

UNIVERSIDAD ACCIÓN PRO-EDUCACIÓN Y CULTURA

UNAPEC



DECANATO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

“Diseño De Un Plan de Negocios Para La Aplicación De Un Sistema De Validación Electrónica De Cheques En República Dominicana 2012”

Sustentantes:

Cindy Soto Acevedo 2006-1918

Eridania Ulerio Pichardo 2006-1959

Francisco Ernesto Brito Veras 2007-0356

Asesores:

Ing. Juan Enrique Rosales

Lic. Miguel Puente Leonor

Monografía para optar por el título de:

Licenciatura en Administración de Empresas

Santo Domingo, D. N., República Dominicana

Abril 2012

**“Diseño De Un Plan de Negocios Para La
Aplicación De Un Sistema De Validación
Electrónica De Cheques En República Dominicana
2012”**

INDICE

	Págs.
AGRADECIMIENTOS	1
DEDICATORIAS	7
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I. MARCO GENERAL	15
1.1. Resumen Ejecutivo.....	16
1.2. Naturaleza Del Negocio.....	17
1.3. Equipo Emprendedor.....	17
1.4. Misión.....	17
1.5. Visión.....	18
1.6. Filosofía – Valores y Cultura	18
CAPÍTULO II. ANÁLISIS DE ENTORNO	19
2.1. Regulaciones Gubernamentales y Jurídicas	20
2.2. Macro Entorno, Político, Económico, Social y Tecnológico.....	22
2.3 Tendencias.....	25
2.4 El Mercado	25
2.5 Mercado de Consumidores	26
2.6 Mercado Competidor	26
2.7 Grupos Objetivos.....	28
2.8 Perfil de Consumidores	29
2.9 Perfil de Clientes.....	30
2.10 Mercado de Proveedores	33

CAPÍTULO III. ANÁLISIS COMPARATIVO.....	35
3.1. Análisis FODA	36
3.2. Recursos y Capacidades.....	37
3.3. Factores Críticos De Éxito.....	38
3.4. Análisis PORTER	38
CAPÍTULO IV. OBJETIVOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS	40
CAPÍTULO V. ESTRATEGIAS GENERALES.....	43
5.1Estrategias de Productos y Servicios	44
5.2. Estrategia Segmento Del Mercado.....	45
5.3Estrategia deClientes	45
5.4Estrategia de Consumidores	46
5.5 Estrategia Mercado Geográfico.....	46
5.6 Nivel De Integración	47
5.7 Estrategia de Recursos y Capacidades Internas.....	48
5.8 Estrategia de Organización	52
CAPÍTULO VI. PLANES OPERATIVOS.....	53
6.1. Plan De Mercadeo.....	54
6.2. Plan De Ventas	59
6.3. Plan Organizacional	62
6.4. Plan De Investigación y Desarrollo.....	70
6.5. Plan De Operación y Logística	70
6.6. Plan De Administración y Finanzas	72
6.7 Modelo de Negocios.....	73

CAPÍTULO VII. SISTEMA SMARTCHECK	78
7.1 Definición.....	79
7.2 FuncionesSmartCheck	80
7.3 Diseño Layout SmartCheck.....	80
7.4 FuncionesBotonesSmartCheck PC	81
7.5 Requerimientos Técnicos	82
7.6 SmartChecken Equipos Móviles.....	82
7.7 Diseño SmartCheck para Móviles	84
7.8 Botones de Funciones de Smartcheck para Equipos Móviles.....	84
CAPITULO VIII. EVALUACION FINANCIERA	85
8.1 Flujos de Efectivo	86
8.2 Inversiones	87
8.3 Estrategia de Búsqueda de Financiamiento	87
8.4 Cálculos VAN, TIR, PRI SmartCheck.....	88
8.5 Conclusiones y Evaluaciones Financieras	89
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	90
ANEXOS	92
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	12

AGRADECIMIENTOS

A mis padres, Pablo Soto y Ana Celia Acevedo: Gracias por su apoyo, por brindarme lo que ustedes no tuvieron, la oportunidad de una preparación académica; por haberme inculcado aptitudes esenciales como la responsabilidad y la disciplina, cualidades que me han servido de base para llegar hasta aquí y que me acompañaran el resto de mi vida.

A mis amigos de siempre, Teófilo Roque y Lissette Bruno: Gracias por su amistad incondicional y por servirme de motivación a través de sus logros.

A mis compañeros de monográfico, Eridania Ulerio y Francisco Brito: Más que compañeros, a este punto los considero verdaderos amigos, gracias por su entrega, dedicación y responsabilidad, ha sido un placer haber formado parte de este excelente equipo.

A Coni García: Gracias por toda tu ayuda, al igual que Eridania, Francisco, eres parte integral de este proyecto; eres sinónimo de compañerismo, y en mi opinión una excelente persona y aun mejor amiga.

A los profesores, Ing. Juan Rosales y Lic. Miguel Puente: Gracias por contribuir con sus conocimientos, por compartir su vasta experiencia y por exigirnos dar siempre lo mejor.

Cindy Soto Acevedo

A mis padres: Rubén Darío Ulerio y Zoraida Pichardo Díaz, por ser el pilar que me enseñaron que la educación es mejor forma de progresar, por ser para mí, símbolos de responsabilidad, respeto, fidelidad y amor que como ser humano no pudiera pedir más; gracias por simplemente estar ahí en cada uno de mis logros y fracasos, por ser unos maravillosos padres.

A mis manitos: Massiel H. Ulerio Pichardo y Rubén Darío Pichardo por brindarme fortaleza, felicidad, comprensión y amor, gracias por todo y cada uno de esos bellos momentos que me han brindado. Los quiero muchos

A la niña de mis ojos: Haidelys Isabel Ulerio eres la alegría de mi vida, eres mi tesoro más preciado, gracias por brindarme esa sonrisa que yo necesito cada día y ser esa luz que me impulsa a mejorar diario.

A mi novio: Elin A. Encarnación Montero, por ser la persona que influye en mis decisiones, por creer en mí, por impulsarme cada día sacar lo mejor de mí, por amarme durante todo este tiempo y enseñarme que sin importar cuantas veces me cayera siempre me puede levantar y mejorar, Sin ti esta victoria no sabría igual. Te amo.

A mis compañeros de monográfico: Cindy Soto y Francisco, por ser el mejor equipo que he tenido, los mejores amigos que he querido, y por las personas que me generan una gran sonrisa en cada momento que compartimos juntos. Gracias.

A mis amigos Juana Martínez Santos, Adys Puello, Henry Dotel y Rossy Pérez, han sido personas muy especiales para mí que con su dedicación, empeño y esfuerzos me llenan de mucha felicidad.

Un agradecimiento muy especial a una persona que sin ella este trabajo no hubiese sido el mismo, sin su alegría, sin su amistad y su sabiduría **Coni García**. Lo hicimos mana.

A mis asesores: Ing. Juan Rosales y Lic. Miguel Puente por impulsarnos a mejorar nuestro potencial, por compartir sus experiencias, conocimientos con nosotros y por creer en nuestro proyecto. Además de ser excelentes maestros.

Eridania A. Ulerio Pichardo

Agradezco primero a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto de mi vida, con salud y vida y junto a un montón de personas a las cuales les tengo muchísimo aprecio.

A mis padres, Primitivo Brito y Damari Veras, gracias por brindarme su apoyo y consejos durante mi transcurso por esta vida, gracias por entregarse en cuerpo, alma y corazón para que hoy goce de una buena educación y una vida digna, sobre todo por demostrarme que no tienen un límite para hacerlo, gracias, y por mostrarme que juntos podemos sobrepasar cualquier vicisitud, gracias a ustedes soy lo que soy, Los Amo.

A mi hermana, Carol Brito, por ser siempre un ejemplo para mí, por estar siempre ahí cuando más te necesito, por ser más que hermana, una amiga, consejera, y confidente... Te amo manita.

A la persona que desde que llego mi vida, ha cambiado mi mundo, **Mi novia, Laura Cruz**, gorda gracias por estar junto a mí en los momentos más importantes de mi vida, por aguantarme cada una de mis locuras, por comprender cada uno de mis errores, por ser mi más grande motivación y motor de fuerza, créeme que sin ti mi vida no sería igual, gracias por ser parte de mi vida, sabes que este es el último paso antes de cumplir nuestro más grande anhelo... Te Amo y prometo hacerlo por el resto de mi vida, Gracias.

A mi familia, por haberme acompañado durante este proceso, gracias por todos sus consejos y por toda su preocupación durante este proceso, tengo la mejor familia.

A todos mis amigos, mis amigos de universidad, el muro inc, a mis amigos de siempre Mis Puchuchis, a mis hermanos, Pedro, Juan, Breidy, Gracias a todos y cada uno de ustedes por formar parte de mi vida.

A mis compañeros y amigos de termino, Cindy, Eridania, Coni, Henry, aunque al final nos separamos, no por nuestro gusto, siempre nos mantuvimos como un equipo, la verdad que gracias a ustedes todo resulto fácil, son el mejor equipo de trabajo, y le pido a Dios, que esto que hoy es un proyecto, mañana sea una realidad, y que podamos verla crecer juntos.

Por ultimo no menos importante, **a nuestros asesores el Ing. Juan Rosales y el Lic. Miguel Puente,** gracias por ser luz y guía durante todo este camino, por despertar grandes curiosidades en mí, sus sabios consejos estarán en mí por siempre, quiero darle un agradecimiento especial **a Miguel Puente,** porque gracias a su pasión y visión objetiva de negocio, hoy me declaro un apasionado de los negocios y el emprendimiento.

Francisco Brito Veras

DEDICATORIAS

Dedico este proyecto a mis padres, **Pablo Soto y Ana Celia Acevedo**, por los buenos valores que me traspasaron y por garantizarme el derecho a la educación.

A mis mejores amigos, **Teófilo Roque y Lissette Bruno**, por mantenerme motivada y por estar siempre a mi lado, en los buenos y malos momentos.

A mis excelentes compañeros de equipo y amigos, **Eridania Ulerio, Coni García y Francisco Brito**, por su arduo trabajo y compañerismo.

Cindy Soto Acevedo

A ti mi Dios, por ser mi fuente de vida y energía, brindarme salud y ser para mí el pilar de mi existencia, gracias por darme todo lo que tengo mi familia, mis amigos, felicidad y ser mi mejor amigo.

A mis abuelos: Elida Díaz, María Báez y José Guzmán por estar ahí siempre y cada uno de mis logros esto es para ustedes.

Eridania A. Ulerio Pichardo

Para mi madre, Damari Altagracia Veras Ortega, por ser durante una gran parte de mi vida, padre y madre a la vez, por haberme dado lo más importante, una educación y una formación de familia, porque tu principal instrumento de enseñanza siempre ha sido el amor, por fajarte cada día como nadie, para que a mi hermana y a mí no nos faltara nada, por madrugar día a día para que ese desayuno estuviese listo antes de irnos al colegio, y posteriormente a nuestros trabajos y/o universidad, sin importar si te habías acostado tarde ayudándonos con tareas, calmándonos una fiebre, o esperando que regresáramos a la casa sanos y salvo.

Mami, gracias por aguantarme cada uno de mis errores, por apoyarme en cada proyecto o camino que decido emprender, por tener el consejo preciso en el momento preciso, hoy estoy convencido que eres la única que nunca me aconsejara nada que no me convenga, entender eso me costó muchos errores y lágrimas, pero al final ya lo entiendo.

Gracias por demostrarme, que con esfuerzo, dedicación y pasión todo es posible, gracias por ser mi mayor ejemplo, gracias por guiarme durante cada camino y proceso de mi vida, por estar junto a mí en cada momento, y sin importar la dimensión de mi problema, siempre tienes una solución. Gracias por haber sacrificado tus sueños por disfrutar de los nuestros, Gracias por darme la oportunidad de ser Quien Soy, Te Amo.

Francisco Brito Veras

INTRODUCCION

Introducción

El Banco Central de la República Dominicana y la Asociación de Bancos Comerciales de la República Dominicana (ABA) se encuentran trabajando en el Proyecto de Reforma del Sistema de Pagos (SIPARD) que implica, entre otras, adaptaciones a estándares de seguridad y convenios internacionales como cambios en el formato de los cheques emitidos por personas físicas o jurídicas con cargo a cuentas en los bancos múltiples del país.

A pesar de esta y otras medidas tomadas por la Junta Monetaria Dominicana, conjuntamente con la Asociación de Bancos Comerciales de la República Dominicana, el monto de los fraudes con cheques en el país asciende alrededor de RD\$200 millones al año, de acuerdo a los reportes que tiene el Banco Central Dominicano, de ahí nace la importancia de implementar un nuevo método de validación de dicho instrumento de pago.

Los fraudes, duplicaciones y falsificaciones de este medio de pago, son parte de las grandes vulnerabilidades de los sistemas financieros de todo el mundo, donde grupos delictivos especializados y no tan especializados, aprovechan cualquier debilidad en el sistema para sacar beneficio personal.

Se estima que el fraude de talonarios de cheques a través de la técnica del borrado de la tinta provoca unas pérdidas de unos US\$815 millones de dólares anuales en el mundo. Mientras, las consecuencias del fraude en su sentido más amplio, ascienden a alrededor de US\$20.000 millones de dólares en el mundo.

Los cheques son todavía el instrumento de pago que más es usado en el país. A diario, la Cámara de Compensación del Banco Central Dominicano recibe 50,000 cheques, más los depositados en las entidades giradas.

A nivel global, actualmente no existe un sistema o método concreto que tenga como principal objetivo el control y erradicación de los fraudes cometidos con este tipo de instrumento de pago.



Capítulo I

Marco General

1.1 Resumen Ejecutivo

SmartCheck llega para ofrecer un nuevo modelo y proceso de validación de este instrumento de pago, el cual ayudara a reducir las estimaciones anuales por concepto de fraudes y falsificaciones.

Utilizando la implementación de una interface electrónica de captura de información, que estará sincronizada para transmitir dicha información a una aplicación para dispositivos móviles de tipo Smartphone, además de una plataforma de mensajería SMS para dispositivos móviles convencionales.

El nuevo sistema de validación de cheques que se propone, se implementara mediante el desarrollo de una interface base, conjuntamente con una aplicación para dispositivos móviles (Smartphone y móviles convencionales), las cuales se incorporaran a los clientes de la institución financiera que acoja este innovador y seguro sistema de validación de este instrumento de pago.

Esta interface trabajara con un sistema de captura de información de cheques o escaneo del instrumento de pago de manera conjunta, este proceso fungirá como fuente de información o alimentación para la interface.

Creemos que la implementación de un sistema de este tipo tiene gran potencial tanto en el mercado local como internacional, ya que llega como arma o escudo de protección del sistema financiero, para combatir esta problemática que crece sin control alguno y que ya consideramos el momento justo para hacerle frente.

1.2 Naturaleza del Negocio

SmartCheck es un software desarrollado bajo los más altos estándares de calidad, pensado y creado para las instituciones bancarias. El mismo está diseñado con el objetivo de servir como la herramienta perfecta para contrarrestar uno de las mayores debilidades del sistema financiero, como lo es las falsificaciones y fraudes de instrumentos de pagos, especialmente los cheques.

Nuestra empresa pertenece a la industria tecnológica permitiendo así, fomentar el desarrollo tecnológico y producir cambios significativos en la estructura económica y social, aunque está dedicada al área sistema financiera.

1.3 Equipo Emprendedor

El equipo emprendedor que conforma este plan de negocios, se caracteriza por poseer toda la energía, pasión y entrega necesaria lograr que este hoy plan de negocios, mañana sea una realidad eminente.

Todo esto bajo unas series de capacidades y valores tanto colectivos como particulares, que representaran el éxito de SmartCheck, tanto local como internacionalmente.

1.4 Misión

Constituirnos como una empresa que ofrezca productos de la más alta calidad y fidelidad, desarrollados bajo las más estrictas normas y controles de calidad, para así brindar a nuestros clientes un producto terminado que pueda satisfacer todas y cada una de sus necesidades en el área de seguridad financiera.

1.5 Vision

Ser la empresa más innovadora del mercado, ofreciendo al sistema financiero soluciones eficaces y eficientes a las problemáticas de fraudes y falsificaciones de los principales instrumentos de pago.

1.6 Filosofía- Valores y Cultura

Nuestra filosofía corporativa, estará guiada por un conjunto de valores que serán implementados en el día a día de nuestras actividades y nos servirán como trampolín que impulsara a nuestra empresa y productos a los más altos niveles internacionales, para brindar a nuestros clientes la mejor de las atenciones y soluciones. Dentro de los valores que nos representan como empresa se encuentran:

- Innovación
- Integridad
- Responsabilidad
- Ética
- Compromiso
- Pro-actividad
- Dinamismo
- Calidad Total

Capítulo II

Análisis Del Entorno

2.1. Regulaciones Gubernamentales y Jurídicas

Para la constitución de nuestra sociedad hemos decidido establecernos como una sociedad S.R.L., sociedad que ha surgido por la nueva ley de sociedades 479/08 de Sociedades comerciales y empresas individuales de responsabilidad limitada.

Aspectos Básicos:

- Nombre comercial: SmartCheck Dominicana SRL.
- Capital social autorizado: RD\$1,000,000.00
- Domicilio: Plan de negocio en desarrollo.
- Cantidad de acciones: 10,000
- Valor nominal de las acciones: 100.00
- Fecha anual del cierre contable: 31 de Diciembre

2.1.1 Requisitos legales para constitución

- Registro de nombre comercial y marca, Ley 20-00, (Propiedad Intelectual) y sus enmiendas, Oficina Nacional de la Propiedad Industrial (ONAPI).
- Registro mercantil, Ley 03-02 (Registro Mercantil), Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo, Inc. (CCPSD).
- Registro nacional de contribuyentes, Ley 227-06 (Ley General de la DGII), Dirección General de Impuestos Internos (DGII).

2.1.2 Inscripción de empleados en la Seguridad Social(TSS).

Para registrar una empresa en la Seguridad social, el propietario o representante autorizado deberá entregar personalmente en el Centro de Asistencia al empleador más cercano, las documentaciones según su caso.

Para empresas S.R.L.:

- Copia de la Tarjeta de Identificación Tributaria (RNC)
- Nómina de empleados detallando salario.
- Certificación de Inscripción emitida por la DGII, especificando el Régimen Tributario de desde cuando está registrado.
- Carta de solicitud firmada por el propietario y representante autorizado.
- Copia de la cédula de ambas personas. (Solicitante y Representante autorizado).

2.1.3 Gastos y tiempo necesario para los trámites de la constitución

- El trámite en ONAPI de la búsqueda de antecedentes de Marca cuesta RD\$389. Este proceso tarda alrededor de 4 días laborables.
- El registro formal del nombre comercial en ONAPI cuesta RD\$3,776 y tarda un promedio de 5 días laborables. Luego de esto el solicitante debe pagar RD\$971 por la publicación en un periódico del registro. La publicación se hace los días 15 y 30 de cada mes.
- Para el pago por constitución de sociedad se recurre a la DGII y se paga el 1% del capital social autorizado. En el caso de SmartCheck, S.R.L. el impuesto de RD\$10,000.
- Para el Registro mercantil se paga una tarifa por constitución de acuerdo al capital social autorizado de la sociedad. Para una empresa constituida con RD\$1,000,000.00 el impuesto es de RD\$25,000. Este trámite se realiza en la Cámara de Comercio de Santo Domingo, Inc. Y tiene un tiempo estimado de duración de 5 días laborables. Este registro mercantil es renovables cada 2 años.

- El depósito de toda la documentación antes mencionada en la sección de compañías de la DGII. Este procedimiento es gratis y tiene una duración de 2 a tres días laborables. Este proceso se puede también realizar en su oficina virtual de la DGII.
- El costo total de constitución es de RD40, 136.00 más el depósito en el banco de RD\$100,000.00 que luego es reembolsable una vez constituida la sociedad.

2.1.4 Ley monetaria y financiera 183-02

Esta ley regula todas las entidades de intermediación financiera de la República Dominicana. Así como también, los instrumentos de pago que se manejan en el país.

2.2 MacroEntorno, Social, Político, Económico y Tecnológico

La aplicación de la interface electrónica de validación de cheques para el sistema financiero en República Dominicana, estaría afectado por los siguientes factores del macro entorno:

2.2.1 Factor Social

El proyecto nace de la visión de buscar solución a una debilidad latente en el sistema financiero en República Dominicana, que abarca todos y cada uno de los extractos sociales del país.

Ya que la industria de fraudes, falsificaciones y duplicaciones de los instrumentos financieros, envuelve y afecta a cada ente que de una manera u otra sea participe del sistema financiero, ya sea como funcionario de las instituciones reguladoras del sistema financiero, empresario, empleado, cliente, proveedor, o relacionado al sistema.

La vinculación directa o indirecta con el sistema, es un factor que marca a cada individuo de la sociedad, en estos tiempos.

Por lo que los servicios y sistemas que ofrece esta empresa, se plantean con el principal objetivo de servir de ayuda a la sociedad Dominicana, a enfrentar una de las grandes debilidades del sistema financiero Dominicano que desde el punto de vista de nuestros sistemas y servicios no son más que oportunidades de mejoras.

