



**Máster Executive en Gestión Hospitalaria
CURSO 2017-2018
Grupo 2**

Trabajo final

Grupo de trabajo No. 4

Sustentantes

**Naiomi Bello González
Paola Isabel Disla Gómez
Scarlet Francisco Torres
Luz María Gómez Hernández
Marcos Antonio Reyes Batista
Yuleisy Mercedes Samboy Meléndez**

Asesor

Don Pablo Conde Martínez

**Septiembre 2018
Madrid, España**

MI TURNO RD



Indice

Introducción	5
a. Definición.....	5
b. ¿Quiénes somos?	5
c. Misión.....	5
d. Visión	5
e. Valores	5
II. Validación del proyecto.....	6
a. Problema detectado	7
b. Qué solución ofrecemos.....	7
c. ¿Por qué no se lleva este clip a los servicios de salud?	7
d. Que logramos	8
e. Análisis del Sector	8
1. Generales	8
Específicos	11
f. Valoración del Mercado	11
g. Competidores Actuales.....	11
h. Nuestro modelo de negocio	13
III. Plan de marketing.....	13
a. Propuesta de Valor	13
b. Productos y Servicios	14
c. Pain Relievers	14
d. Gain Creator	14
e. Segmentos de usuarios.....	14
f. Relaciones con los clientes y usuarios.....	16
g. Estrategia de servicio al cliente	17
h. Canales	17
i. Mercadeo	19
j. Productos y servicios.....	19
k. Análisis comparativo.....	20
l. Objetivos que se pretendena lcanzar	21

III. Plan de operaciones	25
a. Recursos Claves	25
b. Estructura de coste.....	26
c. Plan de operaciones	28
IV. Requisitos legales:	31
V. Plan Financiero	33
Anexos.....	42

Introducción

a. Definición

La APP mi turno RD es la primera aplicación desarrollada en el país con la finalidad de mantener en contacto directo al hospital con el usuario para brindar el servicio de acceso para poder tomar citas a consulta general o especializada, cancelar o cambiar la misma vía la aplicación evitándole a los usuarios tener que acudir al centro a realizar estos servicios.

b. ¿Quiénes somos?

Somos un grupo de emprendedores profesionales del ámbito sanitario, que tras la experiencia desarrollada en el área de pediatría, ginecología y medicina general, tras la formación recibida en el Master de EOI y ver las necesidades en el sector salud de nuestro medio, detectamos la necesidad y oportunidad de crear una aplicación que permita mejorar la calidad de servicios en las consultas externas, en vista de nuestras especialidades y experiencias vividas observamos que una forma de descongestionar áreas de centros de salud, es a través de una aplicación que permita no tener que ir al centro de salud a tomar citas para consultas nuevas o de seguimiento.

Como la población infantil es de alta incidencia y requiere de atención sanitaria regular. Además, sus padres sus padres o tutores, suelen ser jóvenes, con lo que tienen una mejor accesibilidad a la tecnología. Por lo que se nos ocurrió la idea de implementarlo en el Hospital Infantil de referencia nacional como hospital piloto, para poder desarrollar y luego poder ofertarla a otros centros o incluso en un futuro al sector privado.

c. Misión

Contribuir en el buen manejo y uso de la citación y del resto de servicios sanitarios en los diversos procesos ambulatorios, para satisfacer las necesidades y demandas de pacientes y profesionales al solicitar y gestionar los mismos, en cualquier momento del día, mejorando la gestión de citas del Hospital pediátrico Dr. Robert Reid Cabral.

d. Visión

Brindar nuestros servicios a todos los centros de la red del sistema nacional de Salud, favoreciendo a los usuarios y a los diversos centros de salud, disminuyendo los costes y mejorando las esperas y la gestión para ambos al momento de solicitar una cita, servicio o información de o los usuarios.

e. Valores

- **Compromiso:** las necesidades de nuestros pacientes y familiares son nuestros objetivos, brindar le un buen servicio es nuestra principal meta.
- **Cumplimiento normativo:** nos comprometemos con el cumplimiento de las normas y reglamentos presentes y futuros, para un adecuado manejo de los pacientes.

- **Calidad:** somos una empresa comprometida a brindar servicio de calidad a nuestros usuarios de acuerdo con los estándares de salud de última generación.
- **Equidad:** brindar servicios de salud independiente del estatus económico, credo, raza u otra condición de los usuarios y/o familiares, dando igualdad de oportunidad a la hora de solicitar la cita, eliminando posibles barreras para todos por igual.
- **Sensibilidad:** conocemos las necesidades de nuestros pacientes por lo cual la hacemos nuestras necesidades.
- **Orientación de los padres y/o tutores:** enseñar a los padres y/o tutores del buen uso de los servicios de salud, reconocer cuando amerita atención de salud a través de guías de consejos en la aplicación, para disminuir así el número de atenciones innecesarias.
- **Eficiencia:** garantizamos que los servicios ofrecidos, tendrán una respuesta resolutive a sus necesidades.

II. Validación del proyecto

El hospital infantil Dr. Robert Reid Cabral es el hospital pediátrico de Tercer Nivel Especializado de referencia nacional, que garantiza la atención pediátrica integral, basada en el conocimiento, la investigación y la docencia a todos los usuarios en la actualidad en su cartera de servicio ofrece más de 45 servicios a sus usuarios que se encuentra en edad pediátrica de 0-16 años. Es el único centro del país con una unidad de quemados infantil, y servicio de todas las subespecialidades pediátricas.

El volumen de Servicios asistenciales que ofrece nuestro hospital a la comunidad a nivel nacional se resume a continuación:

- Alrededor de 350,000 consultas ambulatorias cada año.
- Unas 1230 consultas externa al día.
- Unos 12,000 ingresos hospitalarios por año.
- Unas 2000 cirugías mayores y menores al año
- Alrededor de 2500 procedimientos de hemodiálisis al año.
- Entre 5000 y 6000 procedimientos de diagnóstico cada año.
- Más de 12,000 estudios radiográficos por año.

A través de encuesta realizada de forma presencial a padres y/o tutores de los pacientes obtuvimos datos que evidencian que los usuarios requieren de una inversión de tiempo para poder tener acceso a una cita y que le gustaría la existencia de un modelo que las citas no requieran se tomada de forma personal y que las misma puedan ser modificadas.

Un dato de gran relevancia es que casi la totalidad de los padres y/o tutores de los usuarios el 93%, tiene acceso a internet y/o posee un teléfono inteligente conectado a la red por diferentes métodos lo que facilitaría que los mismo descargue la aplicación. Menos de un 20% está conforme con el mecanismo actual de tomar las citas. (Ver gráficos de encuesta en anexo 1).

a. Problema detectado

En una segunda fase le preguntamos a los padres y/o tutores qué otros métodos le gustaría que existieran para tomar una cita y si descargarían una aplicación que le ofrezca los servicios de tomar cita donde el 83% refirió que sí lo haría por lo que contamos con el apoyo de los usuarios.

Problema detectado al momento de los usuarios del Hospital Infantil Dr. Robert Reid Cabral y la red del Sistema nacional de Salud, necesitar solicitar los servicios ambulatorios del centro precisan ir de forma personal al centro en busca de una cita médica lo que representa varios problemas:

El padre o tutor necesita pedir permiso en su trabajo o desentender otras actividades para ir al centro a solicitar la cita.

En el centro en área de recepción se congestionan porque se aglomeran los usuarios que tienen cita ese día con lo que la van a solicitar lo cual en algunas ocasiones genera un caos.

Los padres y/o tutores cuando deciden cancelar una cita por no tener que volver al centro dejan ese espacio vacío por lo cual no se le puede asignar a otras personas.

Muchos padres y/o tutores por no ir dos veces al centro llevan a sus hijos(as) vía emergencia con morbilidades que son de manejo ambulatorio vía consulta, y como resultados no se realiza un uso adecuado de los servicios de salud y se sobre cargan los servicios de emergencia.

b. Qué solución ofrecemos

Vivimos en una era digital donde todo lo tenemos a nuestro alcance el “mundo entero en un solo clip”, lo cual facilita realizar ciertas acciones cotidianas.

c. ¿Por qué no se lleva este clip a los servicios de salud?

Nuestra oportunidad radica en que no existe en nuestro país ningún centro de la red del Sistema Nacional de Salud, que le ofrezca al usuario una aplicación donde puedan desde la comodidad de su casa o trabajo darle solución a ciertas necesidades, como tomar una cita, cancelar la misma o cambiarla en caso de algún inconveniente tanto del centro o de los paciente o familiares y así evitar hacer largas filas o desplazarse al centro y de una forma indirecta disminuir el ausentismos laborales en caso de los padres o escolar en el caso de los pacientes de forma innecesaria.

La red del sistema nacional de salud cada día hace mayor esfuerzo por ser competente y satisfacer las necesidades del usuario, logrando la fidelidad del mismo, evitando el abandono del área de consulta externa por el paciente o que acuda a un centro privado, disminuyendo la demanda de los usuarios y una baja en los usuarios; para un mejor seguimiento del tratamiento, evitando recaídas, reingresos, o mayores complicaciones en la salud, que también produce; que los pacientes acudan vía emergencia de forma innecesarias los que aumentan el coste de los servicios de salud ofrecidos.

d. Que logramos

- Brindar a los usuarios comodidad en los servicios.
- Fidelizar los usuarios propios de la red
- Mejor funcionamiento y manejos de los servicios ambulatorios
- Que las citas canceladas se pueda ofrecer los servicios a otro usuario, disminuir costos y evitando ineficiencia en las agendas de los profesionales.
- Que los pacientes que perdieron la cita la puedan reubicar en otro día horario y evitar que acudan vía emergencia.
- Menos inversión de tiempo y dinero de los padres y o tutores para tomar las citas ya que el tiempo sería entre 1-5 minutos y un gasto mínimo (data de internet), pues no tendría que trasladarse.
- Menos inversión de tiempo del personal administrativo para la gestión de citas y agendas, por la automatización, permitiendo que estas personas puedan dedicar su tiempo en otras áreas necesarias para la mejora del Sistema de Gestión del Hospital.

Para validar nuestro modelo realizamos una encuesta a 115 padres y/o tutores de los padres de los pacientes del servicio de consulta externa del Hospital Infantil Dr. Robert Reid Cabral, de los cuales 100 estuvieron de acuerdo con realizar la encuesta. Los gráficos se visualizarán en anexos.

e. Análisis del Sector

1. Generales

Político – Jurídico

La República Dominicana, según su constitución en su artículo 4, establece que el sistema político dominicano es la democracia republicana y su forma de gobierno es la república presidencialista con una división de poderes entre el poder legislativo, poder ejecutivo y el poder judicial; que el Presidente de la República es Jefe del Estado, ostentando la representación formal del país, pero también es parte activa del poder ejecutivo, como Jefe de Gobierno (o Jefe de la Administración Pública).

Desde el punto de vista de marco legal, es importante mencionar que en República Dominicana actualmente no hay leyes que regulen la creación de nuevos softwares y se está por implementar la Ley que aprueba la promoción del Software libre.

Otras leyes importantes mencionar son Ley No. 488-08, que establece un Régimen Regulatorio para el Desarrollo y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) y la Ley No. 65-00 sobre Derecho de Autor.

Desde el punto de vista de confidencialidad, los derechos y deberes tanto del médico como del paciente están contenidos en el artículo 28 de la Ley No. 42-01, Ley General de Salud. En vista de que la información manejada en la aplicación tanto para el paciente como para el medico es limitado, y solo ambas partes tienen acceso a la misma, no presenta violaciones a la Ley.

Además, tanto la institución como el paciente al momento de formar parte de la aplicación dicen estar de acuerdo con acuerdo que explica las condiciones de uso de esta.

Por lo que el desarrollo de nuevas tecnologías en el país es una iniciativa que es apoyada y no cuenta con restricciones políticas y jurídica que impidan su desarrollo.

Económico

La moneda de la República Dominicana es el peso. Según datos suministrados por el gobernador del Banco Central, licenciado Héctor Valdez Albizu, la economía del país creció en un 6.4% en el primer trimestre del año 2018 manteniendo el ritmo de crecimiento por encima de su potencial y conservando el impulso de las medidas de flexibilización monetaria implementadas a partir del primero de agosto del pasado año. Además, la inflación acumulada fue de 0.55% en enero-marzo 2018, y la inflación interanual (marzo 2018/marzo 2017) de 3.91%, en torno al centro del rango meta del Programa Monetario.

La última tasa de variación anual del IPC publicada en República Dominicana es de mayo de 2018 y fue del 4,5%.

EL Hospital Infantil Robert Reid Cabral cuenta con la financiación del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, PROMESE, despacho de la Primera Dama, Fundación Hospital Robert Reid Cabral, Lotería Nacional, Fundación ayuda a niños con Cáncer, Fundación Juan Luis Guerra. Por lo que cuenta con los recursos para financiar el proyecto de esta aplicación, que tendrá un impacto en la regulación de la cantidad de personas atendidas, permitiendo completar el número de pacientes vistos por día, lo que generara ganancias puesto que los Hospitales Públicos facturan la consulta de pacientes que forman parte de la seguridad social.

Según el último informe del 2015 el monte de ingresos por venta de servicios fue superior, disminuyo luego de que se cobrara el copago de servicios, pero ahora al integrar la seguridad social es una oportunidad de aumentar los ingresos de manera organizada.

Por lo que el desarrollo de nuevas tecnologías permite avanzar en términos de calidad de vida y progreso en el sistema de salud de nuestro país.

Cultural

Desde el punto de vista de costumbres y tradiciones, República Dominicana, es sin dunda un país rico, donde la mezcla de culturas forma una sociedad en donde prima la armonía, el buen trato entre los habitantes. La población es relativamente joven por lo que el adaptarse a nuevas tecnologías no representara un problema.

Por lo que el desarrollo de esta tecnología será de impacto, y conocida rápidamente entre la población, pues el solo hecho de facilitar procesos, disminuye gastos innecesarios en la población.

Según la encuesta realizada un 93% de la población tiene acceso a internet, por lo que no sería un problema el uso de la aplicación por estos.

Entorno Socio-Demográfico:

Según el último Censo Nacional de Población (2010), realizado por la Oficina Nacional de Estadística, la cantidad de habitantes en la provincia de Santo Domingo era de 2,374,370 de los cuales 1,163,957 son hombres y 1,210,413 son mujeres, ubicados en la zona urbana 2,084,651 y en la zona rural 289,719 habitantes, siendo la densidad poblacional de 1,823 habitantes/km² lo que significa que es la provincia más densamente poblada.

En general, la República Dominicana cuenta con una población de 9,445,281 habitantes de los cuales 4,706,243 corresponde a mujeres y 4,739,038 a hombres.

La población menor de 40 años alcanza el 76% del total de la población. El 45% de población se encuentra de etapa reproductiva. Estos datos nos muestran el potencial invaluable que posee el país para alcanzar su desarrollo al tener una población predominantemente joven.

La esperanza de vida al nacer es de 72,8 (70,1 para los hombres y 75,8 para las mujeres). Para el año 2015, la tasa de natalidad fue del 20,51% y el índice de fecundidad de 2,45. Durante los últimos años, se ha registrado un descenso con respecto a la mortalidad infantil de un 5.4% en las muertes de niños en las primeras ocho semanas de 2017 con relación al mismo período del 2016. En total, se contabilizaron 355 fallecimientos desde principio de 2017, siendo el 77% de esas muertes (275), ocurridas en los primeros 28 días de nacimiento, con un patrón similar en las diferentes regiones del país.

El Hospital Infantil Robert Reid Cabral al ser un centro de referencia nacional no solo se limita al Distrito Nacional sino a todo el país, siendo el único que oferta todas las especialidades pediátricas, por lo que la demanda de los servicios es alta y no existe ningún sistema que organice de manera automatizada la consulta externa, por lo que la aplicación Mi Turno RD, es la solución a esta población dando un impacto al mejorar los servicios ofertados de manera digital.

Entorno Tecnológico:

En el aspecto de tecnología, la República Dominicana presenta ciertas limitaciones tales como la falta de recursos económicos necesarios para la inversión en equipos de última generación, el alto coste de los servicios, etc. Existen zonas rurales donde la señal de telecomunicaciones es bastante pobre y, en ocasiones, inexistentes. Estas dificultades, a la vez, representan oportunidades de mejora e innovación. Cuestión que esperemos esté mejorada al tiempo que se produce nuestro plan de expansión a otras provincias (en nuestro Hospital piloto y en la fase inicial de la expansión que se realizará en Hospitales de la capital, no tendremos este problema).

Según datos del Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (Indotel), el país ocupa el lugar 21 de 30 países de la región en el Índice de Desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). Esto lo podemos interpretar como un punto a mejorar e innovar.

Por lo que el desarrollo de nuevas aplicaciones es una tendencia, pero no se ha pensado en lograr digitalizar servicios de hospitales públicos, por lo que al crear esta aplicación seríamos pioneros en el desarrollo sistematizado de la toma de turnos o citas en consulta externa siendo el Hospital Infantil Robert Reid Cabral el centro piloto.

Específicos

f. Valoración del Mercado

Mi TurnoRD es una aplicación que se desarrollará en un centro de salud público que servirá como Hospital piloto, escogido por la cantidad de pacientes ambulatorios que maneja al centro por día y un estimado de los usuarios que usarían la aplicación. Por lo que este primer paso simboliza un pequeño paso en el presente y futuro, ya que representara un gran paso en el inicio de la telemedicina en el Sistema Nacional de Salud, la aplicación ha sido desarrollada para que lo que el usuario realice en la misma se vea reflejado en la aplicación interna para la citación en el Hospital, tanto a nivel administrativo para la búsqueda de huecos, como en la gestión de colas en consulta.

g. Competidores Actuales

En la actualidad ningún centro ha desarrollado una aplicación para ofrecer dichos servicios tanto en la red pública o privada; algunos centros privados como CEDIMAT y la Plaza de la Salud ofrece servicios de cita por teléfono enviando una confirmación vía correo electrónico, lo cual no está vigente 24 horas del día ya que es operador dependiente, y la rapidez en que una llamada sea atendida o la duración de la misma depende de la capacidad y destreza del operador lo que representaría mayor o menor coste según sea la duración de la llamada y el servicio solicitado.

