

UNIVERSIDAD APEC



DECANATO DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

***“Diseño de un Plan de Emprendimiento para la Creación
de una Empresa Administradora de un Sistema de Pago
de Multas Vía Plataforma Web. Santo Domingo,
República Dominicana. Año 2012”***

Presentado Por:

Marcos Disla	2004-0173
Margarita Abreu	2006-1901
Jacklyn Tejada	2008-0347

Asesor(a):

Ing. Juan Enrique Rosales

Monografía para Optar por el Título en:
LICENCIATURA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Santo Domingo, D. N.
Agosto, 2012.

***“Diseño de un Plan de Emprendimiento para la Creación
de una Empresa Administradora de un Sistema de Pago
de Multas Vía Plataforma Web. Santo Domingo,
República Dominicana. Año 2012”***



ÍNDICE

	Págs.
AGRADECIMIENTOS	ii
DECICATORIAS	xi
INTRODUCCION	vx
CAPITULO I: MARCO GENERAL	
1.1 Resumen Ejecutivo.....	02
1.2 Definición del Proyecto	03
1.3 Definición del Equipo Emprendedor	04
1.4 Visión.....	05
1.5 Misión	06
1.6 Naturaleza del Negocio	06
1.7 Valores	06
1.8 Filosofía.....	07
CAPITULO II: ANÁLISIS DEL ENTORNO	
2.1 Regulaciones Gubernamentales y Jurídicas	10
2.2. Macro Entorno Político, Económico, Social y Tecnológico	13
2.3 Tendencias	15
2.4 Mercado.....	17
2.4.1 Mercado Potencial.....	18
2.4.2 Mercado Objetivo.....	20
2.5 Mercado Consumidor	20
2.6 Mercado Competidor	21
2.7 Grupo Objetivo	22
2.8 Perfil de Consumidores	23
2.9 Perfil de Clientes	24
2.10 Proveedores	24

CAPITULO III: ANÁLISIS COMPARATIVO

3.1 Análisis FODA	26
3.2 Recursos y Capacidades	28
3.3 Factores Críticos del Éxito	29
3.4 Análisis Porter	29

CAPITULO IV: OBJETIVOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS

4.1 Objetivos Cuantitativos	34
-----------------------------------	----

CAPITULO V: ESTRATEGIAS GENERALES

5.1 Estrategias de Servicio	36
5.2 Segmento del Mercado	37
5.3 Estrategia del Cliente	37
5.4 Mercado Geográfico	37
5.5 Recursos y Capacidades Internas	38
5.6 Capacidades Internas	38
5.7 Tipos de Organización	38

CAPITULO VI: PLANES OPERATIVOS

6.1 Mercado Objetivo	40
6.1.1 Estrategia Competitiva	41
6.1.2 Estrategias de Posicionamiento	42
6.1.3 Estrategia de Precio	42
6.1.4 Estrategia de Comunicación	42
6.1.5 Estrategia de Marca	43
6.1.6 Estrategia de Promoción y Publicidad	44
6.1.7 Estrategia de Servicio	45
6.2 Ventas	46
6.3 Organizacional	47
6.3.1 Equipo y Staff	47
6.3.2 Organigrama	50

6.4 Operación y Logística	51
6.5 Plan de Administración y Finanzas.....	52
6.5.1 Riesgos y Acciones Preventivas.....	52

CAPITULO VII: EVALUACION FINANCIERA

7.1 Flujo de Efectivo (Ingresos, Costos, Egresos).....	54
7.2 Inversiones	57
7.3 Sensibilizaciones	57
7.4 Calculo de VAN, TIR y Otros Indicadores Financieros	59
7.5 Requerimientos de Fondos de Inversión	59

CONCLUSIÓN	xviii
-------------------------	-------

RECOMENDACIONES	xx
------------------------------	----

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	xxii
---	------

ANEXOS

***AGRADECIMIENTOS
Y DEDICATORIAS***



AGRADECIMIENTOS

A Dios por haberme dado la vida y ayudarme a lograr todas las metas que me he propuesto y que me permitirán seguir creciendo, por darme la paciencia, madurez y la fuerza necesaria para seguir cumpliendo mis objetivos.

A mi madre por sacrificar su vida por mí, por ser una madre que lo dio todo para que nada me faltara, por ser mi principal motivo de superación durante toda mi carrera, por creer en mí siempre y apoyarme en todas las cosas que estaban a su alcance.

A mi padre por apoyarme en mis estudios universitarios, por todos los consejos que me has dado para que me supere en la vida y a pesar de que hemos pasado por momentos difíciles siempre has estado ahí apoyándome.

A mis amigos Cesarina Cornielle, Jhael Maldonado, Henry De La rosa, Robert Sobet, Ariel Eusebio, Angel Ventura, Miguel Llibre, Alexander Rosa, Edward Goris, Elizabeth Abreu, Yajhaira Quezada, Natalia Castillo, Victoria Pérez, mi familia más cercana, los que siempre están ahí cuando los he necesitado y los que me aportaron dentro de sus posibilidades sus conocimientos, tiempo, recursos y solidaridad, cada vez que necesitaba de ustedes para poder cumplir con mis deberes educativos y en todos los aspectos de mi vida.

A mis compañeras de Monográfico y amigas Margarita Abreu (Rosita) y Jacklyn Tejada, quienes se convirtieron en las personas más cercanas a mí en las últimas semanas de este recorrido, lloramos, sufrimos, reímos, pero sobre todo compartimos momentos súper agradables y ocurrentes que nos ayudaron alcanzar nuestro propósito como grupo de trabajo.

A mis compañeros y amigos de la Universidad Joezer Bierd, Laura Suarez, Lidianny González, Julia Almanzar, Risoris Meran, quienes me acompañaron en muchas etapas de la carrera y quienes hicieron que este camino no fuera tan difícil, siempre dándome su apoyo cuando los necesitaba. Conocerlos ha sido muy especial para mí, al igual que llegar a cumplir esta meta junto a ustedes.

Al profesor Juan E. Rosales: el mejor asesor y profesor de toda la carrera, usted nos ayudo a renacer el espíritu emprendedor que tenemos cada uno dentro, por enseñarnos que arriesgándonos se ganan más cosas de las que se podrían perder, por su tiempo, dedicación y sus conocimientos para el beneficio de todos nosotros.

Al El Efectivo Agente De Cambio por haberme permitido tener un horario privilegiado y así poder asistir a todas mis clases, reuniones y cursos, lo cual era vital para poder llegar hasta aquí. Gracias.

Marcos Elías Disla Rosario

AGRADECIMIENTOS

A Dios por ser el centro de mi vida y ayudarme a encontrar paz y Fortaleza para perseverar en momentos en que creí no poder seguir.

A mi mami **Margarita Abreu Araujo**: si empezara a nombrar por todo lo que te agradecería ocupara el trabajo completo solo para eso. Eres mi ángel guardia. Gracias por enseñarme a ser la profesional con valores que soy, por mostrarme con tu ejemplo que todo lo que se hace con amor y dedicación se logra, porque me haces agradecer un millón de veces a Dios el ser tu hija y sobre todo por creer en mí.

A mi hermana y amiga **Verónica Martínez Abreu**: por apoyarme en mis momentos difíciles y asumir mis responsabilidades como si fueran tuyas, Gracias mil.

A **María Altagracia Abreu** y **Juana Abreu**: porque son más que mis tías y siempre estaban ahí cuando necesite la ayuda y el apoyo de una madre.

Marcos Disla (Marquitos) y **Jacklyn Tejada**: no solo son mis compañeros son mis hermanos. Gracias por los momentos de alegrías y malas noches que pasamos juntos, le agradezco a Dios por ponerlos en mi camino.

A Cesar Amado Martínez: conocerte fue muy especial para mí, gracias por siempre darme tu ayuda cuando lo necesitaba y regalarme tu amistad.

A mis compañeros y amigo de la universidad: Ricardo Vargas, Anaiki Tejada, Joezer Bierd, Dayna Castro, Rafanny Paredes, Nicaury Valentín, Pamela González, Julia Almánzar, Paola Colombo, Risory Meran, Alianne Lugo. Por enseñarme que si se puede contar con amigos como ustedes y hacer de mis días de universidad una experiencia inolvidable.

Adalgisa García e Ivelisse Abreu: por ser parte de mi familia y siempre brindarme su apoyo, porque nunca perdieron la esperanza en mí. Ocupan un lugar muy importante en mi corazón.

Al profesor **Juan E. Rosales:** por ser el mejor asesor del mundo, gracias por dedicarnos su valioso tiempo y enseñarme con su ejemplo a ser una persona que siempre busca nuevos retos y trabaja en cumplirlos, por ayudarme a sacar la parte creativa que tenia dentro y sobre todo por ser una persona digna de admirar.

A mis profesores: **Miguel Puente Leonor, Rhadames Mateo y David Carvajal,** por brindarme su amistad y cariño, sus conocimientos y entrega me impulsaron a avanzar al logro de mi meta.

Margarita Rosalina Abreu

AGRADECIMIENTOS

Mis padres:

Papi antes de por lo menos pensar en los agradecimientos de este arduo trabajo, pensaba siempre "Ay a Papi en el monográfico debo dejarle una hoja solo agradeciéndole"(y es verdad). Estos 4 años, en los cuales nunca escatimaste en gastos ni esfuerzos, siempre me diste tu apoyo y aunque no lo creas lo valore y lo valoro aun mas, me diste más de lo que recibiste. Sacrificaste tus metas personales, para continuar las mías, me siento privilegiada de tener un padre tan luchador como tú. Eres mi padre, a veces esa voz varonil que me aconseja, ese que aunque no lo expresa siente mis éxitos y lo muestra en una gran sonrisa. Te amo Papi mil gracias.

Mami que decir de ti, la que se quedo tantas veces a pie, la que sacrifico tantas noches de sueño acompañándome a casa de mis amig@s a terminar trabajos finales o para estudiar, la que me levanto desde pequeña lloviera, tronará, anunciaran ciclones, tormentas, me inculcaste el hábito de estudio y de ser una mujer preparada desde pequeña. Celebraste mis triunfos, le expresaste a todos " Mi hija acabo su carrera" mandabas mis notas a tus amigos, me alentabas, me apoyaste y nunca te sentí lejos de mi gracias Mami eres la mejor madre Te amo.

Agradezco a mis abuelos paternos **Grecia de Tejada y Eugenio Tejada** y a mis abuelos maternos **Luisa Vda. de Concepción y Agustín Concepción**, de ustedes aprendí la seriedad, la humildad, la perseverancia y sobretodo la honestidad. Gracias a ustedes tengo los padres excepcionales y que han hecho de mi una mejor persona y un ser de provecho para la sociedad.

Abuelito donde quiera que estés, espero que estés orgulloso de mi, sabes que te ame y te amo fuiste el mejor abuelo del mundo, el más consentidor, el más cariñoso, el que me llevo tantas veces al parque, el que le encantaba los fines de semana para estar conmigo, el que siempre hasta el último momento de vida procuro el bienestar de mi madre y el mío. Donde quiera que estés TE AMO!.

Agradezco en especial a mi tía y madrina **María Isabel Concepción**, eres mi inspiración en muchas cosas, me visualizo tanto en ti como mujer, profesional y ser humano. Me siento orgullosa de tener ciertos parecidos a ti porque eres grande para mí. Te quiero muchísimo y gracias por siempre estar ahí para mí y siempre tenerme en cuenta en tu vida.

Nallely Mejía (mi prima) de ti aprendí que la perseverancia nunca está de más en nuestras vidas, que vale la pena echar adelante y lograr lo que nos propongamos en todos los aspectos de la vida. Para mi eres grande te quiero!

Cada uno de ustedes jugaron un papel importante, la mayoría de los nombres escritos aquí, por sus apodos se darán cuenta que son mis mejores amigos, aquellos que desde que empecé la universidad estuvieron conmigo ya fuera en una materia o compartiendo algo, agradezco en especial a **Jhossuel García (Chabelo) y Leonel de la Rosa (Papi Rico)** fueron más que unos compañeros de universidad, fueron mis verdaderos amigos y nunca titubearon para darme una mano amiga, o para apoyarme en momentos difíciles gracias.

Sin ustedes no se que hubiese sido de mi, para mi sería tan halagador poder escribir mis vivencias que tuve con cada uno de ustedes pero la llevare en un sitio mejor, mi corazón: **Rosanna Tejeda (Mi Ross) Jenny Campechano (Mi Jenny) Larissa Suárez (Mi Sitel), Jorge Tonos (Mi Papito), Lasmy Grullón (Mi Rubia Bella) y Alianne Lugo (La Langosta).**

Mis compañeros de monográfico **Rosa Margarita (Mi Roxy) Marcos Disla (Marquito)** fue un placer poder conocerlos y compartir este proyecto con ustedes. Gracias a todos los amo!

Pasamos altas, bajas pero el poco tiempo que tuve con ustedes nunca salieron de mi mente y mucho menos de mi corazón, siempre que compartí con ustedes o me ofrecieron su ayuda pensé debo ponerlos en mi monográfico: p, espero que no se me haya olvidado nadie:

Paola Gonzales, Lasmy Grullón, Iván Pimentel, Alianne Lugo, Estefany Peralta, Luis Abreu, Manuel Busby, Maria Alexandra Bastardo, Junilka Grullón, Carlos Eliezer, Joan Mateo, Lidianny González, Marie Gautier, Julia Almanzar, Saribel Santana Pión, Leonora Batista, Tatiana Nachon, Rodiana López, Heidy.

Peralta, Anneury Luciano, Raquel Hernández, Chanel Quezada, Catherine Cedeño, Ricardo Vargas, Heidy Pión, Noelia Alberto, Edgar Puello, Milvia Stephanie Veras. Gracias por todo su apoyo!

No estuvieron conmigo en la universidad, pero siempre que necesite de ustedes estuvieron ahí para mí, algunos expresándome lo orgullosos que estaban de mí, su comprensión inigualable, su motivación y sobretodo estar conmigo en este camino, cada nombre escrito aquí tiene una historia en mi vida y en mi corazón, pero el espacio no me daría para compartir cada una: Anny Tejeda, Máximo Díaz, José Ángel Díaz, Esmeralda Molina, Yonatan De León, Emmanuel Chiverton, Franklin Rosa, Gissell Pérez, Shailyn Sosa, Escandra de Faya, José Delio Paulino, José Luis Almanzár. Gracias los quiero mucho y siempre los recordare.

A mis asesores del monográfico Juan Enrique Rosales y Miguel Puente, su ayuda, sus consejos, siempre cogernos el teléfono (a cualquier hora), estar disponibles para nosotros en cualquier lugar y hora, hizo posible este proyecto, GRACIAS.

Ustedes han sido y serán los profesores más recomendados para coger clases, con ustedes aprendí mucho y fruto de eso está en este trabajo: Isidra Camacho, Elizabeth Rincón, Ivelisse Zorob, Luis Manuel Cadena, Radhames Mateo, Arnaldo Vásquez. Gracias!

Por fé!

Jacklyn Stephanie Tejada Concepción

DECICATORIAS

Dedico este monográfico a Dios y a mis padres.

