



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE MERCADOTECNIA

Trabajo de Titulación Previo a la Obtención del Título de Ingeniero en Marketing

**Plan de Negocios para la creación de una empresa de distribución, instalación y
mantenimiento de cámaras de seguridad en la ciudad de Otavalo**

William Jacobo León Ordoñez.

Quito, Julio 2020

Plan de Negocios para la creación de una empresa de distribución, instalación y
mantenimiento de cámaras de seguridad en la ciudad de Otavalo.

Por

William Jacobo León Ordoñez

Julio 2020

Aprobado:

Ing. Roberto, Apunte, Z, Tutor

Ing. Sandra, R, Villacis, M, Presidente del Tribunal

Ing. Jefferson, G, Reyes, S, Miembro del Tribunal

Lcda. Diana, C, González, C, Miembro del Tribunal

Aceptado y Firmado: _____ 29, 07, 2020
Ing. Roberto, Apunte, Z. MSc.

Aceptado y Firmado: _____ 29, 07, 2020
Ing. Jefferson, G, Reyes, S. MBA. PhD (c)

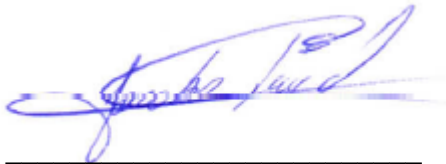
Aceptado y Firmado: _____ 29, 07, 2020
Lcda. Diana, C, González, C. MSc.

_____ 29, 07, 2020

Ing. Sandra, R, Villacis, M. MSc. PhD (c)
Presidente(a) del Tribunal
Universidad Internacional del Ecuador

Autoría del Trabajo de Titulación

Yo, William Jacobo León Ordoñez, declaro bajo juramento que el trabajo de titulación titulado **Plan de Negocios para la creación de una empresa de distribución, instalación y mantenimiento de cámaras de seguridad en la ciudad de Otavalo**, es de mi autoría y exclusiva responsabilidad legal y académica; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional, habiéndose citado las fuentes correspondientes y respetando las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.



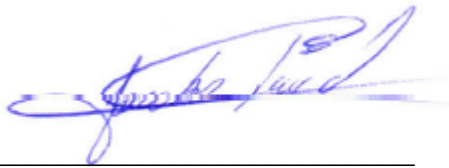
William Jacobo León Ordoñez

Correo electrónico: wileonor@uide.edu.ec

Autorización de Derechos de Propiedad Intelectual

Yo, William Jacobo León Ordoñez, en calidad de autor del trabajo de investigación titulado Plan de Negocios para la creación de una empresa de distribución, instalación y mantenimiento de cámaras de seguridad en la ciudad de Otavalo, autorizo a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) para hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación. Los derechos que como autor me corresponden, lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento en Ecuador.

D. M. Quito, Julio de 2020



William Jacobo León Ordoñez

Correo electrónico: wileonor@uide.edu.ec

Dedicatoria

El presente trabajo está dedicado a Dios por haberme dado la vida y permitirme haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis padres, Patricio León y Clemencia Ordoñez, quienes han sido mi impulso e inspiración, por su trabajo, entrega y amor, acompañándome en cada etapa de mi vida.

A mi esposa, Yury Yanouch, por estar conmigo en aquellos momentos en que el estudio y el trabajo absorbieron mi tiempo, por confiar y brindarme su comprensión, por su apoyo y por darme una palabra de empuje cuando he querido decaer.

A mi hermano, Xavier León, que siempre está presente ante cualquier circunstancia, apoyándome hasta en mis locuras.

Agradecimiento

Mi agradecimiento más sincero a todas las autoridades y personal que hacen parte de la Universidad Internacional del Ecuador, por los conocimientos y enseñanzas brindados durante estos años, gracias a esto hoy, me siento un profesional preparado para afrontar los retos del día a día, a mi Tutor Roberto Apunte Msc., por su guía, dedicación y paciencia en el desarrollo de este plan.

Un agradecimiento también a todas las personas que han sido parte de este proceso, brindándome su apoyo de manera desinteresada para alcanzar este logro.

A mis hermanos de vida, que sin ser de sangre han sabido guiarme por el camino correcto de la vida.

Finalmente, quiero expresar un gran agradecimiento a mis compañeros de aulas, ahora amigos, Alexandra Guzmán, Verónica Lara, Mariana Narváez, Luigi Hernández, con quien hemos compartido buenos y malos momentos con apoyo incondicional en cualquier circunstancia.

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto tiene como misión mostrar el plan de negocios de la empresa SEGELEC en el Cantón de Otavalo. Este plan surge a partir de una necesidad de la población de mantener más seguridad en sus hogares y negocios. SEGELEC ofrece soluciones en la implementación de sistemas de audio y video de seguridad.

Este tipo de sistema de cámaras de seguridad con audio tiene poca demanda en este cantón, y el alto índice de delincuencia que se quiere aplacar con este plan de negocios, respondiendo a las necesidades del cliente y ofreciendo un sistema especialmente diseñado según sus necesidades.

La seguridad brindada por guardias no es 100% eficaz ya que la delincuencia parece conocer los métodos y rutinas de control de las empresas de seguridad, las cámaras de seguridad, que pueden ayudar a tener una visibilidad total de los interiores y exteriores de un predio aumentan la capacidad de control, prevención y reacción frente a un evento delincuencial. Es por esto que el presente proyecto brinda una solución altamente viable y con bajo costo.

Abstract

The purpose of this project is to show the business plan of the SEGELEC company in the Canton of Otavalo. This plan arises from a need of the population to maintain more security in their homes and businesses.

SEGELEC offers solutions in the implementation of audio and video security systems.

The security camera system with audio is in low demand in this canton, and there is a lot of crime which is to be mitigated with this business plan, responding to customer needs or offering a system specially designed according to their needs.

The security provided by guards is not 100% effective since crime seems to know the methods and control routines of security companies: Security cameras, which can help to have full visibility of the interiors and exteriors of a property increase the ability to control, prevent and react to a criminal event. This is why this project provides a highly viable and low-cost solution.

Tabla de Contenidos

Lista de Tablas	xiv
Lista de Figuras	xv
Capítulo 1: Introducción.....	1
Objetivos.....	2
Objetivo general	2
Objetivos específicos.....	2
Justificación.....	2
Análisis del entorno (Diagrama de Ishikawa)	3
Diagnóstico del nivel internacional	4
Diagnóstico del nivel nacional.....	4
Diagnóstico del nivel regional.....	5
Diagnóstico del nivel local	5
Concepto de negocio (Modelo Canvas)	5
Resumen	6
Capítulo 2: Análisis e investigación de mercado	7
Análisis del macro entorno – PESTEC	7
Factor político.....	8
Factor económico	9
Factor social.....	10
Factor tecnológico	13
Factor ecológico	14
Factor legal	14
Análisis del micro entorno – 5 FUERZAS DE PORTER	15
Proveedores	15

Cientes	15
Productos sustitutos	16
Nuevos entrantes.....	17
Rivalidad competitiva.....	17
Cadena de valor	17
Análisis de Oportunidades y Amenazas	18
Oportunidades.....	18
Amenazas.....	19
Los Consumidores	19
Criterios de Segmentación del Consumidor, Perfil y Características.....	19
Segmentación de mercado	20
Variables de la segmentación	20
Tamaño de la muestra.....	22
Análisis cualitativo	23
Principales hallazgos de la encuesta	23
Análisis cuantitativo, Proyección estimada de la demanda.....	27
Demanda total.....	27
Demanda potencial	28
Demanda insatisfecha	28
Calculo Estimado de Ventas.....	29
Resumen	30
Capítulo 3: Plan de Marketing y Ventas	31
Establecimiento de Objetivos	31
Criterios del Marketing.....	31
Marketing Mix.....	31

Producto.....	31
Precio	32
Plaza.....	33
Promoción.....	33
Estrategia de diferenciación	34
Estrategia de venta.....	34
Estrategia de precio.....	34
Estrategia de distribución	35
Estrategia promocional	35
Plan de medios.....	36
Resumen	36
Capítulo 4: Estudio Técnico y Modelo de Gestión Organizacional	38
Participantes del Proyecto	38
Localización	39
Matriz de localización	39
Concepción Arquitectónica del Negocio.....	40
.....	40
Tecnología del Negocio.....	41
Bienes de Larga Duración	41
Diseño del Proceso Productivo.....	43
Servicio al cliente	43
Ejecución del servicio solicitado	43
Servicio posventa.....	44
Diseño Organizacional. Estructura organizacional y funcional	44
Nombre o razón social.....	44

Organigrama	44
Descripción funcional.....	46
Análisis del Marco Normativo	61
Constitución.....	61
Municipio de Otavalo	64
Ministerio de relaciones laborales	65
Instituto Ecuatoriano de seguridad social	65
Permiso de funcionamiento	65
Resumen	66
Capítulo 5: Evaluación Financiera del Proyecto	67
Inversión.....	67
Fuentes de Financiamiento.....	68
Estado de resultados	69
Flujo de caja	69
Indicadores Financieros.....	71
Costo promedio ponderado del capital (WACC).....	71
Valor actual neto (VAN)	72
Tasa interna de retorno (TIR)	73
Periodo de recuperación de la inversión.....	73
Punto de equilibrio.....	74
Gráfico del punto de equilibrio.....	75
Resumen	75
Capítulo 6: Conclusiones y Recomendaciones	76
Conclusiones.....	76
Recomendaciones.....	76

Referencias	78
Apéndice A: Encuesta	83

Lista de Tablas

Tabla 1 Demanda potencial en número de servicios	28
Tabla 2 Demanda competencia en número de servicios	29
Tabla 3 Demanda insatisfecha en número de servicios.....	29
Tabla 4 Calculo Estimado de Ventas con costo de ventas	30
Tabla 5 Inversión.....	67
Tabla 6 Fuentes de financiamiento.....	68
Tabla 7 Condiciones de crédito	68
Tabla 8 Tabla de amortización del crédito	68
Tabla 9 Estado de resultados	69
Tabla 10 Flujo de caja	70
Tabla 11 Costo promedio ponderado del capital (WACC)	72
Tabla 12 Valor actual neto (VAN)	72
Tabla 13 Tasa interna de retorno TIR.....	73
Tabla 14 Periodo de recuperación de la inversión PRI	73
Tabla 15 Gráfico del punto de equilibrio	75

Lista de Figuras

Ilustración 1 Diagrama de Ishikawa (Causa y Efecto)	3
Ilustración 2 IPC General Ecuador Diciembre 2018. Tomado de datosmacro.com	10
Ilustración 3 Cifras mercado laboral (2018). Tomado de www.eluniverso.com	12
Ilustración 4 Nivel socioeconómico agregado (2011). Tomado de INEC	13
Ilustración 5 Cadena de Valor	18
Ilustración 6 Edades	23
Ilustración 7 Posee seguridad	24
Ilustración 8 Protección con dispositivos electrónicos en su negocio u hogar.....	24
Ilustración 9 Las cámaras brindan seguridad	25
Ilustración 10 El sistema es costoso	25
Ilustración 11 Cuanto invertiría una persona en Cámaras de seguridad	25
Ilustración 12 Kit de cámaras	26
Ilustración 13 Formas de pago	26
Ilustración 14 En que piensa al adquirir un equipo de seguridad.....	27
Ilustración 15 ¿Conoce alguna empresa que brinde este servicio?	27
Ilustración 16 Mapa de ubicación del local SEGELEC (2019). Tomado de www.google.com/maps	39
Ilustración 17 Distribución del local SEGELEC (2019)	40
Ilustración 18 Organigrama SEGELEC (2019).....	45
Ilustración 19 Pasos para la constitución de una empresa.....	61

Capítulo 1: Introducción

Este plan de negocios se dedicara a la distribución, instalación y mantenimiento de cámaras de seguridad, buscando satisfacer las necesidades de la población de la ciudad de Otavalo, ya que la delincuencia se ha incrementado, sea en la vía o en locales comerciales, según la publicación realizada por el Diario El Norte (Junio 2018), indica que “se adquirieron 40 alarmas comunitarias que se colocarán en donde no hay cámaras de seguridad”.

En el primer capítulo revisaremos las causas que generan la inseguridad y por qué planteamos esta propuesta, tomando en cuenta los niveles de inseguridad a nivel Internacional, Nacional, Regional y Local, también analizaremos un modelo en donde se muestra clara y detalladamente lo que se quiere y cómo se quiere realizar este plan de negocios.

En el segundo capítulo, se realiza una investigación de mercados con el fin de mostrar cuáles son las preferencias del consumidor, también veremos una proyección de ventas, en base a los datos arrojados por la investigación.

En el tercer capítulo, se formaliza la presentación de la empresa con el Marketing Mix (4p's) y la comercialización de estos equipos electrónicos.

En el cuarto capítulo, se analiza todo lo referente a la organización de la empresa, su ubicación, misión visión, y su plan organizacional.

En el quinto capítulo, se evalúa financieramente el plan de negocios, en donde se revisara la inversión inicial, análisis de ingresos y gastos que se incurren en la operación del negocio, como también la rentabilidad.

En el sexto capítulo están las conclusiones y recomendaciones, las cuales nos muestran información necesaria sobre la viabilidad del plan de negocios, así ayudando a los socios a tomar una decisión.

Objetivos

Objetivo general

Desarrollar un plan de negocios de seguridad electrónica de última generación enfocado a la distribución, instalación, mantenimiento y monitoreo de equipos de seguridad en la ciudad de Otavalo, que posea el beneficio de tener un monitoreo minuto a minuto mediante cualquier dispositivo móvil.

Objetivos específicos

1. Analizar el entorno para determinar las tendencias reales y potenciales que generarán oportunidades y amenazas para el sector al cual queremos adentrarnos.
2. Analizar e investigar el mercado para conocer a cada uno de los principales actores, sus características y la influencia que tendrán en el servicio que se ofrecerá a los clientes.
3. Elaborar un plan de Marketing y de Ventas para detallar las estrategias que se realizarán para ingresar al mercado objetivo.
4. Elaborar un estudio técnico y modelo de gestión organizacional para especificar el tamaño del proyecto, y la capacidad de producción que tiene su infraestructura, su organización administrativa y logística.
5. Elaborar el análisis financiero del proyecto para determinar la necesidad de adquirir bienes muebles, enseres y gastos de otros rubros, así como el retorno de la inversión, la rentabilidad y, en consecuencia, la viabilidad del proyecto.

Justificación

Debido al incremento de la delincuencia en varios sectores de nuestro país las personas están dispuestas a invertir dinero y tiempo en seguridad electrónica, esto

elevará la visita de personas tanto nacionales como extranjeras y de igual manera ayuda a generar mejores oportunidades laborales.

En la ciudad de Otavalo se evidencia un crecimiento tanto poblacional como comercial, razón por la que se plantea la propuesta de la creación de una empresa de distribución, instalación y mantenimiento de equipos electrónicos, creado para cualquier clase social, como personas particulares, empresarios, microempresarios, hogares, centros educativos o cualquier área que requiera de este servicio de seguridad electrónica. Esta propuesta estará diseñada para poder atender las necesidades de todo cliente, con una gama de productos variada a precios accesibles.

Este servicio se enfoca en la seguridad de la ciudadanía al igual que de las personas que visitan esta ciudad.

Análisis del entorno (Diagrama de Ishikawa)

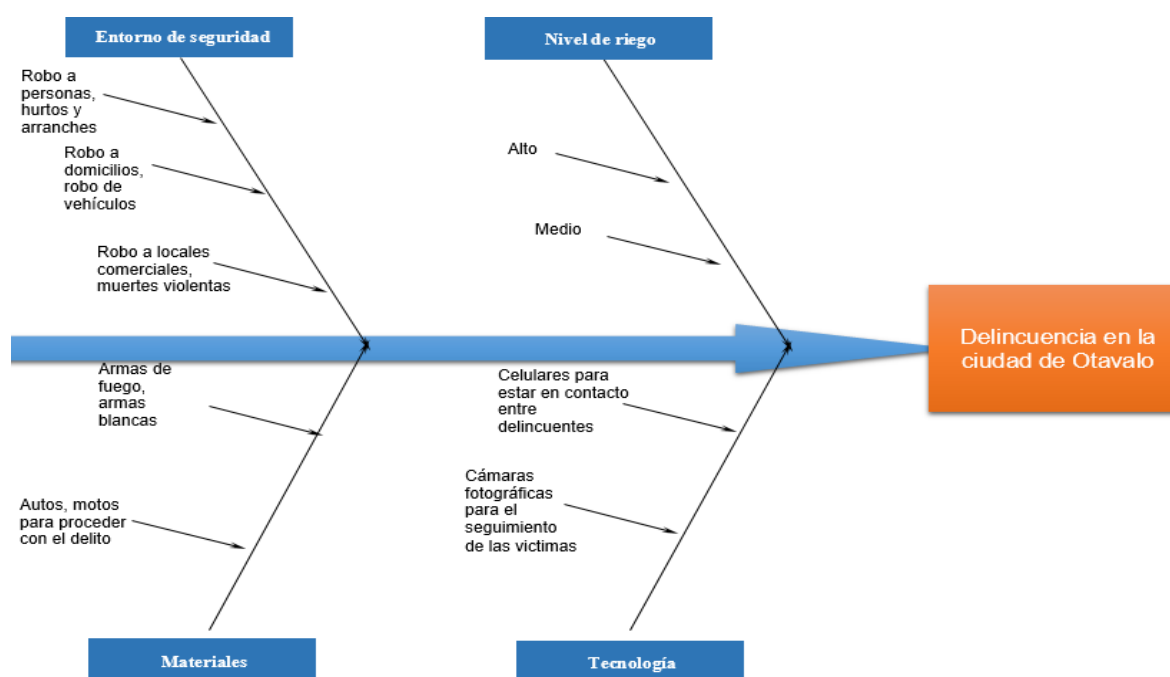


Ilustración 1 Diagrama de Ishikawa (Causa y Efecto)

Diagnóstico del nivel internacional

Hoy en día, los sensores, pueden brindar beneficios significativos. Sin embargo, la principal tendencia para 2019 será la combinación e integración entre diversos sensores para estimular acciones ‘inteligentes’.

Por ejemplo, en una ciudad inteligente, una cámara puede, ya este año, identificar que un vehículo acaba de estacionar en un lugar prohibido y accionar automáticamente un altavoz con un mensaje pregrabado alertando al conductor sobre la infracción. En caso de que el mismo permanezca en el lugar, la central de control podrá recibir una alerta con información visual del vehículo y aplicar una penalización.