Competidores Potenciales

Según estudios de campo realizado a nivel de varios hospitales perteneciente a la red pública y privada no han pensado en desarrollar una aplicación para estos fines o cambiar el modelo actual para tomar citas. Los probables sustitutos de la aplicación serían tomar cita vía telefónica o vía mensajería lo cual sería usuario dependiente y con mayor número de errores al momento de validar la cita.

Una vez desarrollado el proyecto piloto y vistas las potencialidades de la herramienta, es posible que algún centro privado quiera copiar nuestro modelo de negocio, con lo que debemos ser rápidos para expandirnos y procurarnos nuestro nicho de mercado, antes de que pueda producirse esta reacción.

Cliente y/o proveedores

Nuestro principal cliente es el Ministerio de Salud a través del Sistema Nacional de Salud, ya que la aplicación los usuarios al momento de descárgala no tendrá costo alguno para ellos. Para esto firmaremos un contrato con las entidades pertinentes del Ministerio de Salud, del SNS y el

Hospital Infantil Dr. Robert Reid Cabral por un periodo de tres años, que es el tiempo establecido de forma protocolar por el misterio según sus disposiciones.

Los diversos patrocinadores que pagarían por publicidad a través de la página como empresas de laboratorios clínicos, de imágenes, aseguradoras de salud y otros misceláneos. Algunos usuarios pueden descargar la versión plus que es libre de publicidad con un costo que será establecido en un futuro. El hospital y los patronatos en el escenario optimista cubriría el costo de sueldo de los trabajadores.

Análisis DAFO	
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Dependencia del Hospital piloto, para acogida del proyecto y mantenimiento veraz de la información y cumplimiento de las agendas médicas. • Experiencia limitada en el desarrollo de aplicaciones de este tipo. • Se necesita un dispositivo móvil para utilizar la aplicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incertidumbre ante la acogida de esta iniciativa en el mercado. • No existe cultura de este tipo de servicios ofertados. • Alta dependencia de proveedores de internet. • La gente mayor no controla las nuevas tecnologías. • Aparición de otras empresas con un proyecto similar con baja inversión. • Dificultad para encontrar financiación.
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Pionera en el servicio ya que no hay competencia alguna en el mercado. • Facilidad de uso, acceso rápido y fácil. • No ocupa mucho espacio del dispositivo móvil y su consumo de datos es significativamente bajo. • Manera fácil de obtener una cita médica desde la comodidad de su hogar, ahorro de tiempo y dinero. • No necesita una gran infraestructura para su funcionamiento. • Equipo con conocimiento y experiencia en el sector salud. 	<ul style="list-style-type: none"> • No tenemos competencias. • Uso creciente de aplicaciones móviles en el mercado y auge de las nuevas tecnologías. • No necesita una gran infraestructura para su funcionamiento. • Se puede ofrecer descuentos y promociones a través de la aplicación. • Necesidad de mejora del sistema de gestión de citas • Propuesta de mejora de la gestión sanitaria del sector público • Reorganización del sistema sanitario. • Uso de las redes sociales para darlo a conocer. • Captación de subvenciones e inversores por su novedad. • Representa una nueva oportunidad de inversión.

h. Nuestro modelo de negocio

Modelo de Negocio

El modelo de negocio de la aplicación Mi TurnoRD, contempla un esquema mixto, con inversión del estado a través del Sistema Nacional de Salud y el Ministerios de Salud Pública e inversión privada a través de publicidad vendida a través de la página a diversas empresas y fondos obtenidos a través de patronatos.

En una aplicación fácil de descargar la cual estará disponibles tanto para todo tipo de aparato móvil, Tablet u ordenador, que ocupa poco espacio de almacenamiento, donde los padres serán el titular o usuario de la red donde podrá registrar a todos los pacientes del centro bajo su cuidado a través de su número de expediente o número de identificación nacional(cédula) o pasaporte(en caso de niños extranjeros) y tomar cualquier cita ambulatoria del Hospital, una vez tengamos establecido el plan de expansión, y la aplicación tenga acceso a otros centros, los usuarios podrán solicitar citas en estos otros centros donde realizar pruebas diagnósticas no disponibles en el centro según su ubicación geográfica de empresas patrocinadores de la aplicación.

Así mismo se facilitará como enlace directo a las páginas de las diversas aseguradoras nacionales de las cuales sean miembros activos. Ofreceremos además membrecías para que los clientes que no deseen la publicidad la cual si tendrá un costo extra.

III. Plan de marketing

a. Propuesta de Valor

Los elementos claves de nuestra propuesta de valor son:

- Flexibilidad y facilidades al momento de solicitar servicios ambulatorios. Los padres y o tutores desde cualquier lugar podrán tomar citas, cambiarla o cancelar las misma de acuerdo con sus necesidades, además del listado oficial de los servicios ambulatorios ofrecidos por el centro y su disponibilidad de horario, requisitos de los mismo y cuales precisan citas previas.

- Mayor accesibilidad a los servicios ambulatorios: lo que garantiza mayor flujo de forma organizada, que los usuarios en el área de consulta externa sean solo los citado ese día, y mejor uso de los recursos ya que las citas canceladas podrán asignarse a otros usuarios que así lo deseen.

- Mayor control del centro: Además de ahorro de costes, por la automatización de un % de la gestión de las citas y la consecuente mejora de la imagen, se podrá beneficiar el centro de una minorización de las citas no presentadas (dada la facilitación de la anulación de citas) Además, en caso de que sea necesario de cuales padres están cumpliendo con las citas médicas, lo cual en el marco de lo legal los padres y/o tutores que abandonan el seguimiento longitudinal o seguimiento a patologías crónicas en caso de alguna eventualidad el centro tiene la estadística de cada usuario, y a nivel general las estadísticas por día, semana, semana, mes o año de cada consulta o departamento.

b. Productos y Servicios

- Acceso a los servicios ambulatorios del centro.
- Acceso a servicios de laboratorios clínico y de imagen extrahospitalario una vez hayamos accedido al sistema informático de las citas de estos.

c. Pain Relievers

- Promueve un cambio y un nuevo método para obtener servicios.
- Reduce la asistencia innecesaria de usuarios al centro para obtener una cita.
- Favorece el uso de los servicios cancelado antes de las 24 horas por un usuario.
- La consulta de seguimiento el padre la toma según su disponibilidad de horario

d. Gain Creator

- Disminuye el ausentismo laboral de los padres y/o tutores.
- Mejor control de los servicios ambulatorio.
- Distribución equitativa de los pacientes en los diversos servicios.

e. Segmentos de usuarios

- Los usuarios estarán segmentados de la siguiente forma:
 - Usuarios que alcanzaremos a través de la obtención de información directamente en el centro.
 - Usuarios que alcanzaremos a través de las recomendaciones de otros usuarios.
 - Usuarios que alcanzaremos a través de la página del centro, a través de un enlace para descargar la aplicación.

Usuario y cliente

Padres: los servicios del centro se pueden obtener desde cualquier lugar, evitándose desplazarse, realizar largas filas, y un costo nulo para obtener una cita, cambiarla o cancelarla. Los padres que tengan a un trabajo tendrán mayores posibilidades de no descuidaran sus jornadas laborales.

Ministerio de Salud Pública: mejorar la competitividad con la red de centro privado. Que el paciente fidelice con la red a través de un sistema único.

Hospital: mejor organización del sistema de cita. Mejor distribución de los pacientes evitando áreas o días congestionados con muchos pacientes y otro.

Ciente potencial:

Ministerio de Salud Pública: en el nuevo modelo de salud que surge la competitividad entre la red pública y la privada. El ministerio de salud pública a través de su organismo gestor que es el Sistema nacional de salud está fomentando brindarles a los usuarios todos los servicios y comodidades de la red privada y organizar los hospitales para que tengan un mejor flujo. Por lo cual Mi TurnoRD agiliza el proceso de todos los servicios ambulatorios brindaros por el centro y da a conocer los mismos.

Hospital Infantil Robert Reid Cabral: Centro piloto, el mismo cuenta con propias fuentes de ingresos, provistas por patronatos y otras instancias ya mencionadas anteriormente.

Plan a 5 años: Una vez comprobado la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto, se procede a ofertar e implementar el mismo en otros centros de referencia nacional, en otras regiones del país. Para luego empezar con los otros centros de menor envergadura, de modo que puede unirse toda la red de centros públicos. El costo sería menor, pues ya la plataforma esta creada solo sería extrapolarla a los otros centros. Se cobraría por la implementación y los recursos humanos que en su momento se amerite.

Otros clientes Potenciales:

El costo de publicidad por publicación diaria es de \$50.00 US, por día con apariciones intermitente en la aplicación.

Laboratorios Privados: a través de nuestra aplicación los usuarios podrán acceder a laboratorios privados para realizarse las pruebas no disponibles en el centro, o por cercanía geográfica el responsable del paciente prefiera otro centro.

Centro de Imagen: de igual los usuarios podrán visitar centro de imágenes para realizarse los diversos estudios de imagen, requerido de acuerdo con sus patologías.

Farmacia: los centros no cuentan con medicamentos ambulatorios y algunas no están disponibles en el Programa de Medicamento Esenciales (PROMESE) de la red pública por lo cual nuestros usuarios podrán acceder a las mismas.

Industria Farmacéuticas: las diversas empresas farmacéuticas podrán colgar publicidad en nuestra página según lo estipulado por la ley.

¿Qué compran ahora?

Una aplicación que permite organizar y digitalizar los procesos de citas a servicios del Hospital u centro que adquiera la aplicación.

f. Relaciones con los clientes y usuarios

Captación de usuarios

En el proceso de captación de clientes utilizaremos varias técnicas que nos ayudaran a darnos a conocer y ser la preferencia entre la competencia. Utilizaremos el marketing de contenidos ya que es una forma de mercadeo a bajo costo y con una efectividad probada a nivel general. En ese contexto, el contenido será promocionado a través de una página web, publicidad en las redes sociales, específicamente el Facebook, Twitter e Instagram. Y con la visita directa al centro en el área de información a través de un personal capacitado y de ser necesario descargar la aplicación en ese momento.

Se podrá descargar la aplicación de manera directa a través de la página del centro, del ministerio de salud pública o del SNS.

En cuanto a la captación de clientes: El Hospital piloto, ha sido ya encuestado directamente, una vez la aplicación vaya funcionando, seguramente sean los propios gerentes del hospital quienes nos ayuden a darnos a conocer en otros Hospitales, a los que llegaremos de forma personalizada, como se expresa a continuación.

Retención de clientes:

Los clientes son una parte esencial de nuestro modelo de negocio, buscamos establecer una relación a largo plazo con los clientes. El Ministerio de Salud pública a través de un contrato de tres años que es el tiempo establecido por ellos al momento de obtener una licitación de algún servicio, con la facilidad de en 2 años aumentar otros centros de la red, lo que representaría nuevo cliente. A través de membresía anuales pagada por empresas privadas que pasaran publicidad a la página y pago por cada cliente referido a través de la aplicación. Logrando que adquieran los productos de manera repetida y sirvan para captar nuevos clientes. Utilizaremos las siguientes estrategias para la retención de los clientes:

- **Pruebas del producto en redes sociales:** Haremos demostraciones del funcionamiento de nuestros productos y servicios a través de las redes sociales, se utilizarán fotos y videos de corta duración y que sean amigables a la vista, entretenidos y prácticos.
 - **Racionalización empática:** En nuestra publicidad y en el contenido de nuestros productos y servicios se utilizarán ciertas palabras que tengan un significado profundo para los clientes. Palabras como futuro de tus hijos, salud, bienestar, tranquilidad, etc. que brindan tranquilidad a los padres nos ayudaran a trabajar la parte psicológica de los clientes y que la retención sea más fácil.
 - **Conocimiento profundo de los clientes:** Nos enfocaremos en captar la mayor cantidad de información acerca de cada uno de nuestros clientes, utilizando herramientas de CRM (CustomerRelationship Management), de manera que podamos conocer sus necesidades y desarrollar nuevas versiones de la aplicación. Entendemos que mientras más conocemos al cliente más fácil será retenerlo.
-
-

- **Marca Líder:** Nos posicionaremos como una marca líder en nuestro sector, los clientes actuales y potenciales clientes nos asociaran como una marca de calidad que brinda un producto que satisface sus necesidades.

g. Estrategia de servicio al cliente

Nuestra meta es mantener una base de dato que permita que la aplicación brinde servicios sin necesidad de realizar varios intentos de una forma rápida y segura.

Es de especial importancia que el Sistema de citación del Hospital esté puntualmente actualizado para que en nuestra aplicación sea fiel reflejo de la disponibilidad de los distintos servicios y profesionales sanitarios, así como la disponibilidad de los huecos para la solicitud de citas, por lo que se tendrá especial cuidado en la relación con el servicio de admisión del Hospital, que por otro lado será uno de los beneficiarios de nuestra herramienta.

Se creará una página de Facebook e instagram donde no solo servirá de una manera de marketing para la aplicación, también se colgarán una serie de videos tutoriales, en donde los clientes podrán conocer con mayor detalle el funcionamiento de la aplicación y como sacarle el mayor provecho. Utilizaremos una estrategia de co-creación, es decir, se tomará en cuenta la experiencia y opiniones de los clientes en la mejora de nuestros productos y servicios. A través de un cuestionario controlado y un buzón de sugerencias, los clientes podrán participar en el diseño final del producto y servicio, esto les dará a nuestros clientes un mayor sentido de propiedad y garantizará como resultado final un producto acoplado al mercado. Por último, en nuestra página web habrá una sección donde los clientes podrán calificar y hacer un review de los y servicios de nuestra empresa.

h. Canales

Los canales muestran como nuestra organización se comunica y provee valor a cada uno de nuestros segmentos de clientes. A pesar de existir muchos canales similares para las empresas, cada organización tiene una manera única de relacionarse con sus clientes, de atraerlos y aplicar estrategias para retenerlos.

Selección de nuestros canales de distribución:

Para seleccionar los canales tomamos en cuenta el tamaño del mercado objeto, en nuestro caso, el mercado se puede considerar muy grande ya que el abanico de servicios ofrecidos por el hospital; muchos solo son ofrecidos por el centro y abarcan toda la red nacional, lo que nos lleva a utilizar varios canales y a su vez de una forma sencilla. En segundo orden tomamos en cuenta la inversión requerida para utilizar el canal de distribución, es decir, el coste absoluto de utilizar el canal, el costo por cliente, costes fijos y variables y la rentabilidad que pudiera tener cada tipo de canal. En tercer lugar, evaluamos la estandarización del producto, en nuestro caso consideramos que los productos y servicios una vez diseñados poseen cierto nivel de estandarización que facilita su distribución en canales poco especializados. Por último, evaluamos tanto la necesidad de control sobre el canal y como sería la relación a largo plazo.

Canales directo:

Utilizaremos un canal directo de obtener información de la aplicación directamente en el centro el área donde anteriormente se ofrecían los servicios de citas, para una captación directa sin intermediarios.

Crearemos una página web donde los clientes podrán tener acceso a un link que lo llevara a descargar la aplicación y tutoriales de su funcionamiento.

Canales Secundarios:

Como forma de reforzar los canales propios, utilizaremos el correo electrónico y las redes sociales, que enviaremos a personas que hayan registrado visita en el Hospital Infantil Robert Reid Cabral a través de sus diversas paginas sociales, con la información de la aplicación y el link para su descarga.

Actividades claves

Hemos determinado que las actividades claves poder brindar nuestra propuesta de valor son el resultado directo del tipo de negocio que estamos desarrollando. Somos una empresa que ofrece tanto un servicio, que estaba establecido de forma tradicional con la asistencia personal al centro lo que causa descontento en los usuarios. Decidimos plantearnos las siguientes preguntas:

- ¿Basados en nuestra propuesta de valor, cuales actividades son esenciales para llevarla a cabo?
- ¿Cuáles actividades son necesarias para nuestros canales de distribución?
- ¿Cuáles actividades son necesarias para mantener una buena relación con nuestros clientes?
- ¿Cuáles actividades son necesarias para el flujo de caja?

El resultado de estas preguntas nos lleva a dividir las actividades claves en diferentes renglones que se mencionan a continuación:

Investigación y Desarrollo

- **Desarrollo de nuevos servicios:** Esto abarca la actualización regular de los servicios ofrecidos ya existentes en el centro y a su vez la incorporación de nuevos productos y servicios.
- **Por otro lado** uno es la adecuación de los servicios ofertados en nuestra aplicación y otra es la mejora de la herramienta. Esto quiere decir que estaremos constantemente buscando alternativas para mejorar la aplicación. Estamos conscientes de la importancia de la innovación en el existo de nuestra organización, una organización estática está destinada a estancarse, es por esta razón que mantener el dinamismo en nuestros productos y servicios es una actividad clave.
- Poner en contacto directo a los padres y/o tutores de los usuarios con el centro.
- Modificar citas ya realizadas.

- Verificar y hacer citas en laboratorios y centro de imágenes para realizar estudios de rutina y especiales indicados por el médico tratante, cuando utilicen nuestra herramienta de citación.
- **Revisión de calidad:** El concepto de calidad abarca muchas aristas de una organización, en nuestro caso es importante revisar la calidad desde dos puntos de vista. Primero, la calidad percibida desde el cliente; y la calidad percibida por los usuarios. Para lograr esto utilizaremos como parámetro la evaluación a la aplicación, para conocer nuestros puntos fuertes y puntos débiles de forma que podamos ajustar nuestros productos y servicios a lo que realmente busca el cliente y podamos mejorar los puntos débiles. En segundo lugar, la calidad desde el punto de vista del servicio entregado; nuestros servicios deben mantener estándares de calidad y garantía de las citas tomadas.

i. Mercadeo

Investigación de Mercado: Debemos mantenernos constantemente evaluando las fortalezas y debilidades de nuestros servicios desde el punto de vista de nuestros usuarios. Así como el surgimiento de nuevos competidores en el sector. Al plantearnos preguntas como ¿Ha salido al mercado alguna nueva aplicación similar al que ofrecemos? ¿Cómo perciben los clientes nuestra aplicación?, conoceremos más el mercado y podremos adaptarnos mejor.

