

*Maestría en*  
**Administración de Empresas**

**Trabajo de investigación previo a la obtención del título de  
Magíster en Administración de Empresas**

**AUTORES:**

Rebeca Alejandra Gaona Quinde

Katherine Stefania Granda Reinoso

Fabián Marcelo Mancheno Izquierdo

Gabriela Beatriz Rosillo Sarango

Andrés Sebastián Stacey López

**TUTORES:**

**Docente titulación**

Rafael Martín

Aranca Burgos

Javier Traba

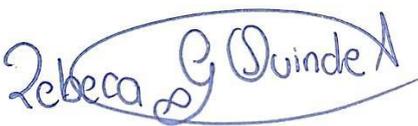
**FORCOP SEGURIDAD FORENSE E INVESTIGACIÓN**

Quito, septiembre 2024

### Certificación de autoría

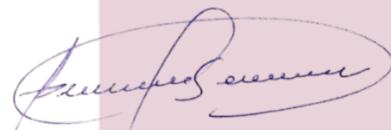
Nosotros, **Rebeca Alejandra Gaona Quinde, Katherine Stefania Granda Reinoso, Fabián Marcelo Mancheno Izquierdo, Gabriela Beatriz Rosillo Sarango, Andrés Sebastián Stacey López** declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedemos nuestros derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y demás disposiciones legales.



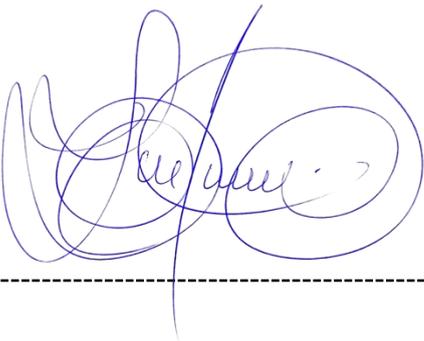
-----  
**Firma del graduando**

**Rebeca Alejandra Gaona Quinde**



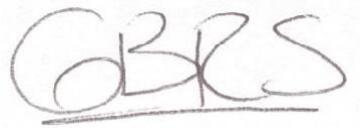
-----  
**Firma del graduando**

**Katherine Stefania Granda Reinoso**



Firma del graduando

**Fabián Marcelo Mancheno Izquierdo**



Firma del graduando

**Gabriela Beatriz Rosillo Sarango**



Firma del graduando

**Andrés Sebastián Stacey López**

## Autorización de Derechos de Propiedad Intelectual

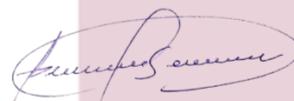
Nosotros, **Rebeca Alejandra Gaona Quinde, Katherine Stefania Granda Reinoso, Fabián Marcelo Mancheno Izquierdo, Gabriela Beatriz Rosillo Sarango, Andrés Sebastián Stacey López**, en calidad de autores del trabajo de investigación titulado ***FORCOP Seguridad Forense e Investigación***, autorizamos a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) para hacer uso de todos los contenidos que nos pertenecen o de parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación. Los derechos que como autores nos 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, septiembre 2024



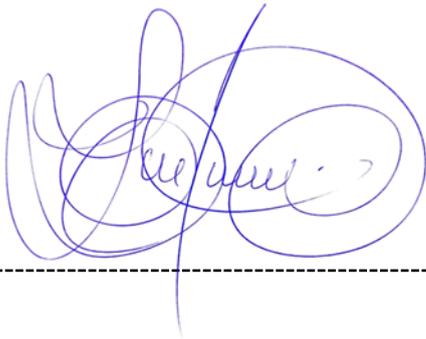
-----  
**Firma del graduando**

**Rebeca Alejandra Gaona Quinde**



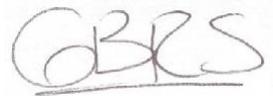
-----  
**Firma del graduando**

**Katherine Stefania Granda Reinoso**



Firma del graduando

**Fabián Marcelo Mancheno Izquierdo**



Firma del graduando

**Gabriela Beatriz Rosillo Sarango**



Firma del graduando

**Andrés Sebastián Stacey López**

## Aprobación de dirección y coordinación del programa

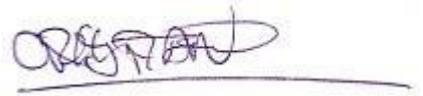
Nosotros, **Javier Mencía** director **EIG** y **Cristian Melo** coordinador **UIDE**, declaramos que los graduandos: **Rebeca Alejandra Gaona Quinde**, **Katherine Stefania Granda Reinoso**, **Fabián Marcelo Mancheno Izquierdo**, **Gabriela Beatriz Rosillo Sarango**, **Andrés Sebastián Stacey López** son los autores exclusivos de la presente investigación y que ésta es original, auténtica y personal de ellos.

**Javier  
Mencia  
Gutierrez**

Digitally signed by: Javier  
Mencia Gutierrez  
DN: CN = Javier Mencia  
Gutierrez email =  
jmencia@esgerencia.com  
C = ES O = EIG  
Date: 2024.10.09 21:10:14  
+02'00'

**Javier Mencía**

**Director EIG**



**Cristian Melo**

**Coordinador UIDE**

## **DEDICATORIA**

A nuestras familias y seres queridos,

Queremos dedicar este proyecto a aquellos que han sido nuestro pilar a lo largo de este exigente viaje académico. A nuestros padres, hermanos, parejas, hijos y amigos, quienes han brindado apoyo incondicional, comprensión y aliento constante durante estos meses de arduo trabajo y dedicación.