(Paulo Santos, Gerente de Soluciones de Axis Communications., 2019)

Diagnóstico del nivel nacional

Una huella, una mancha de sangre, la más pequeña fisura en una bala, un cabello, residuos biológicos, la reconstrucción virtual de un hecho o las marcas de llantas en el asfalto pueden convertirse en pruebas y evidencias para la comprobación de un delito.

Estos indicios, a través de avances tecnológicos, ya permiten que varias instituciones públicas del Ecuador ayuden a determinar culpabilidades o inocencias en casos de asesinatos, violaciones, agresiones físicas o accidentes viales.

En el Servicio Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses (SNMLCF) se realizan decenas de pericias solicitadas por la Fiscalía que van desde análisis genéticos hasta la reconstrucción de un asesinato.

(Universo, 2019)

Diagnóstico del nivel regional

La operación denominada 'Avalancha 20' permitió desarticular una organización delictiva dedicada al micro tráfico, según informó el cuerpo policial en Twitter. En el transcurso de la misma se allanaron 14 inmuebles en las provincias andinas de Imbabura y Pichincha, donde se decomisaron sustancias ilícitas además de armas de fuego y celulares.

En el norte de la capital ecuatoriana, Quito, en el sector conocido como La Roldós un registro policial tras la actitud sospechosa de un individuo llevó al hallazgo de 44 envolturas pequeñas de color transparente y 48 sobres de papel de distintos colores que contenían presuntamente sustancias ilícitas.

(Comercio, 2019)

Diagnóstico del nivel local

Un sujeto extranjero de 20 años, fue detenido en las inmediaciones del parque San Sebastián, con él se encontró varias fundas de marihuana, que algunos testigos dicen, pensaba vender en el sector.

Con el análisis de las evidencias incautadas, el sujeto fue entregado a la autoridad competente para el respectivo proceso legal.

En las evidencias encontradas también destaca un celular y cuatro dólares. Al parecer el sujeto iba a vender las sustancias ilícitas a un grupo de jóvenes. Los moradores del barrio se mostraron satisfechos por el actuar policial; sin embargo, piden más patrullajes en el sector. Para denunciar este tipo de actividades ilícitas, los ciudadanos pueden comunicarse al 911, al 1800-Delitos o al 1800-Drogas, aportando de esta manera al trabajo policial para erradicar el micro tráfico de drogas dentro del Distrito Valle del Amanecer.

(Quisoboni, 2019)

Concepto de negocio (Modelo Canvas)

Aliados Clave - Empresas importadoras de equipos de seguridad (Proveedores) - Bancos - Clientes	Actividades Clave - Importación, distribución, instalación, mantenimiento y monitoreo de equipos de seguridad	Propuesta de Valor - Seguridad y tranquilidad - Equipos de calidad - Autenticidad - Confidencialidad - Garantía y respaldo - Flexibilidad - Servicio pos venta - Satisfacer una necesidad que en la actualidad es esencial por el índice de violencia e inseguridad que existe	Relación con el Cliente - Antes: Publicidad para dar a conocer el servicio - Durante: Dar un buen servicio y brindar información concreta - Después: Ofrecer ayuda	Segmentos de Clientes - Personas mayores de edad - Ambos sexos - Pequeñas medianas y grandes empresas - Locales comerciales - Colegios, institutos, universidades - Discotecas - Personas naturales
	Recursos Clave - Recursos financieros - Equipos de seguridad - Personal técnico - Accesorios - Software		Canales - Físicos: Entrega de información, venta directa - Tecnológicos: Creación de página web, redes sociales - Tradicionales: Prensa escrita, Tv, Radio	
Estructura de Costes - Costos de producción y operativos: Recursos humanos, infraestructura física y tecnológica, importación, distribución, almacenamiento, mano de obra, imprevistos			Estructura de Ingresos - Efectivo - Tarjetas de Crédito / Debito - Electrónicos (Paypal)	

Resumen

En este capítulo iniciamos con un diagrama de Ishikawa en donde podemos ver las causas que generan la inseguridad y por qué planteamos esta propuesta, tomamos en cuenta los niveles de inseguridad a nivel Internacional, Nacional, Regional y Local, aquí nos damos cuenta de la falta de seguridad que existe comparando la internacional con la Nacional, un claro ejemplo es como en otros países hoy en día se puede saber con dispositivos de seguridad quien se está estacionando de mala manera o quien está realizando un delito en un lugar específico y todo ese suceso es vigilado por las autoridades segundo a segundo gracias a la tecnología. En nuestro país aún estamos con los inconvenientes de que los policías no llegan a tiempo, se escapan los delincuentes o los dejan libres, porque no hay pruebas fehacientes que los incriminen.

Para finalizar este capítulo realizamos un modelo CANVAS en donde se muestra clara y detalladamente lo que se quiere y cómo se quiere realizar esta propuesta.

Capítulo 2: Análisis e investigación de mercado

Para poner en marcha la creación de una empresa de distribución, instalación y mantenimiento de cámaras de seguridad es importante realizar un estudio de mercado.

El estudio de mercado es un método que nos ayuda a conocer clientes actuales y potenciales. De manera que al saber cuáles son los gustos y preferencias de los clientes, así como su ubicación, clase social, educación y ocupación, entre otros aspectos, podrá ofrecer los productos que ellos desean a un precio adecuado. Lo anterior consigue aumentar las ventas y a mantener la satisfacción de los clientes para lograr su preferencia. Recuperado de (<http://www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp>, s.f.)

Análisis del macro entorno – PESTEC

Para continuar con el proyecto de la empresa de distribución, instalación y mantenimiento de cámaras de seguridad, es necesario que se realice un análisis del entorno al que se enfrentará, para esto, efectuaremos un análisis PESTEL que es una herramienta utilizada para el análisis en la gestión estratégica empresarial y es lo más indicado. Los factores que se analizarán son: políticos, económicos, sociales – culturales, tecnológicos, y ecológicos.

El término "PEST" fue acuñado por primera vez por Francisco Aguilar en su libro de 1967, "Análisis del entorno empresarial". Este análisis también incluye a menudo los factores legales y ambientales, creando así un análisis PESTEL. "EL" fue introducido por Liam Fahey y V.K. Narayanan en su libro, "Análisis Macro-ambiental en Gestión Estratégica", publicado en 1986. (Cartes, 2019)

<u>Político</u>	<u>Económico</u>	<u>Socio-cultural</u>	<u>Tecnológico</u>	<u>Ecológico</u>	<u>Legal</u>
Estabilidad política	IVA que afecta a mis productos o servicios	Importancia de la seguridad	Nuevos productos y desarrollos	Leyes de protección del medio ambiente	Requisitos para el funcionamiento del local
Modificación en tratados comerciales	Facilidad de créditos para emprendimientos	Desempleo	Acceso a la información	Concientización ecológica	Legislación laboral, obligaciones del empleador
Crisis política venezolana	Tipo de interés en caso de pedir financiación	Nivel socioeconómico	Aparatos de última generación	Reciclaje de residuos	Leyes de competencias
Levantamiento de aranceles	Condición de financiación actuales	Inmigración	Cambios en la tecnología móvil	Regulación consumo energético	Requisitos sobre salud y seguridad laboral
Nivel de corrupción		Nuevas tendencias en el estilo de vida	Capacidad de desarrollo de aplicaciones móviles para el negocio		
Facilidad para creación de negocios					

Factor político

En los últimos años nuestro país ha atravesado por cambios políticos significativos, primordialmente el final del gobierno del Economista Correa, que causó muchos estragos sobre todo en el ámbito político y económico. Sin embargo, desde la evidente posición del Presidente Lenín Moreno contraria al ex mandatario, ha traído al país una percepción de estabilidad bastante favorable que se hace evidente al “consolidarse como un imán de inversión extranjera” (Ministerio de Industrias y Productividad, 2018).

Por otro lado, aún la situación política internacional ha tenido su efecto en el país, ya que la crisis venezolana ha ocasionado que miles de ciudadanos de ese país migren, siendo el Ecuador uno de sus principales destinos. La actual política migratoria permite a los ciudadanos extranjeros ingresar nada más que con su cédula de identidad, y aunque el gobierno había anunciado que: a partir del 16 de agosto del 2018 se solicite pasaporte a los ciudadanos venezolanos que quieran ingresar al país, una semana más tarde esta disposición quedó sin efecto al ser suspendida esta medida por la jueza Judith Naranjo (Gross, 2019). Sin embargo, “aún afinan detalles para la aplicación del requisito que lo deben implementar entre el Ministerio del Interior y de Exteriores” (El Comercio, 2019)

Factor económico

El factor económico se vuelve muy relevante en el momento de emprender, ya que hay variables que afectan directamente los costos de los productos y servicios, así como el poder adquisitivo de los consumidores. El Ecuador cerró el año 2018 con una inflación del 0.27% a diferencia del año anterior que fue del -0.20% (INEC, 2019). Pese al alza en el índice de inflación, el “IPC desciende hasta el -0.4% en el 2018 (Expansión/Datosmacro.com, 2018).

IPC General Ecuador Diciembre 2018						
	Interanual		Acum. desde Enero		Variación mensual	
IPC General [+]	-0,4%		-0,4%		-0,2%	
Alimentos y bebidas no alcohólicas [+]	-1,7%		-1,7%		-1,6%	
Bebidas alcohólicas y tabaco [+]	-0,2%		-0,2%		-0,2%	
Vestido y calzado [+]	-5,0%		-5,0%		-0,2%	
Vivienda [+]	1,1%		1,1%		0,0%	
Menaje [+]	-0,7%		-0,7%		0,1%	
Medicina [+]	2,2%		2,2%		0,1%	
Transporte [+]	-0,3%		-0,3%		0,0%	
Comunicaciones [+]	0,6%		0,6%		-0,1%	
Ocio y Cultura [+]	-0,4%		-0,4%		0,9%	
Enseñanza [+]	1,7%		1,7%		0%	
Hoteles, cafés y restaurantes [+]	-1,5%		-1,5%		0,0%	
Otros bienes y servicios [+]	1,5%		1,5%		0,5%	

Ilustración 2 IPC General Ecuador Diciembre 2018. Tomado de datosmacro.com

Por otro lado la economía ecuatoriana creció en un 0.9% en el tercer trimestre del 2018 (Orozco, 2019) y entre otras razones se encuentra que se ha generado un aumento en el otorgamiento de créditos para emprendimientos por parte de la CFN que “financia proyectos nuevos o ampliación que se enmarcan en actividades productivas, sectores priorizados, industrias estratégicas e industrias básicas.” (Corporación Financiera Nacional, 2019).

Factor social

Hoy en día la sociedad se encuentra insegura por la falta de empleo y el nivel socioeconómico en el que se desenvuelve, por tal razón debemos enfocarnos en el cuidado y protección tanto de las personas nativas como las personas que visitan esta linda ciudad, por tal razón las personas buscan invertir dinero en el mejoramiento de seguridad en su entorno.

El uso de la tecnología ha venido desarrollándose con los años, referente a las cámaras de seguridad la mayoría de empresas no utilizan este sistema de video vigilancia por varios criterios tanto como el precio, la falta de conocimiento del

producto, nunca le han ofertado este tipo de servicio, no les ha sucedido ningún tipo de percances, etc.

En el entorno que se encuentran las personas de esta ciudad no están muy culturizados con las cámaras de seguridad ya que se han acostumbrado a pagar a una persona que vigile, incluso pagar a una empresa que les preste el servicio de vigilancia resulta bastante costoso, por tal razón el enfoque está en ofertar este tipo de producto tecnológico porque tiene una vinculación directa con la seguridad, en donde los propietarios de casas y negocios podrán monitorear y controlar en línea ya sea con su celular desde cualquier parte del mundo o con algún computador.

Como he mencionado anteriormente el sistema de cámaras de seguridad es un mercado que no está explotado en su totalidad, en este momento no todos los negocios de esta ciudad cuentan con este tipo de seguridad.

Considerando estos factores es prudente recalcar la importancia de tener un buen resguardo en los negocios, por lo que el uso de cámaras de seguridad en los establecimientos tendría una gran aceptación, tomando en cuenta que los beneficios de tener cámaras de seguridad en los locales compensa el costo de instalación de todo el sistema.

Existen factores que influyen de manera positiva y negativa a este mercado en el país. La inmigración y el desempleo, son realidades que no hay que dejar de lado, como es el caso de este último donde en el año 2018 más de 160,000 personas perdieron el empleo pleno, este factor puede afectar el poder adquisitivo de las personas y sacar de su presupuesto el cuidado y la seguridad.

Cifras mercado laboral JUNIO 2017- JUNIO 2018

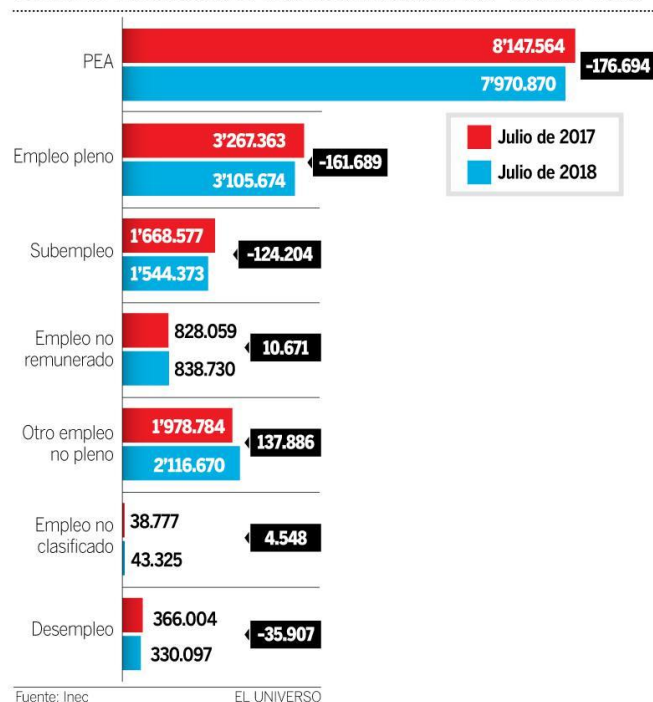


Ilustración 3 Cifras mercado laboral (2018). Tomado de www.eluniverso.com

En el análisis del factor social, sobre este proyecto, es importante destacar el nivel socio-económico. Para poder determinar un estrato económico no sólo es necesario el nivel de ingresos, aunque este es muy importante, también se analizan variables como tipo de vivienda, nivel de educación, acceso a la tecnología y por supuesto hábitos de consumo. (INEC, 2011)

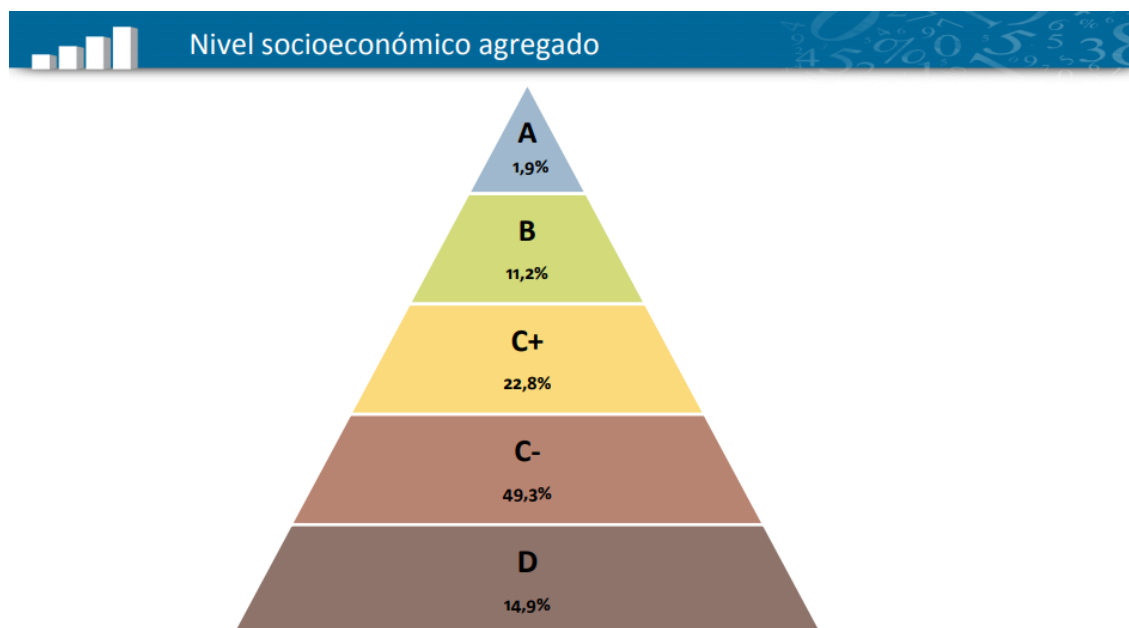


Ilustración 4 Nivel socioeconómico agregado (2011). Tomado de INEC

Factor tecnológico

En este factor debemos analizar que una de las mejores herramientas para hacer negocios y conocer y conectarse con el cliente es sin duda las TIC (Tecnología de la Información de Comunicación), el acceso a la información y por supuesto la apertura a redes sociales. En el mundo actual, estas herramientas juegan un papel muy importante y por su puesto a favor del comercio de bienes y servicios ya que se puede obtener información de las preferencias del cliente, publicitar servicios, dar a conocer el negocio, adquirir nuevos clientes y esto sin necesidad de una gran inversión monetaria.

Los sistemas de seguridad han presentado una evolución tecnológica a lo largo de los años y actualmente ese desarrollo ha permitido que ya no solo sean considerados herramientas para la protección y resguardo de negocios, sino también que se utilicen en otras áreas e industrias.

La tendencia de estos sistemas como control de acceso, detección de incendios, video vigilancia, etc., que empiecen a hablar entre ellos de formas más fácil y amigable para compartir información relevante a todos los departamentos de una organización.

Con el aumento de la tecnología, cada vez más, los usuarios pueden prevenir este tipo de situaciones con diferentes soluciones que van desde sistemas integrados de vigilancia hasta aplicaciones móviles para sus dispositivos móviles.

En la actualidad, las empresas requieren equipos de última tecnología para ejercer todas sus labores de manera más ágil y eficaz, utilizando la tecnología.

Factor ecológico

La sociedad está cada vez más consciente de la importancia del cuidado del medio ambiente y todo lo que implica, es decir el cuidado de la flora, la fauna, la sostenibilidad, etc.

El principio de ecológico pretende evaluar el reemplazo de materiales, insumos que dañinos para el medio ambiente; la introducción de tecnologías limpias como los productos no contaminantes y la reutilización de recursos. Esta estrategia tendría una gran acogida ya que mejora el desempeño ambiental al reducir costos y aumenta el desempeño ambiental.

Factor legal

Este plan de negocios estará regido conforme el marco de la ley de Ecuador, tanto en la constitución de una persona jurídica, así como en la obtención de los registros, permiso y licencia para poder dicho proyecto.