Comunicaciones: El área responsable de mercadeo deberá garantizar que toda la comunicación que salga de nuestra organización sea coherente y este acorde con nuestra misión y visión, así como con la imagen que queremos proyectar. Esta área será responsable también de filtrar el contenido colgado en las redes sociales, la página web y en los medios publicitarios que se utilicen.

Gestión administrativa de ventas y otros: Toda la gestión de llevar registros de ventas, facturación, estadísticas, cuentas de clientes, sus respuestas y otras informaciones relacionadas al Customer Relationship Management, es esencial para su análisis y para desarrollar estrategias.

Otras actividades claves

- **Gestión de Contabilidad:** Asientos contables, gestión de activos y pasivos.
- **Gestión de Recursos Humanos:** Reclutamiento y selección de personal, contratación de empleados, gestión del talento, nómina.
- **Gestión de Impuestos:** Generación y envío reportes a la Dirección General de Impuestos Internos, pagos de impuestos.
- **Gestión Legal:** Constitución de compañía, elaboración de contratos de acuerdos, asesoría Legal.

j. Productos y servicios

Tomar citas de servicios ambulatorios: Como se ha mencionado la aplicación es autogestionable, lo que facilita el uso, en donde el personal encargado de supervisar las agendas de servicios específicos, controlaran cambios necesarios de la agenda como cancelación completa de la misma, agregar otros días de trabajo a la base de datos, y la aplicación se encargara del resto, a través de notificaciones enviadas a los usuarios y estos preceden a realizar cambios de sus citas o confirmación de la ya pautadas.

Cambios o cancelación de citas:

Al momento que cualquier usuario no pueda asistir a la cita que tomo previamente, a través de la aplicación podrá cambiarla para otro día u horario dependiendo de la disponibilidad de esta, dejando disponible el espacio que puede ser usado por otros usuarios que estén en lista de espera.

Lista de espera:

Los usuarios de la aplicación que así lo desee podrán ponerse en lista de espera y cuando esté disponible un espacio previo, la aplicación le enviara una notificación para confirmarle la fecha y hora en la que se estable su cita y en su caso los cambios de lugar.

Recordatorio de cita(s):

48 horas previo a la cita, el sistema le envía una notificación recordando que tipo de cita médica y los requisitos de esta a través de la misma aplicación, por lo que no tiene costo en caso de no ser confirmada, perderá su cita.

Geo-ubicación geográfica:

Posterior a la cita el padre y/o tutor podrá acceder según su ubicación geográfica a farmacias, centros de imágenes y/o laboratorios clínicos para los servicios no ofrecidos por el centro.

Atributos de los productos:

Funcionales: nuestros usuarios pueden tomar, cambiar o cancelar citas a través de la aplicación desde cualquier lugar, evitando largas filas y los costos por desplazarse al centro. Fácil uso e iconografía adaptada a nuestro publico

Físico: nuestra aplicación se descarga el cualquier móvil, ocupando poco espacio en el mismo. Funcionando independiente del proveedor del internet o si es, en la red Wi-fi.

k. Análisis comparativo

En el mercado nacional no existe una aplicación que ofrezca los servicios de la aplicación, lo que los usuarios del centro muestran descontento en el servicio actual de tomar cita como malo o muy malo en más de un 60% y un 89% descargaría la aplicación para dichos servicios. Lo que muestra la aceptación de nuestro producto.

Distribución: Nuestros servicios serán distribuidos:

- Directamente en el centro
- A través de redes sociales
- Un portar web
- Google Play
- App store

I. Objetivos que se pretendena lcanzar

Disponibilidad del Producto

El Canal de Distribución ideal para nuestra empresa debe ayudar a garantizar a los usuarios que la aplicación pueda descargarse de manera rápida y segura, que el espacio ocupado sea mínimo. Enlace directo a través de los diversos portales.

Expectativas del Servicio

El Canal de Distribución ideal debe cumplir con las expectativas de servicio y mantener la calidad de nuestros servicios. A pesar de la poca complejidad que supone la descarga de una aplicación ofreceremos todas las herramientas necesarias para el buen funcionamiento de esta. El Canal ideal debe por lo menos contar con características sobre el servicio como:

Mecanismos de comunicación para brindarnos retroalimentación sobre inconvenientes con el producto (no disponibilidad de servicios ambulatorios ofrecidos por el centro, aplicación que no funciones en cierto tipo de aparatos, tiempo largo de espera, entre otros).

Conveniencia para satisfacer las necesidades de clientes en condiciones especiales como lista de espera.

Ubicación: De fácil acceso y reconocimiento fácil del icono de la aplicación.

Servicio pre-descarga: Responder las dudas que tengan los clientes sobre el funcionamiento del producto.

Servicios post descarga: Disponibilidad para agregar nuevos pacientes para un mismo usuario, y consultorías necesitaremos establecer un mecanismo de feedback ágil.

Soporte Promocional

El Canal ideal debe tener una estructura promocional apropiada para garantizar que el producto se encuentre expuesto ante un flujo mínimo de personas. La estructura abarca redes sociales, pagina web, y el conocimiento general de la marca, de una forma llana y concreta para el entendimiento en todas las clases sociales.

Mercado y su tipología de consumo

Debe ir orientado al mercado en general, todos los usuarios del centro tomado como piloto, de acceso a todas las clases sociales. El canal debe soportar la distribución de productos a gran escala.

Grado de control necesario

A través de la aplicación sabremos cuantos usuarios tienen la misma. Y la frecuencia de actividad de cada uno de ellos.

Hábitos de descarga de los usuarios

El patrón de descarga esperado por nuestros clientes es el siguiente a través de información directa en el centro, otros usuarios de la aplicación, redes sociales, el portal web del centro y de la aplicación. Para poder lograr la meta de puesta en práctica de 3 meses, en vista que un aproximado de las consultas externas son de 1, 300 por día este sería el mínimo de descargas por día para poder garantizar el funcionamiento en 3 meses.

Recursos disponibles y situación económica

El Canal ideal debe garantizar un flujo de efectivo que permita las operaciones diarias. El producto no crea altas exigencias de capital para los canales.

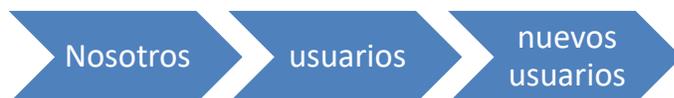
Adaptabilidad

El Canal Ideal debe ser uno en el que sea relativamente fácil hacer ajustes en los mecanismos de distribución, sin estructuras ocultas de intermediarios y sin conflictos legales con otros tipos de canales.



Este tipo de canal de distribución sin etapas es ideal para la distribución de nuestra aplicación. Tendremos un contacto directo con los usuarios a través de visitas directas al centro o información a través del internet. La importancia de utilizar un canal directo en este caso es que el cliente puede evaluar la calidad del servicio de inmediato y, por la naturaleza de nuestros servicios podemos establecer nuestra relación.

Utilizaremos una estrategia de canal de distribución de una etapa para la descarga.



En este caso alcanzaremos a los padres y/o tutores a través de intermediarios, es decir, otras personas que ya han descargado la aplicación, con la opción de compartir o invitar a otros a descargarla. Así lograremos un mayor número de descarga a través de estos intermediarios que a su vez lo promocionaran de forma gratuita a otros usuarios finales.

La ventaja de utilizar este tipo de canal es que podremos alcanzar un mayor número de personal en menos tiempo, a diferencia de promocionar directamente el producto, lo que supone una gran inversión inicial.

Para cumplir este objetivo se ameritará puestos de orientación en el hospital, afiches, etc.

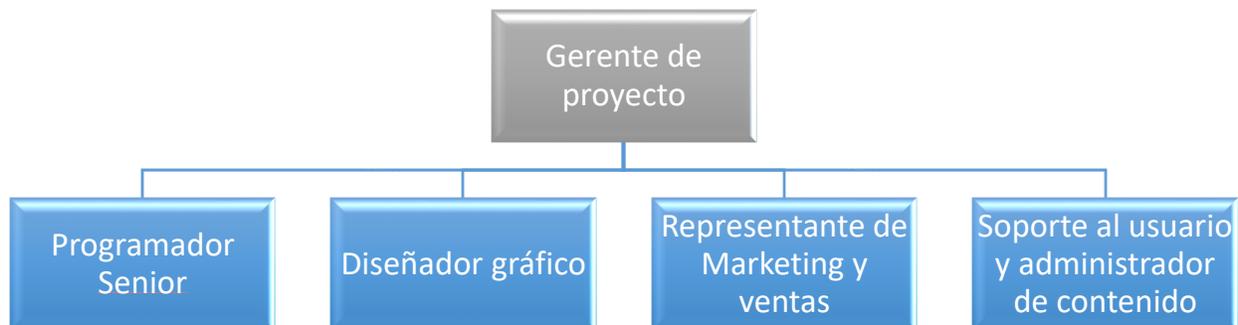
Recursos Humanos Necesarios

Para el desarrollo de nuestra innovadora aplicación, contaremos con personal altamente competente con el fin de ofrecer un servicio de calidad y satisfacer las necesidades de nuestros usuarios. Con una distribución y costo detallados en el organigrama.

Socios

Para la creación de nuestra aplicación, iniciaremos con 6 socios quienes fueron los que tuvieron la idea y desarrollaron el proyecto. Los socios tendrán la responsabilidad de reunirse periódicamente con el gerente de proyecto para planificar y verificar que todo esté marchando correctamente. Funciones propias la tendrá el director encargado de velar por el buen funcionamiento de la aplicación, cargo que será rotativo entre los socios. Los demás socios no tendrán funciones activas en el transcurso del funcionamiento de la aplicación más que cuando se amerite reunión del consejo para resolver problemas que surjan.

Organigrama:



Previsiones de plantilla y política retributiva

Cargo	No.	Sueldo	Tipo de contrato
Gerente de proyecto	1	US\$9,600.00 Anual	Contrato mediano plazo
Programador Senior	1	US\$1,000.00 (Inicio) y US\$100.00 por actividad	Contratista por actividad
Diseñador Web	1	US\$402.00 (inicio) y US\$50.00 por actividad	Contratista por Actividad
Representante de Marketing y ventas	1	US\$3,600.00 Anual	Contrato mediano plazo
Soporte al usuario y administrador de contenido	1	US\$6,650.00 Anual	Contrato mediano plazo
Promotoras	3	US\$2,880.00 Anual	Contrato mediano plazo
Total	8		

Ver descripción de los puestos en Anexo 2.

- *Nota: A parte de los sueldos fijos del gerente de proyectos; representante de marketing y ventas; soporte al usuario y administrador de contenidos; Promotoras. Se realizó proyección de pago al programador senior de por lo menos 4 actividades al mes a un coste de US \$100.00 por actividad, siendo un total de US \$400.00 al mes, US \$4,800.00 al año. El diseñador Web se contratará solo al principio, luego solo en caso de que se tenga que realizar alguna modificación se le pagara US \$50.00 por actividad realizada, con una proyección de 4 actividades al mes serian US\$ 400.00.*

III. Plan de operaciones

a. Recursos Claves

Los recursos claves representan lo que necesitamos para entregar nuestra propuesta de valor a los clientes. Pero no solo eso, tenerlos identificados nos ayudará a enfrentar los cambios que pudiera tener la organización. Por ejemplo, si duplicamos la descarga de la aplicación 1 año y se mantiene un incremento notable, si en dos años incorporamos otros centros de la red pública y al tercer año de la red privada, al tener identificados nuestros recursos claves podemos determinar cómo impacta ese crecimiento en la utilización de esos recursos, así como necesidades de inversión. También si necesitaremos o no más personal.

Recursos Humanos:

- Gerente de Proyectos
- Programador Senior
- Representante de Marketing y Ventas
- Soporte al usuario y administrador de contenidos
- Promotoras
- Outsourcing: Gestiones administrativas (legal, contabilidad, nóminas, etc).

Recursos Financieros:

Efectivo: Caja chica, cuenta corriente, internet banking.

Recursos Intelectuales:

- **Intelectuales:** Marca, Patente, base de datos de clientes y proveedores, canales de distribución. Dominio web
- **Knowhow:** Conocimiento del modelo de negocio, cómo funciona el negocio en sus operaciones diarias.

Asociados Clave

Para el desarrollo de nuestra organización estableceremos alianzas estratégicas con compañeros de negocios en donde ambas partes podamos salir beneficiados. Es importante indicar los criterios de evaluación para asociarnos con otras organizaciones:

Se debe redactar un acuerdo de colaboración y debe ser firmado por los representantes legales de las partes.

Dentro del documento legal del acuerdo, se deben describir las expectativas de las partes para evitar confusiones y conflictos de intereses.

Debemos evaluar qué impacto tiene el acuerdo en poder entregar nuestra propuesta de valor, es decir, como ese acuerdo puede afectar la percepción del cliente.

Deben ser acuerdos ganar – ganar en donde queden claros las ganancias que tendrán ambas partes.

Hemos determinado que nuestros asociados claves serán:

Alianzas Claves: MSP (Ministerio de Salud Pública), a través del Sistema Nacional de Salud que serán nuestros proveedores principales

Proveedores: Patronatos bancarios y ONGs aliados al hospital que patrocinan las diferentes actividades del centro a favor de este y los pacientes.

b. Estructura de coste

Muchas empresas fallan porque no tienen claro la estructura de costes de su modelo de negocio, determinar que se necesita para entregar la propuesta de valor a través de los productos y servicios es una prioridad. La estructura de costes se desprende de los costes asociados al desarrollo y entrega de la propuesta de valor, las fuentes de ingreso y las relaciones con los clientes. Estos tres elementos representan la principal inversión financiera del modelo. Así mismo, el haber identificado los recursos claves, actividades claves y asociados claves nos ayudará aún más en estructurar los costes de manera apropiada.

Costes Fijos:

- Salario del personal
- Pagos a proveedores
- Marketing Online, publicidad
- Seguridad social (Salud, fondo de pensiones y riesgos laborales)

Fuentes de Ingreso

- Pago del Ministerio de Salud Pública y el SNS
- Pagos mensuales por publicidad
- Pagos de patronatos y ONGs

Socios clave	Actividades clave	Propuesta de valor.	Relación con el cliente.	Segmento de mercado.
<ul style="list-style-type: none"> - Sistema Nacional de salud - Ministerio de Salud Pública - H. Infantil Dr. Robert Reid Cabral a través: Patronato de entidades bancario. Patrocinadores ONG nacionales e internacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Poner en contacto directo a los padres y/o tutores de los usuarios con el centro. - Verificar centros farmacéuticos para compra de medicamentos indicados por médicos en consulta ¿Esto está planteado desde el inicio o será para fase 2? - Verificar y hacer citas en laboratorios y centro de imágenes para realizar estudios de rutina y especiales indicados por el médico tratante. 	<ul style="list-style-type: none"> - Flexibilidad y facilidades al momento de solicitar servicios ambulatorios. - Mayor accesibilidad a los servicios ambulatorios. 	<p>Nuestro cliente directo es el Ministerio de Salud Pública a través del SNS y el hospital, además empresas patrocinadoras.</p> <p>Relación con los usuarios:</p> <p>Directo con el centro.</p> <p>Redes sociales</p> <p>Página Web</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Padres y/o tutores de pacientes del hospital Infantil Dr. Robert Reid Cabral.
	<p>Recursos Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> - Personal: - Gerente de Proyectos - Programador Senior - Representante de Marketing y Ventas - Soporte al usuario y administrador de contenidos - Promotoras - Outsourcing: jurídicos, contables y laborales. - Infraestructura: - Dominio web - Pagos de proveedores. <p>Capital:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Subsidio del Sistema Nacional de salud y Ministerio de Salud Publica - Aportaciones de los patrocinadores 		<p>Canales</p> <p>Páginas WEB</p> <p>Redes Sociales</p> <p>Información directa en el centro.</p>	
Estructura de coste		Fuentes de ingresos		
<p>Diseñador Web, telemático, programador web, dominio web, hosting de base de datos.</p> <p>Marketing</p>		<p>Fondos a través del sistema Nacional de Salud, Ministerio de Salud Pública, Patronatos de entidades bancarias y ONG nacionales e internacionales.</p> <p>Aseguradoras</p>		

c. Plan de operaciones

Mi TurnoRD es una aplicación que surge con la finalidad de ofrecer servicios de concertación de citas médicas y servicios ambulatorios, ofertando una plataforma moderna, flexible y de fácil manejo dirigida a la población de usuarios que asiste al Hospital Infantil Dr. Robert Read Cabral en busca de servicios asistenciales y/o ambulatorios.

Los servicios brindados por Mi TurnoRD nacen por una amplia demanda ante la necesidad de los usuarios que asisten a dicho centro de salud infantil, donde muchas veces es una pérdida de tiempo tener que transportarse hacia el Hospital para concertar una cita médica o algún servicio diagnóstico.

Para poder llevar a cabo la funcionalidad de la aplicación se debe cumplir con ciertos procesos:

Procesos estratégicos en esto se incluye:

Gestión estratégica

Metas u objetivos: Lograr que todos los usuarios que asisten al Hospital Infantil Robert Reid Cabral puedan realizar sus citas de manera automatizada.

Para esto se creará primero una aplicación con un tiempo de realización desde su creación hasta puesta en marcha de 6 meses. 3 meses para creación y otros tres para concientizar a la población y que este descargue la aplicación.

Primer trimestre: Crear la plataforma y aplicación. Probar a manera de simulación para identificar las fallas, y el funcionamiento de la aplicación. Se hará talleres para instruir al personal del centro al manejo de la agenda digital. Realizar últimas correcciones y pruebas para poner en marcha, entrenar al soporte técnico de la aplicación.

