

UNIVERSIDAD APEC



DECANATO DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

“Desarrollo de un Plan de Emprendimiento para la Creación de una Empresa Desarrolladora de un Software y Prototipo de Dispositivo para el Control de Acceso y Seguridad de las Empresas, Santo Domingo Republica Dominicana 2012.”

Presentado Por:

Joezer Bierd Oviedo	2005-0445
Marjorie Gautier Franco	2008-0334
Julia Almanzar De León	2008-2055

Asesor:

Ing. Juan E. Rosales

Monografía para Optar por el Título en:

LICENCIATURA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Santo Domingo, D. N.
Agosto, 2012.**



“Desarrollo de un Plan de Emprendimiento para la Creación de una empresa desarrolladora de un software y prototipo de Dispositivo para el Control de Acceso y Seguridad de las Empresas, Santo Domingo Republica Dominicana 2012.”

INDICE

Págs.

AGRADECIMIENTOS	II
DEDICATORIAS	XIV
INTRODUCCIÓN.....	XVIII

CAPITULO I: MARCO GENERAL

1.1 Resumen Ejecutivo.....	02
1.2 Naturaleza Del Negocio.....	03
1.3 Definición del Equipo Emprendedor	03
1.4 Misión	06
1.5 Visión.....	06
1.6 Filosofía, Valores y Cultura.....	06

CAPITULO II: ANALISIS DEL ENTORNO

2.1 Regulaciones Gubernamentales y Jurídicas	10
2.2 Macroentorno: Político, Económico, Social y Tecnológico	14
2.3 Tendencias	19
2.4 El Mercado	21
2.5 Consumidores	27
2.6 Competencias.....	27
2.7 Grupos Objetivos	29
2.8 Perfil de Consumidores Individuales	30
2.9 Perfil de los Clientes	31
2.10 Proveedores	32

CAPITULO III: ANALISIS COMPARATIVO

3.1 Análisis FODA	34
3.2 Recursos y Capacidades.....	35
3.3 Factores Críticos de Éxito.....	36
3.4 Análisis PORTER	39

CAPITULO IV: OBJETIVOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS

4.1 Objetivos Cuantitativos.....	43
4.2 Objetivos Cualitativos	43

CAPITULO V: ESTRATEGIAS GENERALES

5.1 Estrategia de Productos y Servicios	46
5.2 Segmento del Mercado	47
5.3 Estrategia de Clientes	48
5.4 Mercado Geográfico	48
5.5 Nivel de Integración.....	49
5.6 Recursos y Capacidades.....	49
5.7 Políticas de Organización	50
5.8 Organización	51
5.9 Tipo y Origen de Insumos.....	51

CAPITULO VI: PLANES OPERATIVOS

6.1 Plan de Mercado	54
6.1.1 Mercado Objetivo.....	54
6.1.2 Estrategia Competitiva.....	56
6.1.3 Ventaja Competitiva.....	57
6.1.4 Estrategias de Posicionamiento	58
6.1.5 Estrategia de Precio	58
6.1.6 Estrategia de Comunicación.....	59
6.1.7 Estrategia de Marca.....	60
6.1.8 Estrategia de Promoción y Publicidad	62

6.1.9 Estrategia de Servicio	70
6.2 Ventas	72
6.2.1 Estrategia de Ventas	72
6.2.2 Sistema de Ventas	72
6.3 Plan Organizacional	75
6.3.1 Equipo y Staff	75
6.3.2 Estrategia Organizacional.....	78
6.4 Investigación y Desarrollo.....	78
6.5 Operación y Logística	79
6.6 Plan de Administración y Finanzas.....	81
6.6.1 Riesgos y Acciones Preventivas.....	81
6.6.2 Apoyos Requeridos	81

CAPITULO VII: EVALUACIÓN FINANCIERA

7.1 Flujo de Efectivo (Ingresos, Costos, Egresos).....	84
7.2 Inversiones	86
7.3 Calculo de Van, Tir y Otros Indicadores Financieros.....	87
7.4 Requerimientos de Fondos de Inversión	87

CONCLUSIÓN	XXI
-------------------------	------------

RECOMENDACIONES	XXIII
------------------------------	--------------

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	XXV
---	------------

ANEXOS



***AGRADECIMIENTOS
Y DEDICATORIAS***

AGRADECIMIENTOS

A Dios.

Por ser mi guía y mi sostén, por bendecirme en todo este camino hacia el éxito, por darme la fuerza para superar los obstáculos en los momentos débiles, por darme sabiduría en todo este tiempo. Gracias Dios todo Poderoso.

A mis Padres.

Juana Oviedo. Por ser madre excelente y de ejemplo en mi vida. Por su apoyo en los momentos duros, por depositar su confianza en mí y en mis decisiones. Por enseñarme hacer persistente en mis metas. Por su amor incondicional y por su disposición a que mi vida sea ejemplar en todo momento. Gracias, te amo.

Joel Bied Jiméñez. Por entregar toda su confianza en mí y creer en mis decisiones. Siendo modelo ejemplar en mi vida. Por darme esas palabras de aliento que siempre estaban hay en el momento indicado, por ser mí amigo y sostén en los momentos difíciles de mi vida, por su comprensión, su amor incondicional por su gran ayuda y enseñarme que todo en la vida tiene un valor y una recompensa. Gracias, te amo.

A mis Dos Hermano.

Marlenis Jael. Gracias por tu amor, por estar presente en los momentos duros de mi vida, por estar dispuesta a conversar y escuchar mis inquietudes, por ser ejemplo de supervivencia en mi vida. Me enseñaste que el dolor es parte de la recompensa, por tu apoyo desde el inicio de mi carrera profesional aunque no compartíamos el mismo techo desde ese momento; se que siempre estabas esperando lo mejor de mí, te quiero manita.

Eliezer Bierd. Gracias por compartir mis vivencias juntos, por ser hermano dispuesto en todo momento, por tu comprensión y ayuda. Por escucharme en los mementos en que los obstáculos se hacían fuertes cada momento. Hoy puedo ver gracias a ti que el hombre es más de lo que se propone. Te quiero mi hermano.

Agradecer a Yeuris del Carmen Pérez por motivarme a continuar persistente y capaz en medio de la tormenta. Por ayudarme en el logro de esta gran carrera. Gracias por tu amor y comprensión.

A mi tía.

Florangel Oviedo por ser parte de este logro, por su apoyo y dedicación por su cuidado desde la niñez, te quiero tía.

A mis amigos y amigas.

Henry Dotel. Por vivir juntos nuestra carrera profesional, por los momentos agradables que pasamos, por su apoyo y disposición y a todos mis amigos: Juan Pablo Marte, Ramón Carrasco, Ilaine Tejada, Rober Sosa, Amauris Vargas. A mis amigos de la universidad: Marcos Disla, Roxy Margarita, Laura Suarez, Lidianny González, Kellda y Claudio Lespier. Juntos superamos pruebas difíciles y todos aquellos amigos que de una manera u otra hicieron realidad este sueño.

A mis Compañeras y amigas de Monográfico

Agradecer a Julia Almanzar y Marjorie Gautier, por compartir todos esos buenos momentos durante nuestra jornada final, por su confianza y dedicación como equipo, por ser cariñosas las quiero y les estimo mucho.

Al Prof. Juan Enrique Rosales

Por su gran entrega e interés en el beneficio del logro de nuestra meta, ha sido admirable la manera de apoyarnos, compartiendo con nosotros su conocimiento, experiencia y tiempo.

Al profesor Miguel Puente

Por guiarnos durante todo esta etapa final, por dedicar su tiempo al logro de nuestros objetivos. Gracias por todo.

Joezer Biera Oriedo.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por la vida, por permitirme crecer, estar conmigo en cada momento dándome sabiduría y entendimiento.

Mis abuelos Edicta y José, porque desde que nací estuvieron conmigo, por ser mi principal motivo de aliento durante toda la trayectoria de mi vida, por tan bellos e invaluable mensajes de inspiración e inculcarme los mejores principios, entregarme su vida, sus estupenda y original forma de dar buenas lecciones, son el mejor apoyo del mundo.

Mis padres Miriam Franco quien me demuestra que están orgullosos de mí, me apoya, aconseja, cada día me dar un ejemplo. **Manuel Gautier** Por procurar que tuviera todo lo necesario para alcanzar tan valioso logro en mi vida personal y profesional, por su ayuda incondicional hacia el logro de mis objetivos y metas, un día conocí el sacrificio y gracias a ustedes lo convertí en mi felicidad.

Toda mi familia, en especial: **Herenia, Mayra, Miguelo y Francisco (chayo)** su confianza en mí y en mis decisiones me ayudaron a llegar a mi meta, cada uno de sus excelentes consejos de motivación son un impulso para mi vida, sin usted nada hubiese sido igual por todo su cariño, aportando un granito de arena en todo momento. **Hermanos: Rangelys, claritza, rosanny y jhoan**

por su apoyo, he sabido aprender bastante de ustedes, me he robado sus toques tan especiales y los he tomado de ejemplo para mí. **Primos: Cauriny, Staysi, Mayobanex, Luis, Solayni, Manuel, Odairis, Maria, Junior y José** que mi meta le sirva de inspiración para que ustedes también lleguen al final de sus objetivos lo cual es un logro ver el triunfo.

Compañeros Julia Almanzar y Joezer Biedr por estar en la lucha de mi meta, durante el desarrollo de la etapa final la cual es el monográfico sus esfuerzo me enseñaron que el trabajo en equipo es el motor para el éxito gracias por hacer de este objetivo un victoria, ustedes son una de las experiencias de mi trayectos que mas aprecio grandes por ser mis amigos.

Prof. Juan Enrique Rosales, por su entrega, por su tiempo, por sus excelentes enseñanzas, por brindarnos la oportunidad de compartir con usted, le admiro y aprecio mucho.

Prof. Miguel Puente gracias a su aporte en cada momento del trayecto, compartirnos sus ideas, sus consejos y dedicación este logro es posible.

Moisés Alejandro Banks excelente maestro y persona, con usted aprendí que si se puede, más que sus vastos conocimientos y su inigualable forma de transmitirlos y su carácter, es digno de respeto y admiración, gracias por ser mi maestro.

A todas las personas que de alguna u otra forma contribuyeron al logro de esta meta, **Leynin Hernández, Kenluis Miranda, Melissa tejada y Raysa Brito** gracias por estar siempre pendiente de mí, su interés por mi triunfo y apoyo incondicional en los momentos que lo necesite siempre lo llevare presente.

Marjorie Gautier Franco

AGRADECIMIENTOS

A Dios por ser siempre el Norte en mi vida, nada de lo que logro es por mí, es Él quien me da la fortaleza, la sabiduría y el coraje para seguir adelante a pesar de los obstáculos y las adversidades.

A mis padres por ser mi motor en la vida, Mami eres la persona más importante en mi vida, eres lo mejor que Dios me ha dado pues sin ti no sería nadie, te amo sin medidas, pues siempre has dicho sigue adelante, representas un hombro para llorar y descansar, la mano para guiarme en cada momento difícil, siempre has sido un ejemplo a seguir creo que te admiro desde que caí en tu vientre ya que desde ese entonces has luchado contra quien sea por mí, por eso y mucho mas serás siempre mi súper mami.

Papi eres mi ejemplo de superación, tenacidad y esfuerzo, te amo por ser siempre quien me ama incondicionalmente, alguien en quien me puedo apoyar, solo aprovecho para agradecer cada beso, abrazo, detalle, mimo y cosas lindas que has hecho por mi están grabadas en mármol en mi corazón. Te agradezco por darme la oportunidad de conocer a una persona maravillosa que demuestra su cariño hacia mí de distintas maneras y es alguien que siempre está para mi Yudini Medina.

A mis abuelas por su gran apoyo, Julia Linares fuiste una segunda madre en mi vida, una cómplice, amiga, confidente, consejera, dulce y a la vez amarga, cuanta falta me haces, siempre serás para mí un ejemplo de amor, caridad y darse por completo, lo más cercano a Dios que siempre he tenido, hiciste de mi una mujer de valores, TE AMO. Pura Peña siempre con una sonrisa para alegrarme la vida, me enseñaste tantas cosas lindas que hoy forman parte de un recuerdo indeleble, siempre las amaré. Sé que han estado presentes en este proyecto.

A mis hermanas Diana eres la más pequeña y a la vez la más fuerte cuanto te quiero, eres esa bebecita que un día llegó cuando me sentía sola y necesitaba con quien jugar y divertirme, pero entonces eras muy chiquita y no me quedo más remedio que cuidarte y mimarte como mi hermanita pequeña, Xiomedys eres tan distinta a lo que sería una hermana mayor normal, es que eres más que eso siempre me has enseñado el verdadero mundo, siempre tan protectora y a la vez tan realista, te quiero muchísimo y te agradezco todo lo que has hecho por mi desde siempre y Yulissa porque contigo he aprendido que no hay lazos más fuertes que los que se construyen con el día a día y con personas que no importa de donde vengan ni quienes sean, sino que nos aporten. Gracias a las tres por ser un apoyo siempre, por enseñarme cosas nuevas a cada momento, por tantas risas compartidas, lagrimas derramadas, abrazos de cariño, peleas sin sentido, reconciliaciones, por cada momento compartido con ustedes que ha sido maravilloso.

A mi hermano Fausto por ser siempre el hombrecito de la casa, alguien vigilante a todas las cosas que pasan a nuestro alrededor, te quiero.

A Gustavo A. Peguero por ser un apoyo incondicional, este camino ha sido menos difícil gracias a ti, buscas la manera de mostrar siempre lo mejor de mí, eres la persona que me centra cuando pierdo el horizonte, gracias por tu amor y comprensión, tus excelentes consejos y siempre estar ahí cuando lo necesité.

A Priscila Sanquintín por ser mi mejor amiga alguien incondicional como una hermana para mi, muchas veces has hecho de consejera y me ayudas a mantenerme firme para seguir, eres un ejemplo para mi, admiro tu dedicación y constancia en continuar un paso más cada día.

A todos mis tíos y tías, por ser un pilar en mi vida, quienes siempre creyeron en mi, gracias por su apoyo en especial a Julia De León, te quiero tía y Melvin Linares te quiero papá, a los demás sólo me queda decirles que los llevo en mi mente y corazón, los quiero a todos.

A mis compañeros de monográfico, Joezer Bierd y Marjorie Gautier ustedes son los mejores compañeros que Dios pudo poner en mi camino, gracias por formar parte de este proyecto, por su esfuerzo y dedicación, además de la satisfacción de una meta alcanzada me llevo amigos para la vida, los

quiero y compartir con ustedes es una de las mejores experiencias de mi vida, somos como una familia.

A mis padrinos, Dolly Estrella, Fátima Almanzar y José Isabel Mateo, por inculcarme la fe católica, ser un ejemplo a seguir y darme siempre palabras de aliento.

A mis amigos Jahnna Marmolejos, Elizabeth Taveras, Gina Reyes, Lilian Ramírez, Daleisy Romero, Carlos Espinal, Jacklyn Tejada, Margarita Abreu, Julissa Disla, Carolina Pérez, Elaine Jiménez, Leyla Fernández, Marcos Disla, Johnny Pérez, Keyla Ramírez, Pristin Barreras, Lidianny González, Némesis Paulino, Heidi Peguero, Elizabeth Sanquintin por siempre mantener viva en mí la esperanza de continuar adelante y ayudarme a lograr la meta, su cariño, por mil experiencias vividas, ha sido una excelente experiencia conocerlos y compartir.

Al Prof. Juan Enrique Rosales, por su inigualable manera de formar líderes, por su entrega total al proyecto y a nosotros, gracias a usted este proyecto se materializó, su apoyo siempre fue incondicional, sus conocimientos una luz para guiarnos en todo momento, compartir con usted es una experiencia inolvidable.

Al Prof. Miguel Antonio Puente, por su disposición y dedicación a ayudar siempre, por su presencia en cada momento requerido y sus conocimientos compartidos, gracias por todo.

A toda mi familia, amigos, compañeros y personas que de una u otra forma han sido determinantes en el transcurso de este camino.

Julia Xerayda Almanzar De León.

DEDICATORIAS

Dios todo poderoso a ti dedico este proyecto por darme la fuerza, la sabiduría y por poner en mi corazón el deseo de alcanzar mis metas. Gracias Dios porque siempre estuviste y estarás presente en todos mis éxitos.

A mis padres queridos. Sé que esperaban esto de mí, con todo el amor del mundo les dedico este proyecto. Todo este esfuerzo se lo debo a ustedes, porque siempre estaban dispuestos ayudarme y levantarme cuando tropezaba, gracias por ser mis padres. En cada logro de mi vida serán parte importante. Sus ejemplos fueron de motivación en mi vida para seguir luchando y lograr cada meta que me proponga. Los quiero mucho.

A mis Hermano. Por estar siempre presente en cada etapa de mi vida, este logro es también de ustedes. Gracias

Joezer Biera Oriedo.

DEDICATORIAS

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita misericordia, amor y comprensión, con tu ayuda llegue al final de mi objetivo, todo te lo debo a ti.

A mis abuelos Edicta Mejía y José Franco.

Por apoyarme siempre que lo he necesitado, sus consejos, sus valores, la motivación constante de decirme que si puedo es que me ha permitido ser una persona de bien, estar presentes en todos los momentos de mi vida por ustedes soy alguien en la vida le debo este triunfo.

Marjorie Gautier Franco

DEDICATORIAS

Dedico este proyecto a **Dios** por ser el centro de mi vida, gracias por todas tus bendiciones.

A mi madre por siempre confiar en mi ciegamente, el apoyo que me has brindado es lo que me impulsa a seguir adelante, espero nunca defraudarte, gracias doy porque me enseñaste a ser paciente y constante.

Julia Xerayda Almanzar De León.



INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

El mundo evoluciona constantemente, los adelantos tecnológicos, los requerimientos y los hábitos van cambiando de acuerdo con las necesidades de los tiempos. La tecnología es lo más enfascado en esta dinámica de transformación, el objetivo de cada avance es brindar beneficios a la humanidad y facilitar la obtención de recursos. Todo se resume en cambio, originalidad y perfeccionamiento.

El sector turístico se ha convertido en una de las fuentes principales de ingresos económicos para la República Dominicana. Nuestro país es uno de los lugares de diversión, veraneo y recreación más atractivos para los visitantes de distintas nacionalidades. El sector terciario en los últimos años ha evolucionado hacia un público más exclusivo, esto es utilizado como catapulta para proyectos de gran envergadura que complementen el servicio brindado.

Este plan de emprendimiento para la creación de un Sistema Electrónico de Acceso y Seguridad BraceletKey. El cual va dirigido a las zonas turísticas del país con el fin de brindar seguridad a los huéspedes con un diseño atractivo con el que se guardan los datos personales del portador facilitando el manejo de información. Se busca ofrecer control del acceso tanto de los clientes como de los empleados. Tener una base de datos tecnológicamente avanzada, fácil de

manejar, que representa ahorros en costos operativos, modernización de la infraestructura, aumento de competitividad y excelente calidad en el servicio.



CAPITULO I: MARCO GENERAL

CAPITULO I: MARCO GENERAL

1.1 Resumen Ejecutivo

El objetivo del proyecto es brindar un sistema de acceso y seguridad que ofrezca control en los procedimientos de una empresa. El primer mercado está compuesto por los hoteles, clubes y centros vacacionales, ofreciéndoles un dispositivo con el cual puedan almacenar información personal de sus huéspedes y visitantes quienes a su vez puedan acceder a sus habitaciones, reservar en las distintas áreas del complejo, localizar a sus hijos en caso de extraviarlos, pagar en los establecimientos dentro del hotel, alquilar toallas y lencería, acceder a ciertas áreas; del mismo modo utilizar la información personal para promocionarles nuevas ofertas.

El segundo mercado está constituido por empresas que concentren gran número de personas, se ofrecería un dispositivo de acceso controlado para monitorear todas las actividades de los empleados, en el área de distribución externa se pondrá un lector para el control de flotillas a la hora de salir de la empresa.

1.2 Naturaleza Del Negocio

Es un innovador sistema para el control de acceso y seguridad utilizando tecnología nunca antes vistas en las Industrias. El usuario tendrá la facilidad en un sólo producto que engloba distintas funciones, eficientizar los procesos, disminuir el tiempo en cada tarea o actividad, optimizar recursos, como valor agregado será incluido un código de barras con un localizador. El software está diseñado para adaptarse a las necesidades de Hoteles y Empresas, habrá diferentes versiones, pero con aplicaciones que serán comunes en todos los modelos.

1.3 Definición del Equipo Emprendedor

Somos un grupo de jóvenes Administradores que buscamos la comodidad y satisfacción tanto de los clientes como de los usuarios que se hospedan en las lujosas cadenas de Hoteles de la Republica Dominicana, Así como los empleados de las distintas industrias.

Julia Almanzar.

Nombre: Julia Nereyda Almanzar De León

Estudios básicos: Colegio Sagrado Corazón De Jesús.

Estudios medios: Colegio María inmaculada.

Estudios Universitarios: Cursando Administración de empresas en UNAPEC

Estudios Técnicos:

Técnico en Informática (ENI)

Inglés: Básico y conversación en UNAPEC

Considero ser una persona alegre, sociable y directa, cuando me propongo algo lucho hasta lograrlo. Me gusta divertirme sanamente, escuchar música, leer y hacer charcha. Sueño con iniciar un negocio propio para así no depender de nadie en un futuro. Trabajo como encargada de Gestión Humana del consorcio de Bancas Enriquillo Sport.