Dios por haberme permitido llegar a este momento tan especial de mi vida. Por los logros y los momentos difíciles que me han enseñado a valorar todo cada día, y por darme la oportunidad de cumplir una de mis metas más importantes en la vida.

A mis padres: Bernarda Rosario y Lorenzo Disla, todo esto no lo habría logrado sin ustedes, gracias por su apoyo incondicional y por siempre estar presente cuando los he necesitado.

Marcos Elías Disla Rosario

DEDICATORIAS

Dedico este monográfico a Dios, mi madre y a mi hija.

A **Dios** por ser el centro de mi vida y mi refugio.

A mi Mami por amarme tanto y preocuparte por mí, por ser la persona más importante para mí en toda la faz de la tierra. Mami te dedico este proyecto porque te amo con toda el alma.

A la razón de ser de esta carrera y de toda mi vida: Mi hija **Luisa Margarita Aria Abreu**. El día que naciste cambiaste mi universo, todos mis pasos son para que te sientas orgullosa de tu mami. TE AMO.

Margarita Rosalina Abreu

DEDICATORIAS

Dedico este monográfico a Dios, mis padres y a mí.

Dios, en estos cuatrimestres fuiste tú mi amigo fiel y mi ángel guardián, sin ti no hubiese sido posible tener la inteligencia, la seguridad y sobretodo la posibilidad de cumplir una de mis más importantes metas en la vida SER PROFESIONAL.

Mi Padre Alfredo José Tejada Roque a ti dedico todo mi esfuerzo, mi deseo de triunfar, mi superación y mi FE para nunca darme por vencida en estos 4 años. Gracias por darme la vida, permitirme nacer, ser tu hija, anhelar mí llegada a tu vida, darme los mejores estudios y darme a ti como padre ejemplar, trabajador y luchador. Agradezco a Dios permitirme tener tu misma sangre. Te quiero!

Mi Madre Irina Altagracia Jacqueline Concepción Tolentino, mas que dedicarte debo felicitarte por tu entereza, tu amor de madre, traerme al mundo, gracias por permitirme ser parte de ti y tú de mí. Tú lucha incansable, tú fuerza antes las adversidades y darme esta vida que hoy te agradezco tanto me hace sentirme orgullosa de ser tu hija.

Yo, me dedico el honor de poder escribir tantos nombres plasmados en este trabajo, las historias que llevare en mi corazón hasta que deje de latir. Gracias Papá Dios por regalarme este arte tan precioso: AGRADECIMIENTO!

Jacklyn Stephanie Tejada Concepción.

INTRODUCCION



INTRODUCCION

Desde mediados del siglo XX el mundo se ha envuelto en un proceso dinámico de globalización en el que la comunicación e interdependencia ha crecido entre los diferentes países unificando sus mercados, sociedades y culturas. Todos los países involucrados en dicho proceso han abierto sus puertas a la revolución informática, a un nivel tan considerable que han modificado su ordenamiento jurídico para uniformizar y simplificar procedimientos y regulaciones nacionales e internacionales con el fin de mejorar las condiciones de competitividad.

Sin duda alguna la República Dominicana ha avanzado en estos aspectos, tal es el caso del reordenamiento de la vía pública, para lo cual existen diversas instituciones que accionan con el fin de mejorar todo lo relacionado con esta. Una de ellas es la Autoridad Metropolitana de Transporte Terrestre (AMET) que es la institución que se encarga de regular todo lo relativo a la demanda y oferta del transporte.

La creación Multas Online viene a aportar a este proceso de simplicidad en el reordenamiento público del país, desarrollando una plataforma electrónica para el pago de las multas impuestas. La misma se apoya en una plataforma web diseñada para realizar el pago.

Esta idea de negocio facilita el manejo y solución de conflictos que produce la imposición de multas, ofreciendo un medio de pago confiable, cómodo y fácil para cumplir con el deber ciudadano. A esto se adiciona, el ahorro de tiempo que se obtiene al utilizar los servicios de Multas Online, al eliminar la obligación de acudir físicamente a efectuar el pago y realizarlo desde cualquier lugar en el que tenga acceso a internet.

***CAPITULO I:
MARCO GENERAL***



CAPITULO I

MARCO GENERAL

1.1 Resumen Ejecutivo

Nuestro plan de emprendimiento consistió en diseñar un sistema de pago que ayude al cumplimiento de las multas impuestas en el país. Para esto, describimos los beneficios que ofrecen Multas Online para su implementación. Así como también, se adquirieron los elementos teóricos y prácticos que permitieron crear dicha plataforma.

Las herramientas que permitieron llevar a cabo este proyecto fueron: la encuesta y los estudios de mercado, que permitieron detectar las oportunidades internas y externas así como también, la factibilidad del proyecto.

Se detectó que gran parte de la población carece de tiempo suficiente para trasladarse a las oficinas correspondientes a pagar las multas, a este hecho se le suma la inexistencia de servicios que ofrezcan la oportunidad de efectuar los pagos desde la comodidad del hogar.

Multas Online viene aportar un servicio de simplicidad en el reordenamiento público, desarrollando una plataforma electrónica para el pago de las multas impuestas.

1.2 Definición del Proyecto

Esta idea surge de la necesidad de brindar mayor comodidad a todos los ciudadanos y simplificarles la vida, ya que desde la comodidad de su residencia, o trabajo podrán realizar el pago de cualquier amonestación a través de la web. En la primera etapa, el diseño de la plataforma para el pago de las multas es la parte que requiere más atención, teniendo en cuenta que la misma debe contar con el contenido apropiado y de fácil manejo donde cualquier ciudadano pueda, de manera rápida y fácil efectuar su pago. Para agregar valor al portal le añadiremos a una serie de informaciones sobre el uso y manejo del mismo, incluyendo los siguientes links:

- Instrucciones de uso
- Preguntas y respuestas más frecuentes
- Políticas de privacidad, entre otros tópicos vínculos o contactos con las entidades involucradas al servicio.

Con esta idea pretendemos desarrollar una empresa de servicios innovadora, reconocida y sólida, que cuente con el aval de las empresas que nos contraten, en primera instancia AMET, con quien desarrollaremos nuestro proyecto y será a futuro nuestro modelo de desarrollo para futuros clientes.

1.3 Definición del Equipo Emprendedor

Somos un equipo innovador con excelentes relaciones interpersonales capaces de tomar decisiones para generar un cambio. Somos personas optimistas, con fé y confianza en nosotros mismos, que podemos planificar y fijarnos objetivos, los cuales podemos lograr en base a nuestros conocimientos y capacidad de trabajar en equipo

Multas Online está organizado para ofrecer a nuestros clientes un servicio de calidad. Estructurados en diferentes departamentos, favoreciendo la búsqueda de calidad en los resultados.

Margarita Rosalina Abreu

Edad: 22 años

Administradora de Empresas

Experiencia laboral:

Administrativa junior Colegio Gregorio Luperón

Tareas realizadas:

- Logística
- Desarrollo de proyectos
- Control de presupuestos
- Representaciones comerciales e institucionales
- Manejo de nomina y pago de sueldos

Jacklyn Stephanie Tejada Concepción.

Tengo 22 años de edad, estudie administración de empresas, las áreas de las cuales me desarrollo mejor son relaciones públicas y mercadeo, debido al gran acercamiento que hay con los clientes. En este proyecto lo mejor de mí que puedo dar es, que los ciudadanos a través de la publicidad estén informados de que no tienen que ser largas filas para pagar sus multas, sino que desde la comodidad de sus hogares mantenga su licencia al día y sin deudas.

Marcos Disla

Joven estudie de Administración de empresas, me considero una persona responsable, creativa, con iniciativa, asumo con agrado los retos y con buen manejo de relaciones interpersonales, facilidad para trabajar en equipo, así como para resolver problemas eficientemente y lograr las metas trazadas por la empresa y mi grupo de trabajo.

1.4 Visión

Posicionarnos en el mercado como una empresa innovadora en el ámbito tecnológico destinada para el pago de las multas impuestas por los diferentes organismos del estado.

1.5 Misión

Agilizar el proceso de pago de multas brindando comodidad a los ciudadanos, valiéndonos de la rapidez que ofrece utilizar este tipo de tecnología, así como también educarlos y concientizarlos para que no violen las disposiciones, normativas y regulaciones vigentes según nuestras leyes.

1.6 Naturaleza del Negocio

“Multas Online”, consiste en la creación de una página web diseñada para el pago de las diferentes multas impuestas por las entidades del Estado, en la primera fase del proyecto haremos énfasis en las multas generadas por la Autoridad Metropolitana del Transporte (AMET), relacionadas con el parque vehicular. Posterior a la primera fase se agregaran otras entidades estatales que requieran este tipo de servicio.

1.7 Valores

- **Honestidad:** nos desenvolvemos en un ambiente de confianza y armonía, que garantizamos respaldo, seguridad y credibilidad en las personas.

- **Ética:** actuamos bajo los principios de justicia y lealtad con relación a los clientes.
- **Innovación:** Introducirnos en el mercado, un nuevo servicio, con el cual los consumidores no están aun familiarizados.
- **Creatividad:** efectuamos extrapolaciones y estimaciones del resultado, dadas las relaciones existentes.
- **Responsabilidad:** tomamos decisiones conscientemente y aceptamos las consecuencias de nuestros actos.
- **Calidad.**
- **Confidencialidad.**

1.8 Filosofía

Brindar comodidad a los ciudadanos del país utilizando la tecnología.

- ✓ Nuestro reto: **excelencia**, hacer prácticas sobresalientes en la gestión del proyecto y el logro de resultados, alianzas mutuamente beneficiosas y responsabilidad social.

- ✓ Nuestro valor: **transparencia**, asumimos la obligación de velar porque la información llegue a la sociedad en general refleje la realidad y tenga un contenido que coadyuve al acceso a la información veraz y oportuna, para que todo ciudadano pueda recibir en forma fácil y rápida los conocimientos con relación a las multas, tomando acciones e instrumentos innovadores para promover la integridad.

- ✓ Nuestro compromiso: **servir a nuestros clientes**, implica realizar todas las actividades necesarias para lograr que nuestros clientes reciban el servicio en el momento y lugar adecuado bajo una interfaz de diseño y contenido especialmente estructurado, este otorga a la página web las características de amigable y accesible.

***CAPITULO II.
ANÁLISIS DEL ENTORNO***



CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1 Regulaciones Gubernamentales y Jurídicas

Las Regulaciones Gubernamentales y Jurídicas que afectan directa e indirectamente a la creación de páginas webs en República Dominicana son las siguientes:

Registro De Nombre Comercial y Marca

Ley No. 20-00 – Propiedad Industrial de fecha 10 de mayo del año 2000, conjuntamente con su Reglamento de Aplicación No.599-01 de fecha 1 de junio de 2001, es el estatuto vigente en materia de propiedad industrial.

La misma consta de 7 títulos comprendidos por 193 artículos que regulan el registro de las patentes de invención, diseños industriales, marcas y nombre comerciales.

Entidad: Oficina Nacional De La Propiedad Industrial (ONAPI). Encargada de la administración de las concesiones, mantenimiento y vigencia de los registros las patentes de invención y de los modelos de utilidad, y de los registro de diseños industriales y de signos distintivos.

Registro Nacional De Contribuyentes

- Ley No. 227-06 – Ley General de la DGII
- Entidad: Dirección General De Impuestos Internos (DGII)

Una vez solicitado el registro del nombre comercial se procede a Pagar impuesto por Constitución de Compañía en la Dirección General de Impuestos Internos (DGII) En el Dpto. de Sociedades Comerciales. El registro de un nombre comercial cuesta: 3,700 pesos y El registro de logo cuesta 3,776 pesos.

Solicitar el Registro Nacional del Contribuyente (RNC), en esta misma entidad, este servicio es gratis.

Ley General de Telecomunicaciones No. 153-98.

Esta ley constituye el marco regulatorio básico que se ha de aplicar en todo el territorio nacional, para regular la instalación, mantenimiento y operación de redes, la prestación de servicios y la provisión de equipos de telecomunicaciones.

Entidad: Instituto Dominicano De Las Telecomunicaciones (INDOTEL)

Ley No. 65-00 sobre Derecho de Autor

Ley 241 o Ley de Tránsito.

Tienen por objeto la regulación del tránsito y del transporte terrestre en la República Dominicana, apegada a los principios establecidos en la Constitución en cuanto al derecho al libre tránsito de personas y la propiedad de los bienes; el desarrollo del sector transporte como actividad estratégica de la economía, así como también lo relativo a la planificación, control, operación y fiscalización del tránsito y transporte terrestre en todo su territorio.

En sentido general, la ley 241, contiene requisitos para vehículos, conductores y peatones, sobre el tránsito y la seguridad, prohibiciones, sanciones y reglamentaciones para el uso de las vías públicas.

2.2. Macro Entorno Político, Económico, Social y Tecnológico

El marco entorno político, económico Social y Tecnológico en el que se maneja la industria de áreas teológicas en República Dominicana son las siguientes:

FACTORES POLÍTICOS	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Legislación actual en el mercado local.	Las leyes para la creación de las pequeñas empresa, para la superación de la población.	
Legislación futura.	Creación de programas para la modernización y educación de la población.	
Procesos y entidades reguladoras.	Indotel y las empresas de telecomunicación son soporte para la tecnología de servicios.	
Políticas gubernamentales.	Sustento de la educación y mejoras en la fiscalización de impuestos.	
Periodo gubernamental y cambios.		Nuevas implementaciones pueden ocasionar daños y fricciones en el mercado.
Financiamiento iniciativas.	e Ayuda a sustentar el proyecto y a encaminar el mismo para garantizar mejor rentabilidad.	

FACTORES ECONÓMICOS	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Situación económica actual.	Una economía estable contribuye al desarrollo.	La crisis económica desfavorece el mercado.
Tendencia en la economía actual.	Una economía en crecimiento promueve el desarrollo de los pueblos.	
Asuntos generales de impuestos.		El alto costo del pago de impuesto deteriora el mercado para nuevas empresas.
Ciclos de mercados.	El cambio en los mercados favorece al consumidor.	
Motivadores de los cliente o usuarios.	El buen uso de éstos nos ayuda a la optimización del proyecto	

FACTORES SOCIALES	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Tendencias de estilos de vida.	Simplifica y acomoda a los usuarios con su pago	
Demografía.		Una población de pocos recursos no rentabiliza el proyecto.
Opinión y actitud del consumidor.	Las críticas ayudan al mejoramiento del servicio.	
Imagen de la marca y la tecnología de la empresa.	La primera impresión del cliente para motivarse a consumir	
Acceso y tendencia de compra.	Facilidad y rapidez en la compra para un servicio más eficaz.	
Publicidad y relaciones públicas.	Importante para el conocimiento de servicio en el mercado.	

FACTORES TECNOLÓGICOS	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Asuntos de prioridad intelectual.	Patentizar el sistema, ya que es único en el mercado dominicano.	
Potencial de innovación.	Único en el mercado dominicano.	
Madurez de la tecnología.	La modernización de mercado dominicano.	
Tecnología sustituta.		Afecta el proyecto, pero otra opción para el consumidor.