Análisis: Se realizó encuesta en la que la población en su mayoría estaría de acuerdo con el uso de la aplicación. Se realizarán nuevas encuestas a los usuarios para control de calidad, y poder realizar futuras actualizaciones luego de la puesta en marcha.

Formación de estrategias e implementación: Con la información recogida se planteará los pasos a seguir. Primero desarrollo de la aplicación, con junto a esto plan de marketing para dar a conocer la aplicación y verificar el entendimiento por los usuarios de las funciones antes de la puesta en funcionamiento.

Además, se creará un taller para que el personal encargado del manejo de las agendas ya establecidas de manera no digital. Aprendan el uso y manejo de la aplicación para modificar o visualizar las agendas diarias.

Una vez puesta en funcionamiento, dar seguimiento para resolver los inconvenientes que puedan surgir.

Marketing: Detallado más adelante.

Sistema integral de gestión: Regulación de los procesos integrará cada uno de los procesos para mantener la funcionalidad y calidad de los servicios ofertados, con le fin de mantener la rentabilidad y sostenibilidad de la aplicación. Esto se logrará con reuniones trimestrales para evaluar el funcionamiento de la aplicación, para crear nuevas estrategias de ser necesarios.

Se realizarán reuniones trimestrales para evaluar cada uno de los aspectos de la aplicación, con el fin de plantear nuevas metas, basadas en análisis y puesta en marcha al implantar las estrategias cada 6 meses.

Procesos Operativos

Disponibilidad de la aplicación: Estará disponible vía internet, con la posibilidad de ser descargada en cualquier dispositivo de comunicación.

Base de datos con los servicios y horarios disponibles: Será alimentada de acuerdo con los horarios ya pautados en el centro.

Recordatorio de citas, estudios y analíticas: La aplicación enviara notificaciones con el fin de confirmar la cita, para realización de consultas clínicas, estudios de imágenes y laboratorios.

Enlace con laboratorios, centros farmacéuticos y de imágenes externos al centro:

Se indicará lugares en donde se pueda adquirir los servicios necesarios, que no son posibles ser adquiridos en el centro.

Procesos de Apoyo

- **Soporte técnico y programador:** Estará a cargo del mantenimiento de la plataforma de la aplicación, para solucionar los problemas que está presente. La ventaja de ser una plataforma online es que este puede trabajar y podría ameritar un espacio físico.
- **Gestión administrativa Recursos humanos:** Tendrá un director en cargado de dirigir el proyecto y conducta a seguir conjunto con todo el consejo. La aplicación al ser autogestionable, no amerita un seguimiento estricto, y el mismo personal ya contratado por el centro piloto supervisara las agendas diarias en la aplicación con un usuario especial que permita cancelar o modificar de ser necesario.
- **Servicio al cliente:** Habrá diferentes puestos en los primeros meses con el fin de aclarar dudas respecto al uso de la aplicación. Luego de que esta inicie su funcionamiento, la misma aplicación tendrá el servicio de ayuda de ser necesaria y en el centro piloto.

- **Mantenimiento y actualizaciones:** Se harán cada 6 meses de ser necesario de acuerdo con la demanda y los inconvenientes que presente la aplicación cabe destacar que podría haber un servicio 24 horas para incidencias, pero que haya un plan para que estas incidencias vayan asumiéndolas el propio departamento informático del Hospital.

Mapa General de Procesos



Diagrama del proceso de inicio de uso de la aplicación MiTurnoRD , ver en anexo 3.

Diagrama del proceso de uso de la aplicación MiTurnoRD, ver en anexo 4.

V. Requisitos legales:

Licencia y condiciones de uso. Un contrato de licencia del uso del software, ya que una App no deja de ser un desarrollo de un software.

Derechos propios. Es muy importante también cumplir con la Propiedad Intelectual y la Ley de Marcas. Al necesitaremos de una marca, nombre comercial o logo para la App, el cual deberemos registrarla para poder protegerla y para ser reconocidos nuestros derechos como creadores.

Privacidad y geolocalización. La recogida de información del usuario debe ser la indispensable para el funcionamiento de la App y éste debe tener la posibilidad de configurar la privacidad. Además, si nuestra aplicación dispone de geolocalización, se tiene que contar con la aceptación del usuario para poder acceder a ella, alertan Información y cookies.

Publicidad.

La protección de datos es de las más importantes, ya no solo para no ser sancionados, sino para ofrecer mayor garantía a los usuarios y, por tanto, fomentar la confianza. Por ello, debemos tener muy en cuenta la privacidad y los datos personales. Si obtenemos datos personales deberemos limitarnos a los datos necesarios y mínimos, debe informarse al usuario, y a ser posible, dejar la posibilidad de que los usuarios puedan configurar su privacidad, sobre todo para el tema de geolocalización y cookies.

Al tratarse de programas informáticos o software, deberemos tener en cuenta la ley de patentes, ya que podremos registrarlos como patente para su explotación comercial y para no ser plagiados.

Debemos desarrollar licencias de uso y condiciones que el usuario deba aceptar para poder hacer uso de la App. En las condiciones legales deberemos hacer una adecuación a la normativa y poder eximirnos de cuantas responsabilidades podamos, para que después no puedan reclamarnos por el mal uso que se hagan de ellas.

Para la elaboración de los documentos de la sociedad se realizará el siguiente proceso:

- Posible nombre de la sociedad.
- Datos generales de cada uno de los socios, como nombre completo, cedula, profesión, estado civil, nacionalidad, etc.
- Capital autorizado de la sociedad, que será el monto considerado como necesario y suficiente para cumplir con el objeto social y que de acuerdo con el código de comercio será el 10% del capital autorizado. (art 51)

Objeto social.

Estructura administrativa de la sociedad.

Distribución y tipo de acciones a emitirse El Código de Comercio prevé tres tipos de acciones (Art. 36): nominativas, que deben expedirse a favor de una persona cuyo nombre figure tanto en el texto del certificado de acciones como en el registro de deberá llevar la sociedad, y cuya transferencia requiere una anotación en dicho registro; a la orden, que son expedidas a favor de una persona cuyo nombre se consigna en el texto del certificado de acciones, precedido o seguido de las palabras a la orden, y cuya transferencia se puede realizar por un simple endoso por cualquier otro acto otorgado por escrito y la entrega del certificado; y “al portador”, que son emitidas sin indicar el nombre del accionista, conteniendo solamente la expresión Al Portador, cuyo transferencia se efectúa con la sola entrega del certificado. Una vez obtenida la información precedente, los pasos a seguir son los siguientes:

- Solicitud de registro del nombre comercial de la sociedad ante la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial (ONAPI) y obtención de la aprobación definitiva del mismo.
- Redacción, preparación y suscripción de los Estatutos Sociales.
- Redacción, preparación y firma de la Lista de Suscriptores y Estado de los Pagos.
- Pago de los impuestos de constitución de la sociedad, impuestos sobre documentos y otros gastos. El total de estos costos ascienden a aproximadamente el 2% del capital autorizado (0.5% por los impuestos de constitución, 1.3% por los impuestos sobre documentos, y el resto por gastos diversos tales como registro del nombre comercial, inscripción en el Registro Mercantil, confección del talonario de acciones y sello social.)
- Declaración ante Notario Público de la suscripción de acciones (Compulsa Notarial).
- Celebración de una asamblea general de accionistas para aprobar los estatutos sociales, la lista de suscriptores y de estado de los pagos, y la compulsas notarial, así como para elegir los funcionarios y el comisario de la sociedad.
- Expedición de los certificados de acciones a los accionistas.
- Inscripción de la sociedad en el Registro Mercantil.
- Inscripción de la sociedad en la Dirección General de Impuestos Internos (DGII) y obtención de su número en el Registro Nacional de Contribuyentes (RNC). Sin este número, la sociedad no podrá ni adquirir bienes inmuebles ni abrir cuentas bancarias.

V. Plan Financiero

Datos de interés:

- Mi TurnoRD, como ya se ha mencionado es una aplicación gratuita destinada a mejorar la logística de toma de citas de servicios en un Hospital piloto (Hospital Infantil Robert Reid Cabral), por ende, los servicios ofertados de la aplicación no tienen costo para los usuarios.
- La rentabilidad del proyecto será analizada en tres escenarios, con cambios en los ingresos por publicidad y reducción de costos que serán detallados en cada caso.
- El capital mínimo necesario para la formación de una sociedad mercantil en nuestro país es de US \$2, 000.00.
- El costo de seguridad social (seguro de salud, pensiones y riesgo laborales, que equivale a 15.19% del salario bruto del trabajador de acuerdo con la Ley 87-01.
- Al entrevistar empresas sobre el pago de membresía y comisión por referimiento, estos no estuvieron de acuerdo, alegando que de todas formas los pacientes acuden a ellos si el hospital no puede brindar un servicio. Sin embargo, sí estarían de acuerdo con el pago de publicidad, puesto que a través de la aplicación se difundiría el mensaje a una gran cantidad de personas a un menor costo de publicidad. En vista de lo planteado se realizaron proyecciones anuales con un mínimo de 2 publicaciones y un máximo de 8 publicaciones en la semana a través de la aplicación.
- En cuanto a las promotoras se considera que el primer año se necesitaran 3, con un sueldo mínimo de US \$240.00, para ayudar a difundir mejor el uso de la aplicación en diferentes puntos del hospital. A partir del segundo año con 1 solo sería suficiente, puesto ya la población estaría al tanto del uso de esta. En caso de iniciar la promoción en otros hospitales si el ministerio realiza un nuevo contrato, se podrían utilizar para empezar la promoción en este nuevo centro.
- En todos los escenarios se demuestra la rentabilidad, en vista que el TIR siempre es mayor que el VAN.
- Si el Servicio nacional de salud, el hospital u otra instancia cubre los gastos fijos del funcionamiento de la aplicación en el hospital piloto, serían aún más rentable, pues todos los ingresos por publicidad serian beneficios para la compañía. Mostrado en el escenario optimista.

Activos de Partida

Activo	Importe (US\$)	% sobre el total
Activos tangibles	\$ 1,800.00	42%
Laptops para promotoras	\$ 600.00	
Laptop para soporte técnico	\$ 1,200.00	
Activos intangibles	\$ 2,502.00	58%
Desarrollo de aplicación	\$ 2,000.00	
Diseño web	\$ 402.00	
Licencia de uso de software	\$ 100.00	
TOTAL ACTIVOS	\$ 4,302.00	

Pasivos de Partida

Patrimonio neto	Importe (US\$)	% sobre el total
Capital	\$ 4,302.00	
Aportes socios internos	\$ 4,302.00	
Pasivos		
Patrimonio neto y pasivo total	\$ 4,302.00	

Gastos de desarrollo de la Aplicación

Laptops para promotoras	\$ 600.00
Laptop para soporte técnico	\$ 1,200.00
Desarrollo de aplicación	\$ 2,000.00
Diseño web	\$ 402.00
Licencia de uso de software	\$ 100.00
Pago dominio	\$ 16.00
Publicación en Google Play	\$ 25.00
Publicación en App Store	\$ 99.00
Hosting	\$ 167.00
Constitución de compañía	\$ 80.00
Gastos legales banco	\$ 26.00
Registro Cámara de Comercio	\$ 44.00
Gastos notario público	\$ 30.00

- **Escenarios:**
- **1er escenario medio**

Este incluye lo ya descrito incluyendo los gastos para la puesta en funcionamiento de la aplicación. Con Ingresos de publicidad de 4 publicaciones como mínimo a la semana por un costo de \$50.00 US por día de publicación, que serían \$10, 400.00 US, Tomando en cuenta que el año tiene 52 semanas. Ver Gráfico en anexos 5.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
INGRESOS						
Aplicación						
Venta de aplicación al Sistema Nacional de Salud		\$10,000.00				
Implantación del Sistema y adaptación al software		\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00
Publicidad						
Laboratorio Amadita		\$20,800.00	\$20,800.00	\$20,800.00	\$20,800.00	\$20,800.00
Laboratorio Referencia		\$20,800.00	\$20,800.00	\$20,800.00	\$20,800.00	\$20,800.00
Centro Imágenes Diagnóstico		\$13,000.00	\$13,000.00	\$13,000.00	\$13,000.00	\$13,000.00
Cedimat		\$13,000.00	\$13,000.00	\$13,000.00	\$13,000.00	\$13,000.00
Farmax		\$10,400.00	\$10,400.00	\$10,400.00	\$10,400.00	\$10,400.00
Farmacia Carol		\$10,400.00	\$10,400.00	\$10,400.00	\$10,400.00	\$10,400.00
TOTAL INGRESOS		\$101,400.00	\$91,400.00	\$91,400.00	\$91,400.00	\$91,400.00

COSTOS Y GASTOS						
Gastos de Personal						
Gerente de Proyectos		\$9,600.00	\$9,600.00	\$9,600.00	\$9,600.00	\$9,600.00
Programador Senior		\$4,800.00	\$ 4,800.00	\$4,800.00	\$4,800.00	\$4,800.00
Representante de Marketing y Ventas		\$3,600.00	\$ 3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00
Soporte al usuario y administrador de contenidos		\$6,650.00	\$ 6,650.00	\$6,650.00	\$6,650.00	\$6,650.00
Promotoras		\$8,640.00	\$ 2,880.00	\$2,880.00	\$2,880.00	\$2,880.00
Diseñador Web		\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00
Seguridad social (Salud, fondo de pensiones y riesgos laborales)		\$5,117.51	\$ 4,242.57	\$4,242.57	\$4,242.57	\$4,242.57
Gastos de Ventas						
Stand para promotoras		\$ 450.00				
Material informativo de la aplicación		\$4,000.00				
Comercial TV		\$4,040.00				
Comercial Radio		\$2,520.00				
Gastos de Aplicación						
Dominio web			\$ 16.00		\$ 16.00	
App Store		\$ 99.00	\$ 99.00	\$ 99.00	\$ 99.00	\$ 99.00
Hosting				\$ 167.00		
Otros gastos						
Depreciación de equipos		\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$360.00
TOTAL GASTOS		\$51,276.51	\$32,647.57	\$32,798.57	\$32,647.57	\$32,631.57
UTILIDAD EN OPERACIÓN (EBT)		\$24,123.49	\$32,752.43	\$32,601.43	\$32,752.43	\$32,768.43
ISR		\$ 6,513.34	\$ 8,843.16	\$ 8,802.39	\$ 8,843.16	\$ 8,847.48
UTILIDAD NETA (EAT)		\$17,610.15	\$23,909.28	\$23,799.05	\$23,909.28	\$23,920.96
Depreciación de equipos		\$360.00	\$360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$360.00

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
FLUJO DE CAJA	-\$ 4,789.00	\$ 17,970.15	\$ 24,269.28	\$ 24,159.05	\$ 24,269.28	\$ 24,280.96

Fórmulas	Escenario Medio				
	2019	2020	2021	2022	2023
Beneficio Neto / Recursos Propios Totales	4.093479073	5.557712	5.532089	5.557712	5.560427
Beneficio Antes de Intereses e Impuestos / Activo Total	560.75%	761.33%	757.82%	761.33%	761.70%
Beneficio Antes de Intereses e Impuestos / Ventas Totales	31.99%	50.08%	49.85%	50.08%	50.10%
Beneficio Antes de Intereses, Impuestos y Amortizaciones / Ventas Totales	31.52%	49.53%	49.30%	49.53%	49.55%

Valor Actual, en términos absolutos, de un proyecto de Inversión	61,757.57
Tasa de Descuento Apropiaada	15.00%

- **2do escenario pesimista**

En este escenario solo se usa promotoras en el primer año, para disminuir gastos y se reduce a la mitad la proyección de ingresos por publicidad, asumiendo que solo sean contratadas 2 publicaciones por semana a un coste de \$50.00 US, que serían \$5, 200.00 anual, tomando en cuenta que el año tiene 52 semanas. En este escenario aun es rentable el proyecto de negocio.

