: : USD\$50,000.*

*Domicilio Social: Av. Winston Churchill #77, Edificio Lama, piso 2 ofi.208*

*Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana*

En cumplimiento con la ley General de las Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada, No. 479-08 MODIFICADA POR LA LEY 31-11, TÍTULO I, CAPÍTULO I, SECCION III, (Del contrato de sociedad y de las formalidades de constitución). Se presentan a continuación los estatutos de la sociedad arriba nombrada.

### TÍTULO I

#### DEL TIPO SOCIAL, DENOMINACIÓN, DOMICILIO, OBJETO Y DURACIÓN

**ARTÍCULO 1.- Tipo Social.** - La sociedad se encuentra organizada como una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), la cual se registrará por las leyes de la República Dominicana, especialmente por la Ley General de Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada, No. 479-08 y sus modificaciones, así como por todas y cada una de las disposiciones contenidas en estos estatutos y sus modificaciones posteriores.

**ARTÍCULO 2.- Denominación Social.** - Bajo la denominación social “**ORDÉNAME**”, **SRL**”, se constituye una Sociedad de Responsabilidad Limitada que se registrará por las disposiciones de la Ley 479-08 modificada por la ley 31-11 de Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada y por los presentes Estatutos.

**ARTÍCULO 3.- Domicilio.** - El domicilio social se establece en la Av. Winston Churchill #77, Edificio Lama, piso 2 ofi.208, de

esta ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana. La Sociedad podrá, sin embargo, trasladar su domicilio dentro del país y establecer sucursales, almacenes, oficinas y agencias en cualquier lugar de la República Dominicana o del extranjero de acuerdo con las necesidades y requerimientos de la sociedad.

**ARTÍCULO 4.- Objeto.-** La sociedad tiene como objeto principal la prestación de servicios de reservación , pago , orden de un restaurante, Lounge y bares cualesquiera en línea vía una aplicación virtual; asimismo a todas aquellas operaciones comerciales, tanto en el territorio nacional como en el extranjero, cualesquiera que fueren su naturaleza, que se relacionen directa o indirectamente con el objeto social o que sean susceptibles de facilitar su alcance, extensión o desarrollo; y a toda otra actividad, actos u operaciones de lícito comercio que no esté prohibida por los estatutos sociales o la ley.

Como consecuencia de los objetos antes indicados y sin que su enumeración pueda ser considerada como limitativa, la sociedad puede ejercer todas las operaciones que se relacionen directa o indirectamente con el objeto antes mencionados o que fueran de naturaleza tal que favorezcan y faciliten el desarrollo del objeto social.

**ARTÍCULO 5.- Duración.** - La duración de la sociedad es por tiempo ilimitado. Sólo podrá disolverse por Resolución de la Asamblea General Extraordinaria convocada por los socios que representen cuando menos el cincuenta y un por ciento (51%) de las cuotas sociales.

**ORDÉNAME, S.R.L.**

*Capital Social: USD\$50,000.*

*Domicilio Social: Av. Winston Churchill #77, Edificio Lama, piso 2 ofi.208*

*Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana*

**NÓMINA DE LOS SOCIOS PRESENTES O REPRESENTADOS EN LA ASAMBLEA GENERAL CONSTITUTIVA DE SOCIOS DE LA SOCIEDAD ORDÉNAME, S.R.L., CELEBRADA EN FECHA OCHO (08) DEL MES DE JUNIO DEL AÑO DOS MIL DIECIOCHO (2018).**

<b>SOCIOS</b>	<b>NÚMERO DE CUOTAS SOCIALES</b>	<b>NÚMERO DE VOTOS</b>
<b>JOHANNA MONTERO</b> , dominicana, mayor de edad, soltera, titular y portadora de la cédula de identidad y electoral No. 001-2301572-3, domiciliado y residente en esta ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana.	10,000	200
<b>MARÍA GUTIÉRREZ</b> , dominicana, mayor de edad, soltera, titular y portadora de la cédula de identidad y electoral No. 001-0153117-5, domiciliada y residente en esta ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana.	10,000	200
<b>DARIANA GARRIDO</b> , dominicana, mayor de edad, soltera, titular y portadora de la cédula de identidad y electoral No. 103-8623543-4, domiciliada y residente en esta ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana.	10,000	200
<b>LILIBERKA REYES</b> , dominicana, mayor de edad, soltera, titular y portadora de la cédula de identidad y electoral No. 001-1521479-7, domiciliada y residente en esta ciudad de Santo	10,000	200

Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana.

**NERIANNY ALCANTARA** dominicana, mayor de edad, soltera, titular y portadora de la cédula de identidad y electoral No. 001-5632147-0, domiciliada y residente en esta ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana.

	10,000	200
--	--------	-----

**A) Total de cuotas sociales** **50,000**

**B) TOTAL DE VOTOS**

**1000**



**PLAN  
FINANCIERO**

## 13. PLAN FINANCIERO

Una vez identificado el tipo de negocio en el cual nos estamos embarcando y el modus operandi del mismo, procedemos a presentar de manera desencadenada el engranaje de las operaciones financieras que se llevaran a cabo por OrdénaMe para asegurar un desarrollo óptimo de sus operaciones, este planteamiento está realizado en base a un período de 5 años, para una eficaz comprensión analítica de cada acción procederemos a explicar cada acción paso a paso de manera detallada.

### 13.1. Previsión de Ingresos

Procedemos a presentar la provisión de ingresos de OrdénaMe adecuada a los servicios que ofrece. (Importe en USD).

Previsión de Ventas			Clientes directos (Restaurantes, Bares, Lounges )		
Servicios	Usuarios	Ganancias sobre ventas	Reservar	Ordenar	Pagar
Ventas estimadas 1er año	10,256	61,434	10,256	10,256	10,256
Incremento Anual de ventas %	30%	30%	30%	30%	30%
Incremento anual de precios %	5%	5%	5%	5%	5%

#### 13.1.1. Previsión Consumidores Finales: rotación

De acuerdo a nuestro mercado meta en Santo Domingo, Zona Metropolitana (nuestro segmento de mercado) utilizando nuestras proyecciones, tomando en cuenta el poder adquisitivo y nivel de consumo de nuestra población, en base al cálculo del SOM, hemos estimado que mediante nuestra plataforma Web/App durante el primer año se estará trabajando con 10,255 usuarios en total, el cual representan un 3% de los usuarios de edad productiva de la zona metropolitana, mientras que según nuestro SOM al obtener un margen de ganancias de un 5% tomando en cuenta que el consumo mínimo por cliente será de US\$10.00 alcanzaremos un total de 61,534 de ganancia sobre ventas durante el 1er año de función .

El incremento anual de las ventas es de un 30% como resultado del crecimiento proporcional del mercado y proyectado a los primeros 5 años, tomando en cuenta que el primer año tendríamos captados como clientes al 30% de los establecimientos de nuestro mercado meta

en Santo Domingo, Zona Metropolitana. El mismo estaría incrementando de manera proporcional en los años siguientes (tal como se expone en el SOM) debido a los valores agregados que se estarían implementando.

### **13.1.2. Previsión Clientes (Restaurantes, Bares, Lounges)**

El principal interés de OrdénaMe es crear un ambiente confortable tanto para usuarios como para los clientes de la Plataforma Web/App, que les permita mediante la utilización de esta gestionar de manera eficaz y eficiente los tres procesos que desarrollamos, no obstante, a esto también buscamos incrementar las ventas de nuestros clientes agregándoles valor mediante la gestión del tiempo ya que se disminuirá la logística entre un proceso y otro.

Una de las ventajas de OrdénaMe es que mediante la plataforma Web/App se tiene la opción de que los usuarios opten por consumir los tres servicios (reservar, ordenar y/o pagar) o aquel que les resulte más cómodo y adecuado.

**Reservar, ordenar y pagar:** Por la gestión de la orden cobraremos un 5% del costo de la orden (pedido mínimo US\$10) y el número de orden que manejaríamos para este servicio corresponde al 97% del total de órdenes de OrdénaMe equivalente a 10,255 de reservas para el primer año.

El crecimiento anual de las ventas de OrdénaMe es de un 30% proyectado para el primer año, como resultado del crecimiento proporcional del mercado y de la proyección sobre los primeros 5 años.

Debido a la economía inflacionaria que afecta nuestro mercado, se proyecta un incremento de un 5% en el precio proporcional a la misma.

### **13.2. Coste de Ventas**

Los costos de ventas son aquellos que están asociados directamente a la producción o ejecución eficiente del producto que se ofrece, por ende, los costos de venta de OrdénaMe son los relacionados con los gastos de nómina de personal, operativos y de marketing.

OrdénaMe es una empresa 100% de servicio digital, nuestra plataforma se maneja vía remota, no tenemos contacto personal con nuestros usuarios ni tampoco ofrecemos productos que impliquen la intervención física entre proveedor/cliente/usuario, por tal motivo no presentamos inventario, ni un coste asociado directamente a la producción del producto que recibirá el usuario por nuestros clientes (Restaurantes, bares y *lounges*).

El período promedio de pago de OrdénaMe es de 30 días calendario a cada uno de los implicados en el proceso, este proceso se estima seguirá durante los primeros 5 años de las operaciones.

### 13.3. Previsión de Ingresos

La previsión de ingresos de OrdénaMe procederán de diferentes rubros, mediante los cuales la empresa obtendrá los beneficios que le permitirán mantener un óptimo funcionamiento de sus operaciones con miras al crecimiento escalonado de manera vertiginosa.

Entre las fuentes de ingresos que podemos mencionar, se encuentran las siguientes:

- Porcentaje pagado por comisión de la orden realizada por el usuario.
- Comisión por suscripción anual por el uso de la aplicación a partir del primer mes de prueba.
- Publicidad por promoción de Restaurantes, Bares y *Lounges* no suscritos.

Cabe destacar que la descarga de la app es gratuita.

Ítem	Cantidad	Unidades	Comentario
Posibles clientes al año	40	Clientes	Pronóstico
Cantidad de usuarios	10,256	Usuarios	Objetivos OrdénaMe, esta cifra equivale al 3% de los 341,853 de nuestro mercado meta
Comisión de ventas a Restaurantes	61,534	Dólares	Objetivos OrdénaMe, esta cifra equivale al 3% de los 341,853 de nuestro mercado meta
Comisión de ventas a Bares	46,151	Dólares	75% de 61,534
Comisión de ventas a <i>Lounges</i>	30,767	Dólares	50% de 61,534
Ganancia por membresía anual	12,000	Dólares	Membresía de US\$300, con 1 meses de prueba gratis.
Posibles clientes no suscritos al año	30	Clientes	350 US\$ anuales por promoción a no clientes

Mediante la utilización de la plataforma Web/App los usuarios consumirán los servicios que ofrecemos, la proyección es un crecimiento de un crecimiento de un 30% para el segundo año de gestión, un 60% para el tercero, 75% para el cuarto y un 85% el quinto, estos porcentajes fueron tomados como resultado de las muestras obtenidas en las encuestas realizadas y los pronósticos calculados. Cada uno de estos valores pertenecen a lo referido a obtener por las ventas y promociones a nuestros clientes directos (Restaurantes, Bares y *Lounges*) a través de OrdénaMe.

Al realizar el SOM nos percatamos que nuestros clientes en el renglón Restaurantes ascenderán a 61,534 establecimientos, de este valor obtenemos un 75% de Bares a captar y un 50% de *Lounges*, que son nuestra fuente principal de beneficios a obtener sobre las ventas.



A los clientes (Restaurantes, Bares y *Lounges*) se les estará otorgando un mes de prueba gratis de la plataforma Web/App y a partir de este mes se les cobrará la membresía de US\$300 mensuales, para así obtener un monto de US\$12,000 anuales el cual representará un incremento de un 5% anual respectivamente.

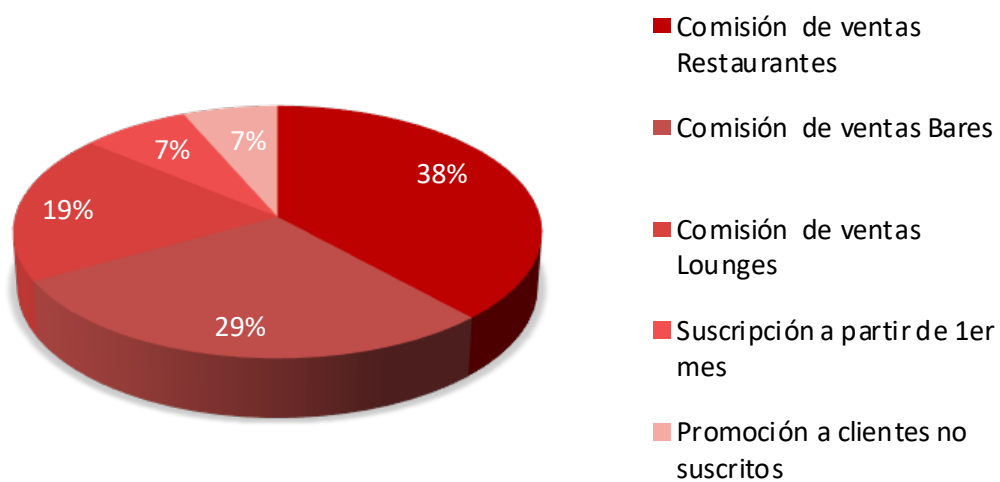
Un ítem muy importante es el de promoción a no suscritos en la plataforma Web/App, estos representan aquellos establecimientos que desean comercializarse en OrdénaMe más no utilizar los servicios pilares que ofrecemos (Reservar, Ordenar y Pagar) de manera fija o regular.

Esta es la previsión de ingresos calculada por OrdénaMe para los próximos 5 años de operaciones. (Importe en USD).

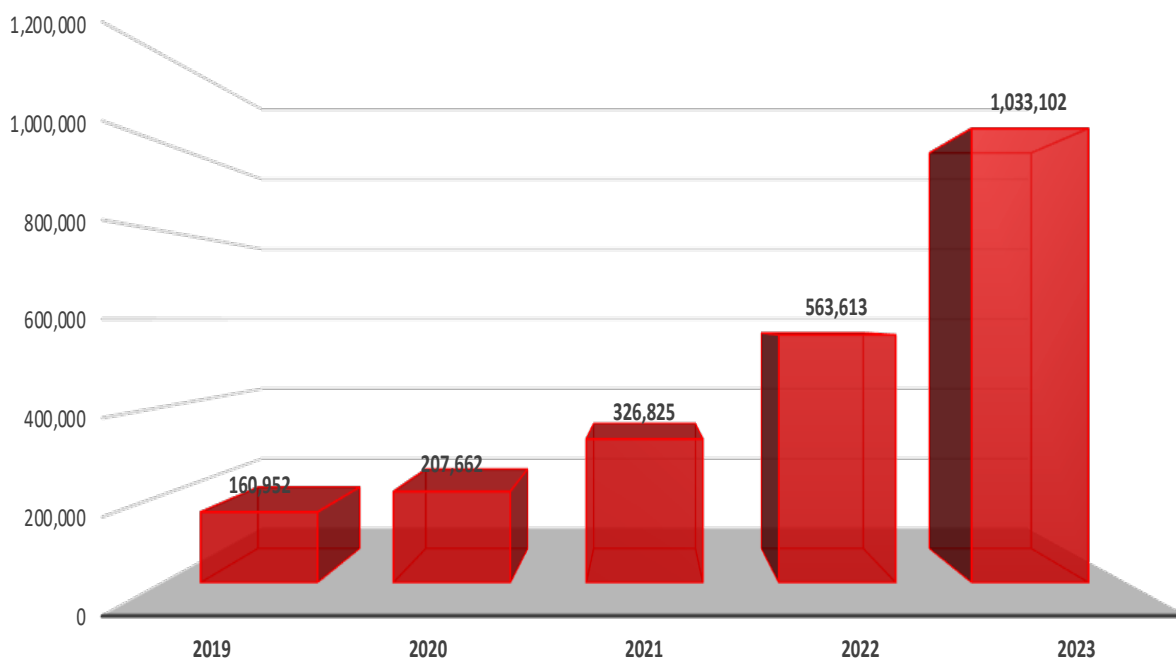
### Ingresos por Ventas

Ventas	2019	2020	2021	2022	2023
Comisión de ventas Restaurantes	61,534	79,994	127,991	223,984	414,370
Comisión de ventas Bares	46,151	59,996	95,993	167,988	310,777
Comisión de ventas <i>Lounges</i>	30,767	39,997	63,995	111,992	207,185
Suscripción a partir de 1er mes	12,000	15,600	24,960	43,680	80,808
Promoción a clientes no suscritos	10,500	12,075	13,886	15,969	19,961
<b>Total ingresos por ventas</b>	<b>160,952</b>	<b>207,662</b>	<b>326,825</b>	<b>563,613</b>	<b>1,033,102</b>

## Ingresos Año 2019



## Incremento de Ventas



### 13.4. Costes de Ventas

Los costes de ventas de OrdénaMe están representados por aquellos servicios en que se incurrirá para asegurar el buen desempeño de las funciones a realizar mediante la plataforma Web/App, estos influyen directamente sobre el producto final y sin los mismo los servicios que ofrecemos no podrían ser llevados a cabo. (Importe en USD).