La base legal que se necesita para este proyecto es el siguiente:

Nombre o razón social de la empresa.

Representante legal.

Tipo de empresa.

Legalización de la empresa

RUC

Patente Municipal

Permiso de funcionamiento sanitario

Permiso del Cuerpo de Bomberos.

Patente de Marca y Logo de la empresa.

Afiliación a la Cámara de Comercio.

Análisis del micro entorno – 5 FUERZAS DE PORTER

“La esencia de la formulación de una estrategia competitiva consiste en relacionar a una empresa con su medio ambiente” (Porter, 1982).

Proveedores

En la industria de la seguridad existe un sin número de proveedores de productos de variada calidad y precios; y, aunque la demanda es grande, ningún proveedor es indispensable a la hora de adquirir insumos de seguridad, los principales proveedores para nuestra empresa de cámaras de seguridad son: Siproseg e International Security EC, ellos serán nuestros proveedores directos en lo que se refiere a las cámaras de seguridad que se estarán importando desde Estados Unidos, además de ellos se utilizarán parte de los productos y servicios que ofrecen empresas como: EBay y Amazon.

Para los servicios básicos requeridos se cuenta con instituciones estatales y privadas, al igual que proveedores de herramientas y equipos.

El nivel del poder de negociación de los proveedores es medio.

Clientes

El poder de negociación de los clientes, según (Porter, 1982), es cuando el cliente ejerce suficiente presión en los vendedores, con el fin de lograr mayores y/o

mejores beneficios por un precio más bajo, lo que resta el margen de ganancia al vendedor.

Los clientes pueden influir de muchas maneras en la rentabilidad de una empresa, tienen cierta presión para lograr que se oferten productos de mayor calidad, precios bajos y un excelente servicio.

Como empresa se ha considerado todos los factores que pueden influir en las decisiones de los compradores, como tal estamos enfocados en brindar un excelente servicio, al identificar los gustos y preferencias de los consumidores para satisfacer sus deseos, proporcionándole un cierto grado de diferenciación a nuestro nuevo producto y servicio.

El nivel de poder de negociación con los clientes es alto.

Productos sustitutos

Las cámaras de seguridad no cuentan con un producto sustituto competitivo en el mercado actual que puedan suplir las mismas necesidades, aunque no podemos dejar de mencionar que los guardias de seguridad en los últimos años han sido el servicio de seguridad más utilizado y en el que las cámaras de seguridad les han servido como un vínculo de vigilancia. La seguridad física es importante y las cámaras de seguridad facilitan un resguardo ante cualquier situación gracias a la tecnología y porque se puede mantener grabaciones.

Especificando que el servicio que se podría brindar no es vigilar un negocio las 24 horas del día, los 7 días de la semana (que es lo que hace este sistema), sino que nuestro servicio es la comercialización, instalación y el mantenimiento de las cámaras de seguridad, siendo esto lo que los clientes demandarían de la empresa con el objetivo de obtener seguridad en sus negocios; el servicio de mantenimiento se brindará cada 6 meses o cuando el cliente lo requiera.

El nivel de productos sustitos sería un nivel bajo.

Nuevos entrantes

Hay que tomar en cuenta que las barreras de entrada son importantes a la hora de iniciar la actividad de una empresa dentro de la industria en la que pretenda introducirse. Por tal razón, este concepto es entendido como una buena medición de dos factores importantes a estudiar: el nivel de competencia y la rentabilidad. La existencia de barreras de entrada frena la aparición de nuevos competidores, al momento no existen empresas que oferten este producto y servicio, así la rentabilidad está garantizada en este plan de negocio.

La amenaza de nuevos entrantes en este caso sería bajo.

Rivalidad competitiva

La rivalidad identifica a las empresas que ofertan el mismo producto y servicio, ante esta eventualidad no se mantiene rivalidad competitiva, según un estudio realizado dentro de la zona de influencia de 5 cuadras a la redonda, no existe empresa o persona que oferte este producto y servicio.

El nivel de rivalidad competitiva es bajo.

Cadena de valor

La cadena de valor es un modelo teórico que grafica y permite describir las actividades de una organización para generar valor al cliente final y a la misma empresa. (Riquelme, 2019)

(Mendoza Mora & Toledo Perez, 2007) indica que el profesor Michael Porter sugirió: “que había que ir más allá del análisis de un nivel funcional, que era necesario descomponer cada función en las actividades individuales que la constituían, como paso clave para distinguir entre los diversos tipos de actividades y sus relaciones entre sí” (p. 9).

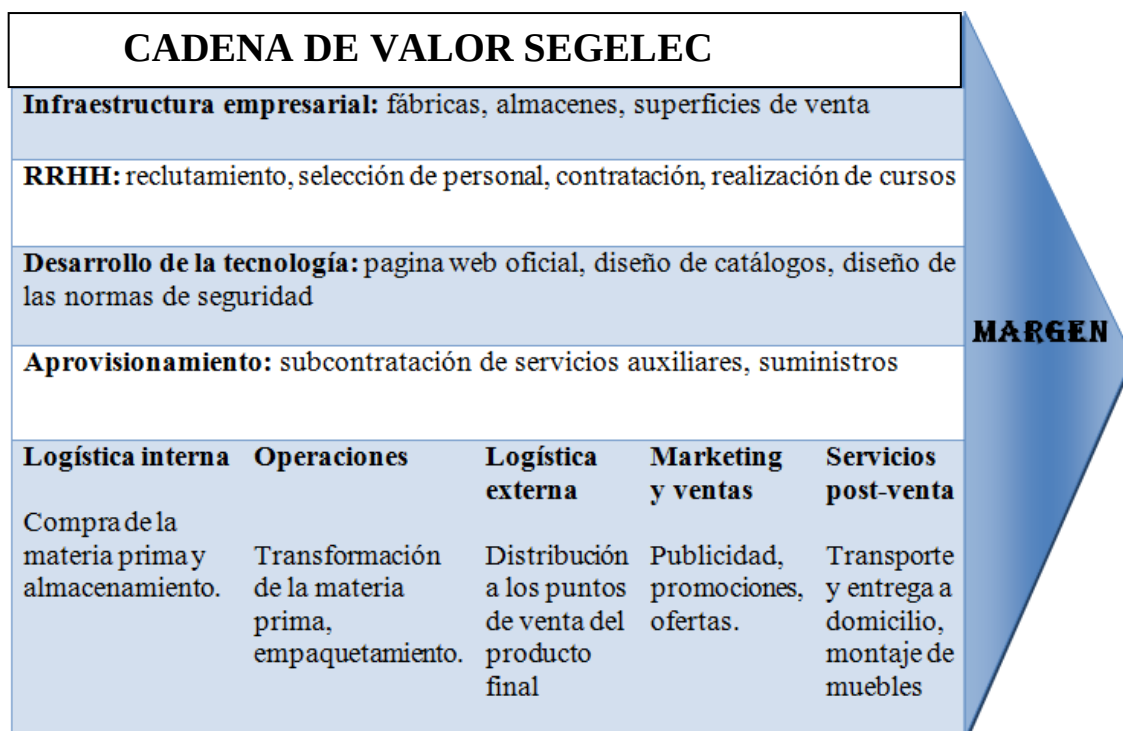


Ilustración 5 Cadena de Valor

Análisis de Oportunidades y Amenazas

Este análisis nos ayuda a ver las Oportunidades, que son los aspectos positivos que podemos aprovechar para lograr nuestro objetivo, y las Amenazas que son aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos.

Oportunidades

1. Mayor demanda del servicio, el número de empresas que solicitan el producto y servicio que ofrecerá la empresa aumenta, según crece la necesidad de seguridad de las empresas, por los mayores niveles de delincuencia e inseguridad.
2. Mercado insatisfecho con la calidad de los servicios prestados por los actuales proveedores (Guardias de seguridad).
3. Negocios dispuestos a adquirir el servicio de seguridad tecnológica.
4. Clientes buscando una mejor y mayor seguridad para sus negocios.

5. Adelanto tecnológico que facilita la incorporación de los sistemas de vigilancia a los dispositivos de uso cotidiano como los artefactos móviles.

Amenazas

1. Competencia en la zona que corresponde al área geográfica de cobertura de los productos y servicios que se ofertaran, al ofertar productos y servicios similares a los de la empresa.
2. Alza en el costo de adquisición de materiales.
3. Nuevas leyes que regulen la actividad comercial y que promuevan las inversiones en el sector, lo que facilitaría la entrada de nuevos competidores.
4. Reformas que originen el aumento de los impuestos o la creación de nuevos impuestos que afecten la utilidad de la empresa.
5. Falta de proveedores nacionales.
6. Nuevos productos sustitutos.
7. Ingreso de empresas extranjeras que presten el mismo servicio al mercado nacional a menor costo.

Los Consumidores

Criterios de Segmentación del Consumidor, Perfil y Características

Una empresa de servicio cuenta con tres opciones para la selección de mercados objetivos.

- Un enfoque de mercadotecnia diferenciada.
- Un enfoque de mercadotecnia no diferenciada.
- Un enfoque de mercadotecnia concentrada.

En función de estas opciones se define una estrategia de marketing para la empresa, debido a que el enfoque será a un grupo de consumidores específicos con características diferenciables, que me permita establecer las acciones más adecuadas

para la comercialización y posicionamiento de estos productos y servicios, estando los mismos dirigidos a un grupo de pequeñas, medianas empresas y hogares.

Segmentación de mercado

La segmentación de mercado puede ser definido como, el proceso por el cual, una empresa subdivide un mercado en subconjuntos de clientes de acuerdo a ciertas características que son de utilidad. El propósito de la segmentación del mercado, es la de alcanzar a cada subconjunto con actividades específicas de mercadotecnia para lograr una ventaja competitiva (Thompson, 2005).

Este tipo de segmentación es muy importante, puesto que gracias a esta herramienta se intenta detectar las necesidades y carencias de la población; para que así las empresas puedan proyectar productos y servicios adecuados en el momento preciso.

Aquí es donde se puede dividir el mercado de un bien o servicio en varios grupos que sean más pequeños e internamente homogéneos, la particularidad de la segmentación realmente es conocer a los consumidores, ya que es uno de los elementos decisivos del éxito de la empresa en su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.

Variables de la segmentación

Dentro de las variables se puede decir que influyen mucho los resultados esperados, por tal razón se considera: consumidores finales con el objetivo de tener mayor seguridad, nivel de ingresos de los consumidores y zonas de mayor riesgo. Para dicho análisis se debe tomar muy en cuenta el perfil de los clientes, esto según las bases demográficas, geográficas, conductuales y psicológicas de la segmentación.

Variables Demográficas:

Ingresos: Este producto va dirigido para las personas que tengan ingresos; medio, medio alto y alto, ya que los productos no son básicos, por tal razón se eligió a clientes que tengan estos niveles de ingresos.

Edad: Las personas a las que se ofrece estos productos se encuentran de 25 a 65 años ya que se cree una edad prudente tanto para el trabajo como para la manipulación de este tipo de sistema de seguridad.

Variables Geográficas:

Zonas: Para segmentar de mejor manera el mercado se ha clasificado por las parroquias urbanas en donde se tenga todos los servicios básicos o al menos electricidad para poder poner en funcionamiento este sistema de seguridad.

Las parroquias son:

La parroquia urbana del Jordán comprende las siguientes comunidades: Cotama, Guanansi, Gualapuro, La Compañía, Camuendo, Libertad de Azama.

La parroquia urbana San Luis incluye las comunidades de: Imbabuela Alto y Bajo, Mojanda, Mojanda Mirador, Mojandita, Taxopamba, Cuatro Esquinas.

(Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2020)

Variables Conductuales:

Beneficios: Los beneficios que los consumidores buscan y esperan de los productos son: Calidad, precios cómodos y accesibles para su bolsillo, y algo muy importante, siempre mantenerse innovando toda la línea de productos con nueva y mejor tecnología.

Frecuencia de Uso: Esto depende mucho de cómo sea la tasa de consumo que tengan las personas de nuestros productos, a su vez también va a ser consumido dependiendo el grado de delincuencia que se presente en la Ciudad y finalmente según las necesidades de cada individuo, todo esto tomando en cuenta que las encuestas también nos ayudaran a obtener la información.

Variables Psicológicas:

Personalidad: La personalidad juega un papel fundamental en el comportamiento de los consumidores ya que es uno de los principales factores que los impulsan a escoger una marca u otra.
(Conexión Esan, 2015)

El tipo de personalidad que se tomará en cuenta sería la de contingencia o cambio, ya que la misma va cambiando según los acontecimientos que hayan ido marcando nuestra vida y en la actualidad la inseguridad es un fenómeno social, vivimos en un mundo donde hay demasiada delincuencia, raptos, robos, es por tal razón que no se ve la necesidad de aminorar este fenómeno implementando equipos electrónicos de seguridad.

Tamaño de la muestra

El negocio estará ubicado al norte del Cantón Otavalo, en la Ciudadela Imbaya, este cantón tiene un número total de habitantes de 104.874, (INEC, 2010), en donde existe un total de viviendas de 30.966 (INEC, 2010), el margen de error a utilizarse será del 5% con un nivel de confianza del 95%, que es el más utilizado por los investigadores (SurveyMonkey, 2019). Con esta información, el tamaño de la muestra será de 379 casos. La información será levantada por medio de una encuesta (Apéndice 1).

$$\text{TAMAÑO DE LA MUESTRA} = \frac{N * (\alpha_c * 0,5)^2}{1 + (e^2 * (N - 1))}$$

MARGEN DE ERROR	5,0%
TAMAÑO POBLACIÓN	30.966
NIVEL DE CONFIANZA	95%

Valores Z	95%
Varianza	1,960

Donde:

α_c = Valor del nivel de confianza (varianza)

· **Nivel de confianza**, es el riesgo que aceptamos de equivocarnos al presentar nuestros resultados (también se puede denominar grado o nivel de seguridad), el nivel habitual de confianza es del 95%.

e = Margen de error

· **Margen de error**, es el error que estamos dispuestos a aceptar de equivocarnos al seleccionar nuestra muestra; este margen de error suele ponerse en torno a un 3%.

N = Tamaño Población (universo)

Análisis cualitativo

A continuación, realizare un análisis respecto de la aceptación del servicio y las preferencias que los entrevistados tienen respecto de los servicios de seguridad electrónica.

Principales hallazgos de la encuesta

Podemos encontrar que el rango de edad que utilizaría esta tecnología está entre los 25 y 45 años, las personas de edad más avanzada aún se mantienen en que la guardianía es la mejor opción.

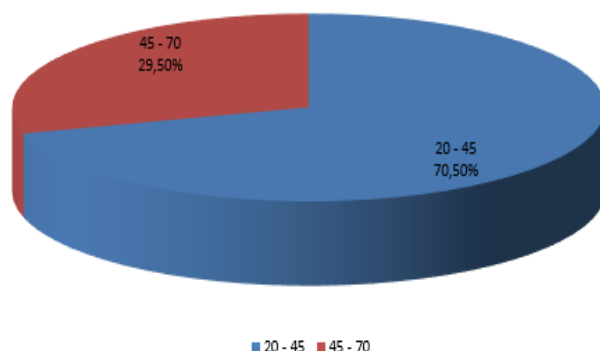


Ilustración 6 Edades

Estos resultados indican que las personas con mayor preocupación por la seguridad tanto en su negocio como en su hogar es la población más joven, personas

independientes económicamente y profesionales que podrían apostar a una nueva forma de seguridad.

Otro aspecto importante es que la mayoría de personas no mantiene seguridad en sus hogares y negocios así lo demuestra el gráfico adelante detallado.

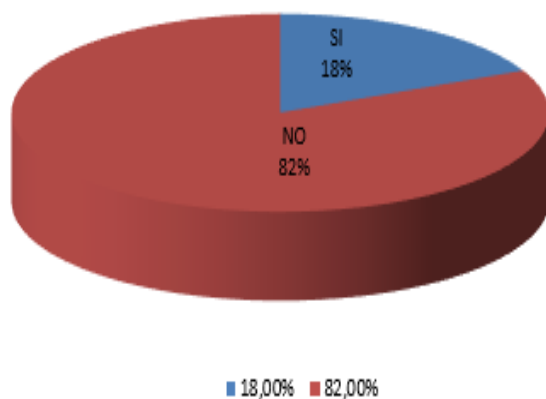


Ilustración 7 Posee seguridad

Podemos observar claramente que un gran porcentaje de encuestados se preocupa por su seguridad, así el 89% le gustaría proteger sus negocios y hogares con dispositivos electrónicos de seguridad.

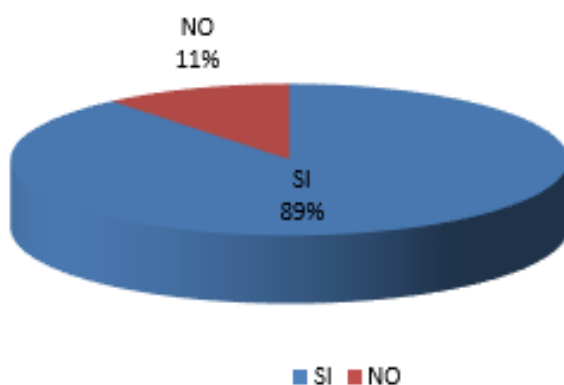


Ilustración 8 Protección con dispositivos electrónicos en su negocio u hogar

La mayoría de personas concuerda que las cámaras de seguridad es una nueva forma de tener seguridad pero a su vez tienen el pensamiento que es muy costoso un sistema de este tipo.

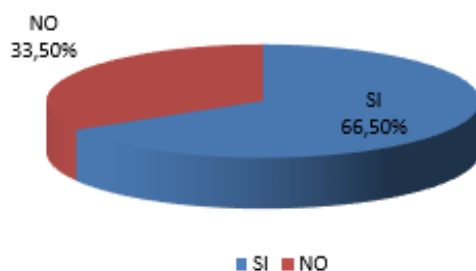


Ilustración 9 Las cámaras brindan seguridad

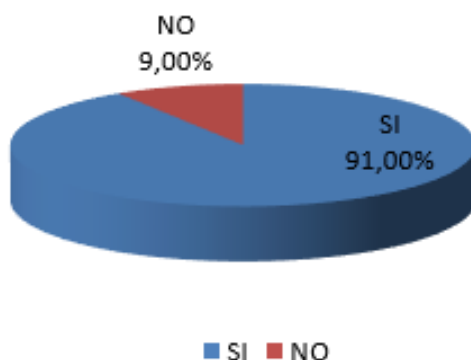


Ilustración 10 El sistema es costoso

El factor económico juega un papel muy importante cuando a seguridad se trata. Así se puede ver en la siguiente gráfica, cuánto invertirían las personas en un sistema de cámaras de seguridad.