INGRESOS	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Aplicación						
Venta de aplicación al Sistema Nacional de Salud		\$ 10,000.00				
Implantación del Sistema y adaptación al software		\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00
Publicidad						
Laboratorio Amadita		\$ 5,200.00	\$ 5,200.00	\$ 5,200.00	\$ 5,200.00	\$ 5,200.00
Laboratorio Referencia		\$ 5,200.00	\$ 5,200.00	\$ 5,200.00	\$ 5,200.00	\$ 5,200.00
Centro Imágenes Diagnóstico		\$ 5,200.00	\$ 5,200.00	\$ 5,200.00	\$ 5,200.00	\$ 5,200.00
Cedimat		\$ 5,200.00	\$ 5,200.00	\$ 5,200.00	\$ 5,200.00	\$ 5,200.00
Farmax		\$ 5,200.00	\$ 5,200.00	\$ 5,200.00	\$5,200.00	\$ 5,200.00
Farmacia Carol		\$ 5,200.00	\$ 5,200.00	\$ 5,200.00	\$ 5,200.00	\$ 5,200.00
TOTAL INGRESOS		\$ 44,200.00	\$ 34,200.00	\$34,200.00	\$34,200.00	\$34,200.00

COSTOS Y GASTOS						
Gastos de Personal						
Gerente de Proyectos		\$ 9,600.00	\$9,600.00	\$9,600.00	\$9,600.00	\$9,600.00
Programador Senior		\$ 4,800.00	\$4,800.00	\$ 4,800.00	\$4,800.00	\$4,800.00
Representante de Marketing y Ventas		\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00	\$ 3,600.00
Soporte al usuario y administrador de contenidos		\$6,650.00	\$ 6,650.00	\$ 6,650.00	\$6,650.00	\$6,650.00
Promotoras		\$8,640.00				
Diseñador WED		\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00
Seguridad social (Salud, fondo de pensiones y riesgos laborales)		\$ 5,117.51	\$3,805.10	\$ 3,805.10	\$3,805.10	\$3,805.10
Gastos de Ventas						
Stand para promotoras		\$ 450.00				
Material informativo de la aplicación		\$ 4,000.00				
Comercial TV		\$ 5,040.00				
Comercial Radio		\$ 2,520.00				
Gastos de Aplicación						
Dominio web			\$16.00		\$ 16.00	
App Store		\$ 99.00	\$ 99.00	\$ 99.00	\$99.00	\$ 99.00
Hosting				\$ 167.00		
Otros gastos						
Depreciación de equipos		\$ 360.00	\$360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$360.00
TOTAL GASTOS		\$ 51,276.51	\$29,330.10	\$29,481.10	\$29,330.10	\$ 29,314.10
UTILIDAD EN OPERACIÓN (EBT)		-\$ 7,076.51	\$4,869.91	\$4,718.91	\$ 4,869.91	\$ 4,885.91
ISR		-\$ 1,910.66	\$1,314.87	\$ 1,274.10	\$ 1,314.87	\$1,319.19
UTILIDAD NETA (EAT)		-\$ 5,165.85	\$ 3,555.03	\$ 3,444.80	\$ 3,555.03	\$3,566.71
Depreciación de equipos		\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
FLUJO DE CAJA	-\$ 4,789.00	-\$ 4,805.85	\$ 3,915.03	\$ 3,804.80	\$ 3,915.03	\$ 3,926.71

Escenario Pesimista					
Fórmulas	2019	2020	2021	2022	2023
Beneficio Neto / Recursos Propios Totales	-1.200803	0.826367	0.800744	0.826367	0.829082
Beneficio Antes de Intereses e Impuestos / Activo Total	(164.49)%	113.20%	109.69%	113.20%	113.57%
Beneficio Antes de Intereses e Impuestos / Ventas Totales	(16.01)%	14.24%	13.80%	14.24%	14.29%
Beneficio Antes de Intereses, Impuestos y Amortizaciones / Ventas Totales	(16.82)%	13.19%	12.75%	13.19%	13.23%

Valor Actual, en términos absolutos, de un proyecto de Inversión	595.43
Tasa de Descuento Apropriada	15.00%

- **3er Escenario optimista**

En este escenario se plantea una proyección de ingresos por publicad variable en donde algunas compañías aumentan la contratación de proyecciones al doble 8 publicaciones semanales, otras solo 5 publicaciones semanales y otras se mantienen con 4 publicaciones a la semana. Además, se mantiene la contratación de 1 promotora en los 4 años restantes. Además, se integra el aporte del hospital y patronatos, así como también un amento de un 10% a partir del 3er año a los empleados.

INGRESOS					
Aplicación					
Venta de aplicación al Sistema Nacional de Salud	\$10,000.00				
Uso de la aplicación	\$3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$3,000.00
Publicidad					
Laboratorio Amadita	\$20,800.00	\$ 20,800.00	\$ 20,800.00	\$20,800.00	\$ 20,800.00
Laboratorio Referencia	\$20,800.00	\$ 20,800.00	\$ 20,800.00	\$20,800.00	\$20,800.00
Centro Imágenes Diagnóstico	\$13,000.00	\$13,000.00	\$ 13,000.00	\$13,000.00	\$13,000.00
Cedimat	\$13,000.00	\$13,000.00	\$ 13,000.00	\$13,000.00	\$ 13,000.00
Farmax	\$10,400.00	\$10,400.00	\$ 10,400.00	\$10,400.00	\$ 10,400.00
Farmacia Carol	\$10,400.00	\$10,400.00	\$10,400.00	\$10,400.00	\$10,400.00
Otros Ingresos					
Aporte del Hospital/Patronatos	\$33,290.00	\$27,530.00	\$30,283.00	\$33,311.30	\$36,642.43
TOTAL INGRESOS	\$ 134,690.00	\$ 118,930.00	\$ 121,683.00	\$ 124,711.30	\$128,042.43
COSTOS Y GASTOS					
Gastos de Personal					
Gerente de Proyectos	\$ 9,600.00	\$ 9,600.00	\$ 10,560.00	\$11,616.00	\$ 12,777.60
Programador Senior	\$4,800.00	\$4,800.00	\$ 5,280.00	\$5,808.00	\$4,800.00
Representante de Marketing y Ventas	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,960.00	\$4,356.00	\$ 3,600.00
Soporte al usuario y administrador de C.	\$ 6,650.00	\$ 6,650.00	\$ 7,315.00	\$ 8,046.50	\$ 6,600
Diseñador WED	\$400.00	\$400.00	\$ 440.00	\$ 484.00	\$ 532.40
Promotoras	\$8,640.00	\$ 2,880.00	\$ 3,168.00	\$ 3,484.80	\$2,880.00
Seguridad social (Salud, fondo de pensiones y riesgos laborales)	\$5,117.51	\$4,242.57	\$ 4,666.82	\$5,133.51	\$4,745.36
Gastos de Ventas					
Stand para promotoras	\$ 450.00				
Material informativo de la aplicación	\$ 4,000.00				
Comercial TV	\$ 5,040.00				
Comercial Radio	\$ 2,520.00				
Gastos de Aplicación					
Dominio web		\$16.00		\$ 16.00	
App Store	\$ 99.00	\$ 99.00	\$ 99.00	\$ 99.00	\$ 99.00
Hosting			\$ 167.00		
Otros gastos					
Depreciación de equipos	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$360.00	\$ 360.00
AL GASTOS	\$ 51,276.51	\$ 32,647.57	\$ 36,015.82	\$ 39,403.81	\$ 36,444.36
UTILIDAD EN OPERACIÓN (EBT)	\$ 83,413.49	\$86,282.43	\$ 85,667.18	\$ 85,307.49	\$ 91,598.07
ISR	\$ 22,521.64	\$23,296.26	\$ 23,130.14	\$ 23,033.02	\$ 24,731.48
UTILIDAD NETA (EAT)	\$60,891.85	\$ 62,986.18	\$ 62,537.04	\$ 62,274.47	\$ 66,866.59
Depreciación de equipos	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
FLUJO DE CAJA	-\$ 4,789.00	\$ 61,251.85	\$ 63,346.18	\$62,897.04	\$62,634.47	\$67,226.59

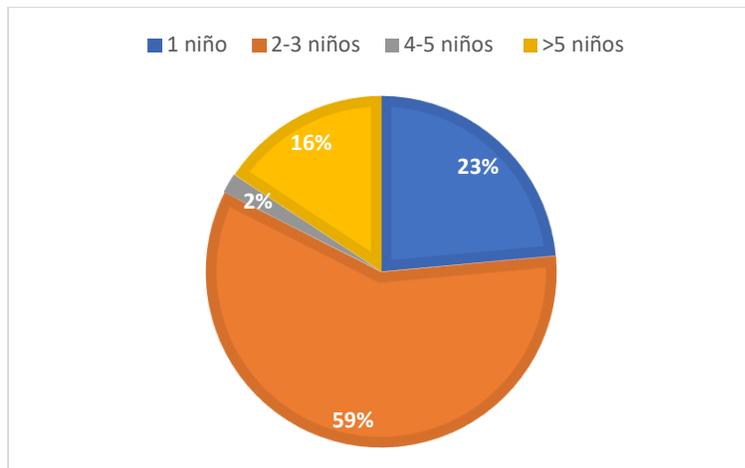
Fórmulas	Escenario Optimista				
	2019	2020	2021	2022	2023
Beneficio Neto / Recursos Propios Totales	14.154311	14.64114	14.53674	14.4757	15.54314
Beneficio Antes de Intereses e Impuestos / Activo Total	1938.95%	2005.64%	1991.33%	1982.97%	2129.20%
Beneficio Antes de Intereses e Impuestos / Ventas Totales	61.93%	72.55%	70.40%	68.40%	71.54%
Beneficio Antes de Intereses, Impuestos y Amortizaciones / Ventas Totales	61.66%	72.25%	70.11%	68.12%	71.26%

Valor Actual, en términos absolutos, de un proyecto de Inversión	179,967.89
Tasa de Descuento Apropiaada	15.00%

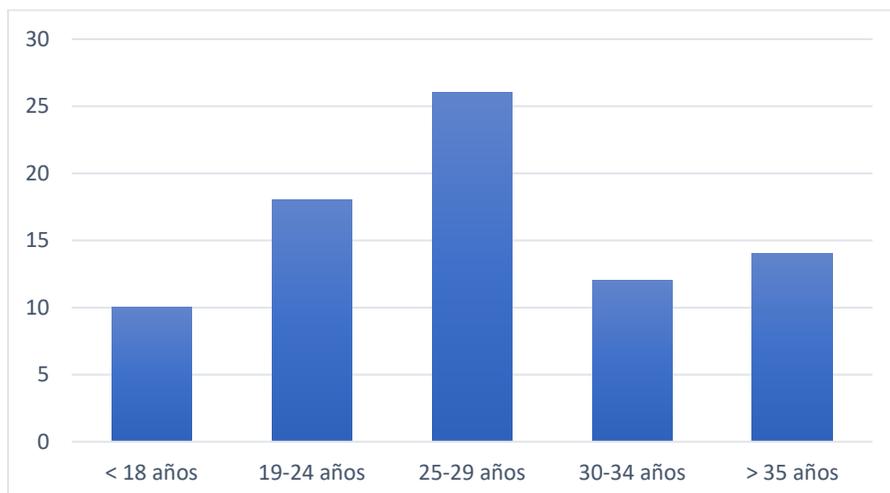
Anexos

Anexo 1. Encuesta

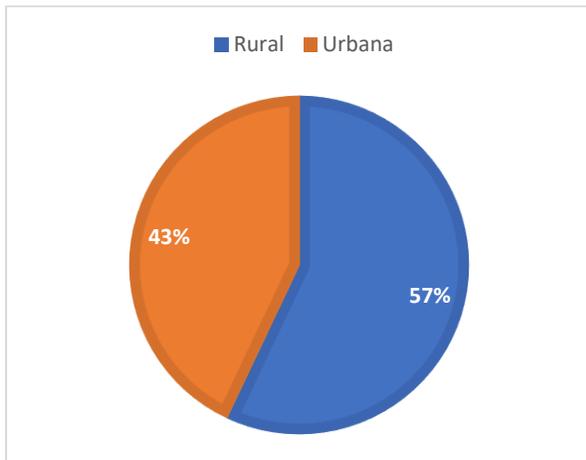
¿Cuántos niños usted tiene a su cargo?



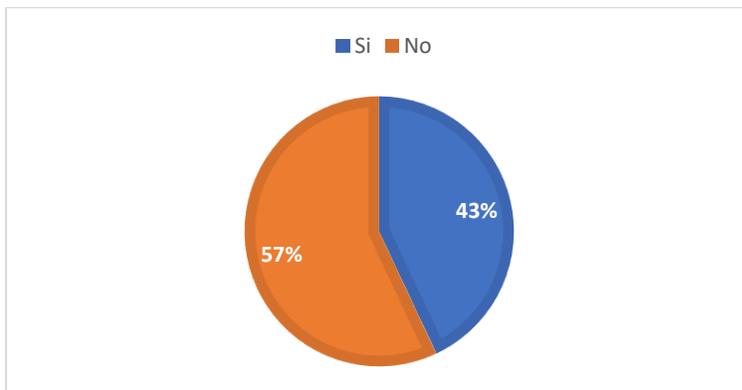
¿Qué edad usted tiene?



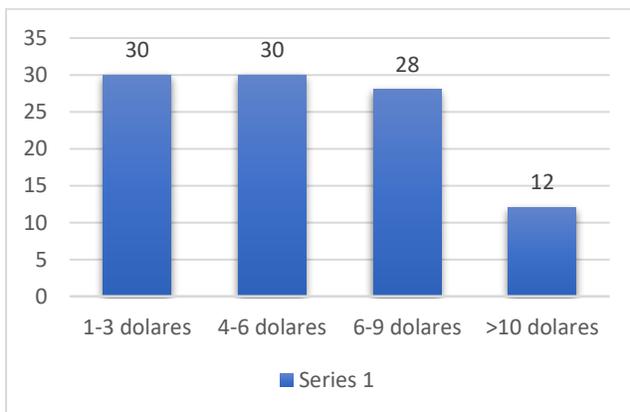
¿Zona de residencia rural o urbana?



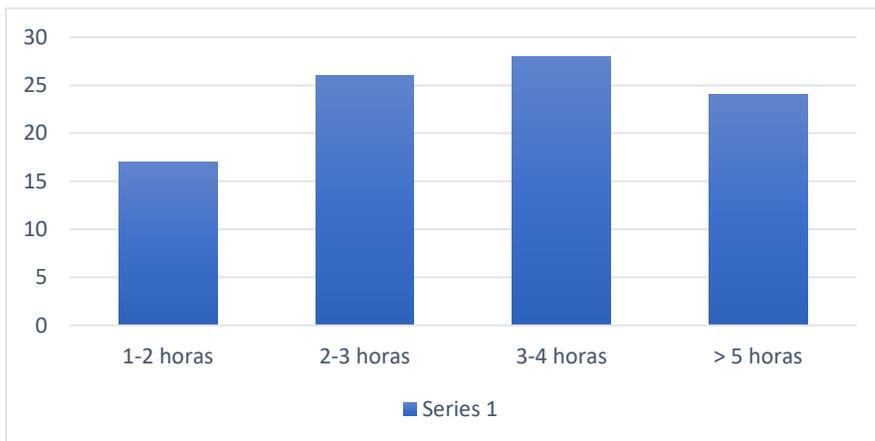
¿Usted trabaja?



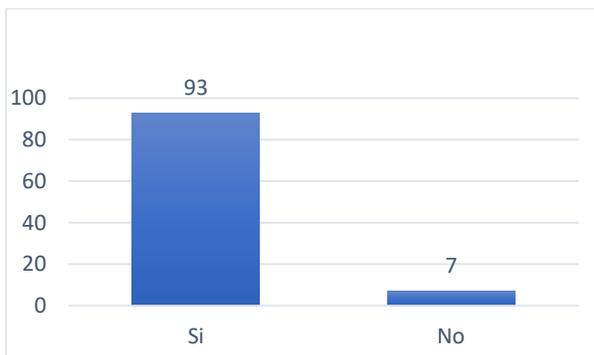
¿Qué cantidad de dinero en dólares usted utiliza cuando acude en busca de una cita?



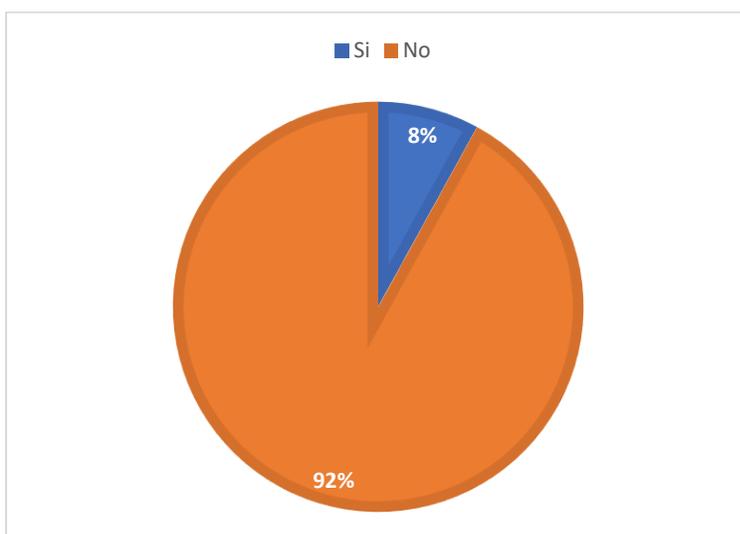
¿Qué tiempo utiliza en todo el proceso de tomar cita?



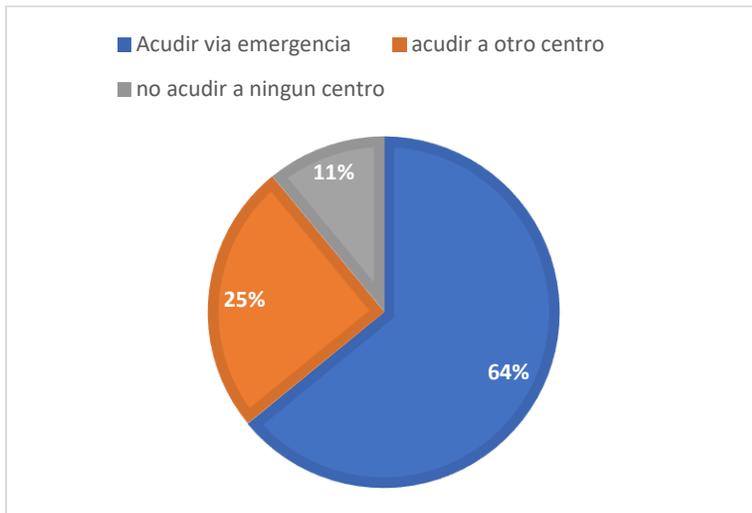
¿Tiene usted celular inteligente o acceso al internet?



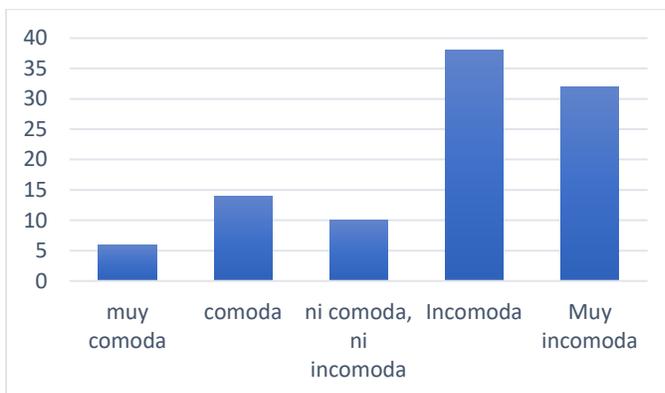
¿Cuándo necesita cambiar cancelar una cita acude al centro?