Joezer Bied.

Nombre: Joezer Bied Oviedo

Estudios Básicos y Medios: Colegio Mayaje

Estudios Universitarios: Universidad Apec

Estudios Técnicos:

Técnico en informática. Centro de tecnología universal (CENTU), Instituto Tecnológico De Las Américas (ITLA).

Programación y configuración de computadora (kophil data electronic).

Asistente electrónica digital. Instituto de Formación Técnico Profesional (INFOTEP).

Técnico en redes LAN y cableado estructurado. (kophil data electronic)

Relaciones humanas. INFOTEP.

Servicio al cliente. INFOTEP.

Inglés. 4to nivel. (Escuela de idiomas Apec).

Soy una persona muy sociable, alegre, trabajador en equipo, cuando me trazo metas en la vida las alcanzo, Deportista extremo, humanitario, servicial, me gusta leer libros en especial la biblia, una de mis metas es tener mi propia empresa, ser un alto gerente o líder político.

Marjorie Gautier.

Nombre: Marjorie Gautier Franco.

Estudios básicos: Centro Politécnico Santa Martha.

Estudios medios: Centro Politécnico San Miguel Arcángel.

Estudios Universitarios: Administración de Empresas en Unapec.

Estudios Técnicos:

Técnico en Informática (CENTU)

inglés: Básico (UNAPEC)

Me caracterizo por ser una persona que escucha a los demás, soy amiga de quien se gane mi confianza, considero ser de carácter fuerte, sin embargo, inspiro confianza en los demás. Cuando me propongo una meta no descanso hasta alcanzarla. Me gusta divertirme, escuchar música, leer y los ambientes naturales. Tengo planes de tener un negocio propio para así ser independiente.

1.4 Misión

Satisfacer al mercado tanto turístico como empresarial con la comodidad, practicidad y viabilidad, combinando seguridad y accesibilidad para la solución de los problemas brindando la versatilidad en nuestros productos y asegurando la calidad de los mismos.

1.5 Visión

Ser una empresa que desarrolle un sistema confiable, seguro y rentable para controlar el registro de actividades de las empresas, adaptándose al cambio de innovación y desarrollo, sin dejar a un lado la calidad humana, basándonos en la tecnología.

1.6 Filosofía, Valores y Cultura

Comprometidos con la excelencia, la mejora continua y en busca de una constante innovación, la empresa tiene una filosofía de trabajo la cual se identifica con los siguientes valores:

Valores

Compromiso: El empeño y esfuerzo continuo del empleado de ser útil siempre a los demás en lo necesario para crear lazos que fortalezcan la empresa.

Confianza: Los procesos realizados de forma responsable para que la entidad sea capaz de actuar de manera adecuada en una determinada situación y que esto se refleje en la imagen que proyecte.

Trabajo en equipo: Cada miembro del equipo es responsable de un cometido y sólo si todos ellos cumplen su función será posible sacar el proyecto adelante.

Seguridad: El trabajo debe realizarse en base a la minimización de riesgo, en búsqueda de la satisfacción del cliente y el empleado.

Innovación: Insertar un producto nuevo, que supere las expectativas en el mercado práctico y de calidad, implementar la mejora continua y dar un servicio post venta.

Integridad: Establecer un ambiente de trabajo donde lo primero sea el respeto.

Profesionalismo: Reflejar la calidad del producto a través de un equipo capacitado, que nos lleve al éxito.

Satisfacción al cliente: Establecer y mantener estándares de calidad elevados para lograr satisfacer las demandas y aportar un valor agregado a la empresa.

Responsabilidad: Responder a las expectativas de los clientes, trabajar de manera responsable.



CAPITULO II: ANALISIS DEL ENTORNO

CAPITULO II: ANALISIS DEL ENTORNO

2.1 Regulaciones Gubernamentales y Jurídicas

Pasos para la constitución y puesta en marcha de la empresa “BraceletKey”

1. Registrar el nombre Comercial en la Oficina Nacional de Propiedad Industrial (ONAPI)

COSTO	REQUISITOS
Búsqueda en Registros Nacionales de Patentes. Por modalidad, por prioridad, por títulos individuales. RD \$3,497.00	 Comunicación solicitando el Nombre Comercial o llenar el formulario en la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial ONAPI.
TASA DE REGISTRO DE MARCA DE CERTIFICACIÓN:	 Copia de cedula del dueño y/o del solicitante.
1-Tasa de servicio RD\$ 4,117.00	 Pago correspondiente.
3-Tasa de Publicación RD\$ 2,059.00	

2. Pagar el impuesto por constitución de una compañía en Dirección General de Impuesto Interno (DGII)

COSTO	REQUISITOS
El Impuesto por Constitución de compañía es el equivalente al uno por ciento (1%) sobre el capital social autorizado.	Llenar un formulario de Autorización de pago del impuesto por constitución de una compañía o comunicación solicitando el pago del impuesto por constitución de una compañía.

3. Registrar los documentos Legales en la Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo, cuyo costo depende del Capital Social Autorizado.

4. Solicitar el Registro Nacional del Contribuyente (RNC), en la Dirección General de Impuesto Interno (DGII)

COSTO	REQUISITOS
Gratis	 Formulario de Registro Nacional del Contribuyente (RNC).  Copia del Registro del Nombre Comercial.  Copia del Registro Mercantil

5. Clave de acceso para reportar Ingresos mensuales.

6.Registro Mercantil

Ley 3-02 – Industria

Entidad: Ministerio de Industria y Comercio

COSTO				
DESDE	HASTA	CONSTITUCIÓN	RENOVACIÓN	MODIFICACIÓN
1.00	100,000.00	2,500.00	1,700.00	800.00
100,001.00	150,000.00	3,300.00	2,200.00	1,000.00
150,001.00	200,000.00	4,000.00	2,600.00	1,200.00
200,001.00	500,000.00	5,000.00	3,300.00	1,500.00
500,001.00	1,000,000.00	6,500.00	4,300.00	2,000.00
1,000,001.00	1,500,000.00	8,000.00	5,200.00	2,400.00
1,500,001.00	2,500,000.00	10,000.00	6,500.00	3,000.00
2,500,001.00	3,500,000.00	12,000.00	7,800.00	3,600.00
3,500,001.00	5,000,000.00	14,500.00	9,500.00	4,400.00
5,500,001.00	7,000,000.00	17,300.00	11,300.00	5,200.00

REQUISITOS

Formulario de solicitud de Registro Mercantil de Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada, debidamente completado a máquina o computadora y firmado por la persona autorizada o por gestor apoderado, Debiendo anexar copia del poder de representación.

2. Acto Auténtico o Acto Bajo Firma Privada legalizado por un Notario Público, verificar domicilio social que sea competencia de la Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo (CCPSD).

3. Comprobante de la entidad bancaria del depósito del aporte en dinero a Favor de la empresa en formación.

4. Fotocopia de la cédula de identidad y electoral, si es dominicano, y de pasaporte, cédula de identidad de extranjero u otro documento de Identidad con foto válida en el país de origen, del propietario y gerente.

5. Copia del Registro de Nombre Comercial emitido por la Oficina Nacional De Propiedad Industrial (ONAPI), si lo hubiese.

6. Informe del Comisario de Aportes, si aplica.

7. Declaración Jurada sobre aportes en naturaleza, si aplica.

Ley 542-69

LEY ORGANICA DE LA CORPORACION DE FOMENTO DE LA INDUSTRIA HOTELERA Y DESARROLLO DEL TURISMO

Fomentar en todos los órdenes la empresa hotelera y turística en el país, para tal fin, poder otorgar préstamos con suficiente garantía directamente o valiéndose de Bancos o entidades públicas y privadas. Estos préstamos sólo podrán ser aplicados a operaciones que contribuyan al fomento hotelero y desarrollo turístico. Podrán incluir la adquisición de todo tipo de bienes, refinanciamiento de deudas, capital de operaciones y cualquier otro que sea conveniente o necesario a los fines de dicho fomento.

La Corporación podrá emitir valores garantizados y descontables. La Corporación asimismo, tendrá facultad para recomendar al Poder Ejecutivo concesiones que vayan dirigidas al logro de sus fines.

2.2 Macroentorno: Político, Económico, Social y Tecnológico

El macroentorno en el que se desenvuelve la producción y comercialización de los brazaletes para ser empleados en un sistema de seguridad como un método de acceso está determinado por los diferentes factores, social, económico, político y tecnológico en los cuales se destacan las ventajas, desventajas y

factibilidad de nuestro producto. A continuación presentamos una tabla mostrando las diferentes ventajas y desventajas según los factores sociales.

FACTORES SOCIALES		
FACTORES	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Tendencias de estilo de vida	Es factible para aquellos empresarios que buscan la seguridad interna de su empresa.	La tendencia a resistirse a lo nuevo en primera instancia.
Opinión y actitud del consumidor	Interés por las cosas que le facilita la vida.	Reusarse al cambio.
Imagen de la marca, la tecnología y la empresa	El uso de la tecnología y una buena imagen atraen nuestros clientes potenciales.	
Patrones de compra del consumidor	Depende de las necesidades del consumidor.	Crearle una necesidad al consumidor que se adecue a nuestro producto
Accesos y tendencias de compra	Está sujeto a la satisfacción que perciban los consumidores del producto.	
Publicidad y relaciones públicas	Una excelente publicidad y relaciones públicas persuaden al consumidor sobre los atributos del producto.	

FACTORES POLÍTICOS		
FACTORES	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Legislación actual en el mercado local	La implementación de un dispositivo de seguridad innovador para los hoteles e industrias.	Poco apoyo en sentido general al desarrollo de la tecnología y el sector turístico.
Legislación futura	Leyes que apoyen el desarrollo industrial del país	Surgimiento de una ley que no apoye este tipo de tecnología
Procesos y entidades regulatorias	Entidades que apoyen el proyecto para el beneficio de estos mismos en cuanto a la seguridad	
Políticas gubernamentales	Sustento a un nuevo sistema de seguridad	
Grupos de presión locales		Resistencia al nuevo método de seguridad

FACTORES ECONÓMICOS		
FACTORES	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Acceso a la Tecnología	Podemos estar más informados de los cambios del mercado mediante la tecnología y adaptarnos a los mismos más rápido.	Falta de acceso a la tecnología evitaría captación de consumidores y clientes.
Situación económica local	Una economía local estable contribuye la implementación de nuevas tecnologías.	Una economía local en crisis afecta al desarrollo de innovaciones.

Tendencias en la economía local	Una economía en crecimiento promueve el desarrollo tecnológico y por ende dinamiza la implementación de nuevas tecnologías.	
Asuntos generales de impuestos		Surgimiento de nuevos impuestos.
Estacionalidad y asuntos climáticos	Las condiciones climatológicas no afectan directamente al producto.	

FACTORES TECNOLÓGICOS		
FACTORES	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Desarrollo Tecnológico Competidores	Realizar más investigaciones para desarrollar mejores productos	Elevaría la competitividad y reduciría el mercado creado.
Tecnologías Vinculadas	Implementación de nuevas tecnologías dan un valor agregado para nuestros clientes.	Uso de nuevas tecnologías podrían elevar costos.
Legislación Tecnológica Local e Internacional	Adquisición de franquicias a nivel internacional de nuestro producto.	Inconvenientes con la legislación Internacional.
Potencial de Innovación	Actualización constante de procesos para brindar un mejor servicio a clientes.	No innovar nos dejaría fuera del mercado competitivo.

2.3 Tendencias

El mundo cambia constantemente, los adelantos tecnológicos, los requerimientos y los hábitos van cambiando de acuerdo con las necesidades de los tiempos. La tecnología es lo más enfrascado en esta dinámica, porque ideas que antes era un anhelo difícil de materializar, hoy en día está superado de manera extraordinaria. Todo se resume en cambio, originalidad y perfeccionamiento.

El turismo es una de las principales fuentes de la economía Dominicana, ya que durante el año 2010 se recibieron 4,5 millones de turistas y aportes a la economía por US\$ 4, 200 millones. En el 2011 las estadísticas superaron las del año anterior, ya que en noviembre se registraban más de 4,5 millones de visitantes. Estados Unidos, Canadá y América Central son los príncipes mercados emisores.¹

Los sistemas de seguridad electrónica son importantes, porque combinan factores que al unificarlos dan soporte a las empresas. La implementación de tecnologías aplicadas a la seguridad y basadas en un adecuado diseño, instalación e interconexión brindan al usuario un mayor control de las actividades que se realizan dentro de la empresa, una de las ventajas que estos ofrecen es el hecho de mantener salvaguardadas las instalaciones, poder estar (previstos o

1 <http://elsoldeloeste.com/2012/01/03/1001/seguridad-principal-reto-sector-turistico-rd-en-2012>

alerta) ante algún inconveniente, vigilancia constante de ciertas actividades para reducir la vulnerabilidad de la información y los procesos de la organización y registro de ocurrencias de cambios o alteraciones en dicho sistema, todo esto cimentado en equipos informáticos.

“En los últimos tiempos, la seguridad en las actividades turísticas está adquiriendo cada vez mayor notoriedad, sobre todo si la comparamos con épocas pretéritas. Una seguridad que está empezando a ser percibida, no solamente como factor estricto de servicio integral de carácter urgente y humanitario, sino como elemento decisivo de competitividad sectorial. Paralelamente, entre los mercados y turistas, el factor de la seguridad está cada vez más presente, obligando a las empresas que brindan servicios a turistas a tener que ir asimilando nuevos procesos y compromisos que se irán consolidando hasta formar parte indisoluble de la actividad turística.”²

A mediados del 2010 en Republica Dominicana se realizó el primer curso de seguridad Turística, con lo cual nos convertimos en el primer país de la región en realizar este tipo de capacitación, lo cual va de la mano con el hecho de que el turismo dominicano va en ascenso y el país debe estar preparado para el crecimiento que esto acarrea.

En otro orden las empresas en general tienen su propia forma de cómo asegurar su infraestructura, sus empleados y sobretodo su información. Para

² <http://segurtur.blogspot.com/>

esto ya tienen sistemas establecidos que según investigaciones suelen ser poco eficientes, además de utilizar instrumentos no tan seguros ni confiables, esto deben mejorar para hacer de la seguridad un sistema confiable en que los empleados y empresario se sientan protegidos a la hora de realizar sus labores. Cada una de las empresa tienen sus propios riesgos y se enfrenta a ellos es por esto que cada vez son más los sistemas que se suman a esta causa hoy día la tecnología es parte fundamental para ellos.

2.4 El Mercado

Mercado Total

BraceletKey va dirigido los hoteles de Republica Dominicana como mercado de inserción y luego está previsto asociarse con las empresas que proporcionan seguridad electrónica a las demás organizaciones que por sus actividades concurren un gran número de empleados. Los atributos claves del producto están en que responden las necesidades y tienen características que son particularmente importantes para el cliente, que funcionan como diferenciador entre el sistema de seguridad actual y el que se presenta en esta monografía.

El mercado Hotelero de Republica Dominicana cuenta con 480 Hoteles desde una (1) a cinco (5) estrellas tomando en cuenta también villas, aparta hoteles y cabañas de paso, con un total de 60,000 habitaciones y un ingreso de US\$4,000,000,000 según el Análisis de la Asociación Nacional de Hoteles y Turismo de la Republica Dominicana ASONAHORES “El primer cuatrimestre del año cerró con un total de 1,754,892 visitantes extranjeros y dominicanos no residentes, que comparados con 1,634,776 llegados en el 2011, presenta un aumento de 7.3%. Los viajeros extranjeros crecieron en 7.4%, al pasar de 1, 458,751 en el 2011 a 1, 566,401 en el 2012.”³

De las 60,000 habitaciones hoteleras en Republica Dominicana tienen una tasa promedio ocupacional de un 67% mensual, que equivalen a 40,200 habitaciones mensuales en hoteles de todas las categorías, es decir de una (1) a cinco (5) estrellas.

³ http://www.asonahores.com/index.php?option=com_content&task=view&id=23&Itemid=18

TASA PROMEDIO DE OCUPACION EN ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURISTICO SEGUN ZONAS, 2011									
Meses	Total	Santo Domingo	Boca Chica Juan Dolio	Romana Bayahibe	Punta Cana Bávaro	Puerto Plata*	Sosúa Cabarete	Samaná	Santiago
PROMEDIO	69.3	60.3	61.2	75.3	76.3	53.4	52.5	68.6	53.3
Enero	80.7	52.8	79.0	89.3	89.1	61.6	60.5	84.4	40.2
Febrero	85.8	63.0	84.8	91.6	94.6	67.9	65.3	93.6	58.2
Marzo	83.5	67.9	80.1	88	92.6	68.6	58.4	86.3	50.3
Abril	74.1	52.3	58.7	83.2	83.1	58.2	51.0	79.9	48.5
Mayo	58.1	66.2	43.9	63.6	65.2	43.5	41.2	57.0	53.1
Junio	60.4	60.1	49.6	61.9	68.3	44.5	48.8	61.8	50.6
Julio	67.5	64.3	61.4	71.2	73.8	52.8	56.9	66.9	58.6
Agosto	68.0	58.4	64.4	70.8	74.6	53.0	47.7	66.7	55.6
Septiembre	56.8	56.7	43.9	57.6	62.0	44.6	46.4	51.2	50.5
Octubre	57.4	61.8	49.5	62.4	59.7	53.8	41.9	50.5	60.5
Noviembre	68.3	67.4	57.1	81.9	73.2	45.9	53.4	63.4	63.9
Diciembre	71.1	52.2	62.3	82.3	79.7	45.8	58.0	61.9	49.9

Fuente: Asociación Nacional de Hoteles y Restaurantes, Inc. "ASONAHORES".
 * Puerto Plata incluye Playa Dorada, Costa Dorada y Cofresi

República Dominicana
ASOCIACIÓN DE HOTELES Y TURISMO DE LA REPÚBLICA DOMINICANA, INC.
TASA PROMEDIO DE OCUPACIÓN HOTELERA MENSUAL, SEGÚN ZONAS
AÑOS 2010-2011.

(Valores en %)									
Mes	Total	Santo Domingo	Boca Chica Juan Dolio	Romana Bayahibe	Punta Cana Bávaro	Puerto Plata	Sosúa Cabarete	Samaná	Santiago
2010									
PROMEDIO	69.5	65.4	65.4	74.5	76.2	59.2	47.9	69.3	47.3
Enero	80.9	69.8	81.3	89.0	88.1	69.7	72.3	88.2	44.1
Febrero	82.4	83.2	82.2	86.5	86.4	78.7	61.8	87.2	58.9
Marzo	75.6	65.9	70.4	76.9	83.2	68.4	63.4	69.3	47.2
Abril	68.0	60.1	59.7	77.5	77.9	55.1	39.9	68.9	46.2
Mayo	55.3	55.8	47.1	59.8	61.8	46.9	33.9	50.7	42.9
Junio	60.6	65.3	53.2	63.0	66.8	48.7	33.7	58.0	46.6
Julio	67.4	60.9	64.9	72.2	74.3	52.8	39.0	64.0	47.6
Agosto	65.8	62.4	64.1	71.3	71.4	53.0	39.2	67.7	44.9
2011									
PROMEDIO	72.3	60.6	65.3	77.5	80.2	56.3	53.7	74.6	51.9
Enero	80.7	52.8	79.1	89.3	89.1	61.6	60.5	84.4	40.2
Febrero	85.8	63.0	84.8	91.6	94.6	67.9	65.3	93.6	58.2
Marzo	83.5	67.9	80.1	88.0	92.6	68.6	58.4	86.3	50.3
Abril	74.1	52.3	58.7	83.2	83.1	58.2	51.0	79.9	48.5
Mayo	58.1	66.2	43.9	63.6	65.2	43.5	41.2	57.0	53.1
Junio	60.4	60.1	49.6	61.9	68.3	44.5	48.8	61.8	50.6
Julio	67.5	64.3	61.4	71.2	73.8	52.8	56.9	66.9	58.6
Agosto	68.0	58.4	64.4	70.8	74.6	53.0	47.7	66.7	55.6
T.C. %	4.0	-7.3	-0.2	3.9	5.1	-4.9	12.2	7.7	9.7

Fuente: Asociación de Hoteles y Turismo de la República Dominicana, Inc. "ASONAHORES"