2.2.2 Factor Político

El factor político es muy favorable en la implementación de este plan de negocios, ya que en los últimos años el estado Dominicano, bajo sus dependencias e instituciones reguladoras del Sistema Financiero Dominicano, ha trabajado por el fortalecimiento y modernización del sector, con promulgaciones de distintas regulaciones amparadas en la Ley Monetaria Dominicana.

El sistema de pago en la Republica Dominicana, está compuesto por:

- Comisión Nacional de Pagos. Presidida por el Gobernador del Banco Central de la Republica Dominicana; El Superintendente de Bancos; El Superintendente de Valores; Representantes de las Federaciones de Bancos; Representantes de la SIPARD.
- Comité Gestor del Proyecto Reforma del Sistema de Pago de Republica Dominicana.
- Equipo del Proyecto de Reforma del Sistema de Pago de Republica Dominicana.

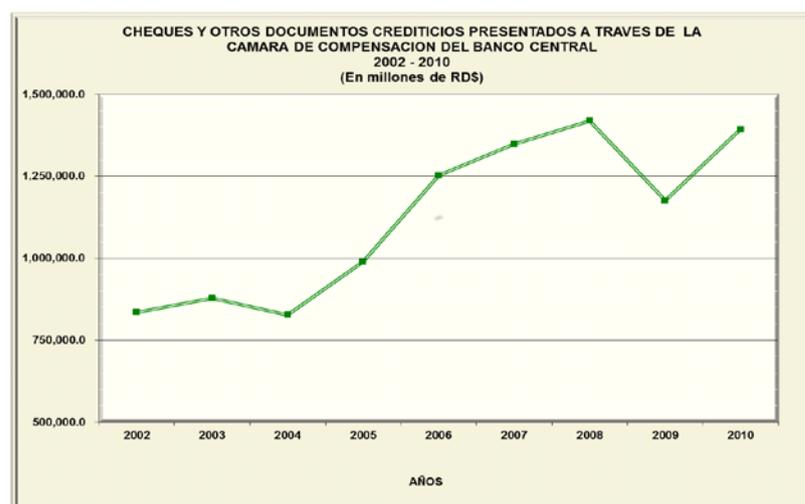
El Proyecto de Reforma del Sistema de Pagos implica, entre otras, adaptaciones a estándares de seguridad y convenios internacionales, cambios en el formato de los cheques emitidos por personas físicas o jurídicas con cargo a cuentas en los bancos múltiples del país.

Estos cambios aplicarán para el sistema financiero completo y su cumplimiento será un compromiso de todas las entidades del sistema. Por tal razón el plan de negocios que se plantea, es una iniciativa que fomentara al fortalecimiento del sistema de pagos, y servirá amparo en el éxito del proyecto de Reforma del Sistema de Pagos.

2.2.3 Factor Económico

El monto que afecta al sector financiero, por la actividad de falsificaciones y fraudes en la República Dominicana, asciende a RD\$200 millones de pesos al año, según estimaciones del Banco Central de la República Dominicana.

La cantidad de cheques presentados al cambio y compensación en el sistema de pago, es de más de 14 millones de documentos crediticios al año, y según las estadísticas estas cifras han ido en aumento los últimos diez años, y se prevé que en nuestro país esa tendencia siga en aumento durante los próximos 5 años.



2.3 Tendencias

A nivel mundial y en nuestro país, la validación y confirmación de este instrumento de pago, se ha realizado durante años de manera directa con el girador del mismo, sistema muy poco seguro. Con el desarrollo de las tecnologías de información y comunicación TIC's, consideramos que tenemos un punto a favor para el desarrollo e implementación de una sólida solución a las problemáticas de fraudes y falsificaciones de los principales instrumentos de pago.

2.4 El Mercado

Esta transformación tecnológica ha radicado en nuevas costumbres y hábitos de los consumidores ha logrado evolucionar las necesidades de las personas, no es que las mismas hayan desaparecido sino que ante el avance dinámico de la sociedad esta misma impone las nuevas reglas del desenvolvimiento humano.

Es tan fuerte esta corriente que inclusive acérrimos detractores de la nueva tecnología (por considerarla automatizada), han cedido a los métodos tradicionales y toman cursos de computación para estar al día de los últimos avances.

Según cifras del Banco Central de la Republica Dominicana y de la Asociacion de Bancos Comerciales, en nuestro pais existe actualmente una cartera de clientes con mas de 300 mil cuentas corrientes, distribuidas entre los principales Bancos Multiples del pais.

Sin duda, la cuenta corriente es el producto más tradicional de la banca. Antiguamente, poseer una cuenta corriente era sinónimo de status y de altos niveles de ingresos. Actualmente, la cuenta corriente se ha masificado en la campaña de los Bancos por ampliar su cartera de clientes.

Dentro de lo mencionado anteriormente, podemos determinar un amplio mercado para el consumo de nuestro producto ya que influirá tanto en la banca

múltiple como beneficios para el usuario de la cuenta corriente por lo tanto proporcionara una disminución significativa en la pérdida monetaria que generan los fraudes en el República Dominicana.

2.5 Mercado de Consumidores

Para muchas personas tener una cuenta corriente, es un mecanismo para "ordenar" sus propias finanzas personales. Se obligan a registrar la mayoría de los gastos efectuados (los que son pagados con cheque) e ingresos en el talonario de cheques, facilitando el control sobre el uso de sus recursos.

Mediante este sistema hemos dividido nuestros clientes en 2 grandes vertientes:

- **Clientes directos:** Son las instituciones bancarias que ofrecerán el servicio de validación de cheque permitiendo una mejoría en la disminución del fraude de cheques.
- **Clientes indirectos:** Es el titular de la cuenta corriente que aunque no perciba el servicio per se, si obtiene beneficios para sí mismo.

2.6 Mercado Competidor

Por ser una entidad tecnológica representa diversa competencia a nivel financiero pero dentro de nuestra rama como creadores de software a instituciones bancaria podemos citar a:



Fundada en 1993, CAM Informática, S. A. nació para establecer un nuevo nivel de calidad en el desarrollo de Software en la República

Dominicana. CAM se enfoca en adquirir, desarrollar y mantener los profesionales, procesos y tecnología del más alto nivel para el desarrollo de software para así asegurar un nivel de calidad de clase mundial en los productos y servicios ofrecidos. Con productos como:

EasyBank

Es una herramienta parametrizable, desarrollada en la plataforma Microsoft Visual Studio.NET, que permite realizar transacciones en línea sobre los principales conceptos financieros, ya sea directamente en las agencias o a través de cajeros automáticos.



Una compañía que brinda servicios de Consultoría Especializada en el área de Gestión de Manejo de Empleados. Más de 20 años de experiencia confirman nuestro aval en la industria.

Brindando soluciones que abarcan gestiones, como por ejemplo: El Sistema BvSoft MCS, el cual consta de los módulos de Nómina de Pago, Día a día de Recursos Humanos, Control de Entradas y Salidas (Reloj), Plan de Ahorros y Préstamos, Control de Bodegas o Almacén, Producción e Inventario.

El Sistema BvSoft SARH, es un sistema global de Administración de Recursos Humanos que incluye los módulos de: Planificación Estratégica, Planificación de Recursos Humanos, Dotación de Recursos Humanos, Capacitación y Entrenamiento, Evaluación de Personal y Auditoría de Personal.



El grupo Softland es fundado en 1982, con base en Madrid, España. Es una empresa multinacional en el área de soluciones de software para la

gestión empresarial de pequeñas, medianas y grandes empresas en Latinoamérica.

Sus productos, servicios y soporte de alta calidad, están orientados a satisfacer las necesidades locales de software empresarial de más de 35,000 clientes en 14 países de la región.



Newtech es el desarrollador más grande de software y BPO más respetados en la República Dominicana. Ofrecen a sus clientes resultados de alta calidad y ayudarles a hacer su vida más fácil.

Newtech trabaja en estrecha colaboración con los clientes que valoran la capacidad, es un socio estratégico para ayudar a hacer crecer el negocio. Aportamos una visión añadiendo, experiencia, conocimiento e innovación a nuestros clientes a seguir para dirigir y ampliar nuestros servicios a la región.

2.7 Grupos Objetivos

El grupo objetivo o blanco de público del proyecto serán todas las instituciones dentro de la banca múltiple del Sistema Financiero Dominicano, que son aquellas entidades que pueden captar depósitos del público de inmediata exigibilidad, a la vista o en cuenta corriente, y realizar todo tipo de operaciones incluidas dentro del catálogo general de actividades establecido en el Artículo 40 de la Ley Monetaria y Financiera.

Las instituciones que están dentro del renglón de banca múltiple en nuestro país son las siguientes:

Bancos Múltiples en la Republica Dominicana

- Banco de Reservas de la República Dominicana
- The Bank of Nova Scotia - Sucursal en la República Dominicana
- CITIBANK, N. A. - Sucursal en la República Dominicana
- Banco Popular Dominicano, C. por A.- Banco Múltiple
- Banco Dominicano del Progreso, S.A.- Banco Múltiple
- Banco BHD, S.A.-Banco Múltiple
- Banco Múltiple Santa Cruz, S.A.
- Banco Múltiple Caribe Internacional, S.A.
- Banco Múltiple BDI, S.A.
- Banco Múltiple León, S.A.
- Banco Múltiple Vimenca, S. A.
- Banco Múltiple López de Haro, S. A.
- Banco Múltiple de las Américas, S. A
- Banco Múltiple Promerica de la República Dominicana, C. por A.
- Banesco Banco Múltiple, S. A

2.8 Perfil de Consumidores

Los clientes de las instituciones bancarias, que tengan la necesidad de asegurar las transacciones y operaciones en las cuales utilicen el cheque como instrumento o medio de pago, para así prevenir posibles situaciones de fraudes o falsificaciones que les provoquen pérdidas potenciales.

Generalmente los clientes con cuentas corrientes buscan:

- Acceso a chequera, y por lo tanto a contar con el cheque como medio de pago.
- Depósito de su dinero. Podrá depositar dinero en efectivo o cheques de terceros en su cuenta.

- Tarjeta Chequera Electrónica: Con ella puede hacer giros desde cajero automático, también funciona como tarjeta de débito para ser usada en el comercio.
- Línea de crédito. Posibilidad de disponer de un monto fijo adicional al que dispone en su cuenta corriente, lo que le permite cubrir sobregiros.
- Tarjetas de crédito. Es habitual que al cuentacorrentista el banco le ofrezca tarjetas de crédito sin costo de mantención (al menos el primer año).
- PAC. Pago automático de cuentas. Al contratar este mecanismo el banco le descontará directamente de su cuenta corriente los fondos para pagar las cuentas de diversos servicios básicos como teléfono, electricidad, gas, si es que estas empresas tienen convenios con su banco.
- Operaciones en Internet. Hoy en día la banca ha introducido numerosos servicios por la web, por lo que podrá realizar diversas operaciones sólo con conectarse a su computadora.

2.9 Perfil de Clientes

Los principales indicadores financieros muestran que la República Dominicana cuenta con un sistema financiero estable, caracterizado por una sólida posición patrimonial que ha venido respaldando el constante crecimiento de sus activos.

De acuerdo con el comportamiento mostrado por la economía y conforme al cumplimiento por parte de dichos intermediarios de las normativas vigentes, las cuales han sido formuladas tomando como referencia los estándares internacionales. El sistema bancario del país está conformado de la manera siguiente:

- Tipos de Entidades
- Bancos Múltiples

- Bancos de Ahorros y Créditos
- Asociación De Ahorros y Prestamos
- Corporaciones De Créditos
- Agentes De Remesas y Cambio
- Agentes De Cambio
- Bancos De Fomento Del Estados

Según se describe anteriormente; los bancos múltiples, tienen una participación de un 81.5%, las asociaciones de ahorros y préstamos, entidades mutuales, con un 13.0% y el restante 5.5 % corresponde a otras instituciones financieras, entre las que se destacan los bancos de ahorro y crédito y los bancos de fomento del Estado.

El número de entidades financieras se ha reducido considerablemente como resultado de las medidas de reforma implementadas por las autoridades monetarias, con el propósito de sanear el sistema y diversificar sus servicios en aras de que sean más competitivas.

2.9.1 Estructura del Sistema Financiero Dominicano

- Junta Monetaria
- Banco Central
- Superintendencia de Bancos
- Bancos Múltiples
- Bancos de Ahorros y Créditos
- Asociación de Ahorros y Prestamos
- Corporaciones de Créditos
- Agentes de Remesas y Cambio
- Agentes de Cambio
- Bancos de Fomento del Estado

En el año 1947 se produce en el país una verdadera transformación del sistema financiero; se crea la Unidad Monetaria Dominicana, el Banco Central y

la Superintendencia de Bancos, esta última bajo la Ley No. 1530 del 9 de octubre del 1947.

Dicha Ley fue modificada y sustituida por la Ley General de Bancos No. 708, del 14 de abril del 1965, donde se ponen a cargo del Superintendente de Bancos la aplicación y administración del régimen legal de los bancos.

La Ley No.708 fue modificada y sustituida por la Ley 183-02 del 21 de noviembre de 2002, por la Junta Monetaria para adecuarla a las necesidades y requerimientos de estos tiempos.

El Banco Central de la República Dominicana fue creado el 9 de octubre de 1947, de conformidad con la Ley Orgánica No.1529, e inició sus operaciones el 23 de octubre del mismo año, instituyéndose como una entidad descentralizada y autónoma. En la actualidad se rige por la Ley No. 183-02, del 21 de Noviembre del 2002.

El órgano superior del Banco Central y la Superintendencia de Bancos es la Junta Monetaria, integrada por los siguientes diez miembros que designa el Poder Ejecutivo: a) el Gobernador del Banco Central, quien la preside; b) dos miembros ex-oficio, que son el Secretario de Estado de Finanzas y el Secretario de Estado de Industria y Comercio, c) siete miembros titulares con sus respectivos suplentes, de reconocida probidad, experiencia y conocimientos en materia monetaria, bancaria y económica, así como con experiencia en asuntos relacionados con la producción nacional.

La Junta Monetaria es el organismo autorizado por la Constitución de la República para regular en materia monetaria, crediticia y cambiaria.

2.10 Mercado de Proveedores

2.10.1 Proveedores de Hardware:



Desde 1972, MagTek ha sido un fabricante líder de dispositivos y sistemas electrónicos para la emisión confiable, la lectura, transmisión y seguridad de las tarjetas, cheques, PINs y otros documentos de identificación.

Liderando con la innovación y la excelencia en ingeniería, MagTek es conocida por la calidad y la fiabilidad de sus productos. Sus productos incluyen seguro autenticadores y lectores de tarjetas, escáneres de cheques, PIN pads y distribuyen sistemas de emisión de credenciales.

Estos productos se utilizan en todo el mundo por las instituciones financieras, minoristas, hoteles, agencias de aplicación de la ley y otras organizaciones para proporcionar el pago electrónico seguro, eficiente y las operaciones de identificación.

Producto: ImageSafe (Compacto, Seguro de Gran valor)

El ImageSafe de usos múltiples es un escáner lector de cheques compactos y de doble cara que ofrece una alternativa rentable para implementar aplicaciones basadas en PC cheque electrónico.

Ideal para usar con Check 21, BOC, y la captura de depósitos remotos aplicaciones, ImageSafe también permite asegurar las transacciones basadas en tarjetas de pago con sus MagneSafe™

Integrado autenticador lector de tarjetas de seguro que encripta los datos de la tarjeta en el punto de golpe.

El dispositivo flexible también puede ser utilizado con una tarjeta de identificación de una fuerte autenticación de dos factores en transacciones financieras en línea.



2.10.2 Proveedores de Software

Se utilizara un personal de desarrollo de software, experto básicamente en desarrollo de software en lenguaje de equipos móviles tales como: iOS, Android y Blackberry OS y dominio de lenguajes de programación como: C+, y Java. Que son esencialmente las plataformas donde implementaremos nuestros productos y aplicaciones esenciales.

A los mismos se les integrara al departamento de desarrollo y tecnología del proyecto. Y recibirán un plan de bonos especiales durante el desarrollo del proyecto, como compensación por el desarrollo del software.



Capítulo III

Análisis Comparativo

3.1 Análisis FODA

Fortalezas

1. Personal capacitado y especializado.
2. Viabilidad comercial.
3. Innovación tecnológica.
4. Posibilidad de ampliar rápidamente el catálogo de producto.
5. Expandirnos a otros países.
6. Tecnología y producto bajo patente.
7. Bajos costos de implementación.

Oportunidades

1. Segmento no explorado.
2. Mercado de gran crecimiento.
3. Industria estable.
4. Necesidad de nuestro producto.
5. Apoyo estatal.
6. Disminución de riesgo de fraude.

Debilidades

1. No tiene acceso a toda la población.
2. Recursos financieros limitados.
3. Línea de producto limitada.
4. Producto nuevo en el mercado.
5. Imagen débil en el mercado.

Amenazas

1. Introducción de nuevas competencia.
2. Cambios de legislación.
3. Rechazo por instituciones financieras.
4. Merma en la circulación de cheques.

3.2 Recursos y Capacidades

Como empresa de desarrollo tecnológico que se encuentra en un mercado con diversas alternativas tecnológicas a nuestros productos, como pudiera ser: CAM Informática S. A, Newtech, poseemos recursos y capacidades necesarias para contrarrestar las necesidades de nuestros clientes de forma óptima, conociendo aquellos recursos con los que contamos y que permitan una auto mejoría continua de nuestros productos. Dentro de los recursos y capacidades se encuentran los siguientes:

Recursos/ Capacidades	Alto	Medio	Bajo
Ubicación Estratégica		x	
Calidad en el producto y/o servicios	X		
Diferenciación del producto y/o Servicio	X		
Precios Competitivos	X		
Capacidad de Ventas	X		
Capacidad de Innovación	X		
Recursos Tecnológicos	X		
Recursos Financiero			x
Inversión inicial y Capital de trabajo			x
Estrategia de Marketing	X		

Capital Humano	x		
Managment	x		
Dirección Estratégica	x		

3.3 Factores Críticos de Éxito

Es necesaria su determinación antes de realizar el planteamiento de estrategias porque contribuirá de forma directa con la creación de las estrategias que permitan dar paso a la ejecución de este proyecto.

- Excelencia en la calidad de los productos y servicios
- Personal especializado con alto nivel motivacional
- Sólida plataforma de soporte técnico.

3.4 Análisis Porter

Mediante el análisis competitivo de PORTER podremos analizar la situación competitiva de SmartCheck dentro de su sector de actividad, el cual no es amplio en nuestro país, lo que nos permitirá profundizar en este mercado previendo las amenazas indirectas como las directas. Además, nos permitirá tener un concepto más definido para implementar estrategias tanto competitivas como de introducción.

3.4.1 Rivalidad entre los Competidores

El grado de rivalidad es relativamente bajo, debido a que las empresas de desarrollo tecnológico establecidas en nuestro país, no desarrollan sistemas de prevención de riesgos financieros.

Sin embargo, existen algunas compañías de desarrollo tecnológico, que tienen una gran incidencia dentro del mercado, por su vasta experiencia y trayectoria, y que podría ser un factor de rivalidad considerable.

3.4.2 Amenazas de Productos Sustitutos

Ante la posible aparición de empresas que ofrezcan servicios sustitutos, nuestra empresa tiene que defenderse. La aparición de productos sustitutos es una realidad, que pueden llegar a reducir la rentabilidad del proyecto.

Para evitar esto SmartCheck deberá soportarse con solidas campañas publicitarias que denoten que es único en su clase. Además, deberá tener un sello que sea interpretado por los clientes como símbolo de calidad. Como también, una serie de innovaciones que ayuden a aumentar el campo de acción de nuestros productos y servicios, para así lograr una distinción única en el mercado.

3.4.3 Poder de Negociación con los Proveedores

El poder de los proveedores será un factor determinante. A pesar de que nuestro principal componente son programas de software y estos no poseen un (producto) sustituto, pero también tendremos componentes tangibles, como, los escáneres, los cuales representan un gran porcentaje de la inversión de nuestro proyecto, por lo que los márgenes de negociación para este componente, será un punto crucial de nuestro proyecto.

Capítulo IV

Objetivos Cuantitativos y Cualitativos

4.1 Objetivos Cuantitativos

- El Sistema Financiero Dominicano, cuenta con un total de 734 sucursales, para la banca múltiple. Por lo que pretendemos lograr un total de 74 sucursales para un 10% en nuestro primer año de operaciones, y aumentar la participación un 10% anualmente.

- Capturar en nuestro primer año de operaciones, el 10% del total de cheques presentados al cobro en el Sistema Financiero Dominicano, y aumentar un 10% anualmente.

- Lograr un 15% del universo de aparatos móviles SmartPhones y aparatos móviles convencionales que existen actualmente en nuestro país.