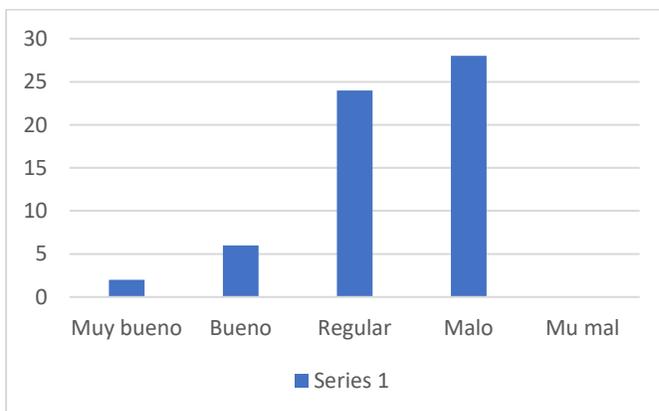
¿Si la respuesta es no, Que usted hace para tener acceso a los servicios de salud?



¿Se siente cómoda (o) al momento de buscar una cita?



¿Cómo evaluaría el sistema actual de control de cita?



Sugerencia de los padres y/o tutores, de nuevos modelos para tomar una cita

whatsAPP	63
Aplicación	73
Página Web	28
Correo electrónico	31
Llamada telefónica	45

Nota: se podía dar más de una sugerencia.

2-Descargaría una aplicación para tomar cita via la misma:

Seguro que si	83
Puede ser que si	6
Seguro que no	11

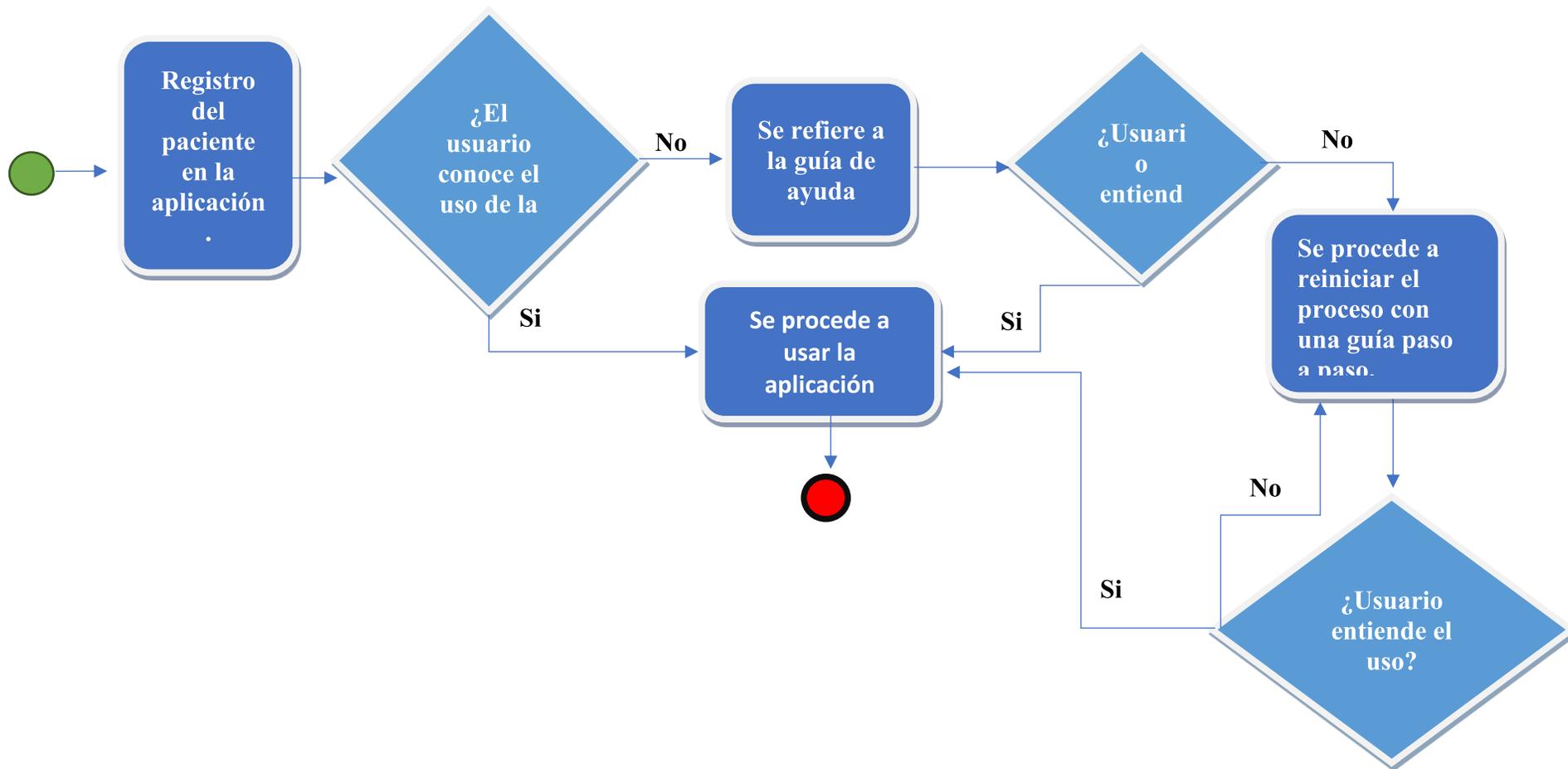
Anexo 2.

Nombre del puesto	Funciones y responsabilidades	Formación	Experiencia	Competencias asociadas
Gerente del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> - Implementar el plan de trabajo basado en los objetivos pautados por el equipo de socios. - Es el responsable de dar seguimiento a todo el proyecto. - Servirá como representante legal de la entidad en la Republica Dominicana -Participará en reuniones con el equipo de socio para adaptar el plan de acuerdo a las oportunidades y retos que se presenten. -Responsable de gestión financiera. 	<ul style="list-style-type: none"> -Lic. Administración de empresas o en Contabilidad. -Postgrados afines. -Idioma inglés (preferible). 	-Mínimo 3 años	<ul style="list-style-type: none"> -Liderazgo. -Capacidad de trabajo en equipo y comunicación. - Destreza en manejo de conflictos. -Perspectiva global. -Toma de decisiones. -Pensamiento crítico
Programador Senior	<ul style="list-style-type: none"> -Encargado del desarrollo tanto de la página web como del producto de la aplicación para hospitales. -Codificador y administrador de servidores con los 	<ul style="list-style-type: none"> -Analista de sistemas -Ingeniería en sistemas. -Desarrollador de software. 	-Haber creado un mínimo de 5 aplicaciones afines.	<ul style="list-style-type: none"> -Toma de decisiones. -Capacidad de adaptación al entorno y buena comunicación.

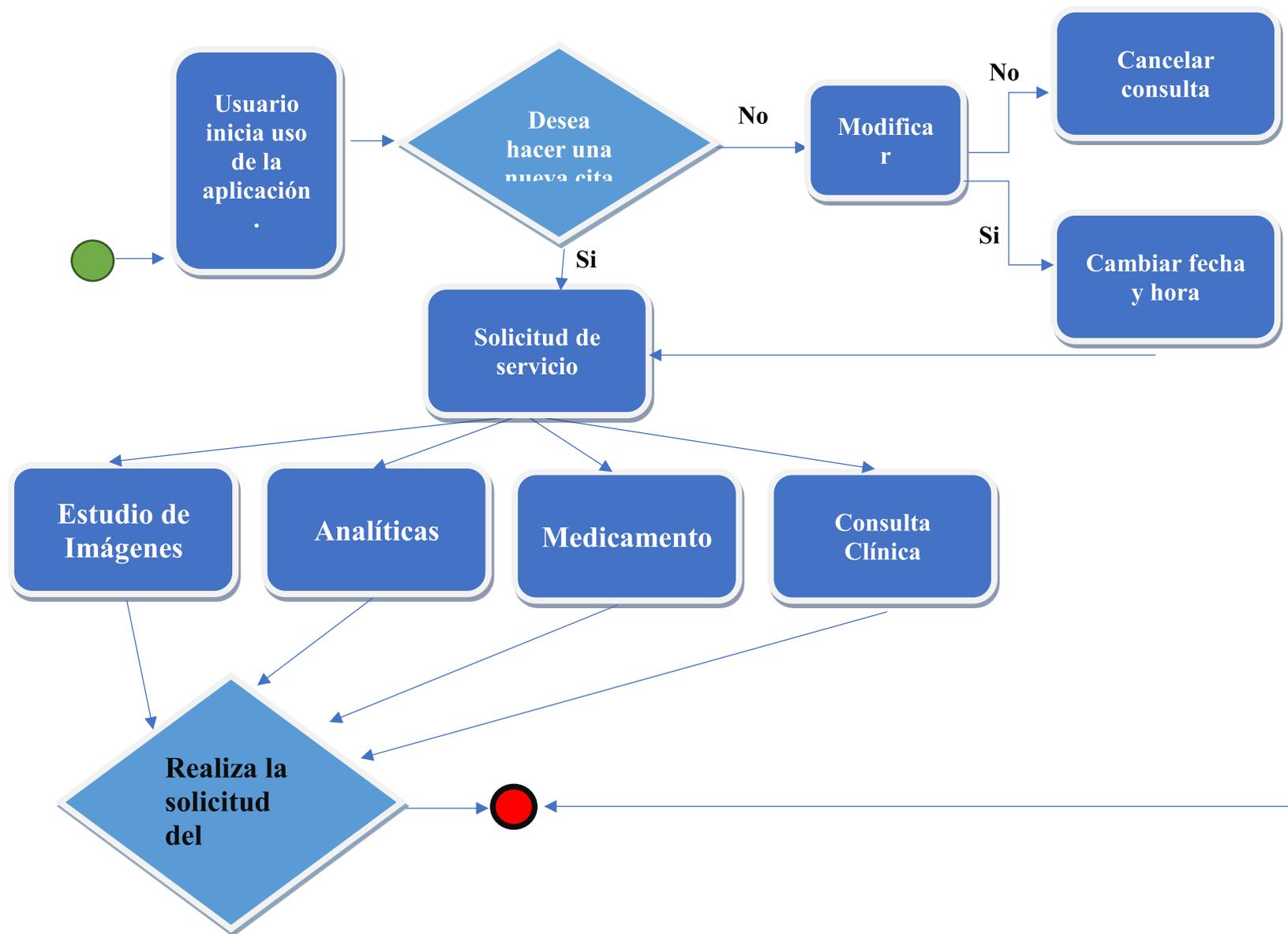
	<p>clientes que deseen utilizar la app.</p> <p>-Actualizar la app periódicamente para ajustarla a nuevas necesidades.</p>	<p>-Programador de aplicaciones.</p> <p>-Conocimientos de PHP</p> <p>-Conocimientos de Manejadores de Base de datos (SQL)</p>		<p>-Trabajo en equipo.</p> <p>-Orientación al cliente y al resultado.</p>
Diseñador Web	<p>-Diseñar las funcionalidades de la aplicación y crear los eventos de interactividad de la aplicación. Este rol conoce a los clientes y puede crear soluciones que hagan que la aplicación sea intuitiva y que los clientes deseen utilizar la misma.</p>	<p>-Conocimiento avanzado Photoshop</p> <p>-Javascript</p> <p>-HTML5</p> <p>-AJAX</p>	<p>-Mínimo 2 años de experiencia.</p>	<p>-Toma de decisiones.</p> <p>-Capacidad de adaptación al entorno y buena comunicación.</p> <p>-Trabajo en equipo.</p> <p>-Orientación al cliente y al resultado.</p>
Representante de Marketing y ventas	<p>-Velar por la buena implementación de plan de mercadeo. Este sirve como una pieza clave ya que posee la experiencia necesaria en esta rama que permitirá posicionar la aplicación en el mercado.</p> <p>-Acude a las actividades de</p>	<p>-Lic. En Mercadeo.</p>	<p>Mínimo 4 años de experiencia.</p>	<p>-Toma de decisiones.</p> <p>-Capacidad de adaptación al entorno y buena comunicación.</p> <p>-Trabajo en equipo.</p> <p>-Orientación al cliente y al resultado.</p> <p>-Habilidades de negocio.</p>

	<p>promoción de la app.</p> <p>-Tiene contacto directo con los clientes, manteniendo buena comunicación como representante del proyecto.</p>			
<p>Soporte al usuario y administrador de contenido</p>	<p>-Administrar las redes sociales y los contenidos de la página web. Además, es el punto de contacto para las dificultades técnicas que los usuarios puedan tener. Este rol es clave para el éxito del proyecto ya que hará que los usuarios se sientan escuchados y que sus problemas sean resueltos.</p> <p>-Informará al gerente de proyecto de las recomendaciones y mejoras de parte de los usuarios.</p>	<p>- Licenciado en comunicaciones</p>	<p>-Mínimo 1 año de experiencia.</p>	<p>-Toma de decisiones.</p> <p>-Capacidad de adaptación al entorno y buena comunicación.</p> <p>-Trabajo en equipo.</p> <p>-Orientación al cliente y al resultado.</p>

Anexo 3. Diagrama del proceso de inicio de uso de la aplicación MiTurnoRD.

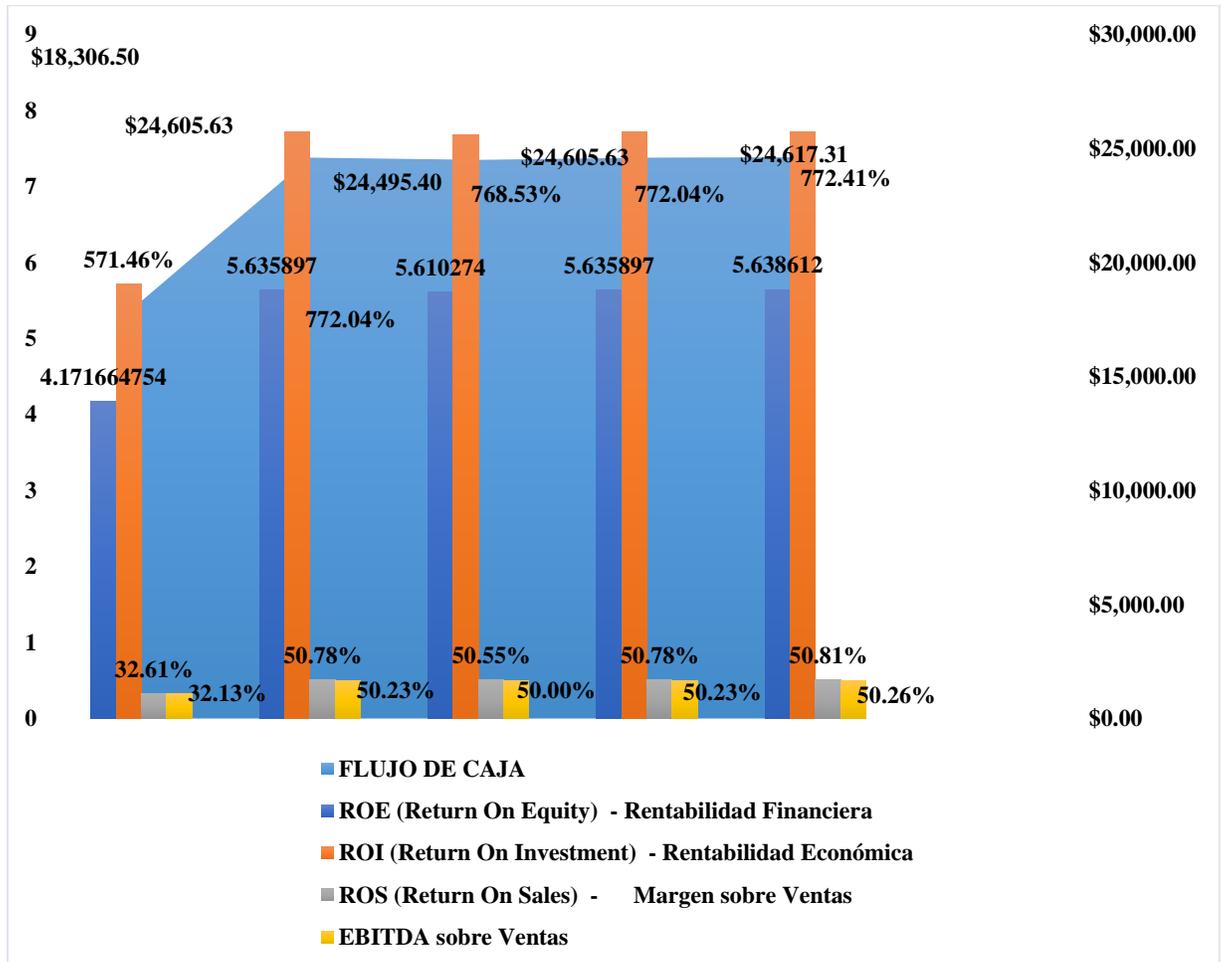


Anexo 4. Diagrama del proceso de uso de la aplicación MiTurnoRD.