Su paciencia y amor han sido una fuente de fortaleza en los momentos de desafío, y su fe en nosotros ha sido el motor que nos impulsó a seguir adelante. Este logro es tan suyo como nuestro.

Agradecemos profundamente su comprensión durante las largas horas de estudio y los momentos de estrés. Sin su apoyo y sacrificio, no habiéramos podido llegar hasta aquí.

Con todo nuestro cariño

**FORCOP**

## **AGRADECIMIENTOS**

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todos los que han hecho posible la culminación de nuestro proyecto de maestría. Este ha sido un viaje desafiante pero increíblemente enriquecedor, y no podríamos haber llegado hasta aquí sin el apoyo y la colaboración de muchas personas.

Agradecemos profundamente a nuestras familias y amigos por su comprensión y apoyo incondicional durante estos meses de intenso trabajo. Su paciencia y ánimo nos han dado la fortaleza para seguir adelante, incluso en los momentos más difíciles.

Queremos reconocer el esfuerzo y la dedicación de cada uno de los miembros de nuestro equipo: Andrés, Fabián, Gabriela, Katherine y Rebeca. La colaboración, el compromiso y la pasión que cada uno de nosotros aportó. Ha sido un honor trabajar junto a ustedes y aprender juntos en este proceso.

Gracias a todos por su apoyo y contribuciones. Estamos muy contentos de haber alcanzado esta meta y esperamos que el resultado de nuestro trabajo sea de gran utilidad y aporte a nuestra área de estudio.

Con gratitud,

**FORCOP**

## RESUMEN

En Ecuador, la inseguridad ha surgido como un desafío significativo que afecta tanto a la población en general como al entorno empresarial. El país experimenta diversos problemas de seguridad, incluyendo delitos comunes como robos, asaltos y vandalismo, así como delitos más complejos como el crimen organizado y la corrupción.

El impacto de la inseguridad en el entorno empresarial ecuatoriano es multifacético. Las empresas enfrentan desafíos logísticos y operativos, esto se traduce en costos adicionales para la implementación de medidas de seguridad y la contratación de servicios de protección. La contratación de personal se ha convertido en una tarea especialmente complicada para las empresas por el riesgo de vinculación con organizaciones de delincuencia organizada (Carbajal, F. 2022)

La infiltración de individuos vinculados a organizaciones criminales en el ámbito laboral plantea serias preocupaciones. Las empresas se enfrentan al desafío de garantizar una rigurosa verificación de antecedentes al contratar personal para evitar la inserción de individuos con historiales delictivos. La falta de una selección de personal adecuada puede resultar en la colocación de personas que utilizan su posición para actividades ilegales, comprometiendo la seguridad interna de la empresa y la integridad de sus operaciones.

Así mismo, el temor de la influencia de organizaciones criminales en el ámbito laboral puede disuadir a profesionales calificados de unirse a ciertas empresas o sectores, afectando negativamente el crecimiento y desarrollo de la fuerza laboral.

## **PALABRAS CLAVES:**

**Inseguridad:** Contexto de amenazas a la seguridad pública y privada que afecta el desarrollo empresarial y gubernamental en Ecuador.

**Crimen organizado (GDO):** Redes de delincuentes que operan en actividades ilícitas, afectando la estabilidad empresarial y social.

**Verificación de antecedentes:** Proceso de revisión de la historia personal y profesional de los empleados para prevenir infiltración delictiva.

**Polígrafo:** Instrumento utilizado para medir las respuestas fisiológicas de una persona y detectar posibles engaños.

**EYEDETECT:** Tecnología que mide los movimientos oculares para detectar mentiras o respuestas engañosas en investigaciones forenses.

**Gestión de talento humano:** Proceso de administrar el personal dentro de una organización, con un enfoque en la seguridad y la eficiencia.

**Tecnología avanzada:** Innovaciones tecnológicas como inteligencia artificial y análisis de datos utilizados para mejorar la seguridad empresarial.

**Análisis PESTEL:** Herramienta estratégica que evalúa factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales que afectan una empresa.

**Fuerzas de Porter:** Modelo de análisis estratégico que evalúa la competitividad en un mercado mediante cinco fuerzas clave.

**Riesgo de seguridad:** Amenazas potenciales que pueden comprometer la integridad física y operativa de una empresa.

**Clientes estratégicos:** Empresas de sectores claves que requieren servicios especializados de seguridad, como el portuario, minero y bancario.

**Cultura organizacional:** Sistema de valores y comportamientos compartidos dentro de una empresa, clave en la gestión de seguridad.

**Plan de contingencia:** Estrategia diseñada para responder a eventos inesperados que puedan afectar la operación normal de una empresa.

**Retención de clientes:** Capacidad de una empresa para mantener a sus clientes actuales a largo plazo.

**Pruebas de polígrafo:** Evaluaciones realizadas con polígrafos para detectar la veracidad de los empleados en el contexto laboral.

**Satisfacción del cliente:** Nivel de cumplimiento de las expectativas de los clientes respecto a los servicios ofrecidos.

**KPI:** Indicadores Clave de Desempeño utilizados para medir el éxito de las actividades y objetivos empresariales.

**Competencia indirecta:** Empresas que no ofrecen el mismo servicio exacto, pero representan una amenaza competitiva por ofrecer servicios similares.

**ROI (Return on Investment):** Indicador que mide el retorno de la inversión realizada en una empresa o proyecto.

**Eficiencia operativa:** Capacidad de una empresa para maximizar su producción o servicios con los mínimos recursos y costos posibles.

## **ABSTRACT**

In Ecuador, insecurity has emerged as a significant challenge affecting both the general population and the business environment. The country experiences a variety of security problems, including common crimes such as robberies, assaults and vandalism, as well as more complex crimes such as organized crime and corruption.