2.3 Tendencias

El proceso de servicio está evolucionando rápidamente en los últimos años en todo el mundo. Ante este cambio el consumidor busca un trato exclusivo y más que todo una comodidad a la hora de ofrecerle un servicio, eliminando toda aquellas actividades que le resten tiempo como por ejemplo hacer una fila para poder pagar una multa. La tendencia de hoy en día es que el cliente no necesite moverse de su hogar para realizar el pago de una multa, sino que este solamente con el acceso a internet pueda realizarlo desde la comodidad de su hogar o en su trabajo.

A través de los años a raíz del cambio socio-cultural e impulsados por el desarrollo de las tecnologías, empresas y organizaciones se han visto en la necesidad de brindar a los clientes la oportunidad de adquirir productos o cumplir con sus obligaciones utilizando canales no convencionales como acceso para pagos en línea, cargos a cuenta automáticos y a través de teléfonos

móviles, entre otros, para aumentar sus ventas o la recaudación de impuestos. Este último es el caso de la DGII (Dirección General de Impuestos Internos de la República Dominicana), las cuales han ayudado a que sus niveles de operación y recaudación mejoren de manera significativa.

La necesidad de que el pago en línea sea acogido por la AMET, está creciendo cada día más, ya que los esfuerzos llevados a cabo hasta el momento basándose en métodos tradicionales no ha representado una mejora del proceso, por lo que el cambio aportaría una ventaja competitiva para la institución. A corto y largo plazo.

Esta página web promete englobar todo lo concerniente al pago de multas en general, enfocándose en sus primeros inicios en el pago de multas de tránsito, donde el usuario podrá, no solo realizar su transacción, sino, también se encontrará con una serie de videos y test que le servirán de retroalimentación para no cometer las mismas faltas.

En nuestro país cada día más la tecnología se va involucrando en las actividades de servicios, por eso las empresas deben utilizarlo para atraer más clientes y buscar la manera más adecuada para acomodarlos.

2.4 Mercado

Como empresa destinada al pago de multas online, nuestro mercado se puede extender por toda la isla de la República Dominicana, el cliente desde su computadora o teléfono móvil tendrá la facilidad de acceder a la red y realizar su pago sin importar su ubicación.

“En los 27 meses de gestión del actual titular de AMET, mayor general José Aníbal Sanz Jiminián, equivalentes a 820 días, los agentes de esa entidad han puesto 700 mil multas a conductores de vehículos, incluidos los motoristas, es decir, alrededor de 900 por día, con la agravante de que solo 3 de cada cien son pagadas.”¹Dichas multas, bajo el sistema actual de cobranzas, hacen difícil el trabajo de las autoridades, cuyo esfuerzo se ve mermado ante la impunidad de la que son beneficiados los violadores.

Según la Autoridad Metropolitana de Transporte (AMET), además de la luz roja, las violaciones de tránsito con un alto número de registros son: Obstrucción del tránsito, conducir sin licencia y dar ilegalmente la vuelta en "U".

En 2010, en el Distrito Nacional, un total de 341,608 infracciones fueron colocadas a conductores, siendo los motoristas los más afectados, al reportarse un total de 39,980 sanciones por transitar sin casco. Para el año 2011, las

¹ Autoridad Metropolitana de Transporte (AMET)

multas se elevaron a 401,096 solo en el Distrito Nacional. Las de mayor registro fueron: Violar la luz roja, con 44,669, y transitar sin cinturón de seguridad, con 42,998. Para ese año, se aplicaron 20,460 infracciones por transitar sin casco. En lo que va de año se ha registrado aproximadamente 112,439 multas de transito, promediando más de 929 diarias, siendo las tres principales infracciones: Transitar sin cinturón (16,431), violar la luz roja (12,141) y hablar por el celular mientras se conduce (11,673).²

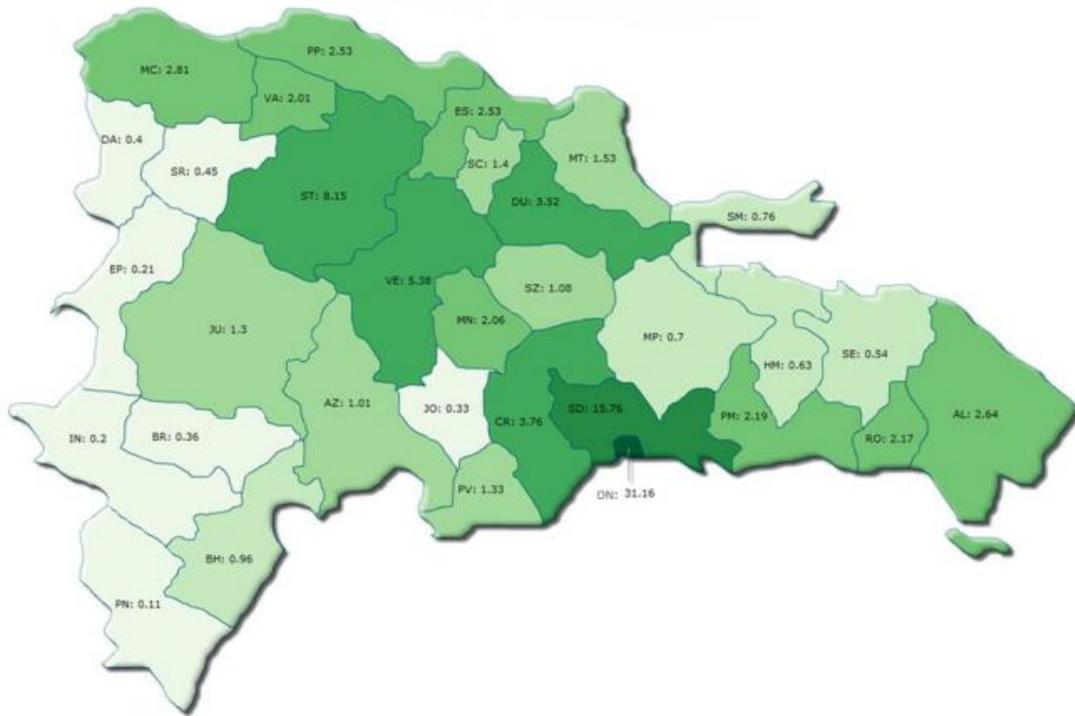
En el país se registra un promedio anual de 794,650 multas, lo que nos garantiza una rentabilidad adecuada para nuestra empresa, ya que pretendemos ganar un 3% por ciento por cada multa pagada desde nuestro servicio.

2.4.1 Mercado Potencial

Para determinar nuestro mercado objetivo tomamos como referencia las multas impuestas por la Autoridad Metropolitana de Transporte (AMET), desde el año 2010 hasta abril 2012, dando un promedio anual de 360,007 contravenciones solo en el Distrito Nacional que representa el 31.16% del parque vehicular de la República Dominicana.

²idem

Para calcular el resto del país utilizamos el promedio de multas anuales del Distrito Nacional y el porcentaje del parque vehicular de cada provincia obteniendo un resultado de 794,650.00 contravenciones a nivel nacional.³



Las multas mayores registradas en el año 2011 fueron violar la luz roja con 401,096.00 mas transitar sin cinturón de seguridad entre el total de multas de ese año representa el 26% con un costo de RD\$1,667.00 y el otro 74% tienen un costo de RD\$1,000.00.

El 26% representa 206, 608 contravenciones y el 74% equivale a 588,040 del total de las multas.

³<http://www.dgii.gov.do/estadisticas/parqueVehicular/Documents/ParqueVehicular2011.pdf>

Esto expresado en cifras monetarias seria:

%	CANTIDAD DE MULTAS	PRECIO DE MULTAS	TOTAL
26%	206,608 X	RD\$1,667.00	RD\$344,415,536.00
74%	588,041 X	RD\$1,000.00	RD\$588,041,000.00
TOTAL	794,649		RD\$932,456,536.00
3%			RD\$27,973,696.08
ENTRE 12 MESES			RD\$2,331,141.34

2.4.2 Mercado Objetivo

AÑOS	MERCADO POTENCIAL EN RD\$	OBJETIVOS DE PARTICIPACIÓN	PRONOSTICO ESTIMADO
Año 1	RD\$932,456,536.00	8%	RD\$74,596,522.88
Año 2	RD\$1,025,702,189.60	8.25%	RD\$84,620,430.64
Año 3	RD\$1,118,947,843.20	8.72%	RD\$97,572,251.93
Año 4	RD\$1,212,193,496.80	9.72%	RD\$117,825,207.89
Año 5	RD\$1,305,439,150.40	10%	RD\$130,543,915.04
TOTAL	RD\$5,594,739,216.00		RD\$505,158,328.38

2.5 Mercado Consumidor

Este proyecto va dirigido a las personas que buscan una solución rápida y más cómoda para el pago de sus multas de tránsito, como son:

1. Las personas que tienen que trabajar y no tienen tiempo para realizar el pago

2. Los jóvenes que no saben donde está ubicada la Autoridad Metropolitana de Transporte.
3. Los jóvenes que estudian y no les interesa pagar la multa por el hecho de que es muy incomodo el método

2.6 Mercado Competidor

El concepto de nuestro negocio no existe actualmente en el mercado por lo cual no contamos con competencia directa, ahora bien las instituciones donde puedes efectuar el pago físicamente pueden ser nuestros competidores de forma indirecta:

- **Instituciones del gobierno como la Autoridad Metropolitana de Transporte (AMET)** que es la encargada de cobrar las multas ofreciéndole al usuario charlas y un pequeño tribunal con un juez para apelar algunas multas.
- **Banco de Reservas** que es una extensión para poder pagar las multas, no obstante, las multas que conllevan una charla, las personas independientemente de haber hecho su fila en el banco, deberán trasladarse a la oficina de Amet para recibir su charla.

Nuestro punto fuerte es que en República Dominicana no existe ninguna institución que promueva el pago de multas vía Internet, por eso, seríamos pioneros al implementar este nuevo sistema, evitándole al usuario realizar largas filas de espera haciéndole perder tiempo valioso al cliente. Las charlas se realizarán con pequeños videos donde el usuario no tendrá que trasladarse a la AMET sino que desde su hogar aparte de pagar las multas también tendrá la facilidad de tomar su charla.

2.7 Grupo Objetivo

- **Clientes**



2.8 Perfil de Consumidores

Jóvenes profesionales que compran por Internet: La escasez de tiempo incentiva a utilizar el canal en línea de pago de cuentas principalmente.

La mayoría posee cuenta corriente y tarjeta de crédito. Estas personas comenzaron a utilizar el pago electrónico en línea luego de comenzar a trabajar, dado al ahorro de tiempo que implica. Este es el mayor beneficio percibido por este perfil.

- **Jóvenes estudiantes con licencia de conducir:** Muestran gran preferencia por la tecnología y lo asociado a ésta. Se sienten altamente impulsados a adquirir nuevos productos tecnológicos, tendencia que justifican por la temprana exposición a productos de este tipo.
- **Adultos de edad avanzada:** que no cuentan con suficiente tiempo para realizar el proceso que conlleva el pago de una multa de tránsito o cualquier amonestación o impuesto.

2.9 Perfil de Clientes

Empresas estatales que requieran el pago en línea:

- **Autoridad Metropolitana de Transporte:** ayudaría a agilizar el proceso de pago que ofrece en la actualidad.
- **Dirección General de Impuestos Internos:** ofrecería un valor agregado a la institución al ofrecer el pago de impuestos vía web.

2.10 Proveedores

En relación a los proveedores del negocio se consideran los siguientes aspectos:

- ✓ Mantenimiento de la plataforma con empresas experimentadas
- ✓ en el rubro de la tecnología.
- ✓ Empresas que brindan el servicio de internet.
- ✓ Empresas de creaciones de página web con certificación de calidad de sus procesos de servicios.

CAPITULO III: ANÁLISIS COMPARATIVO



CAPITULO III: ANÁLISIS COMPARATIVO

3.1 Análisis FODA

Con la finalidad de desarrollar una estrategia de negocios adecuada, se hace necesario analizar el entorno de nuestro proyecto y las oportunidades que trae consigo el panorama actual, a continuación encontraremos el análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que nos presenta el entorno de negocios en el que se desarrollara la empresa.

Fortaleza

- Empresa Pionera en el pago de multas Online
- Provee mayor comodidad al cliente
- Posee informaciones sobre multas
- Mejor servicio para el cliente
- Estimula al cliente a pagar a tiempo

Oportunidades

- Explotación de un nicho de mercado nuevo
- Empresa nueva en el área de pagos de multas online
- Es un servicio innovador en el mercado
- Ampliar nuestro paquete de servicios de pago

Debilidades

- Es un servicio desconocido en el mercado
- Posee una alta dependencia del sector Tecnológico
- Requiere de programadores capacitados
- Requiere una buena publicidad para darnos a conocer

Amenazas

- Resistencia de los consumidores al uso de la tecnología
- Entrada del gobierno al pago de multas online
- Posible fallas en la seguridad de la pagina

3.2 Recursos y Capacidades

Aunque no contamos con competencia directa existen instituciones donde puedes efectuar el pago físicamente que consideramos competidores indirectos, Nuestro plan de emprendimiento Multas Online distingue los siguientes recursos y capacidades:

	AMET			BANCO DE RESERVAS			IMPUESTOS INTERNOS		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Cercanía con el Consumidor			X			X			X
Calidad del Servicio	X			X			X		
Innovación	X			X			X		
Marca		X			X			X	
Precio Conveniente									
Managment	X			X			X		
Capital De Trabajo			X			X			X
Marketing		X			X			X	
Merchandising			X		X			X	

3.3 Factores Críticos del Éxito

- ✓ Desempeño de los equipos utilizados
- ✓ Agilidad y funcionamiento del software
- ✓ Diseño moderno de la pagina
- ✓ Excelencia en la calidad del servicio
- ✓ Conocimiento tecnológico del equipo emprendedor

3.4 Análisis Porter

Mediante el modelo de las cinco fuerzas de PORTER realizamos un análisis externo a Multas Online. En base a este análisis, pudimos diseñar estrategias que permitan aprovechar las oportunidades y hacer frente a las amenazas.

La importancia en crear una estrategia competitiva radica en aprovechar al máximo las ventajas, las cuales se apoyan en la innovación del producto y la comercialización. Estas estrategias permiten desarrollar los objetivos generales trazados por la alta dirección y determinar su diferencia con relación a los demás competidores. Para lograrlo debemos comprender los factores fundamentales que determinan sus perspectivas de rentabilidad largo plazo.

1- Nuevos Entrantes:

Para nuestro producto existen barreras de entradas para nuevos competidores, tales como:

- **Legislación:** pertenecemos a un sector regulado y organizado. En la república dominicana existen un conjunto de leyes, normas y regulaciones que deben de cumplirse para poder operar.
- **Inversión de Capital:** es necesario para poder desarrollar la plataforma web y comercializarlo.