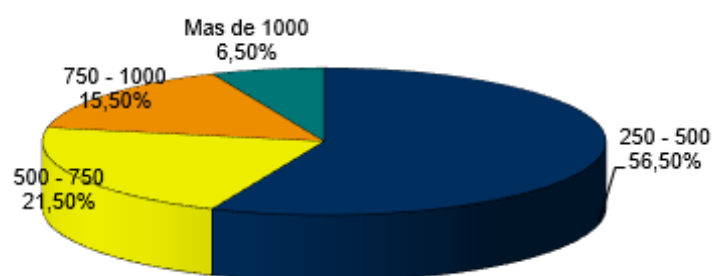


Ilustración 11 Cuanto invertiría una persona en Cámaras de seguridad

Por otro lado se puede ver que si la inversión es baja es porque también piensan en kits de cámaras básicas como son las de 4 puntos para su hogar o negocio.

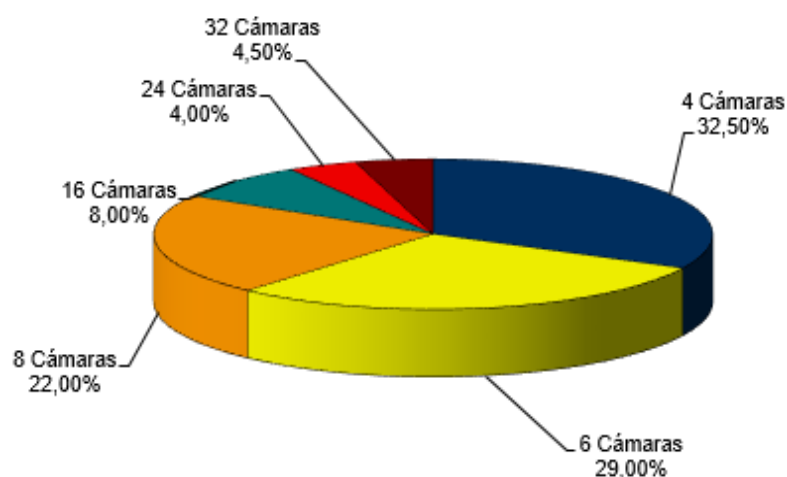


Ilustración 12 Kit de cámaras

Debido al movimiento de capital que se maneja en este cantón se puede apreciar que el uso de tarjeta de crédito es bajo y que la inversión la realizarían en un gran porcentaje en efectivo.

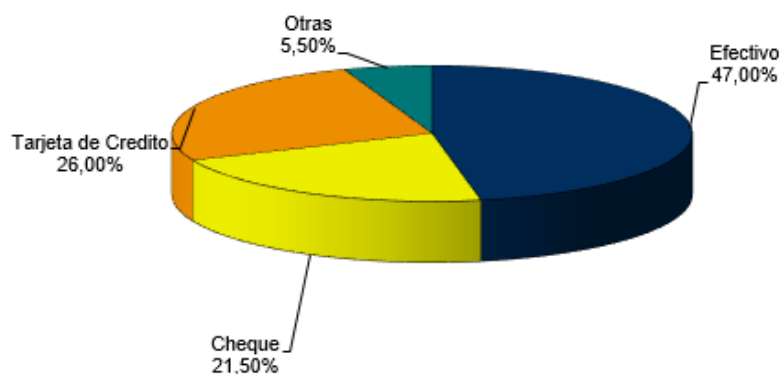


Ilustración 13 Formas de pago

Hoy en día las personas al adquirir un equipo de seguridad piensan mucho en la garantía que les brindaran ya que regularmente todo equipo electrónico necesita de mantenimiento preventivo para el correcto funcionamiento.

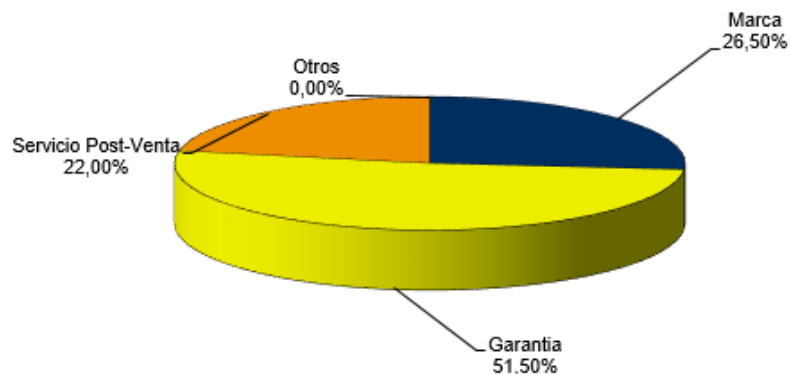


Ilustración 14 En que piensa al adquirir un equipo de seguridad

Lastimosamente para seguridad de las personas de este cantón, no se conoce este tipo de sistemas de seguridad, para buena suerte de SEGELEC es algo que juega a nuestro favor pudiendo ser la primera empresa en brindar esta solución de seguridad.

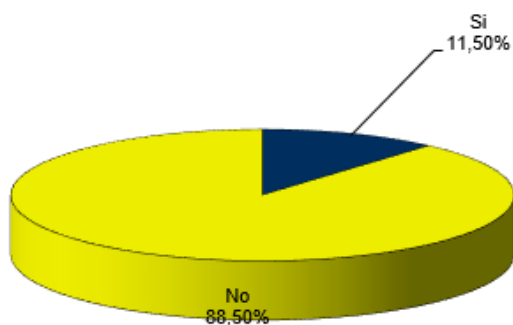


Ilustración 15 ¿Conoce alguna empresa que brinde este servicio?

Análisis cuantitativo, Proyección estimada de la demanda

Se realiza la proyección estimada de la demanda, de acuerdo a los siguientes parámetros.

Demanda total

En base al segmento estudiado, se considera una población total de 15.173 entre hogares y negocios en el cantón Otavalo. Este valor es la Población Económicamente Activa tomada en cuenta de la siguiente manera:

Total viviendas y negocios: 30.966

PEA: 49%

Población a considerar: 15.173

Demanda potencial

De la población de 15.173, según las encuestas han aceptado el servicio el 89% de viviendas y negocios que es un total de 13.504 la cual es nuestra demanda potencial, en donde, un 33% optaría por un sistema de 4 cámaras, esto es 4.389, el 29% estaría dispuesto adquirir kit de 6 cámaras, esto quiere decir 3.916, el 22% que son 2.971 tomaría el kit de 8 cámaras, mientras que el 8% que son 1.080 iría por el kit de 16 cámaras, el 4% que son 540 tomaría en cuenta el kit de 24 cámaras y por último el 5% estaría dispuesto adquirir el kit de 32 cámaras, hay que tomar en cuenta que los KIT de 4 y 6 cámaras para este estudio los tomaremos como parte residencial y los otros KIT como son los de 8, 16, 24 y 32 serán tomados como parte corporativa.

Tabla 1 Demanda potencial en número de servicios

Población	Frecuencia	Población obtenida	Cámaras por Kit	Demanda Número de servicios
13.504	33%	4.389	4	17.555
13.504	29%	3.916	6	23.497
13.504	22%	2.971	8	23.767
13.504	8%	1.080	16	17.285
13.504	4%	540	24	12.964
13.504	5%	608	32	19.446
TOTAL	100%	13.504		114.514

Demanda insatisfecha

Según los datos obtenidos de las encuestas realizadas, se observa que en la ciudad de Otavalo aún no existen empresas que brinden este servicio, sin embargo las encuestas reflejan que en la ciudad de Ibarra existe la empresa ALTEC y varias otras en la ciudad de Quito las cuales atienden solo a un 11% de la demanda potencial.

Tabla 2 Demanda competencia en número de servicios

Empresas	Número de servicios
Altec (Empresa de seguridad en Ibarra)	821
Otras empresas de seguridad en Quito	664
Total	1.485

De esta manera se demuestra que la demanda insatisfecha constituye el 89% de la población restante, es decir: 12.019 viviendas al año.

De estos datos se calcula el número de servicios según el conocimiento de las personas sobre empresas de cámaras de seguridad obtenidos en el estudio. En la siguiente tabla se detalla la demanda insatisfecha con proyección a cinco años, de acuerdo al crecimiento del sector que corresponde al 2,2% anual.

Tabla 3 Demanda insatisfecha en número de servicios

Año	Demanda Insatisfecha	0,05 de la Demanda Insatisfecha
1	12.019	601
2	11.682	584
3	11.369	568
4	11.076	554
5	10.805	540

Calculo Estimado de Ventas

Según el resultado obtenido las proyecciones de ventas para los próximos 5 años correspondientes al consumo de paquetes de cámaras y servicio de mantenimientos son los detallados en la tabla 4, siendo este resultado satisfactorio el cual muestra que la empresa obtendrá altos márgenes de ganancia durante los próximos 5 años.

Tabla 4 Calculo Estimado de Ventas con costo de ventas

	Costo de venta	Precio de venta	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
4 CÁMARAS	\$ 346,08	\$449,90	\$87.731,00	\$85.482,00	\$83.232,00	\$80.983,00	\$79.183,00
6 CÁMARAS	\$ 452,48	\$588,22	\$102.351,00	\$99.410,00	\$97.057,00	\$94.704,00	\$92.351,00
8 CÁMARAS	\$ 519,68	\$675,58	\$89.177,00	\$87.150,00	\$84.448,00	\$82.421,00	\$80.394,00
16 CÁMARAS	\$1.152,48	\$1.498,22	\$71.915,00	\$70.417,00	\$67.420,00	\$65.922,00	\$64.424,00
24 CÁMARAS	\$1.589,28	\$2.066,06	\$49.586,00	\$47.519,00	\$47.519,00	\$45.453,00	\$45.453,00
32 CÁMARAS	\$2.304,96	\$2.996,45	\$80.904,00	\$77.908,00	\$77.908,00	\$74.911,00	\$71.915,00
			\$481.664,00	\$467.886,00	\$457.584,00	\$444.394,00	\$433.720,00

Resumen

En este capítulo se hizo la investigación de mercados con el objetivo de mostrar cuál sería la aceptación del negocio en el público objetivo, encontrar los servicios y los factores diferenciadores para dar al servicio ese valor agregado que buscan las personas para sus empresas u hogares, por último, se realizó una proyección de ventas, en base a los datos arrojados por la investigación.

Capítulo 3: Plan de Marketing y Ventas

Este capítulo se enfoca en estructurar un plan de marketing para la creación de una empresa de distribución, instalación y mantenimiento de cámaras de seguridad y poder detallar las estrategias que se realizaran para ingresar al mercado objetivo.

Establecimiento de Objetivos

1. Identificar las estrategias a utilizar para lograr el posicionamiento de la empresa de cámaras de seguridad.
2. Definir la localización más adecuada de la empresa de cámaras de seguridad.
3. Conocer las preferencias de los clientes en cuanto al producto y servicio que ofrece la empresa de cámaras de seguridad.
4. Identificar el grado de aceptación de las empresas en cuanto a los servicios de instalación y mantenimiento de cámaras de seguridad.

Criterios del Marketing

Marketing Mix

Producto.

Nombre comercial: SEGELEC

Slogan: Seguridad en tus manos

Misión: Ofrecer productos y servicios tecnológicos para la seguridad de los clientes, satisfaciendo las necesidades y problemáticas que demandan, con un personal altamente calificado, proporcionando de manera honesta una solución a problemas de vigilancia.

Visión: Posicionarnos como una empresa líder en el área de seguridad electrónica, gracias a los estándares de calidad de nuestros productos y servicios, abasteciendo a los mercados más exigentes que no han podido ser atendidos.

Logo:



SEGELEC, estará conformado por profesionales en el área de la seguridad electrónica, contará con un espacio elegante y confortable, acorde a las exigencias y necesidades de nuestros clientes.

La empresa SEGELEC estará comercializando dos líneas dentro de los cuales consta, la instalación y el mantenimiento de las cámaras de seguridad.

Los modelos de los paquetes de cámaras son los siguientes:

HD720 - 1080P Turbo HD Cámara Bullet.

HD720 - 1080P Turbo HD Cámara Domo.

Precio

El precio es el valor en dinero en que se estima el costo, ya sea un producto, bien o servicio.

La Estrategia de Precios a utilizar estará Orientada a la Competencia y al dar a conocer este sistema de seguridad, al momento de hacer el estudio de mercado supimos que no se cuenta con un sistema de cámaras porque son muy costosas o por la falta de

publicidad de las mismas. Es difícil entrar al mercado con el poco conocimiento y los precios elevados, esto principalmente si necesitamos obtener clientela y lograr mantener fidelidad, teniendo en cuenta que esta es una empresa nueva la cual quiere darse a conocer con sus productos y servicios de calidad.

Plaza

SEGELEC, abrirá sus puertas en el sector centro del Cantón Otavalo en el sector de “IMBAYA” en las calles Pedro Hernández de la Reina y Juan Alfonso de Carvajal. El local estará ubicado en la planta baja de una casa. El establecimiento contará con todas las comodidades que demandan los clientes, tanto en infraestructura como en productos y su horario de atención será 8am a 5pm, horarios que será cubierto con el fin de que ningún cliente se quede a la espera de atención.

Promoción

La estrategia de promoción y publicidad que será utilizada va dirigida al consumidor final, tomando en cuenta y seleccionando medios adecuados y que estén de acuerdo al servicio que vanos a entregar.

Empezaremos realizando publicidad por redes sociales debido a la influencia y alcance que las mismas tienen, se realizará el diseño de las páginas en las redes de mayor afluencia como es Facebook, Twiter e Instagram, en las mismas se pondrá anuncios dos veces al día. Continuaremos con la elaboración de catálogos digitales e impresos para una publicidad personal y así obtener también unas buenas relaciones públicas, en donde será más fácil encargarse de la negociación y cierre de negocios con los futuros clientes.

Adicional a lo antes expuesto, se realizará marketing digital aprovechando las herramientas que la web 2.0 posibilita, además, a través de un mercadeo material como

catálogos, folletos, trípticos, los cuales brindaran información a las personas que aún no tienen un aparato tecnológico.

Estrategia de diferenciación

Estrategia de venta

1. Crear una página web, donde el cliente pueda ver servicios, precios, horarios, ubicación, paquetes promocionales y tips de seguridad.
2. Tener múltiples canales de venta, como personal, página web, Facebook, Instagram, Twitter y WhatsApp
3. Entrega de catálogos o publicidad con el logo nombre de la empresa a clientes y en áreas de influencia.
4. Incentivo con una tarjeta de cliente frecuente en donde se pueda acumular puntos para ganar productos o servicios.
5. Envío por Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, varios consejos de seguridad que sean prácticos para nuestros clientes, y así mantener su atención y pertenencia hacia la empresa.
6. La empresa capacitará a su personal 2 veces al año para obtener un Manejo Efectivo de la Relación con los Clientes y así obtener mayor margen de ventas.

Estrategia de precio

1. Se iniciará con un precio de introducción, el mismo que a pesar de ser accesible contará con servicios y productos de alta calidad.
2. Disminución de precios por compra de paquetes o Kits de seguridad.
3. Precios especiales para personas o empresas que se alíen con nosotros, 8% de descuento en servicios y 10% en productos con pago en efectivo.

4. Promociones estacionales por el día de la madre, día del padre, el Yamor, navidad, etc. Cupones en distintas páginas web como Compra Ya o redes sociales.

Estrategia de distribución

1. SEGELEC ofrecerá sus servicios principalmente desde el local destinado para este fin y a su vez desde sus distintas redes como la página web o redes sociales.
2. Se harán alianzas estratégicas para realizar importaciones directas para obtener precios más bajos.
3. El servicio a domicilio será un hecho, previa coordinación y a cualquier hora del día.
4. Se comercializará productos y servicios complementarios, tanto tangibles (material) como intangibles (software).

Estrategia promocional

Esta estrategia es decisiva para SEGELEC, porque el objetivo es dar a conocer la marca, servicios y filosofía empresarial para de esta manera atraer a los potenciales clientes y afianzarlos.

1. La promoción de la apertura del local se hará por medio de papelería como, flyers y trípticos, adicional a esto utilizaremos las diferentes redes sociales, se organizará un evento en el cual se dará a conocer los productos y servicios, promociones, kits y demás.
2. Se entregarán invitaciones personalizadas a medianas y grandes empresas que aún no cuenten con este servicio que brindará SEGELEC.
3. El día de la apertura, SEGELEC realizará un sorteo entre los asistentes el cual comprenderá entre productos, kits y mantenimientos sin costo.

4. Se entregará publicidad impresa la cual llevara el logotipo de SEGELEC

Adicional se realizará alianzas con empresas, quienes, por contratar los servicios de SEGELEC, podrán recibir, promociones exclusivas, capacitaciones constantes sobre la seguridad y mantenimientos de sus productos sin costo.

Plan de medios

Medio de acción	Descripción	Frecuencia anual	Costo Unitario	Costo Total
Internet	Creación página web	1	\$800,00	\$800,00
Internet	Actualización página web	12	\$70,00	\$840,00
Facebook	Fan Page	12	\$25,00	\$300,00
On Line	Cupones CompraYa	Estacional	\$140,00	\$140,00
Impreso	Flyers, dípticos, trípticos, bolígrafos, invitaciones a representantes de empresas	12	\$150,00	\$1.800,00
Tradicional	Radio, TV local, Perifoneo	12	\$350,00	\$4.200,00
Punto de Venta	Coctel de inauguración y eventos	2	\$2.800,00	\$5.600,00
				\$13.680,00

Resumen

Este capítulo muestra un análisis Marketing Mix (4p's). Se realiza la presentación el producto SEGELEC con su slogan y su logo. Se da a conocer precios de los productos y servicios, adicional se muestra las características del local donde se ubicara la empresa y se planteó en el plan de marketing las estrategias de ventas, precio, distribución y promoción, en ésta última sobresale la inauguración de la empresa, con

un evento que se ofrecerá a las diferentes personas y empresas. Para finalizar se realiza una tabla en donde se presenta los costos de la implementación de estas estrategias.