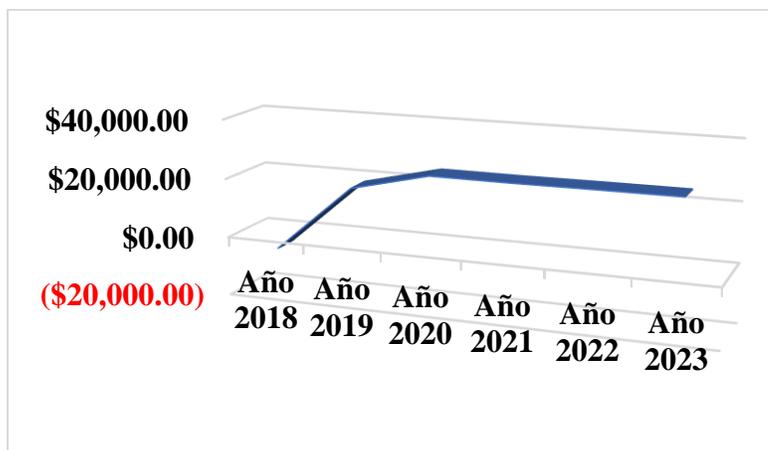


Anexo 5. Gráficos de Finanzas

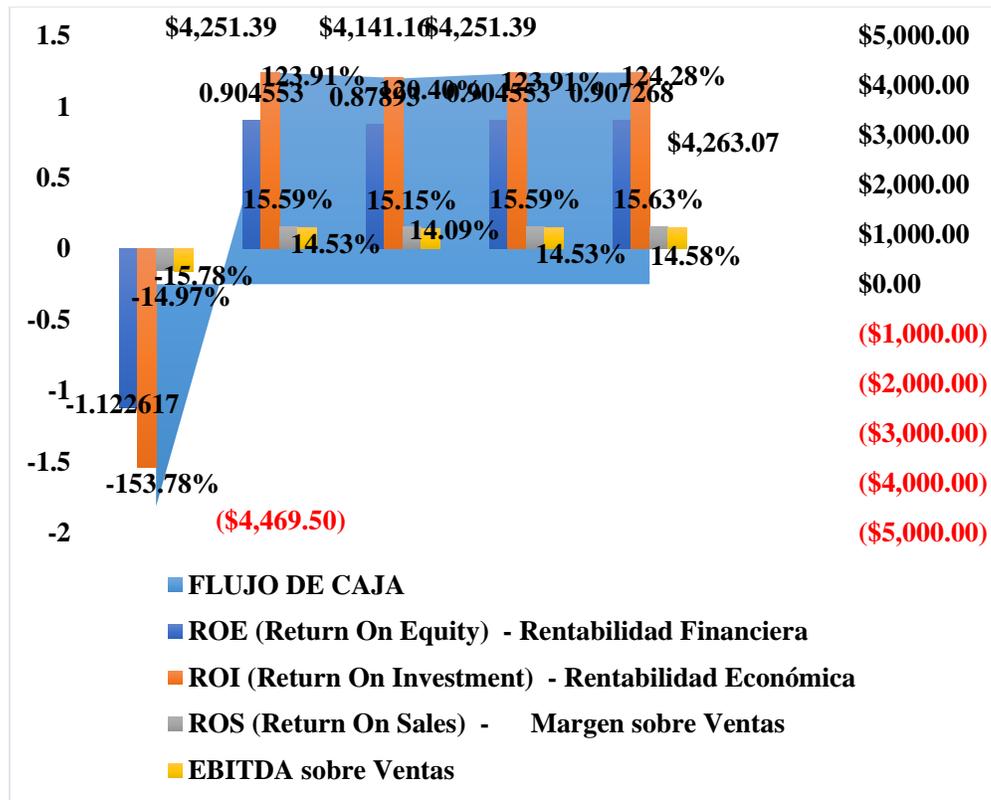
Escenario medio



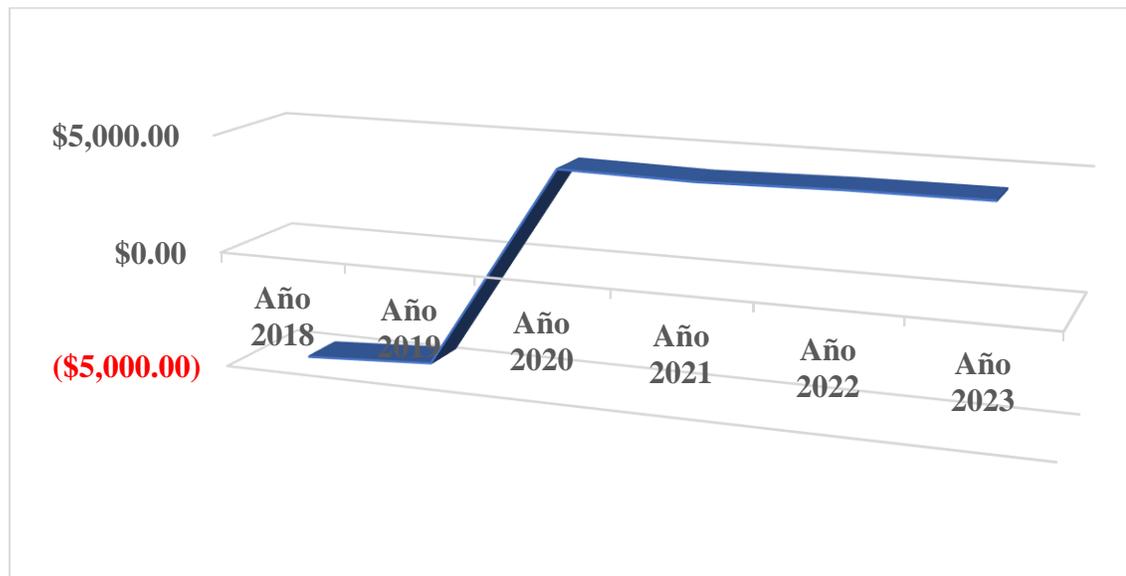
Flujo de Caja



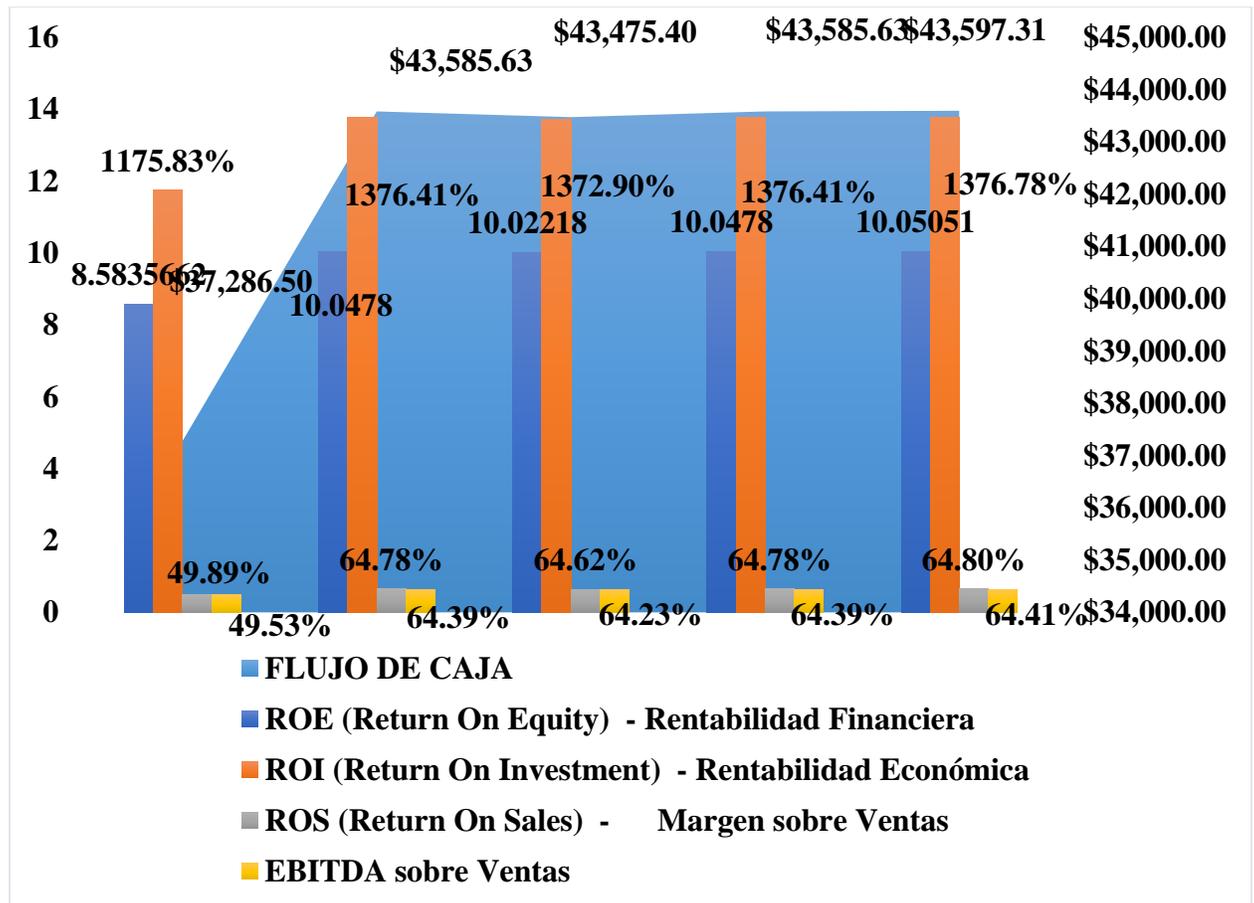
Escenario pesimista



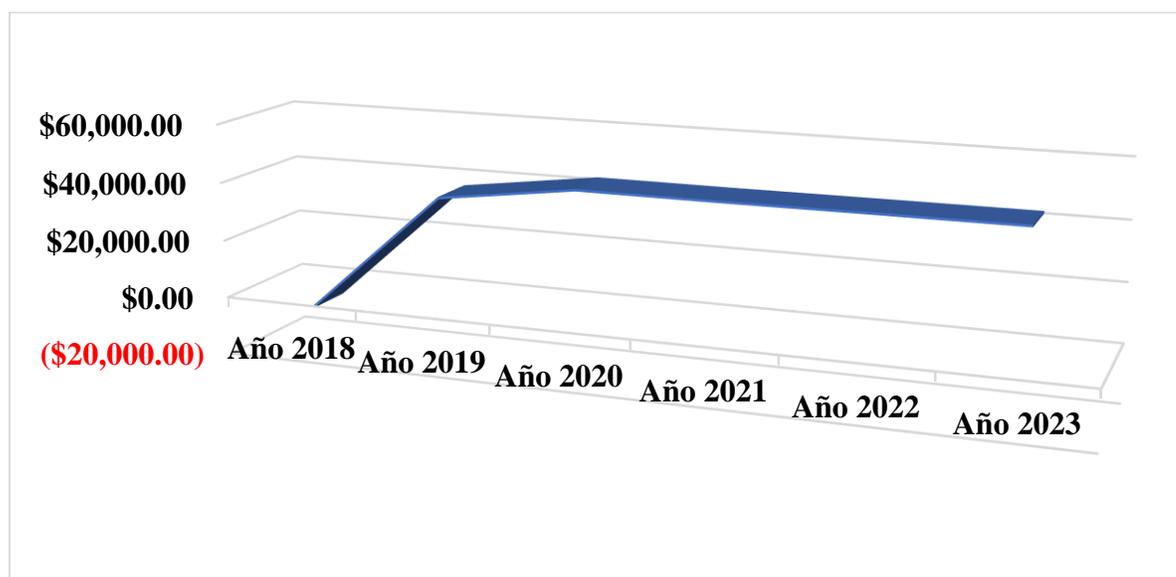
Flujo de caja



Escenario Optimista



Flujo de caja



Anexo 6. Resumen y One Page/Cronograma

Resumen ejecutivo.

Mi TurnoRD es una aplicación que surge con la finalidad de ofrecer servicios de citas médicas y servicios ambulatorios, dirigida a la población de usuarios que asiste al Hospital Infantil Dr. Robert Read Cabral en busca de servicios asistenciales y/o ambulatorios.

Nuestro objetivo es lograr que todos los usuarios que asisten al Hospital Infantil Robert Reid Cabral realicen sus citas de manera automatizada, los servicios de consulta externa, laboratorios, centros de imágenes y referimientos a farmacias externas. Para poner en marcha nuestro proyecto, primero se creará la plataforma de la aplicación con un tiempo de realización desde su creación hasta puesta en marcha de 6 meses; 3 meses para creación y otros tres para informar a los usuarios de este nuevo sistema, como descargar la misma y los pasos para registrarse.

Una vez puesta en funcionamiento, se dará seguimiento para resolver los inconvenientes que puedan surgir. Esto se logrará con reuniones trimestrales para evaluar el funcionamiento de la aplicación, para crear nuevas estrategias de ser necesarios, con el fin de plantear nuevas metas, basadas en análisis y puesta en marcha al implantar las estrategias cada 6 meses.

Estará disponible vía internet, con la posibilidad de ser descargada en cualquier dispositivo de comunicación. La aplicación enviara notificaciones con el fin de confirmar la cita, para realización de consultas clínicas, estudios de imágenes y laboratorios.

El Hospital Infantil Robert Reid Cabral será nuestro Centro piloto, el mismo cuenta con propias fuentes de ingresos, provistas por patronatos y otras instancias, el cual, una vez comprobado la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto, se procede a ofertar e implementar el mismo en otros centros de referencia nacional, en otras regiones del país. Una vez logrado esta meta, ampliaremos las funciones de la aplicación de no solo control de citas sino también de manejo de expedientes de pacientes de manera digital.

En el mercado nacional no existe una aplicación que ofrezca los servicios de la aplicación, lo que los usuarios del centro muestran descontento en el servicio actual de tomar cita como malo o muy malo en más de un 60% y un 89% descargaría la aplicación para dichos servicios. Lo que muestra la aceptación de nuestro producto.

El coste para los usuarios será nulo lo que garantiza mayor número de persona descargando la misma.

Para la creación de nuestra aplicación, iniciaremos con 6 socios quienes fueron los que tuvieron la idea y desarrollaron el proyecto. Los socios tendrán la responsabilidad de reunirse periódicamente con el gerente de proyecto para planificar y verificar que todo esté marchando correctamente. Funciones propias la tendrá el director encargado de velar por el buen funcionamiento de la aplicación, cargo que será rotativo entre los socios.

Los demás socios no tendrán funciones activas en el transcurso del funcionamiento de la aplicación más que cuando se amerite reunión del consejo para resolver problemas que surjan. Nuestro principal inversionista será el estado a través del Ministerio de Salud Pública (MSP) y el Sistema Nacional de Salud (SNS); esta iniciativa surge por la necesidad del estado de iniciar una competitividad entre la red de hospitales bajo el mando del SNS y los centros de gestión privada. Los principales estudios de mercado realizado muestran que una de las principales quejas de los usuarios es el sistema de cita ya que no son asignada según su disponibilidad de día u horario, que en algunas ocasiones son previa a la entrega de resultados por lo cual deben buscar otra cita y que todo esto hay que hacerlo de forma presencial lo que para ellos representa inversión de tiempo, dinero y la necesidad de realizar largas filas.

Por otra parte los pacientes no realizan cancelación previa de las citas y no se puede hacer nuevas asignaciones y lo que no encuentran citas en el área de consulta externa acuden vía emergencia, lo que resultan en un aumento de los servicios de emergencia mayor costo para el estado y que los pacientes contratados con aseguradora de riesgo de salud de la red subsidiada (Seguro Nacional de Salud SENASA) y la red privada acuden a otros centros descentralizados o privados, por lo cual no se logra que el paciente fidelece.

Otros inversionista que tendremos serán empresas privadas como laboratorios clínicos, de imagen, cadenas de farmacia y casa farmacéutica, donde pondrán pasar publicidad de sus productos y a la vez la aplicación según la ubicación GPS del usuario lo direccionada a estos centros donde el paciente consumirá los servicios que precise (realizar estudios de imágenes o pruebas químicas, compra de medicamentos entre otros), por lo cual estas empresas pagaran \$50.00 dólares por cada día de publicidad a través de la aplicación.

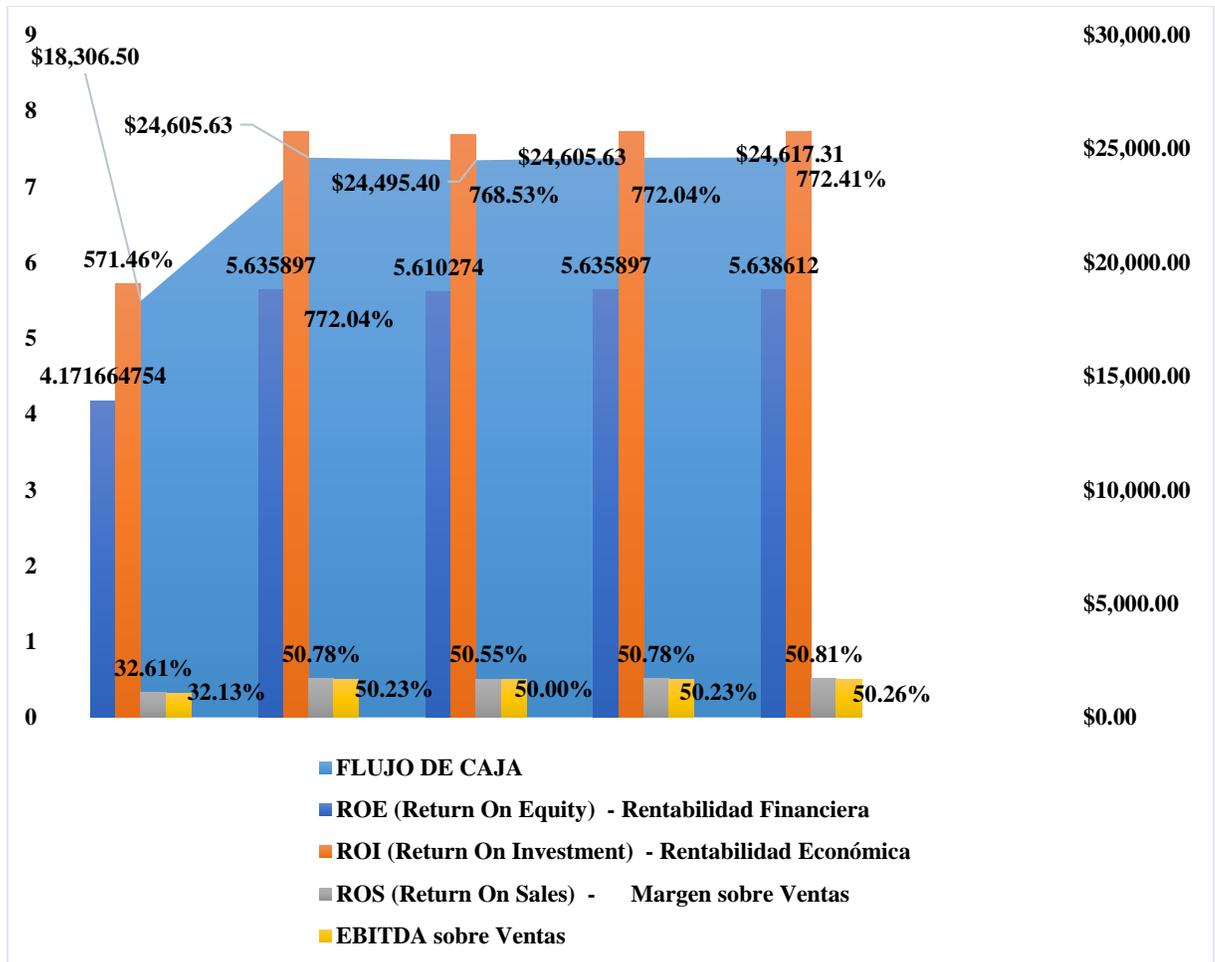
Al entrevistar compañías sobre el interés sobre de formar parte de la compañía con pago de membresía y pago de comisión por pacientes referidos. Estos no estuvieron de acuerdo, pues alegan que de todas formas los pacientes acuden a ellos si el hospital no puede brindar un servicio, pero si estarían de acuerdo con el pago de publicidad, puesto que a través de la aplicación se difundiría el mensaje a una gran cantidad de personas a un menor costo de publicidad. En vista de lo planteado se realizaron proyecciones anuales con un mínimo de 2 publicaciones y un máximo de 8 publicaciones en la semana a través de la aplicación. Ingresos que serán calculados en cada caso tomando en cuenta que el año tiene 52 semanas.