The impact of insecurity on Ecuador's business environment is multifaceted. Companies face logistical and operational challenges, which translates into additional costs for implementing security measures and hiring protection services. Hiring personnel has become a particularly complicated task for companies due to the risk of linkage with organized crime organizations.

The infiltration of individuals linked to criminal organizations into the workplace raises serious concerns. Companies face the challenge of ensuring rigorous background checks when hiring personnel to avoid the insertion of individuals with criminal histories. Failure to properly screen personnel can result in the placement of individuals who use their position for illegal activities, compromising the internal security of the company and the integrity of its operations.

Likewise, the fear of the influence of criminal organizations in the workplace can dissuade qualified professionals from joining certain companies or sectors, negatively impacting

**KEYWORDS:**

**Insecurity:** Context of threats to public and private security that affects business development in Ecuador.

**Organized crime:** Networks of criminals operating in illicit activities, affecting business and social stability.

**Background check:** Process of reviewing personal and professional history of employees to prevent criminal infiltration.

**Polygraph:** Instrument used to measure physiological responses and detect potential deception.

**EYEDTECT:** Technology that measures eye movements to detect lies or deceptive responses in forensic investigations.

**Human resource management:** Process of managing personnel within an organization, with a focus on security and efficiency.

**Advanced technology:** Technological innovations like artificial intelligence and data analysis used to improve business security.

**PESTEL analysis:** Strategic tool that evaluates Political, Economic, Social, Technological, Environmental, and Legal factors affecting a company.

**Porter's Five Forces:** Strategic analysis model that evaluates market competitiveness through five key forces.

**Security risk:** Potential threats that may compromise the physical and operational integrity of a company.

**Strategic clients:** Companies in key sectors requiring specialized security services, such as the port, mining, and banking industries.

**Organizational culture:** System of shared values and behaviors within a company, crucial in security management.

**Contingency plan:** Strategy designed to respond to unexpected events that may disrupt normal business operations.

**Client retention:** A company's ability to maintain its current clients over the long term.

**Polygraph tests:** Evaluations conducted using polygraphs to detect employee truthfulness in the workplace.

**Customer satisfaction:** The level of fulfillment of customer expectations regarding the services offered.

**KPI (Key Performance Indicator):** Metrics used to measure the success of business activities and objectives.

**Indirect competition:** Companies that do not offer the exact same service but pose a competitive threat by offering similar services.

**ROI (Return on Investment):** Indicator that measures the return on investment made in a company or project.

**Operational efficiency:** A company's ability to maximize production or services with minimal resources and costs.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>I. PROPUESTA DE VALOR</b>	<b>2</b>
<b>II. NUESTROS SERVICIOS</b>	<b>3</b>
<b>III. PERFIL DE LA MARCA</b>	<b>4</b>
<b>IV. SOCIOS PROMOTORES</b>	<b>5</b>
4.1. Participación de los Socios Fundadores	8
<b>V. MISIÓN</b>	<b>8</b>
<b>VI. VISIÓN</b>	<b>9</b>
<b>VII. VALORES</b>	<b>9</b>
<b>VIII. OBJETIVOS GENERALES</b>	<b>11</b>
<b>IX. OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>11</b>
<b>X. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DEL SECTOR</b>	<b>12</b>
<b>10.1. Análisis Pestel</b>	<b>12</b>
10.1.1. Político	13
10.1.2. Económico	14
10.1.3. Social	15
10.1.4. Tecnológico	16
10.1.5. Legal	17
<b>XI. FUERZAS DE PORTER</b>	<b>18</b>
<b>11.1. Barreras de Entrada</b>	<b>19</b>
11.1.1. Económica de Escala	20
11.1.2. Impacto	20
11.1.3. Eficiencia	20
11.1.4. Especialización de la Fuerza Laboral	21
11.1.5. Desventaja de costes independientes	22
11.1.6. Diferenciación del producto	26
11.1.7. Acceso de canales de distribución	27
11.1.8. Políticas gubernamentales	29
<b>11.2. Barreras de Salida</b>	<b>30</b>
11.2.1. Emocionales o personales	30

11.2.2.	Poder de negociación con el cliente	34
11.2.3.	Estratégicas	35
<b>11.3.</b>	<b>Análisis Interno</b>	<b>37</b>
11.3.1.	Poder de negociación de proveedores	37
<b>11.4.</b>	<b>Segmentación de Mercado</b>	<b>41</b>
11.4.1.	Geográficos	41
11.4.2.	Conductuales	42
11.4.3.	Análisis de Recursos Tangibles e Intangibles	43
<b>XII.</b>	<b>BENCHMARKING</b>	<b>45</b>
12.1.	Competencia Directa	45
12.2.	Competencia Indirecta	48
<b>XIII.</b>	<b>DAFO</b>	<b>50</b>
<b>XIV.</b>	<b>CAME</b>	<b>51</b>
<b>XV.</b>	<b>ESTRATEGIAS</b>	<b>52</b>
15.1.	Estrategias Corporativas	52
15.2.	Estrategia Competitiva	52
15.3.	Estrategia Funcional	53
<b>XVI.</b>	<b>CANVAS</b>	<b>54</b>
<b>XVII.</b>	<b>PLAN DE MARKETING</b>	<b>57</b>
17.1.	Objetivos	57
17.1.1.	Cualitativos	57
17.1.2.	Cuantitativos	57
17.2.	Estrategias	58
17.2.1.	Estrategias De Diferenciación	58
17.2.2.	Estrategias De Liderazgo En Costos	59
17.2.3.	Estrategias De Enfoque	60
17.2.4.	Estrategia De Desarrollo De Mercado	60
17.3.	Tácticas	60
17.3.1.	Tácticas De Diferenciación	60
17.3.2.	Tácticas De Liderazgo De Costos	61
17.3.3.	Tácticas De Enfoque	62