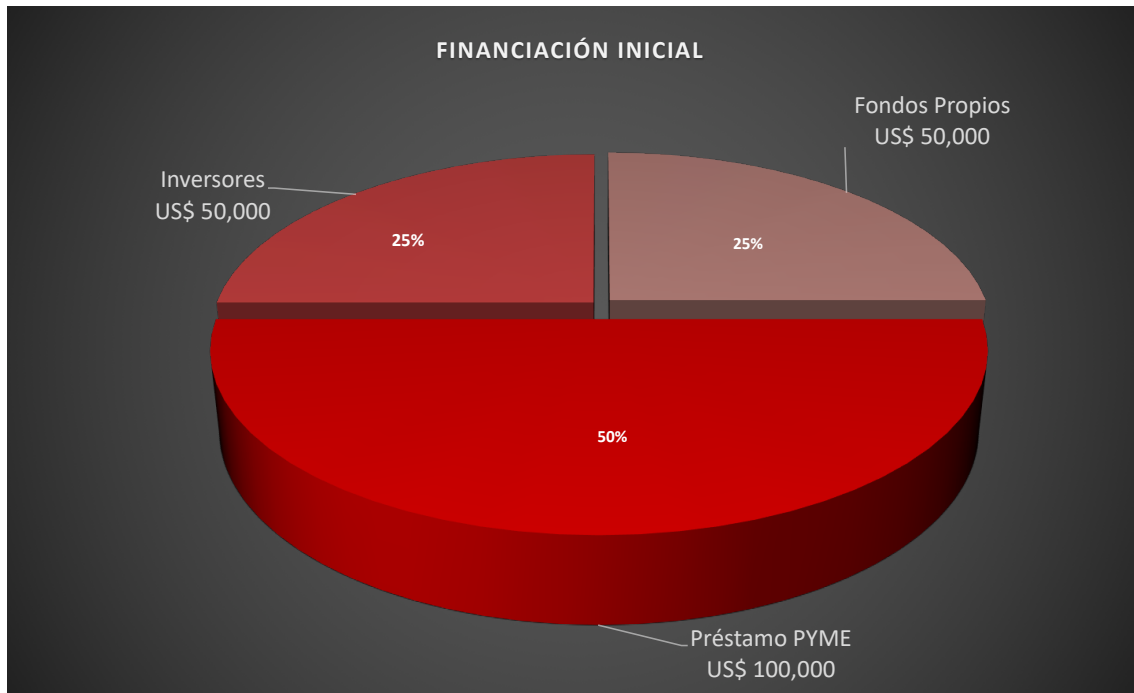
Costes	2019	2020	2021	2022	2023
Servicio de Internet	540	540	540	540	540
Servicio telefónico	540	540	540	540	540
Hosting de la plataforma	106	106	106	106	106
Energía eléctrica	1,321	1,321	1,321	1,321	1,321
Suscripción a método de pago electrónico	1,500	-	-	-	-
Software	21,800	-	-	-	-
Préstamo Pymes	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
Amortización Acumulada	(27,741)	(27,741)	(27,741)	(27,741)	(27,741)
Interés Aproximado	(12,000)	(10,111)	(7,995)	(5,626)	(2,972)
<b>Costes Totales:</b>	<b>64,266</b>	<b>64,655</b>	<b>66,771</b>	<b>69,140</b>	<b>71,794</b>

### 13.5. Financiación

Para asegurar que la implementación y desarrollo de OrdénaMe se ejecute eficientemente la directiva se encargará de aportar fondos propios al capital social, cada una de las socias realizará una aportación de US\$10,000, para un total de US\$50,000.

Se solicitará un préstamo para Pymes con el Banco Popular por un monto de US\$100,000 a una tasa de fija de 12% por 5 años, en caso de que solo obtengamos una parte de este crédito solicitado, trataríamos de compensarlo con la solicitud de un crédito a corto plazo en la misma entidad financiera o en el Banco de Reservas a un tipo de interés que nos convenga.

Realizaremos la captación inversores para que aporten un capital de US\$50,000, para participar en el negocio, estimamos que dicha participación podría estar en torno al 10%.



### Datos Financieros

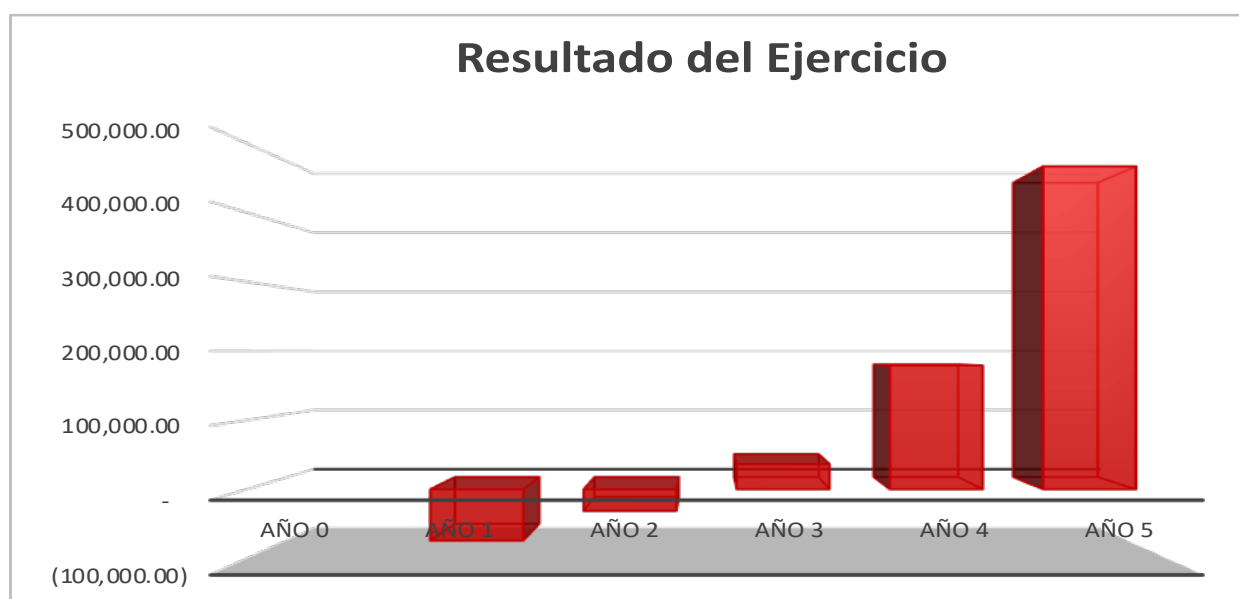
	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Volumen de Ventas</b>	160,952	207,662	326,825	563,613	1,033,102
<b>Cash-Flow</b>	(74,257)	(31,208)	36,476	158,954	466,837
<b>Beneficio Neto</b>	(94,257)	(51,208)	16,476	158,954	446,837
<b>Recursos Propios</b>	50,000	-	-	-	-
<b>Puestos de Trabajo</b>	5	5	9	9	10

### 13.6. Cuenta de Resultados Previsional

Para una comprensión asertiva de la cuenta de resultado previsional de OrdénaMe a continuación se muestra un gráfico en el cual se muestra el crecimiento circunstancial de las utilidades a obtener en el transcurso de los 5 primeros años de ejercicio y funcionamiento de la plataforma Web/App. (Importe en USD).

**Cuenta de Resultados Previsional**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ventas</b>		160,952	207,662	326,825	563,613	1,033,102
<b>CV</b>		64,266	64,655	66,771	69,140	71,794
<b>Margen Bruto</b>		96,685	143,007	260,055	494,472	961,308
<b>Gastos Generales</b>		158,943	164,104	215,583	251,101	326,230
<b>Margen Operativo (EBITDA)</b>		(62,257)	(21,097)	44,471	243,371	635,078
<b>Amortiz (inv. Inicial)</b>		20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
<b>EBIT</b>		(82,257)	(41,097)	24,471	223,371	615,078
<b>Gastos Financieros</b>		12,000	10,111	7,995	5,626	2,972
<b>EBT</b>		(94,257)	(51,208)	16,476	217,745	612,106
<b>ISR</b>		-	-	-	58,791	165,269
<b>B<sup>a</sup> Neto</b>		(94,257)	(51,208)	16,476	158,954	446,837
<b>Flujo de caja operativo</b>		(74,257)	(31,208)	36,476	178,954	466,837



### 13.7. Gastos Fijos

Los gastos fijos de OrdénaMe representan son la principal obligación de la empresa, ya que el monto al que asciende el total de los mismos es sumamente considerable y el mismo es esencial para garantizar el funcionamiento de la empresa, los principales rubros que representan esta partida son: Marketing y publicidad con un 49% del total de los gastos, el pago de nómina que representa un 33% del total de gastos y, por supuesto, Comisión por uso método de pago electrónico que es un gasto fijo que varía (por la naturaleza del mismo) debido a que es directamente proporcional a las ventas que se realicen mediante la plataforma Web/App. . (Importe en USD).

<b>Gastos Operativos fijos</b>	<b>Total Anual USD\$</b>
<b>Alquiler de oficina</b>	\$4,800
<b>Agua</b>	\$150
<b>Mantenimiento de la plataforma</b>	\$4,879
<b>Mantenimiento de oficina</b>	\$2,160
<b>Marketing y publicidad</b>	\$70,942
<b>Comisión por uso método de pago electrónico</b>	1.5 % por ventas mensuales
<b>Pago seguridad social</b>	\$14,662
<b>Pago de nómina</b>	\$48,100
<b>Total</b>	<b>\$145,693</b>

Es importante resaltar que en los periodos posteriores los gastos fijos se verán afectado por un incremento, debido a que se estará incluyendo personal a la nómina de OrdénaMe.

El mantenimiento de la plataforma es uno de los ítems de mayor impacto para la empresa y al cual se le debe dar un arduo seguimiento, debido a que si la plataforma presenta inconvenientes esto se reflejaría una baja en las ventas y podría provocar pérdida de clientes y desconfianza en la plataforma Web/App.

### 13.8. Principales Resultados y Evolución

Al realizar un confrontamiento entre los principales ingresos y costes acentuados anteriormente, se ha realizado una previsión de la cuenta de resultados para los primeros 5 años de funcionamiento de la plataforma Web/App. (Importe en USD).

#### Objetivos Económicos - Financieros

Ventas, Márgenes, Beneficios y Chash-Flow

	2019		2020		2021		2022		2023	
<b>Ventas Previstas</b>	160,952	100%	207,662	100%	326,825	100%	563,613	100%	1,033,102	100%
<b>Crecimiento de las Ventas</b>	-		65%		69%		73%		80%	
<b>Margen Bruto S/Ventas</b>	160,952	100%	207,662	100%	326,825	100%	563,613	100%	1,033,102	100%
<b>EBITDA</b>	-62,257	-39%	-21,097	-10%	44,471	14%	243,371	43%	635,078	61%
<b>EBIT</b>	-82,257	-51%	-41,097	-20%	24,471	7%	223,371	40%	615,078	60%
<b>Beneficio Neto / Ventas</b>	-59%		-25%		5%		28%		43%	
<b>Cash-Flow Económico</b>	-46%		-15%		11%		32%		45%	

Durante el primer año de funcionamiento de OrdénaMe se estará llevando a cabo la fase inicial del desarrollo de la plataforma Web/App y la promoción del mismo, por ende, esta será la etapa de más compromiso económico ya que por no haber ventas elevadas la inversión tendría que ser pujante.

En este año de inicio, 2019, se estará implementando la comercialización de la plataforma Web/ App y la fase de penetración al mercado. En este proceso inicial habrá una financiación considerable para que mediante esta se puedan asumir de manera ágil y eficaz los costes y gastos en los que se incurrirá durante la implementación, así como también se realice lo propio con las pérdidas generadas.

Los costes y gastos en los que se incurrirán durante el primer año de gestión serán los mínimos posibles necesarios, siendo el marketing y los salarios los más considerables debido que de estos depende en gran manera el éxito de la plataforma Web/App, todo debido a el tipo de empresa que somos, si no nos conocen no usaran nuestros servicios y ya que el producto es básicamente utilizado mediante desarrollo de software, el trabajo que se realiza es vía remota.

Durante el segundo año se dará inicio a la segunda fase, penetración en el mercado, también se cerrará con pérdidas, pero no obstante a esto se refleja un de incremento de cuota de mercado y proporcional a este se elevarán las ventas. En esta etapa se buscará un

afianzamiento en el incremento de cuota y solidez para asegurar un posicionamiento en el mercado.

A partir del tercer año se visualiza que los siguientes ejercicios se cerrarán con resultados positivos. En ese tercer periodo se iniciará con la Fase 3 de consolidación, donde se conseguirá que el producto sea un referente en el mercado, se consigan incrementos progresivos de cuota de mercado y una consolidación y solidez de la empresa.

### 13.9. Análisis de los Principales Ratios

Con la finalidad de conocer la viabilidad y autosuficiencia de OrdénaMe se ha procedido a analizar los resultados, balances y estructura empresarial para lograr medir el desempeño económico y financiero de la implementación de la plataforma Web/App, en base a esto se han calculado las siguientes ratios financieros los cuales arrojan una visión a los inversionistas y al público en general sobre la capacidad de autogestión y reproducción de activos en el transcurrir de los años, mostrando mediante estos la empresa desde el punto de vista de la liquidez, solvencia y rentabilidad financiera.

#### Análisis Económico-Financiero

LIQUIDEZ	FÓRMULA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fondo Maniobra	Activo corriente - Pasivo corriente	(89,998)	(138,836)	(122,106)	34,733	476,801
Liquidez Total	Activo corriente / Pasivo corriente	-277%	-464%	-278%	192%	1074%
Prueba Ácida	Activo corriente - Exist. / Pasivo corriente	-256%	-443%	94%	107%	1085%
Tesorería	Tesorería / Pasivo corriente	-334%	-534%	-362%	68%	898%
SOLVENCIA		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cobertura de Intereses	BAIT/Gastos Financieros	-59%	-31%	8%	87%	188%
Solvencia	Activos realizables / Fondos Ajenos	16%	26%	58%	190%	287%
RENTABILIDAD		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rentabilidad Económica (ROI)	BAIT/Activo neto= Margen* Rotación	-118%	-85%	41%	236%	245%
Rentabilidad Financiera (ROE)	BN/Fondos Propios=[ROI+e*(ROI-kd)* (1-t)]	-13%	35%	94%	100%	530%

Flujo Caja Libre accionista	-	(79,570)	(51,956)	14,522	142,434	414,214
-----------------------------	---	----------	----------	--------	---------	---------



Plazos	2019
Plazo Medio de Cobros (Días)	30
Plazo Medio de Pagos (Días)	60

Flujo Caja Proyecto acumulado	-	(79,570)	(131,526)	(117,004)	25,430	439,644
-------------------------------	---	----------	-----------	-----------	--------	---------

Plazo de Recuperación de la Inversión (Pay-Back)	3.67
--	------

VAN (Valor actual neto o valor capital)	250,114
TIR (Tasa interna de rentabilidad)	56%
TIRM (Tasa interna de retorno modificada)	39%

Al visualizar los ratios correspondientes se puede apreciar que, a partir del tercer año de función, la empresa inicia un camino de solidez, solvencia y autosuficiencia económica y financiera, lo cual asegura el desempeño óptimo de sus funciones y el cubrimiento con fondos propios de todos aquellos compromisos en los que se incurran para garantizar el mismo.

Mediante el TIR nos damos cuenta que es un proyecto rentable, puesto que arroja un 56% de rentabilidad al accionista en base a la inversión realizada, mientras que el TIRM indica un 39% asegurable de retorno, lo que representa un 29% más de lo exigible por los inversores.