Capítulo 4: Estudio Técnico y Modelo de Gestión Organizacional

El estudio técnico y modelo de gestión organizacional va enfocado a detallar el tamaño del proyecto, es decir a la capacidad de producción que tiene su infraestructura, su organización administrativa y logística, definición de los procesos de compra de insumos, materiales y aparatos, manejo con los proveedores y atención al cliente, el objetivo de la propuesta teórica de modelo de gestión, es el de presentar diferentes factores derivados de una serie de dimensiones como son desarrollo humano, condiciones laborales, y productividad, en este sentido, se tendrían las cualidades personales y de la calidad de vida del individuo, asociados a la dimensión desarrollo humano; el diseño organizacional, con sus diferentes componentes en cuanto a estructura, formas organizativas, definición de estrategias, procesos, comunicación, y escenarios de talento humano, en asociación con la dimensión de condiciones laborales; y, finalmente, los factores de producción, como son tierra, trabajo, capital, tecnología e información, como aspectos asociados a la dimensión productividad, todo lo anterior, en la búsqueda de un desarrollo competitivo para las organizaciones. (Yeisson TamayoSalamanca, 2014)

Participantes del Proyecto

SEGELEC: es el principal actor de este proceso ya que es quien provee de los servicios, controlando, administrando, planeando y dirigiendo el abastecimiento y prestación de los servicios.

Cliente: otro actor principal del proceso, por ser quien contrata los servicios, los recibe, los aprovecha y al final paga un valor por ello.

Organismos de seguridad: se ven involucradas en este proceso cuando en el lugar existen alarmas o algún producto que manejan ellos o su vez existen situaciones que necesitan de su presencia.

Proveedores: ya sea de insumos o tecnología, también tienen un alto grado de participación porque son los encargados de proveer de la materia prima necesaria para poder llevar a cabo el proceso de forma eficiente.

Empresas aliadas: al tener alianzas con diferentes empresas, se las involucra también en el proceso.

Localización

SEGELEC, estará ubicado en el centro norte de la ciudad de Otavalo, en el sector Imbaya, Av. Pedro Hernández de la Reina y Juan Alfonso de Carvajal. El lugar fue escogido por su cercanía a varias empresas tanto públicas como privadas, y a su vez porque existe una expansión de locales comerciales, es un sector tranquilo y con buena afluencia de personas.



Ilustración 16 Mapa de ubicación del local SEGELEC (2019). Tomado de www.google.com/maps

Matriz de localización

1. Acceso: El acceso es factible ya que estará ubicado en un punto estratégico de la ciudad.

2. Ubicación del local: El local cuenta con todos los servicios necesarios para la distribución y comercialización de los productos y servicios (Agua, luz, teléfono, internet, parqueadero).

3. Comunicación: La comunicación será a través de publicidad impresa, página web y redes sociales ya que es un medio poco costoso y que puede ser leído y visto por nuestro mercado objetivo.

4. Mano de obra: La mano de obra es calificada ya que este es uno de los medios para el éxito de la empresa.

5. Disponibilidad de proveedores: En el lugar no existe proveedores pero a pocas horas tenemos varios proveedores que nos podrán distribuir de materiales que necesite nuestra empresa.

Concepción Arquitectónica del Negocio

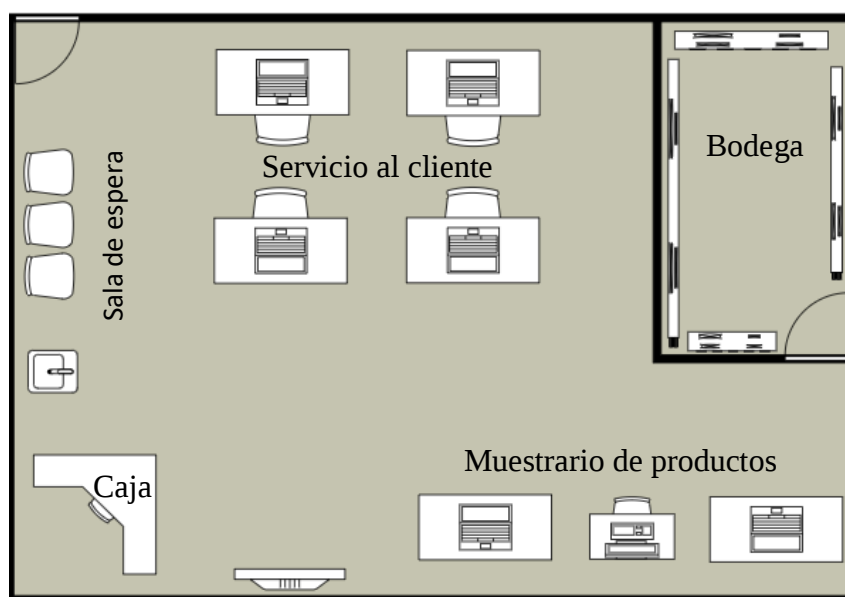


Ilustración 17 Distribución del local SEGELEC (2019)

Distribución del local SEGELEC (2019).

El local en el que funcionará SEGELEC, tiene una dimensión de 60m², cuenta con parqueaderos fuera y frente al local, contará con una estación de recepción, una sala de espera, una estación de cafetería, tres estaciones que brindarán asesoramiento a

los clientes, cuatro estaciones donde se podrá realizar demostraciones de los productos y a su vez exhibición de los mismos, una bodega con los productos, y contará con un televisor de 32” y música ambiental. El local es parte de una casa, la cual será arrendada en \$170 mensuales.

Tecnología del Negocio

Se utilizará equipo electrónico de la mejor calidad, ya que se mantiene buena relación con empresas de computación tendremos equipos y su servicio acorde a lo necesario para SEGELEC, adicional a esto se mantendrán las mismas cámaras que se ofertarán para seguridad de nuestros clientes y las mismas demostraciones.

Bienes de Larga Duración

Son de larga duración aquellos bienes muebles e inmuebles que “cumplan con los siguientes requisitos: bienes de propiedad privativa institucional, destinados a actividades administrativas y/o productivas, generen beneficios económicos futuros, vida útil estimada mayor a un año y que el costo de adquisición igual o mayor a \$100.00” (Quiroz, 2015)

Bienes de Larga Duración y Control Administrativo

Maquinaria y Equipos

Item	Cant.	Precio U.	Precio T.
Kit de cámaras de seguridad	2	\$ 480,00	\$ 960,00
Total Maquinaria y Equipos			\$ 960,00

Muebles y Enseres

Counter recepción	1	\$ 280,00	\$ 280,00
Sala de espera (3 puestos)	3	\$ 260,00	\$ 780,00
Archivador	8	\$ 115,00	\$ 920,00
Estaciones de asesores	8	\$ 160,00	\$ 1.280,00
Estaciones de prueba y exhibición de productos	5	\$ 40,00	\$ 200,00
Repisas para bodega	8	\$ 90,00	\$ 720,00
Total Muebles y Enseres			\$ 4.180,00

Equipos de Computación

Computadoras de escritorio (Core I5)	15	\$ 806,40	\$12.096,00
Monitores para las estaciones de prueba y exhibición	5	\$ 185,00	\$ 925,00
Impresora multifunción de escritorio	5	\$ 350,00	\$ 1.750,00
Impresora multifunción de oficina	2	\$ 960,00	\$ 1.920,00
Total Equipos de Computación			\$16.691,00

Equipos de Comunicación y movilización

Plan celular con equipo de gama media	30	\$ 380,00	\$11.400,00
Furgoneta para instalaciones y visitas	2	\$17.500,00	\$35.000,00
Motos para equipo técnico	2	\$ 2.300,00	\$ 4.600,00
Total Equipos de Comunicación y movilización			\$51.000,00
Total			\$72.831,00

Diseño del Proceso Productivo

Servicio al cliente

El servicio al cliente comienza tanto frente a la computadora como en la recepción, aquí aplicaremos un tiempo de respuesta no más allá de 5 minutos por cualquiera de nuestras líneas de contacto ya sea esto por la página web o redes sociales.

En caso de contacto telefónico (convencional), la respuesta será inmediata. Se realizará un saludo formal “Gracias por contactarse con SEGELEC, seguridad en tus manos”, inmediatamente se pedirá al cliente el servicio al que desea acceder y se proporcionará la información necesaria, si de ser necesario se procede a tomar una cita de acuerdo a la hora y el día que el cliente lo requiera, para finalizar se toma los datos de contacto (Nombre y apellido, teléfono y correo electrónico) y se procede al cierre de la llamada.

Ejecución del servicio solicitado

Cuando el cliente entre al establecimiento, tanto la persona de recepción como el resto de empleados deberán saludar empáticamente y con una cálida sonrisa, la persona de recepción le saluda diciendo “Bienvenido a SEGELEC seguridad en tus manos”, pregunta su nombre y si tiene cita o no, desde ese instante se debe tratar al cliente respetuosamente, dependiendo de la respuesta si tiene cita o si desea información se le direcciona al lugar ya sea del asesor que le espera o si desea información del asesor que se encuentre libre en ese momento, se ofrece al cliente algo de la cafetería mientras espera la atención del asesor. Se procede a informar según requiera el cliente con los estándares de calidad establecidos y con una actitud amable y positiva de parte del asesor. Una vez terminado el proceso de información, se invita al cliente a pasar a la mesa de demostración y exhibición de productos, para que los revise

y decida que producto o servicio es en el que lo podemos ayudar, para finalizar lo acompañamos a la caja para que realice el pago de lo adquirido.

Servicio posventa

Una vez realizado el cobro, se le solicita al cliente sus datos principales que no fueron tomados al momento de realizar la cita, por ejemplo, fecha de cumpleaños, pasatiempos, intereses, que medio prefiere que utilicemos para contactarlo, alguna observación y/o sugerencia sobre SEGELEC, se le recomienda el tiempo para la visita técnica y de ser posible se agenda en ese momento la misma. Quince días después se procede a realizar el contacto por el medio que el cliente ha decidido para saber cómo ha resultado el producto o servicio que adquirió en nuestro local y se le recuerda que agendamos una cita para su visita técnica.

Diseño Organizacional. Estructura organizacional y funcional

Nombre o razón social

El nombre de la empresa, como se lo mencionó anteriormente es SEGELEC. Será creada como persona natural, bajo la actividad económica de “VENTA AL POR MAYOR DE EQUIPO DE SEGURIDAD, INCLUSO PARTES Y PIEZAS Y MATERIALES CONEXOS.” (SRI, 2020)

Organigrama

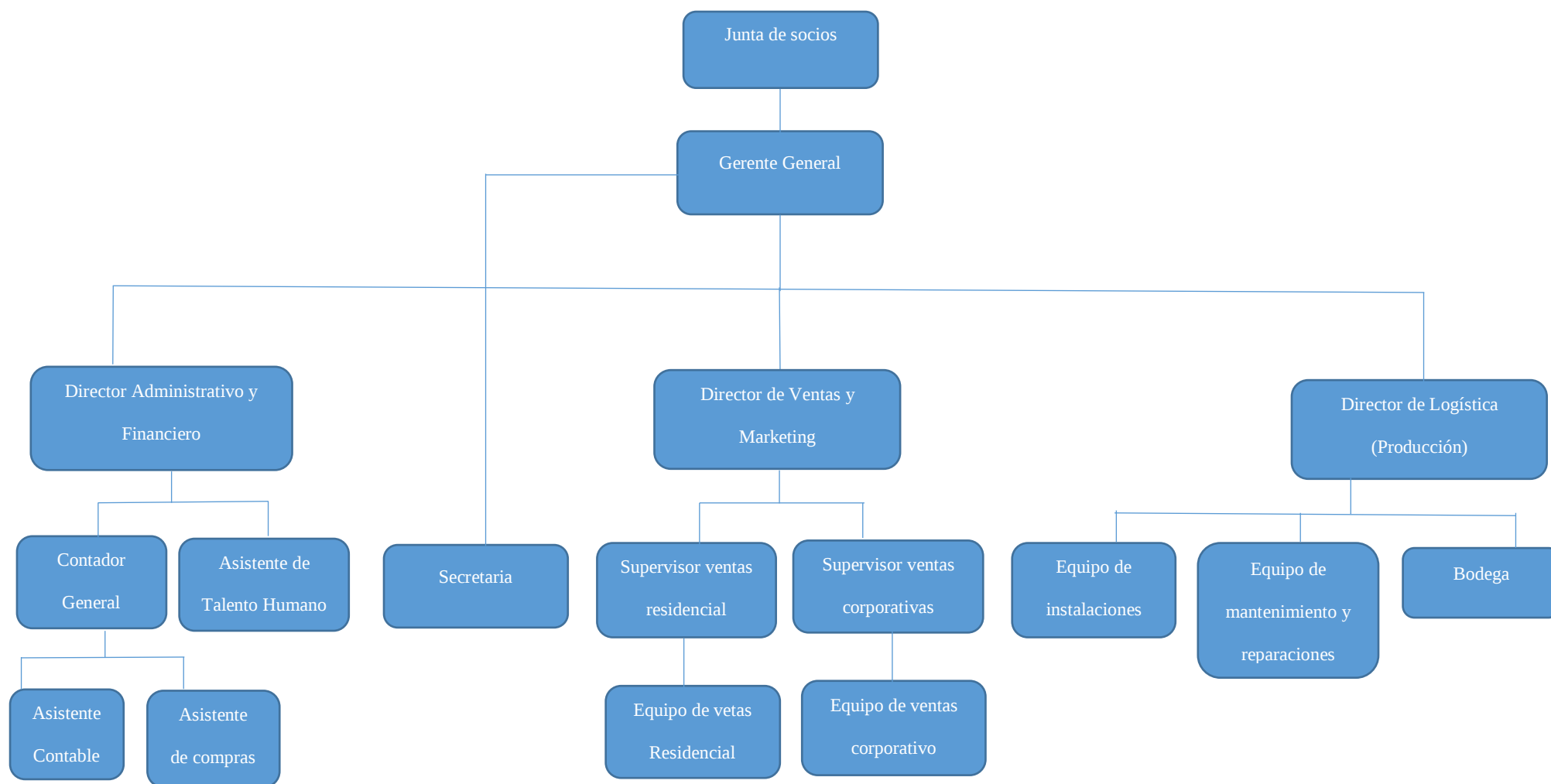


Ilustración 18 Organigrama SEGELEC (2019).

Descripción funcional

GERENTE GENERAL	
Jefe directo:	Junta Directiva
Supervisión a ejercer:	Todos las Gerencias
Formación académica:	Maestría en Administración de Empresas
Años de experiencia:	15-20 años
Idiomas:	Inglés: Avanzado
Objetivos del puesto:	Coordinar y supervisar el buen funcionamiento de la empresa. Asistiendo en el desarrollo de objetivos de mejora a corto y largo plazo.
Conocimientos o competencias obligatorias:	Indispensable el don de liderazgo y mando. Debe conocer ampliamente la industria y sus derivados. Manejar avanzadamente las herramientas tecnológicas (hoja de cálculo, hoja de trabajo, internet, correo electrónico, etc.). Debe ser enfocado, ordenado y organizado, altamente analítico y con capacidad de coordinar el trabajo de las diferentes gerencias.
Habilidades deseables:	Deseable conocimiento amplio en producción, mercadeo y ventas; y finanzas.
Funciones principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto):	1) Organizar diariamente la comunicación con su grupo gerencial. 2) Asesorar a cada una de las Gerencias en la toma de sus decisiones. 3) Aprobar y revisar los planes de trabajo de cada uno de las Gerencias. 4) Preparar y presentar los reportes de cumplimiento de producción y financiero para la Junta Directiva. 5) Ejecutar y transmitir los acuerdos emitidos por la Junta Directiva. 6) Realizar reuniones semanales con todas las gerencias. 7) Realizar reuniones constantes con los asesores legales de la empresa. 8) Preparar la documentación solicitada por la Junta Directiva para la asamblea de socios. 9) Asistir a congresos relevantes a la industria y extender la cadena de contactos. 10) Desarrollar programas de calidad empresarial. 11) Velar por la maximización de las utilidades de la empresa. 12) Mantener contacto directo con las entidades financieras. 13) Analizar los reportes de cada una de las gerencias. 14) Aprobar y controlar los presupuestos anuales de la empresa. 15) Mantener relaciones constantes con los clientes más representativos para la empresa. 16) Participar en las negociaciones comerciales con

	clientes y proveedores. 17) Desarrollar planes de inversión de crecimiento.
Funciones adicionales del puesto:	Asistir a las reuniones de Junta Directiva

DIRECTOR ADMINISTRATIVO / FINANCIERO	
Jefe directo:	Gerente General
Supervisión a ejercer:	Contador General, Asistente de Talento Humano
Formación académica:	Administración de Empresas y Finanzas
Años de experiencia:	5-7 años
Idiomas:	Inglés: Avanzado
Objetivos del puesto:	Dirigir el departamento de Recursos Humanos de la compañía. Crear políticas para mejorar los aspectos del personal; enfocando la eficacia, satisfacción del personal y rentabilidad de la empresa. Maximizar la rentabilidad de la empresa y el buen uso de los recursos financieros sin utilizar.
Conocimientos o competencias obligatorias:	Indispensable conocer las normas internacionales de contabilidad y de los diferentes instrumentos financieros. Debe ser analítico, enfocado a números y resultados. Debe ser agresivo-conservador, con capacidad para proyectar inversiones y mediciones de riesgo. Conocer todas las funciones de Recursos Humanos. Debe ser una líder innato, carismático y con actitud de servicio. Debe ser amplio conocedor de la Legislación Laboral del país. Es fundamental que maneje las herramientas tecnológicas, hojas de cálculo, hojas de trabajo y de presentación. Debe ser una persona ordenada, orientada a resultados y con convicciones fuertes. Es indispensable que sepa manejar cargas altas de trabajo y esté acostumbrado a trabajar bajo presión.
Habilidades deseables:	Deseable título de contador público autorizado, y con experiencia en bolsa. Que maneje varios programas de Recursos Humanos. Además, que tenga conocimientos de Psicología Laboral.

Funciones principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto):	1) Colocar diariamente los recursos financieros de la empresa. 2) Crear programas de inversión de los recursos disponibles para la empresa. 3) Buscar fuentes de inversión y crear el plan de retorno y de factibilidad de las inversiones. 4) Presentar la debida documentación para las búsquedas de financiamiento. 5) Controlar los pagos de inversión. 6) Revisar y aprobar las inversiones a los diferentes departamentos de la empresa. 7) Elaborar y controla el presupuesto anual de la compañía. 8) Revisar los estados financieros y realizar las debidas recomendaciones. 9) Control del flujo de caja y efectivo de la empresa. 10) Elaborar los reportes financieros mensuales para la presentación a Gerencia General. 11) Crear e implementar políticas que mejoren y promuevan el mejoramiento constante del clima laboral de la empresa. 12) Crear las métricas de valoración de la eficacia de todo el Departamento de Recursos Humanos. 13) Desarrollar los programas de implementación de cultura y sentido de pertenencia de la empresa. 14) Crear los lineamientos de Desarrollo de Talento del Personal de la Empresa. 15) Liderar los estudios salariales del mercado y de la industria en donde se encuentra la empresa. 16) Realizar los reclutamientos, capacitaciones y entrenamiento del equipo Gerencial de la Empresa. 17) Identificar las cargas de trabajo y el “head count” de la empresa, para determinar las estrategias a seguir para cubrir los picos altos de trabajo. 18) Revisar anualmente el paquete de compensación y beneficios de la compañía. 19) Crear las políticas internas y el reglamento interno de la compañía en conjunto con la Gerencia General. 20) Preparar y manejar el presupuesto anual del departamento. 21) Supervisar las evaluaciones de desempeño y crear los reportes de estas evaluaciones para la Gerencia General. 22) Velar por los programas y actividades de bien social que realice la compañía.
Funciones adicionales del puesto:	Asistir a reuniones gerenciales y presentaciones de resultados a la Junta Directiva.