NACIONALIDAD	TOTAL	M E S E S*											
		ENERO	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.
TOTAL	4,586,264	452,169	419,934	451,189	368,894	333,162	383,618	463,882	387,166	254,343	285,514	335,609	450,784
RESIDENTES	461,721	47,905	24,155	29,360	37,373	36,143	35,243	46,183	54,056	35,051	38,260	38,573	39,419
DOMINICANOS	410,913	41,749	21,408	26,072	33,184	31,989	31,225	41,166	48,175	31,055	34,081	34,779	36,030
EXTRANJEROS	50,808	6,156	2,747	3,288	4,189	4,154	4,018	5,017	5,881	3,996	4,179	3,794	3,389
NO RESIDENTES	4,124,543	404,264	395,779	421,829	331,521	297,019	348,375	417,699	333,110	219,292	247,254	297,036	411,365
DOMINICANOS	603,433	38,008	41,743	50,585	42,298	50,208	57,611	71,028	52,728	38,907	39,922	40,834	79,561
EXTRANJEROS	3,521,110	366,256	354,036	371,244	289,223	246,811	290,764	346,671	280,382	180,385	207,332	256,202	331,804
AMERICA DEL NORTE	1,907,776	205,443	212,331	234,159	172,433	130,812	165,331	190,450	134,391	72,354	88,444	122,801	178,827
Canadá	659,063	111,407	108,826	111,527	73,570	26,556	19,205	22,649	20,835	15,315	22,118	44,918	82,137
Estados Unidos	1,226,367	91,921	101,868	120,685	97,069	102,546	144,103	165,614	111,689	55,344	64,481	76,031	95,016
México	22,346	2,115	1,637	1,947	1,794	1,710	2,023	2,187	1,867	1,695	1,845	1,852	1,674
AMERICA CENTRAL Y EL CARIBE	113,896	6,881	7,604	6,402	6,509	9,072	16,782	22,261	9,002	6,206	7,098	8,596	7,483
Aruba	108	1	6	5	20	14	10	17	1	9	2	5	18
Caicos y Turcas, Islas	916	75	55	121	70	39	79	55	71	104	85	52	110
Costa Rica	7,810	542	527	603	664	690	578	701	791	690	617	754	653
Cuba	12,500	712	743	765	731	1,016	1,383	2,145	1,657	927	817	773	831
Curazao	120	5	-	15	10	-	5	15	-	15	40	10	5
El Salvador	5,130	374	358	368	335	543	473	492	453	353	551	514	316
Guadalupe	47	-	-	-	-	-	-	35	-	-	-	5	7
Guatemala	5,692	323	371	538	368	525	475	462	526	406	556	601	541
Haití	14,627	1,931	2,137	1,334	1,000	1,037	1,191	1,081	1,294	976	863	777	1,006
Honduras	2,823	160	200	256	277	224	205	306	274	274	247	221	179
Jamaica	1,898	107	99	179	147	225	208	293	153	143	101	146	97
Martinica	167	-	-	-	-	-	-	75	90	-	-	-	2
Panamá	8,086	570	778	404	615	719	625	616	651	610	873	892	733
Puerto Rico	46,181	1,703	1,582	1,274	1,727	3,351	10,578	15,054	2,377	1,143	1,779	3,191	2,422
San Martín	55	-	-	-	5	-	-	5	5	5	5	10	20
Trinidad y Tobago	1,773	75	252	112	84	158	244	206	180	116	98	157	91
Virgenes Americanas, Islas	13	-	-	-	-	-	-	2	-	-	10	-	1
Otros	5,950	303	496	428	456	531	728	701	479	435	454	488	451

En el mercado de seguridad electrónica se encuentran un número estimado de 34 empresas de seguridad en general, de las cuales sólo 20 tienen seguridad electrónica dentro de sus servicios las cuales se presentan a continuación:

EMPRESAS DE SEGURIDAD ELECTRÓNICA			
1.Alarma 24	2.Alarma365.Com	3.Alarmas AAA	4.Alerta, CXA
5.Amarre	6.Centauro Security Group	7.Central De Monitoreo Digital S.A (CMD)	8.Codealarma
9.CVS Security	10.Solucionesjg.Com - Home	11.G4S	12.Hunter Del Caribe. Puerto Rico
13.Innovations Security Systems	14.INPROTEC, S.A.	15.Pro Security	16. Secam Cctv Center
17.SEDOSA	18.SEGASA	19.Sentry Bank Equipment USA	20.Silver-Ink

Mercado Potencial

El mercado está compuesto por 130 Hoteles de cuatro (4) y cinco (5) estrellas distribuidos en las distintas zonas (Norte, Sur, Este y Santo Domingo) según informes de ASONAHORES las mayores fuentes de ingreso en este sector se encuentran localizadas en la parte Este y Norte del país. Se calcula que los hoteles de cuatro (4) y cinco (5) estrellas con un total de habitaciones dobles 19,000 para un 31.66% del mercado y luego de aplicarle la tasa ocupacional mensual promedio (67%) se obtiene una cantidad de 12,730 habitaciones de categoría doble, lo cual sería el mercado potencial, así también estimar la proyección de venta.

Del segundo mercado, las empresas de seguridad electrónica, las que tienen un margen relevante en cuanto a sus volúmenes de ingresos por sistemas electrónicos se pueden destacar:

EMPRESA	VENTAS DE SISTEMAS DE SEGURIDAD ELECTRÓNICOS (MENSUAL)
Security Force	15
G4S	20
INPROTEC	20
Innovations Security Systems	13

Mercado Objetivo

Según investigaciones la categoría de habitaciones mas ocupadas es la tipo doble, tomando en cuenta el tamaño del mercado potencial se ha decidido abarcar un 50% del mismo que se resumen en 6,365 habitaciones en las distintas zonas hoteleras del mercado potencial, esta meta se logrará a un mediano plazo.

MERCADO OBJETIVO	BRAZALETES OBJETIVO (MENSUAL)
6,365 Habitaciones	12,730

En cuanto a las empresas que venden sistemas de seguridad electrónica se calcula que el 50% de las empresas de la muestra podrían ser los que vendan el BraceletKey.

EMPRESA	NÚMERO PROMEDIO DE SISTEMA ELECTRÓNICO VENDIDO AL MES	NÚMERO DE EMPLEADOS PROMEDIOS DE EMPRESAS QUE COMPRAN LOS SISTEMAS
Empresa 1	20	250

2.5 Consumidores

Este producto está orientado a los huéspedes, Gerentes, empleados y personas encargadas de la logística y funcionamiento general de los hoteles, como un segundo mercado están las grandes empresas, les ofreceremos un sistema de seguridad en que los empleados y empleadores podrán tener acceso restringidos a ciertos lugares dentro de la misma así como tener distintas funciones en un sólo dispositivo.

2.6 Competencias

Hoy en día existen empresas productoras de sistema de seguridad electrónicos destinados exclusivamente al sector turístico las cuales trabajan con diferentes tipos de tecnologías para facilitar a los hoteles, huéspedes y empleados de diferentes empresas un servicio personalizado de accesibilidad, sin embargo estas empresas han utilizado métodos enfocando tecnologías obsoletas y poco prácticas no suelen ser eficientes. Muestra de esto es la brecha que se espera cerrar con el BraceletKey.

La principal competencia de nuestro producto son las actuales tarjetas electrónicas que utilizan los hoteles del país, ya que este sistema de seguridad y acceso hasta ahora es lo más novedoso que existe para satisfacer parte de la necesidad de este mercado.

Los competidores cuentan con una vasta experiencia en el mercado de la seguridad hotelera que los ha consolidado en un mercado tan complejo, dentro de sus ventas competitivas esta el conocimiento del mercado, el tiempo que tienen brindando seguridad y en algunos casos la idealización de mecanismos que se han implementado para mejorar el servicio. Dentro de los competidores más sólidos se destacan:

1.Alarma 24.	2.Alarma365.Com	3.Alarmas AAA.	4. SEDOSA.
5.HOTELSERVIS	6.Centauro Security Group	7.Central De Monitoreo Digital S.A (CMD)	8. Codealarma
9.CVS Security	10. SEGASA	11.G4S	12. Innovations Security Systems

Dentro de las características que presenta el producto líder actual de nuestros competidores están: Tarjetas de diversos formatos, materiales y acabados fabricadas conforme a las normas internacionales ISO 14443, 15963 y

7816 que, mediante la incorporación de un chip, permiten almacenar información en ellas. Pueden ser leídas mediante sistemas con y sin contacto.⁴

2.7 Grupos Objetivos

Consumidores individuales:

Primer Mercado

Huéspedes

Empleados de los hoteles

Segundo Mercado

Empleados de grandes empresas

⁴ http://www.hotelservis.com/index.php?option=com_virtuemart&Itemid=70

2.8 Perfil de Consumidores Individuales

Personas que requieren una seguridad de excelente calidad, con un nivel socio-económico de clase media alta y alta que visiten hoteles de cuatro (4) y cinco (5) estrellas.

Primer mercado

Huéspedes: Todas las personas que asistan a los hoteles que requieran de una seguridad de alta tecnología la cual facilite realizar diferentes actividades dentro del hotel y se sientan cómodos con las funciones que este le ofrezca.

Empleados: Todo personal que trabaje en hoteles que tengan la posibilidad de acceder a diferentes áreas dentro del recinto y que estos puedan tener entrada de forma segura y mantener restricciones a ciertos lugares en un sólo sistema de seguridad que le permita realizar diferentes funciones en su trabajo.

Segundo mercado

Empleados: Quienes laboren en empresas con estructura de múltiples accesos, facilitándole realizar sus actividades de acuerdo a sus funciones dentro de la misma, permitiendo restringir ciertas áreas y poder dar un reporte continuo de entrada y salida dentro de la organización.

2.9 Perfil de los Clientes

Hoteles: Que deseen ofrecer servicio de acuerdo a estándares internacionales y al mismo tiempo busquen mejorar para atender al mercado exigente, es decir los clientes con nuevas culturas, necesidades específicas y sedientos de nuevas experiencias que marquen la diferencia. Por otra parte, el viajero moderno demanda experiencias basadas en sus necesidades personales. Por lo tanto, los hoteles deben implementar nuevos sistemas de seguridad que a la vez jueguen el papel de hacer de la estadía una experiencia más cómoda y placentera.

Empresas de seguridad: Todas las entidades que se encargan de vender seguridad y control de acceso con la tecnología como herramienta básica para reducir el riesgo de duplicidad, perdida o robo de llaves o carnets de identificación, así como recopilar varias funciones en un solo dispositivo de fácil uso, portabilidad y con un diseño tecnológico apropiado para configurar el sistema de manera tal que se pueda monitorear a qué hora, quienes y bajo qué circunstancias acceden a ciertas áreas.

2.10 Proveedores

El proveedor a utilizar esta ubicado en china su nombre es Shantou New Tideshine Electron Co., esta decisión se basa en que es el lugar donde se puede desarrollar la tecnología a implementar en los brazaletes a un menor costo, con condiciones de tiempo y precio razonables, dentro del acuerdo figura un costo de US\$15.00 por brazalete incluidos costo de flete y transporte hasta que el producto este en puertos aduanales dominicanos, otra fuente de ingreso es el software que se realizará con soporte en internet y tendrá un costo estimado de US\$ 15,000.00, como método de aprovisionamiento se ha pactado una entrega de pedidos cada tres (3) meses para evitar así elevar los costos del producto y por cuestiones de seguridad pedir 1,000 brazaletes extras por cada pedido trimestral.



***CAPITULO III:
ANALISIS COMPARATIVO***

CAPITULO III: ANALISIS COMPARATIVO

3.1 Análisis FODA

Fortalezas

- 📌 Innovación en sistema de seguridad electrónico
- 📌 Portabilidad
- 📌 Novedad en diseño y tecnología
- 📌 Uso práctico
- 📌 Control de acceso y actividades en un sólo dispositivo

Oportunidades

- 📌 La inexistencia de un producto con las mismas funciones integradas en uno sólo
- 📌 Ampliar nuestros servicios en más mercados como las mismas empresas de seguridad y otros países
- 📌 Alta tasa de crecimiento del mercado al que va dirigido el producto
- 📌 Ampliar nuestra cartera de producto
- 📌 Convenio con las empresas para mejorar la calidad del servicio brindado
- 📌 Adaptación de la tecnología del BraceletKey a la tecnología ya establecida

Debilidades

- 🚩 Proveedor internacional
- 🚩 Disponibilidad de expertos en Ingeniería industrial, diseño grafico, ingeniería en sistema
- 🚩 Altos costos en los se puede incurrir para la implementación de dicha tecnología

Amenazas

- 🚩 El surgimiento de otras empresas que ofrezcan servicios similares
- 🚩 Resistencia de los clientes o los consumidores al cambio de tecnología
- 🚩 Vulnerabilidad en la demanda del mercado

3.2 Recursos y Capacidades

RECURSOS Y CAPACIDADES	ALTO	MEDIO	BAJO
Cercanía con el Consumidor		X	
Calidad del Servicio	X		
Innovación	X		
Marca		X	
Precio Conveniente		X	
Management	X		
Capital De Trabajo	X		
Cobranza	X		
Producción		X	
Logística	X		
Marketing	X		
Merchandising		X	

3.3 Factores Críticos De Éxito

FE Fallas estructurales

FC Fallas circunstanciales

CS Condiciones satisfechas

CATEGORÍAS		FE	FC	CS
1	EXCELENCIA GERENCIAL Y DE LA ORGANIZACION			X
1.1	Visión y Misión establecidas			X
1.2	Políticas estrategia y tácticas establecidas			X
1.3	Planes de trabajo formulados			X
1.4	Deseos y expectativas del consumidor conocidos			X
1.5	Deseos y expectativas del consumidor satisfechos			X
1.6	Ambiente de confianza			X
1.7	Justicia y honestidad manifiestas			X
1.8	Organización funcional			X
1.9	Ambiente de capacitación, enseñanza y superación constante			X
1.1	Ambiente de comunicación			x
1.11	Ambiente ameno y de colaboración			X
1.12	Gerencia analítica, sintética, sistemática y decisiva		X	
1.13	Decisiones gerenciales transmitidas y compartidas por todos		X	
1.14	Involucramiento total de la gerencia			X
1.15	Mejoramiento continuo en todos los procesos			X
2	LA CULTURA DE LA CALIDAD			
2.1	Enfoque hacia satisfacción completa del consumidor			X
2.2	Ambiente de mejoras continuas en todos los aspectos		X	
2.3	Ambiente de Autoevaluación y camaradería			X

2.4	Ambiente de superación profesional y personal			X
2.5	Ambiente de planificación y de resultados, a corto, mediano y largo plazo		X	
2.6	Utilización de Benchmarking		X	
2.7	Protección al medio ambiente			X
2.8	Proyección a la comunidad			X
3	LA INNOVACION			
3.1	En los procesos productivos		X	
3.2	En el producto			X
3.3	En publicidad y propaganda			
3.4	En el trato e involucramiento de los trabajadores			X
3.5	En los procesos administrativos			X
3.6	En los servicios			X
3.7	En la relación con los socios estratégicos			X
4	DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS			
4.1	Ventas provenientes de productos o servicios nuevos		X	
4.2	Utilización de Benchmarking y otras fuentes de información		X	
4.3	Utilización de investigación de mercado			X
4.4	Procedimientos y ciclo de desarrollo de nuevos productos y servicios			X
4.5	Grado de ajuste a los retos de la empresa			X
4.6	Introducción de productos por iniciativas propia de la organización			X
5	EL MANEJO DE LA INFORMACION			
5.1	Existencia de un sistema ordenado, adecuado de recolección, análisis, presentación y utilización de la información			X
5.2	Fluye rápidamente		X	
5.3	Información esencial y confiable			X
5.4	Información computarizada			X
5.5	Utilización de procedimientos estadísticos y de recolección de información			X
	Adecuados			
5.6	Existencia de manuales			X
6	EL MANEJO Y EL TRATO DEL RECURSO HUMANO			
6.1	Conocen y comparten la visión y misión de la organización			X

6.2	Personal convencido y motivado			X
6.3	Trabajo en equipo			X
6.4	Personal colaborador y cooperador			X
6.5	Existencia de sentimiento de pertenencia a la empresa			X
6.6	Existencia de programas de capacitación, educación y mejoramiento			X
6.7	Calidad de los programas de capacitación, educación y mejoramiento			X
6.8	Evaluación del desempeño del trabajador			X
6.9	Sistema de reconocimiento por buenas labores y éxitos obtenidos		X	
6.10	Existencia y calidad de comunicación entre todos los trabajadores			X
6.11	Seguridad laboral			X
6.12	Seguridad industrial			X
6.13	Manejo de culpas y errores			X
7	EL MANEJO DEL FACTOR COMPETENCIA			
7.1	Conocimiento de la situación actual y los planes de la competencia			X
7.2	Análisis de la fortaleza de la competencia			X
7.3	Análisis de las debilidades de la competencia		X	
7.4	Análisis comparativo en todas las áreas gerenciales con la competencia, incluyendo los márgenes de ganancia			X
8	EL MANEJO DEL FACTOR TIEMPO			
8.1	Conocimiento actualizado de la situación de la organización			X
8.2	Conocimiento y práctica de herramientas gerenciales actualizadas			X
8.3	Existencia de programas de mejoramiento continuo respecto a la competencia		X	
8.4	Velocidad de respuesta al mercado respecto a la competencia		X	
8.5	Situación tecnológica respecto a la competencia			X
8.6	Existencia de innovaciones respecto a la competencia		X	
8.7	Velocidad de reacción ante situaciones cambiantes			X
8.8	Velocidad de ajustes de acuerdo con los retos			X

9	RELACION DE LA ORGANIZACION CON SOCIOS ESTRATEGICOS			
9.1	Existencia de alianzas estratégicas con consumidores			X
9.2	Existencia de alianzas estratégicas con proveedores			X
9.3	Calidad de la alianza estratégica con consumidores			X
9.4	Calidad de la alianza estratégica con proveedores			X
9.5	Asociaciones estratégicas con empresas nacionales, regionales y/o internacionales			X
10	EL MANEJO DEL FACTOR CAPITAL			
10.1	Existencia del plan de inversiones			X
10.2	Plan de inversiones apropiado			X
10.3	Existencia del presupuesto de gastos			X
10.4	Presupuestos de gastos apropiados			X
10.5	Obtención o ubicación de recursos financieros			X
10.6	Estados financieros			X
10.7	Auditoría financiera			X
10.8	Manejo apropiado del capital a los retos de la empresa			X
11	ORDEN, DISCIPLINA Y LIMPIEZA			X

3.4 Análisis PORTER

El análisis PORTER es un modelo que permite investigar la situación competitiva de “BraceletKey” y las proyecciones futuras, describir las oportunidades dentro de su sector de actividad, nos permitirá profundizar en este mercado previendo las amenazas indirectas como las directas. Además, nos permitirá tener un concepto más definido para implementar estrategias competitivas.

Rivalidad Entre Los Competidores

El grado de competencia en cuanto a la seguridad es medio porque existen varias empresas que venden seguridad a los hoteles, pero en cuanto a las funcionalidades y facilidades que ofrece el dispositivo la competencia es mínima, ya que no existe ningún otro dispositivo con esos atributos tecnológicos integrados en un sólo brazalete, el cual está diseñado para la comodidad del huésped y seguridad del hotel. Sin embargo, existen empresas de seguridad que hacen brazaletes plásticos que sirven como identificación del hotel y podrían ser la competencia indirecta. Debido a esto se debe marcar una ventaja competitiva que destaque la modernidad en cuanto a funcionalidad entre nuestro innovador producto y el que ofrece la competencia. Cabe destacar que el crecimiento que experimenta dicho sector lo vuelve más rentable.

Amenaza De Servicios Sustitutos

Productos sustitutos son aquellos que pueden hacer una función similar al BraceletKey, es una variable que puede afectar la rentabilidad de la empresa, hay que tener en cuenta que son muchas las barreras de entrada para posibles sustitutos en este sector. Una de estas es la cultura del público al que va dirigido el producto, pues se resisten al cambio si los productos que tienen actualmente satisfacen sus necesidades, pero para reducir al mínimo la posibilidad de que los clientes sustituyan la tecnología del BraceletKey el producto tendrá un sello de calidad el cual lo diferenciara de la competencia y evitara que los sustitutos sean una opción.

Amenaza De Nuevos Competidores

Los nuevos entrantes se consideran una gran amenaza en este caso y está constituida por los futuros competidores. Sin embargo ya que nuestro producto está básicamente relacionado con tecnología, necesita de considerables inversiones para poder fabricar el producto y de un equipo de expertos en distintas áreas para armonizar todas las múltiples funciones del dispositivo, esto es un factor que diferenciará de los nuevos entrantes al mercado y les hará más difícil la entrada.

Poder de Negociación de los Proveedores

El poder de nuestros proveedores será de suma importancia ya que estos serán la columna vertebral del negocio, como empresa encargada de vender, los proveedores fabricarán el brazalete, como estrategia principal para esto se realizará un acuerdo de confidencialidad en el que se establece que no podrán fabricar a otras empresas el mismo dispositivo.



CAPITULO IV: OBJETIVOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS

CAPITULO IV: OBJETIVOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS

4.1 Objetivos Cuantitativos

OBJETIVOS CUANTITATIVOS						
Ventas	Promedio Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidades	310					
Brazaletes	1					
Software						
Ingresos		27,774,000	49,878,000	53,742,000	57,958,000	62,561,000
Margen Neto		4,101,000	11,607,000	13,271,000	15,132,000	17,214,000
TIR	79%					
VAN	29,462,000					

4.2 Objetivos Cualitativos

- 🇩🇴 Alcanzar el reconocimiento de la marca mediante el buen empleo de los medios de publicidad para cautivar a los clientes potenciales.
- 🇩🇴 Lograr un liderazgo basado en un servicio de seguridad íntegro para el sector turístico de República Dominicana.

- 🔴 Generar una imagen de confianza que se posicione en la mente del cliente como la mejor opción de protección y garantía.



CAPITULO V: ESTRATEGIAS GENERALES

CAPITULO V: ESTRATEGIAS GENERALES

5.1 Estrategia de Productos y Servicios

La meta de la empresa es brindar un sistema de acceso y seguridad para los hoteles basado en la calidad y eficiencia para mantener la comodidad y el bienestar del consumidor final, además puede ser utilizado como base de datos para facilitar el trabajo de los mismos con un producto que es el “BraceletKey” un brazalete práctico e innovador apoyado en un software que constituye la herramienta básica para el funcionamiento de dicho sistema.