## 14. BIBLIOGRAFÍA

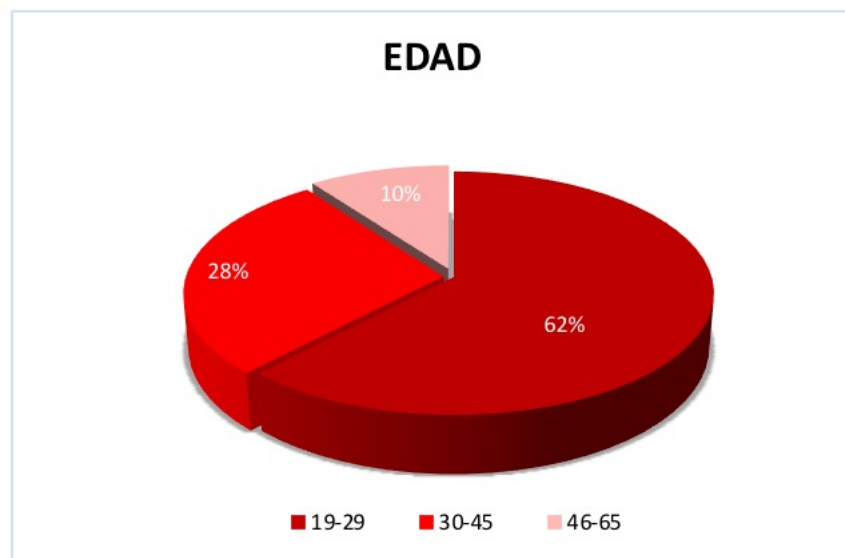
- <https://www.eldinero.com.do/58567/transacciones-via-aplicaciones-moviles-alcanzan-los-rd646-9-millones/>
- <http://www.monografias.com/trabajos89/medio-ambiente-republica-dominicana/medio-ambiente-republica-dominicana.shtml#xzz5E6GZWGDP>
- <http://www.monografias.com/trabajos89/medio-ambiente-republica-dominicana/medio-ambiente-republica-dominicana.shtml#xzz5E6GJcFRM>
- <http://www.monografias.com/trabajos89/medio-ambiente-republica-dominicana/medio-ambiente-republica-dominicana.shtml#xzz5E6G6pSMu>
- [https://www.bancentral.gov.do/noticias/notas\\_bc/archivos/bc20170805.pdf](https://www.bancentral.gov.do/noticias/notas_bc/archivos/bc20170805.pdf)
- <http://www.omg.com.do/guia-de-negocios-industria-y-comercio/>
- <https://digicommybernet.blogspot.com/2016/11/la-industria-dominicana-desarrollo-agricola-y-expotaciones.html>
- [https://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa\\_de\\_la\\_Rep%C3%BAblica\\_Dominicana](https://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_la_Rep%C3%BAblica_Dominicana)
- [http://countrymeters.info/es/Dominican\\_Republic](http://countrymeters.info/es/Dominican_Republic)
- [https://www.indexmundi.com/es/republica\\_dominicana/distribucion\\_por\\_edad.html](https://www.indexmundi.com/es/republica_dominicana/distribucion_por_edad.html)
- <https://www.datosmacro.com/demografia/esperanza-vida/republica-dominicana>
- <https://www.listindiario.com/economia/2017/06/28/471860/el-comercio-electronico-alcanza-48-2-de-negocios>
- <https://www.eldinero.com.do/13164/las-telefonicas-orange-claro-viva-o-tricom/>
- [http://www.do.undp.org/content/dominican\\_republic/es/home/ourwork/environmentandenergy/in\\_depth/](http://www.do.undp.org/content/dominican_republic/es/home/ourwork/environmentandenergy/in_depth/)
- <https://www.google.com.do/search?q=de+cuanto+es+el+pib+de+republica+dominicana&oq=de+cuanto+es+el+pib+de+re&aqs=chrome.1.69i57j0l5.12916j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- <http://www.ilo.org/dyn/natlex/docs/WEBTEXT/29744/64852/S92DOM01.htm>
- <http://www.senado.gov.do/masterlex/MLX/Originales/1C/2/11/18/193/772%20LEY%20QUE%20REGULA%20LOS%20HORARIOS%20DE%20OPERACI%C3%93N%20DE%20LAS.doc>
- <https://pcel.com/Hewlett-Packard-E2B14LTABM-108620>
- <https://www.dgii.gov.do/informacionTributaria/publicaciones/estudios/Documents/Concentraci%C3%B3nMercadoRD.pdf>
- [http://censo2010.one.gob.do/volumenes\\_censo\\_2010/vol1.pdf](http://censo2010.one.gob.do/volumenes_censo_2010/vol1.pdf)
- Proyecto de fin de master RFOODS**
- <http://www.tss.gov.do/>
- <https://www.dgii.gov.do/legislacion/leyesTributarias/Documents/126-02.pdf>
- <https://www.dgii.gov.do/legislacion/leyesTributarias/Documents/479-08.pdf>
- <file:///C:/Users/Analista/Downloads/Niveles%20Salariales%20Actividad%20Economic%20MLAD.pdf>
- <https://es.slideshare.net/CarmenMansillaPrieto/plan-de-medios-deliveroo>
- [https://campus.eoi.es/webapps/blackboard/execute/content/file?cmd=view&content\\_id=\\_230054\\_1&course\\_id=\\_1268\\_1](https://campus.eoi.es/webapps/blackboard/execute/content/file?cmd=view&content_id=_230054_1&course_id=_1268_1)
- <https://www.emprendepyme.net/plan-de-comercializacion.html>
- <https://www.gabrielneuman.com/desarrollar-plan-de-ventas-proyecto/>
- <https://blog.hubspot.es/marketing/como-crear-plan-comercial>
- <https://adriansanchez.es/etapas-plan-de-marketing-ii-objetivos-y-estrategias/>
- <https://es.surveymonkey.com/>



**ANEXOS**

### 15.1. Resultados de Encuestas a los Usuarios

Edad	Frecuencias	%
De 15 a 19	36	28
De 20 a 45	80	62
De 46 a 65	13	10
<b>Total</b>	<b>129</b>	<b>100%</b>



El rango de edad más frecuente entre los encuestados es de 20 a 45 años con un porcentaje del 62%

Sector	Frecuencias	%
D.N.	64	49
Otras zonas	65	51
<b>Total</b>	<b>129</b>	<b>100%</b>



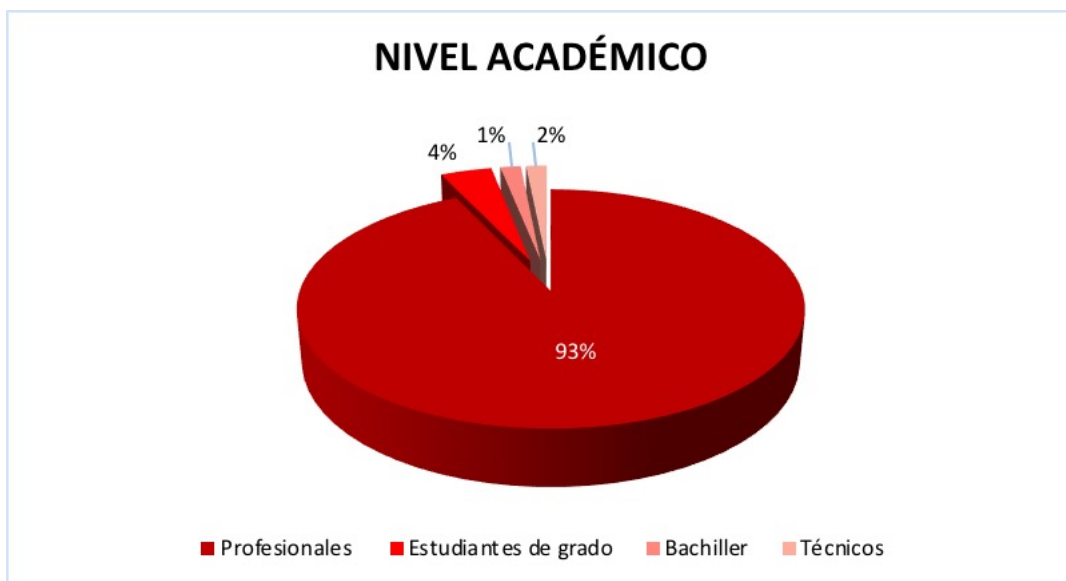
La cantidad de usuarios encuestados el 49% reside en la Zona Metropolitana de Santo Domingo.

Restaurantes Próximos	Frecuencias	%
Si	82	65
No	45	35
Total	127	100%



De los 127 encuestados que el 65% contestaron afirmativamente de que poseen ofertas de restaurantes aledaños a su sector de residencia

Nivel académico	Frecuencias	%
Profesionales	119	93
Estudiantes de grado	5	3
Bachiller	2	2
Técnicos	2	2



El 93% de los encuestados poseen una licenciatura o maestría con un total de muestra de 128 personas.

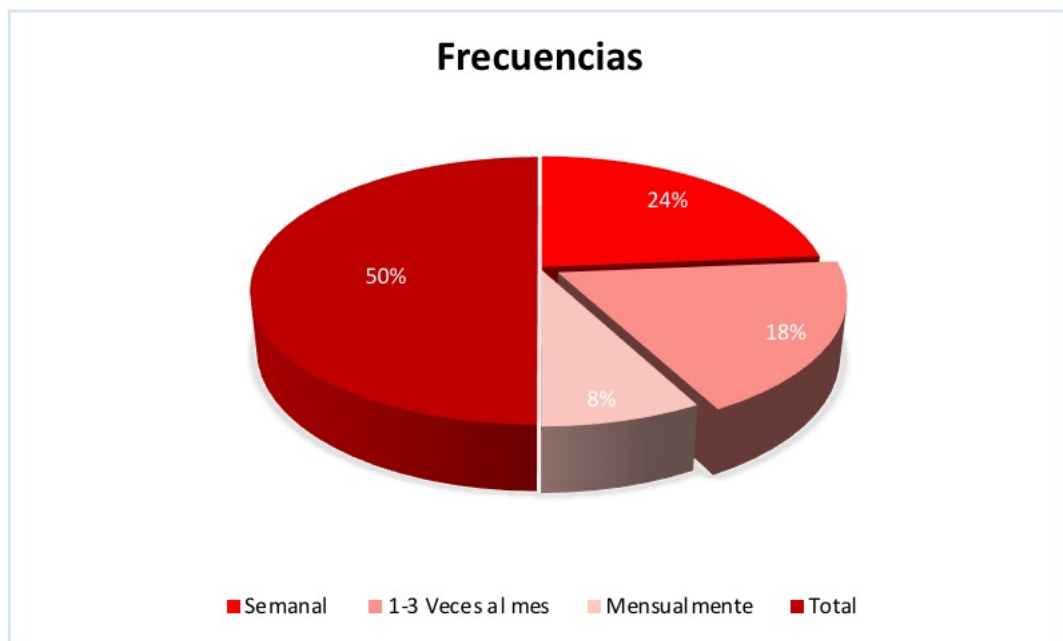
Lugares favoritos para comer	Frecuencias	%
Restaurantes	80	63
Comida rápida	47	37
<b>Total</b>	<b>127</b>	<b>100%</b>



El 63% de los encuestados prefieren comer en restaurantes a la hora de comer mientras que el restante 37% comida rápida.

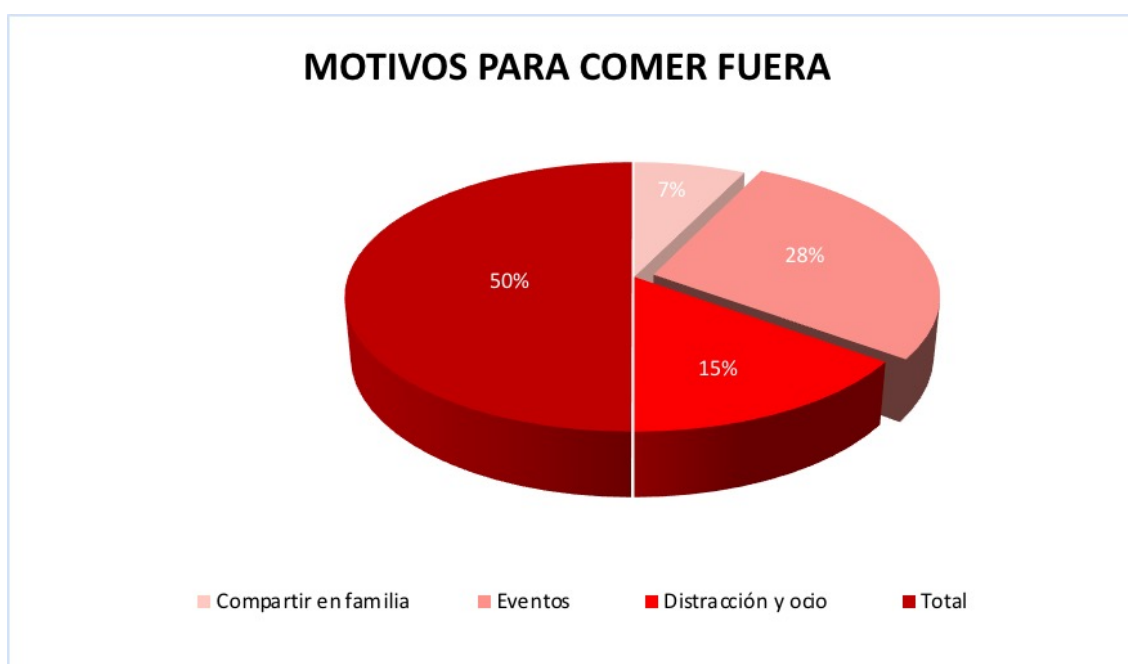


Frecuencia de salida a comer fuera	Frecuencias	%
Semanal	61	47
1-3 Veces al mes	48	37
Mensualmente	20	15
<b>Total</b>	<b>129</b>	<b>100%</b>



Tras recopilar las informaciones de los encuestados en su mayoría con 47% de los entrevistados salen a comer fuera semanalmente.

Motivos para comer fuera	Frecuencias	%
Compartir en familia	17	15
Eventos	65	50
Distracción y ocio	35	30
Total	117	100%



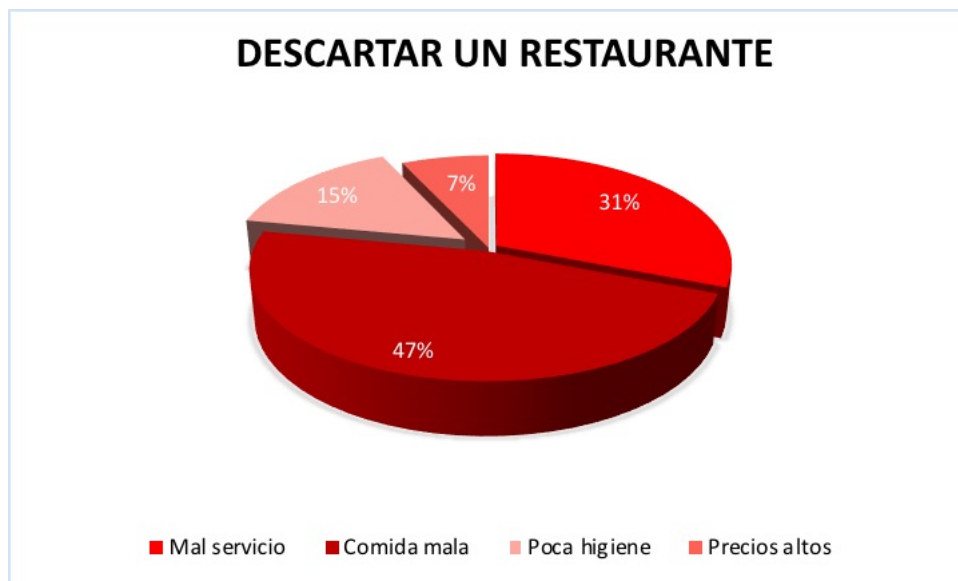
Con un porcentaje de 50% la mayoría de los encuestados salen a comer a restaurantes con motivo de eventos, cumpleaños y compartir.

Exigencias de preferencia	Frecuencias	%
Calidad	70	54
Precio	24	19
Buen Servicio	35	27
Total	129	100%



El 54% de los encuestados a la hora de apuntar por un restaurante este debe de poseer calidad y un buen servicio al cliente con 27% respectivamente.

Descartar un Restaurante	Frecuencias	%
Mal servicio	40	31
Comida mala	60	47
Poca higiene	20	15
Precios altos	9	7
<b>Total</b>	<b>129</b>	<b>100%</b>



El 47% de los encuestados descartan la recurrencia de un restaurante por la mala comida o baja calidad en sus productos.

Calidad en el servicio de pago	Frecuencias	%
Excelente	41	33
Bueno	34	27
Regular	25	20
Malo	25	20
<b>Total</b>	<b>125</b>	<b>100%</b>



El 33% de los clientes están de satisfechos con el servicio y calidad en la forma de pago.

Dificultades al salir a comer	Frecuencias	%
Tránsito o tráfico	51	41
Distancia	24	19
Tiempo	19	15
Disponibilidad de parqueo	31	25
<b>Total</b>	<b>125</b>	<b>100%</b>



El 41 % de los clientes tienen como principal dificultad antes de salir a comer el tránsito o tráfico.

Medio de reserva a utilizar	Frecuencias	%
Teléfono	90	72
Presencial	35	28
<b>Total</b>	<b>125</b>	<b>100%</b>



El 72% de los clientes realizan sus reservas en los restaurantes medio vía teléfono, reflejando así su forma preferida de reserva.

Calidad en los servicios generales	Frecuencias	%
Excelente	52	41
Bueno	31	25
Regular	26	21
Malo	16	13
<b>Total</b>	<b>125</b>	<b>100%</b>



En la calidad de en los servicios el 41 % de los clientes consideran que son excelentes ya que si la gran mayoría ha hecho una evaluación de estos.