17.3.4.	Tácticas de Desarrollo de Mercado	63
17.4.	<b>Sistemas de Información y Control KPI</b>	<b>63</b>
<b>XVIII.</b>	<b>PLAN DE CONTINGENCIA</b>	<b>68</b>
18.1.	Objetivos del Plan de Contingencia	68
18.2.	Identificación de Riesgos	68
<b>XIX.</b>	<b>PLAN COMERCIAL</b>	<b>73</b>
19.1.	Objetivos SMART	73
19.2.	Análisis de competencia	74
19.3.	Rango de precios	76
19.4.	Tácticas	77
19.4.1.	Online para FORCOP	77
19.4.2.	Offline para FORCOP	78
19.5.	Canales de distribución	78
19.5.1.	Directo	79
19.5.2.	Indirecto	79
19.6.	Organización del departamento comercial	80
19.7.	Herramientas y sistemas	88
19.8.	Métricas	89
19.9.	KPI's	91
<b>XX.</b>	<b>PLAN CUSTOMER SERVICE</b>	<b>94</b>
20.1.	Objetivos del Customer Service	94
20.2.	Estrategias de Customer Service	95
20.3.	KPI'S	98
20.4.	Flujogramas	101
<b>XXI.</b>	<b>EQUIPO DIRECTIVO Y ORGANIZACIÓN</b>	<b>103</b>
21.1.	Organigrama	103
21.2.	Relación de Cargos	103
21.3.	Ficha Técnica de cargos	105

21.3.1.	Ficha 1 _____	105
21.3.2.	Ficha 2 _____	106
<b>21.4.</b>	<b>Partidas salariales _____</b>	<b>107</b>
21.4.1.	Anexo Colaboradores _____	107
<b>XXII.</b>	<b>INGRESOS _____</b>	<b>112</b>
<b>XXIII.</b>	<b>COSTE DE VENTAS. _____</b>	<b>114</b>
<b>XXIV.</b>	<b>COSTES DE FABRICACIÓN _____</b>	<b>118</b>
<b>XXV.</b>	<b>OPEX _____</b>	<b>119</b>
<b>XXVI.</b>	<b>CAPEX _____</b>	<b>122</b>
<b>XXVII.</b>	<b>CUENTAS DE EXPLOTACIÓN _____</b>	<b>124</b>
<b>XXVIII.</b>	<b>FONDO DE MANIOBRA _____</b>	<b>127</b>
<b>XXIX.</b>	<b>BALANCE _____</b>	<b>129</b>
29.1.	ACTIVOS _____	131
29.2.	PASIVOS _____	131
29.3.	FONDOS PROPIOS _____	132
<b>XXX.</b>	<b>ESTADO DE CASH FLOW: _____</b>	<b>133</b>
<b>XXXI.</b>	<b>FLUJO DE CAJA DE INVERSIONES _____</b>	<b>133</b>
<b>XXXII.</b>	<b>FLUJO DE CAJA DE LAS OPERACIONES DE FINANCIACIÓN _____</b>	<b>134</b>
<b>XXXIII.</b>	<b>DEUDA _____</b>	<b>134</b>
<b>XXXIV.</b>	<b>RENTABILIDAD DEL PROYECTO _____</b>	<b>136</b>
<b>XXXV.</b>	<b>INDICADORES DE RENTABILIDAD _____</b>	<b>136</b>
<b>XXXVI.</b>	<b>CONCLUSIONES _____</b>	<b>138</b>
36.1.	Conclusiones generales _____	138
36.2.	Conclusiones específicas _____	139
36.2.1.	Análisis del cumplimiento de los objetivos de la investigación _____	139
36.2.2.	Contribución a la gestión empresarial _____	140
36.2.3.	Contribución a nivel académico _____	140
36.2.4.	Contribución a nivel personal _____	140
<b>XXXVII.</b>	<b>BIBLIOGRAFIA _____</b>	<b>141</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1. Servicios que ofrece FORCOP</b>	<b>3</b>
<b>Tabla 2. Detalle de costos fijos anual de FORCOP.</b>	<b>23</b>
<b>Tabla 3. Poder de negociación de los clientes. Información obtenida del Servicio de Rentas Internas (SRI)</b>	<b>34</b>
<b>Tabla 4. Descripción de recursos de FORCOP</b>	<b>44</b>
<b>Tabla 5. Análisis FODA (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) de FORCOP</b>	<b>50</b>
	<b>50</b>
<b>Tabla 6. Análisis CAME (Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar) de FORCOP</b>	<b>51</b>
<b>Tabla 7. Desarrollo del modelo CANVAS.</b>	<b>54</b>
<b>Tabla 8. Pan de acción para los meses de enero a mayo 2025</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 9. Análisis de la competencia directa e indirecta de FORCOP</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 10. Descripción del rango de precios de servicios</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 11. Detalle de la descripción en relación de cargos</b>	<b>104</b>
<b>Tabla 12. Ficha técnica de los cargos de FORCOP</b>	<b>105</b>
<b>Tabla 13. Ficha técnica de los cargos de FORCOP</b>	<b>106</b>
<b>Tabla 14. Descripción de las partidas salariales de FORCOP</b>	<b>107</b>
<b>Tabla 15. Descripción de costos de mano de obra para las operaciones FORCOP</b>	<b>108</b>
<b>Tabla 16. Proyección de gastos de personal hasta el año 2029 de FORCOP</b>	<b>109</b>
<b>Tabla 17. Distribución salarial a partidas nacionales</b>	<b>110</b>
<b>Tabla 18. Descripción de porcentaje de costos cubiertos por la empresa</b>	<b>112</b>
<b>Tabla 19. Proyección de ingresos hasta el año 2028</b>	<b>114</b>
<b>Tabla 20. Proyección de costos de venta hasta el año 2028</b>	<b>116</b>
<b>Tabla 21. Desglose de margen bruto por producto</b>	<b>117</b>