El dispositivo surge de estrategias de innovación que han hecho posibles la identificación de las características que realmente responden a las exigencias de los clientes y satisfacen las necesidades de los consumidores. Para lograr esto, ofrecemos un sistema que cuenta con las siguientes características:

-  Llave incluida en el brazalete
-  Localización dentro de un área específica
-  Recordatorio para los padres de que sus hijos están en áreas infantiles
-  Servicio de alquiler de toallas
-  Sistema para reservación de restaurantes en los hoteles

- 👤 Cargo a cuenta de la habitación del cliente, sin la necesidad de una identificación
- 👤 Los hoteles tendrán la facilidad de tener la información personal de sus clientes para poder tener un mayor control y organización, así como un mecanismo para ofrecer descuentos y paquetes vacacionales a sus clientes VIP

5.2 Segmento Del Mercado

De manera particular nuestro segmento de mercado está consolidado psicográficamente por las personas que disfrutan al hospedarse en las instalaciones de un hotel, pero que a la vez necesitan sentirse seguros dentro del mismo, de forma socio-demográfica están las personas que pertenecen a una clase económica media alta y alta, que se hospedan en hoteles de cuatro (4) y cinco (5) estrellas a nivel nacional.

Consumidores individuales

Primer Mercado

Huéspedes

Empleados de los hoteles

Segundo Mercado

Empleados de grandes empresas

5.3 Estrategia De Clientes

BraceletKey centrará sus estrategias en persuadir, captar y mantener la lealtad de los hoteles dominicanos, nuestros clientes son un grupo considerable cuyo objetivo principal es brindar confort a sus huéspedes y para esto agregarán este dispositivo a su sistema de seguridad para hacerlo parte fundamental del mismo.

Los clientes secundarios son las empresas de seguridad que buscan mediante la mejora continua satisfacer las necesidades de sus clientes, así como atraer a sus clientes potenciales de una manera rápida.

5.4 Mercado Geográfico

Este proyecto tiene como mercado geográfico abarcar La República Dominicana para iniciar el desarrollo del mismo, aunque con futuro alcance al mercado global. El territorio dominicano está dividido, políticamente, en 31 provincias y un Distrito Nacional es necesario enfocarse en las principales provincias del país con incidencia hotelera.

En cuanto a las empresas de seguridad se centraran esfuerzos en un número reducido de estas, pues algunas tienen presencia en el extranjero y esto

es lo más importante para que nos permitan la inserción a mercados en el exterior del país.

5.5 Nivel De Integración

La empresa considera que la integración adecuada es la horizontal, ya que permite fusionarse con los competidores para que estos utilicen el sistema de seguridad y también puedan apoyarse en nuestra infraestructura para lograr ventajas competitivas para ambas las partes.

5.6 Recursos y Capacidades

Todo negocio que busca un nivel de rentabilidad alto, eficiencia en sus procesos así como posicionar su marca por sus elevados niveles de calidad debe crear y mantener una armonía entre los recursos y capacidades internas, es decir todos los elementos intrínsecos que conforman el plan de emprendimiento, además permiten su puesta en marcha exitosamente, para el caso de BraceletKey son:

 Calidad del Servicio

 Innovación

 Management

 Capital De Trabajo

 Logística

5.7 Políticas De Organización

La empresa es pequeña, con fines de lucro y de línea y staff donde las políticas a seguir son:

- 🇵🇷 Determinar un mecanismo para mejorar periódicamente la tecnología del BraceletKey para mantener la calidad y alcanzar los objetivos trazados.
- 🇵🇷 Impulsar el crecimiento profesional y personal de los recursos humanos ya que estos son el mejor activo con el que contamos además de ser quienes hacen de la empresa mejor día tras día con su excelente trabajo.
- 🇵🇷 Diseñar una estructura sistemática para satisfacer con excelencia los requerimientos de los clientes, para así cumplir con sus expectativas mediante el desarrollo de productos innovadores y servicios excelentes basados en mejoras tecnológicas.
- 🇵🇷 Mantener un ambiente de trabajo armónico, así como fomentar el trabajo en equipo para que los administradores puedan enfocarse en llevar a cabo el plan estratégico y cumplir con las metas a largo y corto plazo de la empresa.

- 🚀 Propulsar el mejoramiento continuo y la constante investigación para poder captar nuevas brechas en el mercado que se puedan cerrar con productos del catalogo de la empresa.

5.8 Organización

Es de suma importancia contar con áreas debidamente establecidas, que trabajen en conjunto:

- 🚀 Una oficina principal donde se realizaran las actividades administrativas para un mejor manejo de nuestros servicios, donde contaremos con personal para la atención a los usuarios, también se realizaran reuniones con los clientes y contratación de personal.
- 🚀 Un almacén donde se mantendrán los brazaletes hasta su posterior venta, (Dentro de la infraestructura de la oficina)

5.9 Tipo y Origen de Insumos

La producción de nuestro brazalete estará a cargo de productores extranjeros (Shantou New Tideshine Electron CO.), ya que estos nos garantizarán el producto a un menor costo y a la vez con la calidad que se requiere para su óptimo funcionamiento en el mercado, estos serán los responsables de implementar insumos de primera calidad.

Para garantizar la eficiencia del producto se han establecidos estándares de calidad y un proceso de control, que se detallan a continuación:

Estrategia	
1. Estipular las especificaciones de calidad	Firmar un contrato en el que quede por sentado que los estándares de calidad tanto de los brazaletes como el software deben cumplir con la Ley de protección de datos (LOPD) y las normas ISO 17020 y 17025, basadas en la gestión de calidad
2. Planear la inspección	La inspección se realizaría antes de sacar el embarque del puerto por nuestro encargado de calidad
3. Designar técnicas y un equipo para la medición	Nuestros técnicos tendrán que ir a puertos aduanales a verificar el estado de los productos



CAPITULO VI: PLANES OPERATIVOS

CAPITULO VI: PLANES OPERATIVOS

6.1 Plan De Mercado

6.1.1 Mercado Objetivo

Años	Pronóstico estimado (Brazaletes)	Incremento en ventas	%
Año 1	RD\$4,947,000.00		5%
Año 2	RD\$8,884,000.00	RD\$3,927,000.00	7%
Año 3	RD\$9,572,000.00	RD\$688,000.00	10%
Año 4	RD\$10,323,000.00	RD\$751,000.00	12%
Año 5	RD\$11,143,000.00	RD\$820,000.00	15%
Total	RD\$44,869,000.00	RD\$6,186,000.00	0.14

Años	Pronóstico Estimado (Software)	Incremento en ventas	%
Año 1	RD\$16,000.00		5%
Año 2	RD\$30,000.00	RD\$14,000.00	7%
Año 3	RD\$32,000.00	RD\$2,000.00	10%
Año 4	RD\$34,000.00	RD\$2,000.00	12%
Año 5	RD\$37,000.00	RD\$3,000.00	15%
Total	RD\$149,000.00	RD\$21,000.00	0.14

El sistema de acceso y seguridad BraceletKey tiene como meta a mediano plazo alcanzar en el área de ventas los objetivos explicados a continuación, así como en cuanto a incremento en ventas.

Año 1 ingresos por RD\$4, 947,000.00 y RD\$16,000.00 de Ventas de Brazaletes y Software.

Año 2 ingresos RD\$8, 884,000.00 y RD\$30,000.00 de Ventas de Brazaletes y Software (para un incremento del 7%)

Año 3 ingresos RD\$9, 572,000.00 y RD\$32,000.00 de Ventas de Brazaletes y Software (Para un incremento del 10%)

Año 4 ingresos RD\$10, 323,000.00 y RD\$34,000.00 de Ventas de Brazaletes y Software (Para un incremento del 12%)

Año 5 ingresos RD\$11, 143,000.00 y RD\$37,000.00 de Ventas de Brazaletes y Software (Para un incremento del 15%)

6.1.2 Estrategia Competitiva

La competitividad del BraceletKey estará basada en diversas estrategias que nos ayudarán a penetrar en la mayor parte de las zonas turísticas con gran concentración de personas. Nuestras principales estrategias son las de **Enfoque o Alta Segmentación así como la diferenciación**, pues son las perspectivas que mantienen en claro los objetivos, permiten que al mercado meta al que va dirigido el producto se le pueda ofrecer un servicio de seguridad que cuente con una tecnología capaz de suplir todas las necesidades y que estos atributos sean diferenciadores entre la competencia y nuestra empresa.

MATRIZ DE DIFERENCIACIÓN

DIFERENCIADOR	TIPO DE COMPETIDOR
Calidad del Servicio	Empresas de de Seguridad
Innovación	Brazaletes y llaves electrónicas
Capital de trabajo	Brazaletes y llaves electrónicas
Logística	Empresas de de Seguridad

Con este nuevo producto nuestros clientes podrán tener un valor agregado a sus instalaciones pues serán hoteles con niveles de calidad superiores de los demás hoteles, ya que cuentan con el sistema más avanzado de seguridad electrónica que pueda tener el mercado turístico.

6.1.3 Ventaja Competitiva

La ventaja competitiva de nuestro brazalete se basa en la **“Portabilidad de la tecnología”** que anudado a las distintas funciones que se pueden realizar hacen de este sistema práctico y completo para satisfacer las necesidades del mercado hotelero a nivel nacional. Además el hecho del que consumidor pueda llevarse consigo el brazalete (Sin la tecnología) pero con el nombre del hotel sirve de publicidad para el mismo.

Ya que por la esencia del producto se pueden realizar distintas actividades:

-  Brindar seguridad a los huéspedes
-  Diseño atractivo con datos personales del portador facilitando el manejo de información
-  Tener control del acceso tanto de los clientes como de los empleados
-  Tener una base de datos tecnológicamente avanzada, fácil de manejar, más depurada
-  Ahorros en costos operativos
-  Modernización de la infraestructura
-  Aumento de competitividad y excelente calidad en el servicio

6.1.4 Estrategias de Posicionamiento

Nuestro posicionamiento estará basado en dar a conocer las cualidades del producto y resaltar sus atributos, tomando como parámetro de comparación las debilidades de la competencia para así crear un posicionar la marca en la mente del cliente.

- 🇵🇪 Portabilidad de la tecnología
- 🇵🇪 Calidad en el servicio e innovación de tecnologías
- 🇵🇪 Múltiples actividades, un sólo dispositivo

6.1.5 Estrategia de Precio

La fijación del precio del Braceletkey es de suma importancia, ya que al ser un producto nunca antes visto en las áreas hoteleras de nuestro país, el mismo está dirigido a un segmento de clase media alta y alta que suele no ser sensible al precio a la hora de tener mayor comodidad y utilizar productos que hagan la vida más cómoda.

Con el propósito de abarcar el mayor mercado hotelero posible, comenzaremos con una ganancia de aproximadamente 55 % del costo bruto de nuestro producto.

6.1.6 Estrategia de Comunicación

Nos basaremos en persuadir e informar a nuestros clientes el porqué adquirir y utilizar nuestros servicios en sus instalaciones, convencerlos de que BraceletKey es la solución a sus problemas actuales con los métodos implementados hasta el momento.

Los métodos de publicidad que utilizaremos para dar a conocer BraceletKey son:

-  Anuncios en páginas web
-  Revistas digitales
-  Revistas impresas

Los métodos que se implementaran para promocionar BraceletKey son:

-  Impartir conferencias a los diferentes hoteles potenciales del país
-  Material P.O.P.
-  Banners
-  Demostración de cómo usar el producto y sus beneficios

6.1.7 Estrategia de Marca



Nombre de la marca: Elegimos un nombre que vaya acorde con el producto que estamos comercializando, para así nuestros clientes puedan tener una visión de que ofrecemos y a la vez tener mayor nivel de posicionamiento en la mente del cliente al momento de mencionar el nombre de nuestro producto.

Imagen de marca

Perseguimos lograr que al momento de que cualquier gerente de compras o seguridad de un hotel o una empresa en particular piense en seguridad y confianza la imagen que proyecte sea BraceletKey por eso escogimos los colores azul porque significa el color del cielo y del mar, ya que se suele asociar con la estabilidad y la profundidad, representa la lealtad, la confianza, el color oro que es un sinónimo de fortaleza y destellos de amarillo que significa precaución, innovación e inteligencia.

Logo:

La llave representa lo antiguo y el brazalete la innovación, se colocó el símbolo de una llave detrás para destacar también que el brazalete cumple con

esta función básica, sin dejar atrás las demás funciones de igual importancia para nuestro mercado objetivo, buscando que con solo ver el logo el cliente pueda identificar la naturaleza del producto.

Razón de adquirir este sistema de seguridad: BraceletKey es un innovador sistema para el control de acceso y seguridad utilizando tecnologías nunca antes vistas en las Industrias. El usuario tendrá la facilidad en un solo producto beneficiarse de distintas funciones y así efficientizar los procesos, disminuir el tiempo en cada tarea o función, optimizar recursos, como valor agregado será incluido un código de barras con un localizador.

Atributos:

Brazalete cómodo, multifunción, que luego de utilizados con fines de identificación y procesos en los hoteles pueden ser llevados a casa por los huéspedes y utilizarlos como prenda que garantiza que el nombre del hotel no se olvidará de la mente del consumidor.

Beneficios Emocionales:

-  Mejor seguridad
-  Mayor confianza
-  Confort.

6.1.8 Estrategia de Promoción y Publicidad

Para tener una imagen que el cliente relacione automáticamente con confort, seguridad y confianza, hay que dar a conocer nuestros servicios de manera eficaz a los clientes potenciales que son los gerentes de compra, de seguridad y gerentes generales de hoteles y demás empresas, no es una tarea fácil porque hay que hacer una publicidad para que estos conozcan el producto, sepan cuáles son sus funciones y el por qué deben comprarlos.

Publicidad

Objetivo: Persuadir al cliente del nuevo sistema tecnológico de seguridad y acceso, resaltar sus atributos y garantizar la eficiencia del mismo como un diferenciador de la competencia.

Estrategia: Describir las ventajas competitivas, la calidad del producto, destacar sus beneficios y su funcionalidad para crear conciencia, atraer al público objetivo y fidelizar los clientes con el uso de tecnología viable.

Táctica: Proyectar mediante la publicidad la calidad y seguridad de nuestro innovador producto, destacar mediante la armonización de colores y redacción de texto persuasivos la imagen de la marca que nos permita a la vez

tener un impacto positivo en el mercado objetivo y dar a conocer informaciones de relevancia.

Páginas Web:

El mejor método para cautivar mayor cantidad de Gerentes es estar presente en las páginas web más visitadas por ellos, hemos decidido estar presente en estos medios con anuncios, banners y publicaciones sobre el producto.

Dentro de las ventajas que ofrece este tipo de publicidad es que la información básica de las empresas y los productos estarán dentro del anuncio, por medio a un hipervínculo los interesados en conocer más pueden acceder a la página virtual <http://www.braceletkey.netne.net>

Bienvenidos a Bavaro Digital

FlashVortex.com

Noticias, Comentarios, y más..

FlashVortex.com

[HOME](#)
[NACIONALES](#)
[INTERNACIONALES](#)
[LOCALES](#)
[OPINIÓN](#)
[DEPORTES](#)
[CURIOSIDADES](#)
[TECNOLOGIA](#)
[TURISMO](#)

RIU PALACE BÁVARO APUESTA A EVENTOS; SU ESTRUCTURA ESTÁ VALORADA EN US\$76 MILLONES

Bávaro.-Apostando a ofrecer la calidad en todos sus servicios y con un concepto moderno y renovado, el hotel Riu Palace Bávaro se encamina a fortalecer una nueva etapa en el desarrollo del [Continuar Leyendo »](#)

EL MEJOR REGALO DEL MUNDO!!!

JULIO 30, 2012 BÁVARO DIGITAL [NO COMMENTS](#)

[Continuar Leyendo](#)

LA IMAGEN DIGITAL DE HOY

JUNIO 28, 2012 BÁVARO DIGITAL [NO COMMENTS](#)

[Continuar Leyendo](#)

NO ESPERES MAS!! LLAMA!

JUNIO 20, 2012 BÁVARO DIGITAL [NO COMMENTS](#)

Bavaro Digital

FlashVortex.com

Bracelet Key

Nuevo sistema de Seguridad y acceso presentado en los hoteles.

BraceletKey es el sistema que ha revolucionado el mercado de la seguridad hotelera en R.D.

LA web #1 De Bavaro-Veron-Punta cana

Bávaro Digital

[FrasesCitas](#) Una cosa buena que tiene la música, es que cuando llega, te olvidas de los problemas. (Bob Marley)

51 days ago · [reply](#) · [retweet](#) · [favorite](#)

125x125 Ad Space

Inicio Sobre mí En la radio En la prensa Suscríbete Contáctame

HD.com.do



Más información al 809.476.6000 y desde el Interior 809.200.8011

TECNOLOGÍA GENERAL CINE & TV LA PULGA FOROS



2012 New Arrival Prom Shoes

Buy Now>>





TECNOLOGÍA



Nuevo sistema de seguridad "BraceletKey"

El nuevo sistema electrónico es un Boom en los hoteles de Punta Cana y toda la zona Este del país que aseguran que ahora si sienten que "La seguridad está en sus manos".

ANT 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SIG

Google AdWords

Cupón de US\$50 de regalo

SÍGUENOS EN LAS REDES SOCIALES



Seguir a @hipolitodelgado

6,687 seguidores



HD.com.do en Facebook

Me gusta

A 10,081 personas les gusta HD.com.do.





HD.com.do en g+

Interesarse

+1



+374

CINE & TV

The Dark Knight Rises



Ha llegado el final de esta nueva versión de la saga de Batman de la mano de Christopher Nolan, cuyas antecesoras... (8 comentarios)

MÁS »

- To Rome with Love (Sin comentarios)
- Ice Age: Continental Drift (Sin comentarios)
- Madagascar 3: Europe's Most Wanted (Sin comentarios)
- Anuncian nominados al Emmy: Mad Men y American Horror Story lideran (Sin comentarios)
- The Amazing Spider-Man (3 comentarios)
- La Cinemateca presenta Imprescindibles de Clint Eastwood (1 comentario)
- Abren sitio Web de cortometrajes dominicanos (Sin comentarios)
- The Best Exotic Marigold Hotel (1 comentario)
- Caribbean Cinemas realizó su tradicional talent show (Sin comentarios)
- Ciclo de Cine Español Contemporáneo en la Cinemateca (Sin comentarios)
- En la Cinemateca: Maestros del Cine – Bergman / Kurosawa (Sin comentarios)
- El siguiente paso para las salas de cine de...

GENERAL

Nelson García presenta "Pobre Perdedor" junto a Juango Dávalos



Nelson García presenta su nuevo sencillo que lleva por título "Pobre Perdedor" y que cuenta con el acompañamiento... (Sin comentarios)

MÁS »

- BBoy Naruto rumbo al Red Bull BC ONE Montenterry (Sin comentarios)
- Aeropaq lanza promoción "Mientras más Pesado Mejor" (2 comentarios)
- Conciertos de Wind Telecom llegan a La Vega (Sin comentarios)
- Poolpo presenta nuevo sencillo y habla de próximos conciertos (Sin comentarios)
- Dos hombres, un balón y un duelo callejero que terminará en Alcatraz (Sin comentarios)
- Country Club presenta nueva campaña (Sin comentarios)
- Tricom presenta Cirque Éloize "iD" en el Teatro Nacional (1 comentario)
- Premia a mamá con el mejor regalo: Tiempo (Sin comentarios)
- Johnnie Walker premia con estilo (2 comentarios)
- Nelson García y Diann Mena vuelven a unir a...



TECLADO QWERTY

SUAVE AL TACTO

claro






ALCATEL onetouch.

65

Revistas Digitales

Publicaciones quincenales en revistas de hoteles, tecnología y aspectos generales son un factor clave para captar la atención del mercado objetivo y que puedan obtener información del producto, discernir y comparar con la competencia.



Monday, Jul 30th
Last update 12:23:05 AM GMT
Titulares: Preselección nacional de futbol sub-15 juega en Punta Cana
Ingresar
Libro de Visitas

Revista IPC 2012

INICIO
IPC INMOBILIARIA
PASAR EN...
IPC MAILING
DIRECTORIO
PUBLICIDAD
CONTACTOS

ESTA EN INICIO




BraceletKey

Para inicios del próximo año se perfila un gran avance en la seguridad de los hoteles, con vista a la posibilidad de ser implementado en nuevas industrias para el año 2014. Este sistema se ha vuelto el mas completo cuando de funcionalidad de refiere. LEER MÁS ...

Preselección nacional de futbol sub-15 juega en Punta Cana

Una parte de la preselección nacional de futbol, categoría sub-15, participó en un intercambio celeb...

La Exposición Comercial de Asonahores será en Punta Cana

Redes sociales ofrecen oportunidades sin costos en promoción

Ministra y ejecutivos de Punta Cana coordinan acciones educativas

Vacante de Empleo: Auxiliar de Contabilidad

La Cadena Española NH Abre Hotel de Negocios en Punta Cana

Poscion Vacante; Relaciones Publicas



IPC
REVISTA DE INVERSIONES PUNTA CANA / PUNTA CANA INVESTMENT MAGAZINE

La Revista de prestigio que informa y fomenta las inversiones en Punta Cana ya vuelve al formato impreso

Grupo IPY

Calle Puerto Naguabo, N° 2
El Estero, Bávaro
Punta Cana - República Dominicana

Tel: (809) 552-1400
Cel: (809) 552-1400
Fax: (809) 552-1400

Email: info@revistapunta.com | revistapunta@revistapunta.com | revistapunta@revistapunta.com | revistapunta@revistapunta.com

A LA VANGUARDIA



Periodista Raysa Feliz encabeza la nueva filial de Adompretur en Bávaro-Punta Cana

La Asociación Dominicana de Prensa Turística (Adom...)