Reacciones al servicio lento	Frecuencias	%
Se molesta	35	27
No vuelve	70	54
Se retira	15	12
Se queja con el gerente	9	7
<b>Total</b>	<b>129</b>	<b>100%</b>



El 54% de los usuarios tiende a no volver al local si los servicios son muy lentos.

Conocimiento de personas identificadas con la misma situación	Frecuencias	%
Si conoce	95	74
No conoce	34	26
<b>Total</b>	<b>129</b>	<b>100%</b>



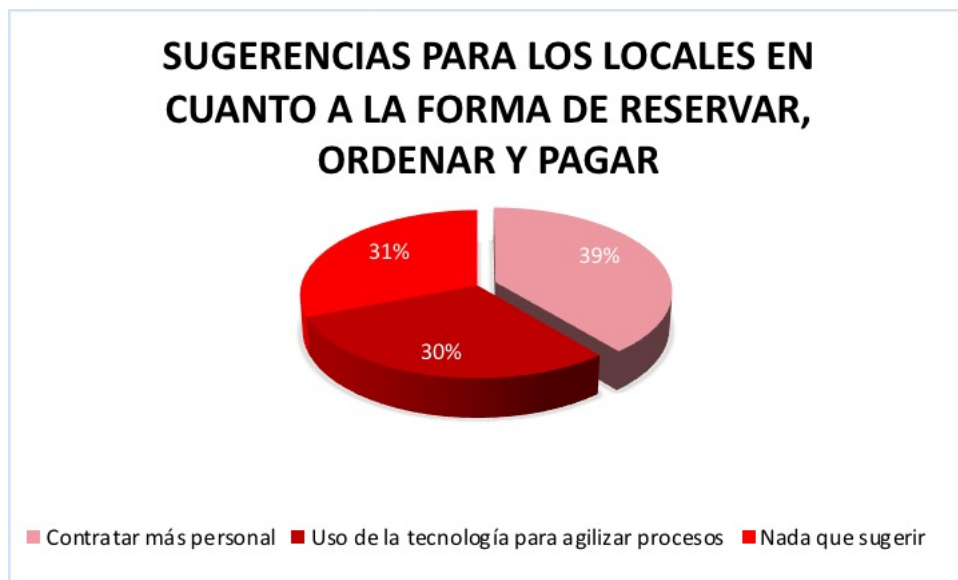
El 74% de los usuarios tiene conocimiento de otras personas que pasan por la misma situación en cuanto al servicio lento de algunos restaurantes.

Sugerencias para los locales	Frecuencias	%
No recomiendan nada	80	62
Más espacio para parqueos	15	12
Más agilidad para los servicios	34	26
<b>Total</b>	<b>129</b>	<b>100%</b>



El 62% de los usuarios no recomiendan nada a los locales para una mejoría en sus servicios.

Sugerencias para los locales en cuanto a la forma de reservar, ordenar y pagar	Frecuencias	%
Contratar más personal	50	39
Uso de la tecnología para agilizar procesos	39	30
Nada que sugerir	40	31
<b>Total</b>	<b>129</b>	<b>100%</b>



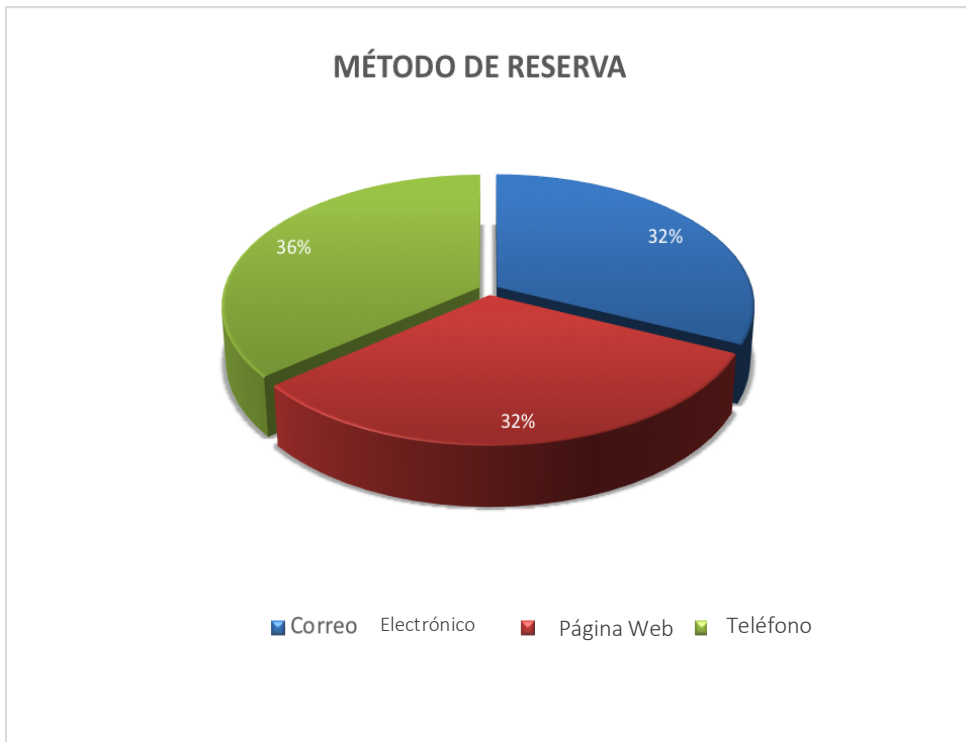
El 50% de los usuarios entiende que la solución a las problemáticas en cuanto a reservar, ordenar y pagar es la contratación de más personal para mejor flujo de las operaciones

<b>Le gustaría una App en cual pueda reservar, ordenar y pagar en los restaurantes</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>%</b>
Si	110	85
No	19	15
<b>Total</b>	<b>129</b>	<b>100%</b>

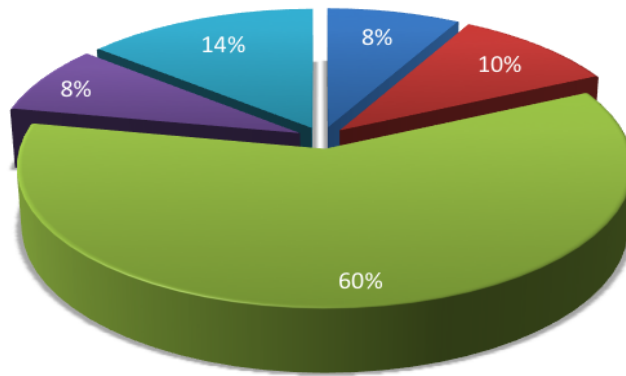


El 85% de los usuarios encuestados están interesados en una App por medio de la cual puedan reservar, ordenar y pagar en los restaurantes.

### 15.1.1. Resultados de Encuestas a los Clientes

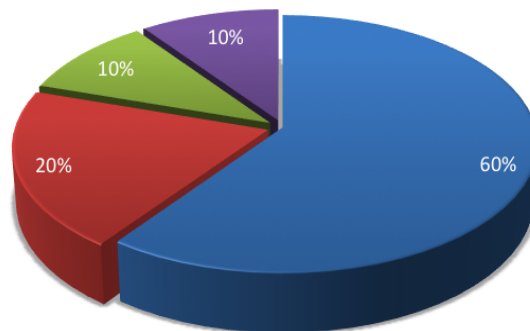


### SERVICIOS ADICIONALES



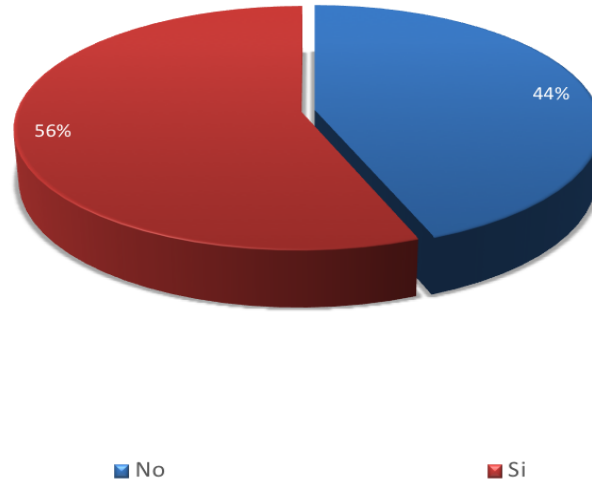
- Área exterior/ Fumadores
- Delivery
- Ninguno
- Vallet Parking
- Wifi

### CANTIDAD DE EMPLEADOS

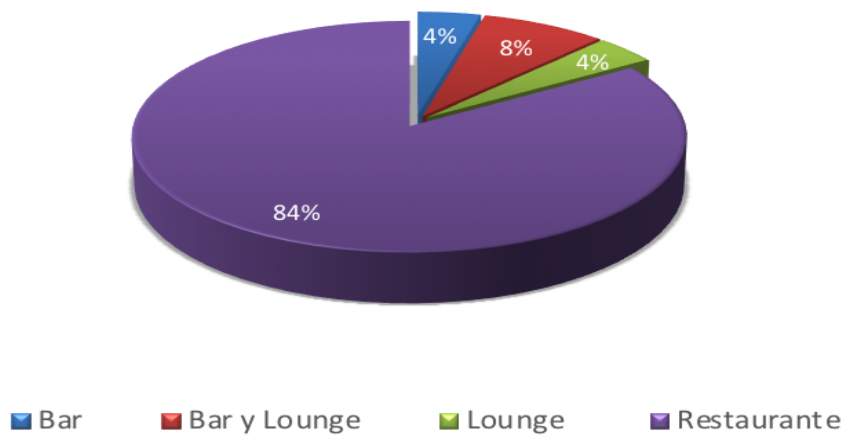


- 10-15
- 16-20
- 21-30
- 5-9

### INTERESADOS EN PERCEPCIÓN DEL CLIENTE

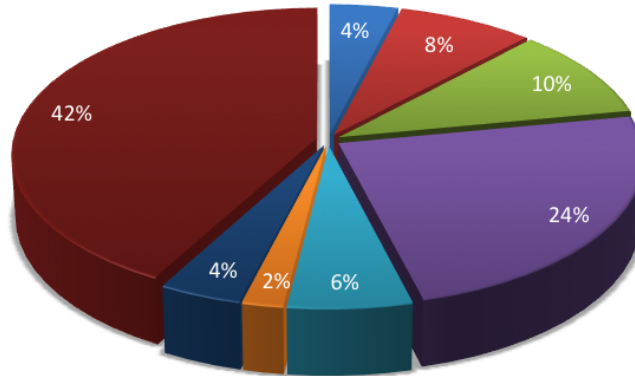


### TIPOS DE SERVICIOS





### DIFICULTADES PARA RESERVAR, ORDENAR Y PAGAR



















































































- Desorganización por el cúmulo de personas
- Negligencia por parte de los empleados
- Problemas con el sistema
- Quizás qué hay que hacerlo a tiempo
- Falta de mesas disponibles
- Ninguno
- Que el cliente tenga todo a tiempo
- Tiempo de espera

### 15.1.2. Entrevista para clientes (Restaurantes, Bares y Lounges)

<b>NOMBRE ESTABLECIMIENTO:</b>	<b>DEL</b>	Chef Pepper
<b>TIPO DE NEGOCIO:</b>		Restaurante
<b>UBICACIÓN:</b>		Zona Metropolitana

1. **¿Qué tipo de servicios de restaurante ofrece?** Restaurante
2. **¿Se puede hacer reservas en este restaurante? En caso de ser afirmativo, ¿Cuál es la forma para realizar las mismas?** No
3. **¿Cuál es la logística que utilizan al momento de tomar la orden?** El mesero va a la mesa y toma la orden.
4. **¿Cuál es el sistema que usan para cobrar?** Pago en efectivo y con tarjeta de crédito y débito.
5. **¿Qué tipo de Carta maneja? ¿Es la más adecuada para su establecimiento? ¿Por qué?** Carta de Hamburguesa, carta elegante, carta de cervecería.
6. **¿Con cuántos empleados cuenta en su establecimiento? ¿Son suficientes para una satisfactoria atención al usuario?** 16 resolvemos
7. **¿Qué medios utiliza para promocionar su restaurante/ bar/lounge?** Redes sociales, publicidad exterior y brochure.
8. **¿Qué servicios adicionales ofrece su establecimiento? ¿Cree que son necesarios o de utilidad al cliente?** Delivery
9. **¿Le gustaría una aplicación que le ayude a agilizar las reservas, las órdenes y los pagos de sus clientes? ¿Por qué?** Si, reducción de costos, operación logística.
10. **¿Alguna vez han realizado encuestas de satisfacción a sus clientes?** Si
11. **¿Tienen conocimiento sobre la percepción que tiene el cliente respecto a los servicios que ofrecen?**  
Si
12. **¿Cuáles son las mayores dificultades que se presentan al momento de efectuar las reservas, tomar las órdenes y generar las cuentas de cada cliente?**  
Desorganización por el cúmulo de personas, Tiempo de espera.

## 15.2. Cuadro Comparativo de OrdénaMe vs. Otras Plataformas

Servicios	 BOCAO <small>COMO, DEBO, VIVO y LO COMPARTO</small>	 Gustazos	 m menu.com.do	 eltenedor <small>el tenedor company</small>	 rdénaMe
Menús actualizados					
Agilizar los procesos					
Canal de promoción de los servicios					
Sección de calificación y comentarios de los usuarios					
Mapa con ubicación de los locales					
Ranking de los lugares más populares					
Comparar menús y precios					
Sistema de fidelización					
Descarga gratis					
Disponibilidad web/app					
Plataforma funcional y eficiente					
Encontrar todo tipo de locales de hostelería					
Gestionar reservas					
Opción de ordenar					
Opciones de pago					

### 15.3. CANVAS - Modelo de Negocio OrdénaMe

#### SOCIOS CLAVE



- Proveedores de tecnología (E-commerce)

- Método de pago (PayPal, Azul, Cardnet)

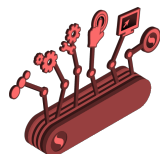
#### ACTIVIDADES CLAVE

- Desarrollo y mantenimiento del sistema tecnológico.
- Monitoreo de solicitudes y pedidos.
- Calidad servicio al cliente.
- Desarrollo de producto.
- Publicidad
- Reservas
- Promociones



#### RECURSOS CLAVE

- Programadores y desarrolladores.
- Servidores y base de datos
- Departamento de servicio al usuario.



#### PROPUESTA DE VALOR



Restaurantes, Bares y Lounges

- Agilizar los procesos.
- Conseguir más clientes y fidelizar los actuales.
- Mejor experiencia de cliente (CX, UX)

Usuarios:

- Hacer reservaciones y pre ordenar en restaurantes, bares y *lounges*
- Disminución de los tiempos de espera.
- Recomendaciones.
- Comparar precios y catálogo de servicios.
- Evitar clonaciones de tarjetas.

#### RELACIÓN CON LOS CLIENTES

- Relación directa con los posibles targets
- Recompensas promocionales



#### CANALES

- Plataforma Web
- App
- Redes sociales
- Revistas especializadas
- Marketing online
- Tiendas online



#### SEGMENTACIÓN DE CLIENTES



Clientes

- Restaurantes, bares y lounges más populares de la zona metropolitana.

Usuarios:

- Personas asiduas a restaurantes, bares y *lounges*.

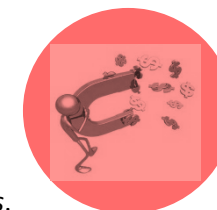
#### ESTRUCTURA DE COSTES

- Creación y mantenimiento de plataforma y app (programadores)
- Dominio de la página web
- Personal de ventas
- Marketing y de Publicidad.
- Personal de servicio al cliente.



#### FUENTES DE INGRESOS

- Comisión por orden.
- Suscripción por uso de la aplicación.
- Publicidad por promoción de restaurantes, bares y *lounges*.