<b>Tabla 22. Proyección de Costes de Fabricación</b>	<b>119</b>
<b>Tabla 23. Gastos Operativos (OPEX) de FORCOP hasta el año 2028</b>	<b>120</b>
<b>Tabla 24. OPEX, Imprevistos y Resumen de Costes de Explotación</b>	<b>122</b>
<b>Tabla 25. Gasto de capital (CAPEX) - parte 1</b>	<b>123</b>
<b>Tabla 26. Gasto de capital (CAPEX) - parte 2</b>	<b>124</b>
<b>Tabla 27. Cuadro de Cuentas de Explotación hasta el año 2028</b>	<b>126</b>
<b>Tabla 28. Detalle de los fondos de maniobra hasta el año 2028</b>	<b>128</b>
<b>Tabla 29. Balance de situación proyectado hasta el año 2028</b>	<b>130</b>
<b>Tabla 30. Estado de Cash Flow proyectado hasta el año 2028</b>	<b>133</b>
<b>Tabla 31. Proyección de amortización de deudas</b>	<b>135</b>
<b>Tabla 32. Cálculo de rentabilidad del proyecto hasta el año 2028</b>	<b>136</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1. Logos de la empresa y colores representativos</b>	<b>5</b>
<b>Figura 2. Socios promotores de la empresa</b>	<b>7</b>
<b>Figura 3. Porcentaje de participación de los socios</b>	<b>8</b>
<b>Figura 4. Distribución de potenciales clientes</b>	<b>35</b>
<b>Figura 5. Áreas de desempeño empresas seguridad privada, 2022. Información obtenida de Dinased</b>	<b>41</b>
<b>Figura 6. Encuesta de victimización y percepción de inseguridad. Información obtenida del INEC</b>	<b>42</b>
<b>Figura 7. Segmentación de mercado por características conductuales de los clientes.</b>	<b>43</b>
<b>Figura 8. Organigrama del departamento comercial</b>	<b>81</b>
<b>Figura 9. Plan de servicio al cliente</b>	<b>101</b>
<b>Figura 10. Flujograma de atención a clientes FORCOP.</b>	<b>102</b>
<b>Figura 11. Organigrama general de la empresa</b>	<b>103</b>



En el contexto actual, caracterizado por la prevalencia de la incertidumbre y la inseguridad, emerge **FORCOP** como un pionero en la gestión integral de la seguridad empresarial, fusionando la gestión del talento humano con tecnología e innovación. Al ser un aliado estratégico y un arquitecto de la confianza, **FORCOP** busca no solo enfrentar los desafíos de seguridad presentes, sino también liderar la evolución hacia un futuro empresarial más seguro y resiliente.

Este innovador proyecto se posiciona como un aliado estratégico, ofreciendo un enfoque único que busca armonizar la gestión del talento humano como el pilar fundamental para construir la confianza y liderar la transformación en la percepción y gestión de la seguridad.

**FORCOP** no solo se limita a ser un proveedor de servicios de seguridad convencionales; más bien, se presenta como un arquitecto de la confianza, reconociendo que la seguridad efectiva va más allá de la implementación de medidas físicas. El proyecto se centra en la gestión integral del talento humano, reconociendo que las personas son un componente clave en el entramado de la seguridad empresarial. Desde los procesos de

selección cuidadosa del personal hasta su permanencia laboral, **FORCOP** se propone fortalecer la seguridad desde adentro hacia afuera

## I. PROPUESTA DE VALOR

Nuestra propuesta de valor se fundamenta en la convergencia de la gestión integral del talento humano, la tecnología avanzada y la innovación, ofreciendo una solución completa y única para enfrentar los desafíos contemporáneos de seguridad.

Aprovechando las últimas tendencias en inteligencia artificial, análisis de datos y soluciones digitales, el proyecto busca proporcionar a las empresas herramientas avanzadas para anticipar y mitigar riesgos de seguridad. Esto no solo implica una mayor eficiencia en la detección de amenazas, sino también la capacidad de adaptarse rápidamente a un entorno en constante cambio.

Además, FORCOP se compromete a fomentar una cultura organizacional orientada a la seguridad y la confianza. A través de programas de concientización, entrenamiento y desarrollo personalizado, el proyecto busca involucrar a cada miembro del equipo en la construcción de un entorno seguro y confiable, sin limitarse a la restauración después de los daños, si no, en el crecimiento y la gestión del cambio, con un enfoque esencialmente positivo

y optimista que la gestión únicamente de los riesgos accidentales, orientando a que su inversión en seguridad retorne a la empresa.