LEER MÁS...

MORE:

- Ernesto Veloz y sus perspectivas para el 2012
- Los Clinton esperaron el Año Nuevo en Punta Cana
- Carmen Ruz: "Subimos la presencia en Tui al 6%, pero ahí nos plantamos"



Ciudad La Palma, un nuevo concepto en materia de Viviendas Turísticas en Punta Cana

"Nuestra misión es y será crear y desarrollar comu..."

LEER MÁS...

MORE:

- Punta Cana, entre 50 destinos internacionales más visitados
- Líder en suministros industriales de Norteamérica llega a la zona Este
- Grupo PUNTACANA inaugura pista y torre de control

TURISMO



Dominicana tras el mercado turistico chino!!

Tras su reciente participación en la IX Feria Turí... LEER MÁS...

MORE:

- Quelóna arranca
- Punta Cana ganó el premio Estrella Travel.ru



La Exposición Comercial de Asonahores será en Punta Cana

La Exposición Comercial de la Asociación de Hoteles... LEER MÁS...

MORE:

- Comenzó la III Cumbre de la Prensa y Turismo
- Iniciaron vuelos Punta Cana-Santo Domingo-



Amigos del Caribe
Traducciones Autorizadas para la Embajada de Italia

NO VIAJE LEJOS!!!

Ya esta abierto Amigos del Caribe en la zona de Bávaro Higüey

Te ofrecemos servicios de:

- Traducciones
- Legalizaciones
- Asesoría para solicitud de Visa
- Formularios y Cita para la Embajada Italiana.

Estamos ubicados en la Plaza Brisas de Bávaro Loc. 203
Tel.: (809) 552-0523

TE ESPERAMOS!!!



las dunas
RESORT

Vista al Mar
Túnel las oportunidades (barril) vista al mar

TRANSLATE / TRADUCIR

NH PUNTA CANA HOTEL PHOTO GALLERY



Medios Impresos:

Se utilizarán dos revistas impresas, estas a su vez tienen un portal de suscripciones online, conservando el mismo contenido en versión física y forma virtual.

Opere con \$40.000 invirtiendo sólo \$100
 Conviertase en un operador profesional con nuestro entrenamiento personal
 Clic aquí y reciba nuestra guía PDF

VER RANKING AQUÍ
50 MEJORES EMPRESAS PARA TRABAJAR

MERCADO MEDIA NETWORK
 Automercado Cambios de ejecutivos Ediciones Insólitas Marcas Mercado Health Mercado Traveler Nosotros

MERCADO

Newsletters
 Suscripción Revista
 Registro Usuarios

Dinero En Portada Homo Ejecutivos Market Order News Tecnología Vida en la Cima

EURUSD = 1.22743 GBPUSD = 1.57265 AUDUSD = 1.05175 USDINR = 55.44 USDCHF = 0.97859 USDJPY = 78.148 USDCAD = 1.

LOCALES
50 Mejores Empresas Para Trabajar 2012
 Por sexta ocasión consecutiva, el equipo editorial de revista Mercado se ha dado la tarea de encontrar cuál es la mejor empresa para trabajar. Debemos admitir que cada año esta misión se vuelve más desafiante, no solo por la cantidad de empresas que participan, sino, porque así como los empleados se vuelven más competitivos, no [...]

MEJORES EMPRESAS PARA TRABAJAR

TECNOLOGÍA
Apple quiere invertir en Twitter: NYT
 La compañía tecnológica Apple busca aumentar su presencia en las redes sociales y estaría considerando una fuerte inversión en Twitter, informó este sábado el periódico The New York Times. Sin embargo, The Wall Street Journal indicó que las conversaciones entre Apple y Twitter se efectuaron hace un año y éstas no condujeron a nada. Los [...]

Most Commented Posts
 9 febrero, 2011 -- 25 Mujeres Jóvenes de Éxito
 18 marzo, 2011 -- Yahoo! vende Delicious por un millón de dólares
 13 junio, 2011 -- 50 mejores empresas para trabajar
 1 octubre, 2009 -- Desarrollo de una minería responsable y sostenible

Most Commented Posts
 9 febrero, 2011 -- 25 Mujeres Jóvenes de Éxito
 18 marzo, 2011 -- Yahoo! vende Delicious por un millón de dólares
 13 junio, 2011 -- 50 mejores empresas para trabajar
 1 octubre, 2009 -- Desarrollo de una minería responsable y sostenible

Bracelet Key
 La Seguridad está en tus manos.

Agenda Mercado

Login
 Usuario:
 Contraseña:
☐ Recordarme

Promoción

Como método de promoción se impartirá un número establecido de conferencias en los distintos hoteles, dirigida a directivos y algunos empleados claves que serían quienes en un futuro trabajarían con base en nuestro producto y software, donde contaremos con pruebas de productos para que estos puedan verificar la eficiencia de los brazaletes y algunas demostraciones de las funciones básicas del software.



6.1.9 Estrategia de Servicio

La estrategia de servicio está enfocada a dos aspectos básicos, utilidad del servicio esto indica que provecho puede obtener el cliente con el servicio brindado, los resultados han cumplido con las exigencias que tiene, para esto se ideó el software de una manera tal que el cliente pueda manejarlo de manera sencilla sin dejar a un lado los beneficios que aporta, es un modelo con el que se puede visualizar las operaciones diarias, manejo de información de los consumidores, es decir que sirve para manejar el negocio desde el mismo modelo. El segundo factor es la garantía del servicio, lo cual se basa en el hecho de que ofrecemos actualizaciones, soporte técnico, capacitación a empleados y demás agregados que respaldan que el servicio será monitoreado por la empresa ante cualquier inconveniente.

Estrategias para llevar esto a cabo:

-  Mantenimiento periódico del sistema, para el cual contamos con personal capacitado en el área de informática e ingeniería industrial.
-  Incremento anual o cada dos años de la plataforma, dependiendo de la demanda del software y del volumen de la información al cabo de este tiempo.

6.2 Ventas

6.2.1 Estrategia de Ventas

Nuestra estrategia de venta estará basada en el producto, los esfuerzos estarán dirigidos a comercializar a los brazaletes y el software para esto se implementará las siguientes estrategias:

Primera actualización del software será gratis: Con la implementación de esta estrategia se pretende lograr que el cliente se sienta en total confianza de que el software tiene garantía.

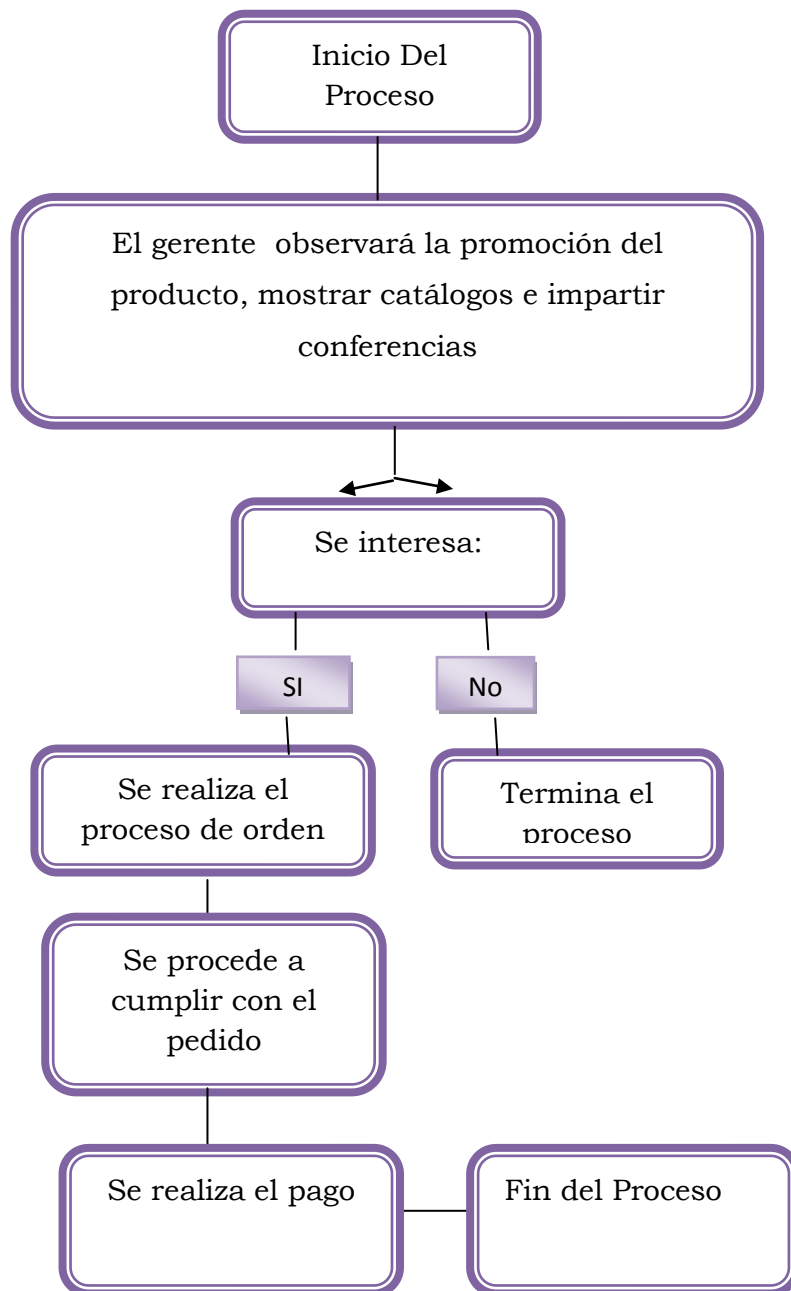
Aumentar el perímetro del localizador: Dentro de un tiempo establecido ofrecer más cobertura perimetral.

6.2.2 Sistema de Ventas

El canal de ventas más apropiado para este tipo de empresas es el directo apoyado en presentaciones y ventas de productos y servicios ya que nos dirigimos a un segmento de mercado muy específico y el objetivo de este canal es vender mediante visitas pautadas para la presentación o conferencia.

Habrán dos (2) formas de ventas uno se realizará a través de una plataforma virtual del cual se podrán realizar pedidos, consultas y atención en línea, otro será el método tradicional de encargo y entrega personal.

Diagrama de flujo de proceso de venta.



Pasos para la compra de BraceletKey

1. El gerente de compra deberá realizar la orden de cantidad de **BraceletKey** necesita para el hotel con días de anticipación.
2. La orden deberá esta firma y sellada por el gerente de compras que solicita los **BraceletKey**.
3. Luego de la empresa aprobar la orden, el gerente de compras del hotel deberá pagar un 50% con la orden y el 50% restante con la entrega del producto.

Una vez realizado este procedimiento, luego de una capacitación a los empleados y una etapa de prueba, el gerente de la empresa podrá utilizar el producto en el hotel para facilitarle y ofrecerles mayor comodidad al huésped y a los empleados del hotel.

6.3 Plan Organizacional

6.3.1 Equipo y Staff

La empresa se encuentra constituida por personas con diferentes funciones entre ellas están:

El Administrador General: Facilitador de recursos, supervisor, organizador y director de la funciones de las personas alrededor de la empresa. Se encarga de la responsabilidad de mantener un esquema dado en el tiempo para que de esta manera los demás empleados puedan hacer sus tareas de manera eficiente generando así la coordinación de los diferentes departamentos.

Contador: Administra y controla el capital, mide, evalúa y comunica planes económicos y financieros basados en los ingresos y egresos, es el responsable del manejo del presupuesto de la empresa de la verificación de la distribución de los cheques distribuidos a los empleados.

Mercadólogo: Es el responsable de identificar clientes, sus necesidades, deseos y la realización de planes para que estas sean satisfechas. , se encarga de las promociones, ventas, precios y distribuciones del producto, investigaciones de mercado, logrando que tanto la empresa como los consumidores tengan los beneficios esperados.

Relacionador Público: Gestiona las comunicaciones internas y externas de la empresa. Vincula a la organización con otras instituciones, medios de comunicación y realiza planes de responsabilidad social.

Supervisor de calidad: Es la persona encargada de que los brazaletes al llegar a puertos aduanales dominicanos estén en perfecto estado y cumplan con las leyes y normas ya establecidas para aseguramiento de calidad, así como verificar que la funcionalidad del software sea de un cien por ciento (100%).

Encargado de Soporte Técnico: Mantiene en funcionamiento la infraestructura tecnológica, actualizar la plataforma, desarrollar manuales para la administración de las redes, supervisa las tecnologías.

Auxiliar de Contabilidad: Realiza actividades que le asigne el contador entre ellas están cálculo de impuestos, colaborar en lo administrativo (reportes, control de gastos), gestión de cartera, conciliaciones bancarias, la proyección de estados financieros e informes contables.

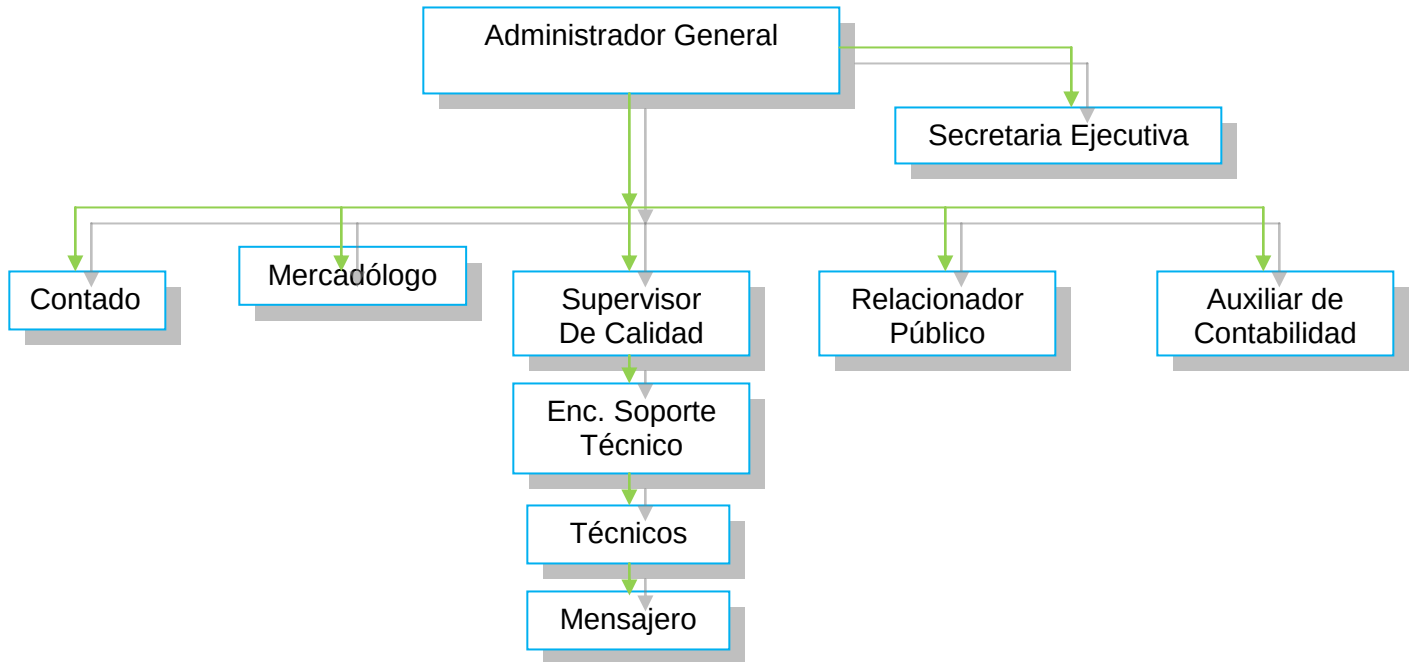
Secretaria Ejecutiva: Da asistencia al administrador se encarga de la coordinación de reuniones, tener pendiente el pago de facturas, atender a los clientes, dar información de la empresa, evaluación periódica de los proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de éstos.

Técnicos: Controlan la correcta ejecución del software, se encargan de la colaboración, información y preparación de los procedimientos en la implementación del mecanismo de seguridad, da soporte a quejas e inconvenientes con la plataforma, asistencia al cliente de forma personalizada, resuelve determinados problemas con el sistema.

Mensajeros: Son los responsables de la entrega y reportes de tareas de la empresa, llevar correspondencia de manera interna y externa y hacer las diligencias de menos rigor.

6.3.2 Estrategia Organizacional

Organigrama



6.4 Investigación y Desarrollo

Sistema de Aseguramiento de la Calidad

Toda empresa que desee mantenerse dentro del mercado competitivo de hoy en día debe tomar en cuenta que proporcionar un servicio adecuado va mas allá del hecho de recibir pocas quejas, sino suministrar productos y servicios con calidad que le aseguren poder competir en el mercado. Basados en este ideal la

empresa BraceletKey firmará un contrato en el cual quede por sentado que sus fabricantes tanto de los brazaletes como el software deberán cumplir con los estándares de calidad de acuerdo a la Ley de protección de datos (LOPD) y la norma ISO 17020 y 17025. Es una normativa internacional desarrollada por ISO (International Organization for Standardization) en la que se establecen los requisitos que deben cumplir los laboratorios de ensayo y calibración. Se trata de una norma de Calidad, la cual tiene su base en la serie de normas de Calidad ISO 9000. Aunque esta norma tiene muchos aspectos en común con la norma ISO 9001, se distingue de la anterior en que aporta como principal objetivo la acreditación de la competencia de las entidades de Ensayo y calibración, por las entidades regionales correspondientes.⁵

6.5 Operación y Logística

La logística de producción es el proceso que tiene que suceder para que el sistema de seguridad llegue a los hoteles. La producción de los brazaletes está en manos de nuestros proveedores como se ha dicho, proceso en el cual verificamos la calidad del mismo antes que este pase a manos a de los clientes, para siempre garantizar una satisfacción y una próxima compra por parte de nuestro mercado. Luego la empresa en función de comercializar será quien distribuya el producto hasta los clientes y tenga la licencia del software, a continuación se ilustra de manera grafica lo antes expuesto.

⁵ http://es.wikipedia.org/wiki/ISO_17025#cite_note-IOS-0



Buscamos ofrecer comodidad a los huéspedes de nuestros clientes, satisfacer sus necesidades, contribuir con su bienestar a la hora de hospedarse en los diferentes hoteles que abarca la Republica Dominica y al mismo tiempo facilitarles el trabajo tanto a los gerentes como a los empleados de los diferentes hoteles.

6.6 Plan de Administración y Finanzas

La parte financiera será manejada por nuestro personal en el área de finanzas, mediante un software contable que facilite esta actividad.

- 🔴 Optimizar los recursos financieros.
- 🔴 Minimizar la incertidumbre de la inversión.

6.6.1 Riesgos y Acciones Preventivas

- 🔴 **Dificultades en las redes o la plataforma:** Tener una plataforma auxiliar que será utilizada en casos de que colapse el sistema, con las mismas funciones.
- 🔴 **Falta de brazaletes para cubrir la venta de un mes:** Un stock de 1,000 brazaletes ordenados en cada pedido.
- 🔴 **Pérdida de la información de base de datos:** Hacer una copia de seguridad mensual que sería guardada en un servicio de alojamiento de archivos multiplataforma en las nubes.

6.6.2 Apoyos Requeridos

🔑 Financiamiento.

🔑 Equipos.

🔑 Capital de trabajo.

🔑 Marketing.



CAPITULO VII: EVALUACIÓN FINANCIERA

CAPITULO VII: EVALUACIÓN 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.

Un flujo de efectivo adecuado permite mantener un crecimiento sostenido de la empresa, retorna la inversión a los dueños y es un reflejo de la rentabilidad de la misma.

La evaluación financiera nos permitirá tener una idea de cuál será la posición de la empresa financiera y económicamente. El proyecto de emprendimiento Braceletkey tiene un rendimiento esperado a futuro de acuerdo a la TIR de 79% y un VAN de RD\$29, 462,000.00 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.

Estado de Resultados Proyecto

BraceletKey

(Miles de RD\$)

BraceletKey	0	1	2	3	4	5	Total	%
Ingresos	-	27,774	49,878	53,742	57,958	62,561	251,914	100%
Brazaletes	-	6,409	11,510	12,402	13,375	14,437	58,134	24%
Software	-	21,365	38,368	41,340	44,583	48,124	193,780	56%
	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	
Egresos	-	22,833	34,402	36,047	37,781	39,609	170,672	68%
Costos Fijos de Producción	-	2	2	2	2	2	8	
Costos Variables de Producción	-	12,498	22,445	23,792	25,220	26,733	110,688	44%
Gastos Generales	-	9,222	9,960	10,209	10,464	10,726	50,580	21%
Gasto de venta variable (comisiones y Bonos)	-	-	-	-	-	-	-	-
Marketing Directo		1,111	1,995	2,045	2,096	2,149	9,396	4%
Gasto de venta Fijo		-	-	-	-	-	-	
Utilidad antes de impuestos	-	4,941	15,477	17,694	20,177	22,952	81,241	33%
Impuesto a la Utilidad (25%)	-	840	3,869	4,424	5,044	5,738	19,915	8%
Utilidad después Impuestos	-	4,101	11,607	13,271	15,132	17,214	61,326	25%
(+) Depreciación , amortización e intereses	-	4,101	11,607	13,271	15,132	17,214	61,326	25%

Inversiones							-	
Equipos e Infraestructura	(4,885)	-	-	-	-	-	-	
Capital de Trabajo	(4,092)	-	-	-	-	4,092	50	
Campaña de lanzamiento	(1,989)	-	-	-	-	-	-	
Flujo de Caja Neto	(10,966)	4,135	11,641	13,305	15,166	21,340	65,588	
Flujo de Caja Neto Acumulado		(6,831)	4,811	18,116	33,282	54,622	104,000	

7.2 Inversiones

El total de la inversión inicial requerida para llevar al cabo el proyecto BraceletKey es de RD\$10,966,000.00 de los cuales se debe tomar en cuenta el capital de trabajo, mobiliario y equipos y campaña de lanzamiento entre otros.