<b>ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>Ubicación</b>	<b>Título del puesto</b>
Oficina de OrdénaMe	<b>Gerente General</b>
<b>1. Naturaleza de la Función</b>	
<p>Responsable por la dirección y representación legal, estableciendo las políticas generales que regirán a la empresa. Desarrolla y define los objetivos organizacionales. Planifica el crecimiento de la empresa a corto y a largo plazo. Selecciona el personal adecuado para cada puesto, Además presenta al Directorio los estados financieros, el presupuesto, programas de trabajo y demás obligaciones que requiera.</p>	
<b>2. Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear el plan estratégico de la empresa</li> <li>• Seleccionar los candidatos idóneos de cada puesto.</li> <li>• Dirigir el personal de la empresa</li> <li>• Encargado de la capacitación anual de los empleados</li> <li>• velar por el cumplimiento de las operaciones de los colaboradores.</li> <li>• Planificar Metas a corto y mediano plazo.</li> </ul>	
<b>3. Formación y Experiencia</b>	
<p><b>A. Formación</b> Lic. En Administración de Empresas, Ingeniería Industrial Máster de MBA o en Materia Gerencial</p> <p><b>B. Experiencia Laboral</b> 5 años de experiencia</p>	
<b>4. Cualidades Personales</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener entre 27 a 40 años.</li> <li>• El trabajo exige alternativas de solución por lo que se requiere tener Iniciativa.</li> <li>• Tener capacidad de expresarse y transmitir sus ideas con claridad.</li> <li>• Tener Ética y Moral. ab</li> <li>• Habilidades directivas</li> </ul>	

<b>ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>Ubicación</b>	<b>Título del puesto</b>
Oficina de OrdénaMe	<b>Gerente de Contabilidad</b>
<b>1. Naturaleza de la Función</b>	
<p>Garantizar el adecuado registro de las operaciones económicas de la empresa, supervisando la elaboración de la contabilidad financiera, analítica y, en su caso, los estados de cuentas consolidados para facilitar la identificación, medida y comunicación de la información económico- financiera, dirigida hacia la formación de juicios o la toma de decisiones por parte de los directivos con el fin de obtener la máxima rentabilidad empresarial.</p>	
<b>2. Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confección de cuentas anuales y cierre del ejercicio.</li> <li>• Elaboración de la información que servirá de soporte para la preparación del presupuesto.</li> <li>• Supervisión directa de la corrección de los apuntes contables efectuados.</li> <li>• Elaboración de informes de la evolución de los estados contables para la Dirección.</li> <li>• Confección de la contabilidad analítica y, en su caso, consolidación de balances.</li> <li>• Realización de conciliaciones bancarias.</li> <li>• Gestión, control y conformación de facturas de proveedores y acreedores</li> </ul>	
<b>4. Formación y Experiencia</b>	
<p><b>A. Formación</b> Lic. En Contabilidad Maestría en Finanzas</p> <p><b>B. Experiencia Laboral</b> 5 años de experiencia</p>	
<b>5. Cualidades Personales</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener entre 25 a 35 años.</li> <li>• El trabajo exige alternativas de solución por lo que se requiere tener Iniciativa.</li> <li>• Tener capacidad de expresarse y transmitir sus ideas con claridad.</li> <li>• Tener Ética y Moral.</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Buenas relaciones humanas</li> </ul>	

<b>ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>Ubicación</b>	<b>Título del puesto</b>
Oficina de Ordéname	<b>Gerente de Marketing</b>
<b>1. Naturaleza de la Función</b>	
Desarrollar e implementar las mejores estrategias de marketing a corto y largo plazo de la empresa. Desarrollar estrategias publicitarias que impacten.	
<b>2. Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar la Marca</li> <li>• Realizar investigaciones de mercados</li> <li>• Analizar las actividades de publicidad y rendimiento de las ventas.</li> <li>• Dirigir las relaciones publicas</li> <li>• Preparar los informes y reportes de ventas.</li> <li>• Planificar Metas a corto y mediano plazo.</li> </ul>	

<b>3. Formación y Experiencia</b>
<p><b>A. Formación</b> Lic. en Mercadeo</p> <p><b>B. Experiencia Laboral</b> 5 años de experiencia</p>
<b>4. Cualidades Personales</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener entre 25 a 35 años.</li> <li>• El trabajo exige alternativas de solución por lo que se requiere tener Iniciativa.</li> <li>• Tener capacidad de expresarse y transmitir sus ideas con claridad.</li> <li>• Tener Ética y Moral.</li> <li>• Buenas relaciones humanas.</li> </ul>

### ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO

Ubicación	Título del puesto
Oficina de Ordéname	Servicio al Cliente
<b>1. Naturaleza de la Función</b>	
<p>Se encarga de proporcionar a los usuarios información y soporte con relación a los productos o servicios de la empresa. Además, es quien se encarga de canalizar las quejas, reclamos y sugerencias.</p>	
<b>2. Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejar conflictos</li> <li>• Asistir en las ventas</li> <li>• Gestionar tareas generales</li> <li>• Brindar soporte gerencial</li> <li>• coordinar reservas y citas de los directivos.</li> <li>• Dar información de horarios, atención y disponibilidad de productos y servicios.</li> </ul>	
<b>3. Formación y Experiencia</b>	
<p><b>A. Formación</b></p> <p>Estudiante de administración, psicología industrial, negocios internacionales o carreras afines.</p> <p><b>B. Experiencia Laboral</b></p> <p>2 años de experiencia</p>	
<b>4. Cualidades Personales</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener entre 22 a 35 años.</li> <li>• se requiere tener Iniciativa.</li> <li>• Tener capacidad de expresarse y transmitir sus ideas con claridad.</li> <li>• Tener Ética y Moral.</li> <li>• Buenas relaciones humanas</li> <li>• Poseer autocontrol</li> </ul>	



### 15.4.1 Entorno Legal

**LEY 279-08, Ley general de las sociedades comerciales y empresas individuales de responsabilidad limitada.**

**Descripción de sociedades, aportaciones y funciones de cada uno de los socios.**

Ley General de las Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada fue promulgada el 11 de diciembre del año 2018 bajo el número 479-08.

Esta reconoce los tipos societarios consagrados en el Código de Comercio, pero a su vez, introduce dos nuevos: Las Sociedades de Responsabilidad Limitada (SRL) y las Empresas Individuales de Responsabilidad limitada (EIRL). De esta manera, en República Dominicana a la fecha se reconocen y regulan seis (6) tipos de sociedades:

**Sociedades en Nombre Colectivo:** Se trata de una sociedad externa que realiza actividades mercantiles o civiles bajo una razón social unificada, respondiendo los socios de las deudas que no pudieran cubrirse con el capital social. Es un tipo de sociedad en la que algún socio no aporta capital, solo trabajo y se denomina socio industrial.

**Sociedades en Comandita Simple:** es una sociedad de tipo personalista que se caracteriza por la coexistencia de socios colectivos, que responden ilimitadamente de las deudas sociales y participan en la gestión de la sociedad, y socios comanditarios que no participan en la gestión y cuya responsabilidad se limita al capital o comprometido con la comandita

**Sociedades en Comandita por Acciones:** Son las que se componen de uno o varios socios comanditados que tendrán la calidad de comerciantes y responderán indefinida y solidariamente de las deudas sociales, y de socios comanditarios, que tendrán la calidad de accionistas y solo soportarán las pérdidas en la proporción de sus aportes.

**Sociedades de Responsabilidad Limitada (SRL):** Es un tipo de sociedad mercantil en la cual la responsabilidad está limitada al capital aportado, y, por lo tanto, en el caso de que se contraigan deudas, no se responde con el patrimonio personal de los socios.

**Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL),** tiene su origen en la República Dominicana con la promulgación de la Ley N° 479-08 el 11 de diciembre del año 2008.

La finalidad de la creación de esta figura legal es doble:

Potenciar el desarrollo de nuevas iniciativas comerciales de pequeños empresarios. Poner fin a la vieja práctica nacional de las “sociedades ficticias”, que consistía en constituir una sociedad en que uno de los socios tiene un 94% y los demás socios, sólo un 1%.

**Sociedades Anónimas (S.A.):** Es aquella sociedad mercantil cuyos titulares lo son en virtud de una participación en el capital social a través de títulos o acciones. Existen sociedades anónimas tanto de capital abierto como de capital cerrado.

La ley 126-02 que regula el comercio electrónico en República Dominicana y conforme a su reglamento de aplicación. Considerando este régimen legal y reglamentario permitirá el desarrollo del comercio electrónico y facilitando el acceso de la comunidad a la información y servicios, aumentando la eficiencia de sus organizaciones, mediante la digitalización de sus procedimientos, el acceso remoto a bases de datos y la facilidad de la información y comunicación de servicios, con la consecuente reducción de tiempo, así como de costos asociados al suministro de estos.

Mencionaremos aspectos competentes para la creación de Ordéname en República Dominicana, los cuales regularan este tipo de comercio en el país.

**Certificado (Certificado Digital):** Es el documento digital emitido y firmado digitalmente por una Entidad de Certificación, que identifica unívocamente a un suscriptor durante el periodo de vigencia del certificado, y que se constituye en prueba de que dicho suscriptor es la fuente o el originador del contenido de un documento digital o mensaje de datos que incorpore su certificado asociado.

### **ARTICULO 3.- Ley 126-02 SOBRE COMERCIO ELECTRONICO, DOCUMENTOS Y FIRMAS DIGITALES.**

**3.2.** El INDOTEL constituye la única institución del Estado con calidad legal para autorizar la instalación y operación de servicios públicos y privados de certificación digital en el territorio nacional, no pudiendo ser sustituida esta facultad por ninguna otra autoridad centralizada, autónoma o descentralizada del Estado.

### **ARTICULO 9.- Practicas de Certificación.**

9.1. Las Entidades de Certificación contarán con reglas específicas sobre sus prácticas de certificación, consistentes en una descripción detallada de las políticas, procedimientos, mecanismos y condiciones de prestación de 10s servicios, así como las obligaciones que asumen.

9.2. Las Prácticas de Certificación deben declarar el cumplimiento de los requisitos señalados en el Artículo 68 de este Reglamento, con excepción de la póliza de seguro que se acredita por medio de la presentación de la misma.

9.3. Las Practicas de Certificación deben ser objetivas y no discriminatorias, deben estar publicadas de conformidad con el Artículo 38 de la Ley y el presente Reglamento y se deben comunicar a 10s suscriptores y usuarios de manera sencilla y en idioma español.

9.4. deberán ser remitidas junto a la solicitud de autorización.

9.5. Las Políticas de Certificación deberán ser publicadas y actualizadas en forma permanente y deben estar accesibles a1 público por medios electrónicos, en la dirección correspondiente a1 sitio de que disponga la Entidad de Certificación, en el boletín del INDOTEL y en el sitio de Internet del INDOTEL.

9.6. enunciativa, por lo menos la siguiente información:

a. **Datos Generales:** Las Políticas de Certificación están sujetas a la aprobación del INDOTEL y Las disposiciones de las Practicas de Certificación deberán contener de manera i) El nombre, la dirección física y el número telefónico de la Entidad de Certificación;

El número del Registro Nacional de Contribuyente (RNC);

La dirección electrónica, en la cual serán válidas las comunicaciones y notificaciones; El certificado digital que contiene la clave pública actual de la Entidad de Certificación;

El resultado de la evaluación obtenida por la Entidad de Certificación en la última auditoría realizada por el INDOTEL;

Si la autorización para operar como Entidad de Certificación ha sido revocada o suspendida, este registro deberá incluir la fecha de la revocación o suspensión para operar para todos los casos en los cuales se haya producido;

Los límites impuestos a la Entidad de Certificación en la autorización para operar; Y Cualquier evento que sustancialmente afecte la capacidad de la Entidad de Certificación para operar.

**ORDÉNAME, S.R.L.**

*Capital Social: US\$50,000.00*

*Domicilio Social: Av. Winston Churchill #77, Edificio Lama, piso 2 ofi.208*

*Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana*

**NÓMINA DE LOS SOCIOS PRESENTES O REPRESENTADOS EN LA ASAMBLEA GENERAL CONSTITUTIVA DE SOCIOS DE LA SOCIEDAD ORDÉNAME, S.R.L., CELEBRADA EN FECHA OCHO (08) DEL MES DE JUNIO DEL AÑO DOS MIL DIECIOCHO (2018).**

<b>SOCIOS</b>	<b>NÚMERO DE CUOTAS SOCIALES</b>	<b>NÚMERO DE VOTOS</b>
<b>JOHANNA MONTERO</b> , dominicana, mayor de edad, soltera, titular y portadora de la cédula de identidad y electoral No. 001-2301572-3, domiciliado y residente en esta ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana.	10,000	200
<b>MARÍA GUTIÉRREZ</b> , dominicana, mayor de edad, soltera, titular y portadora de la cédula de identidad y electoral No. 001-0153117-5, domiciliada y residente en esta ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana.	10,000	200
<b>DARIANA GARRIDO</b> , dominicana, mayor de edad, soltera, titular y portadora de la cédula de identidad y electoral No.		

103-8623543-4, domiciliada y residente en esta ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana. 10,000 200

**LILIBERKA REYES**, dominicana, mayor de edad, soltera, titular y portadora de la cédula de identidad y electoral No. 001-1521479-7, domiciliada y residente en esta ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana. 10,000 200

**NERIANNY ALCANTARA** dominicana, mayor de edad, soltera, titular y portadora de la cédula de identidad y electoral No. 001-5632147-0, domiciliada y residente en esta ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana. 10,000 200

**A) Total de cuotas sociales 50,000**

**1000**

B) TOTAL DE VOTOS

**CERTIFICAMOS SU CONFORMIDAD**, en la ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, capital de la República Dominicana, a los veinte (08) días del mes de junio del año dos mil dieciséis (2018).

**ORDÉNAME, S.R.L.**

*Capital Social: US\$50,000.*

*Domicilio Social: Av. Winston Churchill #77, Edificio Lama, piso 2 ofi.208*

*Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana*

**ACTA DE LA ASAMBLEA GENERAL CONSTITUTIVA DE LA SOCIEDAD ORDÉNAME, S.R.L.  
CELEBRADA EN FECHA OCHO (08) DEL MES DE JUNIO DEL AÑO DOS MIL DIECIOCHO (2018).**

En la ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, capital de la República Dominicana, siendo las cinco horas de la tarde (05:00 p.m.) del día ocho (08) del mes de junio del año dos mil dieciséis (2018), los infrascritos Johanna Montero, dominicano, mayor de edad, soltera, titular y portadora de la cédula de identidad y electoral No. 001-2301572-3, domiciliada y residente en esta ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana, María Gutiérrez, dominicana, mayor de edad, soltera, titular y portadora de la cédula de identidad y electoral No. . 001-0153117-5, domiciliada y residente en esta ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana, Dariana Garrido, dominicana, mayor de edad, soltera, titular y portadora de la cédula de identidad y electoral No. 103-8623543-4, domiciliada y residente en esta ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana, Liliberka Reyes, dominicana, mayor de edad, soltera, titular y portadora de la cédula de identidad y electoral No. 001-1521479-7, domiciliada y residente en esta ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana y Nerianny Alcántara dominicana, mayor de edad, soltera, titular y portadora de la cédula de identidad y electoral No. 001-5632147-0, domiciliada y residente en esta ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana. Fundadores de la sociedad en responsabilidad limitada, **ORDÉNAME S.R.L.** (en formación), con un capital social de cincuenta mil dólares (US\$50,000.00), dividido en Mil (1,000) cuotas sociales de Cien Pesos Oro Dominicanos (US\$10,000.00) cada una, se han reunido en Asamblea General constitutiva en la avenida Winston Churchill #77, Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana.

La asamblea designa la señora Johanna Montero como socia gerente, para que presida esta asamblea.

Habiéndose constatado por la hoja de presencia anexa a la presente acta con indicación de las generales, cantidad de cuotas sociales y votos de todos los suscriptores de la totalidad de las cuotas sociales que integran el capital social, los cuales estaban presentes o debidamente representados, quedó establecido que la Asamblea General Constitutiva podría deliberar válidamente. De inmediato el presidente sometió a votación la siguiente resolución.

### **PRIMERA RESOLUCIÓN**

**LIBRAR ACTA** que la Asamblea General Constitutiva de la sociedad en responsabilidad limitada **ORDÉNAME, S.R.L.**, se encuentra válidamente constituida por todos los suscriptores de la totalidad de las cuotas sociales que integran el capital social, los cuales estaban presentes o debidamente representados y apta para deliberar y adoptar decisiones.

*Esta resolución fue aprobada a unanimidad de votos por todos los Socios presentes o representados.*

La presidente expone que los Estatutos Sociales de **ORDÉNAME S.R.L.**, han sido redactados por acto bajo firma privada de fecha ocho (08) de junio del año dos mil dieciocho (2018) y exhibe un ejemplar de estos. Adicionalmente, muestra la certificación que evidencia el depósito de los pagos de las cuotas sociales suscritas por los socios en esta misma fecha.

A seguidas, la presidente de la asamblea procedió a la lectura del orden del día integrado por los puntos indicados a continuación:

1. Librar acta de la firma de los Estatutos Sociales y ratificar los mismos.
2. Librar acta de los aportes efectuados por los socios fundadores.
3. Librar acta del capital social de ORDÉNAME, S. R. L.
4. Librar acta de la designación del primer gerente de ORDÉNAME, S. R. L.
5. Designar a las personas que realizarán las demás gestiones y trámites requeridos o necesarios para constitución de la sociedad.

Acto seguido, se procedió a dar lectura a los Estatutos Sociales y la presidente de la asamblea sometió a votación la siguiente resolución:

### **SEGUNDA RESOLUCIÓN**

**LIBRAR ACTA** de la firma de los Estatutos Sociales de la sociedad en responsabilidad limitada **ORDÉNAME, S.R.L.**, por los señores Johanna Montero, María Gutiérrez, Dariana Garrido, Liliberka Reyes y Nerianny Alcántara, **RATIFICAR** los referidos Estatutos Sociales de fecha ocho (08) de junio del año dos mil dieciocho (2018).