Total De Oficinas Sistema Financiero Dominican				
	734			
Demanda	2012	2013	2014	TOTALES
Paquetes de implementacion por oficina/por ano	73	66	59	199
Porcentaje Por Periodo	10%	10%	10%	
Promedio Total de Cheques Capturados	14046127			
Promedio de Captura de cheques por ano	1404613	2809225	4213838	8427676
Promedio de Captura Mensual	117051	234102	351153	
Porcentaje Por Periodo	10%	20%	30%	
Total De Lineas Moviles	120000			
Promedio de Descargas de Aplicaciones Moviles	18000	30000	42000	90000
Promedio de Descargas Mensuales	1500	2500	3500	
Porcentaje Por Periodo	15%	25%	35%	
Precios				
Paquete de Implementacion	RD\$ 150,000.00			
Captura de cheque por cheque	RD\$ 5.00			
Descarga de aplicacion	RD\$ 38.00			

4.2 ObjetivosCualitativos

- Lograr la participación en el mercado de 10% durante el primer año en cada uno de nuestros renglones.
- Obtener un alto nivel de posicionamiento en la aceptación de nuestros clientes.

Capítulo V

Estrategias Generales

5.1 Estrategias de Productos y Servicios

Nuestros productos deben ofrecer a nuestros clientes el más alto grado de calidad y generar confianza de los mismos al momento de decidirse aplicar una de nuestras propuestas.

Según las informaciones obtenidas mediante investigaciones de mercado, la inseguridad y la falta de alternativas fiables en materia de seguridad financiera, es una de las grandes debilidades del sistema financiero dominicano. Pero nuestra empresa llega para demostrar que esas debilidades, son en realidad oportunidades de mejora, gracias a nuestros productos.

5.1.1 Portafolio de Productos

Inicialmente la empresa emprenderá sus operaciones, con la propuesta de un producto único en el mercado, como lo es SmartCheck.

La visión de la empresa es incrementar el portafolio de productos estándares, en la medida que se vayan detectando otras oportunidades de mejora del sistema financiero.

No obstante, la empresa fungirá de asesora en materia de seguridad financiera para las distintas instituciones que componen este sector en República Dominicana, para así servir como el soporte ideal cuando se presente la necesidad de evaluar procesos y sistemas de operación financiera.

5.2 Estrategia Segmento de Mercado

La empresa planifica abarcar en un inicio todas las instituciones que abarcan la banca múltiple dentro del sistema financiero dominicano, de manera exitosa.

Se destaca la banca múltiple, porque es el renglón del sistema que tiene la facultad de captar depósitos a la vista, de ahorros, y certificados a plazos, además de la colocación de recursos mediante productos crediticios. Es decir, todas las operaciones comerciales de la banca, ya que el producto estará enfocado a la validación de cheques este debe ser el nicho objetivo de la empresa.

Para resaltar la participación de este sector en la economía República Dominicana.

Comportamiento dinámico Sectores República Dominicana	%
Sectores de mayor Crecimiento	
Servicios de intermediación financiera	25.60%
Comunicaciones	14.90%
Comercio	13.90%
Fuente: Banco Central de la República Dominicana, Año 2010	

5.3 Estrategia de Clientes

La empresa realizara diversos levantamientos de información, en todas las instituciones financieras de la banca múltiple, con el fin de determinar las capacidades reales de las mismas, ya que no todos nuestros potenciales clientes poseen la plataforma tecnológica y de procesos necesaria para el debido funcionamiento de SmartCheck, esto nos ayudara a diseñar la mejor estrategia para cada cliente.

Estas informaciones serán claves al momento de diseñar una estrategia para ofrecer nuestros productos, porque mediante las mismas determinaremos la dimensión que se debe implementar en cada institución.

Dentro de estas informaciones, podemos citar:

- Participación del mercado.
- Flujo de operaciones.
- Tamaño de cartera de clientes.
- Cantidad de oficinas.
- Cantidad de empleados o módulos de caja.
- Vulnerabilidad en los sistemas.
- Capacidades tecnológicas.
- Interconexión de sistemas de información.

5.4 Estrategia de Consumidores

El universo de consumidores del proyecto SmartCheck, está conformado por la cartera de clientes con cuentas corrientes de toda la banca múltiple, los cuales según las investigaciones de mercado realizadas por nuestro equipo, considera que un proyecto de este tipo sería de gran beneficio, ya que la inseguridad y la desconfianza que atraviesan, con el manejo de sus cuentas es muy alta.

5.5 Estrategia de Mercado Geográfico

La empresa abarcará cualquier punto del país, donde se encuentre alguna sucursal de alguno de nuestros potenciales clientes.

- **Banco Popular:** Actualmente cuenta con un número aproximado de 195 oficinas y 650 cajeros automáticos.
- **Banco de Reservas:** Posee alrededor de 145 sucursales diseminadas en distintos puntos del país y más de 400 cajeros automáticos.
- **Banco León:** Cuenta con 75 sucursales y 160 cajeros automáticos.

- **Banco BHD:** En la actualidad cuenta con la cantidad aproximada de 95 oficinas y 190 cajeros automáticos.
- **Banco del Progreso:** Cuenta con aproximadamente 60 sucursales y 125 cajeros distribuidos tanto en la capital como en el interior del país.
- **Banco Caribe:** Cuenta con unas 44 sucursales y 55 cajeros automáticos.
- **Banco BDI:** Cuenta con siete sucursales a nivel nacional.
- **Banco VIMENCA:** Tiene un total de seis sucursales en todo el país.
- **Banco Santacruz:** En la actualidad cuenta con aproximadamente 12 sucursales y 20 cajeros a nivel nacional.
- **Banco López de Haro:** Cuenta con seis sucursales y 10 cajeros automáticos.
- **Bancamerica:** Dispone de 8 sucursales alrededor de distintos puntos del país.
- **Banco Promerica:** Consta de 11 sucursales y 15 Cajeros automáticos.
- **Banco ScotiaBank:** Cuenta de 60 sucursales y más de 110 cajeros automáticos.
- **Citibank:** Dispone de 5 Sucursales, aunque solos 2 son de negocios al público.

Según estos datos, la banca múltiple dominicana dispone de más de 700 sucursales diseminadas en distintos puntos de todo el país, por lo que nuestro proyecto pretende abarcar cada punto geográfico donde nuestros clientes consideren necesario implementar nuestras soluciones.

5.6 Nivel de Integración

El nivel de integración que contemplará la empresa es vertical, pues de acuerdo se vaya desarrollando, se integraran nuevas empresas del sector financiero a su cartera de clientes, además de que integrara empresas de desarrollo tecnológico que ofrezcan alguna ventaja competitiva al proyecto.

5.7 Estrategia de Recursos y Capacidades Internas

Mediante una correcta planeación de estratégica de nuestros recursos y capacidades nos permitirá como empresa consolidarnos como una solución sólida y confiable dentro del mercado de desarrollo tecnológico, obteniendo ventajas competitivas dentro del sector.

5.7.1 Recursos Humanos

Dentro de la capacidad de recursos humanos se plantea una consistencia en la calidad del servicio brindado, mediante un capacitado y motivado talento humano, obteniendo así resultados de primera calidad con miras a satisfacer las principales necesidades de nuestros clientes.

Dentro de las estrategias de recursos humanos podría ser implementada en nuestro proyecto se encuentran:

- Integrar las estrategias de recursos humanos con las estrategias generales y de desempeño operacional, para afrontar totalmente las necesidades de desarrollo de la fuerza de trabajo.
- Involucrar en los objetivos corporativos, a todos los empleados indistintamente de su nivel o la función desempeñada.
- Utilizar con eficiencia los sistemas de sugerencias y de reconocimientos para promover la participación y motivar a los empleados.
- Propiciar un correcto ambiente de trabajo en equipo en toda la organización. Los equipos alientan un flujo libre de la participación y de la interacción entre sus miembros.
- Otorgar autoridad a los individuos y equipos para tomar decisiones que afectan la calidad y la satisfacción del cliente.
- Hacer amplias inversiones en Capacitación y educación con la finalidad de una mejora continua.

- Mantener un entorno de trabajo que conduzca al bienestar y crecimiento de todos los empleados.
- Utilizar nuevas técnicas de motivación mediante el uso de nuevos programas de capacitación y educación continua.
- Vigilar la eficacia de las prácticas de recursos humanos y medir la satisfacción del empleado como un medio de mejora continua.
- Motivar a los empleados a través de incentivos.

5.7.2 Recursos Financieros

Nuestra estrategia a implementar como parte de proceso de desarrollo de nuestro proyecto, tiene como objetivo, definir la obtención de recursos financieros capaces de abarcar las necesidades que presenta nuestro plan de negocio.

A partir de la búsqueda de oportunidades de financiamiento por parte de inversionistas. A los cuales pretendemos, otorgarles un 75% de la participación del proyecto, con una misma proporción de inversión y distribución de utilidades, pero dejando la administración del proyecto en las manos del equipo emprendedor.

5.7.3 Recursos Tecnológicos

Esta estrategia permitirá el buen uso de los recursos tecnológicos el cual nos servirá de plataforma para optimizar procesos, tiempos, recursos humanos; agilizando el trabajo y tiempos de respuesta que finalmente impactan en la productividad y al consumidor final.

Dentro de los recursos específicos se incluyen herramientas, equipos, máquinas, dispositivos y software específicos necesarios para lograr el propósito técnico establecido.

Considerando estos recursos como claves para nuestro proyecto nos permitirá:

- Agilizar la comunicación interpersonal.
- Monitoreo de los sistemas.
- Por la rapidez y facilidades que nos brindan.
- Para dar agilidad a los procesos.

5.7.4 Capacidad de Marketing

A partir de la estrategia para capacidad de marketing será utilizada para incrementar nuestra fluctuación en el mercado debemos contar con planes tácticos que permitan suplir la necesidad de nuestro blanco de público, permitiéndonos así, aumentar las oportunidades de nuestra empresa y a la misma vez ser una nueva ventaja competitiva en la industria.

Dentro de algunos puntos claves se encuentran:

- La diferenciación del producto.
- Buscar participación en el Mercado.
- Productividad a través de los costos.
- Mejorar la seguridad.
- Las actividades de logística y distribución.
- Comunicación y Servicio al Cliente.
- Asistencia técnica.

5.7.5 Capacidad de Management

Esta estrategia consistirá en el establecimiento de las técnicas combinadas de organización y administración de una empresa, que permitan la ejecución y el funcionamiento de una organización cuyo objetivo será mejorar la eficiencia a través de la gestión sistemática de los procesos de negocio, mediante su continuo diseño, automatización, integración, monitoreo y optimización.

Básicamente lograremos a partir del management hacer que las personas puedan ser capaces de desarrollar una acción conjunta al darles objetivos comunes, la estructura correcta y el continuo adiestramiento, desarrollo que precisan para alcanzar resultados y enfrentar el cambio.

Dentro de las estrategias a implementar:

- Comunicación eficaz.
- Involucrar al personal y motivarlos.
- Suministrar capacitación.
- Suministrar retroalimentación.
- Establecer sistema de retribución.
- Evaluación y monitoreo.

5.7.6 Capacidad de Calidad

La capacidad de calidad para nosotros es un factor crucial en nuestra estrategia general, ya que la misma afecta a la satisfacción de los clientes, la imagen de la marca, credibilidad en el mercado, diferenciación, y por ende la rentabilidad del proyecto, por lo que proponemos:

- Planificación de gestión de la calidad en nuestros productos y servicios.
- Control de la gestión de la calidad.
- Mejora continua de gestión de la calidad.
- Implementación de una correcta política cero errores.

5.8 Estrategia de Organización

La capacidad de organización permitirá que los recursos, conocimientos y los procesos que empleen el potencial que poseemos para desempeñarse bien a fin de obtener los resultados deseados y satisfacer la necesidades de nuestros clientes y consumidores.

Componentes de la capacidad organizacional:

- Expectativas y estrategias.
- Desarrollo e impacto del programa de operaciones internas y gestión.
- Relaciones estratégicas entre el personal y clientes.
- Infraestructura: la tecnología y los recursos financieros.
- Liderazgo estratégico.
- Manejo de programas y procesos.

Capítulo VI

Planes Operativos

6.1 Plan de Mercadeo

Nuestro objetivo Principal será delinear estrategias que permitan la penetración en el mercado para conseguir mejores resultados e incrementar los volúmenes de ventas en nuestro nicho de mercado con los productos y servicios creados.

Para ello utilizaremos las siguientes herramientas: precios muy asequibles y llamativos para que los clientes incorporen el servicio en su catalogo de ofertas y los usuarios puedan acceder a este, visitas a empresas y medios de comunicación masiva para los dos primeros meses del lanzamiento del producto, entre otras. A través de este plan estudiaremos el desarrollo y ampliación del mercado.

Buscaremos el posicionamiento estratégico como una ventaja competitiva sostenible a través de distintas actividades como: nuevas aplicaciones o usos para los productos y/o servicios con los que cuenta la empresa. Además, se analizara el lanzamiento de nuevos productos y/o Servicio que supongan mejoras para nuestro mercado actual.

6.1.2 Mercado Objetivo

Nuestro mercado objetivo estará conformado por todas las instituciones de la banca múltiple, que están dentro del Sistema Financiero Dominicano, las cuales suman un total de quince instituciones financieras, que serán nuestros quince principales clientes, pero que a su vez distribuirán nuestro producto a toda sus carteras de clientes, que representaran los consumidores finales del producto.

Tendremos como objetivos en ventas para los próximos 3 años los siguientes:

Años	Mercado total en RD\$	% Crecimiento	Objetivo de participación	Pronósticos estimados	Incremento en ventas	%
Año 0	1,404,613		10%	140,461		
Año 1	2,809,225	10%	20%	561,845	421,384	75%
Año 2	4,213,838	10%	30%	1,264,151	702,306	56%
Año 3	5,618,451	10%	40%	2,247,380	983,229	44%
Total	14,046,127	10%	25%	4,213,838	2,106,919	58%

6.1.3 Estrategia Competitiva

La estrategia a utilizar será la especialización en producto ya que estaremos sirviendo pocas necesidades a diversos clientes con amplia aceptación.

6.1.4 Ventajas Competitivas

Obtendremos un impacto de gran magnitud dentro de nuestro mercado objetivo, así como también dentro de la sociedad. Por lo tanto contamos con las siguientes ventajas competitivas:

- **Producto Único:** es un producto que está enfocado a un área del sistema financiero, en la cual no ha sido desarrollado ningún otro producto de su tipo.

6.1.5 Estrategia de Posicionamiento

Nuestro producto, contara con un esfuerzo mutuo entre nuestro equipo, como también con cada uno de los equipos que conformen el proyecto dentro de cada institución financiera, que permitan estar actualizado en todo momento y preparados para cualquier cambio en el entorno, que pudiese afectar a nuestra empresa permitiendo mejor control en nuestras operaciones.

6.1.6 Estrategia de Precios

Al fijar estrategias de precios como parte de una ventaja competitiva de nuestro producto y de cómo afectaría nuestro posicionamiento en el mercado, consideramos que la estrategia para la colocación de precios será basada en el siguiente aspecto:

Dentro de un marco de fijación de precios básico a largo plazo se establecerá un precio inicial para nuestro producto y se realizara un prorrateo de precios a lo largo del ciclo de vida del producto.

Por tal razón, haremos uso de estrategia para la fijación de precios descremado, ya que como nuestro producto es nuevo en el mercado nos permitirá optar por precios inicial elevado a un producto nuevo, para que sea adquirido por aquellos compradores que realmente desean el producto y tienen la capacidad económica para hacerlo.

Esta estrategia permitirá capturar un nivel más alto del mercado ya que se tomara en cuenta bajo cierto entorno, como la introducción del mercado, la calidad e imagen del producto por último, los posibles competidores no deben poder ingresar fácilmente al mercado. Nuestro precio inicial será de:

El paquete de implementación es de RD\$ 175,000.00, adicional a la captura de por cheque de RD\$ 2.00 cada unidad.

Costo por descarga de la aplicación móvil de RD\$ 38.00. Permitiendo así, una optimización de nuestro producto en el mercado objetivo.

6.1.7 Estrategia de Información del Mercado

Somos una empresa a la vanguardia tecnológica y por eso debe estar pendiente de lo que el mercado requiere y de cómo suplirlo. Para ello contamos con nuestro departamento de investigación y desarrollo, mediante el cual tendrá en cuenta los siguientes métodos:

- Observación y monitoreo constante.
- Investigación de mercadeo anual.
- Reuniones con el personal de forma constante.
- Sistema Feedback de la situación del sistema financiero en general.

6.1.8 Estrategia de Comunicación

Nuestro programa de comunicación estará respaldado por el uso de varios instrumentos para el cumplimiento de metas y objetivos de la comunicación de marketing tales como:

➤ Venta Personal

Con el propósito de hacer ventas y de desarrollar relaciones con los clientes se realizarán: presentaciones de ventas, programas de incentivos a empleados.

➤ **Promoción de Ventas**

Con el propósito de para fomentar la compra o la venta de un producto o servicio corto plazo se hará uso de: demostraciones para empresas interesadas, anuncios en revista mercado.

➤ **Relaciones Públicas**

Permitirá la obtención de una publicidad favorable, la creación de una imagen corporativa positiva y el manejo o la eliminación de rumores, historias eventos desfavorables a través de un equipo especializado en esta área.

6.1.9 Estrategia de Marca



Nuestro nombre nos representa y lo reflejamos el servicio que ofrecemos, la calidad del producto, alta calidad que ofrecemos, es por eso que hacemos uso de la misma en toda situación para despertar entusiasmo, dinamismo, lealtad y posicionamiento en la mente de nuestros clientes.

Nuestro logo es una bombilla porque brindamos soluciones eficientes a nuestro mercado objetivo. Utilizamos en nuestro color representativo el azul porque indica tranquilidad, seguridad y satisfacción, es lo que queremos que nuestro clientes perciban.

6.1.10 Estrategia de Promoción y Publicidad

6.1.10.1 Estrategia Web

Crearemos una página web que cumpla con los objetivos del negocio, posicionando la imagen de la empresa, el producto y nuestros servicios en la mente del consumidor, que sirva de canal informativo del producto, de contacto con nosotros de forma rápida y efectiva.

6.1.10.2 Plan de Marketing por Canal

- Canal venta directa
- Auspicios de reuniones importantes donde se pueda mostrar nuestros productos y/o Servicios.

6.1.10.3 Estrategia de Servicio

- Asesoramiento personalizado a nuestros clientes.
- Servicio puntual y entregado al cliente.

6.2 Plan de Ventas

6.2.1 Estrategia de Ventas

Nuestra estrategia de ventas estará enfocada en 15 principales instituciones de la banca múltiple, que están dentro del Sistema Financiero Dominicano, pero ellos a su vez distribuirán nuestro producto a todas sus carteras de clientes, que representaran los consumidores finales del producto.

En principio nuestro lugar de operación será la zona metropolitana de Santo Domingo, después de lograr los resultados esperados en esta, se estudiara la posibilidad de expandir nuestros servicios a otras áreas geográficas del país. Para lo cual emplearemos las siguientes estrategias que permitan el mejoramiento de los procesos para la maximización de los resultados.

➤ **Brindar servicios adicionales gratuitos**

Como estrategia de venta también podríamos optar por brindar servicios adicionales gratuitos tales como la entrega del producto a domicilio, la instalación del producto, el servicio de mantenimiento y asesoría.

➤ **Uso de redes sociales**

Como estrategia de ventas también podríamos optar por usar las redes sociales tales como: Facebook, pagina web para que nos nuestros clientes visualicen nuestro portafolio de productos y servicio.

➤ **Búsqueda de referidos**

Consistiría en buscar referidos, es decir, clientes que nos recomienden con otros consumidores, o que nos ayuden a conseguir nuevos clientes. Para ello, podríamos incentivar a nuestros clientes ofreciéndoles descuentos especiales si nos llegan a conseguir otros clientes.

➤ **Aumentar la variedad de productos**

Una estrategia para aumentar las ventas consiste en aumentar la variedad de los productos ofrecidos, para lo cual podemos aumentar los tipos o clases de productos que vendemos.

➤ **Aumentar los servicios ofrecidos**

Así como podemos aumentar la variedad de productos, también podemos optar por brindar nuevos servicios que sean adicionales al producto; por ejemplo, podemos incluir el servicio de instalación, el servicio de mantenimiento, entregar gratuitamente el producto a domicilio, entre otras.

6.2.2 Sistema de Ventas

En primera instancia, nuestro equipo de ventas visitara las distintas instituciones bancarias para presentarles nuestro servicio, así como sus ventajas y beneficios.

Se identificara los potenciales clientes y nos apoyaremos en las informaciones que ofrece el Banco Central acerca del sector financiero, específicamente de la banca múltiple y la información recolectada por nuestro equipo de vendedores.

En cuanto el cliente complete su solicitud de servicio se le realizara una evaluación personalizada de su actual método de validación de cheques, de donde realizaremos un diagnostico con las recomendaciones y plan de validación que más se ajuste a sus necesidades.

6.2.3 Equipo de Ventas

Nuestro personal de ventas deberá tener capacidad de trabajar en equipo, tener buenas relaciones humanas, actitud proactiva y sobre todo conocimientos y experiencia en el área de ventas.

El proyecto será promocionado, dado a conocer y vendido por cualquiera de los líderes del proyecto. Para así asegurar la correcta difusión de toda la información y datos concerniente al SmartCheck.

6.2.4 Proyecciones de Ventas

Nuestras proyecciones de ventas, reflejan en resumen la constitución de nuestro producto en el mercado por año basándonos en el paquete implementación, los ingresos por captura y descargas de aplicaciones para smartphones o dispositivos móviles inteligentes.