ASISTENTE DE TALENTO HUMANO	
Jefe Directo:	Director Administrativo / Financiero
Supervisión a Ejercer:	No cuenta con personal a cargo
Formación Académica:	Psicología industrial o comunicador organizacional
Años de Experiencia:	2-4 años
Idiomas:	Inglés: Básico
Objetivo del Puesto:	Ejecutar actividades de apoyo en el desarrollo del sistema integrado en la Gestión del Talento Humano a través de la colaboración eficiente en los subsistemas que lo integran.
Conocimientos o Competencias obligatorias:	Conocimiento indispensable en el área de manejo de personal, operación de los subsistemas de Recursos Humanos, elaboración de informes técnicos de Recursos Humanos, planificación del Recurso Humano, novedades de Nómina, planificación de Vacaciones, actualización de file de personal.
Habilidades deseables:	Deseable conocimiento de la legislación laboral y conocimiento de técnicas de clima organizacional y de entrenamiento, identificación de necesidades de capacitación.
Funciones Principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto):	1) Asistir en desarrollo de los procesos de Selección de Personal, Evaluación de Desempeño, Capacitación, Inducción y Desarrollo, Clasificación y Valoración de Cargos, Administración de Sueldos, Programas de Incentivos y Beneficios. 2) Asistir en la elaboración de los informes de evaluación del período de prueba, sumarios administrativos; informes técnicos de movimientos administrativos, licencias remuneradas al exterior y demás dictámenes de Recursos Humanos. 3) Actualizar información relacionada con los reglamentos, normas y procedimientos en la Gestión del Talento Humano. 4) Colaborar en el diagnóstico de las necesidades de personal de las distintas áreas organizacionales para la planificación del recurso humano. 5) Recopilar las novedades de nómina horas extras, control de asistencia, permisos, contrataciones y desvinculaciones de personal a fin de entregar emitir un reporte actualizado para el pago de nómina. 6) Asistir en la elaboración del programa anual de vacaciones del personal de la institución, con el objeto de que las áreas planifiquen los períodos de descanso obligatorios. 7) Recopilar información de los servidores de la Institución a fin de actualizar y alimentar el sistema de información de recursos humanos, a fin de mantener un registro de datos seguro, ágil y oportuno.

Funciones adicionales del puesto:	Cubrir los diferentes puestos ante una posible ausencia. Asistir a reuniones gerenciales en caso de que se le participe.
--	--

CONTADOR GENERAL	
Jefe directo	Director Administrativo / Financiero
Supervisión a ejercer	Auxiliar contable / Asistente de compras
Formación académica	Licenciatura en Contabilidad
Años de experiencia	2-4 años
Idiomas:	Inglés: Intermedio
Objetivos del puesto	Supervisar y Realizar la contabilidad de los proyectos asignados. Elaborar todas las herramientas contables para la toma de decisiones de la empresa.
Conocimientos o competencias obligatorias:	Debe ser una persona preparada en la contabilidad, y analítica. Debe ser una persona muy ordenada y organizada en su tiempo. Debe de saber llevar las relaciones interpersonales que le permita mantener un buen flujo de información. Debe de conocer los programas contables actuales y las normativas contables internacionales.
Habilidades deseables:	Deseable que cuente con conocimientos financieros, de nóminas y tributarios.
Funciones principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto):	1) Realizar las revisiones mensuales de la información contable. 2) Revisar los costos y avalúos de los activos de la empresa y controlar las depreciaciones de los activos. 3) Firmar los estados financieros mensuales previamente revisados y corregidos. 4) Realizar la revisión y corrección de los estados financieros emitidos durante el mes. 5) Velar por que la contabilidad de la empresa se mantenga al día. 6) Emitir los reportes tributarios y realizar las presentaciones de dichos pagos tributarios. 7) Revisar que la contabilidad se mantenga sobre los lineamientos financieros mundiales. 8) Realizar las revaloraciones de los activos cuando la empresa así lo requiera. 9) Revisar que se mantenga el orden de los respaldos contables que le dan sustento a la contabilidad mensual. 10) Revisar el catálogo de cuentas y modificarlo cuando sea necesario.
Funciones adicionales del puesto	Asistir a capacitaciones en contabilidad y a capacitaciones

	realizadas por la empresa. Entrenar al personal nuevo del área de contabilidad.
--	---

ASISTENTE CONTABLE	
Jefe directo	Contador General
Supervisión a ejercer	No cuenta con personal a su cargo
Formación académica	Bachiller en Contabilidad o Administración de Empresas.
Años de experiencia	2-4 años
Idiomas:	Inglés: Intermedio. (Deseable)
Objetivos del puesto	Realizar la parte mecánica de la contabilidad para la realización de los estados financieros de la compañía.
Conocimientos o competencias obligatorias:	Indispensable que cuente con el conocimiento de todo el ciclo contable. Debe ser una persona sumamente ordenada y apegada a los procedimientos, con amplio análisis numérico. Debe conocer el giro del negocio para entender los asientos contables de la Compañía, y los movimientos de los gastos, compras e ingresos. Debe manejar muy bien los programas de contabilidad y manejar muy bien las hojas de cálculo.
Habilidades deseables:	Deseable conocimiento en las normas internacionales de contabilidad y estar actualizado con las normativas de contabilidad.
Funciones principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto):	1) Ordenar la documentación para realizar la contabilidad. 2) Revisar y solicitar la documentación de respaldo necesaria para la contabilidad a los otros departamentos. 3) Realizar la digitación de las facturas al sistema contable dentro de los asientos correspondientes. 4) Revisar la digitación de las facturas a los asientos contables, para chequear por errores antes de imprimir los reportes. 5) Imprimir los reportes de la contabilidad para la revisión del contador. 6) Realizar las conciliaciones de las cuentas bancarias de la compañía, de manera que todos los egresos e ingresos estén documentados dentro de la contabilidad. 7) Elaborar los reportes tributarios de acuerdo con los estados financieros emitidos por el contador al finalizar el año fiscal. 8) Supervisar que los inventarios se lleven a cabo de la manera correcta, para que la información sea veraz. 9) Revisar con Tesorería y Planillas para los pagos de los impuestos mensuales por concepto de salarios o impuestos gubernamentales mensuales o trimestrales. 10) Imprimir los estados financieros al finalizar el mes, para que el contador pueda revisarlos y pasar la

	información a los gerentes de la compañía.
Funciones adicionales del puesto	Esporádicamente deberá realizar inventarios físicos en las sucursales. Funcionalmente, dará soporte al departamento de cobros o de tesorería en caso de ser necesario.

ASISTENTE DE COMPRAS	
Jefe directo	Contador General
Supervisión a ejercer	No cuenta con personal a su cargo
Formación académica	Bachiller
Años de experiencia	1-2 años
Idiomas:	N/A
Objetivos del puesto	Organizar, coordinar y controlar la adquisición y entrega de mercancías, suministros, documentos, bienes y demás elementos necesarios para el desarrollo normal de las actividades.
Conocimientos o competencias obligatorias:	Indispensable experiencia en el manejo de programas de inventario. Debe ser una persona altamente ordenada y organizada. Además, debe ser proactivo y conocer los procedimientos de seguridad de compras.
Habilidades deseables:	Deseable un técnico en compras.
Funciones principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto):	1) Elaborar y mantener actualizado el registro de proveedores de la empresa. 2) Coordinar las nuevas entradas de materia prima. 3) Revisar, contra orden, el ingreso físico de la materia prima a las bodegas de la empresa. 4) Digital al sistema cada nuevo ingreso. 5) Corroborar que la materia prima tenga rotación y velar porque no se quede material rezagado, para evitar pérdidas por caducidad, 6) Coordinar los nuevos pedidos y el cronograma de entrada de material para inventario. 7) Elaborar los reportes semanales y/o mensuales de los ingresos y salidas de producto. 8) Elaborar búsqueda de nuevos proveedores.
Funciones adicionales del puesto	Asistir a las reuniones y capacitaciones del trabajo. Atender las directrices adicionales que le asigne el jefe directo.

DIRECTOR DE VENTAS Y MARKETING	
Jefe directo	Gerente General
Supervisión a ejercer	Todo el personal del Departamento de Mercadeo / Encargados y Supervisores

Formación académica	Administración con énfasis en Mercadeo
Años de experiencia	10-15 años
Idiomas:	Inglés: Avanzado
Objetivos del puesto	Lograr el óptimo posicionamiento de la empresa dentro del mercado de una forma efectiva, duradera y rentable. Maximizar la rentabilidad de la empresa por medio del incremento de las ventas, incrementando el volumen colocando el producto al mejor precio posible.
Conocimientos o competencias obligatorias:	Indispensable conocimientos en investigación de mercados y elaboraciones de planes de mercadeo. Debe conocer métodos de preciar productos y de proyección de ventas y/o producción. Debe ser una persona altamente creativa y con amplia experiencia en campañas publicitarias. Indispensable experiencia en diferentes técnicas de venta. Debe tener facilidad de palabra y vocación para las ventas. Debe ser enfocado a resultados con amplio conocimiento en negociaciones y cierres de ventas. Debe ser proactivo, dinámico, con amplia red de contactos y muy creativo. Debe tener experiencia en el manejo de vendedores.
Habilidades deseables:	Deseable Maestría en Mercadeo, con experiencia en diferentes industrias / conocimiento en mercadeo y contabilidad.

Funciones principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto):	1) Elaborar y desarrollar los planes de mercadeo para cada uno de los canales establecidos. 2) Supervisar y corroborar con su fuerza de ventas que los objetivos de ventas asignados se cumplan. 3) Estudiar e investigar los estudios de mercado para la industria de la empresa. 4) Proyectar la rentabilidad de los productos de acuerdo con los estudios realizados. 5) Coordinar y realizar los eventos promocionales de la marca y velar por el éxito de cada evento. 6) Planificar con las agencias publicitarias las campañas y pautas establecidas. 7) Realizar y liderar las negociaciones con los clientes claves para impulsar el posicionamiento y venta de los productos de la marca. 8) Elaborar y manejar el presupuesto anual de trabajo. 9) Elaborar los reportes de efectividad de los eventos promocionales. 10) Elaborar los reportes de resultados mensuales de venta y labores realizadas. 11) Elaborar planes promocionales de imagen de la empresa. 12) Elaborar el esquema de ventas, basándose en el plan anual/semestral de mercadeo. 13) Capacitar y motivar constantemente a su fuerza de ventas. 14) Difundir los resultados de venta semanal o mensual a cada uno de los supervisores. 15) Realizar reuniones sorpresa y/o semanales con la fuerza de ventas. 16) Coordinar y realizar las visitas a los Clientes Premium o Corporativos. 17) Apoyar a su fuerza de ventas en visitas previamente planificadas. 18) Controlar el presupuesto de ventas, en comparación a la venta real. 19) Atender y resolver cada una de las quejas expuestas por cada Cliente. 20) Realizar las verificaciones de las entrega de los productos vendidos en el tiempo indicado acorde a lo prometido al Cliente. 21) Brindar constante retroalimentación al departamento de mercadeo. 22) Controlar y aprobar las comisiones a la fuerza de ventas. 23) Verificar la factibilidad de venta de los nuevos productos y documentar dicha información. 24) Elaborar los reportes mensuales de resultados y de quejas atendidas.
--	--

Funciones adicionales del puesto	Participar en capacitaciones o talleres de entrenamiento. Asistir a reuniones gerenciales o presentaciones a junta directiva.
---	---

SUPERVISOR DE VENTAS	
Jefe directo:	Director de Ventas y Marketing
Supervisión a ejercer:	Ejecutivos de Ventas
Formación académica:	Mercadeo y Ventas
Años de experiencia:	3-5 años
Idiomas:	Inglés: Avanzado
Objetivos del puesto:	Supervisar que los planes de ventas se cumplan y recolectar información relevante para el cumplimiento de ese plan.
Conocimientos o competencias obligatorias:	Indispensable saber técnicas modernas de venta, tener experiencia en cierre de negociaciones y ventas masivas. Debe manejar muy bien las herramientas tecnológicas, al igual que todo lo referente a redes sociales. Debe tener experiencia en interpretación de estudios de mercado.
Habilidades deseables:	Debe ser una persona dinámica, carismática y con poder de convencimiento. Debe contar con facilidad de palabra y debe ser asertivo en sus interpretaciones.
Funciones principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto):	1) Supervisar que se cumplan los planes de ventas. 2) Evaluar los resultados semanales del equipo de vendedores. 3) Realizar esporádicamente las rutas con los agentes de venta. 4) Coordinar visitas de seguimiento con los clientes existentes. 5) Realizar los cuadros de rentabilidad de los productos y de los descuentos. 6) Capacitar a su personal de ventas constantemente. 7) Desarrollar las rutas de venta de sus vendedores. 8) Conseguir nuevos clientes. 9) Elaborar el histórico de las ventas por temporada y por mes. 10) Velar por la resolución de las quejas interpuestas. 11) Elaborar los reportes de funciones y de incidencias.
Funciones adicionales del puesto:	Organizar reuniones con su personal. Asistir a reuniones departamentales o gerenciales.

EQUIPO DE VENTAS	
Jefe directo:	Supervisor de Ventas
Supervisión a ejercer:	No cuenta con personal a su cargo
Formación académica:	Mercadeo y Ventas
Años de experiencia:	2-4 años
Idiomas:	Inglés: Intermedio
Objetivos del puesto:	Asistir las labores de venta de los equipos y maquinarias que vende la empresa determinando las ventajas de los productos.
Conocimientos o competencias obligatorias:	Indispensable conocimiento tecnológico de los equipos. Debe saber de la industria y potencial mercado. Manejar de forma avanzada las herramientas tecnológicas como lo son las hojas de cálculo, hoja de presentaciones, internet, correo electrónico, etc. Debe saber técnicas modernas de ventas.
Habilidades deseables:	Persona organizada, ordenada, proactiva, dinámica y especialmente orientada a resultados y metas.
Funciones principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto):	1) Realizar búsquedas de nuevos clientes. 2) Realizar visitas programadas a potenciales clientes. 3) Realizar las negociaciones con los nuevos clientes siguiendo los parámetros establecidos. 4) Desarrollar el soporte y la capacitación de los productos. 5) Dar el seguimiento post venta. 6) Organizar y coordinar la agenda de visitas. 7) Realizar el perfil de los clientes de su cartera. 8) Elaborar los reportes de venta semanal. 9) Elaborar los reportes de resultado mensual. 10) Actualizar la base de datos de sus clientes.
Funciones adicionales del puesto:	Asistir a capacitaciones de los proveedores, elaborar investigaciones de nuevos productos.

DIRECTOR DE LOGÍSTICA	
Jefe directo	Gerente General
Supervisión a ejercer	Asistentes y Auxiliares
Formación académica	Administración de Empresas o carrera afín.
Años de experiencia	5-7 años
Idiomas:	Inglés: Avanzado
Objetivos del puesto	Responsable del correcto funcionamiento, coordinación y organización del área logística de la empresa, tanto a nivel de producto como a nivel de gestión de personal, con el objetivo de distribuir a los clientes los pedidos de mercancía en tiempo y forma correcta.

Conocimientos o competencias obligatorias:	Conocimiento y experiencia en el área de logística, así como en la preparación de pedidos a través de radio frecuencia, que cuente con conocimientos en Office e Internet. Debe de ser una persona que tenga buena planificación y organización de manera sistémica y metódica, buen manejo del trabajo en equipo, una persona investigativa, que tenga tolerancia, flexibilidad y liderazgo.
Habilidades deseables:	Deseable Maestría en Comercio Internacional. Además de conocimientos de exportaciones e importaciones.
Funciones principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto):	1) Formular el plan anual de contrataciones de la empresa. 2) Coordinar las diferentes áreas de la empresa (entradas, reposiciones, preparaciones de pedidos y transporte de los mismos). 3) Optimizar la política de provisiones de inventarios y distribución de la empresa. 4) Organizar y planificar la preparación y distribución de los pedidos. 5) Gestionar y supervisar al personal a su cargo. 6) Crear estrategias de reducción de costos a partir del análisis de la cadena de valor. 7) Impulsar y desarrollar la labor comercial de los clientes. 8) Liderar equipos de trabajo de alto rendimiento. 9) Elaborar los reportes de entregas y despachos de forma semanal. 10) Elaborar los reportes de resultados mensuales de despacho, entrega y rendimiento.
Funciones adicionales del puesto	Participar en capacitaciones o talleres de entrenamiento. Asistir a reuniones gerenciales o presentaciones a junta directiva.

EQUIPO DE INSTALACIONES Y MANTENIMIENTO	
Jefe directo	Director de Logística
Supervisión a ejercer	No cuenta con personal a su cargo
Formación académica	Técnico o tecnólogo
Años de experiencia	2-4 años
Idiomas:	N/A
Objetivos del puesto	Instalar, reparar y mantener el buen funcionamiento de los equipos.

Conocimientos o competencias obligatorias:	Indispensable conocimiento en partes de cámaras de seguridad. Debe conocer el funcionamiento de cada uno de las partes de los equipos. Debe de ser una persona organizada con su tiempo y que sea priorizar las actividades. Debe saber de áreas y volúmenes. Debe saber manejar herramientas y materiales propios de mantenimiento de industrias y locales. Conocimiento en mantenimiento y ensamble de sistemas electrónicos de Seguridad para el área de electrónica, Sistemas de Alarmas, CCTV (DVR, NVR, Cámaras IP, Análogas y PTZ), instalación de cableado estructurado, conocimiento en instalación eléctricas.
Habilidades deseables:	Deseable conocimiento en electricidad y computación, persona perseverante, tolerante y paciente. Debe ser analítico y asertivo en la resolución de problemas.
Funciones principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto):	1) Levantar un diagnóstico o estudio de seguridad con las necesidades de seguridad privada presentes en cada propiedad y recomendar los equipos más apropiados y los niveles de seguridad que se necesitan en cada inmueble, según su formación en seguridad. 2) Montar y fijar cableado para sistemas alámbricos, tarjetas de programación y demás equipos requeridos en el sistema de seguridad. 3) Instala los sistemas de seguridad de video verificación o demótica en la propiedad, siguiendo las instrucciones específicas del fabricante. 4) Ofrece información al usuario acerca del uso correcto de cada uno de los dispositivos de seguridad instalados en su propiedad. 5) Atiende a las dudas, necesidades o preguntas de los clientes y proveedores y se actualizan con relación a los adelantos del fabricante en cada sistema. 6) Realizar inspecciones periódicas de los equipos e instalaciones de la empresa. 7) Elaborar los manuales de mantenimiento preventivo de cada uno de los equipos de la empresa. 8) Revisar de forma periódica las tarjetas de mantenimiento de los equipos y supervisar que su personal mantenga su uso adecuado. 9) Elaborar los informes mensuales de las condiciones de los equipos y de los mantenimientos dados durante el mes. 10) Asistir en las reparaciones de los equipos en caso de daños menores. 11) Participar en los inventarios mensuales de los equipos y corroborar que la información sea veraz y este a tiempo. 12) Realizar las estadísticas de la durabilidad de los equipos y proponer alternativas de mejoras.