*Esta resolución fue aprobada a unanimidad de votos por todos los Socios presentes o representados.*

Acto seguido, la presidente de la asamblea indicó que procedía librar acta de los aportes en numerario efectuados por los socios fundadores, los cuales fueron realizados de la siguiente manera:

- Johanna Montero ha aportado la suma de diez mil dólares (US\$10,000);
- María Gutiérrez ha aportado en numerario la suma de diez mil dólares (US\$10,000);
- Dariana Garrido ha aportado en numerario la suma veinte de diez mil dólares (US\$10,000);
- Liliberka Reyes ha aportado en numerario la suma de diez mil dólares (US\$10,000);
- Nerianny Alcántara ha aportado en numerario la suma de diez mil dólares (US\$10,000).

**Total, de los aportes:** La suma de cincuenta mil dólares (US\$50,000).

Asimismo, indicó que el total de estos aportes fueron depositados en esta misma fecha en una cuenta bancaria abierta a nombre del receptor de dichos fondos y por cuenta de la sociedad en formación. Los aportes depositados permanecerán indisponibles y no podrán ser retirados antes de la matriculación de la sociedad en el Registro Mercantil correspondiente. En ese sentido, el presidente de la Asamblea sometió a votación la siguiente resolución:

### **TERCERA RESOLUCIÓN**

**LIBRAR ACTA** de los aportes efectuados en numerario por los socios de la siguiente manera: Johanna Montero aportó la suma de diez Mil dólares americanos (US\$10,000) ,María Gutiérrez aportó la suma de diez Mil dólares americanos (US\$10,000), Dariana Garrido aportó la suma de diez Mil dólares americanos (US\$10,000), Liliberka Reyes aportó la suma de diez Mil dólares americanos (US\$10,000), Nerianny Alcántara aportó la suma de diez Mil dólares americanos (US\$10,000). Asimismo, **SE LIBRA ACTA** que dichos fondos fueron depositados en una cuenta bancaria de conformidad con lo establecido por la Ley 479-08, evidenciándose a través de la certificación presentada ante esta Asamblea, la cual fue emitida en esta misma fecha, y mediante la cual se hace constar el depósito de los pagos de las cuotas sociales suscritas por los socios de, **ORDÉNAME S.R.L.**

Esta resolución fue aprobada a unanimidad de votos por todos los Socios presentes o representados.

El presidente de la Asamblea manifestó que, como consecuencia de los aportes hechos por socios fundadores, era conveniente librar acta del capital social de la sociedad, así como de la distribución de las cuotas sociales a los socios en proporción a sus aportes. En relación con el particular, se sometió a votación la siguiente resolución:

#### **CUARTA RESOLUCIÓN**

**SE LIBRA ACTA** de que, como consecuencia de los aportes hechos por los socios y aprobados en la resolución anterior, el capital social de la sociedad **ORDÉNAME S.R.L.** es de Cincuenta Mil dólares americanos (US\$50,000), dividido en diez Mil (10,000) cuotas sociales, iguales, acumulables e indivisibles, cada una con un valor nominal de Cien (US\$50,000), las cuales han sido atribuidas a los socios en proporción a sus aportes de la siguiente manera:

<b>Socios</b>	<b>Cantidad de Cuotas Sociales</b>	<b>Total, Pagado</b>
<b>Johanna Montero</b>	US\$10,000	US\$10,000
<b>María Gutiérrez</b>	US\$10,000	US\$10,000
<b>Dariana Garrido</b>	US\$10,000	US\$10,000
<b>Liliberka Reyes</b>	US\$10,000	US\$10,000
<b>Nerianny Alcántara</b>	US\$10,000	US\$10,000
<b>Total</b>	<b>US\$50,000</b>	<b>US\$50,000</b>



*Esta resolución fue aprobada a unanimidad de votos por todos los Socios presentes o representados.*

A continuación, el presidente de la Asamblea indicó que se procedería a ratificar la designación estatutaria del gerente de la sociedad de conformidad con las previsiones de los Estatutos Sociales y la Ley 479-08. Luego de un intercambio de impresiones se sometió a votación la siguiente resolución:

#### **QUINTA RESOLUCIÓN**

**SE DESIGNA** a los señores Johanna Montero y María Gutiérrez, portadores de las Cédulas de Identidad y Electoral Nos. 001-2301572-3 y 001-0153117-5 respectivamente, como gerentes de la sociedad por un período de un (1) año de conformidad con lo establecido en el Artículo 16 de los Estatutos Sociales o hasta que sea designado su sustituto, en consonancia con las disposiciones legales aplicables.

*Esta resolución fue aprobada a unanimidad de votos por todos los Socios presentes o representados.*

El presidente de la Asamblea informó que debían delegarse los poderes correspondientes a favor de una o más personas a fin de cumplir con los demás requisitos de constitución de la sociedad exigidos por la Ley. Luego de debatido este punto fue sometida a votación la siguiente resolución:

#### **SEXTA RESOLUCIÓN**

**SE OTORGA PODER** a favor de Johanna Montero y María Gutiérrez, para que uno cualquiera de ellos, actuando de manera individual, en nombre y representación de esta sociedad comercial en formación, realicen todos los demás trámites necesarios para la constitución de la sociedad de conformidad con las disposiciones legales vigentes y todas las gestiones, depósitos, publicaciones, pagos, actuaciones y notificaciones necesarias y/o relacionadas con la celebración de la presente Asamblea Constitutiva, Estatutos Sociales y la constitución de la sociedad, ante las instituciones públicas y privadas correspondientes, incluyendo pero no limitándose a: la Dirección General de Impuestos Internos, la Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo en funciones de Registro Mercantil y, en general, para realizar cualquier actuación y diligencia pertinentes para la consecución de lo dispuesto por esta Asamblea y constitución de la sociedad, así como suscribir cualquier solicitud y/o documentación necesaria para el cabal cumplimiento de los presentes poderes y de las decisiones adoptadas en la misma.

*Esta resolución fue aprobada a unanimidad de votos por todos los Socios presentes o representados.*

No habiendo nada más que tratar y siendo las seis horas de la tarde (06:00 P.M.) de este día, se declararon terminados los trabajos de la Asamblea General Constitutiva, procediéndose a la redacción de la presente acta, que después de leída fue aprobada y firmada por los socios y gerentes designados en señal de conformidad.

## **ESTATUTOS SOCIALES DE**

### **ORDÉNAME, S.R.L.**

*Capital Social: US\$50,000.*

*Domicilio Social: Av. Winston Churchill #77, Edificio Lama, piso 2 ofi.208*

*Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana*

En cumplimiento con la ley General de las Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada, No. 479-08 MODIFICADA POR LA LEY 31-11, TÍTULO I, CAPÍTULO I, SECCION III, (Del contrato de sociedad y de las formalidades de constitución). Se presentan a continuación los estatutos de la sociedad arriba nombrada.

## **TÍTULO I**

### **DEL TIPO SOCIAL, DENOMINACIÓN, DOMICILIO, OBJETO Y DURACIÓN**

**ARTÍCULO 1.- Tipo Social.** - La sociedad se encuentra organizada como una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), la cual se registrará por las leyes de la República Dominicana, especialmente por la Ley General de Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada, No. 479-08 y sus modificaciones, así como por todas y cada una de las disposiciones contenidas en estos estatutos y sus modificaciones posteriores.

**ARTÍCULO 2.- Denominación Social.** - Bajo la denominación social “ORDÉNAME”, SRL”, se constituye una Sociedad de Responsabilidad Limitada que se registrará por las disposiciones de la Ley 479-08 modificada por la ley 31-11 de Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada y por los presentes Estatutos.

**ARTÍCULO 3.- Domicilio.** - El domicilio social se establece en la Av. Winston Churchill #77, Edificio Lama, piso 2 ofi.208, de

esta ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana. La Sociedad podrá, sin embargo, trasladar su domicilio dentro del país y establecer sucursales, almacenes, oficinas y agencias en cualquier lugar de la República Dominicana o del extranjero de acuerdo con las necesidades y requerimientos de la sociedad.

**ARTÍCULO 4.- Objeto.-** La sociedad tiene como objeto principal la prestación de servicios de reservación , pago , orden de un restaurante, Lounge y bares cualesquiera en línea vía una aplicación virtual; asimismo a todas aquellas operaciones comerciales, tanto en el territorio nacional como en el extranjero, cualesquiera que fueren su naturaleza, que se relacionen directa o indirectamente con el objeto social o que sean susceptibles de facilitar su alcance, extensión o desarrollo; y a toda otra actividad, actos u operaciones de lícito comercio que no esté prohibida por los estatutos sociales o la ley.

Como consecuencia de los objetos antes indicados y sin que su enumeración pueda ser considerada como limitativa, la sociedad puede ejercer todas las operaciones que se relacionen directa o indirectamente con el objeto antes mencionados o que fueran de naturaleza tal que favorezcan y faciliten el desarrollo del objeto social.

**ARTÍCULO 5.- Duración.** - La duración de la sociedad es por tiempo ilimitado. Sólo podrá disolverse por Resolución de la Asamblea General Extraordinaria convocada por los socios que representen cuando menos el cincuenta y un por ciento (51%) de las cuotas sociales.

## TÍTULO II

### DEL CAPITAL SOCIAL Y DE LAS CUOTAS SOCIALES

**ARTÍCULO 6.- Capital Social.** - El Capital Social se fija en la suma de cincuenta mil dólares (US\$50,000), dividido en (10,000) cuotas sociales, iguales e indivisibles, las cuales se encuentran enteramente suscritas y pagadas, cada una con un valor nominal de diez mil dólares (US\$10,000). Todas las cuotas sociales han sido atribuidas a los socios en proporción a sus aportes de la siguiente manera:

“ORDÉNAME”, SRL,

“Capital Social: US\$ 50,000.

Valor de las cuotas US\$ 10,000.

SOCIOS	NÚMERO DE CUOTAS SOCIALES	NÚMERO DE VOTOS
<p><b>JOHANNA MONTERO</b>, dominicana, mayor de edad, soltera, titular y portadora de la cédula de identidad y electoral No. 001-2301572-3, domiciliado y residente en esta ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana.</p>	10,000	200
<p><b>MARÍA GUTIÉRREZ</b>, dominicana, mayor de edad, soltera, titular y portadora de la cédula de identidad y electoral No. 001-0153117-5, domiciliada y residente en esta ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana.</p>	10,000	200
<p><b>DARIANA GARRIDO</b>, dominicana, mayor de edad, soltera, titular y portadora de la cédula de identidad y electoral No. 103-8623543-4, domiciliada y residente en esta ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana.</p>	10,000	200
<p><b>LILIBERKA REYES</b>, dominicana, mayor de edad, soltera, titular y portadora de la cédula de identidad y electoral No. 001-1521479-7, domiciliada y residente en esta ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana.</p>	10,000	200

**NERIANNY ALCANTARA** dominicana, mayor de edad, soltera, titular y portadora de la cédula de identidad y electoral No. 001-5632147-0, domiciliada y residente en esta ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana. 10,000 200

Los socios que suscriben estos estatutos declaran de manera expresa que dichas cuotas sociales han sido totalmente pagadas y distribuidas en la forma arriba indicada.

**ARTÍCULO 7. Aumento del Capital Social.** - El capital social podrá ser aumentado una o varias veces, por creación de nuevas cuotas sociales o por incremento del valor nominal de las ya existentes, sea como consecuencia de nuevos aportes en dinero o en naturaleza, incluida la aportación de créditos contra la sociedad, como de la transformación de reservas o beneficios, o de la revaluación de activos.

En los aumentos del capital con creación de nuevas cuotas sociales cada socio tendrá derecho preferente a asumir un número de cuotas proporcional a las que posea. Cualquier socio podrá ceder el derecho de preferencia inherente a su cuota social a otro socio. No habrá lugar a derecho de preferencia cuando el aumento se deba a la absorción de otra sociedad o a la absorción, total o parcial, del patrimonio escindido de otra sociedad.

El aumento del capital social podrá ser decidido por los socios reunidos en asamblea general extraordinaria o mediante consulta escrita o por acuerdo unánime contenido en un acta. Sin embargo, en ningún caso podrá la mayoría obligar a un socio aumentar su compromiso social.

En los casos de que el aumento de capital se produzca por decisión de la asamblea general extraordinaria o por consulta escrita, dicha decisión deberá contar con la autorización de socios propietarios de cuotas que representen, más de la mitad (1/2) del capital social.

**ARTÍCULO 8. Reducción del Capital Social.** - La reducción del capital social podrá ser decidida por los socios reunidos en asamblea general extraordinaria o mediante consulta escrita o por acuerdo unánime contenido en un acta. Cuando la reducción del capital social se produzca mediante la celebración de la asamblea general extraordinaria o por consulta escrita, la decisión que la autorice deberá contar con la aprobación de socios propietarios de cuotas que

representen, más de la mitad (1/2) del capital social. En ningún caso se podrá atentar contra la igualdad de los socios.

### TÍTULO III

#### DE LAS CUOTAS SOCIALES

**ARTÍCULO 9. Naturaleza de las Cuotas Sociales.** - Las cuotas sociales representan los aportes en dinero y en especie hechos por los socios. No tendrán el carácter de valores ni podrán representarse por medio de títulos negociables.

**ARTÍCULO 10. Derechos Inherentes a las Cuotas Sociales.** - Cada cuota social dará a su titular los derechos siguientes: a) El derecho a una parte proporcional en la distribución de los beneficios y en el activo social en caso de disolución de la sociedad; b) El derecho a voz y a un voto en todas las deliberaciones de la sociedad; c) Los derechos de información y comunicación que le otorga la Ley; y d) Los demás derechos previstos en la Ley y en los presentes estatutos.

**ARTÍCULO 11. Obligaciones Inherentes a las Cuotas Sociales.** - La propiedad o titularidad de una o más cuotas sociales supone la conformidad del propietario o titular con estos estatutos, así como también su conformidad con las decisiones colectivas que hayan sido adoptadas regularmente. Los titulares de las cuotas sociales no tendrán más derechos que los establecidos en estos estatutos y en la Ley; en consecuencia, ni ellos ni sus herederos, cónyuges acreedores u otros causahabientes podrán por ninguna causa inmiscuirse en la administración o intervenir en los negocios de la sociedad, ni provocar la colocación de sellos u oposiciones sobre sus libros, papeles, efectos y bienes y valores ni pedir su partición o licitación. Esto no altera en nada el derecho que tienen los propietarios de las cuotas sociales de tomar parte en todas las deliberaciones de la sociedad y de ejercer los demás derechos que les acuerdan estos Estatutos y la Ley.

**ARTÍCULO 12. Responsabilidad Limitada de los Socios.** - Los socios serán responsables solamente hasta la concurrencia del monto de las cuotas sociales que les pertenecen. En consecuencia, no podrán ser compelidos por ningún motivo ni a realizar aportes adicionales a la sociedad ni a restituir beneficios u otros fondos regularmente percibidos.

**ARTÍCULO 13. Indivisibilidad de las Cuotas Sociales.** - Las cuotas sociales serán indivisibles frente a la sociedad, la cual no reconocerá más que un solo titular por cada cuota. Para ejercer los derechos inherentes a sus cuotas sociales, los copropietarios indivisos deberán designar uno de ellos para que los represente ante la sociedad. A falta de entendimiento, el copropietario indiviso más diligente podrá solicitar la designación de un mandatario mediante instancia

elevada al juez presidente de la Cámara Civil y Comercial del Juzgado de Primera Instancia del Distrito Judicial correspondiente al domicilio social.

En caso de desmembración del derecho de propiedad sobre una cuota social, el derecho al voto pertenecerá al nudo propietario para todos los asuntos que sean competencia de las asambleas extraordinarias, y al usufructuario para aquellos de la competencia de las asambleas ordinarias.

**ARTÍCULO 14. Transmisión de las Cuotas Sociales.** - Las cuotas sociales serán libremente transmisibles entre socios. Sin embargo, la transmisión de cuotas sociales por vía de sucesión o en caso de liquidación de comunidad de bienes, requerirá el consentimiento de los socios que representen, por lo menos, las tres cuartas (3/4) partes de las cuotas sociales. La decisión podrá ser adoptada mediante asamblea, consulta escrita o consentimiento unánime de los socios, contenido en un acta. A los fines de conocer de la aprobación o no, previamente los sucesores o ex cónyuge, deberán haber notificado a la sociedad la documentación legal de lugar que acredite fehacientemente su condición como tales, según sea el caso, tales como, de manera meramente enunciativa, y según aplique, certificados de nacimiento, certificado de defunción, acta de nacimiento, acto de notoriedad, actos de partición, pago de impuestos sucesorales, acta de matrimonio, sentencia de divorcio, acto de partición de bienes, o sentencia ordenando la partición.

En caso de que la sociedad no apruebe la transferencia, aplicarán las disposiciones previstas por la Ley. Para lo no previsto en este artículo se seguirán las mismas reglas establecidas por estos Estatutos Sociales y la ley para la cesión a terceros de las cuotas sociales.