SmartCheck SRL					
RESUMEN DE INGRESOS TOTALES					
VALORES EN RD\$					
INGRESOS	2013	2014	2015	2015	2015
	RD\$ 22,424,224.00	RD\$ 28,568,448.23	RD\$ 34,712,672.35	RD\$ 41,206,901.60	RD\$ 47,526,127.00

Estos números reflejan un sólido y rentable posicionamiento de nuestros productos y servicios, dentro del mercado en el cual se pretende ingresar. Esto gracias a un conjunto de innovadoras estrategias de negocio citadas anteriormente.

6.3 Plan Organizacional

6.3.1 Equipo y Staff

Para que exista eficiencia en la empresa y que los empleados ejerzan sus respectivos deberes debemos establecer una jerarquía que garantice el logro de los objetivos de SmartCheck.

6.3.2 Descripción de Puesto

Objetivo:Facilitar el conocimiento de las labores, responsabilidades y requisitos y demás características de los diversos cargos en la empresa, por parte de las personas que los ocupen.

Título: Director Ejecutivo o CEO

Naturaleza del Trabajo

Es líder general, encargado de representar a la empresa y de la toma de decisiones del proyecto, donde tendrá la función de desarrollar estrategias generales de ventas, desarrollo de productos, promoción, finanzas, y decisiones administrativas en general.

Requisitos

Poseer título de Licenciatura en Informática, Procesamiento de Datos o en Ingeniería en Sistemas.

Manejo del Idioma Inglés
Conocimiento y manejo de la Ley 87-01 y sus reglamentos
Conocimientos de Auditoria de Procesos
Conocimientos de Calidad de Servicio
Administración de Proyectos
Experiencia 5 años en labores similares.
Auto organización
Liderazgo y motivador
Innovación / Creatividad
Valores éticos y morales probados
Proactivo
Participar en reuniones
Comunicación oral y escrita

Título: Gerente Administrativo y Finanzas

Naturaleza del Trabajo

Su función será velar por el mejoramiento del área operativa del proyecto, con responsabilidades como: levantamiento de procesos, establecer coordinación con la Dirección de políticas y posibles mejoras de procesos, coordinar entrenamiento al personal, coordinación e implementación de sistema, seguimiento a los tiempos del flujo grama de tareas hasta llegar a su fin así como del manejo de todas la variables del proyecto.

Requisitos

Más de dos años de experiencia en el área de gestión de proyectos.

Experiencia en Desarrollo e implementación de Proyectos.

Dominio correcto del idioma inglés, como segunda lengua.

Capacidad de análisis.

Nivel académico de Grado, Postgrado, Máster.
Experiencia en la coordinación de los recursos humanos
Orientado a logros
Proactivo
Buen orador
Capacidad de liderazgo y motivación
Buen Servicio Cliente
Buenas Relaciones Humanas

Título: Gerente de Marketing y Ventas

Naturaleza del Trabajo

Diseñar, ejecutar y dirigir las estrategias de mercado, relaciones públicas y comunicaciones de nuestro producto, con la finalidad de proyectar la imagen corporativa en el mercado, e incrementar la productividad y calidad. Además, el será el responsable clave de investigar las necesidades y realidades actuales del mercado financiero.

Requisitos
Egresado de las carreras de Mercadeo, Administración de Empresas, o carreras afines
Inglés: Dominio intermedio del idioma
Conocimiento básico acerca del Manejo de Inventarios
Experiencia previa en ventas
Experiencia previa como supervisor de equipos de trabajo
1 o más años de experiencia
Experiencia en dirección y desarrollo de proyectos de investigación, análisis de mercados, productos, clientes, competencias, campañas publicitarias, patrocinios
Trabajo en Equipo
Orientado a Resultados

Título: Gerente de Tecnología y Desarrollo

Naturaleza del Trabajo

Sera el responsable de desarrollo y debido funcionamiento de nuestro productos y aplicaciones, además de ser el responsable de estudiar decisiones tales como, suplidores, materia prima, desarrollo de nuevos programas y la factibilidad que representarían, alternativas tecnológicas, entre otras.

Requisitos

Ingeniero en tecnología de información con maestría en alta gerencia

Experiencia de 4 años en puestos similares

Ingles fluido

Capacidadde análisis.

Programador con 2 o más años de experiencia en el uso de la plataforma en proyectos empresariales.

Experiencia en supervisión de personal

Experiencia mínima de 2 años y conocimiento en desarrollo de aplicaciones, manejo de Base de Datos Oracle

Programación aplicaciones Web y Lenguajes C+ y Java

Buenas relaciones humanas

Iniciativa

Creatividad

Liderazgo

Título: Asistente Administrativa

Naturaleza del Trabajo

Soporte de funciones administrativas en general.

Requisitos
Nivel académico de Estudiante termino de Administración de empresas.
Uno o más años de experiencia
Inglés Intermedio
Manejo de Ofimática Word, Excel, PPT
Organizada
Proactiva
Facilidad de expresión
Dinamismo
Iniciativa

Título: Asistente de Ventas

Naturaleza del Trabajo

Desempeñaran funciones de mercadeo, asesoría a clientes, y promoción del producto.

Requisitos
Egresada de Lic. Mercadeo, Publicidad
Experiencia como Asistente Administrativa 1 año mínimo
Manejo de Ofimática Word, Excel, PPT
Inglés Intermedio
Manejo de Presupuestos de Ingresos y gastos.
Capacidad para Diseñar e Implementar Estrategias de Marketing y de Desarrollo de los Servicios.
Capacidad para Gestionar Nuevas Cuentas para la Empresa y su Entorno Influyente, entre otros.
Facilidad de expresión

Dinamismo, Iniciativa

Organizada

Título: Oficial de Tecnología y Desarrollo

Naturaleza del Trabajo

Ejercer sus capacidades y habilidades de programación en el desarrollo de proyectos tecnológicos.

Requisitos

Graduado de Ingeniería en Sistemas.

2 años Experiencia en el desarrollo de aplicaciones en lenguajes visuales y elaboración de reportes.

Manejo de SQL.

Conocimientos de redes.

Conocimientos de SO Microsoft, MAC y LINUX.

Manejo paquete de office.

Buenasrelacioneshumanas.

Facilidad de expresión

Dinamismo, Iniciativa

Organizada

Trabajo en equipo

Título: Oficial de Ventas y Marketing

Naturaleza del Trabajo

Generar e impulsar las ventas de proyectos de mercadeo, promoción y publicidad.

Requisitos

- **Estudiante de termino de Mercadeo, Administración de Empresas o carreras afines**

- Doso más años de experiencia.
- Excelente Dominio del Idioma Ingles.
- Manejo de MS Office Avanzado (Excel, Word, Etc.)
- Experiencia en Manejo de Planes de Producción, Proyecciones, Estadísticas.
- Alto sentido de responsabilidad
- Vocacion de servicio,
- Persuasion.
- ExcelenteRelacionesInterpersonales.

Título: Recepcionista

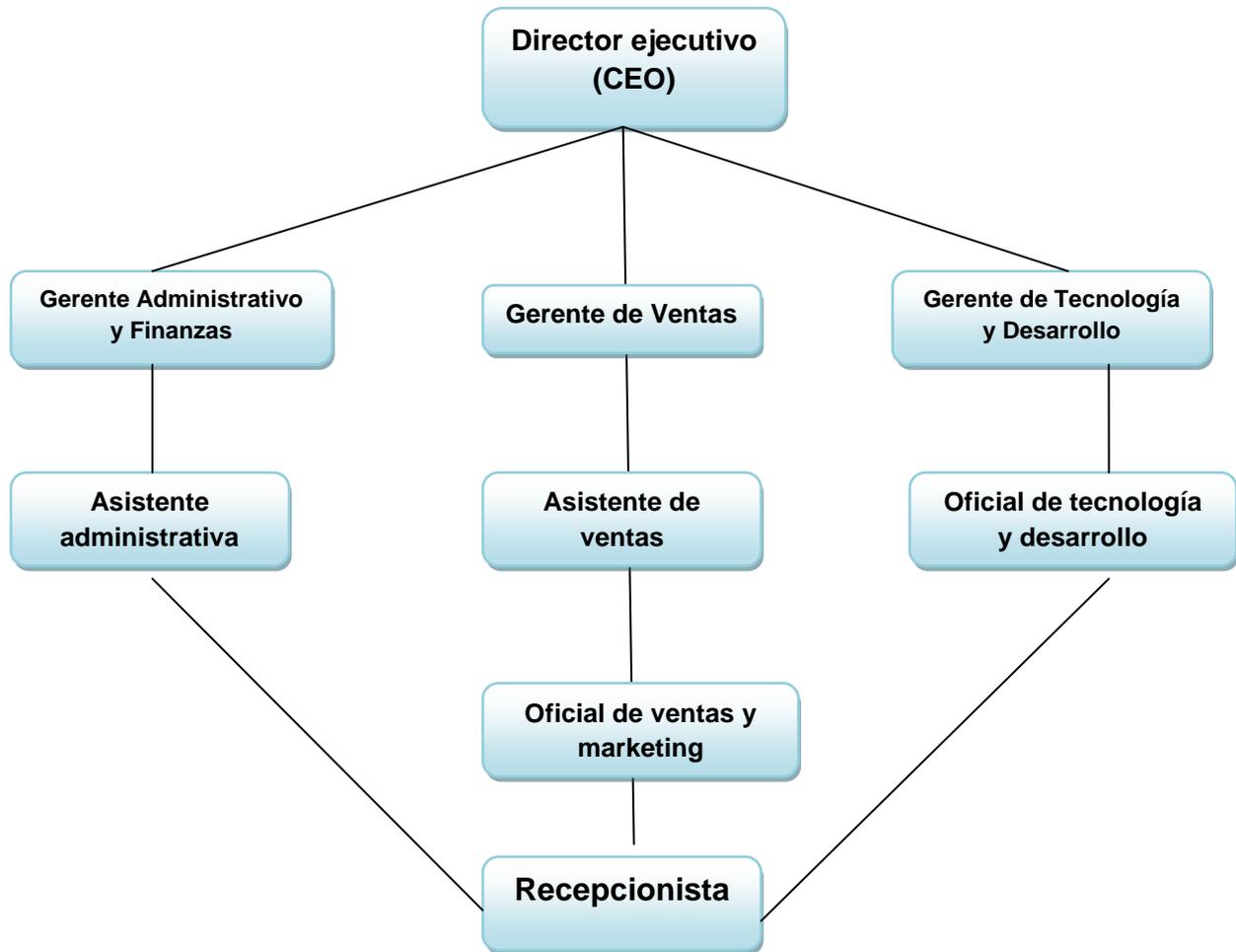
Naturaleza del Trabajo

Ser capaz de ofrecer asistencia a los visitantes de la empresa, empleados e interesados en nuestra empresa.

Requisitos

- Estudiante universitario
- Manejo de Pc y equipos de oficinas
- Ingles basico.
- Vocación de servicio
- Excelente dicción
- Buena presencia

6.3.3 Organigrama



6.4 Plan de Investigación y Desarrollo

Nuestra empresa implementara oportunamente planes de investigación y desarrollo dirigido a mejorar nuestro producto y/o servicio existente y para desarrollar nuevos, con el objetivo de ir innovando y reinventándonos para ser más competitivos.

Para el desarrollo de los planes de mejora de nuestro producto y/o servicio formaremos equipos de trabajo formados por empleados de nuestra organización, así como también con asesoría externa.

6.5 Plan de Operación y Logística

Nuestros clientes podrán disponer de nuestro servicio a través de diversos medios. Nuestro plan de operación y logística para dar respuesta a la demanda se describe a continuación:

- Solicitud vía equipo de ventas: nuestros clientes potenciales serán visitados por los vendedores.

- Solicitud personal: el interesado puede solicitar el servicio presentándose directamente en nuestras oficinas.

- Solicitud vía Internet: el interesado también podrá solicitar nuestros servicios a través de nuestra página web o agregándose a nuestras redes sociales

6.5.1 Logística de Operación para Clientes Individuales

La Logística de operación centrada en el cliente como centro del negocio, reorientando el modelo de gestión de canales hacia el desarrollo de nuevas relaciones proveedor-cliente, con mutuo beneficio en valor.

Para alcanzar este objetivo, los proveedores y clientes deben trabajar en equipo, como enlaces de una misma cadena de aprovisionamiento, compartiendo información y desarrollando objetivos de valor hacia el siguiente eslabón de la cadena: el cliente del cliente.

6.5.2 Logística de Operación para Clientes Empresariales

Para los clientes organizacionales el proceso se realizara a través del departamento de ventas o uno de nuestros ejecutivos, quienes facilitaran las informaciones necesarias para la adquisición y mantenimiento de nuestro producto:

- Nuestros asesores en el área harán visitas a las empresas interesadas en la adquisición.
- Tomara las solicitudes y seguirán el paso del procedimiento de solicitud.
- Darán asesoría acerca del producto y una vez consolidado la adquisición,
- Se encargaran del mantenimiento y monitoreo, si así lo desea la empresa.

6.5.3 Logística de Operación para Clientes Microempresarios

El protocolo utilizado para los clientes empresariales será el mismo que usaremos con los microempresarios.

- Visita de los asesores.
- Toma de solicitudes.
- Asesoría para compra.
- Mantenimiento y monitoreo, con la misma salvedad.

6.6 Plan de Administración y Finanzas

Para cumplir con nuestros compromisos de inversión, y concretar este proyecto requerimos de financiación a largo plazo, como complemento a los fondos propios aportados por los accionistas.

En una primera etapa del proyecto de software implica redactar una propuesta para realizar ese proyecto. La propuesta describe los objetivos del proyecto y cómo se llevará a cabo. La misma incluye estimado de costo y calendarización. Se Justificara el por qué del contrato del proyecto se le debe dar a una organización o a un equipo en particular

Además se realizara una supervisión del proyecto como una actividad continua que debe tener conocimiento del progreso del proyecto y comparar los progresos y costos reales con los planeados, por tanto, La administración de software abarcara la planeación, calendarización, administración de riesgos, manejo del personal, estimación de los costos de software y la administración de calidad, en este se cubre la administración de riesgos y el manejo del personal.

Luego se pasara una segunda etapa donde se anticiparan los riesgos que podrían afectar la programación del proyecto o la calidad del software a desarrollar y emprender acciones para evitar esos riesgos. Los resultados de este análisis de riesgos se deben documentar a lo largo del plan del proyecto junto con el análisis de consecuencias cuando el riesgo ocurra. Identificar estos y crear planes para minimizar sus efectos en el proyecto se llama administración de riesgos.

6.6.1 Apoyo de Staff Externo

La empresa recibirá apoyo de staff externos para las áreas de tecnología, conserjería y seguridad. Así como también para las áreas de auditoría externa.

Además utilizaremos el apoyo de staff externo para los trabajos de mercadeo, publicidad, planificación de medios y también conformaremos equipos mixtos de apoyo interno y externo para la parte de investigación y desarrollo.

6.7 Modelo de Negocio

1. Segmentos de Mercado

Nuestro segmento de mercado está basado en Plataformas (o mercados) multilaterales porque hace uso del mismo tanto bancos de forma directa como el titular del cheque. Además mediante el uso publicitario de periódicos, páginas web obtenemos un gran número de potenciales clientes.

2. Proposiciones de Valor

Smartcheck S.R.L, es una empresa que se enfoca no solo en crear un producto para satisfacer una necesidad sino que se involucra en todo el proceso hasta los servicios postventa que cumplan con las expectativas del cliente acerca del producto.

Por tal razón creemos en elementos que permiten que nuestro producto signifique un valor para los clientes y que representa una nueva opción para el mercado. Dentro de los elementos los cuales nos enfocamos se encuentra:

Calidad	Gestión y mejoras en de los procesos. A través de la inspección mensual para verificación del funcionamiento de nuestro producto.
Reducción de riesgo	Permite recortar los riesgos de fraude de forma considerable permitiendo al cliente. A través de la creación del dispositivo el cual evita el margen de irregularidades técnicas a las instituciones financieras.
Servicio al cliente	Orientamos nuestros productos y servicios, así como los procesos, hacia la mejor satisfacción de los mismos. Mediante las prestaciones que esperan los clientes.
Innovación	Representa una variable determinante de la competitividad. Como un producto nuevo en el mercado dominicano permitirá la ágil penetración en el Mercado debido a la solución que ofrece.

3. Canales

Canal directo					
Herramientas	Fases del Canal				
Fuerza de ventas	Percepción	Evaluación.	Compra.	Entrega.	Post-Venta.
Tiendas de aplicaciones	Atraeremos clientes a través de publicidad, website. Además haremos uso de referencia en base a nuestros beneficios y disminución en costos.	Evaluáramos nuestra competencia y propongamos valor a través de encuestas a nuestros usuarios indirectos y a través de reuniones semestrales con los clientes directos.	El paquete se venderá directamente a los bancos. Las aplicaciones se venderán en tiendas de aplicaciones de cada equipo como: appworld (blackberry), androidmarket (android), iStore(apple).	A través de firma de un acuerdo el cual nos responsabilizamos de implementación, instalación, mantenimiento y asesoría del sistema.	Se realiza mantenimiento y soporte técnico del equipo de forma mensual si se requiere.

4. Relaciones con los Clientes

Básicamente nos enfocaremos en asistencia personal dedicada porque esta relación envuelve dedicar un representante a un cliente de manera específica.

Representa el más profundo e íntimo tipo de relación y normalmente se desarrolla en un periodo largo de tiempo.

5. Fuentes de Ingresos

SmartCheck, pretende ser un proyecto ambicioso pero ampliamente factible y rentable por su gran capacidad de captación de recursos, gracias a su versátil operación. El proyecto en un inicio pretenda captar recursos mediante tres modalidades básicas.

Venta de Activos	SmartCheck, generara ingresos por cada aplicación descargada por los clientes de las instituciones financieras, las cuales estarán disponibles en las tiendas virtuales de las principales marcas y modelos de smartphones, como por ejemplo (AppWorld, AndroidMarket, iStore, etc.) Dicha aplicación tendrá un costo para el cliente de US \$0,99 por descarga. RD \$38 pesos a la tasa de cambio vigente al momento de realizado este trabajo.
Prima por Uso	Para SmartCheck, este será una de las mayores fuentes de ingresos para el proyecto, la cual se basara en el cobro en un inicio de RD \$ 10 peos por cheque capturado en los módulos de caja de las instituciones financieras que acojan el servicio. Según datos del Banco Central se estima una captura en la banca de 14,046 MM de cheques al año. SmartCheck pretende captar en su primer año de operación un 30% de este universo.
Licencia	La venta e implementación del paquete de software será la tercera de fuente de ingreso planteada en un inicio para SmartCheck. La banca múltiple en República Dominicana cuenta con un total de 734 oficinas a nivel nacional, según datos del Banco Central. SmartCheck pretende captar en su primer año de operación el 10% de este total de oficinas.

A pesar de esto, SmartCheck gracias a sus grandes oportunidades y capacidades de desarrollo de proyectos y soluciones para el Sistema financiero Dominicano. Luego de completar su proceso de madurez en el mercado, podría implementar diversas estrategias para la captación de ingresos, como asesoría en seguridad financiera y/o eficiencia de procesos de operativos de la sistema financiero.

6. Recursos Claves

En SmartCheck entendemos que para el buen emprendimiento de este proyecto debemos contar con tres segmentos de recursos claves, tales como:

Físicos	Para SmartCheck, los recursos físicos claves serían sus sistemas y aplicaciones (Software), así como sus scanners (Hardware), sin estos SmartCheck fuese totalmente infuncional, por lo que entendemos que este sería nuestro recurso físico primordial, más que cualquier otro bien.
Intelectual	SmartCheck pretende patentizar sus sistemas y licencias, mucho antes del inicio de sus operaciones para evitar plagios por parte de la competencia, tanto nacional como internacional. Por lo que consideramos sería el mayor recurso intelectual de nuestro proyecto.
Humano	Como todo nuevo proyecto, entendemos que necesitamos recursos humanos con visión y capacidades de desarrollo de ideas. Como también el personal técnico será clave en el desarrollo, implementación y mantenimiento de nuestros sistemas. Ya que sin ellos los sistemas serian vulnerables a fallos, y podrían generar cuantiosas pérdidas no solo para SmartCheck sino para todo el sistema financiero.

7. Actividades Claves

SmartCheck tendrá una actividad clave única, que será la piedra angular del proyecto en sí. Ya que mediante la misma desarrollaremos nuestros productos y servicios, y por ende gracias a la misma la empresa generara recursos para operar.

Plataforma / Red	La actividad esencial de SmartCheck será la implementación de un sistema de validación electrónica de cheques para el Sistema Financiero Dominicano, por lo que se entiende que este se basara en el desarrollo de una plataforma electrónica.
-------------------------	--

8. Sociedades Claves

SmartCheck, dentro de sus posibles estrategias iniciales no plantea ninguna sociedad o alianza estratégica, pero posiblemente a futuro podríamos plantear alguna alianza estratégica con nuestro proveedor de equipos de captura de información (Scanners).