2- Rivalidad entre competidores:

Actualmente el Banco de Reservas se encarga de hacer el cobro de las multas impuestas por la Autoridad Metropolitana De Transporte (AMET), Multas Online ofrecerá el mismo servicio de una manera cómoda y rápida.

La rivalidad existente entre estas dos empresas, se debe a que el Banco de Reservas se encuentra consolidado en el mercado Dominicano, como la única entidad que ofrece el mismo servicio pero Multas Online se caracteriza por el pago vía web y Móvil de las infracciones vehiculares. Utilizando la tecnología para diferenciarse.

3- Poder de negociación de los clientes:

Los clientes actúan para bajar los precios, aumentar la calidad, exigir mayores prestaciones y hacer que los competidores se enfrenten unos a otros. El poder de los clientes para conseguir estos efectos no es el mismo en todos los sectores.

En este sector, los servicios están diferenciados, por el cual los clientes observarán características diferentes entre Multas Online y de sus competidores, es posible que los clientes sean fieles a algunas diferencias en particular, si dispone de información precisa sobre los servicios y su calidad, implicaría que el poder de los clientes disminuya.

4- Poder de negociación de los Proveedores:

La capacidad de negociación de los proveedores es importante, ya que estos serán la clave del negocio, como empresa encargada de ofrecer servicio de pago online, los proveedores será quienes suministren la tecnología necesaria para el funcionamiento de nuestra plataforma. Se firmaran convenios que consistirán en estrategias de seguridad y de asesoría en equipos y aplicaciones.

5- Amenazas de ingresos de nuevos productos sustitutos:

Para nuestra industria no existen sustitutos primarios, sin embargo si existen sustitutos secundarios, como es el caso de Banco de Reservas que satisfacen una necesidad similar.

CAPITULO IV
OBJETIVOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS



CAPITULO IV OBJETIVOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS

4.1 Objetivos Cuantitativos

OBJETIVOS CUANTIFICABLES						
Ventas	Prom. Mensual	1er Año	2do Año	3er Año	4to Año	5to Año
Cantidad de multas	186,491.00					
Ingresos		4,314,000	13,539,000	14,588,000	15,732,000	16,982,000
Margen Neto VAN		-1,165,000	5,613,000	6,286,000	7,028,000	7,845,000
TIR	12,628					
	68%					

4.2 Objetivos Cualitativos

- ❖ Posicionarnos en el mercado Dominicano como la primera empresa especializada en ofrecer los servicios de pago de multas online.
- ❖ Crear una empresa transparente la cual nuestros clientes se sientan seguros y satisfechos a la hora de realizar su pago online
- ❖ Despertar el interés en los clientes de entrar a la página no solo para realizar sus pago sino para buscar informaciones de las distintas multas.

CAPITULO V
ESTRATEGIAS GENERALES



CAPITULO V: ESTRATEGIAS GENERALES

5.1 Estrategias de Servicio

El servicio que ofrece Multas Online, es un sistema innovador que tiene como objetivo principal satisfacer las necesidades de nuestros clientes que hasta el momento no ha sido ofertado por otro tipo de empresa.

La estrategia de diferenciación de nuestra página web se fundamenta en el hecho de que esta nueva tecnología permitirá a los clientes pagar sus multas directamente desde su computador y su dispositivo móvil vía TPAGO donde quiera que este, sin necesidad de dirigirse a las oficinas correspondientes y así, reducir los costos a nuestros clientes de una forma rápida, cómoda y segura.

Este nuevo enfoque de negocio atraerá a los clientes jóvenes, e impulsará a que las personas se motiven a pagar sus infracciones en un periodo de tiempo corto.

5.2 Segmento Del Mercado

Esta estrategia de negocio está dirigida al nicho de mercado de los conductores de la República Dominicana, principalmente aquellos que necesitan de una alternativa rápida y segura de realizar el pago de las multas recibidas.

5.3 Estrategia del Cliente

Esta estrategia de negocios se centra a los conductores que deseen obtener un servicio innovador, en el cual puedan pagar sus infracciones con seguridad, comodidad y ahorro de tiempo.

5.4 Mercado Geográfico

Inicialmente estaremos enfocados en la provincia de Santo Domingo, siendo nuestra meta abarcar todo el territorio dominicano ofertando una buena tecnología y servidores capaces de soportar las visitas diarias de los usuarios, así como también, programadores y técnicos capacitados que puedan dar mantenimiento a la página y que esta siempre esté disponible para nuestros usuarios.

5.5 Recursos y Capacidades Internas

En todo proyecto de inversión que incluya operatividad, a todos aquellos factores internos vinculados a las herramientas y adiestramiento que poseen internamente los elementos que conforman el modelo de negocios, para el caso de Multas Online los siguientes recursos y capacidades se ajustan al plan operativo del negocio:

5.6 Capacidades Internas

- ✓ Calidad del servicio
- ✓ Seguridad

5.7 Tipos de Organización

- Tamaño: Pequeña Empresa.
- Tipo: Empresa con fines de lucro, formal.
- Forma: Organización Línea-Staff

CAPITULO VI
PLANES OPERATIVOS



CAPITULO VI PLANES OPERATIVOS

6.1 Mercado Objetivo

Años	Mercado Potencial en RD\$	Objetivos de participación	Pronostico estimado	3% Requerido	%
Año 1	RD\$932,456,536.00	8%	RD\$74,596,522.88	RD\$2,237,895.69	
Año 2	RD\$1,025,702,189.60	8.25%	RD\$84,620,430.64	RD\$2,538,612.92	10%
Año 3	RD\$1,118,947,843.20	8.72%	RD\$97,572,251.93	RD\$2,927,167.56	20%
Año 4	RD\$1,212,193,496.80	9.72%	RD\$117,825,207.89	RD\$3,534,756.24	30%
Año 5	RD\$1,305,439,150.40	10%	RD\$130,543,915.04	RD\$13,054,391.50	40%
TOTAL	RD\$5,594,739,216.00		RD\$505,158,328.38	RD\$24,292,823.90	

Multas Online pretende alcanzar los siguientes objetivos de ventas:

Año 1: 8% del mercado potencial, Ventas RD\$74,596,522.88

Año 2: 8.25% del mercado Potencial (crecimiento real de 0.25%) incremento en ventas de un 10% para un pronóstico de RD\$84,620,430.64

Año 3: 8.72% del mercado Potencial (crecimiento real de 0.47%) incremento en ventas de un 20% para un pronóstico de RD\$97, 572,251.93

Año 4: 9.72% del mercado Potencial (crecimiento real de 1%) incremento en ventas de un 30% para un pronóstico de RD\$117,825,207.89

Año 5: 10% del mercado Potencial (crecimiento real de 1.28%) incremento en ventas de un 40% para un pronóstico de RD\$130, 543,915.04

6.1.1 Estrategia Competitiva

La competitividad estará basada en la estrategia de **Enfoque**, ofreciendo al público un nuevo y exclusivo servicio de pago electrónico de multas aplicadas por la Autoridad Metropolitana de Transporte.

Nuestra especialización y orientación hacia un servicio exclusivo, hacen de nuestra oferta la elección más viable a fin de garantizar el cambio y desarrollo de la mentalidad de pago de los ciudadanos.

MATRIZ ENFOQUE

DIFERENCIACIÓN	TIPO DE COMPETIDOR
Precio	Servicios de pago online
Disponibilidad	Medios tradicionales AMET y Banco de Reservas
Exclusividad	Única empresa existente

6.1.2 Estrategias de Posicionamiento

El posicionamiento estará enfocado en establecer nuestro servicio de pago de multas por infracción de tránsito, resaltando como aspecto principal:

- Rapidez

6.1.3 Estrategia de Precio.

Como empresa intermediaria contratada por la Autoridad Metropolitana de Transporte, el ciudadano contará con la información de precios por multa, directamente desde la institución, siendo transparente para el usuario, las tarifas cobradas por Multas Online.

Ofrecer al cliente el servicio de pago de Multas Online libre de cargos adicionales, representa un punto a favor para la aceptación de este medio de pago por parte de los usuarios.

6.1.4 Estrategia de Comunicación.

Esta estará orientada en dar a conocer a los posibles usuarios, mostrando de manera precisa y simple los atributos y beneficios que representa nuestro servicio.

Los medios a utilizar serán:

- Publicaciones (P.O.P)
- Publicidad en línea.
- Radio y Televisión.
- Medios impresos.

6.1.5 Estrategia de Marca.



Nombre de la marca: Nuestro nombre brinda una idea clara de la orientación de nuestro servicio, buscando un posicionamiento positivo en la mente de los usuarios.

Imagen de marca: El Negro, muestra la formalidad. El Verde nuestra capacidad de cambio y adaptación a las necesidades. El Amarillo la fuerza de acción que nos representa

Personalidad de la marca: En un mundo en movimiento vertiginoso, donde las 24 horas del día no son suficientes, el tiempo es el mayor activo de nuestros clientes. Multas Online es ágil, fácil de usar y confiable, buscando hacer la diferencia.

Razón para comprar la marca:

- **Atributos:**
 - **Se ofrece una vía rápida y confiable.**
 - **Sin costo adicional por uso.**

6.1.6 Estrategia de Promoción y Publicidad.

Se realzarán los beneficios que brinda el proceso de pago en línea, donde la seguridad, comodidad e inmediata aplicación del pago, formaran parte esencial de las bondades a destacar.

PUBLICIDAD:

- ***Medios Impresos:***

Objetivo: Dar a conocer el servicio Multas Online, sus características y beneficios a todo usuario potencial.

Estrategia: Concientizar y estimular a los usuarios a cumplir con la obligación de pago de una infracción de tránsito y lo que esto representa para la mejora.

Táctica: Describir de forma sencilla, los pasos a agotar para de una forma fácil realizar los pagos. Con esto lograr la aceptación positiva del público.

6.1.7 Estrategia de Servicio.

La estrategia está orientada a crear una experiencia que relacione al medio de pago de multas con un proceso simple, de fácil acceso, rápida respuesta y confiable.



Interfaz Amigable: El entorno en que se manejan las características de consulta y pago deben ser sencillas pero robustas en sus capacidades.

Rapidez de Navegación: El mantenimiento de las comunicaciones y procesos informáticos, garantizan el funcionamiento óptimo y una experiencia agradable para el usuario.

Consultas históricas: Permiten al cliente acceder al record de los pagos realizados.

Confirmación inmediata: Permiten al cliente continuar con los procesos pendientes que tenga ya que la aplicación de su pago en línea.

6.2 Ventas

Por la simplicidad de nuestra canal, nuestra estrategia de ventas va enfocada directamente al punto de venta con el objeto de:

Aumentar la variedad de multa pagadas por esta vía: con la puesta en marcha de esta estrategia pretendemos incluir a otras instituciones que requieran este tipo de servicio. Para dar mayor diversidad al negocio.

Continúo mejoramiento de Software: Por la naturaleza del negocio es un factor predominante para el buen funcionamiento de la plataforma y por consiguiente brindar mayor servicio al cliente.

6.3 Organizacional.

6.3.1 Equipo y Staff.

- **Gerente General**

Este designa las tareas gerenciales y vela por su cumplimiento en las aéreas de mercadeo y ventas. Planea y desarrolla metas a corto y largo plazo en conjunto con los objetivos anuales. Es también responsable de liderar y coordinar las funciones de planeamiento estratégico. El mismo busca mantener las buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para el buen funcionamiento de la empresa.

- **Ingeniero en sistemas**

Analiza los procesos que conforman la producción y comercialización de los servicios con la finalidad de desarrollar e instalar sistemas de información. Evalúa las necesidades de la organización en función a los requerimientos de equipo de cómputo y accesorios, también promueve la capacitación del personal de la empresa con relación a la operación de sistemas informáticos y, mantiene actualizada la pagina WEB del Organismo, en todo lo

que se refiera a la información que deba ser proporcionada a la opinión pública según las leyes que rijan el acceso a la información y transparencia de los órganos de Gobierno.

- **Diagramador**

Evalúa los nuevos paquetes de software, así como también da soporte para el desarrollo de nuevos proyectos. De la misma forma, asegura la disponibilidad del sistema y propone las notas técnicas y recomendaciones para el uso óptimo de los sistemas instalados.

- **Técnicos**

Las responsabilidades de este puesto están en la Instalación de nuevos equipos de cómputo, así como también la Instalación y mantenimiento de antivirus. Además, deben Mantener actualizada la base de datos para los usuarios.

- **Personal u oficiales de Servicio al cliente**

Estos sirven de enlace para que los clientes tengan la información necesaria sobre los servicios que se ofrecen, así como también los procesos que se llevan a cabo para el pago de multas y además brindan ayuda a los clientes para la solución de cualquier imprevisto.

- **Recepcionista**

Proporciona información y asistencia, así como también tramitar cualquier solicitud de servicio de un cliente.

- **Mensajero**

Es la persona que tenía el oficio de llevar la correspondencia o cualquier documento de importancia o hacer diligencias propias de la empresa.

- **Conserje**

Persona que se encarga del cuidado, vigilancia y limpieza de nuestro establecimiento, y también de las cortesías que se tiene con el cliente dentro de la empresa.

6.3.2 Organigrama



6.4 Operación y Logística

El proceso de servicios de Multas Online inicia con la imposición de una contravención generada por el agente de tránsito, luego el usuario accede desde cualquier dispositivo con acceso a internet a la página web: www.multasonline.com.do, se introduce el nombre de usuario o contraseña que ya se ha creado previamente, si no se ha creado hay que crearlo, después número de matrícula, entonces se podrá visualizar la contravención, si esta multa no lleva charla automáticamente le transfiere a pago y si lleva charla le transfiere a un video y cuando se acabe el video se transfiere al pago luego que pago le da la opción de imprimir el recibo ya finalizado.



6.5 Plan de Administración y Finanzas

- Inversiones en publicidad.
- Inversiones en tecnología.
- Inversiones en finanzas. .
- Inversión en Mobiliario y equipos.

6.5.1 Riesgos y Acciones Preventivas.

- Mal funcionamiento de la plataforma
- Entrada de nuevos competidores

CAPITULO VII: EVALUACION FINANCIERA



CAPITULO VII: EVALUACION FINANCIERA

7.1 Flujo de Efectivo (Ingresos, Costos, Egresos).

En la presentación del flujo de efectivo se mostrara de la situación económica proyectada de la organización a 5 años, se realiza para identificar los ingresos, egresos y costos.

La evaluación financiera nos permitirá tener una idea de cuál será la posición de la empresa financiera y económicamente. El plan de emprendimiento de Multas Online tiene un rendimiento esperado a futuro de acuerdo a la TIR de 68% y un VAN de RD\$12, 628,000.00 con una tasa de descuento de un 15% apoyados en los resultados anteriores podemos decir que el proyecto es viable y rentable en el mediano y largo plazo.

Es importante para garantizar la rentabilidad del Negocio que los costos egresos e inversiones sean menores que los ingresos totales en años individuales o en el proyecto general total.