Por otro lado, para que las cuotas sociales puedan ser cedidas u otorgadas en prenda a terceros, se requerirá el consentimiento de los socios que representen, por lo menos, las tres cuartas (3/4) partes de las cuotas sociales, conforme las siguientes reglas procedimentales:

- a) El socio que se proponga ceder u otorgar en prenda su cuota o cuotas sociales, deberá comunicarlo por escrito a la sociedad y a cada uno de los socios, haciendo constar el número de las cuotas que pretende ceder u otorgar en prenda, el nombre y generales del adquirente, el precio y demás condiciones de la cesión o prenda;
- b) Dentro de los ocho (8) días siguientes a dicha notificación, la gerencia deberá convocar a la asamblea de socios u obtener el consentimiento unánime de todos los socios contenido en un acta con o sin reunión presencial, para decidir sobre el proyecto de cesión o prenda de las cuotas sociales. Si transcurrido el referido plazo de ocho (8) días, la gerencia de la sociedad no hubiere convocado a la asamblea de socios u obtenido el consentimiento unánime de los socios, cualquier socio podrá

realizar válidamente dicha convocatoria con ese único punto en el orden del día u obtener el consentimiento unánime de todos los socios. La asamblea que conocerá del proyecto de cesión o prenda podrá reunirse sin necesidad de formalidades de convocatoria cuando se encuentren presentes o debidamente representados la totalidad de los socios a tales fines.

- c) La decisión de la sociedad será notificada al cedente mediante carta o correo electrónico con acuse de recibo, dentro de los quince (15) días siguientes a la notificación del proyecto de cesión o prenda. En caso contrario, la aceptación se considerará obtenida.
- d) Si la sociedad rehusara consentir el indicado proyecto de cesión o prenda, aplicarán las disposiciones previstas por la Ley.

Si la sociedad otorga su consentimiento frente a un proyecto de prenda de las cuotas sociales, conforme al procedimiento descrito en el presente artículo, el mismo conllevará la aceptación del cesionario en caso de ejecución forzosa de las cuotas sociales dadas en garantía conforme las disposiciones generales que rigen la prenda, salvo que la sociedad opte por la readquisición de las cuotas sociales antes o después de la ejecución de la garantía prendaria.

La cesión de las partes sociales deberá ser constatada por escrito. Se hará oponible a la sociedad y a terceros conforme los mecanismos previstos por Ley.

Por último, las cuotas sociales no podrán ser cedidas entre ascendientes y descendientes sin el consentimiento de los socios, mediante asamblea, consulta escrita o consentimiento unánime de los socios, contenido en un acta. Aplicarán las disposiciones del presente artículo para estos casos.

#### TÍTULO IV

#### DEL FUNCIONAMIENTO DE LA SOCIEDAD

**ARTÍCULO 15. Funcionamiento, Dirección y Administración de la Sociedad.** - El funcionamiento, la dirección y administración de la Sociedad estará a cargo de:

- a) La Gerencia;
- b) La Asamblea General de Socios.



## SECCIÓN I. DE LA GERENCIA DE LA SOCIEDAD

**ARTÍCULO 16. Duración y Designación del Gerente.** - La sociedad será administrada por uno o varios gerentes, socios o no, que deberán ser personas físicas. Tendrá(n) una duración de un (1) año o hasta que su(s) sucesor(es) sea(n) elegido(s) y tome(n) posesión, siempre en consonancia con las disposiciones legales aplicables. Los gerentes podrán ser reelegidos indefinidamente y ejercerán sus funciones mientras no hayan sido sustituidos.

La administración de la sociedad se podrá confiar a un gerente único; a dos gerentes; o, a tres o más gerentes que podrán constituir un Consejo de Gerencia. La sociedad tendrá la facultad de optar alternativamente por cualquiera de los modos de organizar la gerencia, sin necesidad de modificación estatutaria.

Para el caso en que se decida constituir un Consejo de Gerencia, esta decisión será tomada por los socios reunidos en Asamblea General Ordinaria de socios o por consulta escrita o por el consentimiento unánime de los socios, contenido en un acta. La composición del Consejo de Gerencia será determinada por la misma Asamblea o consulta escrita o por el consentimiento unánime de los socios que los eligió. El Consejo de Gerencia se regulará por las siguientes normas:

- a) El Consejo de Gerencia estará integrado por tres (3) o más gerentes, que podrán o no ser socios, debiendo designarse por lo menos un presidente, un vicepresidente y un secretario. Salvo disposición en contrario, se reputará que el presidente ostenta el poder de representación de la sociedad.
- b) El Consejo de Gerencia elegirá, entre las personas que lo integren, un presidente, un vicepresidente y un secretario, salvo en el caso de que los socios, al efectuar el nombramiento del consejo, hubiesen atribuido esos cargos.
- c) La convocatoria del Consejo de Gerencia se realizará por el presidente siempre que lo estime conveniente. El presidente estará obligado a convocar la reunión cuando lo soliciten cualesquiera dos (2) miembros del consejo.
- d) La convocatoria del Consejo de Gerencia se realizará por cualquier procedimiento escrito, incluido por correo electrónico, que permita acreditar su envío al menos con tres (3) días de antelación a la fecha de celebración de la reunión.
- e) El Consejo de Gerencia quedará válidamente constituido cuando concurran a la reunión, presentes o representados, más de la mitad de sus miembros.

- f) No obstante, el Consejo de Gerencia quedará válidamente constituido, sin necesidad de convocatoria previa, cuando estén presentes o representados todos sus miembros y se decida por unanimidad la celebración de la reunión, en cualquier lugar del territorio nacional o el extranjero.
- g) Un miembro del Consejo de Gerencia podrá dar mandato a otro miembro, un socio o cualquier tercero, por carta o cualquier medio electrónico, para que lo represente en sesiones del Consejo de Gerencia.
- h) Las decisiones emitidas por el Consejo de Gerencia se adoptarán por una mayoría de más de la mitad de sus miembros.
- i) Las decisiones del Consejo de Gerencia se comprobarán mediante actas que deberán redactarse en cada reunión. Estas actas, que constarán en un registro especial o en hojas sueltas, deberán ser firmadas por todos los gerentes presentes o representados. Las copias o extractos de las actas contentivas de las deliberaciones del Consejo de Gerencia serán certificadas válidamente por uno cualquiera de los miembros del Consejo de Gerencia.
- j) Las resoluciones del Consejo de Gerencia podrán ser adoptadas en un acta suscrita por todos los gerentes sin necesidad de reunión. Igualmente, podrán celebrarse reuniones no presenciales, por videoconferencia, por teléfono o cualquier otro medio que permita la comunicación simultánea de las personas presentes y el voto de sus miembros podrá ser expresado por medio electrónico o digital. En caso de reuniones no presenciales, en el acta levantada al efecto se dejará constancia del lugar, fecha y hora que se realizó la reunión no presencial; el o los medios utilizados para su realización; y la indicación de los miembros que estuvieron presentes, los votos emitidos, los acuerdos adoptados y los demás requisitos establecidos en la ley. Dicha acta deberá ser certificada por la persona presidiendo la reunión. Ambas circunstancias deberán expresamente indicarse en el acta que se redacte al efecto. Las actas conteniendo las resoluciones así adoptadas se incluirán en el libro de actas.

En caso de que el acta donde se consigne la decisión de los socios designando al o los Gerentes, no indique reglas distintas, las siguientes reglas serán aplicables a los gerentes:

- a) En el caso de gerente único, el poder de representación corresponderá necesariamente a éste.
- b) En caso de varios gerentes solidarios, el poder de representación corresponde a cada gerente, sin perjuicio de las disposiciones de los acuerdos de los Socios sobre distribución de facultades, que tendrán un alcance meramente interno.

- c) En el caso de varios gerentes conjuntos, el poder de representación se ejercerá mancomunadamente al menos por dos de ellos en la forma determinada en los estatutos.
- d) En el caso de Consejo de Gerencia, el poder de representación corresponde al presidente del Consejo, sin perjuicio de que para ejercer cualquiera de los poderes previstos en los presentes Estatutos, los gerentes deberán haber tomado previamente la decisión a través del consejo de gerencia como órgano colegiado. No obstante, los socios podrán decidir atribuir el poder de representación a uno o varios miembros del Consejo a título individual o conjunto.

Cuando el Consejo, mediante el acuerdo de delegación, nombre una Comisión ejecutiva o uno o varios consejeros delegados, se indicará el régimen de su actuación.

Los gerentes o el Consejo de Gerencia quedan facultado para celebrar reuniones en la República Dominicana o el extranjero, según entiendan conveniente los miembros que lo integran.

**ARTÍCULO 17. Poderes de la Gerencia.** - Para desarrollar el objeto social y sujeto a las condiciones, prohibiciones, restricciones y limitaciones que impongan la ley y los Estatutos Sociales o que de tiempo en tiempo impongan la asamblea general de socios, la gerencia de la sociedad dirigirá, formulará la política, orientará y administrará la Sociedad, bajo reserva de los poderes que la ley les atribuye expresamente a los socios.

Además de las facultades que le pudieran conferir otros artículos de estos estatutos y la ley, la gerencia tendrá las siguientes atribuciones:

- a) Disponer la preparación, aprobar y velar por la ejecución del presupuesto anual de ingresos y gastos de la Sociedad;
- b) Realizar la adquisición de bienes muebles de cualquier naturaleza, y efectos necesarios para el cumplimiento de su objeto social;
- c) Concertar adquisiciones de créditos, financiamientos o facilidades crediticias necesarias para los negocios de la Sociedad;
- d) Autorizar la venta de muebles de cualquier naturaleza, y ajustar el precio de esos bienes y recibir el pago de estos;

- e) Realizar la adquisición de bienes muebles o inmuebles de cualquier naturaleza, y efectos necesarios para el cumplimiento de su objeto social;
- f) Vender, ceder y traspasar bienes inmuebles de la sociedad y recibir el pago de esas ventas, cesiones y traspasos;
- g) Representar a la sociedad en procedimientos judiciales, arbitrales y administrativos; resolver sobre la iniciación de procesos judiciales y arbitrales; celebrar convenios de transacción, someter la sociedad al arbitraje y nombrar a abogados y árbitros;
- h) Celebrar toda clase de contratos, transigir, comprometer, percibir valores, endosar, ceder, transferir y suscribir cheques, giros pagarés, letras de cambio y demás efectos de comercio, títulos, crédito y rentas;
- i) Abrir y cerrar cuentas bancarias, así como mantener en depósito los fondos de la sociedad en la República Dominicana o en el extranjero y girar o librar cheques u órdenes de pago con cargo a esos fondos;
- j) Determinar la inversión y colocación de capitales disponibles;
- k) Acordar la apertura de oficinas;
- l) Proceder a embargos y suspenderlos o cancelarlos por pagos o convenios especiales;
- m) Constituir en hipotecas, anticresis, prenda o afectar en cualquier otro modo los bienes de la sociedad, así como permutarlos; cancelar dichas hipotecas, privilegios y demás gravámenes que afecten los bienes de la sociedad;
- n) Perseguir el cobro de deudas por vía judicial o extrajudicial, mediante embargo, declaratoria de quiebra o de cualquier otro modo;
- o) Nombrar y destituir a los empleados y determinar su retribución;
- p) Cumplir, hacer cumplir y ejecutar cualquier mandato o acuerdo de los socios y velar por el estricto cumplimiento de los Estatutos Sociales;
- q) Llevar las cuestiones financieras, supervisar la contabilidad de la compañía y la preparación de los estados financieros;

- r) Delegar parte de sus poderes para el ejercicio de una o varias de las atribuciones enumeradas, con la facultad de sustituirlos o revocarlos.

La enumeración que antecede es enunciativa y no limitativa, y por lo tanto, la gerencia, en general, tendrá facultades o poderes suficientes para realizar todos los actos, ya fueren de administración o de disposición, útiles, o necesarios, a su juicio, para la buena marcha de los negocios de la sociedad, actuando con la lealtad y diligencia de un buen hombre de negocios.

Cada gerente detendrá separadamente los poderes previstos en el presente artículo a excepción del caso en que la administración de la sociedad esté organizada como un Consejo de Gerencia, en la cual para ejercer uno o cualquiera de los poderes previstos en el presente artículo, y salvo decisión distinta de los socios constatada en acta donde se decida de su designación, los gerentes deberán haber tomado previamente la decisión a través del Consejo de Gerencia como órgano colegiado. La oposición formulada por un gerente a los actos o actuaciones de otro gerente no tendrá efectos respecto de los terceros, a menos que se haya probado que estos tuvieron conocimiento de dicha oposición.

Los gerentes serán responsables, individual o solidariamente, según el caso, frente a la sociedad o frente a los terceros, de las infracciones a las disposiciones legales o reglamentarias aplicables a la sociedad de responsabilidad limitada, así como de las violaciones a los estatutos sociales y de las faltas cometidas en su gestión.

Los gerentes podrán delegar en todo o en parte las atribuciones que le son conferidas por los Estatutos o la Ley.

**ARTÍCULO 18.- Retribución de la Gerencia.** - Las funciones del o los gerentes son gratuitas, salvo que por decisión de la Asamblea General se decida asignarles una remuneración, conforme los parámetros permitidos por la ley.

**ARTÍCULO 19.- Restricciones, prohibiciones e inhabilitaciones de los Gerentes. Convenciones celebradas por un Gerente o un Socio con la Sociedad.** -

Los gerentes estarán sujetos a las restricciones, prohibiciones e inhabilitaciones establecidas en la Ley General de Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada, No. 479-08 y sus modificaciones, y cualquier otra ley que le sea aplicable. De igual modo, los gerentes y socios estarán sometidos al régimen establecido en la ley respecto de la aprobación de las convenciones celebradas por un gerente o socio con la sociedad.

## SECCION II.- DE LAS ASAMBLEAS GENERALES Y

### OTRAS FORMAS DE TOMA DE DECISIONES

**ARTÍCULO 20.- De las Distintas Modalidades de Adopción de Decisiones por los Socios.** -Las decisiones de la sociedad serán tomadas por los socios reunidos en asamblea, la cual podrá ser presencial o no, y podrá tener lugar fuera de la República Dominicana. Igualmente, las decisiones podrán ser adoptadas mediante consultas escritas o resoluciones adoptadas unánimemente en acta, conforme se detalla en los artículos 28 y 29.

**ARTÍCULO 21.- División de las Asambleas.** - La Asamblea General de Socios se constituirá válidamente por la reunión de propietarios de cuotas sociales o sus representantes, en la proporción y mediante las formalidades requeridas por las leyes y por estos Estatutos. Los acuerdos de la Asamblea General de Socios son finales y concluyentes, sus resoluciones obligan a todos los socios, aún a los ausentes, los disidentes y los incapaces, y contra dichos acuerdos no habrá recurso alguno, excepto en los casos previstos por la ley.

Las Asambleas Generales se dividen en Ordinaria Anual, Ordinaria y Extraordinaria. Las Asambleas Generales Ordinarias conocerán de todos los actos y operaciones que se refieran a hechos de gestión o de administración de la sociedad o de aplicación o de interpretación de los Estatutos, que excedan los poderes del Gerente; y, la Asamblea General Extraordinaria conocerá de los asuntos que se refieran o conllevan modificación de los Estatutos, además de las facultades que le pudieran conferir otros artículos de estos estatutos y la Ley.

**ARTÍCULO 22.- Atribuciones de la Asambleas Generales de Socios.** -

### ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA ANUAL

Será competencia de la Asamblea General Ordinaria Anual deliberar y acordar sobre los siguientes puntos:

- a) El nombramiento del o los gerentes, y del o de los Comisario(s) de Cuentas, si lo(s) hubiere;

- b) Conocer del informe de gestión anual de la gerencia y de los estados financieros elaborados conforme lo previsto por Ley, así como del informe del o de los comisarios(s) de cuentas, si lo(s) hubiere;
- c) Aprobar o no aprobar la gestión de la gerencia y del o del comisario(s) de cuentas, si lo(s) hubiere;
- d) Disponer lo relativo a la repartición de dividendos y su forma de pago, respetando siempre la reserva legal;
- e) Otorgar autorizaciones a cualquier persona para actuar en representación de la sociedad;
- f) Cualesquiera otros asuntos que determine la ley o los Estatutos; y,
- g) De una manera general, conocer y resolver sobre cualquier proposición o asunto que no entre en la competencia exclusiva de la Asamblea General Extraordinaria. Tiene competencia concurrente con la Gerencia para resolver sobre cualquier asunto que le incumbe a éste última.

### **ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA**

La Asamblea General Ordinaria conoce y decide de todos los actos y operaciones que se refieran a la administración de la sociedad. Tendrá las siguientes atribuciones:

- a) Ejercer las atribuciones de la Asamblea General Ordinaria Anual cuando por cualquier causa no se haya reunido dicha Asamblea o cuando no haya resuelto algunos asuntos de su competencia;
- b) Remover y sustituir al o los gerentes y al o los Comisario(s) de Cuentas, si lo(s) hubiere, en cualquier época;
- c) Conocer de los proyectos de cesión de las cuotas sociales a terceros extraños a la sociedad;
- d) Cualesquiera otros asuntos que determine la ley o los Estatutos; y,
- e) De una manera general, conocer y resolver sobre cualquier proposición o asunto que no entre en la competencia exclusiva de la Asamblea General Extraordinaria. Tiene competencia concurrente con la Gerencia para resolver sobre cualquier asunto que le incumba a ésta última.