Optimización y Economía de Escala	SmartCheck, podría realizar una estrategia con alguno de nuestros proveedores de equipos de captura de datos o scanners, con el fin de reducir sustancialmente los costos de adquisición de equipos.
--	--

9. Estructura de Costos

SmartCheck tendrá la siguiente estructura de costos en sus operaciones.

Costos Fijos	SmartCheck, contara con costos fijos como nomina, alquiler de local, servicios, pago de utilización de líneas de transmisión de datos a las principales prestadoras de servicio, estos básicamente serán los principales costos fijos para el proyecto, según sus recursos y actividades claves.
Costos Variables	SmartCheck, operara con varios costos variables que dependerán en medida del volumen de venta de sus productos, como pueden ser el pago de servicio a las principales tiendas de aplicaciones virtuales, así como la adquisición de equipos de scanners, que serán adquiridos según la venta e implementación de paquetes.

Capítulo VII

Sistema SmartCheck

7.1 Definición

SmartCheck es un software desarrollado bajo los más altos estándares de calidad, pensado y creado para la industria de la banca. El mismo está diseñado con el objetivo de servir como la herramienta perfecta para contrarrestar uno de las mayores debilidades del sistema financiero, como lo es las falsificaciones y fraudes de instrumentos de pagos, especialmente los cheques.

El sistema SmartCheck, es una interface de validación electrónica de cheques que se pretende implementar en el Sistema Financiero Dominicano, la cual capturara la información de los instrumentos de pagos, mediante dispositivos de captura de datos electrónicos (Scanners), que serán instalados en los módulos de todas las áreas de caja de las instituciones financieras que pertenecen en la Banca Múltiple del Sistema Financiero Dominicano, con el fin de procesar dicha información, que será enviada de manera electrónica a los equipos móviles (Smarthphones, Celulares Convencionales), como también a correos electrónicos de los clientes giradores del instrumento de pago.

La información del cheque será recibida en por los usuarios de SmartCheck, mediante nuestra aplicación para equipos móviles o vía correo electrónico. Para que estos determinen si la información recibida en los módulos de caja, es válida y así tomen una decisión de pago. Reduciendo con esto, costos operacionales, tiempo de servicio, y el índice de fraudes y falsificaciones.

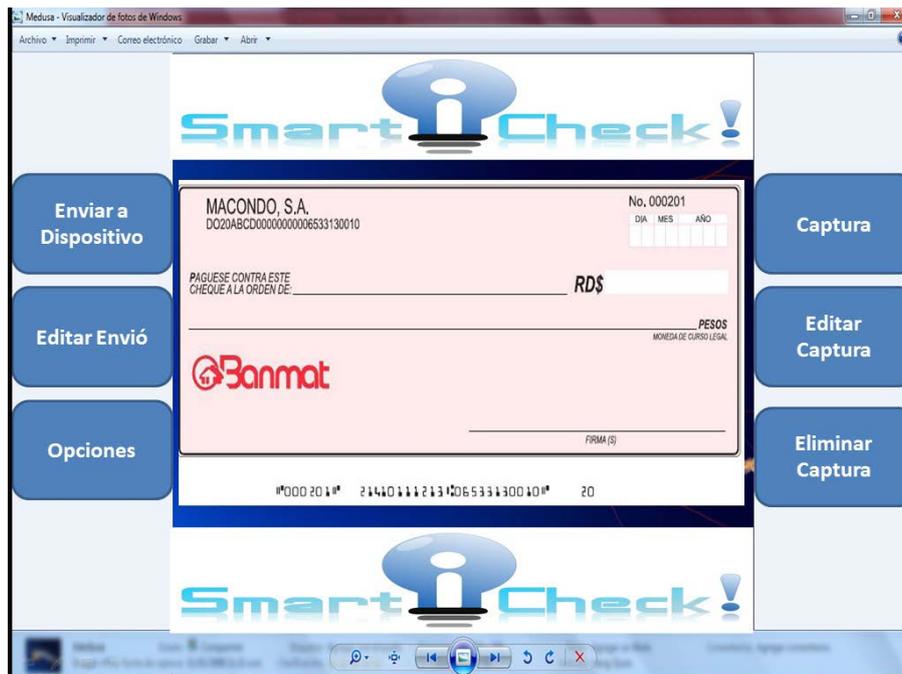
En República Dominicana se estiman pérdidas anuales que sobrepasan los RD\$200 MM, además la desconfianza e inseguridad que esto crea entre los clientes y entes que convergen dentro de todo el sistema financiero, así también como a potenciales inversionistas y empresarios. Por lo que se entiende que SmartCheck es una propuesta realmente beneficiaria a todos los sectores del país.

7.2 Funciones De SmartCheck

- **Captura de Datos:** SmartCheck tendrá como fin la captura de datos mediante dispositivos de captura (Scanners).
- **Procesamiento de Datos:** SmartCheck luego de capturar dicha información detectara, procesara, comprobara la información capturada para así identificar el cliente dentro de la base de datos de la institución financiera, para proceder con él envío de los datos.
- **Transmisión de Datos:** Luego que el sistema identifique el cliente, el mismo transmitirá la información capturada de manera electrónica, mediante la plataforma de internet o transmisión de data de la institución que acoja el servicio.
- **Recepción de Datos:** La información captura y enviada desde SmartCheck, será recibida por el cliente en la aplicación móvil de o por correo electrónico, para que el cliente tome la decisión de pago.
- **Recepción de Respuesta:** SmartCheck recibirá la decisión del cliente y según esta, procederá con el desbloqueo o bloqueo del instrumento presentado en los módulos de caja.

7.3 Diseño Layout de SmartCheck

La aplicación de SmartCheck para PC estará desarrollada para operar bajo los sistemas operativos de Microsoft, desde Microsoft Windows 2000 o superior, Microsoft Windows 7 inclusive. Y este tendrá básicamente una distribución o layout como se presenta a continuación:



7.4 Funciones de Botones SmartCheck PC

- **Enviar a Dispositivo:** El mismo tendrá la función de enviar la imagen y/o información capturada al dispositivo previamente configurado del cliente girador del cheque.
- **Editar Envío:** Mediante este se pretende editar el modo de envío, como por ejemplo, la edición de dispositivo receptor, incluir algún mensaje a la transmisión de envío o formato de la transferencia.
- **Opciones:** En este el usuario tendrá las diferentes opciones de la suite de la aplicación, donde podrá configurar los aspectos de captura, transmisión y recepción de información.
- **Captura:** Mediante esta se podrá re-capturar una imagen de cheque, o se podrá añadir alguna información adicional para su posterior transmisión adjunta.
- **Editar Captura:** Este tendrá básicamente la función de editar aspectos de captura de imágenes de la suite.
- **Eliminar Captura:** Mediante esta se podrá borrar el main-screen de la suite de la aplicación de captura.

7.5 Requerimientos Técnicos

7.5.1 SmartCheck Para PC:

- Procesador Intel Pentium 4 (superior o semejante)
- Windows 2000 o superior.
- 512 MB RAM (Se recomienda 1 GB RAM para un óptimo funcionamiento)
- 1024 x 768, 16-bit display (32-bit Recomendado)
- 2GB Espacio de disco disponible.

7.5.2 SmartPhones o Celulares Convencionales

- Capacidad de ejecución de aplicaciones Java o semejante
- Conectividad a Internet o servicios de datos
- 6 MB de espacio en memoria
- Sistemas operativos (Android, iOS, Blackberry OS, Symbian, Windows Mobile)

7.6 SmartCheck en Equipos Móviles

SmartCheck para móviles será aplicación totalmente intuitiva, que le permitirá al cliente verificar de manera gráfica, el instrumento de pago que se pretende girar en los módulos de caja.

Esta operara de manera conjunta con la aplicación SmartCheck instaladas en las instituciones financieras, y será el puente decisivo para el buen funcionamiento de todo nuestro sistema, ya que será la que recibirá la información capturada y por donde el cliente determinara sus decisiones de pago.

Esta podrá ser adquirida por los clientes por las principales tiendas de aplicaciones móviles, según su marca y modelo, cabe citar alguna de estas:

- Para equipos bajo la marca Apple: Gracias a **App Store** es un servicio que permite a los usuarios buscar y descargar aplicaciones informáticas de iTunes Store o Mac App Store en el caso de Mac OSX, desarrolladas con el iPhone SDK y publicadas por Apple.

- Para equipos bajo el sistema Android: **AndroidMarket** recientemente renombrada **Google Play** es una tienda de software en línea desarrollada por Google para dispositivos Android.

- Para equipos bajo la marca Blackberry: **BlackBerry App World** es un servicio de distribución de aplicaciones y la aplicación por parte de Research In Motion (RIM) para la mayoría de los dispositivos BlackBerry.

- Para equipos bajo la marca Nokia-Microsoft: **Windows Marketplace for Mobile** es un servicio de Microsoft para su plataforma de Windows Mobile que permite a los usuarios buscar y descargar aplicaciones que han sido desarrolladas por terceros.

Según las condiciones del acuerdo que sea firmado con la institución financiera, el cliente podrá obtener de manera gratuita estas aplicaciones, mediante la introducción de un código de descarga que será ofrecido por nuestra empresa. En su defecto tendrá que descargarla bajo su cuenta.

7.7 Diseño SmartCheck para Móviles

El mismo tendrá la siguiente distribución o layout, como se presenta a continuación:



7.8 Botones de Funciones de SmartCheck para Equipos Móviles

- **Aceptar:** Mediante este botón el cliente aceptara la información o imagen del cheque recibida desde el módulo de captura del área de caja que está recibiendo el instrumento de pago. El feedback será recibido por el sistema base, para luego proceder con el pago del cheque.
- **Rechazar:** El usuario rechazara la información recibida, y emitirá un feedback de bloqueo del instrumento de pago presentado en los módulos de caja.
- **Opciones:** Mediante este, el usuario podrá configurar y ajustar aspectos básicos de su aplicación móvil.

Capítulo VIII

Evaluación Financiera

8.1 Flujo de Efectivo

El estado de flujo de efectivo proyectado para los próximos tres años debido a las posibles variables que permitirían aumentar o disminuir los ingresos, por tal razón presentamos datos que sustentan y representan la rentabilidad de este plan de negocios.

Si observamos el proyecto puede retribuir la inversión inicial de forma rápida, aproximadamente un 1 año y dos meses. En el primer año se obtendría una retribución a nivel de utilidades netas de RD\$ 9, 504,903.48; Que representan un 90% de la inversión inicial de todo el proyecto, A continuación se presenta dicho estado de flujo de efectivo, para el plan de negocios de SmartCheck.

SmartCheck SRL						
Flujo de Caja RD\$						
	0	2013	2014	2015	2016	2017
Ingresos		RD\$ 22,424,224.00	RD\$ 28,568,448.23	RD\$ 34,712,672.35	RD\$ 41,206,901.60	RD\$ 47,526,127.00
Otros Ingresos						
Total Ingresos		RD\$ 22,424,224.00	RD\$ 28,568,448.23	RD\$ 34,712,672.35	RD\$ 41,206,901.60	RD\$ 47,526,127.00
Costos Variables		RD\$ 4,960,056.00	RD\$ 2,766,192.00	RD\$ 2,472,808.00	RD\$ 2,263,248.00	RD\$ 2,011,776.00
Costos Fijos		RD\$ 780,000.00	RD\$ 819,000.00	RD\$ 859,950.00	RD\$ 902,947.50	RD\$ 948,094.88
Nomina de Personal		RD\$ 3,216,000.00	RD\$ 3,747,600.00	RD\$ 4,330,800.00	RD\$ 4,834,800.00	RD\$ 4,990,800.00
Depreciación		RD\$ 80,980.00				
Total Egresos		RD\$ 9,037,036.00	RD\$ 7,413,772.00	RD\$ 7,744,538.00	RD\$ 8,081,975.50	RD\$ 8,031,650.88
Utilidad antes de impuestos		RD\$ 13,387,188.00	RD\$ 21,154,676.23	RD\$ 26,968,134.35	RD\$ 33,124,926.10	RD\$ 39,494,476.13
Impuestos		RD\$ 3,882,284.52	RD\$ 6,134,856.11	RD\$ 7,820,758.96	RD\$ 9,606,228.57	RD\$ 11,453,398.08
Utilidad Neta		RD\$ 9,504,903.48	RD\$ 15,019,820.13	RD\$ 19,147,375.39	RD\$ 23,518,697.53	RD\$ 28,041,078.05
(+) Depreciación		RD\$ 80,980.00				
Inversion Inicial	RD\$ 6,992,135.00					
Inversion Capital de Trabajo	RD\$ 11,999,612.00					RD\$ 11,999,612.00
Valor de desecho						
Disponible						
Flujo de Caja	RD\$ 18,991,747.00	RD\$ 9,585,883.48	RD\$ 15,100,800.13	RD\$ 19,228,355.39	RD\$ 23,599,677.53	RD\$ 40,121,670.05
Flujo de Caja Acumulado	RD\$ 18,991,747.00	RD\$ 28,577,630.48	RD\$ 43,678,430.61	RD\$ 62,906,785.99	RD\$ 86,506,463.53	RD\$ 126,628,133.57

Los egresos generales representan un promedio del 50% de los ingresos brutos del proyecto, SmartCheck proporcionara en promedio un margen de beneficios que sobrepasa el 45% sobre los ingresos anuales, convirtiéndolo en un proyecto atractivo con fines de inversiones.

8.2 Inversiones

En el siguiente cuadro se presenta de forma detallada la inversión y costos requeridos para la puesta en marcha de este plan de negocios, así también como el capital operativo requerido, la inversión en mobiliario y equipo de oficina, y previsión de gastos fijos del primer año.

El total de estas inversiones ascienden y representan un valor de RD \$6, 992,135.00

Puesta en marcha	
	Total
Mobiliarios y Equipos de Oficina	RD\$ 145,750.00
Inversiones Tecnologicas	RD\$ 1,985,630.00
Balance de otros insumos	RD\$ 780,000.00
Nomina de empleados	RD\$ 3,216,000.00
Lanzamiento de Empresa	RD\$ 669,320.00
Total	RD\$ 6,992,135.00

8.3 Estrategias de Búsquedas de Financiamiento

El análisis de los datos arrojados por la evaluación financiera realizada para este proyecto, nos demuestra que, a pesar de que el proyecto es de suma factibilidad y rentabilidad, el costo de implementación y de inversión que se requiere para la puesta en marcha de este es muy alto, por lo que entendemos que se necesitaría financiamiento externo, preferiblemente por parte de inversionistas interesados en el proyecto, a los cuales estaríamos dispuestos a ofrecer el plan de negocios a cambio de un porcentaje de participación dentro del proyecto.

Garantizando mediante esta estrategia una correcta puesta en marcha del proyecto sin necesidad de incurrir en créditos o financiamientos por parte de instituciones financieras, que significarían elevadísimos compromisos financieros.

El inversionista podría obtener un 60% del proyecto, y el equipo de SmartCheck un 40% y la administración del proyecto. El aporte del capital sería representado del mismo modo.

8.4 Cálculos VAN, TIR, PRI de SmartCheck

El siguiente cuadro representa la solidez del proyecto que se plantea, en el mismo se puede visualizar que SmartCheck, no solo es una muy necesaria solución a una gran problemática, sino que es un proyecto con mucho potencial de negocio, ya que presenta un VAN (Valor Actual Neto) que alcanza los RD\$ 84,829,381.18; Además de una TIR (Tasa interna de retorno) de un asombroso 175%, y un periodo de recuperación de la inversión de solo 0.37 (4 Meses y 2 días).

AÑO	FLUJOS
0	RD\$ (6,992,135.00)
2013	RD\$ 9,585,883.48
2014	RD\$ 15,100,800.13
2015	RD\$ 19,228,355.39
2016	RD\$ 23,599,677.53
2017	RD\$ 40,121,670.05
VAN	\$84,829,381.18
TIR	177%
PRI	0.37
TASA INICIAL	15.00%

8.5 Conclusiones Evaluación Financiera

Los aspectos cuantitativos que analizamos para elaborar este plan de negocios nos demuestran que SmartCheck es un negocio rentable, viable, sostenible económica y financieramente. Que tiene la capacidad de dar solución a una gran debilidad del sistema financiero a nivel mundial.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La realización de este proyecto, nos ha permitido poner de manifiesto todos los conocimientos aprendidos en el recorrido de nuestra carrera universitaria. Pues, la elaboración de un plan de negocios nos ha dado la oportunidad de sentirnos satisfechos y realizados, ya que percibimos que todo lo aprendido en la universidad genera excelentes frutos.

Además de que se necesita la colaboración de cada uno de los integrantes del equipo emprendedor para el desarrollo de un plan de negocio rentable, viable y sostenible en todos los aspectos.

El optar por realizar un plan de negocios orientado en el módulo de Creación De Empresas, ha permitido que se desarrollen en nosotros estrategias para ser grandes emprendedoras en el futuro.

Consideramos que las experiencias adquiridas en el transcurso del monográfico han sido maravillosas, pues nos han permitido disfrutar al máximo de todo lo que hemos realizado tanto en el desarrollo de la monografía como en el de los diferentes módulos que han sido objeto de nuestro estudio.

En ellos pudimos enriquecer nuestros conocimientos en las áreas de gestión de recursos humanos, creación de empresas y coaching corporativo. Lo que nos permitirá actuar de manera más consciente en las situaciones que se nos presenten relacionadas con estos temas.

Nos sentimos muy agradecidos de que la universidad y todo el personal docente esté realizando sus labores orientada a optimizar cada vez más los resultados de las mismas, guiando por el camino del éxito a todos sus estudiantes y motivándolos para que cada vez más den lo mejor de sí.

ANEXOS

ÍNDICE DE ANEXOS

Págs.

I. ANTEPROYECTO.....	94
II. CUADROS DE ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	110
2.1 Estado De Flujos De Efectivo (Ingresos, Costos y Egresos).....	110
2.2 Resumen Operativo.....	110
2.3. Detalles De Las Inversiones.....	110
2.4. Proyección De Ventas.....	111
2.5. Resumen De Las Proyecciones De Ventas.....	112
2.6. Gastos Generales y Administrativos.....	112
2.7. Presupuesto De Recursos Humanos.....	113
2.8. Plan De Lanzamiento.....	114
III. RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	116
IV. LAYOUT DEL SOFTWARE.....	122

I- **Ante Proyecto**

UNIVERSIDAD APEC
UNAPEC

CURSO DE MONOGRAFICO DE EVALUACION FINAL
EVALUACION DE LAS PROPUESTAS
ENERO-ABRIL 2012

TITULO : "DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APLICACIÓN DE UN SISTEMA DE VALIDACION
ELECTRONICA DE CHEQUES EN REPUBLICA DOMINICANA 2012"

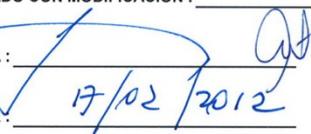
MODULO : CREACION DE EMPRESA

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

AUTOR : CINDY SOTO ACEVEDO | ERIDANIA ULERIO PICHARDO
: FRANCISCO BRITO VERAS

MATRICULA : 2006-1918 | 2006-1959 | 2007-0356 | AREA : ADMINISTRACION

APROBADO : APROBADO CON MODIFICACION :

RECHAZADO : FIRMA : 

FECHA DE ENTREGA DEL TRABAJO AL PROFESOR: 17/02/2012

FECHA DE ENTREGA DEL TRABAJO AL COORDINADOR EJECUTIVO : _____

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

UNIVERSIDAD ACCIÓN PRO-EDUCACIÓN Y CULTURA

UNAPEC



DECANATO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

**“Diseño de un Plan de Negocios para La Aplicación de un Sistema de Validación
Electrónica de Cheques en República Dominicana 2012”**

Sustentantes:

CINDY SOTO ACEVEDO

2006-1918

ERIDANIA ULERIO PICHARDO

2006-1959

FRANCISCO BRITO VERAS

2007-0356

Asesor Titular:

Ing. Juan Enrique Rosales

Asesor Auxiliar:

Lic. Miguel Puente Leonor

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

Distrito Nacional, República Dominicana

2012

“DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APLICACIÓN DE UN SISTEMA DE VALIDACIÓN ELECTRÓNICA DE CHEQUES EN REPÚBLICA DOMINICANA 2012”

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

El Banco Central de la República Dominicana y la Asociación de Bancos Comerciales de la República Dominicana (ABA) se encuentran trabajando en el Proyecto de Reforma del Sistema de Pagos (SIPARD) que implica, entre otras, adaptaciones a estándares de seguridad y convenios internacionales como cambios en el formato de los cheques emitidos por personas físicas o jurídicas con cargo a cuentas en los bancos múltiples del país.¹

A tales efectos, todos los cheques con cargo a cuentas en los bancos múltiples de la República Dominicana deberán ser confeccionados siguiendo las directrices establecidas en el Instructivo de Especificaciones para la Elaboración del Cheque, puesto en vigencia mediante circular del Banco Central de fecha 8 de diciembre de 2008. Con esta medida, se garantizará el uso de altos estándares de seguridad, impresión en papel exclusivo para cheques y la adopción de parámetros fijos de calidad.