**Evaluación
Flujo de Caja
(Miles de RD \$)**

	Periodo Anual						Total	%
	0	1	2	3	4	5		
Ingresos	-	4,314	13,539	14,588	15,732	16,982	65,156	
Multas	-	4,314	13,539	14,588	15,732	16,982	65,156	100%
	-	-	-	-	-	-		
	-	-	-	-	-	-		
	-	-	-	-	-	-	-	
Egresos	-	5,479	6,056	6,207	6,362	6,521	30,626	47%
Costos Fijos de Producción	-	3,767	3,851	3,947	4,046	4,147	19,759	30%
	-	-	-	-	-	-		
Gastos Generales	-	1,540	1,663	1,705	1,747	1,791	8,446	13%
	-	-	-	-	-	-		
Marketing Directo		173	542	555	569	583	2,421	4%
		-	-	-	-	-		
	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	
Utilidad antes de impuestos	-	(1,165)	7,484	8,381	9,370	10,460	34,530	53%
Impuesto a la Utilidad (25%)	-	-	1,871	2,095	2,343	2,615	8,924	14%
Utilidad después Impuestos	-	(1,165)	5,613	6,286	7,028	7,845	25,606	39%
(+) Depreciación, amortización e intereses	-	(1,165)	5,613	6,286	7,028	7,845	25,606	39%
							-	
Inversiones							-	
	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	
Equipos e Infraestructura	(879)	-	-	-	-	-	-	
Capital de Trabajo	(3,200)	-	-	-	-	3,200	-	
Plan de lanzamiento	(280)	-	-	-	-	-	-	

	-	-	-	-	-	-	-	
		-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	
							-	
Flujo de Caja Neto	(4,359)	(1,131)	5,647	6,320	7,062	11,079	24,617	38%
Flujo de Caja Neto Acumulado		(5,490)	157	6,476	13,538	24,617	39,298	60%

Tasa de Descuento	15%
--------------------------	------------

12,628	VAN
68%	TIR

Márgenes del Proyecto	0	1	2	3	4	5	Total	
Margen Operacional	-	-27.0%	55.3%	57.5%	59.6%	61.6%	52.2%	
Margen Neto	-	-27.0%	41.5%	43.1%	44.7%	46.2%	40.4%	

Tasas de Crecimiento	%
Ingresos de Operación	3.0%
Costos de Operación	1.0%

7.2 Inversiones

El total de la inversión inicial requerida para llevar al cabo este plan de emprendimiento es de RD\$4, 359,000.00 de los cuales se debe tomar en cuenta el capital de trabajo, mobiliario y equipos y campaña de lanzamiento entre otros.

Multas Online Inversiones del proyecto RD\$	
Descripción	Monto
Equipos e Infraestructura	\$879,000.00
Capital de Trabajo	\$3,200,000.00
Campaña de lanzamiento	\$280,000.00
Total	\$4,359,000.00

7.3 Sensibilizaciones

El análisis de sensibilidad realizado proyectó que los ingresos acepta una baja del 15% y esto no afecta de manera directa la rentabilidad.

Estado de Resultados
(Miles de RD \$)

Item de Resultados	Periodo Annual						Total
	0	1	2	3	4	5	
Ingresos por Ventas		4,314	13,539	14,588	15,732	16,982	65,156
Factor de Sensibilización		85%	85%	85%	85%	85%	85%
Ingresos Corregidos		3,667	11,508	12,400	13,373	14,435	55,382
Costos Materias Primas		-	-	-	-	-	-
Otros Costos Directos		(3,767)	(3,851)	(3,947)	(4,046)	(4,147)	(19,759)
Margen de Explotacion		(100)	7,657	8,452	9,326	10,287	35,624
Gasto General		(1,540)	(1,663)	(1,705)	(1,747)	(1,791)	(8,446)
Gasto de Venta Variable		-	-	-	-	-	-
Marketing		(173)	(542)	(555)	(569)	(583)	(2,421)
Gasto de venta Fijo		-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-
Resultado Operacional		(1,812)	5,453	6,193	7,010	7,913	24,757
Resultado No Operacional		-	-	-	-	-	-
Utilidad antes de impuestos		(1,812)	5,453	6,193	7,010	7,913	24,757
Impuesto a la Utilidad (17%)	-	-	927	1,053	1,192	1,345	4,517
Utilidad despues Impuestos	-	(1,812)	4,526	5,140	5,818	6,568	20,240
EBITDA		(1,812)	5,453	6,193	7,010	7,913	24,757
% Ebitda		-49%	47%	50%	52%	55%	45%

7.4 Calculo de VAN, TIR y Otros Indicadores Financieros.

El proyecto proporciona los siguientes resultados financieros:

TASA DE DESCUENTO	15%
12,628	VAN
68%	TIR

Con un retorno de la inversión de 2 años

7.5 Requerimientos de Fondos de Inversión

Para llevar a cabo el proyecto requerimos una inversión inicial de RD\$ 4,359,000.00 los cuales corresponden a mobiliario, plan de lanzamiento, equipos y capital de trabajo.

Donde cada uno de los emprendedores aportara al proyecto RD\$ 1, 500,000.00 por consiguiente, no necesitaremos la solicitud de un préstamo para dichos fines.

CONCLUSIÓN



CONCLUSIÓN

Al culminar este proyecto se pudo apreciar que los resultados del mismo, demuestran la factibilidad, rentabilidad y la sostenibilidad del presente plan de emprendimiento, desde el punto de vista económico, mercadológico, y financiero. En el desarrollo del mismo se establecieron otras viabilidades de orden estructural y organizacional que favorecen su implementación.

Es por esta razón que Multas Online está orientado hacia la perspectiva de la comodidad en los servicios. Para poder implementarse se vale de un elemento indispensable: recursos tecnológicos.

La experiencia del proyecto ha sido satisfactoria, porque descubrimos capacidades que no habíamos desarrollado anteriormente. Al finalizar nuestro monográfico agradecemos a nuestro asesor Juan Enrique Rosales quien nos dio su apoyo cada vez que lo necesitábamos y nos transmitió sus técnicas y habilidades para que pudiéramos llegar a preparar nuestro plan de emprendimiento.

RECOMENDACIONES



RECOMENDACIONES

Luego de haber analizado, la importancia de implementar un sistema de pago vía online para el pago de las contravenciones, Multas Online:

- Se recomienda, porque este ofrecerá mayor comodidad, seguridad y rapidez para los usuarios.
- Se recomienda, porque reducirá costos y filas en los establecimientos existentes para el pago de multas.
- Se recomienda para que una mayor recaudación del pago de contravenciones impuestas en el parque vehicular.
- Se recomienda para eficientizar el uso de los recursos tecnológicos.

Multas Online ofrecerá a sus usuarios la comodidad de acceder desde cualquier dispositivo con acceso a internet y en cualquier parte del mundo podrá acceder a la página web www.multasonline.com.do y pagar sus contravenciones.

**REFERENCIAS
BIBLIOGRAFICAS**



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Libros

- Varela R. (2008). Innovación empresarial. 3era Edición. País: Editorial Pearson.
- Mateo R. (2004). Creación de Empresas. País: Editorial Mc Graw Hill .
- Thompson A. (2008). Administration Strategic. País: Editorial Mc graw Hill -2008.

Diccionarios

- Diccionario: Espasa Economía y Negocios. (1997). Madrid, España: Editora Espasa Calpe S.A.
- Diccionario: Greco, Orlando. (2003). Diccionario de Economía. Buenos Aires, Argentina: Editora Valletta Ediciones S.R.L.

Referencias Electrónicas

1. Artículo: Análisis FODA. Disponible en:
http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_DAFO

2. Artículo: Análisis Poder de las cinco fuerzas. Disponible en :
http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas

3. Artículo: Autoridad Metropolitana de Transporte (AMET). Disponible en :
<http://www.amet.gov.do/index.php/procedimientospago.html>
<http://www.amet.gov.do/index.php/procedimientospago.htm>

4. Artículo: Noticias SIN. Disponible en :
<http://www.noticiassin.com/2012/06/amet-ha-impuesto-mas-de-700-mil-multas-por-infracciones-de-transito/>

5. Artículo: Dirección General de Impuestos Internos (DGII). Disponible en :
[:http://www.dgii.gov.do/estadisticas/parqueVehicular/Documents/ParqueVehicular2011.pdf](http://www.dgii.gov.do/estadisticas/parqueVehicular/Documents/ParqueVehicular2011.pdf)

6. Artículo: Oficina Nacional de Estadísticas (ONE). Disponible en :
<http://www.one.gob.do/>

7. Artículo: Oficina Nacional de la Propiedad Industrial. Disponible en:
<http://onapi.gob.do/index.cfm?objectid=BDCCAC76-188B-434B-FC7A645F7CA05068>

Revistas y Periódicos digitales

- Revista: Transporte Terrestre y sus conexiones. (2012). Disponible en:
<http://www.revistatransporteterrestre.cl/> Revista Transporte
- Periódico: Diario Libre. (2012). Disponible en:
http://www.diariolibre.com/noticias/2012/05/09/i335244_amet-pone-113-827-multas-meses-mayoria-por-cinturon.html
- Periódico: Listín Diario (2012). Disponible en:<http://listindiario.com/la-republica/2012/6/25/237541/Amet-pone-26710-multas-en-junio>

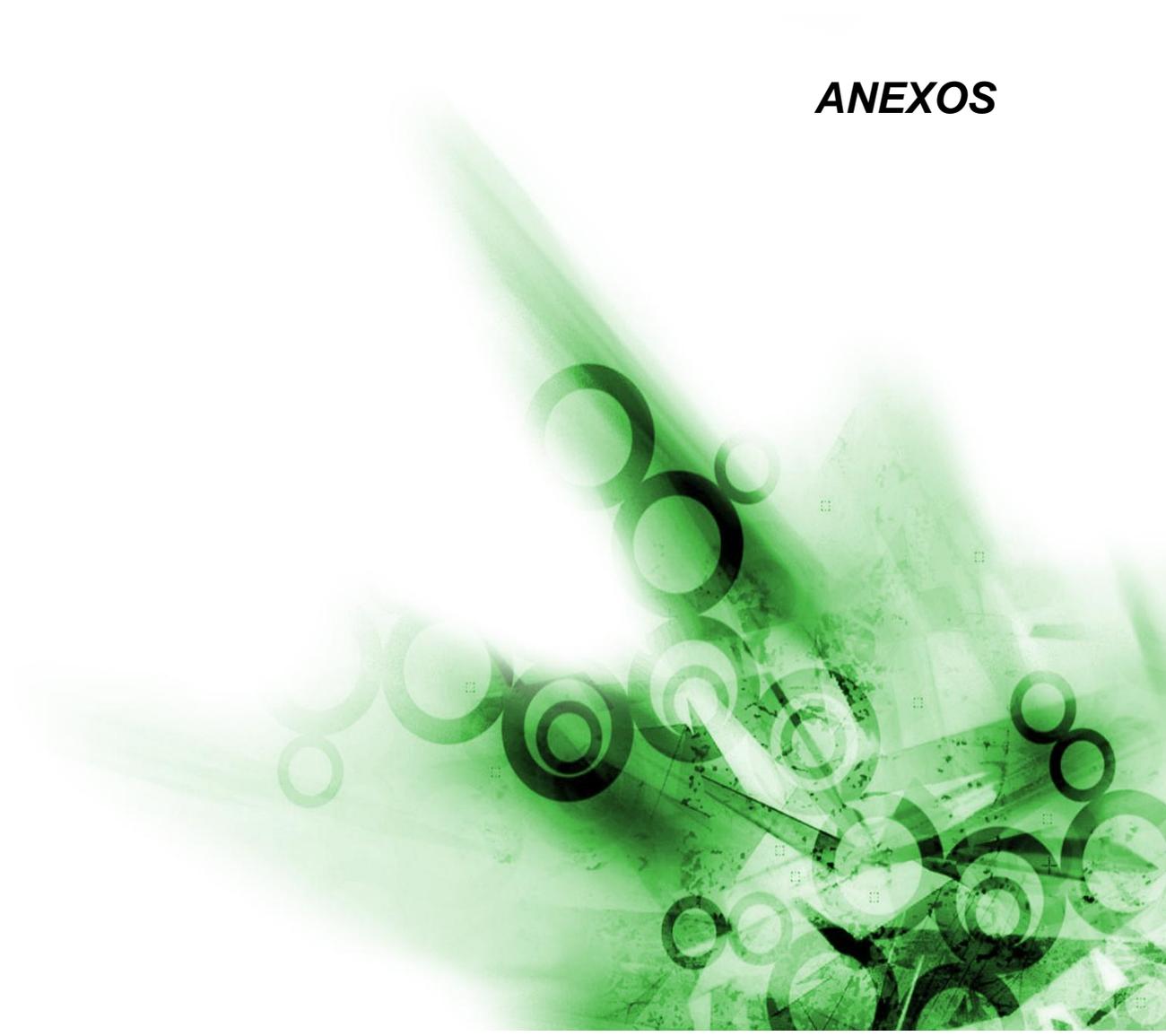
Monografías

- Anny Belkis León Jiménez, Ingrid Esther Álvarez Mosquea y Kelda Josel Yunes Cabrera (2011). Diseño de un plan de negocio para la creación de una página web de enseñanza musical en República Dominicana. Monografía para optar por el título de Licenciado de administración de empresas. Universidad APEC. Santo Domingo, República Dominicana.
- María Collado Pou, María Victoria Peña. La Hoz y Antonio Manuel Martínez Ramírez (2012). Diseño de un plan de negocio de una cadena de Desayunos Express para Santo Domingo, República Dominicana.

Monografía para optar por el título de Licenciado de administración de empresas. Universidad APEC. Santo Domingo, República Dominicana.

- Uiris Orlando Del Villar, Yaniny Cabrera y Laina Espinal (2011). Diseño de un Plan de Negocios para una Fábrica de Bolsas Plásticas Biodegradable. Monografía para optar por el título de Licenciado de administración de empresas. Universidad APEC. Santo Domingo, República Dominicana.