Funciones adicionales del puesto	Mantener reuniones constantes con los usuarios de los equipos, y entrenarlos para su uso. Asistir a su personal de mantenimiento en caso de ausencia.
---	---

ENCARGADO DE BODEGA	
Jefe directo	Director de Logística
Supervisión a ejercer	No cuenta con personal a su cargo
Formación académica	Técnico de Inventarios
Años de experiencia	2-4 años
Idiomas:	N/A
Objetivos del puesto	Mantener el buen funcionamiento de la distribución, almacenaje y adquisición de materia prima de la empresa.
Conocimientos o competencias obligatorias:	Indispensable que conozca los sistemas de bodega y almacenamiento. Debe manejar las herramientas tecnológicas como los son las hojas de cálculo y las horas de trabajo. Debe destacar en su nivel de organización y orden. Debe ser una persona amigable a los números y con liderazgo para dirigir a su grupo de trabajo.
Habilidades deseables:	Deseable que tenga conocimientos en costos y logística de distribución.
Funciones principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto):	1) Realizar la revisión diaria de las facturas de despacho y de ingreso que hayan quedado pendientes del día anterior. 2) Coordinar con los ayudantes de bodega los despachos de pedidos diarios. 3) Digitar en los sistemas, las entradas y salidas de producto diariamente. 4) Realizar las distribuciones del producto a los camiones y encargarse que las devoluciones sean devueltas. 5) Revisar diariamente el inventario de producto para informar sobre las faltas o excesos de producto al departamento de Compras. 6) Supervisar que se realice la rotación de producto y mantener el inventario vigente. 7) Digitar en el sistema los cambios de producto o las devoluciones y pasar la información al departamento de Costos e Inventario. 8) Elaborar el esquema de orden y limpieza de la bodega contando con la participación de los demás compañeros de bodega. 9) Revisar diariamente la asistencia de su personal a cargo y emitir la información al Departamento de Planillas. 10) Emitir los reportes semanales y mensuales de los

	movimientos de producto al igual que realizar la cuenta física de inventario mensual.
Funciones adicionales del puesto	Asistir a los compañeros de bodega en caso de sustitución de un empleado o por cargas grandes de trabajo. Realizar entrenamientos del persona nuevo que entre.

SECRETARIA	
Jefe directo:	Gerente General
Supervisión a ejercer:	No cuenta con personal a su cargo
Formación académica:	Técnico en Secretariado
Años de experiencia:	2-4 años
Idiomas:	N/A
Objetivos del puesto:	Asistir y dar soporte al jefe directo en las funciones diarias. Mantener en orden el archivo de documentos.
Conocimientos o competencias obligatorias:	Indispensable conocimiento de archivo, mecanografía y taquigrafía. Debe manejar muy bien la computadora y las herramientas tecnológicas (hojas de cálculo, hojas de trabajo y de presentaciones).
Habilidades deseables:	Deseable el conocimiento del Inglés.
Funciones principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto):	1) Llevar la organización diaria de la agenda personal de su jefe directo. 2) Elaborar los comunicados y memorándums que le soliciten y hacerlos llegar a quien corresponda. 3) Recibir las llamadas del jefe directo y tomar los mensajes cuando no se encuentre disponible. Posteriormente, pasar los mensajes al jefe directo. 4) Enviar faxes y la correspondencia externa de forma diaria. 5) Realizar las labores de archivo de documentos diariamente. 6) Elaborar el inventario de suministros necesarios para realizar sus funciones y las de su jefe directo. 7) Asistir a reuniones con su jefe directo con la función de tomar notas y apuntes. Transcribir la agenda y elaborar la minuta de la reunión. 8) Atender a las visitas del jefe directo o a las visitas de la empresa. 9) Destruir o salvaguardar la información confidencial que maneje su jefe directo.

Funciones adicionales del puesto:	Participar en reuniones informativas o capacitaciones de la empresa cuando se le requiera.
--	--

(LA REPÚBLICA, s.f.) (GONZALEZ, s.f.)

Análisis del Marco Normativo

La creación y puesta en marcha de SEGELEC, debe cumplir con varios aspectos legales para su constitución, los mismos se detallan a continuación.

Constitución

Pasos para la constitución de una empresa



Ilustración 19 Pasos para la constitución de una empresa

1. **Reserva un nombre.** Este trámite se realiza en la Superintendencia de Compañías. Ahí mismo debes revisar que no exista ninguna **empresa** con el mismo nombre que has pensado para la tuya.
2. **Elabora los estatutos.** Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.
3. **Abre una “cuenta de integración de capital”.** Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:
 - Capital mínimo: \$400 para compañía limitada y \$800 para compañía anónima (valores referenciales)

- Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno
- Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio

Luego debes pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”.

4. **Eleva a escritura pública.** Acude donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.



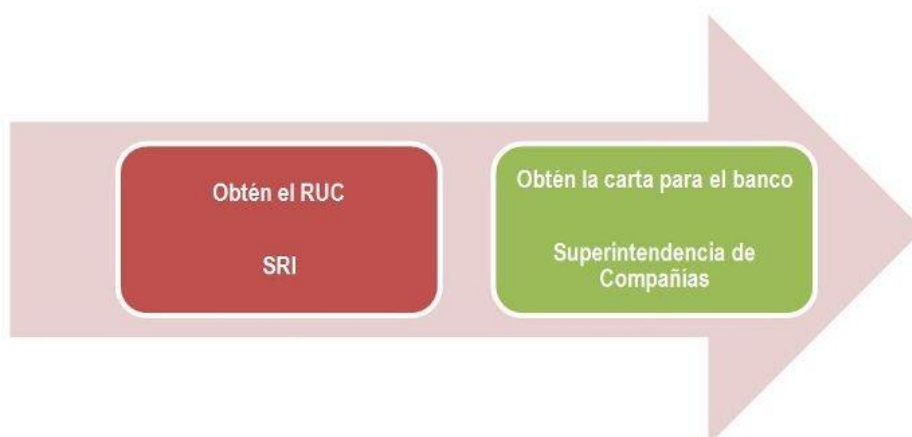
5. **Aprueba el estatuto.** Lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.
6. **Publica en un diario.** La Superintendencia de Compañías te entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.
7. **Obtén los permisos municipales.** En el municipio de la ciudad donde se crea tu *empresa*, deberás:
 - Pagar la patente municipal
 - Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones

8. **Inscribe tu compañía.** Con todos los documentos antes descritos, anda al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida tu **empresa**, para inscribir la sociedad.



9. **Realiza la Junta General de Accionistas.** Esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.
10. **Obtén los documentos habilitantes.** Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la **empresa**.
11. **Inscribe el nombramiento del representante.** Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la **empresa** designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los

30 días posteriores a su designación.



12. **Obtén el RUC.** El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente debidamente lleno
- Original y copia de la escritura de **constitución**
- Original y copia de los nombramientos
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite

13. **Obtén la carta para el banco.** Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado.

(Futuro, s.f.)

Municipio de Otavalo

Es necesario tener la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas cuyos requisitos, según el Portal de Servicios Ciudadanos del

Municipio de Otavalo son: (a) formulario de solicitud LUAE, (b) copia de RUC, (c) copia de cédula, (d) copia de papeleta de votación vigente, (e) copia del nombramiento del representante legal SI DECLARA RÓTULO, (f) si el local no es propio: autorización del dueño del predio para colocar el rótulo, (g) si es propiedad horizontal: Autorización de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal, (h) si el rótulo es existente: Dimensiones y fotografía de la fachada del local y, (i) si es rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo. Para la Patente los requisitos son: (a) copia del RUC, (b) copia de cédula y papeleta de votación, (c) formulario de inscripción en el RAET, (d) formulario del acuerdo para uso de Medios Electrónicos, (e) copia de una planilla de Servicios Básicos. (GAD Otavalo, 2019)

Ministerio de relaciones laborales

Se obtendrá el registro de empleador el mismo que se solicita en la página web del Ministerio de Relaciones Laborales, esto, con el fin de inscribir los contratos de trabajo, generar formularios para el pago de décimos y para actas de finiquito.

Instituto Ecuatoriano de seguridad social

Se debe generar la clave de empleador para el acceso a registro de entrada, salida, novedades, pago de aportes personal, patronal y fondos de reserva.

Permiso de funcionamiento

Pasos para la Inspección y autorización del Cuerpo de Bomberos de Otavalo, para el Permiso de Funcionamiento de locales comerciales:

Entregar una Copia del RUC o RISE para solicitar la inspección en la oficina de Prevención del Cuerpo de Bomberos del Cantón Otavalo.

Verificación del cumplimiento de las medidas de seguridad contra incendios del local, realizada por personal del CBCO.

Si cumple con las medidas de seguridad contra incendios conforme a la actividad económica y las características del establecimiento, el inspector entregará al momento el informe general con el que debe presentarse en las oficinas del CBCO, para tramitar el Permiso de funcionamiento y adjuntar la siguiente documentación.

Copia de Cédula y Papeleta de Votación.

Copia del Impuesto predial del año en curso

Permiso de Bomberos del año anterior.

Para locales comerciales que van a sacar el permiso por primera vez deben adjuntar el Permiso de Uso de Suelo emitido por el GAD Municipal del Cantón Otavalo. (Bomberos Otavalo, 2019)

Resumen

Este capítulo, muestra de manera detallada la organización de la empresa, el perfil profesional que deberá cumplir cada colaborador que formarán parte de la empresa en los diferentes puestos tanto operativos como administrativos, donde cabe resaltar, que se busca personal certificado, con estudios en el área de trabajo y una experiencia comprobable. Se describe el proceso de selección, contratación, capacitación, remuneración y evaluación de desempeño, que será realizado mediante una calificación imparcial y objetiva, por parte de los clientes y de un especialista que realizará la evaluación, estas evaluaciones se las realizará cada tres meses.

Se detalla también todos los requisitos legales necesarios para la puesta en marcha de SEGELEC, desde su constitución y los respectivos permisos de funcionamiento con el Servicio de Rentas Internas, Municipio de Otavalo y Cuerpo de Bomberos.

Capítulo 5: Evaluación Financiera del Proyecto

Para la puesta en marcha de este plan de negocios para la creación de una empresa de distribución, instalación y mantenimiento de cámaras de seguridad en la ciudad de Otavalo se necesita la adquisición de bienes muebles, enseres y gasto de muchos otros rubros, los cuáles se detallarán en este capítulo, así como el retorno de la inversión, la rentabilidad y, en consecuencia, la viabilidad del proyecto.

Inversión

Para la puesta en marcha del proyecto, necesitamos contar con un valor de inversión de \$109.349,71, el mismo que consta de activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, valores que se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 5 Inversión

DETALLE	VALORES
Activos Fijos	\$ 74.331,17
Activos Diferidos	\$ 1.500,00
Capital de Trabajo	\$ 33.518,54
Inversión total	\$109.349,71

Nota: El capital de trabajo neto está calculado con los valores que se refleja en la siguiente tabla:

CAJA MÍNIMA	2	DÍAS	
CUENTAS POR COBRAR PROMEDIO	30	DÍAS	
INVENTARIO PROMEDIO	30	DÍAS	
PROVEEDORES DÍAS PROMEDIO	60	DÍAS	
VENTAS PROYECTADAS	481.664		
COSTO DE VENTAS %	22,00%		
CAPITAL DE TRABAJO NETO			AÑO 1
CAJA	$\frac{\text{VENTAS}}{365}$	2	2.639,25
CUENTAS POR COBRAR	$\frac{\text{VENTAS}}{365}$	30	39.588,82

	365		
INVENTARIOS	$\frac{\text{COSTO VENTAS}}{365}$	30	8.709,54
PROVEEDORES	$\frac{\text{COSTO VENTAS}}{365}$	60	17.419,08

CAPITAL DE TRABAJO NETO	\$ 33.519
--------------------------------	------------------

Fuentes de Financiamiento

Aquí se define que el 40% será financiado por recursos propios y el 60% mediante un crédito bancario.

Tabla 6 Fuentes de financiamiento

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	
CAPITAL PROPIO	\$ 43.740
CAPITAL PARA FINANCIAR	\$ 65.610
% CAPITAL PROPIO	40,00%
% CAPITAL A FINANCIAR (Préstamo Bancario)	60,00%

Tabla 7 Condiciones de crédito

1	Monto	65.609,82	
2	Período	anual	semestral
3	Interés	11,83%	5,92%
4	Plazo	5 Años	
5	Período de pago	Semestral (10)	
6	Forma de amortización	Cuota Fija	

Tabla 8 Tabla de amortización del crédito

PERIODO	AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL	INTERÉS	DIVIDENDO	SALDO
0				65.609,82
1	4.997,59	3.880,82	8.878,41	60.612,24
2	5.293,20	3.585,21	8.878,41	55.319,04
3	5.606,29	3.272,12	8.878,41	49.712,75
4	5.937,90	2.940,51	8.878,41	43.774,85
5	6.289,13	2.589,28	8.878,41	37.485,73
6	6.661,13	2.217,28	8.878,41	30.824,60
7	7.055,13	1.823,28	8.878,41	23.769,46
8	7.472,45	1.405,96	8.878,41	16.297,02
9	7.914,44	963,97	8.878,41	8.382,58

10	8.382,58	495,83	8.878,41	0,00
TOTAL	65.609,82	23.174,27	88.784,09	

Estado de resultados

El estado de resultados permitirá conocer si la nueva empresa desde el primer periodo tendrá una pérdida o ganancia, valores que se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 9 Estado de resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS SERVICIOS	481.664,00	467.886,00	457.584,00	444.394,00	433.720,00
(-) COSTOS DE VENTAS	105.966,08	102.934,92	100.668,48	97.766,68	95.418,40
= UTILIDAD BRUTA EN VTAS	375.697,92	364.951,08	356.915,52	346.627,32	338.301,60
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	321.012,43	321.012,43	321.012,43	315.449,32	315.449,32
(-) DEPRECIACIONES	15.137,13	15.137,13	15.137,13	9.574,02	9.574,02
(-) GASTOS DE VENTAS	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00
= UTILIDAD OPERACIONAL	53.785,49	43.038,65	35.003,09	30.278,00	21.952,28
(-) GASTOS FINANCIEROS	7.466,03	6.212,63	4.806,56	3.229,24	1.459,80
Intereses pagados	7.466,03	6.212,63	4.806,56	3.229,24	1.459,80
= UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN	46.319,46	36.826,02	30.196,53	27.048,76	20.492,49
Part. utilidades Trabajadores	6.947,92	5.523,90	4.529,48	4.057,31	3.073,87
UTIL IDAD ANTES DE IMPTOS	39.371,54	31.302,12	25.667,05	22.991,45	17.418,61
Impuesto a la Renta	9.842,88	7.825,53	6.416,76	5.747,86	4.354,65
=UTILIDAD NETA	29.528,65	23.476,59	19.250,29	17.243,59	13.063,96

Flujo de caja

El flujo generado del proyecto, permitirá calcular los indicadores financieros, como el Valor Actual Neto (VAN), y la Tasa Interna de Retorno (TIR), para de esta manera determinar la factibilidad del proyecto.

Tabla 10 Flujo de caja

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
VENTAS SERVICIOS		481.664,00	467.886,00	457.584,00	444.394,00	433.720,00
(-) COSTOS DE VENTAS		105.966,08	102.934,92	100.668,48	97.766,68	95.418,40
= UTILIDAD BRUTA EN VTAS		375.697,92	364.951,08	356.915,52	346.627,32	338.301,60
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		321.012,43	321.012,43	321.012,43	315.449,32	315.449,32
(-) DEPRECIACIONES		15.137,13	15.137,13	15.137,13	9.574,02	9.574,02
(-) GASTOS DE VENTAS		900,00	900,00	900,00	900,00	900,00
= UTILIDAD OPERACIONAL		53.785,49	43.038,65	35.003,09	30.278,00	21.952,28
(-) GASTOS FINANCIEROS		7.466,03	6.212,63	4.806,56	3.229,24	1.459,80
Intereses pagados		7.466,03	6.212,63	4.806,56	3.229,24	1.459,80
= UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN		46.319,46	36.826,02	30.196,53	27.048,76	20.492,49
Part. utilidades Trabajadores		6.947,92	5.523,90	4.529,48	4.057,31	3.073,87
UTILIDAD ANTES DE IMPTOS		39.371,54	31.302,12	25.667,05	22.991,45	17.418,61
Impuesto a la Renta		9.842,88	7.825,53	6.416,76	5.747,86	4.354,65
=UTILIDAD NETA		29.528,65	23.476,59	19.250,29	17.243,59	13.063,96

Flujo de Caja de Operaciones

= UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN		46.319,46	36.826,02	30.196,53	27.048,76	20.492,49
Part. utilidades Trabajadores		-6.947,92	-5.523,90	-4.529,48	-4.057,31	-3.073,87
Impuesto a la Renta		-9.842,88	-7.825,53	-6.416,76	-5.747,86	-4.354,65
(+)Depreciación		15.137,13	15.137,13	15.137,13	9.574,02	9.574,02

Total Flujo de Caja Operacional

		44.665,78	38.613,72	34.387,41	26.817,60	22.637,98
--	--	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Flujo de Caja de Inversiones

Activos	-72.831,17					8.271,75
Cargos Diferidos						
CTN INICIAL	-33.518,54					33.518,54
Recuperación CTN						
Total Flujo de Caja de Inversiones	-106.349,71	0,00	0,00	0,00	0,00	41.790,29

Flujo de Caja del Proyecto

	-106.349,71	44.665,78	38.613,72	34.387,41	26.817,60	64.428,27
--	-------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Indicadores Financieros

Costo promedio ponderado del capital (WACC)

El WACC, de las siglas en inglés Weighted Average Cost of Capital, también denominado coste promedio ponderado del capital (CPPC), es la tasa de descuento que se utiliza para descontar los flujos de caja futuros a la hora de valorar un proyecto de inversión. El cálculo de esta tasa es interesante valorarlo o puede ser útil teniendo en cuenta tres enfoques distintos: como activo de la compañía: es la tasa que se debe usar para descontar el flujo de caja esperado; desde el pasivo: el coste económico para la compañía de atraer capital al sector; y como inversores: el retorno que estos esperan, al invertir en deuda o patrimonio neto de la compañía. (EmpresaActual, 2019)

Para el cálculo del costo promedio ponderado del capital es necesario aplicar la siguiente fórmula.

$$WACC = K_d * \frac{D}{D + C} * (1 - t_c) + K_c * \frac{C}{D + C}$$

En donde:

K_d = Costo de la deuda

$D / (D + C)$ = Deuda / Deuda + Capital

t = tasa de impuesto

K_c = Costo de oportunidad

$C / (D + C)$ = Capital / Deuda + Capital

Tabla 11 Costo promedio ponderado del capital (WACC)

WACC		
	Valor	Participación
Deuda	\$ 65.609,82	60%
Recursos Propios	\$ 43.739,88	40%
Total	\$ 109.349,71	100%

Tasa de interés	11,83%
Impuestos	25,00%
Costo de oportunidad	20%

WACC	13,32%
------	--------

$$\begin{aligned}
 KD &= 11,83\% \\
 D/(D+C) &= 65609,83/109349,71 \\
 t &= 25\% \\
 KC &= 20\% \\
 C/(D+C) &= 43739,88/109349,71
 \end{aligned}$$

De esta manera se obtiene un WACC del 13,32% la cual permitirá calcular el valor actual neto (VAN).