A pesar de esta y otras medidas tomadas por la Junta Monetaria Dominicana, conjuntamente con la Asociación de Bancos Comerciales de la República Dominicana, el monto de los fraude con cheques en el país asciende alrededor de RD\$200 millones al año, de acuerdo a los reportes que tiene el Banco Central Dominicano, de ahí nace la importancia de implementar un nuevo método de validación de dicho instrumento de pago.

Los sistemas de validación de cheques son instrumentos rutinarios en cualquier sistema financiero del mundo, pero también son rutinarios los fraudes, duplicaciones y falsificaciones de este medio de pago. Es una de las grandes vulnerabilidades de los sistemas financieros de todo el mundo, donde grupos delictivos especializados y no tan especializados aprovechan cualquier debilidad en el sistema para sacar beneficio personal.

¹aba.org.do/ABA2/noticiasdet.asp?docid=253

Se estima que el fraude de talonarios de cheques a través de la técnica del borrado de la tinta provoca unas pérdidas de unos 815 millones de dólares anuales en el mundo. Mientras, las consecuencias del fraude talonario, en su sentido más amplio, ascienden a alrededor de 20.000 millones de dólares en el mundo.

La falsificación de cheques en el país es un problema serio, pues está costando mucho dinero, y representa un riesgo tanto para el emisor como para quien recibe ese medio de pago. Los cheques son todavía el instrumento de pago que más es usado en el país. A diario, la Cámara de Compensación del Banco Central Dominicano recibe 50,000 cheques, más los depositados en las entidades giradas.

El Banco Central Dominicano trabaja para endurecer las sanciones contra la falsificación de cheques, debido a que la actual legislación del país que castiga ese delito es débil, distinta a la mayor drasticidad de las que tienen otros países.

Dentro de las debilidades que afectan al Sistema Financiero Dominicano, y por ende a las instituciones bancarias, podríamos citar: alteración o duplicación, checkkiting(circulación de cheques en descubierto), falsificación, modificación, reproducción y robo de identidad.

A nivel global, actualmente no existe un sistema o método concreto que tenga como principal objetivo el control y erradicación de los fraudes cometidos con este tipo de instrumento de pago, podemos citar como uno de los pocos ejemplos el caso del Instituto de Informaciones Comerciales de Salta (IICS) de Argentina, que diseñó una aplicación basada en la tecnología web 2.0 para el control de este instrumento, el sistema permitirá a comerciantes conocer el movimiento de los cheques antes de que ingresen y sean pagados o rechazados en la ventanilla de los bancos.

Nuestra empresa llega para ofrecer un nuevo modelo y proceso de validación de este instrumento de pago, el cual ayudara a reducir las estimaciones anuales por concepto de fraudes y falsificaciones. Utilizando la implementación de una interface electrónica para dispositivos móviles de tipo

smarthphones, además de una plataforma de mensajería SMS para dispositivos convencionales.

El nuevo sistema de validación de cheques que se propone, se implementara mediante el desarrollo de una aplicación o interface para dispositivos móviles (smartphones y móviles convencionales), las cuales se incorporaran a los clientes de la institución financiera que acoja este innovador y seguro sistema de validación de este instrumento de pago. Esta interface trabajara con un sistema de captura de información de cheques o escaneo del instrumento de pago de manera conjunta, este proceso fungirá como fuente de información o alimentación para la interface.

Creemos que la implementación de un sistema de este tipo tiene gran potencial tanto en el mercado local como internacional, ya que llega como arma o escudo de protección del sistema financiero, para combatir esta problemática que crece sin control alguno y que ya es momento de hacerle frente.

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

a. Objetivo general.

Diseñar un plan de negocios para la aplicación de un sistema de validación electrónica de cheques en República Dominicana.

b. Objetivos específicos.

1. Evaluar la viabilidad comercial del software de validación electrónica de cheques, identificando el mercado, competencia, consumidores potenciales, ventajas competitivas.
2. Evaluar la viabilidad técnica del software de validación electrónica de cheques, identificando las posibilidades materiales, físicas de producir el bien o servicio, analizando los costos directos e indirectos de fabricación.

3. Evaluar la viabilidad de gestión del software de validación electrónica de cheques, 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 del software de validación electrónica de cheques, considerando las regulaciones jurídicas existentes que hacen viable el proyecto.
5. Evaluar la factibilidad financiera del software de validación electrónica de cheques, 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.

3.1 Justificación práctica.

El motivo principal de nuestro proyecto es reducir notablemente el fraude a través de cheques en la República Dominicana, el cual afecta al sistema financiero y a todas las instituciones bancarias que lo componen, dejando pérdidas millonarias y mermando el desarrollo de estas instituciones.

Perseguimos realizar cambios en los procesos actuales de control y validación de este instrumento de pago, que es aun el más utilizado. También, generar una mejoría en el sistema, agilizar los procesos e incrementar el volumen de efectivo diario en el sistema financiero dominicano, el cual permitirá un crecimiento para la sociedad, así como mejorar la imagen del sector a nivel internacional para hacer mucho más atractivo al país a la hora de atraer inversiones extranjeras dentro del sector financiero.

Con la implementación de este nuevo sistema de validación de cheques, ofrecemos una solución real al sector financiero, para reducir las pérdidas millonarias por concepto de fraudes y falsificaciones de cheques, así como

brindar mayor seguridad a los usuarios al momento de utilizar este instrumento de pago como recurso de sus actividades personales y/o comerciales.

Podemos agregar, que el concepto innovador y revolucionario de nuestro producto lo hace sin lugar a duda, atractivo y exportable a otros mercados.

4. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

El tipo de investigación que utilizaremos es la descriptiva, ya que esta consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

5. MARCOS DE REFERENCIA.

5.1 Marco teórico.

La tecnología aplicada a los nuevos canales ha revolucionado la relación de los clientes con la entidad financiera, pero no hay que olvidar el canal tradicional, que continúa siendo el más importante en las operaciones con clientes, especialmente en aquellas de mayor valor añadido.²

El sector financiero está sometido a cambios constantes, producidos por el propio entorno y naturaleza del mercado. Por esta razón es un sector pionero en la introducción de tecnología e intensivo en su uso para lograr ventajas competitivas. Las entidades financieras renuevan permanentemente sus infraestructuras de TI para adaptarlas a la constante evolución de sus canales de distribución con objeto de incrementar su presencia y mejorar la cantidad y calidad de los servicios financieros. En este sentido, afrontan dos retos fundamentales: por un lado, flexibilizar su negocio para adaptarse rápidamente

²www.aedem-virtual.com/articulos/iedee/v15/151081.pdf

a la evolución del mercado; y por otro, encontrar elementos diferenciadores en un entorno competitivo muy agresivo. En este contexto, la innovación tecnológica es un factor clave.

Uno de los principales elementos diferenciadores reside en el modelo de relación con sus clientes, área en la que más necesitan el apoyo de un socio tecnológico que les ayude a generar modelos innovadores para fidelizar a los clientes existentes y penetrar en nuevos segmentos.

Internet, y en concreto las soluciones tecnológicas basadas en web 2.0, juegan un papel clave en la mejora del modelo de relación. El nivel de conocimientos financieros y exigencia de los clientes es mayor que hace unos años, ya que ahora requieren de herramientas rápidas y seguras para sus interacciones con la entidad financiera, y no sólo hablamos de banca 'online'.

Las soluciones de movilidad, por ejemplo, permiten nuevas funcionalidades adaptadas a las necesidades específicas de cada cliente. A medida que las tecnologías de redes móviles evolucionan y los usuarios confían cada vez más en la seguridad de sus operaciones a través de estos dispositivos, las entidades financieras adaptan este tipo de soluciones a sus productos y servicios.

Para ser capaces de poner en marcha todo lo anterior, es necesario contar con una infraestructura tecnológica muy flexible que permita ir incorporando todos los productos y servicios de la entidad por cualquiera de sus canales.

La actual coyuntura económica, que está afectando a las entidades financieras en primer término, hace todavía más necesario incidir en la eficiencia operativa y en la reducción de costes. La externalización de servicios TIC (outsourcing) puede resultar muy ventajosa, contando con un socio tecnológico que proporcione un ahorro de costes operativos, un mayor control del riesgo, y además genere ventajas direccionales hacia la responsabilidad social corporativa de las entidades financieras, aplicando soluciones sostenibles y comprometidas con el medio ambiente.

5.1 MARCO CONCEPTUAL.

- **Plan de negocios:**

Es un documento que especifica, en lengua escrita, un negocio que se pretende iniciar o que ya se ha iniciado. En él se expone el propósito general de una empresa, y los estudios de mercado, técnico, financiero y de organización.³

- **Software:**

Se 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.⁴

- **Banco:**

Es una empresa financiera que se encarga de captar recursos en la forma de depósitos, y prestar dinero, así como la prestación de servicios financieros.

- **Cheque:**

Es un documento contable de valor en el que la persona que es autorizada para extraer dinero de una cuenta (por ejemplo, el titular), extiende a otra persona una autorización para retirar una determinada cantidad de dinero de su cuenta la cual se expresa en el documento, prescindiendo de la presencia del titular de la cuenta bancaria.⁵

³ http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_de_negocio

⁴ <http://es.wikipedia.org/wiki/Software>

⁵ <http://es.wikipedia.org/wiki/Cheque>

- **Falsificación:**

Una falsificación es un acto consistente en la creación o modificación de ciertos documentos, efectos, productos (bienes o servicios), con el fin de hacerlos parecer como verdaderos, o para alterar o simular la verdad. Las falsificaciones pueden ser realizadas, entre otros, respecto a documentos públicos o privados, monedas, billetes u otros valores, arte y productos de marcas comerciales.⁶

- **Sistema Operativo:**

Un sistema operativo (SO) es un programa o conjunto de programas que en un sistema informático gestiona los recursos de hardware y provee servicios a los programas de aplicación, y corre en modo privilegiado respecto de los restantes.⁷

- **Scanner:**

Es un periférico que se utiliza para convertir, mediante el uso de la luz, imágenes impresas o documentos a formato digital.⁸

- **TIC:**

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC, TICs o bien NTIC para Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación o IT para (InformationTechnology) agrupan los elementos y las técnicas utilizadas en el tratamiento y la transmisión de las informaciones, principalmente de informática, internet y telecomunicaciones.⁹

- **Banca Múltiple:**

Son aquellas entidades que pueden captar depósitos del público de inmediata exigibilidad, a la vista o en cuenta corriente, y realizar todo tipo de

⁶ <http://es.wikipedia.org/wiki/Falsificaci%C3%B3n>

⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_operativo

⁸ http://es.wikipedia.org/wiki/Esc%C3%A1ner_de_computadora

⁹ http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnologias_de_la_informacion_y_la_comunicacion

operaciones incluidas dentro del catálogo general de actividades establecido en el Artículo 40 de la Ley Monetaria y Financiera.¹⁰

- **SmartPhone:**

Teléfono inteligente (smartphone en inglés) es un término comercial para denominar a un teléfono móvil que ofrece la posibilidad de instalación de programas para incrementar el procesamiento de datos y la conectividad. Estas aplicaciones pueden ser desarrolladas por el fabricante del dispositivo, por el operador o por un tercero.¹¹

- **Pishing:**

Es un término informático que denomina un tipo de delito encuadrado dentro del ámbito de las estafas cibernéticas, y que se comete mediante el uso de un tipo de ingeniería social caracterizado por intentar adquirir información confidencial de forma fraudulenta (como puede ser una contraseña o información detallada sobre tarjetas de crédito u otra información bancaria).¹²

- **Interfaz:**

En electrónica, telecomunicaciones y hardware, una interfaz es el puerto (circuito físico) a través del que se envían o reciben señales desde un sistema o subsistemas hacia otros.¹³

- **Fraude financiero**

Es el engaño de que se vale una persona para hacerse de un objeto de procedencia ajena en perjuicio de otra, estos se pueden clasificar en:

¹⁰ http://www.bancentral.gov.do/sistema_financiero.asp?a=Entidades_Financieras

¹¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Tel%C3%A9fono_inteligente

¹² <http://es.wikipedia.org/wiki/Phishing>

¹³ [http://es.wikipedia.org/wiki/Interfaz_\(electr%C3%B3nica\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Interfaz_(electr%C3%B3nica))

Alteración de la información.

Alteración de la información. Sin importar como sean llenados los cheques a mano, máquina de escribir o impresora-, alterar, agregar o quitar información puede ser más sencillo de lo que aparenta.

Duplicación de documentos.

Las nuevas tecnologías como escaneado res y fotocopiadoras a color permiten a la delincuencia generar una reproducción casi idéntica de cualquier documento. Evite dar facilidades para encontrarse en una situación de éstas.

Robo de cheque en blanco.

No obstante todas las medidas que podamos tomar para evitar perder cheques, desafortunadamente llegan a pasar por muchas manos antes de ser llenados y pagados.

Por eso nunca estará de más tomaron tipo de precauciones para evitar estas situaciones. Al abrir una cuenta de cheques o renovar su talonario, verifique recibirlo completo.

Falsificación de firmas en documentos.

Sistema financiero mundial se atiene a una firma autógrafa para el pago de documentos. ¿Es esta una buena medida de seguridad? ¿Existe acaso otra forma más segura para evitar su fácil falsificación? Tenga cuidado al plasmar su firma.

Alteración de caracteres magnéticos.

Hoy día nuestro sistema financiero utiliza tecnología para facilitar el proceso de captura de la información de los cheques, como lo es la banda de caracteres magnéticos. Si esta misma se llegara a cambiar o alterar, ya no estaríamos hablando del mismo cheque, sino de otro totalmente distinto.¹⁴

- **Sistema Financiero**

El sistema financiero comprende, tanto los instrumentos o activos financieros, como las instituciones o intermediarios y los mercados financieros: los intermediarios compran y venden los activos en los mercados financieros.¹⁵

5.1 MARCO ESPACIAL.

La delimitación de espacio de nuestra investigación se suscribe a la República Dominicana. Básicamente todas las instituciones dentro de la banca múltiple del Sistema Financiero Dominicano, que son aquellas entidades que pueden captar depósitos del público de inmediata exigibilidad, a la vista o en cuenta corriente, y realizar todo tipo de operaciones incluidas dentro del catálogo general de actividades establecido en el Artículo 40 de la Ley Monetaria y Financiera.

5.1 MARCO TEMPORAL.

La investigación se realizará en el primer cuatrimestre del año 2012. Esta delimitación del tiempo nos permitirá obtener información actualizada acerca de la aceptación del proyecto y de esta manera poder lograr un impacto más relevante en nuestro público objeto.

6. MÉTODOS, PROCEDIMIENTOS Y TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN.

¹⁴ <http://www.periciasaligraficas.com/v2.0/resultados.php?contenidosID=110>

¹⁵ es.wikipedia.org/wiki/Sistema_financiero

Para el desarrollo de ésta investigación se utilizarán:

- Los métodos: inductivo, deductivo, de análisis y de síntesis.
- Las técnicas: entrevistas y encuestas.

7. TABLA DE CONTENIDO.

AGRADECIMIENTOS

DEDICATORIAS

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I. MARCO GENERAL

1.1. Resumen Ejecutivo

1.2. Definición del Negocio

1.3. Definición del Equipo Emprendedor

1.4. Visión

1.5. Misión

1.6. Naturaleza del Negocio

1.7. Filosofía – Valores y Cultura

CAPÍTULO II. ANÁLISIS DE ENTORNO

2.1. Regulaciones Gubernamentales y Jurídicas

2.2. Macro Entorno Político, Económico, Social y Tecnológico

2.3. Tendencias

2.4. El Mercado

2.5. Consumidores

2.6. Competencias

2.7. Grupos Objetivos

2.8. Perfil de Consumidores

2.9. Perfil de Clientes

2.10. Proveedores

CAPÍTULO III. ANÁLISIS COMPARATIVO

3.1. Análisis FODA

3.2. Recursos y Capacidades

3.3. Factores Críticos de Éxito

3.4. Análisis PORTER

CAPÍTULO IV. OBJETIVOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS

CAPÍTULO V. ESTRATEGIAS GENERALES

CAPÍTULO VI. PLANES OPERATIVOS

6.1. Mercadeo

6.2. Ventas

6.3. Organizacional

6.4. Investigación y Desarrollo

6.5. Operación y Logística

6.6. Administración y Finanzas

CAPÍTULO VII. EVALUACIÓN FINANCIERA

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

7.2. Inversiones

7.3. Sensibilizaciones

7.4. Cálculo de VAN, TIR y otros Indicadores Financieros

7.5. Requerimientos de Fondos de Inversión

7.6. Estrategias de Búsquedas de Financiamiento

CAPÍTULO VIII. ANEXOS

8.1. Organigrama

8.2. Modelo de negocios

8.3. Flujos

8.4. Otros anexos

8. FUENTES DE INFORMACIÓN.

Las fuentes de informaciones utilizadas para la elaboración de esta investigación provienen de las entrevistas que realizamos a un determinado público e individuos ligados al sistema financiero. Además de los documentos y datos que analizamos, que nos permitieron darle desarrollo a esta idea de negocio.

También consultamos sitios webs tales como:

- Banco Central De La Rep.Dom - www.bancentral.gov.do
- Superintendencia De Bancos De La Rep. Dom. - <http://www.sb.gob.do/>
- Asociación De Bancos De La Rep. Dom. - <http://www.aba.org.do/>
- Dirección General De Impuestos Internos – www.dgii.gov.do

II. CUADROS DE ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

2.1 Estado de Flujo de Efectivo

SmartCheck SRL						
Flujo de Caja RD\$						
	0	2013	2014	2015	2016	2017
Ingresos		RD\$ 22,424,224.00	RD\$ 28,568,448.23	RD\$ 34,712,672.35	RD\$ 41,206,901.60	RD\$ 47,526,127.00
Otros Ingresos						
Total Ingresos		RD\$ 22,424,224.00	RD\$ 28,568,448.23	RD\$ 34,712,672.35	RD\$ 41,206,901.60	RD\$ 47,526,127.00
Costos Variables		RD\$ 4,960,056.00	RD\$ 2,766,192.00	RD\$ 2,472,808.00	RD\$ 2,263,248.00	RD\$ 2,011,776.00
Costos Fijos		RD\$ 780,000.00	RD\$ 819,000.00	RD\$ 859,950.00	RD\$ 902,947.50	RD\$ 948,094.88
Nomina de Personal		RD\$ 3,216,000.00	RD\$ 3,747,600.00	RD\$ 4,330,800.00	RD\$ 4,834,800.00	RD\$ 4,990,800.00
Depreciación		RD\$ 80,980.00				
Total Egresos		RD\$ 9,037,036.00	RD\$ 7,413,772.00	RD\$ 7,744,538.00	RD\$ 8,081,975.50	RD\$ 8,031,650.88
Utilidad antes de impuestos		RD\$ 13,387,188.00	RD\$ 21,154,676.23	RD\$ 26,968,134.35	RD\$ 33,124,926.10	RD\$ 39,494,476.13
Impuestos		RD\$ 3,882,284.52	RD\$ 6,134,856.11	RD\$ 7,820,758.96	RD\$ 9,606,228.57	RD\$ 11,453,398.08
Utilidad Neta		RD\$ 9,504,903.48	RD\$ 15,019,820.13	RD\$ 19,147,375.39	RD\$ 23,518,697.53	RD\$ 28,041,078.05
(+) Depreciación		RD\$ 80,980.00				
Inversion Inicial	RD\$ 6,992,135.00					
Inversion Capital de Trabajo	RD\$ 11,999,612.00					RD\$ 11,999,612.00
Valor de desecho Disponible						
Flujo de Caja	RD\$ 18,991,747.00	RD\$ 9,585,883.48	RD\$ 15,100,800.13	RD\$ 19,228,355.39	RD\$ 23,599,677.53	RD\$ 40,121,670.05
Flujo de Caja Acumulado	RD\$ 18,991,747.00	RD\$ 28,577,630.48	RD\$ 43,678,430.61	RD\$ 62,906,785.99	RD\$ 86,506,463.53	RD\$ 126,628,133.57

2.2 Resumen Operativo

	FLUJOS
0	RD\$ (6,992,135.00)
2013	RD\$ 9,585,883.48
2014	RD\$15,100,800.13
2015	RD\$19,228,355.39
2016	RD\$23,599,677.53
2017	RD\$28,122,058.05
VAN	\$58,246,551.20
TIR	175%
PRI	(0.37)
TASA INICIAL	12.00%

2.3 Detalles de las Inversiones

Puesta en marcha	
	Total
Mobiliarios y Equipos de Oficina	RD\$ 145,750.00
Inversiones Tecnologicas	RD\$ 1,985,630.00
Balance de otros insumos	RD\$ 780,000.00
Nomina de empleados	RD\$ 3,216,000.00
Lanzamiento de Empresa	RD\$ 669,320.00
Total	RD\$ 6,992,135.00