ANEXOS



ANEXO 1

UNIVERSIDAD APEC

UNAPEG

CURSO DE MONOGRAFICO DE EVALUACION FINAL
EVALUACION DE LAS PROPUESTAS
MAYO-AGOSTO 2012

TULO : "DISEÑO DE UN PLAN DE EMPREDIMIENTO PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA ADMINISTRADORA DE UN SISTEMA DE PAGO DE MULTAS VIA PLATAFORMA WEB. SANTO DOMINGO, REPUBLICA DOMINICANA AÑO 2012"

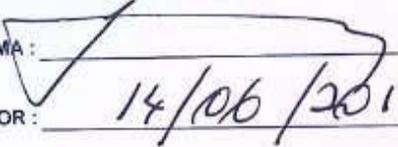
ODULO : CREACION DE EMPRESA

EFESOR (A) : ING. JUAN ENRIQUE ROSALES / LIC. MIGUEL PUENTE

TOR : MARCOS DISLA | MARGARITA ABREU
JACKLYN TEJADA

IATRICULA : 2004-0173 | 2006-1901 | 2008-0347 | AREA : ADMINISTRACION

ROBADO : APROBADO CON MODIFICACION :

RECHAZADO : FIRMA : 

FECHA DE ENTREGA DEL TRABAJO AL PROFESOR : 14/06/2012

FECHA DE ENTREGA DEL TRABAJO AL COORDINADOR EJECUTIVO : _____

OBSERVACIONES :
PROFESOR, EXPLIQUE LAS RAZONES POR LAS QUE USTED APROBO CON
MODIFICACIONES O RECHAZO :

UNIVERSIDAD APEC



**DECANATO DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACION**

**“Diseño de un plan de Emprendimiento para la creación
de una empresa administradora de un sistema de pago
de multas vía plataforma web.
Santo Domingo, República Dominicana. Año 2012”.**

SUSTENTADO POR:

Margarita Abreu	2006-1901
Jacklyn Tejada	2008-0347
Marcos Disla	2004-0173

ASESOR TITULAR

Ing. Juan Enrique Rosales

ASESOR AUXILIAR

Lic. Miguel Puente Leonor

Anteproyecto para optar por el título en:
Licenciatura en Administración de Empresas

Santo Domingo, D. N.
Junio, 2012

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

En la República Dominicana el tema de pago de las Multas, es una problemática que afecta a todos, partiendo del momento en que se debe realizar dicho pago. La multa es una sanción de tipo económico, que afecta la situación patrimonial de la persona a quien ha sido impuesta. Con el tiempo, por falta de los medios adecuados, las multas no se capitalizan de la manera esperada. Esta no aspira a la reparación del daño ocasionado, sino que es un castigo al infractor o delincuente, adicionado a los perjuicios producidos, si los hubiera. Su destino es engrosar las arcas fiscales .Aunque la finalidad de la multa es el castigo de quien cometió el delito o la falta, y la función amplificadora va orientada para que otros no cometan lo mismo.¹

En comparación con sistemas de multas y pagos aplicados en otros países, donde en gran parte las infracciones cometidas no necesitan de la intervención humana para ser detectadas, de igual forma la notificación y el cobro de las mismas es realizado por un proceso de igual simpleza, en el caso de República Dominicana el sistema de recaudación de las impuestas por la AMET (Autoridad Metropolitana de Transporte), dista mucho de ser un sistema amigable y de fácil acceso.²

1 <http://www.revistatransporteterrestre.cl/>

2 idem

En países como EEUU, el ciudadano cuenta con opciones de pago que le permiten realizarlo vía telefónica con cargo a su banco, emisión vía servicio postal de un cheque endosado a favor de la entidad recaudadora y acceso online para pagos en internet.³

En la República Dominicana solo el 8% de las multas por violación de la ley de tránsito se cobra de manera regular, contando con casos de acumulación de hasta 90 multas pendientes en algunos choferes. De contar con un sistema adecuado y de un acceso más directo, se aumentaría significativamente el índice de pago, permitiendo así una mayor inversión en la mejora de los sistemas de educación al ciudadano, identificación y prevención de las violaciones de tránsito, aumento de la presencia de oficiales de la AMET y una mejora o aumento de las flotillas disponibles para brindar los servicios establecidos.⁴

La idea de este Emprendimiento es la creación de una empresa administradora de un sistema de pago de multas, en la primera fase del proyecto haremos foco en las multas generadas por la Autoridad Metropolitana del Transporte (AMET), relacionadas con el tránsito vehicular. Posterior a la primera fase se agregaran otras entidades estatales que requieran este tipo de servicio.

3 idem

4 idem

2.0 OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

- El objetivo General es el Diseño de un plan de Emprendimiento para la creación de una empresa administradora de un sistema de pago de multas vía plataforma web.

2.2 Objetivos Específicos, Secundarios u Operativo.

- Evaluar la viabilidad comercial de una empresa administradora de un sistema de pago de multas vía plataforma web, identificando el mercado, competencias, consumidores potenciales, ventajas competitivas.
- Evaluar la viabilidad Técnica de una empresa administradora de un sistema de pago de multas vía plataforma web, identificando las posibilidades materiales, físicas de producir el servicio, analizando los costos directos e indirectos de fabricación.
- Evaluar la viabilidad de Gestión de una empresa administradora de un sistema de pago de multas vía plataforma web, identificando las capacidades administrativas y de gestión para el emprendimiento del proyecto, identificando las condiciones necesarias para el buen

funcionamiento del proyecto de orden funcional y estructural (organigrama, manual de funciones y procedimientos, estrategias operativas)

- Evaluar la viabilidad jurídica de una empresa administradora de un sistema de pago de multas vía plataforma web, considerando las regulaciones jurídicas existentes que hacen viable el proyecto.
- Evaluar la factibilidad Financiera, estimando la rentabilidad de la inversión, considerando el flujo de recursos financieros (ingresos, costos, egresos) las inversiones y fuentes de financiamiento de una empresa administradora de un sistema de pago de multas vía plataforma web.

3. JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO.

El servicio que ofrece Multas Online, tiene como objetivo principal satisfacer las necesidades de los clientes que hasta el momento no han sido cubiertas por otro tipo de empresa de servicios.

La estrategia de diferenciación se fundamenta en el hecho de que esta nueva tecnología permitirá a los clientes pagar sus multas directamente desde un computador en lugar de dirigirse a las oficinas para evitar las largas filas y la pérdida valiosa de tiempo que esto significa.⁵

Además reducirá los costos a los clientes, atraerá a los clientes jóvenes e impulsará a que las personas se motiven a pagar sus multas en un periodo prácticamente corto, evitando la acumulación de multas por el simple hecho de evitar el difícil proceso del cumplimiento de esta obligación.

⁵ www.amet.gov

4. MARCO CONCEPTUAL.

La Autoridad Metropolitana de Transporte (AMET):

Fue creada en la fecha diez (10) de septiembre del año mil novecientos noventa y siete (1997), mediante el Decreto Presidencial No. 393-97. Fue creada como un organismo dependiente de la Presidencia de la República, para regular todo lo relativo a la demanda y oferta del transporte en el área metropolitana, con el fin de reducir el costo social, económico y ecológico.⁶

La Dirección General de Impuestos Internos (DGII):

La Dirección General de Impuestos Internos es la institución que se encarga de la administración y/o recaudación de los principales Impuestos Internos y tasas en la República Dominicana.

La DGII surge con la promulgación de la Ley 166-97, que fusiona las antiguas Direcciones Generales de Rentas Internas e Impuestos Sobre la Renta. En fecha 19 de julio del año 2006 se promulgó la Ley No. 227-06 que otorga personalidad jurídica y autonomía funcional, presupuestaria, administrativa, técnica y patrimonio propio a la Dirección General de Impuestos Internos⁷

⁶ www.amet.gov.do

⁷ www.DGII.gov.do

Estado:

Es un concepto político que se refiere a una forma de organización social, económica, política soberana y coercitiva, formada por un conjunto de instituciones involuntarias, que tiene el poder de regular la vida nacional en un territorio determinado. Usualmente, suele adherirse a la definición del Estado, el reconocimiento por parte de la comunidad internacional.⁸

Calidad:

Conjunto de propiedades de una cosa que permiten compararla con otra de su misma especie. Superioridad, excelencia, naturaleza o índole de la persona.⁹

Servicio:

Conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo.¹⁰

8 www.monografias.com

9 www.es.m.wikipedia.org

10 idem

Multa:

Del latín *multa* o multa pecuniaria es la sanción administrativa o penal consistente en un pago en dinero, a veces expresado como días de multa (cuando su pago redime la reclusión por el número correspondiente de días).¹¹

Pago:

Es uno de los modos de extinguir las obligaciones que consiste en el cumplimiento efectivo de la prestación debida, sea esta de dar, hacer o no hacer (no solo se refiere a la entrega de una cantidad de dinero o de una cosa). Pago es el cumplimiento del contenido del objeto de una prestación. En economía es toda salida material o virtual de fondos de la tesorería de una entidad ¹²

Página web:

Es un documento electrónico diseñado para el World Wide Web (Internet) que contiene algún tipo de información como texto, imagen, video, animación u otros. Una de las principales características de las páginas web son los *Hipervínculos* — también conocidos como links o enlaces — y su función es la de vincular una página con otra. ¹³

11 idem

12 idem

13 idem

Plataforma:

En informática, una plataforma es un sistema que sirve como base para hacer funcionar determinados módulos de hardware o de software con los que es compatible. Dicho sistema está definido por un estándar alrededor del cual se determina una arquitectura de hardware y una plataforma de software (incluyendo entornos de aplicaciones). Al definir plataformas se establecen los tipos de arquitectura, sistema operativo, lenguaje de programación o interfaz de usuario compatibles.¹⁴

Pago online:

Es cualquier medio comúnmente aceptado en las compras por Internet por otros particulares, un comercio, la administración o cualquier otra institución que tenga actividades lucrativas en línea.¹⁵

Infracción:

Supone una transgresión o incumplimiento de una norma legal, moral o convención, y puede referirse a una Infracción o multa de tránsito, Delito o Falta.¹⁶

14 idem

15 idem

16 idem

5. DELIMITACIÓN EN EL TIEMPO Y EL ESPACIO.

El período seleccionado es 2012-2013 en Santo Domingo, República Dominicana. Trabajando inicialmente con las multas de Transito dejando abierta la opción de agregar otras empresas que requieran este tipo de servicio

6. METODOLOGÍA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

Utilizaremos el tipo de investigación descriptiva, ya que consiste fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores. El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción y la identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

Utilizaremos el método inductivo ya que por medio de este podemos observar objetos o acontecimiento para así poder llegar a conclusiones generales e identificar cada una de las partes que caracterizan una realidad.

7. TECNICAS A UTILIZAR EN EL DESARROLLO METODOLOGICO DEL TRABAJO.

Algunas de las técnicas que utilizaremos son:

1. **La entrevista:** es una forma de comunicación interpersonal, que tiene por objeto proporcionar o recabar información, y en virtud de las cuales se toman determinadas decisiones. El objetivo de esta es la recolección de datos para así tomar la muestra y saber que tan de acuerdo o en desacuerdo para la implementación del pago de multas atreves del Pago Online.¹⁷
2. **La encuesta:** es un método de que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados de forma previa. La encuesta se realizará a una muestra de la población, que en este caso será a las de alto rango gerencial incluyendo a empleados de dicha institución, estas informaciones recabadas serán procesadas de forma sistemática para obtener una conclusión sobre dichas respuesta de los encuestados.¹⁸
3. **Las diferentes fuentes bibliográficas como libros, revistas, enciclopedias, páginas de Internet, etc.:** Fuente documental (o simplemente la fuente) es el origen de una información, especialmente para la investigación, tales como libros, revistas, enciclopedias, páginas de Internet, entre otras, sobre las cuales

¹⁷ www.es.m.wikipedia.org

¹⁸ idem

se auxiliará las informaciones de dicho trabajo, estas se desglosarán en la Fuente de Documentación de dicho trabajo.¹⁹

¹⁹ idem

8. TABLA DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS

DEDICATORIA

INTRODUCCION

CAPITULO I: MARCO GENERAL

1.1 Resumen ejecutivo

1.2 Definición de proyecto

1.3 Definición del equipo Emprendedor

1.4 Visión

1.5 Misión

1.6 Naturaleza del Negocio

1.7 Filosofía-Valores y cultura

CAPITULO II: ANALISIS DEL ENTORNO

2.1 Regulaciones Gubernamentales y Jurídicas

2.2 Macro Entorno social, político, económico y tecnológico

2.3 Tendencias

2.4 el Mercado

2.5 Consumidores

2.6 Competencia

2.7 Grupos Objetivos

2.8 Perfil de Consumidores

2.9 Perfil de Clientes

2.10 Proveedores

CAPITULO III: ANALISIS COMPARATIVO

3.1 Análisis FODA

3.2 Recursos y Capacidades

3.3 Factores Críticos del Éxito

3.4 Análisis PORTER

4 OBJETIVOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS

5. ESTRATEGIAS GENERALES

6. PLANES OPERATIVOS

6.1 Mercadeo

6.2 Ventas

6.3 Organizacional

6.4 Investigación y desarrollo

6.5 Operación y Logística

6.6 Administración y Finanzas

CAPITULO VII: EVALUACION FINANCIERA

7.1 Flujo de Efectivo (Ingresos, costos, egresos)

7.2 Inversiones

7.3 Sensibilizaciones

7.4 Calculo de Van, TIR y otros Indicadores Financieros

7.5 Requerimientos de Fondos de Inversión

7.6 Estrategias de Búsqueda de Financiamiento

CONCLUSION

RECOMENDACIÓN

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

ANEXO 2 (ORGANIGRAMA)



Capital de Trabajo	(3,200)	-	-	-	-	3,200	-	
Plan de lanzamiento	(280)	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	
Flujo de Caja Neto	(4,359)	(1,131)	5,647	6,320	7,062	11,079	24,617	38%
Flujo de Caja Neto Acumulado		(5,490)	157	6,476	13,538	24,617	39,298	60%

Tasa de Descuento	15%
--------------------------	------------

12,628	VAN
68%	TIR

Márgenes del Proyecto	0	1	2	3	4	5	Total	
Margen Operacional	-	-27.0%	55.3%	57.5%	59.6%	61.6%	52.2%	
Margen Neto	-	-27.0%	41.5%	43.1%	44.7%	46.2%	40.4%	

Tasas de Crecimiento	%
Ingresos de Operación	3.0%
Costos de Operación	1.0%

 Inversiones

Multas Online Inversiones del proyecto RD\$	
Descripción	Monto
Equipos e Infraestructura	\$879,000.00
Capital de Trabajo	\$3,200,000.00
Campaña de lanzamiento	\$280,000.00
Total	\$4,359,000.00

EQUIPOS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL A PAGAR
Computadoras	5	10,000.00	50,000.00
Impresora Multifuncional	1	6,000.00	6,000.00
Central telefónica	1	6,000.00	6,000.00
Sillones ejecutivos	2	4,750.00	9,500.00
Sillas	3	2,495.00	7,485.00
Escritorios	2	7,780.00	15,560.00
Escritorios Sencillos	3	5,995.00	17,985.00
Sofá de esquina	1	25,500.00	25,500.00
Archivo modular	3	2,000.00	6,000.00
Neverita	1	7,000.00	7,000.00
Aire Acondicionado	1	60,000.00	60,000.00
Bebedero	1	4,200.00	4,200.00
Subtotal			215,230.00
Margen de Error		5%	10,761.50
Total			225,991.50

 **Bases Del Cálculo Del Análisis Económico y Financiero**

Para efectos de evaluación se tomaron en cuenta los siguientes aspectos, todos proyectados a 5 años:

Conceptos	Criterios	Indicadores
Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Los ingresos se proyectan a 5 años ✓ Con un incremento de 10% anual 	<p>Primer año \$14,000</p> <p>Quinto año \$539,000</p>
Gastos Generales y Administrativos	<p>Estos incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Salarios Empleados ✓ Vacaciones ✓ Regalía Pascual ✓ Igualas Contabilidad, Asesoría Legal y técnica, Seguridad. ✓ Teléfono/Internet ✓ Flota Celular ✓ Alquiler ✓ Electricidad ✓ Materiales de oficina ✓ Gastos Varios ✓ Otros <p>Con un Incremento Anual de 1%.</p>	<p>Representa el 15% de los Ingresos</p>
Marketing	<p>Publicidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Incrementa Anualmente un 1 % 	<p>4% de los Ingresos</p>
Inversiones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mobiliario y Equipo de Oficina ✓ Campaña de Lanzamiento ✓ Capital de trabajo 	<p>\$4,359,000.00</p>

Resultados Del Análisis Económico y Financiero

Los detalles de los resultados reflejados en el siguiente cuadro se manifiestan en los cuadros del análisis económico y financiero

Concepto	Indicadores
Ventas	1er año 4,314,000
	5to año 16,982,000
Ganancia Operativa	52.2%
Ganancia Neta	40.4%
Periodo de Recuperación	2 años

La tasa de descuento utilizada para determinar el valor presente neto es de un 15%.