### **ASAMBLEA GENERAL EXTRAORDINARIA**

Será competencia de la Asamblea General Extraordinaria:

- a) Del aumento o reducción del capital social;
- b) De la transformación, fusión o escisión de la sociedad;
- c) De la disolución de la sociedad;
- d) De la modificación de cualquier artículo de los presentes Estatutos;
- e) Cualesquiera otros asuntos que determine la ley o los Estatutos; y,

- f) De una manera general, conocer y resolver sobre cualquier proposición o asunto que entre en la competencia de la Asamblea General Ordinaria u Ordinaria Anual. Tiene competencia concurrente con la Gerencia para resolver sobre cualquier asunto que le incumba a ésta última.

No obstante, lo anterior, los socios podrán decidir sobre todos los asuntos atribuidos a las asambleas ordinarias o extraordinarias, sin necesidad de estas, mediante consulta escrita o por consentimiento de todos los socios contenido en un acta o sin necesidad de reunión presencial, salvo las decisiones que deban conocerse por asamblea de socios, conforme la ley.

**ARTÍCULO 23.- Convocatoria de las Asambleas.-** La Asamblea General Ordinaria Anual se reunirá en el plazo establecido por la Ley contados a partir de la clausura del ejercicio social, en el asiento social, o en otro lugar del territorio nacional o del extranjero, especificado en la convocatoria, la cual será firmada por el o los Gerentes o por las personas que conforme a estos Estatutos o la Ley tengan calidad para ello, y la cual se hará por correo certificado, o por comunicación física o correo electrónico con confirmación de recepción, o cualquier otro medio fehaciente de notificación con quince (15) días de antelación a la celebración de dicha Asamblea. No será necesaria la convocatoria si todos los socios se encuentran presentes o debidamente representados.

Las demás Asambleas Generales, Ordinarias o Extraordinarias, se reunirán en el local del asiento social o en cualquier otro lugar del territorio nacional o del extranjero especificado en la convocatoria, la cual será firmada por el o los Gerentes o por las personas que conforme a estos Estatutos o la Ley tengan calidad para ello, y la cual se hará por correo certificado, o por comunicación física o correo electrónico con confirmación de recepción, o cualquier otro medio fehaciente de notificación con quince (15) días de anticipación por lo menos a la fecha de la celebración de dichas Asambleas. Cualquier Asamblea podrá reunirse sin necesidad de convocatoria, constituirse regularmente y tomar toda clase de acuerdos, cuando se encuentren presentes o debidamente representados la totalidad de los socios.

Las convocatorias deberán indicar el orden del día, la fecha, hora y lugar en que se celebrarán la reunión. Para el caso de las convocatorias a las Asambleas Generales Extraordinarias, adicional a lo indicado, se deberá expresar, con la debida claridad, el texto que haya de modificarse.



Las siguientes personas podrán convocar a los socios a las asambleas generales:

- a) El gerente o uno cualquiera de ellos, en caso de pluralidad de gerentes;
- b) El o los socios que sean titulares de la mitad (1/2) o más de las cuotas sociales o que constituyan la cuarta parte (1/4) de los socios y sean propietarios de la cuarta parte (1/4) de las cuotas sociales, por lo menos;
- c) El Comisario de Cuentas, si lo hubiere (i) para las asambleas generales extraordinarias, cuando lo juzgue necesario; (ii) para las ordinarias especiales, cuando la gerencia omita hacerlo; y, (iii) en caso de urgencia; o
- d) Cualquier persona que conforme a estos Estatutos o la Ley tengan calidad para ello.

**ARTÍCULO 24.- Orden del Día.** - La agenda u orden del día de la asamblea será redactada por la persona o personas que la convoquen. Toda proposición que fuere una consecuencia directa de la discusión provocada por un punto del orden del día deberá ser sometida a votación. También se deberá incluir en la agenda cualquier tema que sea solicitado por los socios propietarios de cuotas que representen por lo menos la cuarta parte (1/4) del capital social, siempre y cuando el tema sea compatible con la naturaleza de la asamblea y que se haya sido consignado por escrito y entregada oportunamente a la persona o personas que convoquen la Asamblea en cuestión.

Todo artículo del orden del día deberá ser sometido a votación. Si todos los socios están presentes, podrá prescindirse de la confección de un orden del día mediante voto unánime, en cuyo caso podrá resolverse sobre todo punto dentro de la competencia de la Asamblea, que sea propuesto por el o los Gerentes o por uno o más socios propietarios de cuotas que representen por lo menos la cuarta parte (1/4) del capital social.

**ARTÍCULO 25.- Directiva de la Asamblea y Actas.** - Las Asambleas de los socios serán presididas por el gerente si es socio, o si hay varios, por el gerente de más edad que sea socio. Si ninguno del o los gerentes es socio, será presidida por el socio presente y aceptante que posea o represente el mayor número de cuotas sociales. En el caso de que existan dos o más socios aceptantes con igual número de cuotas sociales, la asamblea será presidida por el socio de más edad. En caso de que existiese un Consejo de Gerencia, la asamblea será presidida por el socio gerente designado como presidente, y en su ausencia, por el socio gerente designado como vicepresidente, si lo hubiere. En ausencia del presidente y del vicepresidente del Consejo de Gerencia, si lo hubiere, la asamblea será presidida por el socio presente y aceptante que posea

o represente el mayor número de cuotas sociales, y de existir dos o más socios aceptantes con igual número de cuotas sociales, la asamblea será presidida por el socio de más edad.

Toda deliberación de las Asambleas Generales de los socios será constatada por un acta que indique la fecha, hora y el lugar de la reunión, el nombre, las generales y la calidad de quien preside la sesión, los nombres y generales de los socios presentes o representados, así como de los mandatarios de estos con indicación del número de cuotas sociales pertenecientes a cada uno, los documentos e informes sometidos a la asamblea, un resumen de los debates, los textos de las resoluciones propuestas y el resultados de las votaciones.

Las actas deberán ser aprobadas por la propia asamblea al final de la reunión, ser redactadas en idioma español y asentadas en un registro especial conservado en el domicilio social. Tendrán fuerza ejecutoria a partir de la fecha de su aprobación. Las mismas serán firmadas y certificadas por un solo gerente y, en su caso, por el presidente de la sesión.

Las copias o los extractos de las actas de las deliberaciones de los socios serán certificados válidamente por un solo gerente. En caso de liquidación de la sociedad, serán certificadas por un solo liquidador.

**ARTÍCULO 26.- Quórum, Votos y Apoderados de los Socios.** - Cada socio tendrá derecho a participar en las decisiones y dispondrá de un número de votos igual a la cantidad de cuotas sociales que posea. Todo socio podrá hacerse representar por otro socio o por un tercero.

Las asambleas deliberarán válidamente si concurren personalmente o por apoderados a la misma socios propietarios de cuotas que representen, más de la mitad (1/2) del capital social. En caso de asambleas extraordinarias, se requerirá un quórum de la presencia de socios propietarios de cuotas que representen por lo menos las dos terceras (2/3) partes del capital social.

Tanto en las asambleas ordinarias como en las consultas escritas, las decisiones se adoptarán con el voto de los socios propietarios de cuotas que representen más de la mitad (1/2) del capital social. Si no pudiera obtenerse esta mayoría, los socios serán convocados nuevamente y las decisiones deberán ser adoptadas igualmente por la referida mayoría, derogándose lo dispuesto por la Ley de Sociedades sobre el particular.

La modificación de los estatutos podrá ser decidida con el voto de socios propietarios de cuotas que representen, más de la mitad (1/2) del capital social.

La cesión de cuotas sociales a terceros extraños a la sociedad requerirá el consentimiento de la mayoría de los socios propietarios de cuotas que representen, por lo menos, las tres cuartas (3/4) partes del capital social.

**ARTÍCULO 27.- -Reuniones No Presenciales.** Podrán celebrarse asambleas no presenciales, por videoconferencia, por teléfono o cualquier otro medio que permita la comunicación simultánea de las personas presentes y el voto de sus socios podrá ser expresado por medio electrónico o digital. En caso de reuniones no presenciales, en el acta levantada al efecto se dejará constancia del lugar, fecha y hora que se realizó la reunión no presencial; el o los medios utilizados para su realización; y la indicación de los socios que estuvieron presentes, los votos emitidos, los acuerdos adoptados y los demás requisitos establecidos en la ley, así como la lista de los socios participantes o de sus representantes; el número y clase de cuotas sociales y votos de los que son titulares. Dicha acta y la lista de socios presentes deberá ser certificada por la persona que se encuentre presidiendo la reunión. Ambas circunstancias deberán expresamente indicarse en el acta que se redacte al efecto. Las actas conteniendo las resoluciones así adoptadas se incluirán en el libro de actas dentro de la secuencia correspondiente al tipo de decisiones adoptadas (ordinarias o extraordinarias).

**ARTÍCULO 28.- Consultas Escritas.** - Salvo para el caso de las decisiones que deban conocerse por asamblea, todas las decisiones o algunas de ellas podrán ser adoptadas mediante consulta escrita. En caso de consulta por escrito, la gerencia deberá notificar a todos los socios mediante comunicación física o electrónica con acuse de recibo, o por vía ministerial, el texto de las resoluciones propuestas, los documentos necesarios para la información de los socios y la indicación del plazo que tendrán los mismos para responder. Los socios dispondrán de un plazo mínimo de quince (15) días contados desde la fecha de recepción del proyecto de resolución para emitir su voto por escrito.

El voto emitido por cada socio deberá ser formulado por escrito y remitido a la gerencia en cualquiera de las modalidades establecidas para la comunicación de la consulta escrita. La gerencia levantará un acta a la cual se anexará la respuesta de cada socio.

Las decisiones se adoptarán con el voto afirmativo de los socios propietarios de cuotas que representen más de la mitad (1/2) del capital social.

**ARTÍCULO 29.- Consentimiento de los Socios Contenido en Actas.** - Salvo para el caso de las decisiones que deban conocerse por asamblea, conforme lo dispone la ley, los socios podrán tomar cualquier decisión colectiva sin necesidad de reunirse en asamblea ni agotar consulta escrita si todos estuvieren unánimemente de acuerdo con dicha decisión. El consentimiento unánime se expresará en un acta que deberá ser suscrita por todos los socios con o sin reunión presencial.

## TÍTULO V

### DE LA SUPERVISION DE LA SOCIEDAD

**ARTÍCULO 30.- Designación de Comisario de Cuentas.** - La sociedad podrá nombrar uno o varios comisarios de cuentas, y sus suplentes. En los casos en que la sociedad designe comisarios de cuentas, estos serán elegidos por los socios por el período establecido en la ley, y estarán sujetos a las condiciones de calificación profesional, incompatibilidades, poderes, funciones, obligaciones, responsabilidades, suplencias, recusaciones, revocaciones y remuneraciones previstos en la Ley.

## TÍTULO VI

### DEL EJERCICIO SOCIAL, CUENTAS, FONDO DE RESERVA LEGAL, DIVIDENDOS

**ARTÍCULO 31.- Ejercicio Social.** - El ejercicio social comenzará el día primero (1ro.) de enero y terminará el día treinta y uno (31) de diciembre de cada año.

**ARTÍCULO 32.- Cuentas Sociales.** - La gerencia deberá, al cierre de cada ejercicio, sancionar los estados financieros de la sociedad y preparar el informe de gestión anual para el ejercicio transcurrido, de conformidad con lo establecido por la ley.

**ARTÍCULO 33.- Fondo de Reserva Legal.** - Anualmente se separará una reserva no menor del cinco por ciento (5%) de las ganancias realizadas y líquidas arrojadas por el estado de resultado del ejercicio anterior. Cuando ese fondo alcance al equivalente al diez por ciento (10%) del capital social, dejará de ser obligatoria la reserva del cinco por ciento (5%) a que antes se ha hecho referencia.

**ARTÍCULO 34.- Dividendos.** - La asamblea general, después de la aprobación de las cuentas del ejercicio, deberá resolver sobre el destino de las utilidades, si las hubiere, pudiendo aprobar la

distribución de dividendos en efectivo, en especie o en cuotas sociales. Los dividendos deberán provenir de los beneficios acumulados al cierre del ejercicio mostrado en los estados financieros elaborados conforme lo previsto por la Ley, incluidos en el informe de gestión anual. La distribución de los dividendos deberá hacerse conforme especifica la ley.

## TÍTULO VII

### DE LA TRANSFORMACIÓN, FUSIÓN y ESCISIÓN DE LA SOCIEDAD

**ARTÍCULO 35.- Transformación.** - La transformación de la sociedad de responsabilidad limitada en otro tipo de sociedad, será decidida por el voto favorable de más de la mitad (1/2) del capital social.

La transformación de la sociedad deberá ser aprobada por los socios, reunidos en asamblea general extraordinaria o por consulta escrita o por el consentimiento de todos los socios contenido en un acta con o sin necesidad de reunión presencial. El procedimiento de transformación se realizará con arreglo a la Ley.

**ARTÍCULO 36.- Fusión y Escisión.** - La sociedad podrá, por vía de fusión, transmitir su patrimonio a otra sociedad existente o una nueva sociedad que se constituya. La sociedad podrá también, por vía de escisión, transmitir su patrimonio, o parte de él, a otras sociedades existentes o nuevas.

La fusión o escisión de la sociedad deberá ser aprobada por los socios, reunidos en asamblea general extraordinaria o por consulta escrita o por el consentimiento de todos los socios contenido en un acta con o sin necesidad de reunión presencial. La mayoría requerida para adoptar esta decisión será del voto de los socios propietarios de cuotas que representen más de la mitad (1/2) del capital social. El proceso de fusión o escisión se realizarán con arreglo a la Ley.

## TÍTULO VIII

### DE LA DISOLUCION Y LIQUIDACION DE LA SOCIEDAD

**ARTÍCULO 37.- Disolución.** - La sociedad podrá disolverse:

- a) Por resolución de la asamblea general extraordinaria o por consulta escrita o por el consentimiento de todos los socios contenido en un acta con o sin necesidad de reunión presencial, adoptada por la mayoría establecida en los presentes estatutos para las asambleas extraordinarias;
- b) Por la conclusión de la empresa que constituya su objeto, la imposibilidad manifiesta de desarrollar el objeto social, o la paralización de la gerencia de modo que resulte imposible su funcionamiento;
- c) Por falta de ejercicio de la actividad o actividades que constituyan el objeto social durante tres (3) años consecutivos; y,
- d) Por consecuencia de pérdidas que dejen reducido el patrimonio contable a menos de la mitad del capital social, a no ser que estos se aumenten o se reduzcan en la medida suficiente.

En caso de proceder la disolución de la sociedad la Asamblea General Extraordinaria, o consulta escrita o resolución escrita unánime, regulará el modo de hacer su liquidación y nombrará las personas que se encarguen de ésta, cesando el gerente desde entonces en sus funciones. Cuando la sociedad se encuentre en estado de liquidación, el liquidador presidirá la asamblea de socios, la cual se regirá por lo establecido en los presentes estatutos.

Después del pago de todo el pasivo, obligaciones, cuotas y cargas de la sociedad, el producto neto de la liquidación será empleado en reembolsar las sumas en capital liberado y no amortizado que representen las cuotas sociales. En caso de que sobrare algún excedente éste será repartido entre los socios en base a la proporción que cada socio haya tenido en el capital social.

La disolución y liquidación de la sociedad se realizará con arreglo a la Ley.

**ARTÍCULO 38.- Liquidación.** - En caso de disolución de la sociedad, los socios nombrarán uno o más liquidadores, que podrán ser socios o no, para que procedan a liquidar la sociedad, con arreglo a la Ley. El nombramiento de los liquidadores dará fin a los poderes de los gerentes, quienes habrán de rendir cuenta de su gestión a la asamblea general, y harán entrega a la misma de las cuentas, libros y documentos sociales.

Los socios serán convocados al final de la liquidación para estatuir sobre la cuenta definitiva, sobre el descargo de la gestión de los liquidadores y la finalización de su mandato para comprobar el cierre de la liquidación.

## TÍTULO IX

### DE LAS CONTESTACIONES

**ARTÍCULO 39.- Contestaciones.-** La interpretación o la aplicación de los presentes estatutos, así como todo conflicto que pudiera surgir durante la vida de la sociedad o de su liquidación, entre los accionistas y la sociedad, o entre los accionistas y los administradores, o entre la sociedad y la los administradores, o entre los accionistas, y que se refieran a asuntos sociales, serán de la competencia exclusiva de los tribunales de la jurisdicción donde se encuentre el domicilio social, y estarán regidos por las leyes de la República Dominicana.

**HECHO Y FIRMADO**, a los ocho (08) días del mes junio del año dos mil dieciocho (2018).