En todos los escenarios se demuestra la rentabilidad, en vista que el TIR siempre es mayor que el VAN.

Si el Servicio nacional de salud u el hospital cubre los gastos fijos del funcionamiento de la aplicación en el hospital piloto, sería aún más rentable, pues todos los ingresos por publicidad serian beneficios para la compañía.

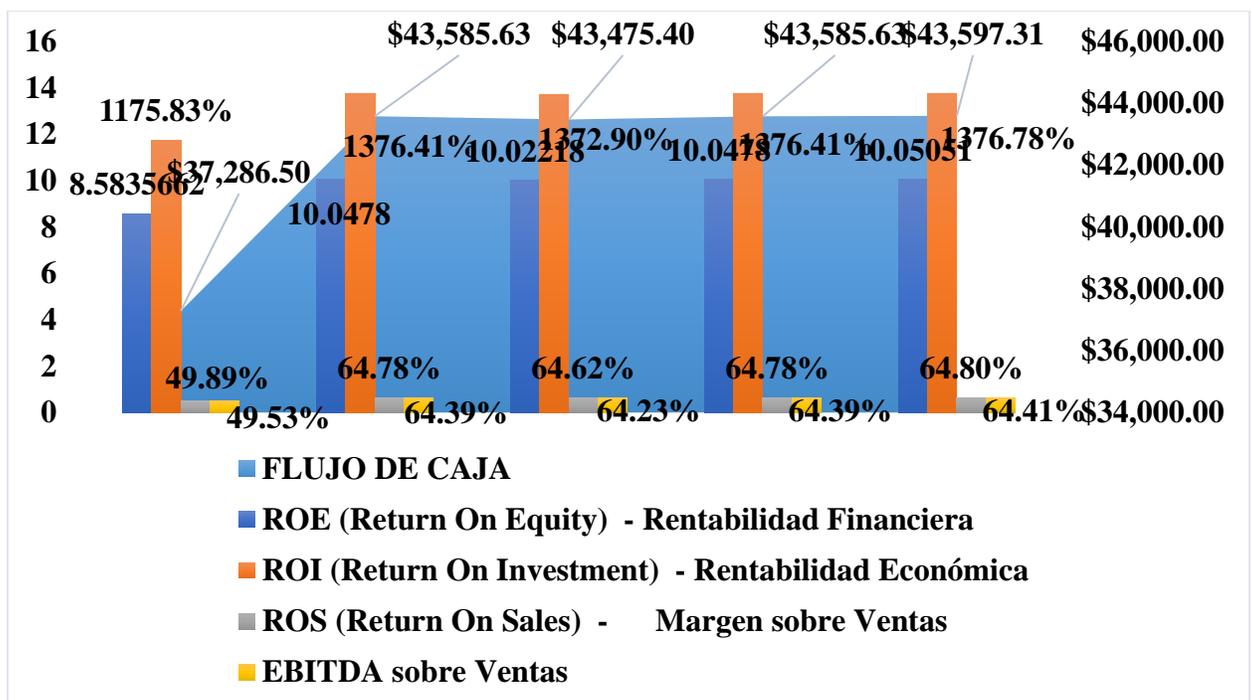
• 1er escenario medio

Este incluye lo ya descrito incluyendo los gastos para la puesta en funcionamiento de la aplicación. Con Ingresos de publicidad de 4 publicaciones como mínimo a la semana por un costo de \$50.00 US por día de publicación, que serían \$10, 400.00 US, Tomando en cuenta que el año tiene 52 semanas.



• **3er escenario optimista**

En este escenario se plantea una proyección de ingresos por publicad variable en donde algunas compañías aumentan la contratación de proyecciones al doble 8 publicaciones semanales, otras solo 5 publicaciones semanales y otras se mantienen con 4 publicaciones a la semana. Además, se mantiene la contratación de 1 promotora en los 4 años restantes. Además se incluye aumento de sueldo los empleados un 10% despues del tercer año, y aportes por el hospital y patronatos.



Mi TurnoRD es una aplicación que surge con la finalidad de ofrecer servicios de citas médicas y servicios ambulatorios, dirigida a la población de usuarios que asiste al Hospital Infantil Dr. Robert Read Cabral en busca de servicios asistenciales y/o ambulatorios.



Misión

Contribuir en el buen manejo y uso de la citación y del resto de servicios sanitarios en los diversos procesos ambulatorios, para satisfacer las necesidades y demandas de pacientes y profesionales al solicitar y gestionar los mismos, en cualquier momento del día, mejorando la gestión del Hospital pediátrico Dr. Robert Reid Cabral.

Visión

Brindar nuestros servicios a todos los centros de la red del sistema nacional de Salud, favoreciendo a los usuarios y a los diversos centros de salud, disminuyendo los costes y mejorando las esperas y la gestión para ambos al momento de solicitar una cita, servicio o información de o los usuarios.

Nuestro objetivo Lograr que todos los usuarios que asisten al Hospital Infantil Robert Reid Cabral realicen sus citas de manera automatizada, los servicios de consulta externa, laboratorios, centros de imágenes y referimientos a farmacias externas.

Disponible vía internet, con la posibilidad de ser descargada en cualquier dispositivo de comunicación. La aplicación enviara notificaciones con el fin de confirmar la cita, para realización de consultas clínicas, estudios de imágenes y laboratorios.

Financiamiento



En todos los escenarios se demuestra la rentabilidad, en vista que el TIR siempre es mayor que el VAN.

Escenario Medio VAN tasa de descuento de 15%, TIR 401.25%

Escenario Pesimista VAN tasa de descuento de 15%, TIR 18.01%

Escenario Optimista VAN tasa de descuento de 15%, TIR 1282.12%

Cronograma de actividades

Actividades	AÑO 1				AÑO 2				AÑO 3				AÑO 4				AÑO 5			
	T1	T2	T3	T4																
Confección del proyecto App Mi TurnoRD.	■																			
Registro jurídico de empresa Mi TurnoRD.	■																			
Reuniones y/o entrevistas con posibles inversionistas/ socios clave.	■																			
Presentación del proyecto, negociación y firma del contrato con el Ministerio de Salud Pública y Hospital Infantil Robert Reid Cabral.		■																		
Instalación de la plataforma web en el Hospital Infantil Dr. Robert Reid Cabral (hospital piloto).			■																	
Inducción y capacitación de los RRHH (Promotoras) del hospital piloto.			■																	
Publicidad en el centro piloto (carteles, redes sociales, páginas web, etc.) sobre Mi TurnoRD			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Mantenimiento de plataforma Web.			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Implementación en 2do hospital piloto													■	■						
Implementación en 3er hospital piloto.																	■	■		

Anexo 7. Pasos para crear una empresa en República Dominicana.

Proceso para crear una compañía en República Dominicana

La legislación relativa a las compañías en República Dominicana está contenida en :

- Código de comercio
- Ley General de las Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada No. 479-08

Los pasos y costos para la constitución de una compañía

Registrar el Nombre Comercial en la Oficina Nacional de Propiedad Industrial (ONAPI)

Para cualquier información llamar al Tel. 809 567 7474 ó entrar a la página Web www.onapi.gov.do
Requisitos

- Comunicación solicitando el Nombre Comercial o llenar el formulario en la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial ONAPI. Copia de cédula del dueño y/o del solicitante.
- Pago correspondiente (confirmar el costo en ONAPI)
- Pagar impuesto por Constitución de Compañía en la Dirección General de Impuestos Internos (DGII). Cualquier información llamar al Tel. 809 689 2181 (Dpto. de Sociedades Comerciales), o acceder a la página Web www.dgii.gov.do

Registrar los Documentos Legales en la Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo

El costo depende del Capital Social Autorizado. Para obtener esta información puede entrar al website www.ccpsd.org.do, ó llamar al Tel. 809 682 2688.
Requisitos

- Depositar los documentos legales originales y tres copias.
- Llenar formulario de solicitud de Registro Mercantil.
- Copia de las cédulas y/o pasaportes de los accionistas de la compañía.
- Copia del registro de Nombre Comercial.
- Copia del recibo de pago de impuesto por Constitución de Compañía.

Solicitar el Registro Nacional del Contribuyente (RNC)

Se solicita a la Dirección General de Impuesto Internos (DGII), este servicio es gratis. Para cualquier información comunicarse al Tel. 809 689 2181 (Dpto. de Sociedades Comerciales), ó acceder a la página Web www.dgii.gov.do
Requisitos

- Formulario de Registro Nacional de Contribuyente (RNC)
- Copia de registro del Nombre Comercial.
- Copia del Registro Mercantil.

Para Empresas que Realizan Procesos Industriales deben también obtener otros registros, tales como:

Registro Industrial otorgado por Pro-Industria

- Dirección : Av. 27 de Febrero esq. Av. Luperón, Plaza de las Banderas, Apartado postal 1462, Santo Domingo, República Dominicana.
- Tel. : 809 530 0010
- Website de Pro-Industria donde están los requisitos del Registro Industrial www.proindustria.gov.do/RegistroIND.aspx.

Registro Sanitario otorgado por la Secretaria de Estado de Salud Pública y Asistencia Social, ubicada en Av. San Cristóbal esq. Tiradentes, Ens. La Fe, D.N., Rep. Dom. Tel. 809 541 3121 / Sitio web www.sespas.gov.do

Permiso Ambiental otorgado por la Secretaria de Estado de Medio Ambiente y Recursos Naturales, ubicada en el Local 28, Plaza Naco, Av. Tiradentes esq. Fantino Falco, Ensanche Naco, Tel.809-567-4300ext. 286.

Centro de Asistencia al Empleador:

Ave. 27 de Febrero esq. Ave. Abraham Lincoln
Unicentro Plaza, Local #44
Tel.809-262-0238

Fax 809-472-2660 (Solicitud por Teléfono al No.809-472-6363, Opción 0)
Formalización de empresa de persona física o un solo dueño

Pasos para la formalización de una empresa de Persona Física o un Solo Dueño

Registro de Nombre Comercial en la Oficina Nacional de Propiedad Industrial

Dirección: Av. Los Próceres, Los Ríos, próximo a INTEC), Tel.809-567-7474

Sitio web : www.onapi.gov.do

Requisitos

- Llenar Formulario en la misma oficina
- Copia de Cédula.

Registro Mercantil en la Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo

Dirección: Arzobispo Noel No.206, Zona Colonial, Tel.809-682-2688.

Sitio web : www.camarasantodomingo.org.do

Requisitos

- Copia del Nombre Comercial
- Copia de Cédula
- Formulario lleno del Registro Mercantil (se obtiene en la misma Cámara)

Registro Nacional del Contribuyente (RNC) en la Dirección General de Impuestos Internos (DGII)

Dirección: Av. México o en cual otra Oficina de de Impuestos Internos. Costo: Gratis

Sitio web : www.dgii.gov.do

Requisitos

- Llenar Formulario (lo solicita en la Dirección Nacional de Impuestos Internos).
- Copia de Cédula.

Nota Importante: Si aún no ha empezando el proceso de constitución de compañía, puede realizarlos en la Ventanilla Única ubicada en la Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo, donde puede solicitar y darle seguimiento al Registro de Nombre Comercial, Registro Mercantil y Registro Nacional de Contribuyente.

Inscripción de empleados en la Seguridad Social. (TSS)

Centro de Asistencia al Empleador:

Ave. 27 de Febrero esq. Ave. Abraham Lincoln
Unicentro Plaza, Local #44
Tel.809-262-0238

Fax 809-472-2660 (Solicitud por Teléfono al No.809-472-6363, Opción "O")

Principales tipos de compañías en República Dominicana

Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)

Estructura basada principalmente en las actuales Sociétés à responsabilité limitée francesas, con algunos rasgos comunes a sus homólogas españolas y a las LLC de los Estados Unidos.

- La administración está a cargo de uno o más gerentes.
- Se forman con un mínimo de dos accionistas y un máximo de 50.
- Tendrán un capital social autorizado mínimo de RD \$100,000 pesos.
- El capital social deberá ser enteramente suscrito y pagado al momento de su constitución y depositado en una entidad de intermediación financiera, de manera previa a su matriculación en el Registro Mercantil.
- Las cuotas sociales, en principio, no pueden ser cedidas libremente.
- La responsabilidad de los socios está limitada al monto de sus aportes a la sociedad.
- Forma societaria ideal para la pequeña y mediana empresa, y los negocios de familia.

Sociedad Anónima (S.A) o compañías por acciones (C. por A.)

Las Sociedades Anónimas de Suscripción Privada (S.A.) están reguladas por la Ley 31-11 (antigua 479-08). Aunque el modelo de sociedad anónima era el de uso común en nuestro país, con la promulgación de la mencionada ley y debido a los cambios sufridos, la Sociedad Anónima se reservó para negocios de grandes inversiones.

La Ley establece que el monto de capital autorizado mínimo es de RD \$30,000,000.00 (treinta millones de pesos dominicanos o su equivalente en moneda extranjera de libre convertibilidad), de estos se suscriben el 10%.

Empresa individual de responsabilidad limitada

- Una sola persona es propietaria de la empresa.
- Sólo las personas físicas pueden ser los únicos dueños; les está prohibido a las personas morales.
- La responsabilidad del propietario está limitada al monto de sus aportes a la empresa.
- No deben mantener un capital social mínimo.
- La administración está a cargo de un gerente o del mismo propietario, si éste desea asumir dichas funciones.
- Forma societaria ideal para negocios de único dueño.

Proceso de elaboración de los documentos de la sociedad

Lo mejor es asesorarse con un abogado, al cual deberá proporcionar la siguiente información:

1. Posible nombre y domicilio de la sociedad.
 2. Generales de cada uno de los accionistas, es decir: nombre completo, profesión u oficio, nacionalidad, estado civil, dirección, número de pasaporte o de Cédula de Identidad.
 3. Capital autorizado de la sociedad, el cual consiste en el monto considerado como necesario y suficiente para cumplir con el objeto social. El Código de Comercio establece como requisito de constitución la suscripción de por lo menos el diez por ciento (10%) del capital autorizado (Art. 51).
 4. Objeto social.
 5. Estructura administrativa de la sociedad: Consejo de Directores, Consejo de Administración o Presidente-Administrador. Nombre y generales de los funcionarios sociales.
 6. Distribución y tipo de acciones a emitirse. El Código de Comercio prevé tres tipos de acciones (Art. 36): nominativas, que deben expedirse a favor de una persona cuyo nombre figure tanto en el texto del certificado de acciones como en el registro de deberá llevar la sociedad, y cuya transferencia requiere una anotación en dicho registro; a la orden, que son expedidas a favor de una persona cuyo nombre se consigna en el texto del certificado de acciones, precedido o seguido de las palabras a la orden, y cuya transferencia se puede realizar por un simple endoso por cualquier otro acto otorgado por escrito y la entrega del certificado; y "al portador", que son emitidas sin indicar el nombre del accionista, conteniendo solamente la expresión Al Portador, cuyo transferencia se efectúa con la sola entrega del certificado.
Una vez obtenida la información precedente, los pasos a seguir son los siguientes:
 7. Solicitud de registro del nombre comercial de la sociedad ante la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial (ONAPI) y obtención de la aprobación definitiva del mismo.
 8. Redacción, preparación y suscripción de los Estatutos Sociales.
 9. Redacción, preparación y firma de la Lista de Suscriptores y Estado de los Pagos.
 10. Pago de los impuestos de constitución de la sociedad, impuestos sobre documentos y otros gastos. El total de estos costos ascienden a aproximadamente el 2% del capital autorizado (0.5% por los impuestos de constitución, 1.3% por los impuestos sobre documentos, y el resto por gastos diversos tales como registro del nombre comercial, inscripción en el Registro Mercantil, confección del talonario de acciones y sello social.)
 11. Declaración ante Notario Público de las suscripción de acciones (Compulsa Notarial).
 12. Celebración de una asamblea general de accionistas para aprobar los estatutos sociales, la lista de suscriptores y de estado de los pagos, y la compulsas notarial, así como para elegir los funcionarios y el comisario de la sociedad..
 13. Expedición de los certificados de acciones a los accionistas.
 14. Inscripción de la sociedad en el Registro Mercantil.
 15. Inscripción de la sociedad en la Dirección General de Impuestos Internos (DGII) y obtención de su número en el Registro Nacional de Contribuyentes (RNC). Sin este número, la sociedad no podrá ni adquirir bienes inmuebles ni abrir cuentas bancarias.
-
-