 **Presupuesto de Publicidad**

MULTAS ONLINE PLAN DE LANZAMIENTO						
MEDIO	CANTIDAD	CONCEPTO	DURACION	Precio/Cantidad	TOTAL	VALOR NETO
Vallas	1	27 de febrero	1 Mes	RD\$45,000.00	RD\$45,000.00	RD\$45,000.00
FLYERS	200,000	Todo el país	2 Semanas	0.25	RD\$50,000.00	RD\$50,000.00
Anuncio Televisivo	2	Canal 11, 10 de la noche	1 mes	RD\$40,000.00	RD\$80,000.00	RD\$80,000.00
Diario Libre	1	Portada	1 mes	RD\$9,650.96	RD\$9,650.96	RD\$9,650.96
Emails Masivos	15,000		1mes	0.233	RD\$3,495.00	RD\$3,495.00
					SUB-TOTAL	RD\$188,145.96
					COMISION 24%	RD\$45,155.03
					SUB-TOTAL	RD\$233,300.99
					ITBIS	RD\$37,328.16
					TOTAL	RD\$280,000.15

Proyección Campaña de Lanzamiento

Multas Online

Presupuesto General de Marketing

Publicidad Medios Masivos						
MEDIO	CANTIDAD	CONCEPTO	DURACIÓN	PRECIO	TOTAL	VALOR NETO
Periódico Listín Diario	1	2da Pagina	3 semanas	RD\$3,000.01	RD\$3,000.01	RD\$3,000.01
Diario Libre	1	En Portada	1 Mes	RD\$9,650.96	RD\$9,650.96	RD\$9,650.96
Valla	1	27 de febrero	1 Mes	RD\$45,000.00	RD\$45,000.00	RD\$45,000.00
					SUB-TOTAL	RD\$57,650.97
					COMISION 24%	RD\$13,836.23
					SUB-TOTAL	RD\$71,487.20
Publicidad Online						
Emails Masivos	15,000	RD\$3,500.00				
					ITBIS	RD\$11,437.95
					TOTAL	RD\$82,925.16

Gasto Total de Publicidad Mensual	
Medios Impresos Publicidad Online	RD\$82,925.16
TOTAL	RD\$86,425.16

ANEXO 4
CUESTIONARIO DE ENCUESTA

Cuestionario #

Datos demográficos

Edad: _____ Ocupación: _____

Sexo: _____

CUESTIONARIO:

1. Posee Licencia de conducir (si su respuesta es NO dejar la encuesta hasta aquí)

- A) Si
- B) No

2. Posee usted vehículo propio

- A) Si
- B) No

3. Alguna vez le han puesto alguna multa de transito (si su respuesta es no saltar a la pregunta No. 5)

- A) Si
- B) No

4. Especifique que Tipo de Multa?

5. Se encuentra incomodo con el proceso de pago de las multas de transito

- A) Si
- B) No

6. Le gustaria que su multa pueda ser pagada via Internet

- A) Si
- B) No

7- Desearía que el pago sea en un tiempo determinado para mayor comodidad para usted.

- A) Si
- B) No

8- Que otros servicios le gustaría encontrar en la página donde realizara sus pagos de multas?

- A) Charlas por Videos
- B) Test
- C) informacion de las diferentes multas

9- le gustaría que la citación al juicio se haga vía internet

- A) Si
- B) No

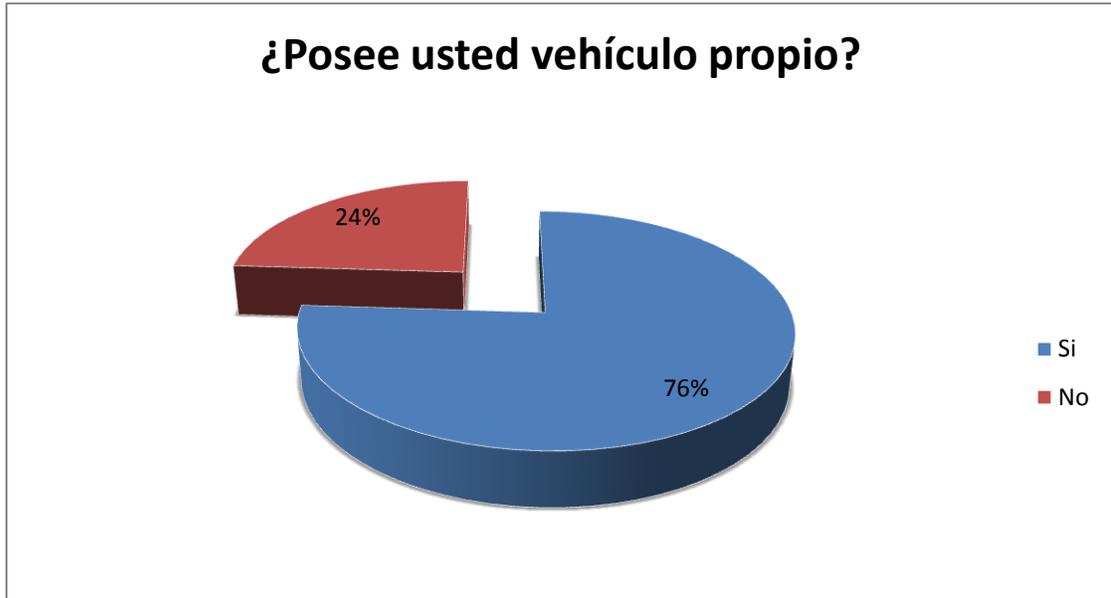
10- le parece interesante el proceso del pago de multas por internet. Por qué?

RESULTADOS ENCUESTAS.

1. Posee Licencia de conducir			
1-	Si	125	100%
2-	No		0%
	Total muestra	125	100%



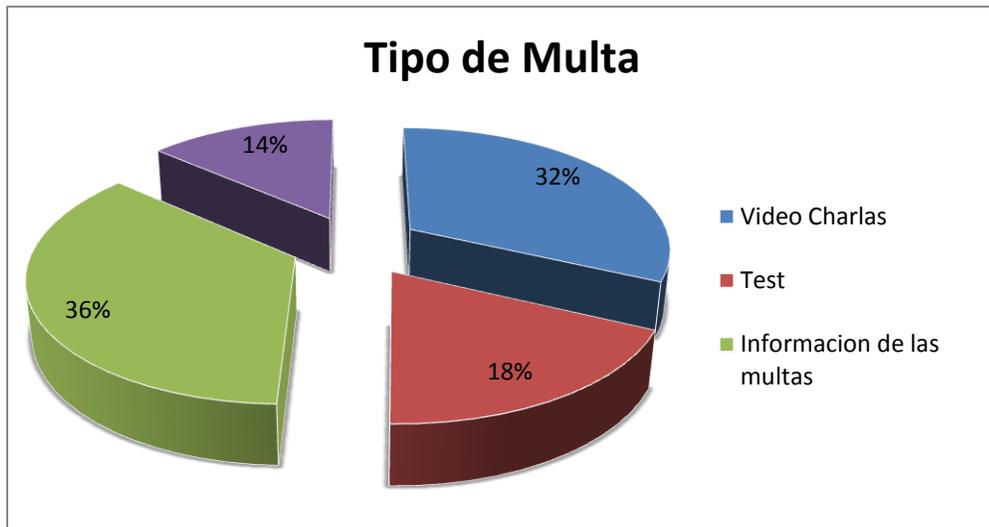
2. ¿Posee usted vehículo propio?			
1-	Si	118	94%
2-	No	7	6%
	Total Muestra	125	100%



3. Alguna vez le han puesto alguna multa de transito?			
1-	Si	95	76%
2-	No	30	24%
	Total Muestra	125	100%



4. Especifique que Tipo de Multa			
1-	Violar la luz roja del semáforo	35	37%
2-	No tener seguro	4	4%
3-	Transitar sin casco protector	10	11%
4-	Conducir hablando por el celular	25	26%
5-	Otras	21	22%
Total Muestra con multas impuestas		95	100%

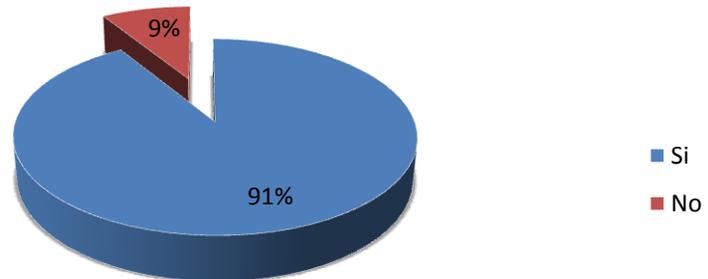


5- Se encuentra incomodo con el método de pago de las multas de transito			
1-	Si	120	96%
2-	No	5	4%
	Total Muestra	125	100%



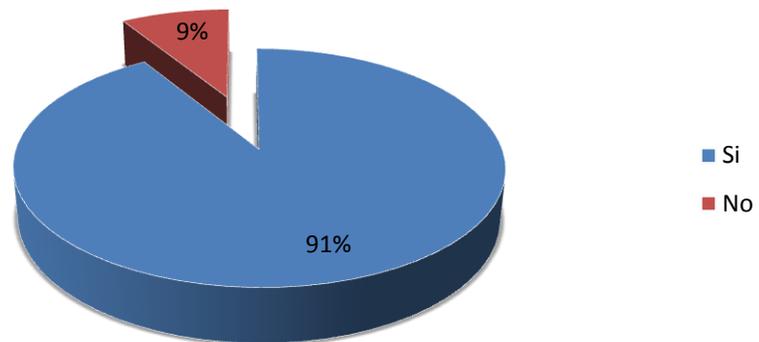
6. Le gustaría que su multa pueda ser pagada vía Internet?			
1-	Si	114	91%
2-	No	11	9%
	Total Muestra	125	100%

Le gustaría que su multa pueda ser pagada vía Internet?



7. Desearía que el pago sea en un tiempo determinado para mayor comodidad para usted?			
1-	Si	114	91%
2-	No	11	9%
	Total Muestra	125	100%

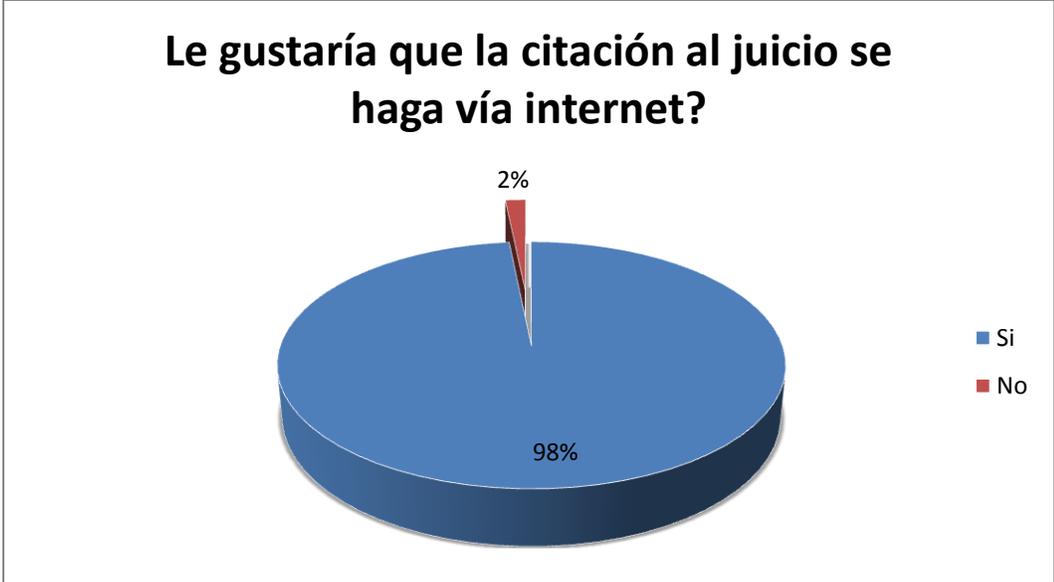
Desearía que el pago sea en un tiempo determinado para mayor comodidad para usted?



8. Que otros servicios le gustaría encontrar en la página donde realizara sus pagos de multas			
1-	Video Charlas	40	32%
2-	Test	23	18%
3-	Informacion de las multas	45	36%
5-	Otras	17	14%
Total Muestra		125	100%



9. Le gustaría que la citación al juicio se haga vía internet?			
1-	Si	122	98%
2-	No	3	2%
	Total Muestra	125	100%



10- le parece interesante el proceso del pago de multas por internet.			
1-	Si	123	98%
2-	No	2	2%
	Total Muestra	125	100%



Breve resumen del resultado de las encuestas

El 91% del público encuestado están Interesados en utilizar este servicio de pago de multas Online. Lo que nos da una ventaja amplia en el mercado.