BraceletKey Inversiones del proyecto RD\$	
Descripción	Monto
Equipos e Infraestructura	4,885,000
Capital de Trabajo	4,092,000.00
Campaña de Lanzamiento	1,989,000.00
Total	10,966,000.00

7.3 Calculo de Van, Tir y Otros Indicadores Financieros

El proyecto proporciona los siguientes resultados financieros:

Tasa de Descuento	15%
29,462	VAN
79%	TIR

Con un retorno de la inversión de:

PRI= 2do año

7.4 Requerimientos de Fondos de Inversión

BraceletKey requiere una inversión de RD\$10,966,000.00 de los cuales se debe tomar en cuenta el capital de trabajo, mobiliario y equipos y campaña de lanzamiento entre otros.

7.5 Estrategias de Búsqueda de Financiamiento

Para llevar a cabo el proyecto requerimos una inversión inicial de RD\$10,966,000.00 los cuales corresponden a mobiliario, equipos, capital de trabajo y marketing directo. Se ha acordado que el equipo emprendedor aporte parte del capital y buscar financiamiento a través de inversionistas.



CONCLUSIÓN

CONCLUSIÓN

Al concluir con el desarrollo del proyecto, se demostró la factibilidad de la propuesta, la rentabilidad del negocio. En el desarrollo de la investigación se comprobó que el Brazalete Electrónico de Acceso y Seguridad BraceletKey cumple con todos los requisitos para el área hotelera y empresarial, así como el hecho de que cierra la brecha de los problemas que aquejan a los hoteles y sus clientes.

Con el dispositivo los hoteles y empresas a nivel nacional podrán disfrutar de todas las ventajas que ofrece, desde un acceso restringido hasta poder disfrutar de beneficios fuera de la empresa, así como un manejo en la base de datos de forma fluida en caso de las empresas y en los hoteles, desde poder abrir las puertas de las habitaciones hasta poder localizar a sus hijos si se extravían.

La idea del BraceletKey es el aporte del equipo emprendedor para ayudar a mejorar el sector turismo de la República Dominicana, a medida que van avanzando los tiempos y la tecnología debemos ir creciendo a la par con la vanguardia para así poder brindar un servicio excelente a nuestros visitantes para poder cumplir con todas las exigencias del mercado.



RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES

El cambio es una variable constante en los hoteles, los motores de desarrollo para el sector hotelero son la calidad, el confort y los avances que traen consigo la globalización y las nuevas tecnologías.

Concluido este proyecto recomendamos a todo el sector turístico la implementación de un sistema de seguridad con tecnología avanzada que confirme a sus huéspedes la calidad, comodidad y permita optimizar los recursos de los hoteles, certificar la efectividad y confiabilidad de los procedimientos existentes.

Dentro de las acciones a realizar para establecer un mejor sistema de seguridad está la creación de un método de evaluación periódica de calidad por parte de los hoteles. Establecer nuevos mecanismos para terminar con los problemas de acceso.



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Libros

-  Morales Castro, Arturo. Morales Castro, José A. (2009). Proyectos de Inversión. Evaluación y Formulación. México D.F. McGraw-Hill Interamericana Editores S.A de C. V.
-  Mateo, Ricardo. Sagarra R. (2004). Creación de Empresas: Teoría y Práctica. Madrid España. McGraw-Hill.
-  Varela, Rodrigo. (2008). Innovación Empresarial. (3era Edición) Bogotá. Pearson.

Páginas Web

-  <http://www.asonahores.com/index.php>
-  <http://www.superhosting.cl/noticia/nueva-tecnologia-para-seguridad-de-las-empresas.html>
-  <http://www.maquinariapro.com/sistemas/sistema-de-seguridad.html>

 http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_de_la_Rep%C3%BAblica_Dominicana#Regi.C3.B3n

 <http://elsoldeloeste.com/>

 <http://segurtur.blogspot.com/>

Revista Web

 CuéllAr Fernández, Arturo. (Octubre, 2009). Seguridad y Riesgo. Pp 35-36. Disponible en:

http://www.coparmex.org.mx/upload/bibVirtualDocs/12_entorno_octubre_09.pdf Al concluir con el desarrollo del proyecto, se demostró la factibili



ANEXOS

ANEXO I:

UNIVERSIDAD APEC
UNAPEC

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

TITULO : "DESARROLLO DE UN PLAN DE EMPRENDIMIENTO PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA
DESARROLLADA DE UN SOFTWARE Y PROTOTIPO DE DISPOSITIVO PARA EL CONTROL DE ACCESO
Y SEGURIDAD DE LAS EMPRESAS, SANTO DOMINGO REPUBLICA DOMINICANA 2012

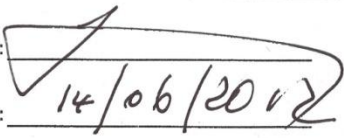
MODULO : CREACION DE EMPRESA

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

AUTOR : JOEZER BIERD OVIEDO | MARJORIE GAUTIER FRANCO
JULIA ALMANZAR DE LEON

MATRICULA : 2005-0445 | 2008-0334 | 2008-2055 | AREA : ADMINISTRACION

APROBADO : ☒ 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 ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES.
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN.**

“Desarrollo de un plan de emprendimiento para la creación de una empresa desarrolladora de un software y prototipo de dispositivo para el control de acceso y seguridad de las empresas, Santo Domingo Republica Dominicana 2012.”

Sustentantes:

Joezer Bierd Oviedo	2005-0445
Marjorie Gautier Franco	2008-0334
Julia Almanzar De León	2008-2055

Asesor Titular

Ing. Juan E. Rosales.

Asesor Auxiliar:

Lic. Miguel A. Puente.

**Anteproyecto De La Monografía Para Optar Por El Título De
Licenciado En Administración De Empresas.**

Distrito Nacional, Republica Dominicana
2012.

Índice

PÁGS.

Planteamiento del problema.....	01
Objetivos de la investigación	03
Justificación de la investigación.....	05
Tipo de investigación	07
Marcos de referencia.....	07
Marco Teórico.....	07
Marco Conceptual	10
Marco espacial	12
Marco temporal.....	12
Métodos, procedimientos y técnicas de la investigación	13

Tema:

Desarrollo de un plan de emprendimiento para la creación de una empresa desarrolladora de un software y prototipo de dispositivo para el control de acceso y seguridad de las empresas, Santo Domingo Republica Dominicana 2012.

1. Planteamiento del problema:

La Republica Dominicana cuenta con actualmente con un estimado de 3,595,527 personas activas en el mercado laboral formal, estas personas realizan varias actividades dentro de las empresas, lo que conlleva pasar procesos de identificación, solicitar permisos, escaneo o cualquier otro mecanismo que resulte tedioso, poco eficiente y hasta vuelven susceptibles a las informaciones por el mal manejo de los mismo.

El concepto de seguridad tiene diversas aplicaciones, es claro que cada empresa le da el matiz adecuado a sus políticas, procedimientos y necesidades; Sin embargo todas tienen algo en común, el hecho de que no prestan la debida atención a un punto tan importante en el que se apoyan los demás pilares de la empresa.

La seguridad y comodidad en los hoteles del mercado, es vital para el desarrollo del sector turístico del país, la tecnología y la seguridad han ocupado un lugar central en todos los negocios del mundo, gracias al crecimiento sostenido

tecnológico, actualmente se ha hecho necesaria la implementación de diversas innovaciones acorde a las exigencias del mercado.

Las estadísticas demuestran que la mayoría de las personas demandan productos que hagan de su entorno las actividades diarias de manera rápida y eficaz, no obstante en la República Dominicana la tecnología usada actualmente en los hoteles para el control de acceso es poco innovadora.

Por tanto, podemos decir que el innovador brazalete presentado hará que la estadía del huésped sea más placentera y con un nivel de seguridad mayor, agregándoles una serie de servicios conjuntos que antes no había sido obtenido a cadenas hoteleras con tecnología de más alto nivel.

2. Objetivos de la investigación

A) Objetivo general:

El objetivo general es el Desarrollo de un plan de emprendimiento para la creación de una empresa desarrolladora de un software y prototipo de dispositivo para el control de acceso y seguridad de las empresas, Santo Domingo República Dominicana 2012.

B) Objetivos específicos:

1. Evaluar la viabilidad comercial de Desarrollo de un plan de emprendimiento para la creación de una empresa desarrolladora de un software y prototipo de dispositivo para el control de acceso y seguridad de las empresas.
2. Evaluar la viabilidad técnica de un software y prototipo de dispositivo para el control de acceso y seguridad de las empresas, identificando las posibilidades materiales, físicas de producir el servicio, analizando los costos directos e indirectos de fabricación.
3. Evaluar la viabilidad de gestión de un software y prototipo de dispositivo para el control de acceso y seguridad de las empresas, 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).

4. Evaluar la viabilidad jurídica de un software y prototipo de dispositivo para el control de acceso y seguridad de las empresas, considerando las regulaciones jurídicas existentes que hacen viable el proyecto de una creación de dicho brazalete electrónico dirigido al sector turístico.

5. Evaluar la factibilidad financiera de un software y prototipo de dispositivo para el control de acceso y seguridad de las empresas, estimando la rentabilidad de la inversión, considerando el flujo de recursos financieros (ingresos, costos, egresos) las inversiones y fuentes de financiamiento.

3. Justificación de la investigación

Históricamente la tecnología ha sido usada para satisfacer necesidades esenciales de la persona, Y así también para revolucionar los trabajos cotidianos de toda industria; realizar todas las actividades con la mayor eficiencia posible y dar calidad a los procesos existentes. En esta misma línea de cambios basados en la tecnología se ha creado una manera fácil, cómoda y sobretodo practica para todos renglones de la vida.

El objetivo principal de nuestro proyecto es brindar un sistema de acceso y seguridad que brinde a las empresas un mayor control de los procedimientos a realizarse en una empresa con gran concurrencia de personas. Como primer mercado nos dirigiremos a los hoteles, clubes, centro vacacionales y centros de veraneo, brindándoles un dispositivo con el cual puedan guardar tanto la información personal de sus huéspedes/ visitantes y a su vez puedan abrir sus habitaciones, reservar en las distintas aéreas del complejo y localizar a sus hijos en caso de extraviarlos, pagar en los establecimientos dentro del hotel, alquilar toallas y lencería, acceder a ciertas áreas del mismo modo utilizar la información personal para ofrecerles nuevos paquetes y descuentos posteriormente.

Hay un segundo mercado constituido por Empresas o Instituciones que concentren un gran número de personas , las cuales deben usar varios servicios dentro de la misma, en este caso se ofrecería para los empleados el producto

para ponchar, restringir algunas áreas de la empresa, monitorear las actividades de los empleados, tener acceso a los parqueos, pagar en la cafetería, abrir puertas, abrir lockers, poner ID de los empleados para comprar en comercios con los que la empresa haga alianzas estratégicas. (farmacias y demás establecimientos.), localizador a los vehículos asignados y si la empresa tiene flotillas de camiones u otra forma de distribución, externa se le pondrá un lector en la zona de salida para que a la hora de salir de la empresa, pase el brazalete y salir en vez de llenar papeles.

4. Tipo de investigación:

Para el desarrollo de nuestro plan utilizaremos el tipo de investigación descriptiva porque se eximirán las características del problema, además seleccionaremos técnicas para la recolección de datos.

5. Marcos de referencia:

5.1 Marco Teórico.

⌘ Control de acceso:¹

El objetivo principal de un sistema de control de acceso e identificación de personal es el de controlar o monitorear el flujo del personal en un inmueble, decidiendo quien entra o sale, a donde y a qué horas lo puede hacer, etc. Actualmente la identificación del personal se logra mediante tarjetas personales o mediante identificación biométrica que comprende diversas opciones, como reconocimiento de huella, de iris y de rostro.

Las plataformas tecnológicas que en la actualidad existen permiten ofrecer solución de control de acceso desde una puerta hasta campus especiales de multiedificios con miles de usuarios. El sistema permite que la identificación de

¹ <http://huellasindustriales.obolog.com/seguridad-industrial-empresas-factor-importante-129527>

personal se utilice en todas las aplicaciones que Recursos Humanos exija, tales como Control de Nóminas, Control de Comedor, Control de Transporte de Personal, Control de descarga electrostática, Aplicaciones de Monedero , etc.

⌘ Sistema de seguridad²

La globalización, el desarrollo tecnológico y científico en el que avanza la humanidad ha obligado a las empresas a enfrentarse mutuamente en una competencia que en esencia debe ser sana. Estas empresas se encuentran en un proceso eterno llamado competitividad, término que para su ejecución ha generado muchas discusiones internas en las mismas, como resultado de esta competencia se presenta un fenómeno que abre espacios en el mercado y empresa misma, llámese capacitación personal, de publicidad, de calidad y de dinámica de cambios.

No obstante existe otro factor que influye notoriamente en la competitividad de las empresas, la seguridad como único camino para garantizar el buen funcionamiento de la empresa y así contemplar el mínimo riesgo tanto para trabajador como para la empresa Aunque someramente parezca que la seguridad en una empresa sea considerada un asunto secundario, adentrándonos más y estudiando los resultados visibles obtenidos en empresas que ya adoptaron la seguridad industrial como una de sus tantas prioridades,

² http://www.ginsatec.com.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=9&Itemid=23&lang=es

podemos aseverar que la seguridad industrial es un factor relevante en competitividad de una empresa que brinda ventajas competitivas en el mercado.

⌘ Sistema de seguridad en los hoteles³

Un sistema fiable de seguridad es imprescindible para que los huéspedes se sientan a gusto con el servicio brindado por el hotel. La seguridad en el sector turístico de nuestro país cuenta con ciertas limitantes lo que conlleva a poner riesgo la estabilidad del huésped y con esto disminuye la rentabilidad del hotel.

Actualmente los sistemas de seguridad y acceso cuentan con un funcionamiento poco eficiente, son varios los factores que han determinado el destino de este sistema anticuado, lo cual ha ido en decadencia por los disgustos y la inseguridad expresado por el huésped, esto resume el hecho de que no cumplen con los requerimientos para los que fueron pensados. Se han desarrollado varios métodos para cubrir todas las necesidades específicas de seguridad en hoteles los cuales cuentan con una amplia gama de funciones diferentes y pensadas para que el sector hotelero cuente con la posibilidad de garantizar la comodidad y seguridad a sus clientes, las cuales son costosas, de difícil manejo y por lo regular no surten los efectos esperados.

³ http://www.mobotix.com/esl_ES/Aplicaciones/Sistemas-de-Seguridad/Seguridad-en-los-Hoteles

5.2 Marco Conceptual:

⌘ **Sistema de seguridad:** Es un conjunto de dispositivos colocados estratégicamente en el perímetro de un sitio específico para detectar las presencia, irrupción, o invasión de un desconocido o de un individuo que no posea un acceso permitido.

⌘ **Control de acceso:** Es la habilidad de permitir o denegar el uso de un recurso particular a una entidad en particular, los mecanismos para el control de acceso pueden ser usados para cuidar recursos físicos, recursos lógicos o recursos digitales.

⌘ **Software:** Ese conoce como software al equipamiento lógico o soporte lógico de un sistema informático, comprende el conjunto de los componentes lógicos necesarios que hacen posible la realización de tareas específicas, en contraposición a los componentes físicos, que son llamados hardware.

⌘ **Brazalete plástico:** El brazalete de plástico, es la mejor opción para uso prolongado es resistente al agua y cuenta con broche de cierre de plástico inviolable. El brazalete

⌘ de plástico sirve para grandes eventos, fiestas, hoteles, industrias, empresas.

⌘ **Seguridad:** Proviene de la palabra securitas del latín. Cotidianamente se puede referir a la seguridad como la ausencia de riesgo o también a la confianza en algo o alguien. Sin embargo, el término puede tomar diversos sentidos según el área o campo a la que haga referencia. Es un estado de ánimo, una sensación, una cualidad intangible. Se puede entender como un objetivo y un fin que el hombre anhela constantemente como una necesidad primaria.

⌘ **Tecnología:** Es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de las personas. Es una palabra de origen griego, τεχνολογία, formada por téchnē (τέχνη, arte, técnica u oficio, que puede ser traducido como destreza) y logía (λογία, el estudio de algo). Aunque hay muchas tecnologías muy diferentes entre sí, es frecuente usar el término en singular para referirse a una de ellas o al conjunto de todas.

⌘ **Necesidades:** Las necesidades son la expresión de lo que un ser vivo requiere indispensablemente para su conservación y desarrollo. En psicología la necesidad es el sentimiento ligado a la vivencia de una carencia, lo que se asocia al esfuerzo orientado a suprimir esta falta, a satisfacer la tendencia, a la corrección de la situación de carencia.

⌘ **Satisfacción:** Sentimiento de bienestar o placer que se tiene cuando se ha colmado un deseo o cubierto una necesidad.

5.3 Marco espacial:

La delimitación de espacio de nuestra investigación se suscribe a la República Dominicana. La misma estará dirigida a hoteles y buscan una satisfacción de sus necesidades a través del implemento de tecnología e innovación.

5.4 Marco temporal:

La investigación se iniciara en Junio del año 2012.

5. Métodos, procedimientos y técnicas de la investigación

⌘ Métodos de estudios

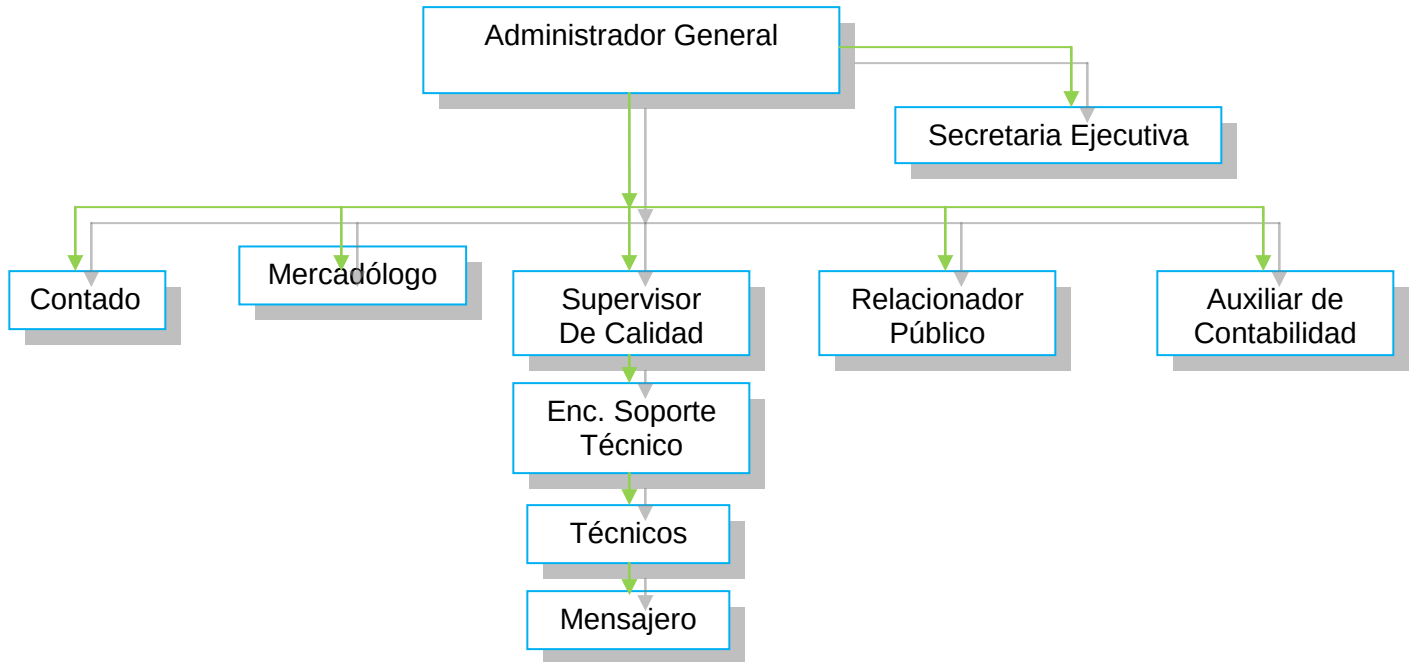
Al realizar los estudios pertinentes a nuestro proyecto, se recurre a distintas metodologías, basándose en los métodos inductivo y analítico ya que aquí se inicia con la observación y análisis de problemáticas particulares las cuales irán tomando carácter a lo largo de las investigaciones. Dentro de los objetivos principales está el Desarrollo de un plan de emprendimiento para la creación de una empresa desarrolladora de un software y prototipo de dispositivo para el control de acceso y seguridad de las empresas.