2.4 Proyección de Ventas

SmartCheck SRL - Pronostico de Ventas 2013												
	Ene.	Feb.	Maz.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ag.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Cantidad de Oficinas por implementar sistema	5	10	6	8	6	6	5	8	5	7	5	2
Precio del Paquete de Implementacion Software	RDS 175,000.00	RDS 175,000.00	RDS 175,000.00	RDS 175,000.00								
Total Ingresos por Implementacion	RDS 875,000.00	RDS 1,750,000.00	RDS 1,050,000.00	RDS 1,400,000.00	RDS 1,050,000.00	RDS 1,050,000.00	RDS 875,000.00	RDS 1,400,000.00	RDS 875,000.00	RDS 1,225,000.00	RDS 875,000.00	RDS 350,000.00
Promedio de Cheques Capturados	117051	117051	117051	117051	117051	117051	117051	117051	117051	117051	117051	117051
Precio por Captura de Cheque	RDS 2.00	RDS 2.00	RDS 2.00	RDS 2.00								
Total de Ingresos por Captura de Cheques	RDS 234,102.00	RDS 234,102.00	RDS 234,102.00	RDS 234,102.00								
Cantidad de Descargas de Aplicaciones Moviles	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000
Precio de Descarga	RDS 38.00	RDS 38.00	RDS 38.00	RDS 38.00								
Total de Ingresos por Descargas	RDS 570,000.00	RDS 570,000.00	RDS 570,000.00	RDS 570,000.00								
	1,679,102.00	2,554,102.00	1,854,102.00	2,204,102.00	1,854,102.00	1,854,102.00	1,679,102.00	2,204,102.00	1,679,102.00	2,029,102.00	1,679,102.00	1,154,102.00
Total General Ventas Año 2013									22,424,224.00			

SmartCheck SRL - Pronostico de Ventas 2014												
	Ene.	Feb.	Maz.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ag.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Cantidad de Oficinas por implementar sistema	3	6	8	8	5	4	5	7	5	5	5	5
Precio del Paquete de Implementacion Software	RDS 175,000.00	RDS 175,000.00	RDS 175,000.00	RDS 175,000.00								
Total Ingresos por Implementacion	RDS 525,000.00	RDS 1,050,000.00	RDS 1,400,000.00	RDS 1,400,000.00	RDS 875,000.00	RDS 700,000.00	RDS 875,000.00	RDS 1,225,000.00	RDS 875,000.00	RDS 875,000.00	RDS 875,000.00	RDS 875,000.00
Promedio de Cheques Capturados	234102	234102	234102	234102	234102	234102	234102	234102	234102	234102	234102	234102
Precio por Captura de Cheque	RDS 2.00	RDS 2.00	RDS 2.00	RDS 2.00								
Total de Ingresos por Captura de Cheques	RDS 468,204.23	RDS 468,204.00	RDS 468,204.00	RDS 468,204.00	RDS 468,204.00							
Cantidad de Descargas de Aplicaciones Moviles	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000
Precio de Descarga	RDS 38.00	RDS 38.00	RDS 38.00	RDS 38.00								
Total de Ingresos por Descargas	RDS 950,000.00	RDS 950,000.00	RDS 950,000.00	RDS 950,000.00								
	1,943,204.23	2,468,204.00	2,818,204.00	2,818,204.00	2,293,204.00	2,118,204.00	2,293,204.00	2,643,204.00	2,293,204.00	2,293,204.00	2,293,204.00	2,293,204.00
Total General Ventas Año 2014									28,568,448.23			

SmartCheck SRL - Pronostico de Ventas 2015												
	Ene.	Feb.	Maz.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ag.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Cantidad de Oficinas por implementar sistema	4	4	8	4	5	5	5	4	5	5	5	5
Precio del Paquete de Implementacion Software	RDS 175,000.00	RDS 175,000.00	RDS 175,000.00	RDS 175,000.00								
Total Ingresos por Implementacion	RDS 700,000.00	RDS 700,000.00	RDS 1,400,000.00	RDS 700,000.00	RDS 875,000.00	RDS 875,000.00	RDS 875,000.00	RDS 700,000.00	RDS 875,000.00	RDS 875,000.00	RDS 875,000.00	RDS 875,000.00
Promedio de Cheques Capturados	351153	351153	351153	351153	351153	351153	351153	351153	351153	351153	351153	351153
Precio por Captura de Cheque	RDS 2.00	RDS 2.00	RDS 2.00	RDS 2.00								
Total de Ingresos por Captura de Cheques	RDS 702,306.35	RDS 702,306.00	RDS 702,306.00	RDS 702,306.00	RDS 702,306.00							
Cantidad de Descargas de Aplicaciones Moviles	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000
Precio de Descarga	RDS 38.00	RDS 38.00	RDS 38.00	RDS 38.00								
Total de Ingresos por Descargas	RDS 1,330,000.00	RDS 1,330,000.00	RDS 1,330,000.00	RDS 1,330,000.00								
	2,732,306.35	2,732,306.00	3,432,306.00	2,732,306.00	2,907,306.00	2,907,306.00	2,907,306.00	2,732,306.00	2,907,306.00	2,907,306.00	2,907,306.00	2,907,306.00
Total General Ventas Año 2015									34,712,672.35			

SmartCheck SRL - Pronostico de Ventas 2016												
	Ene.	Feb.	Maz.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ag.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Cantidad de Oficinas por implementar sistema	4	4	8	4	5	5	3	4	5	3	4	5
Precio del Paquete de Implementacion Software	RDS 175,000.00	RDS 175,000.00	RDS 175,000.00	RDS 175,000.00								
Total Ingresos por Implementacion	RDS 700,000.00	RDS 700,000.00	RDS 1,400,000.00	RDS 700,000.00	RDS 875,000.00	RDS 875,000.00	RDS 525,000.00	RDS 700,000.00	RDS 875,000.00	RDS 525,000.00	RDS 700,000.00	RDS 875,000.00
Promedio de Cheques Capturados	468204	468204	468204	468204	468204	468204	468204	468204	468204	468204	468204	468204
Precio por Captura de Cheque	RDS 2.00	RDS 2.00	RDS 2.00	RDS 2.00								
Total de Ingresos por Captura de Cheques	RDS 936,408.47	RDS 936,408.47	RDS 936,408.47	RDS 936,408.47								
Cantidad de Descargas de Aplicaciones Moviles	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000
Precio de Descarga	RDS 38.00	RDS 38.00	RDS 38.00	RDS 38.00								
Total de Ingresos por Descargas	RDS 1,710,000.00	RDS 1,710,000.00	RDS 1,710,000.00	RDS 1,710,000.00								
	3,346,408.47	3,346,408.47	4,046,408.47	3,346,408.47	3,521,408.47	3,521,408.47	3,171,408.47	3,346,408.47	3,521,408.47	3,171,408.47	3,346,408.47	3,521,408.47
Total General Ventas Año 2016									41,206,901.60			

SmartCheck SRL					
Costo de Implementacion					
RD \$					
Concepto	2013	2014	2015	2016	2017
Desarrollo Software PC	RD\$ 783,000.00				
Desarrollo Software Movil OS(Blackberry)	RD\$ 78,000.00				
Desarrollo Software Movil OS(Apple)	RD\$ 78,000.00				
Desarrollo Software Movil OS(Android)	RD\$ 78,000.00				
Desarrollo Software Movil OS(Windows Movil)	RD\$ 78,000.00				
Totales Software	RD\$ 1,095,000.00				
Scanners					
Cantidad Scanners Necesarios (1er Trimestre)	85	264	236	216	192
Costo Scanners / Segun cambio del dia	RD\$ 10,478.00	RD\$ 10,478.00	RD\$ 10,478.00	RD\$ 10,478.00	RD\$ 10,478.00
Totales Magtek ImageSafe	RD\$ 890,630.00	RD\$ 2,766,192.00	RD\$ 2,472,808.00	RD\$ 2,263,248.00	RD\$ 2,011,776.00
Totales	RD\$1,985,630.00	RD\$ 2,766,192.00	RD\$2,472,808.00	RD\$2,263,248.00	RD\$2,011,776.00

SmartCheck				
Balance de activos intangibles				
ACTIVOS	Amortizacion	Valor unitario	Total amortizacion	Total amortizacion
Busqueda Antecedentes ONAPI	1.88%	RD\$ 389.00	RD\$ 7.31	RD\$ 87.76
Registro de nombre	1.88%	RD\$ 3,776.00	RD\$ 70.99	RD\$ 851.87
Publicacion de nombre	1.88%	RD\$ 971.00	RD\$ 18.25	RD\$ 219.06
Registro Mercantil	1.88%	RD\$ 25,000.00	RD\$ 470.00	RD\$ 5,640.00
Registro Sociedad	1.88%	RD\$ 10,000.00	RD\$ 188.00	RD\$ 2,256.00
Registro de slogan y publicacion	1.88%	RD\$ 5,688.00	RD\$ 106.93	RD\$ 1,283.21
Deposito Reembolsable - Cuenta Banco	N/A	RD\$ 100,000.00		
Capacitacion de personal	1.13%	RD\$ 50,000.00	RD\$ 565.00	RD\$ 6,780.00
Total anual		RD\$ 195,435.00	RD\$ 1,419.18	RD\$ 17,030.14

2.7 Presupuesto de Recursos Humanos

SmartCheck SRL - 2013											
Balance de Personal											
Personal			Deducciones								
Puesto	Sueldo base(mensual)	Sueldo base (Anual)	AFP afiliado	Infotep	ISR(mensual)	SFS	Total deducciones	Total deducciones(anual)	Neto pagar (mensual)	Neto a pagar (anual)	
Director ejecutivo	RD\$ 50,000.00	RD\$ 600,000.00	RD\$ 1,360.00	RD\$ 500.00	RD\$ 1,041.67	RD\$ 1,505.00	RD\$ 4,406.67	RD\$ 52,880.00	RD\$ 45,593.33	RD\$ 547,120.00	
Director administrativo y finanzas	RD\$ 40,000.00	RD\$ 480,000.00	RD\$ 1,088.00	RD\$ 400.00	RD\$ 833.33	RD\$ 1,204.00	RD\$ 3,525.33	RD\$ 42,304.00	RD\$ 36,474.67	RD\$ 437,696.00	
Director de ventas	RD\$ 40,000.00	RD\$ 480,000.00	RD\$ 1,088.00	RD\$ 400.00	RD\$ 833.33	RD\$ 1,204.00	RD\$ 3,525.33	RD\$ 42,304.00	RD\$ 36,474.67	RD\$ 437,696.00	
Director de tecnologia y desarrollo	RD\$ 45,000.00	RD\$ 540,000.00	RD\$ 1,224.00	RD\$ 450.00	RD\$ 937.50	RD\$ 1,354.50	RD\$ 3,966.00	RD\$ 47,592.00	RD\$ 41,034.00	RD\$ 492,408.00	
Asistente administrativa	RD\$ 20,000.00	RD\$ 240,000.00	RD\$ 544.00	RD\$ 200.00	exento	RD\$ 602.00	RD\$ 1,346.00	RD\$ 16,152.00	RD\$ 18,654.00	RD\$ 223,848.00	
asistente de ventas	RD\$ 20,000.00	RD\$ 240,000.00	RD\$ 544.00	RD\$ 200.00	exento	RD\$ 602.00	RD\$ 1,346.00	RD\$ 16,152.00	RD\$ 18,654.00	RD\$ 223,848.00	
Oficial de tecnologia y desarrollo	RD\$ 21,000.00	RD\$ 252,000.00	RD\$ 571.20	RD\$ 210.00	exento	RD\$ 632.10	RD\$ 1,413.30	RD\$ 16,959.60	RD\$ 19,586.70	RD\$ 235,040.40	
Oficial de marketing	RD\$ 20,000.00	RD\$ 240,000.00	RD\$ 544.00	RD\$ 200.00	exento	RD\$ 602.00	RD\$ 1,346.00	RD\$ 16,152.00	RD\$ 18,654.00	RD\$ 223,848.00	
Recepcionista	RD\$ 12,000.00	RD\$ 144,000.00	RD\$ 326.40	RD\$ 120.00	exento	RD\$ 361.20	RD\$ 807.60	RD\$ 9,691.20	RD\$ 11,192.40	RD\$ 134,308.80	
Total	RD\$ 268,000.00	RD\$ 3,216,000.00	RD\$7,289.60	RD\$2,680.00	RD\$3,645.83	RD\$ 8,066.80	RD\$ 21,682.23	RD\$ 260,186.80	RD\$ 246,317.77	RD\$ 2,955,813.20	

SmartCheck SRL - 2014											
Balance de Personal											
Personal			Deducciones								
Puesto	Sueldo base(mensual)	Sueldo base (Anual)	AFP afiliado	Infotep	ISR(mensual)	SFS	Total deducciones	Total deducciones(anual)	Neto pagar (mensual)	Neto a pagar (anual)	
Director ejecutivo	RD\$ 60,000.00	RD\$ 720,000.00	RD\$ 1,632.00	RD\$ 600.00	RD\$ 1,250.00	RD\$ 1,806.00	RD\$ 5,288.00	RD\$ 63,456.00	RD\$ 54,712.00	RD\$ 666,544.00	
Director administrativo y finanzas	RD\$ 48,000.00	RD\$ 576,000.00	RD\$ 1,305.60	RD\$ 480.00	RD\$ 1,000.00	RD\$ 1,444.80	RD\$ 4,230.40	RD\$ 50,764.80	RD\$ 43,769.60	RD\$ 525,235.20	
Director de ventas	RD\$ 48,000.00	RD\$ 576,000.00	RD\$ 1,305.60	RD\$ 480.00	RD\$ 1,000.00	RD\$ 1,444.80	RD\$ 4,230.40	RD\$ 50,764.80	RD\$ 43,769.60	RD\$ 525,235.20	
Director de tecnologia y desarrollo	RD\$ 54,000.00	RD\$ 648,000.00	RD\$ 1,468.80	RD\$ 540.00	RD\$ 1,125.00	RD\$ 1,625.40	RD\$ 4,759.20	RD\$ 57,110.40	RD\$ 49,240.80	RD\$ 590,889.60	
Asistente administrativa	RD\$ 22,000.00	RD\$ 264,000.00	RD\$ 598.40	RD\$ 220.00	exento	RD\$ 662.20	RD\$ 1,480.60	RD\$ 17,767.20	RD\$ 20,519.40	RD\$ 246,232.80	
Asistente de ventas	RD\$ 22,000.00	RD\$ 264,000.00	RD\$ 598.40	RD\$ 220.00	exento	RD\$ 662.20	RD\$ 1,480.60	RD\$ 17,767.20	RD\$ 20,519.40	RD\$ 246,232.80	
Oficial de tecnologia y desarrollo	RD\$ 23,100.00	RD\$ 277,200.00	RD\$ 628.32	RD\$ 231.00	exento	RD\$ 695.31	RD\$ 1,554.63	RD\$ 18,655.56	RD\$ 21,545.37	RD\$ 258,544.44	
Oficial de marketing	RD\$ 22,000.00	RD\$ 264,000.00	RD\$ 598.40	RD\$ 220.00	exento	RD\$ 662.20	RD\$ 1,480.60	RD\$ 17,767.20	RD\$ 20,519.40	RD\$ 246,232.80	
Recepcionista	RD\$ 13,200.00	RD\$ 158,400.00	RD\$ 359.04	RD\$ 132.00	exento	RD\$ 397.32	RD\$ 888.36	RD\$ 10,660.32	RD\$ 12,311.64	RD\$ 147,739.68	
Total	RD\$ 312,300.00	RD\$ 3,747,600.00	RD\$8,494.56	RD\$3,123.00	RD\$4,375.00	RD\$ 9,400.23	RD\$ 25,392.79	RD\$ 304,713.48	RD\$ 286,907.21	RD\$ 3,442,886.52	

SmartCheck SRL - 2015										
Balance de Personal										
Personal			Deducciones							
Puesto	Sueldo base(mensual)	Sueldo base (Anual)	AFP afiliado	Infotep	ISR(mensual)	SFS	Total deducciones	Total deducciones(anual)	Neto pagar (mensual)	Neto a pagar (anual)
Director ejecutivo	RD\$ 72,000.00	RD\$ 864,000.00	RD\$ 1,958.40	RD\$ 720.00	RD\$ 1,500.00	RD\$ 2,167.20	RD\$ 6,345.60	RD\$ 76,147.20	RD\$ 65,654.40	RD\$ 787,852.80
Director administrativo y finanzas	RD\$ 57,600.00	RD\$ 691,200.00	RD\$ 1,566.72	RD\$ 576.00	RD\$ 1,200.00	RD\$ 1,733.76	RD\$ 5,076.48	RD\$ 60,917.76	RD\$ 52,523.52	RD\$ 630,282.24
Director de ventas	RD\$ 57,600.00	RD\$ 691,200.00	RD\$ 1,566.72	RD\$ 576.00	RD\$ 1,200.00	RD\$ 1,733.76	RD\$ 5,076.48	RD\$ 60,917.76	RD\$ 52,523.52	RD\$ 630,282.24
Director de tecnología y desarrollo	RD\$ 64,800.00	RD\$ 777,600.00	RD\$ 1,762.56	RD\$ 648.00	RD\$ 1,350.00	RD\$ 1,950.48	RD\$ 5,711.04	RD\$ 68,532.48	RD\$ 59,088.96	RD\$ 709,067.52
Asistente administrativa	RD\$ 24,200.00	RD\$ 290,400.00	RD\$ 658.24	RD\$ 242.00	exento	RD\$ 728.42	RD\$ 1,628.66	RD\$ 19,543.92	RD\$ 22,571.34	RD\$ 270,856.08
asistente de ventas	RD\$ 24,200.00	RD\$ 290,400.00	RD\$ 658.24	RD\$ 242.00	exento	RD\$ 728.42	RD\$ 1,628.66	RD\$ 19,543.92	RD\$ 22,571.34	RD\$ 270,856.08
Oficial de tecnología y desarrollo	RD\$ 23,100.00	RD\$ 277,200.00	RD\$ 628.32	RD\$ 231.00	exento	RD\$ 695.31	RD\$ 1,554.63	RD\$ 18,655.56	RD\$ 21,545.37	RD\$ 258,544.44
Oficial de marketing	RD\$ 24,200.00	RD\$ 290,400.00	RD\$ 658.24	RD\$ 242.00	exento	RD\$ 728.42	RD\$ 1,628.66	RD\$ 19,543.92	RD\$ 22,571.34	RD\$ 270,856.08
Recepcionista	RD\$ 13,200.00	RD\$ 158,400.00	RD\$ 359.04	RD\$ 132.00	exento	RD\$ 397.32	RD\$ 888.36	RD\$ 10,660.32	RD\$ 12,311.64	RD\$ 147,739.68
Total	RD\$ 360,900.00	RD\$ 4,330,800.00	RD\$9,816.48	RD\$3,609.00	RD\$5,250.00	RD\$10,863.09	RD\$ 29,538.57	RD\$ 354,462.84	RD\$ 331,361.43	RD\$ 3,976,337.16

SmartCheck SRL - 2016										
Balance de Personal										
Personal			Deducciones							
Puesto	Sueldo base(mensual)	Sueldo base (Anual)	AFP afiliado	Infotep	ISR(mensual)	SFS	Total deducciones	Total deducciones(anual)	Neto pagar (mensual)	Neto a pagar (anual)
Director ejecutivo	RD\$ 85,000.00	RD\$ 1,020,000.00	RD\$ 2,312.00	RD\$ 850.00	RD\$ 1,770.83	RD\$ 2,558.50	RD\$ 7,491.33	RD\$ 89,896.00	RD\$ 77,508.67	RD\$ 930,104.00
Director administrativo y finanzas	RD\$ 74,000.00	RD\$ 888,000.00	RD\$ 2,012.80	RD\$ 740.00	RD\$ 1,541.67	RD\$ 2,227.40	RD\$ 6,521.87	RD\$ 78,262.40	RD\$ 67,478.13	RD\$ 809,737.60
Director de ventas	RD\$ 65,000.00	RD\$ 780,000.00	RD\$ 1,768.00	RD\$ 650.00	RD\$ 1,354.17	RD\$ 1,956.50	RD\$ 5,728.67	RD\$ 68,744.00	RD\$ 59,271.33	RD\$ 711,256.00
Director de tecnología y desarrollo	RD\$ 70,000.00	RD\$ 840,000.00	RD\$ 1,904.00	RD\$ 700.00	RD\$ 1,458.33	RD\$ 2,107.00	RD\$ 6,169.33	RD\$ 74,032.00	RD\$ 63,830.67	RD\$ 765,968.00
Asistente administrativa	RD\$ 24,200.00	RD\$ 290,400.00	RD\$ 658.24	RD\$ 242.00	exento	RD\$ 728.42	RD\$ 1,628.66	RD\$ 19,543.92	RD\$ 22,571.34	RD\$ 270,856.08
asistente de ventas	RD\$ 24,200.00	RD\$ 290,400.00	RD\$ 658.24	RD\$ 242.00	exento	RD\$ 728.42	RD\$ 1,628.66	RD\$ 19,543.92	RD\$ 22,571.34	RD\$ 270,856.08
Oficial de tecnología y desarrollo	RD\$ 23,100.00	RD\$ 277,200.00	RD\$ 628.32	RD\$ 231.00	exento	RD\$ 695.31	RD\$ 1,554.63	RD\$ 18,655.56	RD\$ 21,545.37	RD\$ 258,544.44
Oficial de marketing	RD\$ 24,200.00	RD\$ 290,400.00	RD\$ 658.24	RD\$ 242.00	exento	RD\$ 728.42	RD\$ 1,628.66	RD\$ 19,543.92	RD\$ 22,571.34	RD\$ 270,856.08
Recepcionista	RD\$ 13,200.00	RD\$ 158,400.00	RD\$ 359.04	RD\$ 132.00	exento	RD\$ 397.32	RD\$ 888.36	RD\$ 10,660.32	RD\$ 12,311.64	RD\$ 147,739.68
Total	RD\$ 402,900.00	RD\$ 4,834,800.00	RD\$10,958.88	RD\$4,029.00	RD\$6,125.00	RD\$12,127.29	RD\$ 33,240.17	RD\$ 398,882.04	RD\$ 369,659.83	RD\$ 4,435,917.96