## II. NUESTROS SERVICIOS

Tabla 1. Servicios que ofrece FORCOP

PRUEBAS DE DETECCIÓN DEL ENGAÑO CON INSTRUMENTACIÓN DE ÚLTIMA GENERACIÓN	PRUEBAS DE APOYO ESTRATEGICO EN PREVENCIÓN DE RIESGOS	ANÁLISIS DE SEGURIDAD TÉCNICA
Procedimientos diseñados para evaluar si una persona está siendo veraz o si está intentando engañar frente a un parámetro establecido.	Métodos, herramientas o análisis específicos que se utilizan para respaldar y fortalecer las estrategias y decisiones relacionadas con la prevención de riesgos en un contexto dado.	Enfoque sistemático y analítico para comprender los riesgos y desarrollar estrategias efectivas de mitigación.
<i>CARÁCTER: CIENTÍFICO</i>	<i>CARÁCTER: ESTRATÉGICO</i>	<i>CARÁCTER TÉCNICO</i>
<input type="checkbox"/> Sistema de detección Poligrafiaca <input type="checkbox"/> Sistema Ocular Técnica EyeDetetc <input type="checkbox"/> Sistema tecnológico de estres de Voz	<input type="checkbox"/> Reportes de Integridad <input type="checkbox"/> Pruebas Toxicológicas <input type="checkbox"/> Pruebas Grafológicas <input type="checkbox"/> Pruebas Psicológicas	<input type="checkbox"/> Estudios de Seguridad Física <input type="checkbox"/> Estudios de Seguridad en la Tecnología de la Información <input type="checkbox"/> Estudios de Seguridad Personal e Investigación <input type="checkbox"/> Inteligencia Empresarial

Beneficios exclusivos que ofrece FORCOP:

- Servicios con control de calidad
- Cobertura a nivel nacional

- Búsqueda de la excelencia con normas de calidad en seguridad.
- Satisfacción del cliente con entregables inmediatos
- Procesos basados en gestión del riesgo con base científica
- Apegados a normativa vigente de la ley de vigilancia y seguridad privada

### III. PERFIL DE LA MARCA

Forcop marca registrada, surge de la unión de las palabras en inglés Forensic + Cop, generando una conexión con servicios o productos relacionados con la investigación forense o seguridad.

Nuestros colores han sido elegidos de manera estratégica para transmitir los valores y la identidad de la marca.

El concepto del logo se basa en una criatura que representa al LOBO, representando un alto sentido de lealtad y fuerza.

La paleta de colores que definen la marca son el AZUL, AZUL MARINO y NARANJA, transmitiendo diversos estímulos a nuestros clientes, como la calma, confianza, la fiabilidad y la energía.



*Figura 1. Logos de la empresa y colores representativos.*

#### IV. SOCIOS PROMOTORES

Los socios de FORCOP provienen de diversos sectores empresariales, destacándose por su enfoque estratégico y un elevado compromiso con la transparencia. Su convergencia en este emprendimiento responde de manera decidida a la necesidad de abordar y resolver un problema compartido, evidenciando su capacidad para transformar desafíos en oportunidades.

Entre las características distintivas de nuestros socios se destaca una sólida experiencia en el ámbito de la seguridad, demostrando habilidades clave en la gestión de personal, asuntos financieros y logísticos, además de un profundo conocimiento de sectores estratégicos. Esta diversidad de habilidades se erige como un activo estratégico para enfrentar los desafíos multifacéticos que presenta el sector de seguridad y gestión de personal.



La unión entre nuestros socios va más allá de la problemática nacional compartida; es una convicción sólida en la necesidad de buscar y proporcionar soluciones integrales para garantizar la seguridad en diversos sectores. Esta convicción se traduce con precisión en la identificación aguda de la necesidad de una empresa que ofrezca servicios unificados, con un enfoque específico en la selección y gestión de personal.

El respaldo financiero de esta iniciativa se refleja en una inversión inicial significativa de \$100,000 dólares americanos, lo cual no solo demuestra el compromiso de los socios, sino también la confianza financiera depositada en la visión y capacidad de FORCOP para abordar de manera efectiva y holística las complejidades de la seguridad laboral. Este respaldo financiero refuerza nuestra posición para llevar a cabo nuestra misión de ofrecer soluciones innovadoras y efectivas en el ámbito de la seguridad empresarial.