Valor actual neto (VAN)

Es necesario aplicar la siguiente fórmula para el cálculo del Valor Actual Neto (VAN).

$$VAN = -I + \sum \frac{FNC}{(1+i)^n}$$

Tabla 12 Valor actual neto (VAN)

WACC	13,32%
Cantidad de Años	5

AÑOS	FLUJO DE FONDOS
0	\$ -40.739,88
1	\$ 28.775,47
2	\$ 22.410,06
3	\$ 17.832,24

4	\$ 9.868,10
5	\$ 47.036,40

VAN	45.506,48
------------	------------------

Se obtiene un Valor Actual Neto (VAN) positivo en dólares de \$ 45.506,48 el cual permite conocer que el proyecto es factible para su implementación.

Tasa interna de retorno (TIR)

Para la Tasa Interna de Retorno (TIR) se aplica la siguiente fórmula, en la cual se obtiene un porcentaje del 53,05% otro indicador que permite conocer que el proyecto es factible.

$$\text{TIR} = \frac{FNC_1}{(1+k)^1} + \frac{FNC_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{FNC_n}{(1+k)^n} - \text{Inversión Inicial} = 0$$

Tabla 13 Tasa interna de retorno TIR

AÑOS	FLUJO DE FONDOS
0	\$ -40.739,88
1	\$ 28.775,47
2	\$ 22.410,06
3	\$ 17.832,24
4	\$ 9.868,10
5	\$ 47.036,40

TIR	53,05%
------------	---------------

Periodo de recuperación de la inversión

- El periodo de recuperación de la inversión (PRI), permite conocer el tiempo de recuperación de la inversión, el cual se recupera en 2 años 9 meses y 21 días.

Tabla 14 Periodo de recuperación de la inversión PRI

PERÍODO DE RECUPERACIÓN	
65.609,82	inversión
28.775,47	
22.410,06	
14.424,29	
17.832,24	
0,81	

	2,81	años
--	------	------

Punto de equilibrio

Para el cálculo del punto de equilibrio es necesario aplicar las siguientes fórmulas para analizar parámetros en unidades y moneda.

Punto de equilibrio en dólares

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS}}}$$

$$PE = \frac{322.019,19}{1 - \frac{108.450}{481.664}}$$

$$PE = \frac{322.019,19}{0,77484288}$$

$$PE = 415.593$$

Punto de equilibrio en unidades

$$PEQ = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{PVQ} - \text{CVU}}$$

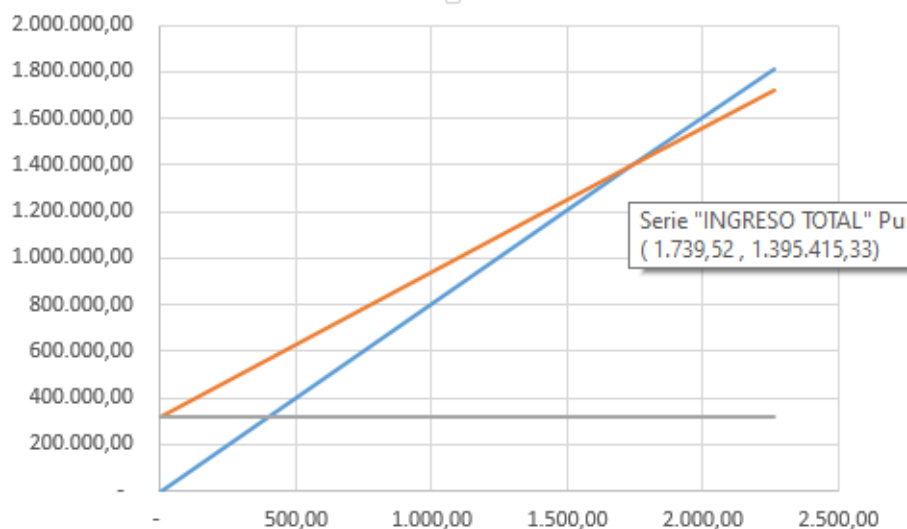
$$PEQ = \frac{322.019}{802,19 - 617,07}$$

$$PEQ = \frac{322.019}{185,12}$$

$$PEQ = 1739,52$$

Gráfico del punto de equilibrio

Tabla 15 Gráfico del punto de equilibrio



De esta manera se determina un punto de equilibrio cuando el valor en dólares alcance \$ 1.395.415,33 se brindarán 1739.52 servicios.

Resumen

El presente capítulo muestra todo el análisis financiero para el Plan de Negocios para la creación de una empresa de distribución, instalación y mantenimiento de cámaras de seguridad en la ciudad de Otavalo, donde se puede observar que el total de la inversión requerida será de 109.349,71 dólares, los mismos que serán financiados en un 60% por la Corporación Financiera Nacional y el 40% es capital propio. El tiempo de recuperación de la inversión es de tres años. Se toma en cuenta una inflación anual promedio de 0.90%.

Capítulo 6: Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Luego de realizar un análisis del entorno, encontramos que no hay competencia directa de nuestro producto en esta ciudad, razón por la cual concluimos que este plan de negocios tendrá buenos frutos y de la misma manera podemos cumplir nuestros objetivos tanto de servicio como económicos.

Al analizar el mercado, obtuvimos buenos resultados ya que pudimos observar que éste plan de negocios tiene buena aceptación.

De los 379 encuestados el 82% no cuenta con algún sistema de seguridad, de los cuales observamos que 337 encuestados (el 89% de los 379), está dispuesto a protegerse con éste sistema de seguridad.

Luego de realizar el estudio para la comercializar y distribuir nuestras cámaras de seguridad podemos concluir que en la ciudad de Otavalo existe alta demanda de nuestro producto debido al alto grado de inseguridad que vive día a día.

La empresa debe funcionar manejando altos estándares de calidad, con profesionales tanto en el área administrativa como operativa para dar al cliente el mejor servicio, con un trato personalizado de calidad y acorde a la necesidad.

Desde el punto de vista financiero, se puede observar que con los resultados arrojados en los diferentes escenarios con respecto a su tasa de descuento ponderada del 11.49% y con el VAN y el TIR que arrojan valores positivos, se ratifica que este plan de negocios es viable y sobre todo rentable.

Recomendaciones

Se recomienda realizar estudios y estrategias de marketing continuamente los cuales permitan orientar con sus respectivas políticas, fijación de precios, publicidad, y promoción de venta.

Es recomendable hacer un plan de capacitación al menos trimestral para el personal de acuerdo al área de trabajo, de igual manera sería importante realizar un manual de funciones, un plan de valoración de cargos, esto de acuerdo a la jerarquía.

Se recomienda innovar los equipos que se van a ofertar, de manera que los clientes vean la versatilidad de la empresa respecto a la tecnología que día a día va creciendo.

Referencias

- Bomberos Otavalo*. (2019). Obtenido de <http://www.bomberosotavalo.gob.ec/services/inspecciones/>
- Canelos, R. (2010). *Formulación y Evaluación de un Plan Negocio*. Quito, Ecuador: Universidad Internacional del Ecuador. doi:978-9942-03-111-2
- Cartes, D. (2019). *Academia*. Obtenido de Historia y uso PEST: <https://www.academia.edu>
- Comercio, E. (16 de Marzo de 2019). *Elcomercio.com*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/detenidos-operativos-delincuencia-ecuador-microtrafico.html>.
- Conexión Esan*. (26 de 10 de 2015). Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2015/10/como-influye-personalidad-comportamiento-consumidor/#:~:text=La%20personalidad%20juega%20un%20papel,escoger%20una%20marca%20u%20otra.&text=Si%20tomamos%20en%20cuenta%20este,base%20a%20dichos%20impulsos>
- Corporación Financiera Nacional. (2019). *www.cfn.fin.ec*. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/credito-directo-para-el-desarrollo/>
- El Comercio. (22 de 01 de 2019). *Ecuador aún no aplica exigencia de antecedentes judiciales a venezolanos*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-coordina-antecedentes-judiciales-venezolanos.html>
- EMPRESA, R. D. (2016). *REVISTA DE LA EMPRESA*. Obtenido de <http://revistadelaempresa.com/la-cadena-de-valor-de-porter/>
- EmpresaActual. (21 de octubre de 2019). *EmpresaActual.com*. Obtenido de <https://www.empresaactual.com/el-wacc/>

- Expansión/Datosmacro.com. (12 de 2018). *datosmacro.com*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/ecuador>
- Fabara, A. C. (06 de 12 de 2018). Beneficios legales para los artesanos. *Revista Judicial La Hora*, pág. C1.
- Flowww. (2018). *Flowwwing*. Obtenido de <https://www.flowww.net/es/blog/top-3-tendencias-para-negocios-de-belleza-en-2018>
- Futuro, C. t. (s.f.). *Cuida tu Futuro*. Obtenido de <https://cuidatufuturo.com/pasos-crear-empresa-ecuador/>
- GAD Otavalo. (2019). Obtenido de <https://www.otavalo.gob.ec/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2. (2020). *Alcaldia Otavalo*. Obtenido de <https://www.otavalo.gob.ec/otavalo/situacion-geografica.html#:~:text=Miguel%20Egas%20Cabezas%2C%20San%20Jos%C3%A9,%2C%20Camuendo%2C%20Libertad%20de%20Azama>.
- GONZALEZ, J. T. (s.f.). *120 DESCRIPCIONES DE PUESTOS*. Obtenido de <https://futuramaster.com/descargas/120descripciones.pdf>
- Gross, L. A. (2019). *GK Contexto*. Obtenido de <http://contexto.gk.city/ficheros/claves-entender-la-exigencia-pasaportes-los-venezolanos-entrar-ecuador/que-nuevos>
- <http://www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp>. (s.f.). Obtenido de <http://www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp>
- INEC. (2010). *www.ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual-lateral/Resultados-provinciales/imbabura.pdf>
- INEC. (12 de 2011). *Ecuadorencifras.com*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web->

inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/11
1220_NSE_Presentacion.pdf

INEC. (07 de 01 de 2019). *ecuadorencifras*. Obtenido de

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-publica-las-cifras-de-inflacion-2018/>

La Hora, I. (02 de octubre de 2019). Marcharon para exigir mayor seguridad en los
barrios de Otavalo. pág. 4.

LA REPÚBLICA. (s.f.). Obtenido de [https://www.larepublica.co/alta-gerencia/abc-de-](https://www.larepublica.co/alta-gerencia/abc-de-funciones-en-las-juntas-directivas-2604160#:~:text=Si%20bien%20la%20ley%20no,para%20que%20la%20empre)
[funciones-en-las-juntas-directivas-](https://www.larepublica.co/alta-gerencia/abc-de-funciones-en-las-juntas-directivas-2604160#:~:text=Si%20bien%20la%20ley%20no,para%20que%20la%20empre)

[2604160#:~:text=Si%20bien%20la%20ley%20no,para%20que%20la%20empre](https://www.larepublica.co/alta-gerencia/abc-de-funciones-en-las-juntas-directivas-2604160#:~:text=Si%20bien%20la%20ley%20no,para%20que%20la%20empre)
[sa%20cumpla](https://www.larepublica.co/alta-gerencia/abc-de-funciones-en-las-juntas-directivas-2604160#:~:text=Si%20bien%20la%20ley%20no,para%20que%20la%20empre)

Malhotra, N. K. (1997). *Investigación de mercados : un enfoque práctico*. México,
D.F.: Prentice Hall Hispanoamericana.

Mendoza Mora, M. E., & Toledo Perez, Y. A. (30 de 05 de 2007). Universidad de la
Salle. *PROPUESTA PARA LA APLICACIÓN DE LA CADENA DE VALOR*.
Bogotá, Colombia.

Ministerio de Industrias y Productividad. (16 de 10 de 2018). *Ministerio de Industrias y*
Productividad. Obtenido de [https://www.industrias.gob.ec/ecuador-se-](https://www.industrias.gob.ec/ecuador-se-consolida-como-iman-de-inversion-extranjera/)
[consolida-como-iman-de-inversion-extranjera/](https://www.industrias.gob.ec/ecuador-se-consolida-como-iman-de-inversion-extranjera/)

Ministerio de Industrias y Productividad. (09 de 01 de 2019). *Noticias*. Obtenido de
[https://www.industrias.gob.ec/252-subpartidas-arancelarias-se-benefician-con-](https://www.industrias.gob.ec/252-subpartidas-arancelarias-se-benefician-con-la-derogatoria-de-resolucion-116-del-comex/)
[la-derogatoria-de-resolucion-116-del-comex/](https://www.industrias.gob.ec/252-subpartidas-arancelarias-se-benefician-con-la-derogatoria-de-resolucion-116-del-comex/)

Orozco, M. (02 de 01 de 2019). *El Comercio*. Obtenido de El PIB de Ecuador creció
1,4% en el tercer trimestre del 2018:
[https://www.elcomercio.com/actualidad/pib-ecuador-crecimiento-economia-](https://www.elcomercio.com/actualidad/pib-ecuador-crecimiento-economia-bce.html)
[bce.html](https://www.elcomercio.com/actualidad/pib-ecuador-crecimiento-economia-bce.html)

Paulo Santos, Gerente de Soluciones de Axis Communications. (5 de febrero de 2019).

Tecnoseguro.com. Obtenido de

<https://www.tecnoseguro.com/analisis/cctv/tecnologias-influir-sector-seguridad-2019>

Porter, M. E. (1982). *“la esencia de la formulación de una estrategia competitiva*

consiste en relacionar a una empresa con su medio ambiente. México: Michael

Eugene Porter.

Quiroz, L. (2015). *academia.edu*. Obtenido de BIENES DE LARGA DURACION

contabilidad gubernamental 2:

https://www.academia.edu/16870052/BIENES_DE_LARGA_DURACION_contabilidad_gubernamental_2

Quisoboni, R. (3 de Abril de 2019). *Elnorte.ec*. Obtenido de

<https://www.elnorte.ec/sucesos/detenido-presunto-microtraficante-KY364837>

Riquelme, M. (13 de Julio de 2019). *Web y empresas*. Obtenido de

<https://www.webyempresas.com/la-cadena-de-valor-de-michael-porter/>

SRI. (2020). *srienlínea.gpb.ec*. Obtenido de

[http://www.sri.gob.ec/DocumentosAlfrescoPortlet/descargar/49d25bb9-5493-4a65-a868-](http://www.sri.gob.ec/DocumentosAlfrescoPortlet/descargar/49d25bb9-5493-4a65-a868-e6928f263136/Actualizaci%F3n+de+RUC+por+internet+Personas+Naturales+y+Sociedades+Final+.pdf)

[e6928f263136/Actualizaci%F3n+de+RUC+por+internet+Personas+Naturales+y+Sociedades+Final+.pdf](http://www.sri.gob.ec/DocumentosAlfrescoPortlet/descargar/49d25bb9-5493-4a65-a868-e6928f263136/Actualizaci%F3n+de+RUC+por+internet+Personas+Naturales+y+Sociedades+Final+.pdf)

SurveyMonkey. (2019). *es.surveymonkey.com*. Obtenido de

https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/?ut_source=mp&ut_source2=margin_of_error_calculator

Thompson, I. (agosto de 2005). *Promonegocios*. Obtenido de

<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentacion-del-mercado.htm>

Universon, E. (20 de enero de 2019). *El Universo.com*. Obtenido de

<https://www.eluniverso.com/noticias/2019/01/20/nota/7145753/ecuador-se-aplica-alta-tecnologia-descubrir-crimes>

Yeisson TamayoSalamanca, A. D. (2014). *ScienceDirect* . Obtenido de

[https://doi.org/10.1016/S2215-910X\(14\)70021-7](https://doi.org/10.1016/S2215-910X(14)70021-7)

Apéndice A: Encuesta

1. ¿En qué edad se encuentra?
20 – 45 _____ 45 – 70 _____

2. ¿Tiene un sistema de seguridad en su vivienda o negocio?
SI _____
NO _____

3. ¿Le gustaría proteger su vivienda o negocio con dispositivo electrónicos de seguridad?
SI _____
NO _____

4. ¿Considera que las cámaras de seguridad brindan seguridad?
SI _____
NO _____
(Si su respuesta es SI continúe con la pregunta 5)

5. ¿Piensa que este sistema de seguridad es costoso?
SI _____
NO _____

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en cámaras de seguridad?
250 – 500 _____
500– 750 _____
750 – 1000 _____
+ De 1000 _____

7. ¿Cuántas cámaras utilizaría para su vivienda o negocio?
4 _____ 16 _____
6 _____ 24 _____

8 _____ 32 _____

8. ¿Qué forma de pago preferiría para adquirir su sistema de cámaras de seguridad?

Efectivo _____

Cheque _____

Tarjeta de Crédito _____

Otros (especifique)

9. ¿Que busca al contratar un sistema de seguridad?

Marca _____

Garantía _____

Servicio Post-Venta _____

Otros (especifique)

10. ¿Conoce alguna empresa que brinde este servicio?

SI _____

NO _____