SmartCheck SRL - 2017										
Balance de Personal										
Personal			Deducciones							
Puesto	Sueldo base(mensual)	Sueldo base (Anual)	AFP afiliado	Infotep	ISR(mensual)	SFS	Total deducciones	Total deducciones(anual)	Neto pagar (mensual)	Neto a pagar (anual)
Director ejecutivo	RD\$ 90,000.00	RD\$ 1,080,000.00	RD\$ 2,448.00	RD\$ 900.00	RD\$ 1,875.00	RD\$ 2,709.00	RD\$ 7,932.00	RD\$ 95,184.00	RD\$ 82,068.00	RD\$ 984,816.00
Director administrativo y finanzas	RD\$ 76,000.00	RD\$ 912,000.00	RD\$ 2,067.20	RD\$ 760.00	RD\$ 1,583.33	RD\$ 2,287.60	RD\$ 6,698.13	RD\$ 80,377.60	RD\$ 69,301.87	RD\$ 831,622.40
Director de ventas	RD\$ 67,000.00	RD\$ 804,000.00	RD\$ 1,822.40	RD\$ 670.00	RD\$ 1,395.83	RD\$ 2,016.70	RD\$ 5,904.93	RD\$ 70,859.20	RD\$ 61,095.07	RD\$ 733,140.80
Director de tecnología y desarrollo	RD\$ 74,000.00	RD\$ 888,000.00	RD\$ 2,012.80	RD\$ 740.00	RD\$ 1,541.67	RD\$ 2,227.40	RD\$ 6,521.87	RD\$ 78,262.40	RD\$ 67,478.13	RD\$ 809,737.60
Asistente administrativa	RD\$ 24,200.00	RD\$ 290,400.00	RD\$ 658.24	RD\$ 242.00	exento	RD\$ 728.42	RD\$ 1,628.66	RD\$ 19,543.92	RD\$ 22,571.34	RD\$ 270,856.08
asistente de ventas	RD\$ 24,200.00	RD\$ 290,400.00	RD\$ 658.24	RD\$ 242.00	exento	RD\$ 728.42	RD\$ 1,628.66	RD\$ 19,543.92	RD\$ 22,571.34	RD\$ 270,856.08
Oficial de tecnología y desarrollo	RD\$ 23,100.00	RD\$ 277,200.00	RD\$ 628.32	RD\$ 231.00	exento	RD\$ 695.31	RD\$ 1,554.63	RD\$ 18,655.56	RD\$ 21,545.37	RD\$ 258,544.44
Oficial de marketing	RD\$ 24,200.00	RD\$ 290,400.00	RD\$ 658.24	RD\$ 242.00	exento	RD\$ 728.42	RD\$ 1,628.66	RD\$ 19,543.92	RD\$ 22,571.34	RD\$ 270,856.08
Recepcionista	RD\$ 13,200.00	RD\$ 158,400.00	RD\$ 359.04	RD\$ 132.00	exento	RD\$ 397.32	RD\$ 888.36	RD\$ 10,660.32	RD\$ 12,311.64	RD\$ 147,739.68
Total	RD\$ 415,900.00	RD\$ 4,990,800.00	RD\$11,312.48	RD\$4,159.00	RD\$6,395.83	RD\$12,518.59	RD\$ 34,385.90	RD\$ 412,630.84	RD\$ 381,514.10	RD\$ 4,578,169.16

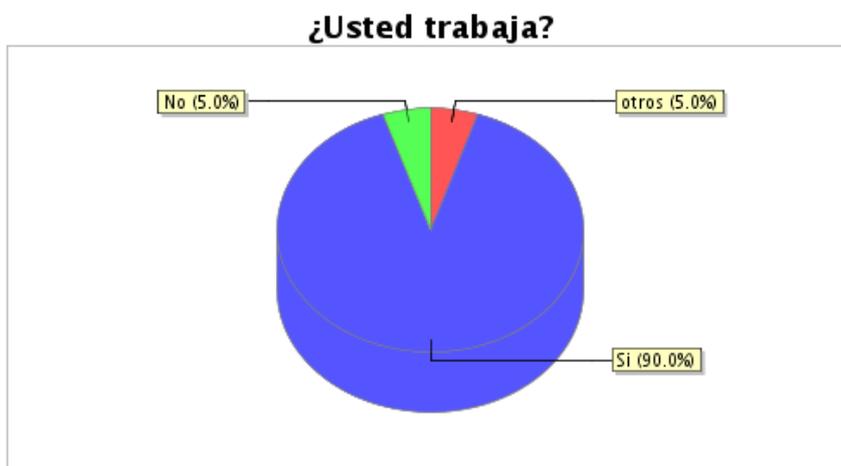
2.8 Plan de lanzamiento

SmartCheck - Plan de Lanzamiento SmartCheck						
2012 - RD\$						
Medio	Cantidad	Concepto	Duracion	Precio/Cantidad	Total	Valor Neto
Salon de Conferencias	1	Hotel Lina		RD\$ 75,000.00	RD\$ 75,000.00	RD\$ 75,000.00
Coctel	2	Hotel Lina		RD\$ 75,000.00	RD\$150,000.00	RD\$150,000.00
					Sub-Total	RD\$225,000.00
					ITBIS 16%	RD\$ 36,000.00
					Total Neto	RD\$261,000.00

SmartCheck - Publicidad - Medio Masivos						
2012 - RD\$						
Medio	Cantidad	Concepto	Duracion	Precio/Cantidad	Total	Valor Neto
Periodico Hoy	25	2da Pagina	6 Meses	RD\$ 4,500.00	RD\$112,500.00	RD\$112,500.00
Periodico Diario Libre	25	2da Pagina	6 Meses	RD\$ 8,500.00	RD\$212,500.00	RD\$212,500.00
Facebook Ads	6	Publicidad Viral	6 Meses	RD\$ 4,500.00	RD\$ 27,000.00	RD\$ 27,000.00
					Sub-Total	RD\$352,000.00
					ITBIS 16%	RD\$ 56,320.00
					Total Neto	RD\$408,320.00

III- RESULTADOS DE LA ENCUESTA

La investigación de mercado realizada se tomó en cuenta las variables radicales para la toma de decisiones que se realizarán en el futuro cercano permitiendo obtener a partir de una muestra representativa los siguientes datos:



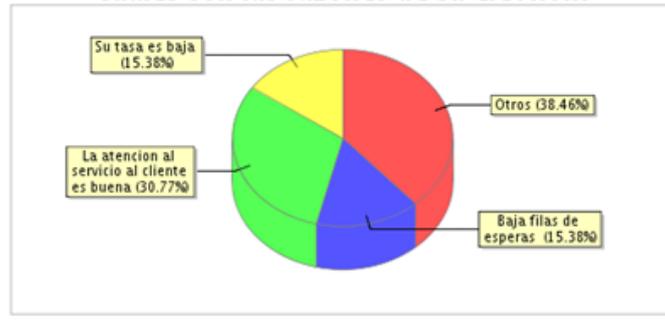
De los 20 entrevistados el 90% trabaja y el 5% no trabaja.



De los 20 entrevistados el 75% dispone de cuenta corriente y el 25% no dispone de cuenta corriente.

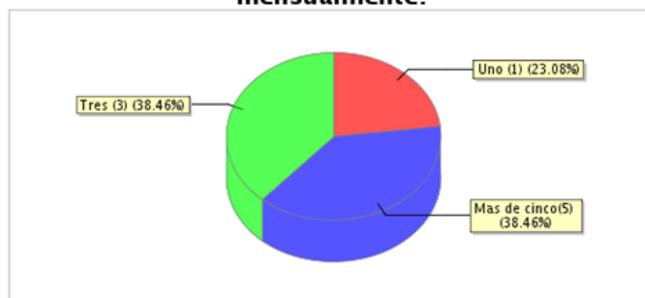
3. En caso de que su respuesta es sí, responder la siguiente pregunta hasta la pregunta No. 09 y finalice, de lo contrario pase a la pregunta No.10

Cuáles son las razones de su elección?



De los 20 entrevistados el 38.46% toman en cuenta otras razones para elección, el 15.38% por bajas filas de esperas, la atención al servicio al cliente es buena 30.77% o por su tasa es baja equivale un 15.38%.

Aproximadamente, que Cantidad de cheque usted gira mensualmente?

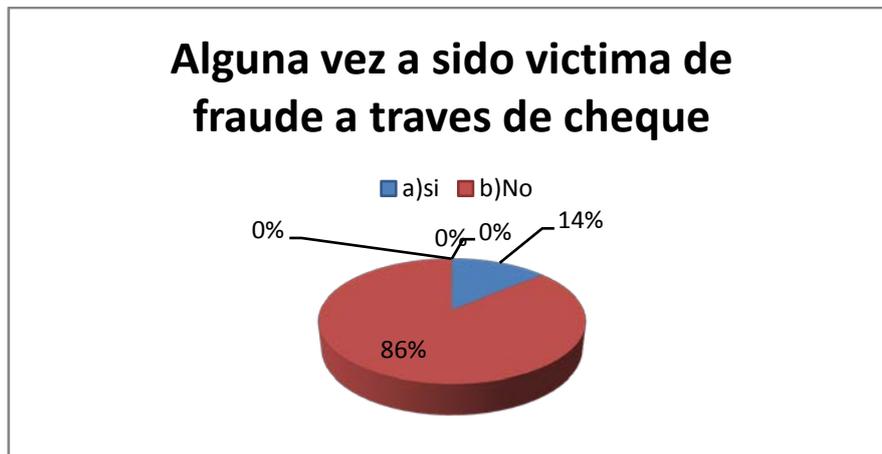


De los 20 entrevistados el 38.46% emite 3 cheques mensualmente, el 23.08% un cheque mensual y 38.46% emite tres cheques.

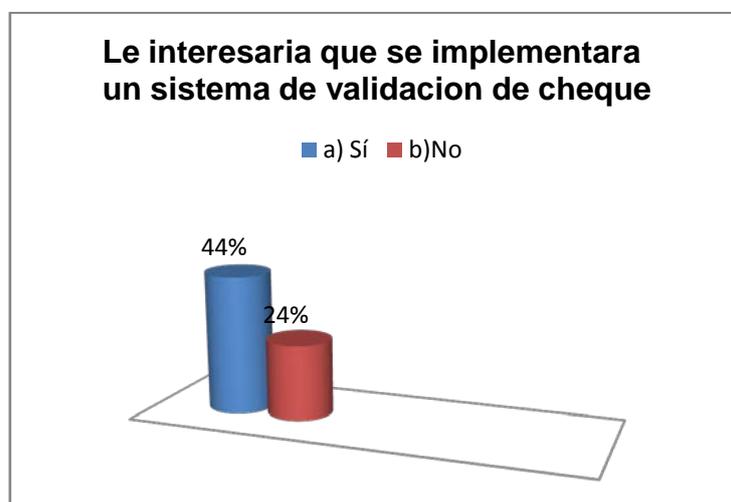
A partir de cual monto usted emite cheques:



Los montos de cheques son emitidos a partir de 1000-10000 en un 10%, de 10000-20000 en un 4% y 20000-30000 en un 2%

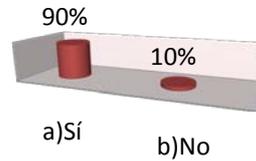


Victimas de fraudes a través de cheque equivale a un 14% y un 86% no han tenido fraude



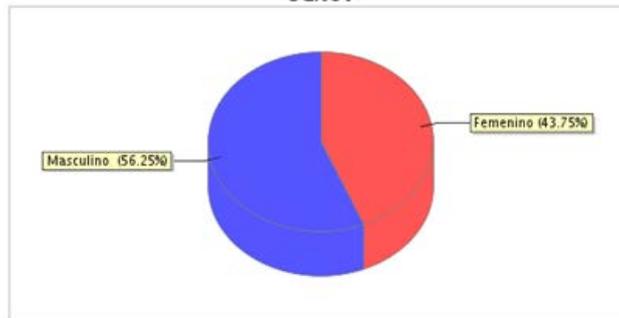
El 44% de los entrevistados aceptaría que se implementara un sistema de monitoreo de cheques mientras que el 24% no le gustaría.

Aceptaría que se le confirme la información básica del cheque por mensaje, tal como correo electrónico, mensaje...



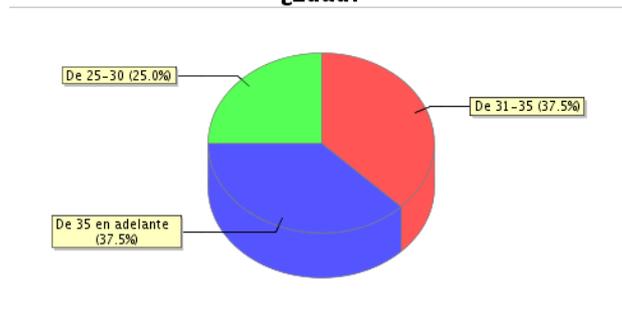
El 90% de los entrevistados optarían por que se les envié un mensaje el 10% no está de acuerdo.

Sexo?



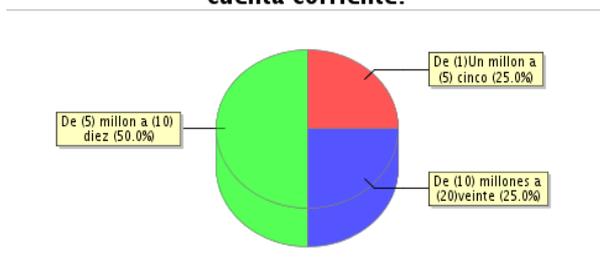
El 43.75% de los encuestados son femeninos y el 56.25% son masculino.

¿Edad?



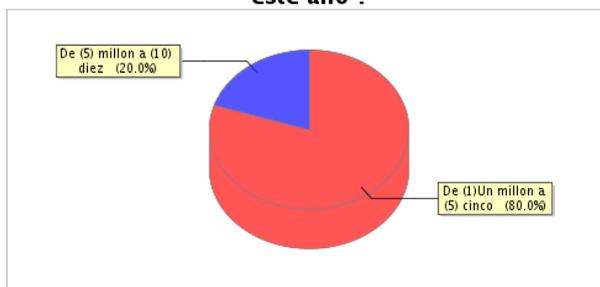
El 37.5% se encuentra en edad de 31-35 años el 37.5% se encuentra en edad de 35 en adelante y de 25-30 tienen 25%

Actualmente, Cual es su cartera de clientes en cuenta corriente?



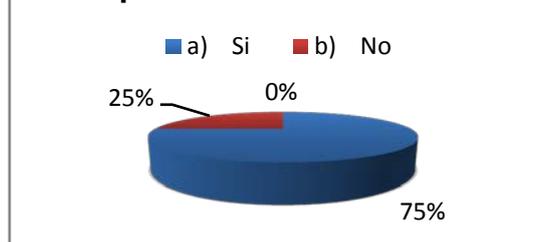
De 1 millón a 5 millones de cartera de clientes se encuentra un 25% de 10 millones a 20 millones 25% y 5 millones a 10 millones 50%

¿Cuál es el porcentaje (%) de fraude que ha tenido este año ?

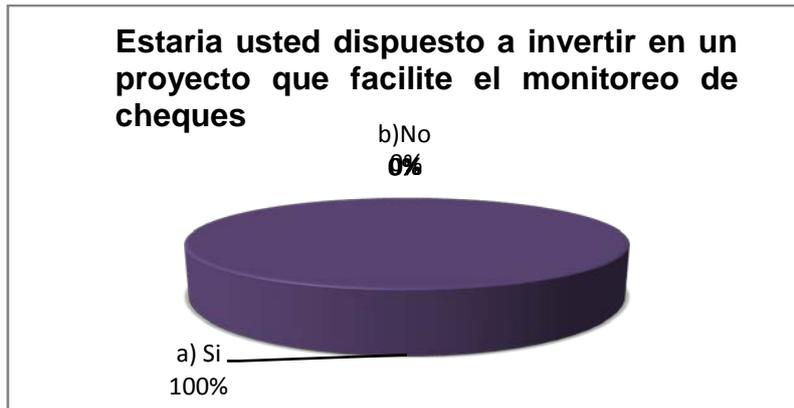


El porcentaje por fraude es de 1 a 5 millones en un 80% mientras que de 5 millones a 10 millones en 20%

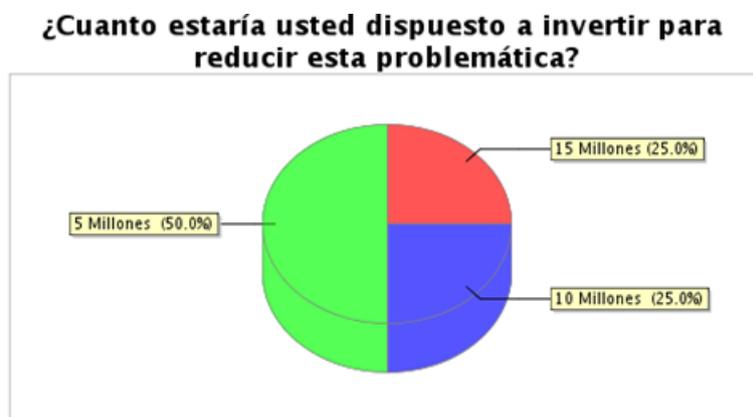
Qué método usted utiliza para detectar fraudes



Para detectar fraude un 25% conoce métodos (token, por tarjeta de códigos, tarjeta de códigos) y el 75% desconoce métodos efectivos.



El 100% de los entrevistados estarían dispuestos a tener el sistema.



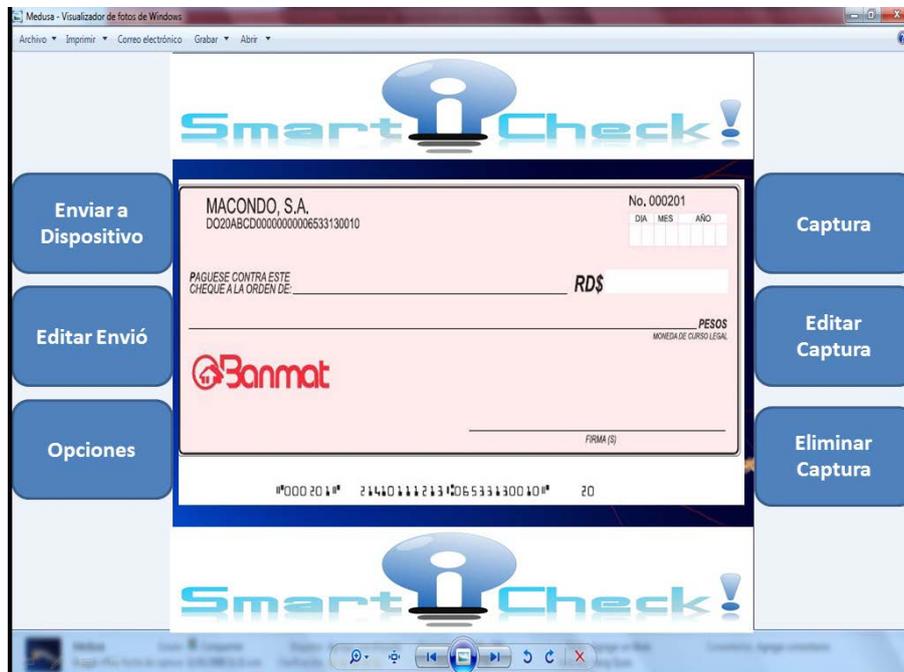
El 50% estaría dispuesto a invertir RD\$ 5 millones en el sistema, el 25% RD\$ 10 millones y el 25% RD\$ 15 millones.

IV- Layout Software

- Versión móvil.



- Versión PC.



Referencias De Informaciones

Referencias De Informaciones

Referencias Bibliográficas

- Idalberto Chiavenato (2002). Administración en los nuevos tiempos. (1era ed.). México: Mc Graw Hill.
- Lawrence J. Gitman (2007). Principios de Administración Financiera. (11va ed.) México: Pearson Addison Wesley.
- Rodrigo Varela (2008). Innovación Empresarial. (3era ed.). Bogotá, Colombia: Pearson.

Referencias Virtuales

- Superintendencia de Bancos de la Republica Dominicana - <http://www.sb.gob.do/>
- Asociación de Bancos de la Republica Dominicana - <http://www.aba.org.do/>
- Banco Central de la Republica Dominicana - <http://www.bancentral.gov.do/>
- Oficina Nacional De Estadísticas - <http://www.one.gob.do/>
- Dirección General De Impuestos Internos – <http://www.dgii.gov.do>