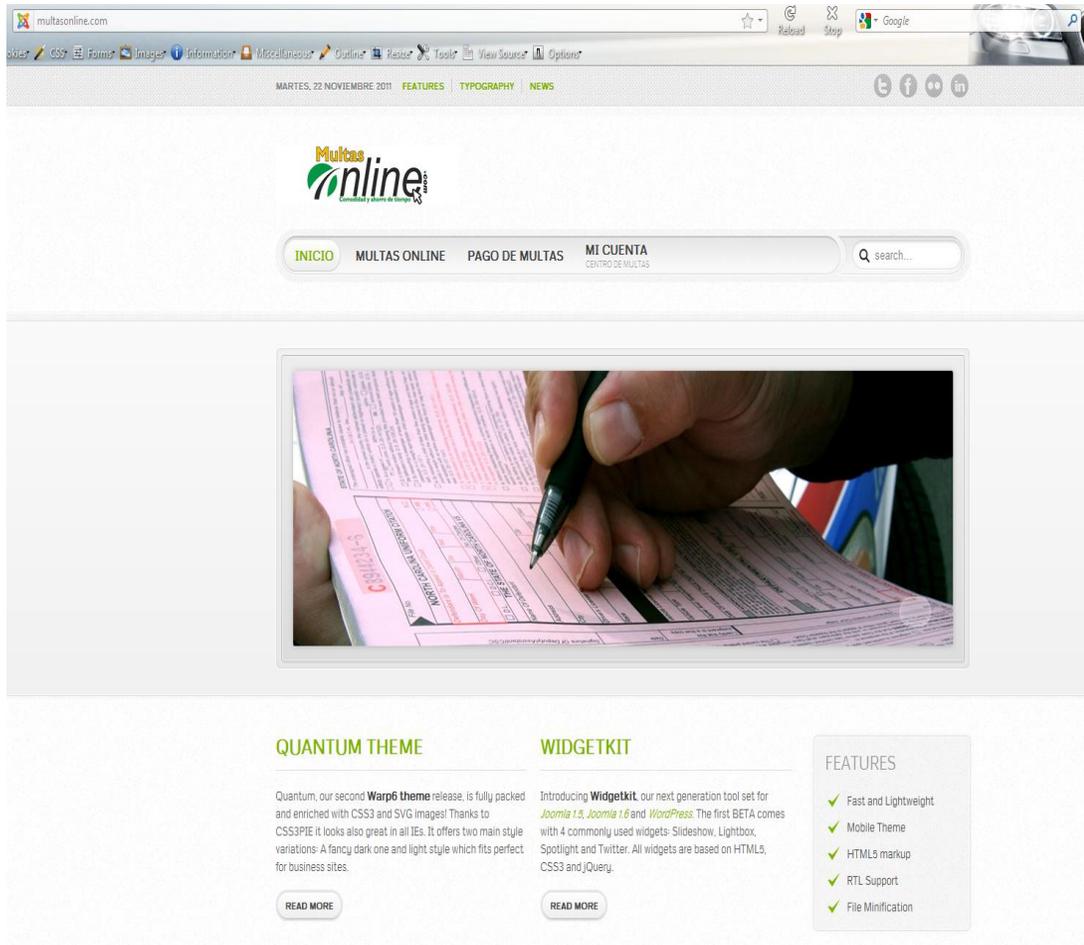
En cuanto a los que estos quisieran ver en nuestra página, un 36% quiere ver la información correspondiente a las multas que posee en el sistema y un 32% le gustaría visualizar las charlas vía web.

Otro dato importante en la encuesta fue el hecho de que los encuestados tenían una opción de responder el “Por qué” les gusta la idea del pago de multas online, y la mayoría contestó que le ahorraría muchísimo tiempo, no tendrían que hacer largas filas les resultaría mucho más cómodo pagarlas desde su hogar o en cualquier lugar donde hubiese facilidad de conectarse a la internet.

ANEXO 5 MODELO DE NEGOCIOS

<p>Partner Network</p> <p>Multas online estará asociada con la Autoridad Metropolitana de Transporte para llevar una adquisición de recursos y actividades</p>	<p>Actividades Claves</p> <p>Darnos a conocer como una institución responsable y segura para los dominicanos acudan a nosotros para realizar su pago online</p>	<p>Oferta</p> <p>Nuestra oferta es que facilita el pago de las multas, también es una plataforma novedosa en el país, es fácil de acceder y tendrá un desempeño adecuado y eficiente.</p>	<p>Relaciones con Clientes</p> <p>Multas Online tendrá una relación de Autoservicio ya que el cliente no estará directamente comunicado con nosotros sino a través de la pagina web podrán asistirse ellos mismos.</p>	<p>Segmentos de clientes.</p> <p>Nuestro proyecto va dirigido a un Mercado masivo porque nos enfocamos en un grupo grande de clientes con las mismas necesidades y problemas</p>
	<p>Recursos Claves</p> <p>Nuestro recurso clave será la parte financiera ya que debemos tener una fuerte línea de crédito para poder actualizar nuestros software, comprar edificaciones y equiparlas</p>		<p>Canales de Distribución</p> <p>Nuestra vía para llegar a los usuarios será mediante una página web alcanzando una mayor cobertura de la isla</p>	
<p>Estructura de Costos</p> <p>Multas Online se basa en una estructura impulsada por el costo para mantenernos con una estructura de costo bajas.</p>		<p>Flujos de Ventas</p> <p>Nuestra fuente de ingreso estará basada en las Primas de Broker, ya que nos beneficiaremos de un porcentaje cobrado directamente por cada persona que utilice la plataforma para pagar su multa, y este será cobrado del valor original de la multa</p>		

ANEXOS 6 PAGINA WEB



ANEXOS 7 PUBLICIDAD

Publicidad Exterior





Noticias

Deterioro contenedores aumenta cúmulo basura

Los equipos fueron trasladados en la contra del vertedero de Raluy en Santiago

COMUNICACIÓN

El equipo de trabajo de la comuna de Raluy, en el marco de la campaña de limpieza...



Más de 500 contenedores dañados, según el alcalde...

El equipo de trabajo de la comuna de Raluy, en el marco de la campaña de limpieza...

Residentes en las zonas de alta densidad...

La Universidad Iberoamericana (UNIBE) y la Escuela de Graduados (EGRU)

OFRECEN MAESTRIA EN GERENCIA EDUCATIVA LLAMADO DE ADMISION Sexta Promoción

Es un programa especializado de maestría para docentes y líderes educativos...

Liderazgo comprometido con la gestión de calidad en instituciones educativas

Logos for INICIO Septiembre 2012, EGRU, and UNIBE.

Multas online.com Comodidad y ahorro de tiempo

Opinión

VIOLENCIA DE GÉNERO: MAS QUE PERCEPCIÓN

RAFAEL HERNÁNDEZ

La violencia de género es un problema global...



Algunos países de Asia y Oceanía...

El mundo comienza a dar pasos...

En Colombia, la sociedad...

El mundo comienza a dar pasos...

En Colombia, la sociedad...

Ed. Nueva Opinión

TRANSICIÓN

A diez días de la toma de posesión, el país enfrenta...

El país no conoce qué prensa de presidente...

Espejo de papel

ALGO PARA CORREGIR

En el país que corre por el camino...

Advertisement for 'POR MOTIVO DE APERTURA' with a bicycle image.

ANEXO 8 ESTADÍSTICA

TOTAL DE INFRACCIONES DEL AÑO 2007 A ENERO-ABRIL 2012					
tipos de infracciones	2009	2010	2011	ENERO-ABRIL 2012	TOTAL
aditamentos en placas	3,713	995	1,556	435	6,699
advertencia de transito	249	241	16	34	540
circular en oposicion a las ordenes y senales del agente de transito.	57	30	6	34	127
conducir a exceso de velocidad	1,272	6,327	11,470	3,597	22,666
conducir con licencia de categoria inferior y/o permiso de aprendizaje o fotocopia	3,922	3,398	2,454	425	10,199
conducir con licencia vencida	86,119	24,859	18,600	3,960	133,538
conducir en estado de embriaguez	355	134	9	1	499
conducir fuera de ruta	9,452	2,231	1,976	481	14,140
conducir sin portar licencia	318	20,646	31,498	7,987	60,449
conducir un vehiculo con exceso de pasajero.	1,791	1,175	1,163	227	4,356
consumo y/o transito de bebidas alcoholicas	166	99	30	9	304
cristales tintados	21,049	10,609	9,497	3,136	44,291
dar la vuelta en "u"	29,491	11,975	20,987	6,134	68,587
dar reversa obstruyendo el transito	74	47	28	13	162
delito contra la inscripcion, autorizacion de transito, traspaso e identificacion de veh.	64	79	32	5	180
estacionar al lado del conten pintado de amarillo	57	41	2	33	133
estacionarse en aceras y lugares prohibidos	10,658	7,458	7,993	3,207	29,316
estacionarse en paradas de guaguas.	16	7	1	1	25
hablando por celular	53,595	21,819	31,473	11,673	118,560
manejo temerario	3,703	4,381	2,736	866	11,686
no bandera roja, lona y otras medidas de seguridad.	2,530	4,714	6,647	937	14,828
no ceder el paso a los vehiculos de emergencia.	6	1	0	4	11
no cruzar por los puentes para peatones.	3	2	2	0	7
no detener la marcha cuando un vehiculo escolar esta montando o desmontando pasajeros.	4	3	1	0	8
no espejo retrovisor	11,663	3,729	3,015	938	19,345
no franjas reflectivas	2,848	1,278	1,688	370	6,184
no llevar luz roja en parte posterior.	1,936	882	2,056	670	5,544
no tener luces direccionales.	21	25	4	5	55
no tener marbete de revista	1,849	2,416	2,042	136	6,443

AUTORIZADO.					
No tener parabrisas	8	6	0	0	14
No tener silenciador de escape.	25	5	5	1	36
Obstruir el paso peatonal.	12,593	2,641	860	279	16,373
Obstruir el tránsito	40,093	23,850	29,027	9,616	102,586
Pararse en la calzada para venta de productos.	20	0	0	1	21
Producir ruido innecesario.	298	125	26	24	473
Prohibiciones del art.27 sobre matrícula y placas sin tener seguro	3,895	1,836	715	235	6,681
20,518	11,105	11,204	2,562	45,389	
Tirar desperdicios a la vía pública.	5,221	3,471	5,533	1,889	16,114
Tomar o desmontar pasajeros en zona proh.	5,189	2,877	3,004	656	11,726
Transitar con las luces altas en las calles alumbradas.	12	5	1	6	24
Transitar con luces apagadas	8,717	4,776	14,985	3,533	32,011
transitar con niños en asiento delanteros	971	398	407	177	1,953
Transitar con placa vencida	23,254	4,065	756	437	28,512
Transitar en vehículo con guía a la derecha	232	42	11	4	289
Transitar en vía contraria	27,133	20,029	17,251	5,421	69,834
Transitar por lugares prohibidos	13,409	13,675	15,975	3,488	46,547
Transitar sin casco	52,857	39,980	20,460	2,415	115,712
Transitar sin cinturón	50,965	28,486	42,998	16,431	138,880
Transitar sin equipos de emergencias	255	190	1,169	24	1,638
Transitar sin placa	171	6,213	12,953	2,634	21,971
Transitar sin tablilla	23,210	13,409	11,882	2,149	50,650
Transportar bultos que impidan la vista espejo retrovisor	10	3	1	1	15
Transportar carga que sobresalga	1,092	823	978	214	3,107
Transportar más de 2 pasajeros en el asiento delantero.	29	14	6	29	78
Trasladar pasajeros en Vehículos para cargar sin el permiso correspondiente.	2,728	3,082	6,244	1,124	13,178
Violar la luz roja	65,406	28,493	44,669	12,141	150,709
Violar la señal de pare	2,019	1,011	957	455	4,442
Violar señales de tránsito	5,122	1,397	2,037	1,175	9,731
TOTAL	612,433	341,608	401,096	112,439	1,467,576

ANEXO 9 ESTADÍSTICA

Parque Vehicular por tipo de contribuyente

De la cantidad de vehículos ingresados al país al 31 de diciembre de 2011, el 62.9% pertenece a personas físicas y el 37.1% a personas jurídicas. (Ver cuadro 2.4.1)

Cuadro 2.4.1
Parque vehicular de la República Dominicana
Según tipo de vehículo y por tipo de persona
2010 vs. 2011; en porcentaje

Tipo	Tipo de Persona		Total
	Personas Físicas	Personas Jurídicas	
Automóviles ^{1/}	80.3%	19.7%	100.0%
Autobuses	61.0%	39.0%	100.0%
Jeep	83.7%	16.3%	100.0%
Carga ^{2/}	62.3%	37.7%	100.0%
Motocicletas	52.1%	47.9%	100.0%
Volteo	57.0%	43.0%	100.0%
Máquinas Pesadas	33.3%	66.7%	100.0%
Otros ^{3/}	29.8%	70.2%	100.0%
Totales	62.9%	37.1%	100.0%

Nota: Cifras generadas el 24 de enero de 2012.

1/ Incluye Privados, Públicos Urbanos e Interurbanos.

2/ Incluye Camiones y Camionetas.

3/ Incluye Remolques, Ambulancias, Montacargas y Fúnebres.

Fuente: Departamento de Estudios Económicos y Tributarios, DGIL.

Cantidad de Registros

Para el año 2011 ingresaron al registro 121,977 vehículos de nuevo ingreso, mientras que en el 2010 se registraron 142,613. La caída en la cantidad de registros se debe principalmente al descenso en el monto total de registros de motocicletas, siendo de 13,885 menos que el mismo período del año anterior. (Ver cuadro 2.5.1)

Cuadro 2.5.1
Cantidad de vehículos de nuevo ingreso
2010 vs. 2011

Tipo	2010	2011	Variación	
			Absoluta	Relativa
Automóviles ^{1/}	16,160	16,099	-61	-0.4%
Autobuses	3,229	2,438	-791	-24.5%
Jeeps	24,198	20,766	-3,432	-14.2%
Carga ^{2/}	11,917	10,035	-1,882	-15.8%
Motocicletas	85,165	71,280	-13,885	-16.3%
Volteos	652	307	-345	-52.9%
Máquinas Pesadas	778	613	-165	-21.2%
Otros ^{3/}	514	439	-75	-14.6%
Totales	142,613	121,977	-20,636	-14.5%

Nota: Cifras generadas el 24 de enero de 2012.

1/ Incluye Privados, Públicos Urbanos e Interurbanos.

2/ Incluye Camiones y Camionetas.

3/ Incluye Remolques, Ambulancias, Montacargas y Fúnebres.

Fuente: Departamento de Estudios Económicos y Tributarios, DGII.

Plagio

ANTES

NEW! [Upgraded](#) and more accurate plagiarism detection. [Learn more.](#)



The Plagiarism Checker

To investigate possible plagiarism, click on any of the "possible plagiarism" links in the table below. You will be referred to the source material for you to make an informed decision about the content of your student's paper.

NOTE: You should also find the text in question in your student's paper to see if the text under suspicion is a quotation. (The [premium version](#) automatically ignores most quoted text.)

Text being analyzed	Result
registrado aproximadamente 112,439 multas de transito, promedi...	OK
Creatividad: efectuamos extrapolaciones y estimaciones del resul...	OK
Responsabilidad: tomamos decisiones conscientemente y acept...	OK
lograrlo debemos comprender los factores fundamentales que de...	OK
Entidad: Instituto Dominicano De Las Telecomunicaciones (INDO...	OK
Somos un equipo innovador con excelentes relaciones interperso...	OK
Regulaciones Gubernamentales y Jurídicas que afectan directa e ...	OK
transportar pasajeros en vehiculos para cargar sin el permiso cor...	Possible Plagiarism

Results: Unknown - investigate with links above

[Go Back](#)

DESPUÉS

NEW! [Upgraded](#) and more accurate plagiarism detection. [Learn more.](#)



The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
registrado aproximadamente 112,439 multas de transito, promediand...	OK
Creatividad: efectuamos extrapolaciones y estimaciones del resultad...	OK
Responsabilidad: tomamos decisiones conscientemente y aceptamo...	OK
lograrlo debemos comprender los factores fundamentales que deter...	OK
Entidad: Instituto Dominicano De Las Telecomunicaciones (INDOTEL)	OK
Somos un equipo innovador con excelentes relaciones interpersonal...	OK
Regulaciones Gubernamentales y Jurídicas que afectan directa e ind...	OK
Nuevas implementaciones pueden ocasionar daños y fricciones en el...	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)