⌘ Tipo de estudio

Para el estudio de esta investigación se emplearan dos tipos de estudios, el descriptivo y el explicativo, los cuales aportarán informaciones pertinentes sobre el desarrollo de un plan de emprendimiento para la creación de una empresa desarrolladora de un software y prototipo de dispositivo para el control de acceso y seguridad de las empresas.

ANEXO II:

ORGANIGRAMA



ANEXO III:

Estado de Resultados Proyecto BraceletKey (Miles de RD\$)

BraceletKey	0	1	2	3	4	5	Total	%
Ingresos	-	27,774	49,878	53,742	57,958	62,561	251,914	100%
Brazaletes	-	6,409	11,510	12,402	13,375	14,437	58,134	24%
Software	-	21,365	38,368	41,340	44,583	48,124	193,780	56%
	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	
Egresos	-	22,833	34,402	36,047	37,781	39,609	170,672	68%
Costos Fijos de Producción	-	2	2	2	2	2	8	
Costos Variables de Producción	-	12,498	22,445	23,792	25,220	26,733	110,688	44%
Gastos Generales	-	9,222	9,960	10,209	10,464	10,726	50,580	21%
Gasto de venta variable (comisiones y Bonos)	-	-	-	-	-	-	-	-
Marketing Directo		1,111	1,995	2,045	2,096	2,149	9,396	4%
Gasto de venta Fijo		-	-	-	-	-	-	
Utilidad antes de impuestos	-	4,941	15,477	17,694	20,177	22,952	81,241	33%
Impuesto a la Utilidad (25%)	-	840	3,869	4,424	5,044	5,738	19,915	8%
Utilidad después Impuestos	-	4,101	11,607	13,271	15,132	17,214	61,326	25%
(+) Depreciación , amortización e intereses	-	4,101	11,607	13,271	15,132	17,214	61,326	25%

Inversiones							-	
Equipos e Infraestructura	(4,885)	-	-	-	-	-	-	
Capital de Trabajo	(4,092)	-	-	-	-	4,092	50	
Campaña de lanzamiento	(1,989)	-	-	-	-	-	-	
Flujo de Caja Neto	(10,966)	4,135	11,641	13,305	15,166	21,340	65,588	
Flujo de Caja Neto Acumulado		(6,831)	4,811	18,116	33,282	54,622	104,000	

Tasa de Descuento	15%
29,462	VAN
79%	TIR

Márgenes del Proyecto	0	1	2	3	4	5
Margen Operacional	-	17.8%	31.0%	32.9%	34.8%	36.7%
Margen Neto	-	14.8%	23.3%	24.7%	26.1%	27.5%
Tasas de Crecimiento	%					
Ingresos de Operación	3.0%					
Costos de Operación	1.0%					

Inversiones:

BraceletKey Inversiones del proyecto RD\$	
Descripción	Monto
Equipos e Infraestructura	4,885,000
Capital de Trabajo	4,092,000.00
Campaña de lanzamiento	1,989,000.00
Total	10,966,000.00

Bases Del Cálculo Del Análisis Económico y Financiero

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

Concepto	Criterio	Indicadores
Ingresos	 Los ingresos se proyectan a 5 años.	1er anno: RD\$27,774,000.00
	 Con un incremento anual de 5%, 7%, 10%, 12% y 15% respectivamente para cada año.	5to Anno: RD\$62,561,000
Gastos Generales y Administrativos	 Salarios Empleados  Iguales De Contabilidad, Asesoría Legal, Técnicas y Seguridad.  Teléfono/Internet.  Flota Celular.  Arrendamiento de oficina.  Electricidad  Materiales de oficina  Gastos Varios  Otros Con un incremento anual	Representa un 14% de los ingresos totales

	De un 1%
Marketing	La publicidad sufre un aumento de un 1 % anual Representan un 4% de los ingresos totales.
Inversiones	RD\$10,966,000.00 - Mobiliario y Equipos de Oficina. - Campaña de Lanzamiento. - Capital de Trabajo.

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, plasmados en el “Anexo II”, de este documento.

Concepto	Indicadores
Ventas	1er Año: <u>RD\$27,774,000.00</u>
	5to Año: <u>RD\$62,561,000</u>
Ganancia Operativa	32.2%
Ganancia	24.3%
Periodo de Recuperación	2do. año

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

Proyección de campaña de lanzamiento:

PUBLICIDAD		527,000
Revistas Impresas		270,000
Revistas Web		144,000
Páginas Web		72,000
Diseños		41,000
Revista 1	1	20,000
Mensual 1/2 página		
Meses	6	120,000
Revista 2	1	25,000
Mensual 1/2 página		
Meses	6	150,000
Pagina Web		
Anuncio 1	1	5,000
Meses	6	30,000
Anuncio 2	1	7,000
meses	6	42,000
Revistas Web		
Anuncio 1	1	10,000
Meses	6	60,000
Anuncio 2	1	14,000
Meses	6	84,000

PROMOCIÓN		1,462,500
Material		904,500
Personal		378,000
Pruebas de Producto		180,000
Conferencias	3 por hoteles	243,750
	a 6 Hoteles al año	1,462,500

ANEXO IV:

I. Este modelo de encuesta será aplicada a los clientes que visiten los Hoteles de la Rep. Dom.

SEXO: M____ F____

ESTADO CIVIL _____

EDAD: _____

OCUPACION _____

SECTOR _____

1. ¿Se hospeda usted en los Hoteles de la Rep. Dom ?

Si ____

No ____ (Si su respuesta es negativa, ha finalizado la entrevista. Gracias por su tiempo)

2. ¿Por cuales razones se hospedó en este Hotel?

Comodidad ____

Descanso ____

Diversión ____

Luna de Miel ____

3. ¿Estaría usted dispuesto a pagar más por mayor comodidad?

Si ____

No ____

4. ¿Qué piensa con respecto a las llaves digitales que utiliza el Hotel?

Bien ____

Excelente ____

Deberían usar otro mecanismo más sencillo ____

Otros_____

5. ¿Alguna vez ha tenido problema con la llave que le entregan para su habitación?

Sí_____

No_____

A veces_____

Si su respuesta en No pase a la pregunta No. 7

6. ¿Si ha tenido Problema podía mencionar cuales?

Se pierde_____

No abre la puerta_____

Robo_____

Otros_____

7. ¿Estaría dispuesto (a) a pagar más para evitar todos esos inconvenientes?

Si_____

No_____

Tal Vez_____

8 ¿Cree usted que un brazalete con el que se abra su puerta, pueda reservar en los restaurantes y localice sus hijo es una buena solución?

Si _____

No _____

9. a su consideración, ¿el brazalete antes descrito es más práctico y funcional que los actuales mecanismos de seguridad en los hoteles?

Si _____

No _____

10. Le gustaría encontrar este nuevo sistema en los hoteles?

Si _____

No _____

Resultados de la encuesta:

El proceso de recopilación de datos realizado es con el fin de detectar

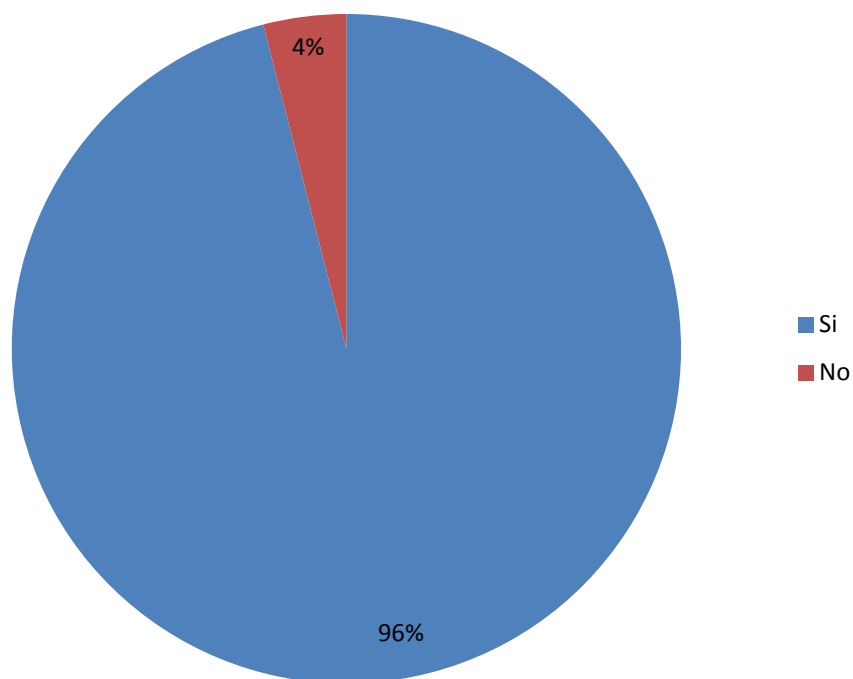
- ⌘ Necesidades de los hoteles dominicanos.
- ⌘ Necesidades de los clientes de hoteles y empresas de seguridad.
- ⌘ Oportunidades de mercado.
- ⌘ Factibilidad de la tecnología a implementar.
- ⌘ Disponibilidad de inversión.

Un alto nivel de orientación al mercado dota al hotel de una mayor sensibilidad hacia las percepciones de los clientes, y enfatiza la necesidad de ofrecerles más valor en su oferta.

Todo esto debe llevar a incrementar las tasas de éxito en el lanzamiento de nuevos productos, a mejorar las tasas de retención de los clientes, a un elevado crecimiento de las ventas, a altas cuotas de mercado y, en definitiva, a una mayor rentabilidad. Se expone en este artículo un procedimiento para mejorar la orientación al mercado en hoteles, el mismo tiene como punto de partida la fase de análisis que abarca la caracterización del hotel, los puntos fuerte y débiles del producto turístico, el análisis del mercado y sus segmentos, el análisis de la competitividad y la medición del grado de orientación al mercado, la planificación como segunda fase se materializa a través de la determinación de decisiones estratégicas, con su correspondiente plan de acción para mejorar las diferentes dimensiones de la orientación al mercado, posteriormente se organiza y ejecutan las decisiones y finalmente está presente el control y la retroalimentación.

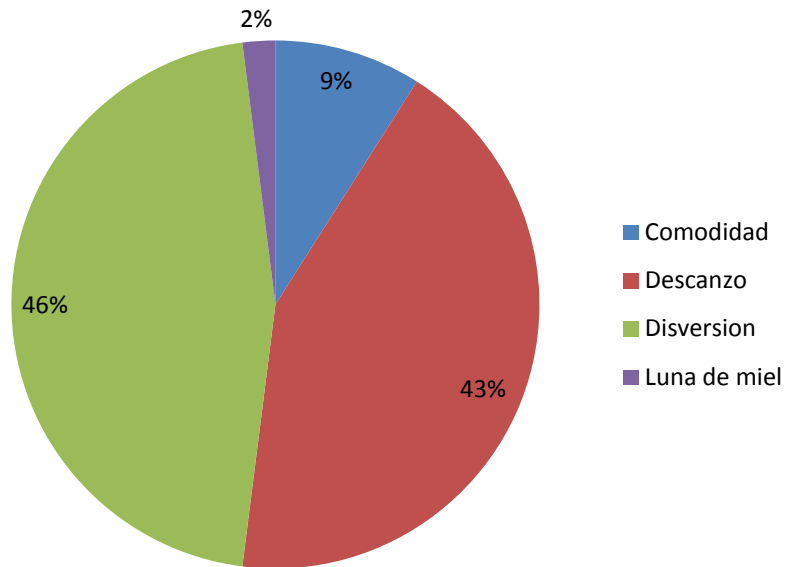
Nuestra Muestra se baso en 100 encuestados, 3 entrevistas a expertos hoteleros y a 2 entrevistas a directivos de empresas de seguridad electrónica para basar nuestras ideas y estrategias en los datos recopilados, la misma fue realizada en sectores de clase media, a profesionales y a estudiantes de universidad Apec.

1. Personas que se han hospedado en un hotel.



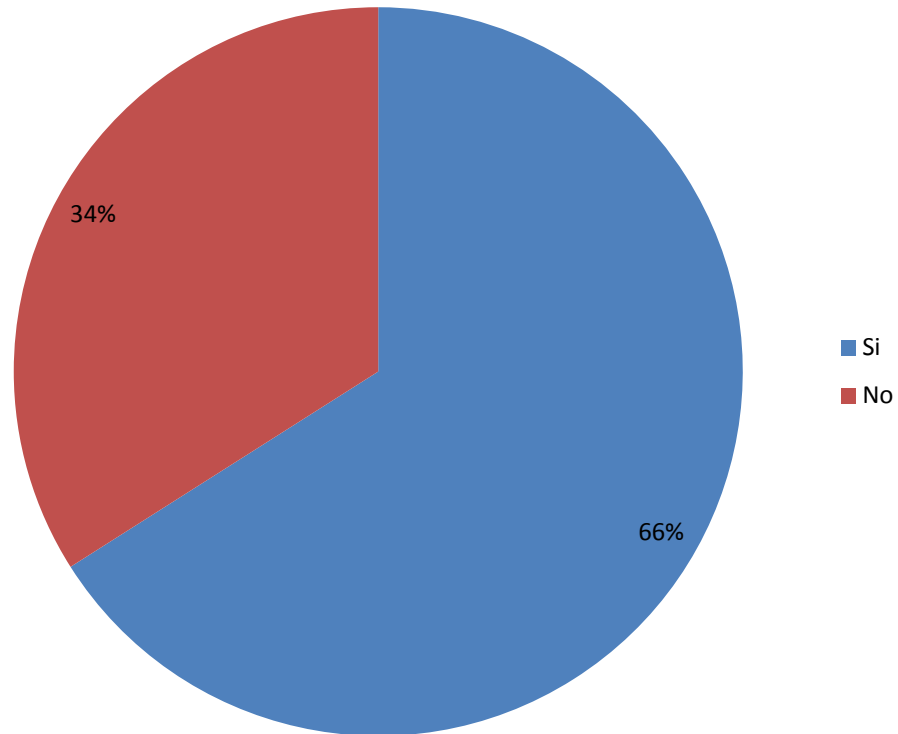
De los encuestados un 96% se ha hospedado alguna vez en algún hotel de República Dominicana, mientras un 4% negó haberse hospedado nunca en un hotel.

2. Razones de hospedaje



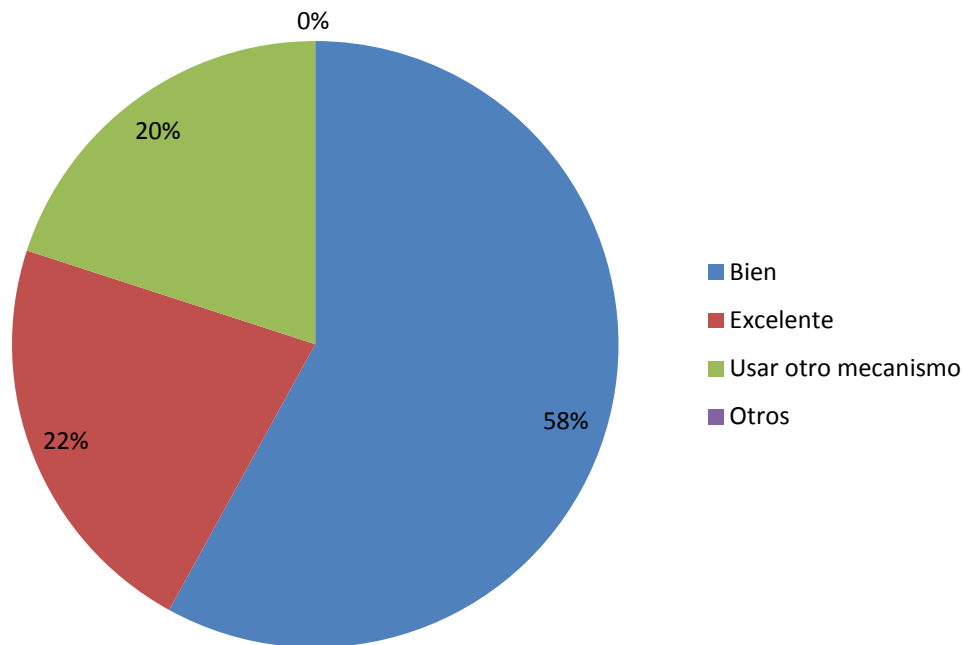
Dentro de las razones mas comunes de hospedaje esta diversion con 46%, descanso con un 43%, seguido de comodidad 9% y luna de miel con un 2%.

3. Pagaría más por mayor comodidad.



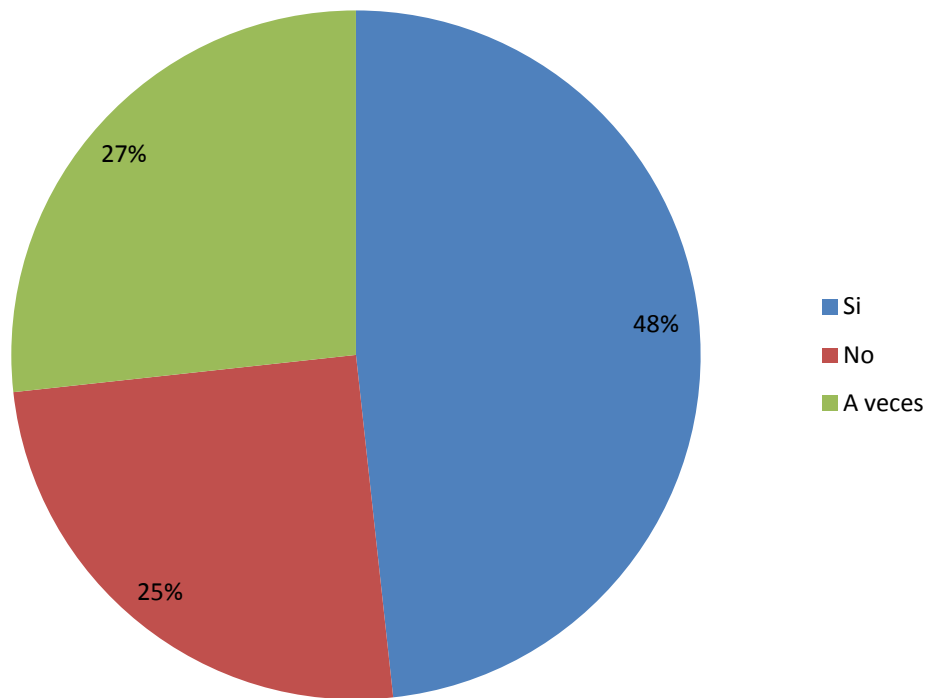
De los encuestados el 66% está dispuesto a pagar un poco mas por mayor comodidad, mientras el 34% muestra que se siente conforme con los precios existentes.

4. Opinión de llaves digitales actuales.



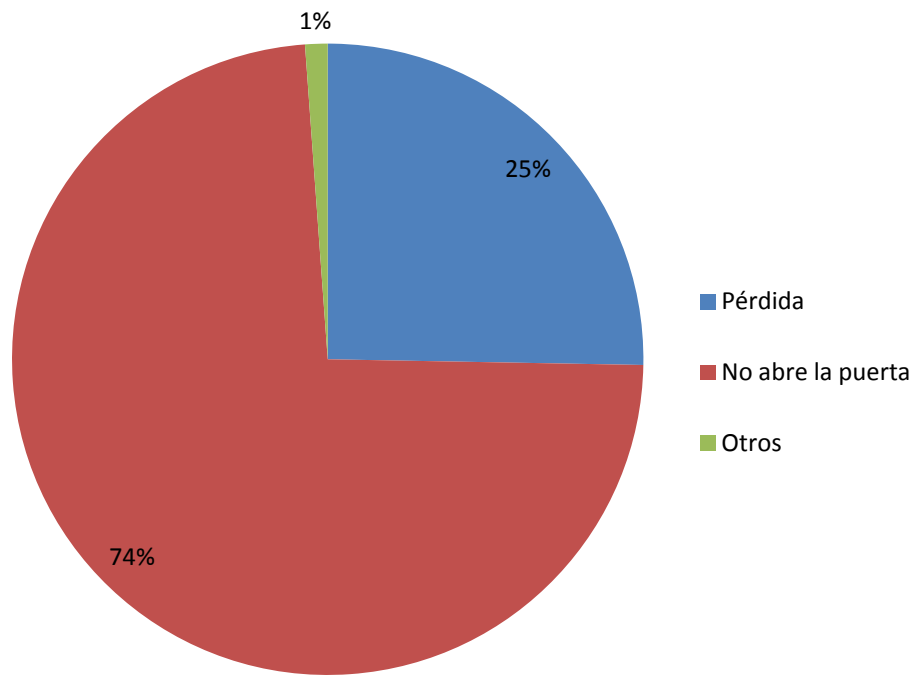
Dentro de los mecanismos el más utilizado es la llave digital, un 59% lo considera un buen método, 22% consideran que son el mejor mecanismos y un 22% piensa que deberían usar otro método mientras que el 0% cree que llaves otros métodos son mejores.