**Fabian Mancheno**

Experto de Seguridad e  
Investigación



**Katherine Granda**

Experta en la Gestión de  
Personal



**Andres Stacey**

Experto en Logística y  
Operaciones Mineras



**Rebeca Gaona**

Experta en Sistemas de  
Control Interno y Auditoría

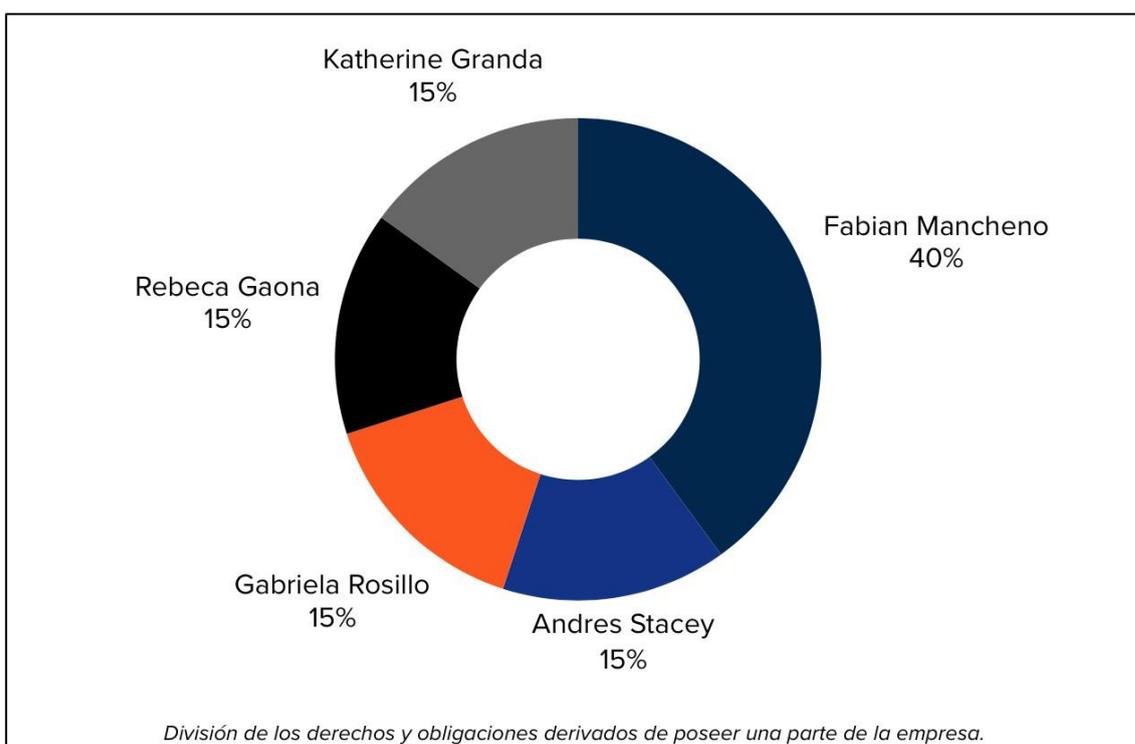


**Gabriela Rosillo**

Experta en Finanzas  
Corporativas

**Figura 2. Socios promotores de la empresa**

#### 4.1. Participación de los Socios Fundadores



**Figura 3. Porcentaje de participación de los socios.**

## V. MISIÓN

Ofrecer una gestión de personal segura y confiable mediante el uso de tecnologías científicas e innovadoras.

## VI. VISIÓN

Ser líderes indiscutibles de la seguridad en la gestión de personal en el sector empresarial de la región costera del Ecuador en el 2024.

## VII. VALORES

FORCOP establece líneas de estructurales basados en valores, citados a continuación:

**Integridad:** La integridad de nuestros colaboradores es el pilar fundamental que refleja la honestidad y ética de nuestra empresa. Promovemos un entorno en el que la honestidad y la ética son innegociables.

**Innovación:** La innovación es la base de todos nuestros servicios, asegurando resultados confiables y fáciles de comprender. Constantemente buscamos soluciones creativas y eficaces.



Confidencialidad: Respetamos, garantizamos y protegemos la información de nuestros clientes, construyendo un vínculo de confianza sólido.

Calidad: Buscamos la excelencia en todos los aspectos de nuestro servicio, proporcionando una experiencia que refleje la seguridad que brindamos.

Compromiso: Colocamos a nuestros clientes en el centro de todas nuestras operaciones, enfocándonos en superar sus expectativas, entendiendo sus preocupaciones. Buscando la satisfacción como el núcleo de relaciones duraderas.

Transparencia: Contamos con personal verificado, contando con procesos y comunicación claros. Inspiramos confianza tanto interna como externamente a través de un acompañamiento sincero y una comunicación abierta y honesta.

## VIII. OBJETIVOS GENERALES

Consolidar a FORCOP como líder en la gestión de seguridad empresarial centrada en el recurso humano en Ecuador, alcanzando un crecimiento del 15% en la cuota de mercado en los próximos 2 años mediante la innovación de servicios basada en el feedback de clientes y análisis de la competencia.

Establecer alianzas estratégicas con empresas públicas y privadas del sector para mejorar la oferta de servicios y ampliar la cartera de clientes, mediante la apertura de sucursales y asociaciones estratégicas en regiones clave del país, mejorando el reconocimiento de la marca FORCOP a través de campañas de marketing y relaciones públicas, incrementando la visibilidad en medios y eventos relevantes.

## IX. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Introducir inteligencia artificial y análisis de datos en los servicios de seguridad para mejorar la eficiencia y anticipar riesgos, garantizando el estricto cumplimiento de normativas de seguridad y vigilancia privada, con compromiso, legalidad y ética en todas las operaciones.

Desarrollar programas para fomentar una cultura organizacional orientada a la seguridad y confianza mediante concientización, entrenamiento y desarrollo personalizado

para mantener un alto nivel de satisfacción del cliente a través de la entrega oportuna de servicios, resolución efectiva de problemas y atención personalizada.

Establecer procesos de selección rigurosos para promover la contratación y retención de profesionales altamente calificados y confiables.

## **X. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DEL SECTOR**

Como parte de este desarrollo, el análisis del entorno y sector es crucial para el éxito empresarial. Evaluar factores económicos, políticos, sociales y tecnológicos proporciona una comprensión profunda del entorno empresarial. Este enfoque permite identificar oportunidades y amenazas, ajustar estrategias y anticipar cambios en el mercado. En el análisis del sector, se examinan tendencias, competencia y regulaciones para desarrollar decisiones informadas.

### **10.1. Análisis Pestel**



El análisis PESTEL es una herramienta estratégica que evalúa factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales que pueden afectar a FORCOP. Este análisis proporciona una visión integral del entorno en el que opera. A continuación, se presenta un resumen del análisis PESTEL para dicha empresa:

#### 10.1.1. Político

**La transición de poder de Guillermo Lasso a Noboa** este 23 de octubre del año en curso, destaca un factor político clave. El cambio de liderazgo puede tener implicaciones en las políticas gubernamentales y en la estabilidad política del país.

**El Gobierno entrante del movimiento ALIANZA ACCIÓN DEMOCRÁTICA NACIONAL**, ha propuesto la reducción de la violencia mediante una combinación de intervención sociales, económica, educativa y de seguridad pública en su plan de gobierno 2023.