5. Ha tenido problemas con la llave.



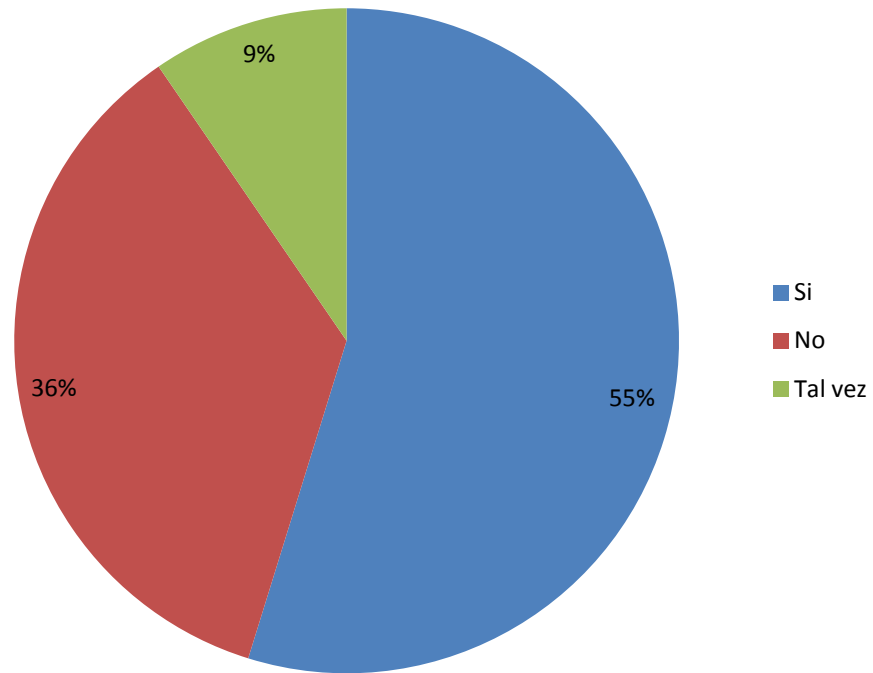
El 48% de los encuestados suele tener problemas con las llaves, el 27% tiene problemas pero no tan frecuentes, mientras que un 25% afirmó nunca haber tenido problemas con sus llaves.

6. Tipos de problemas.



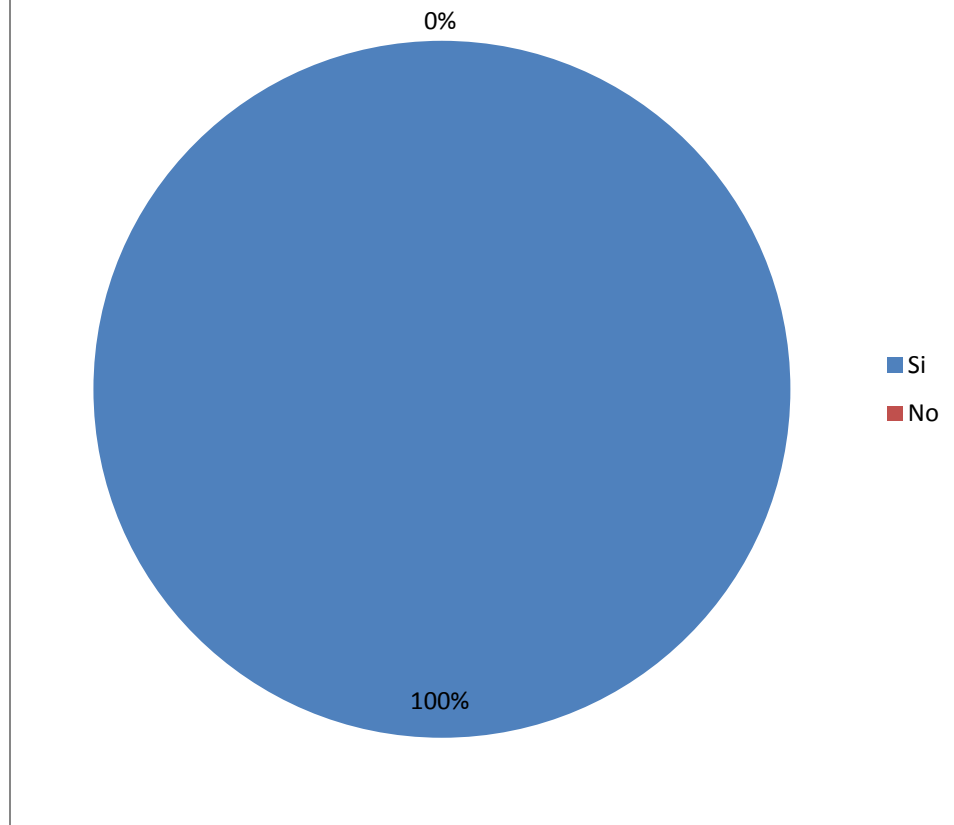
El 74% de nuestra muestra ha tenido inconvenientes de que la puerta no abre, el 25% que pierde la llave y un 1% ha experimentado otros problemas.

7. Pagaría más para evitar los inconvenientes.



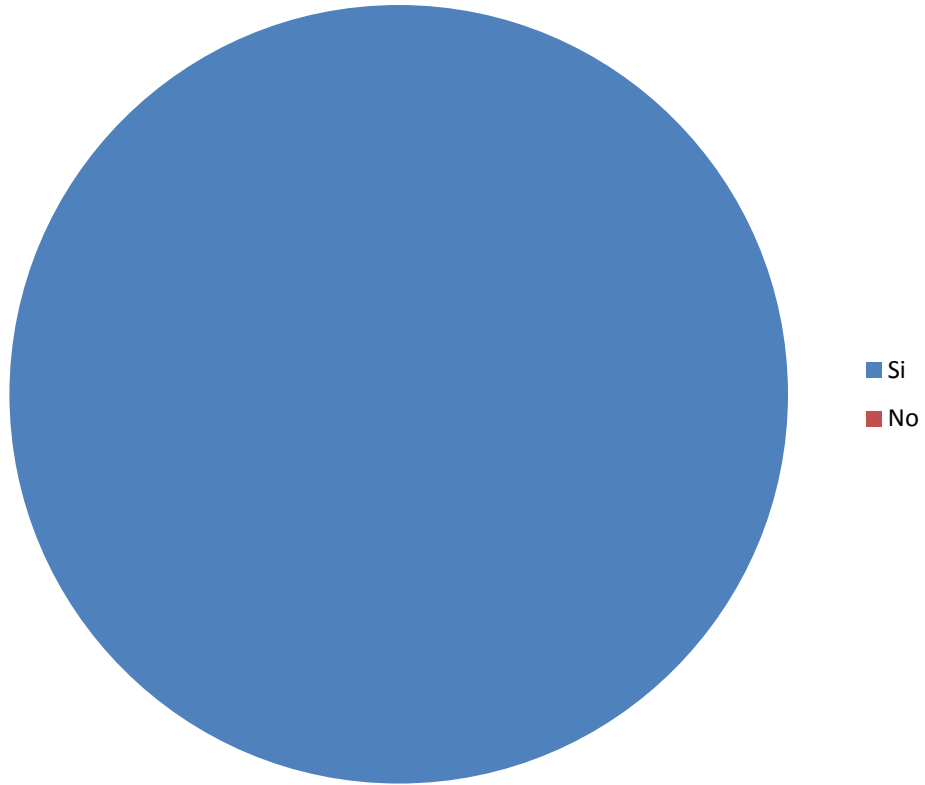
El 55% de la muestra estaría dispuesto a pagar más para evitar los inconvenientes, un 36% no y un 9% tal vez.

8. Opinión sobre el brazalete



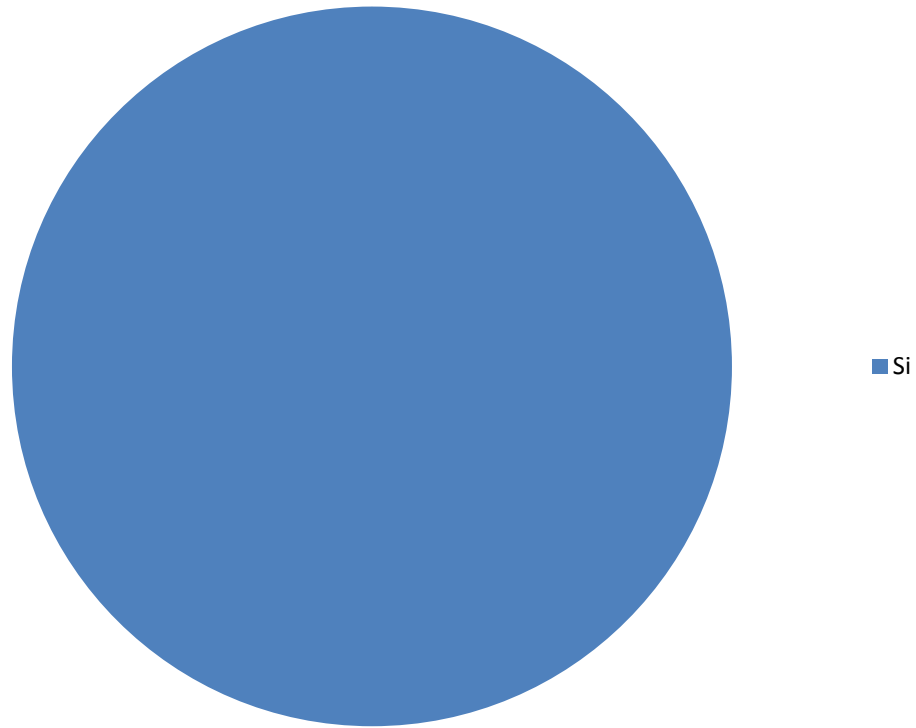
El 100% de nuestra muestra entiende que el sistema de los brazaletes es una idea innovadora.

9. Es práctico el brazalete.



El 100% de nuestra muestra entiende que el sistema de los brazaletes es una buena idea.

10. Le gustaría encontrar este sistema en los hoteles.



El 100% desearía encontrar el nuevo sistema, en su próxima visita a algún hotel de Republica Dominicana.

ANEXO V:

Nombre: Nicolás Arambales.

Edad: 25

Ocupación: Encargado de Compras de Empresa de Seguridad.

Esta entrevista se realizara con el objetivo de recibir la opinión de los directivos y gerentes de área de empresas que venden Sistemas de Seguridad Electrónica a las organizaciones y determinar cuáles quejas que reciben sobre su tecnología implementada y que estrategias para mejorarlas utilizan para mantener satisfecho a un público tan exigente como son sus clientes.

1. Para usted como gerente - directivo de una empresa de seguridad que a pesar del tiempo se ha mantenido como una de las mejores, en el área de seguridad electrónica, ¿Cuales han sido los peores inconvenientes que ha tenido con sus clientes?

Son pocos los casos pero los peores han sido: Fallas en el sistema electrónico, Sobrecarga de base de datos y que por mal uso o falta de información de los consumidores (Empleados) a veces rompen los aparatos de seguridad.

2. Si han presentado inconvenientes los sistemas ¿Cuál ha sido la mejor manera de solucionarlos?

Restaurar el sistema, es decir enviar a nuestros técnicos a la empresa para que verifiquen el problema y lo solucionen en la brevedad posible, reparar o cambiar el aparato, y en una ocasión aumentar nuestra capacidad para que no se sobrecargara la base de datos.

3. La tecnología cada vez avanza más con el fin de satisfacer las necesidades de los usuarios, ¿Estaría dispuesto hacer cambio en su negocio?

Por supuesto, se ha demostrado que las empresas que son realmente eficientes y rentables en los servicios y más en los de seguridad son aquellas que están abiertas al cambio.

4. ¿Le gustaría encontrar un método en el cual solo invierta una vez (Software) y que el dispositivo de acceso sea un brazalete multifunción practico, cómodo y de vida útil razonable?

Estaría dispuesto a invertir si este sistema mejora los problemas existentes hoy en día.

Estamos promoviendo el nuevo BraceletKey, es un innovador brazalete que trae consigo un mecanismo para que los empleados que lo porten puedan ponchar, restringir algunas áreas de la empresa, monitorear las actividades de los empleados, tener acceso a los parqueos, pagar en la cafetería, abrir puertas, abrir lockers, poner ID de los empleados para comprar en comercios con los que la empresa haga alianzas estratégicas (farmacias y demás establecimientos.), localizador a los vehículos asignados y si la empresa tiene flotillas de camiones u otra forma de distribución externa se le pondrá un lector en la zona de salida para que a la hora de salir de la empresa, pase el brazalete y salir sin la necesidad de llenar papeles.

5. De acuerdo con lo antes dicho, ¿Estaría dispuesto a comprar la innovadora tecnología para hacerlo parte de su catálogo de productos para la seguridad empresarial?

Si, la verdad es que el producto que presentan es innovador, pero lo más sorprendente es que tenga la capacidad de hacer varias funciones en un solo producto.

6. ¿Que le gustaría que tenga integrado el BRACELETKEY?

Nada hasta el momento.

Esta entrevista se realizará con el objetivo de recibir la opinión del entrevistado acerca de las quejas que reciben y que estrategias implementan para mantener satisfecho a un público tan exigente como son los clientes que visitan su negocio de cadenas hoteleras. Los encuestados serán aquellos que administran Hoteles y gerentes de áreas específicas.

Nombre: Albert Guillen (Encargado de compras)

Hotel: Embassy Suite Grupo Metro.

1. Para usted como gerente de un hotel que a pesar del tiempo se ha mantenido como uno de los mejores, en su nivel, ¿Cuales han sido los peores inconvenientes que ha tenido con sus clientes?

La verdad que pocos, sin embargo hay que mencionar entre los inconvenientes que hemos encontrados están en las tarjetas que sirven como llaves que por lo regular se bloquean por el uso de los huéspedes, algunas hasta se pierden pero por lo regular los clientes que repiten bastante a nuestro hotel ya que es un hotel muy tranquilo y para descansar, además es como una familia y el que tiene un inconveniente puede resolverlo directamente al gerente y se le soluciona al instante.

2. ¿Ha tenido quejas de parte de los huéspedes por asunto de las llaves?

Hoy en día las llaves son poco utilizadas, pero las tarjetas los problemas mas frecuentes son perdida y bloqueo de las mismas.

3. ¿Qué piensa al respecto?

Respecto a las tarjetas creo que son un buen sistema ya que es fácil de transportar.

4. La tecnología cada vez avanza más con el fin de satisfacer las necesidades de los usuarios, ¿Estaría dispuesto hacer cambio en su negocio?

Por supuesto los cambios en un negocio son necesarios, creo que hay que adaptarse a los tiempos que corren y los clientes cada vez son más exigentes con sus comodidades, gustos, etc.

5. ¿Le gustaría encontrar un método en el cual solo invierta una vez (Software), que con actualizaciones del mismo se mejore periódicamente y que el dispositivo de acceso sea un brazalete multifunción practico, cómodo y de vida útil razonable?

Personalmente creo que eso es difícil ya que las inversiones al negocio se hacen para mejorar día a día ya sean las instalaciones, materiales, utensilios, etc. Pero si es como lo plantean que con actualizaciones se mejorara que seria un éxito encontrarlo.

6. Estamos promoviendo el nuevo BRACELETKEY, dispositivo con el cual puedan guardar tanto la información personal de sus huéspedes/ visitantes y a su vez puedan abrir sus habitaciones, reservar en las distintas aéreas del complejo y localizar a sus hijos en caso de extraviarlos, pagar en los establecimientos dentro del hotel, alquilar toallas y lencería, acceder a ciertas áreas del mismo modo utilizar la información personal para ofrecerles nuevos paquetes y descuentos posteriormente. ¿Estaría dispuesto a comprar la innovadora tecnología?

Antes de comprar nada habría que ver el funcionamiento, la funcionalidad, comodidad para el cliente y para la empresa, pero por la descripción del mismo parece ser muy completo.

7. ¿Que le gustaría que tenga integrado el BRACELETKEY aparte de la función de llave? Nada aún.

ANEXO VI: SOFTWARE





Bracelet Key

[Nuevo](#)
[Consultas](#)
[Configuracion](#)
[Localizador](#)
[Recargar](#)
[Consumos](#)
[Logout](#)

Consulta de infomación

Código :
Nombres :
Apellidos :
Titular :

Seleccione la información que desea visualizar

☐ Habitación
☐ Sexo
☐ Edificio

☐ Consumido
☐ Ubicación
☐ Nombre

☐ Código
☐ Check in
☐ Check out

☐ Toallas
☐ Sala de niños

Buscar




© 2012- G&F Computer, Inc. All rights reserved.



Bracelet Key

[Nuevo](#)
[Consultas](#)
[Configuracion](#)
[Localizador](#)
[Recargar](#)
[Consumos](#)
[Logout](#)

Consumos de Brazalete

Código :
Nombres :
Apellidos :

☒ Consumido
☒ Saldo Inicial
☒ Balance Actual
☒ Nombres
☒ Apellidos

Buscar



© 2012- G&F Computer, Inc. All rights reserved.



Bracelet Key

LA SEGURIDAD ESTA EN TUS MANOS

Usuario

Contraseña

Empresa

Bavaro Princess

Ingresar





Bracelet Key

Nuevo

Consultas

Configuracion

Localizador

Recargar

Consumos

Logout

Localización de Brazaletes

Código :

Nombres :

Apellidos :

Buscar



© 2012- G&F Computer, Inc. All rights reserved.



Bracelet Key

[Nuevo](#) [Consultas](#) [Configuracion](#) [Localizador](#) [Recargar](#) [Consumos](#) [Logout](#)

Registrar Nuevo Brazaletes

Codigo :

Nombres :

Apellidos :

Edificio :

Habitacion :

Sexo :

Aplica Recarga :

Monto :

Titular :

© 2012- G&F Computer, Inc. All rights reserved.

A registration form titled "Registrar Nuevo Brazaletes" is overlaid on a background image of a beach with lounge chairs and a pergola. The form contains several input fields and dropdown menus for user information. At the bottom, there are two buttons: "Crear" and "Limpiar". The footer of the page reads "© 2012- G&F Computer, Inc. All rights reserved."



Bracelet Key

[Nuevo](#) [Consultas](#) [Configuracion](#) [Localizador](#) [Recargar](#) [Consumos](#) [Logout](#)

Recarga de Brazaletes

Código :

Nombres :

Apellidos :

Buscar



© 2012- G&F Computer, Inc. All rights reserved.



Bracelet Key

[Nuevo](#) [Consultas](#) [Configuracion](#) [Localizador](#) [Recargar](#) [Consumos](#) [Logout](#)

Consumos de Brazaletes

Código :

☒ Consumido ☒ Saldo Inicial ☒ Balance Actual ☒ Nombres ☒ Apellidos

NOMBRES :

APELLIDOS :

SALDO INICIAL :

CONSUMIDO :

SALDO ACTUAL :



© 2012- G&F Computer, Inc. All rights reserved.



Bracelet Key

[Nuevo](#) [Consultas](#) [Configuracion](#) [Localizador](#) [Recargar](#) [Consumos](#) [Logout](#)

Localización de Brazalete



Costa Caribe
Coral Hotel
Juan Dolio

Calle Principal

Calle Principal

[Ver mapa más grande](#)

© 2012- G&F Computer, Inc. All rights reserved.



Bracelet Key

[Nuevo](#) [Consultas](#) [Configuracion](#) [Localizador](#) [Recargar](#) [Consumos](#) [Logout](#)

Registrar Nuevo Brazalete

Brazalete registrado exitosamente

Codigo :

Nombres :

Apellidos :

Edificio :

Habitacion :

Sexo :

Aplica Recarga :

Monto :

Titular :

[Crear](#) [Limpiar](#)

© 2012- G&F Computer, Inc. All rights reserved.



Bracelet Key

[Nuevo](#) [Consultas](#) [Configuracion](#) [Localizador](#) [Recargar](#) [Consumos](#) [Logout](#)

Modificación de Brazalete

Código :

Buscar

Nombres :

Apellidos :

Edificio : Edificio 1

Sexo : Masculino

Aplica Recarga : Si

Habitación : 101

Titular :



© 2012- G&F Computer, Inc. All rights reserved.



Bracelet Key

[Nuevo](#) [Consultas](#) [Configuracion](#) [Localizador](#) [Recargar](#) [Consumos](#) [Logout](#)

Recarga de Brazalete

Código :

Nombres :

Apellidos :

Saldo Actual

Monto : 0

Recargar Reiniciar

Nuevo Saldo



© 2012- G&F Computer, Inc. All rights reserved.

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
Desarrollo Tecnológico Competidores Realizar más investigacion...	OK
existen empresas productoras de sistema de seguridad electróni...	OK
Encargado de Soporte Técnico: Mantiene en funcionamiento la inf...	OK
tienen sistemas establecidos que según investigaciones suelen ...	OK
Estacionalidad y asuntos climáticos Las condiciones climatológic...	OK
Alianzas estratégicas con empresas nacionales, regionales y/o in...	Possible Plagiarism
oficina principal donde se realizaran las actividades administrativ...	OK
Diseñar una estructura sistemática para satisfacer con excelencia...	OK

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
Desarrollo Tecnológico Competidores Realizar más investigaciones ...	OK
existen empresas productoras de sistema de seguridad electrónicos ...	OK
Encargado de Soporte Técnico: Mantiene en funcionamiento la infra...	OK
tienen sistemas establecidos que según investigaciones suelen ser p...	OK
Estacionalidad y asuntos climáticos Las condiciones climatológicas n...	OK
Asociaciones estratégicas con empresas nacionales, regionales y/o i...	OK
oficina principal donde se realizaran las actividades administrativas p...	OK
Diseñar una estructura sistemática para satisfacer con excelencia lo...	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)