**En mayo de 2021 entró en vigor la Ley de Protección de Datos** y las medidas correctivas y régimen sancionatorio entraron en vigor a partir de mayo del 2023. Esta ley salvaguarda los datos personales de los ciudadanos ecuatorianos y garantizarles el derecho de acceder a dicha información y tomar decisiones al respecto.

El presidente electo, Daniel Noboa, establece **cambios en las relaciones diplomáticas o acuerdos comerciales de Ecuador**, mientras establece diálogos con los delegados del Gobierno de Estados Unidos sobre cooperación en seguridad y apoyo productivo.

El 29 de septiembre de 2023, el Ecuador y la Unión Europea acordaron ampliar la cooperación bilateral y profundizar en la lucha contra el crimen transnacional organizado.

### 10.1.2. Económico

El Gobierno de Lasso comunicó que la disminución anual de ingresos se estimaría en al menos USD 1.900 millones debido al cierre del campo petrolero. (Marcayata, C. 2023)

Estadounidenses, aportan alrededor de **USD 100 millones anuales en cooperación de seguridad con Ecuador**, tras acuerdos establecidos con Daniel Noboa.

Ecuador experimentó una **disminución significativa en la Inversión Extranjera Directa (IED)** durante el primer semestre de 2023, atrayendo solo USD 106.6 millones, según datos del Banco Central de Ecuador (BCE). Este monto refleja una caída del 87% en comparación con los USD 811.2 millones recibidos en el mismo período de 2022. (Tapia, E. 2023)

Hasta agosto de 2023, las exportaciones petroleras de Ecuador cayeron un 32%, impactando negativamente en las exportaciones totales que disminuyeron un 9%, alcanzando USD 20,347 millones. (González, P. 2023)

### 10.1.3. Social

La seguridad destaca la creciente amenaza derivada del narcotráfico y la delincuencia organizada en Ecuador. La crisis histórica generada por estos fenómenos se refleja en una **alarmante tasa de homicidios, proyectando un aumento del 64.9% en 2023**. (Statista Research Department, 2024)

Según la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2023), En el II trimestre de 2023, la tasa de empleo adecuado se ubicó en 34,9% y la tasa de subempleo en 20,0%.

Según los informes de la Policía Nacional y la Fiscalía, los robos, que abarcan seis tipos diferentes, sumaron 55.461 en el período de enero a septiembre de 2023. Esto representa una disminución con respecto a los 57.999 casos registrados en 2022.

Según estadísticas de la fiscalía general del estado, hay 4.655 denuncias presentadas, de las cuales el 53% corresponde a delitos de extorsión

#### 10.1.4. Tecnológico

El 28 de septiembre de 2023, el ahora presidente electo presentó el Plan Fénix. Una iniciativa que busca la creación de una nueva central de inteligencia nacional y mejorar el equipamiento de la fuerza pública.

Hasta el mes de agosto de 2023, el Ministerio del Interior ha utilizado únicamente el 13% de su presupuesto anual, que asciende a USD 96.3 millones para la inversión de equipos de seguridad pública. Mientras que el 84,2% se mantiene bajo análisis de ejecución.

Según los informes de la Policía Nacional y la Fiscalía, los robos, que abarcan seis tipos diferentes, sumaron 55.461 en el período de enero a septiembre de 2023. Esto representa una disminución con respecto a los 57.999 casos registrados en 2022.

El 2 de junio de 2022, la Oficina Internacional de Asuntos Antinarcoóticos y Cumplimiento de la Ley de Estados Unidos (INL, por su sigla en inglés) proporcionó al Gobierno de Ecuador tecnología y polígrafos, con el objetivo de respaldar sus esfuerzos en la erradicación de la corrupción y el fortalecimiento de la Policía Nacional.

### 10.1.5. Legal

El 05 de enero de 2023 fue aprobada la Ley de Seguridad Integral, aprobada por la Asamblea Constituyente.

Durante el año 2021, el Código Integral Penal experimentó dos significativas alteraciones. La primera de ellas se promulgó en agosto de 2021, marcando la aprobación de la reforma destinada a abordar la violencia sexual digital y fortalecer la respuesta contra los delitos informáticos.

La aplicación de las pruebas de confianza en el marco jurídico ecuatoriano no se encuentra normado dentro de alguna ley.

Desde el 15 de abril de 2021, las Sociedades por Acciones Simplificadas (S.A.S.) se constituyan en línea a través de [www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec), obteniendo de manera automática la inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) y la clave del Servicio de Rentas Internas (SRI).

## **XI. FUERZAS DE PORTER**



Las Fuerzas de Porter se revelan como una herramienta fundamental para comprender la complejidad de las interacciones competitivas y las dinámicas del mercado. Michael Porter, con su modelo de las cinco fuerzas, proporciona un marco analítico esencial para evaluar la competitividad en un sector que, más que nunca, demanda soluciones innovadoras y estrategias adaptativas. (Espinoza, M. 2021)

En este sentido, estas fuerzas se despliegan como elementos clave que influyen en la estructura y la intensidad de la competencia. Desde la amenaza de nuevos participantes hasta el poder de negociación de compradores y proveedores. Cada fuerza delinea la complejidad y las oportunidades presentes en un entorno donde la protección y la resiliencia son imperativos.

En esta exploración, desentrañaremos cómo estas fuerzas modelan el paisaje de la seguridad, identificando las oportunidades emergentes y los desafíos inherentes. Al sumergirnos en este análisis, nos embarcamos en un viaje hacia la comprensión profunda de las dinámicas competitivas que dan forma al sector de la seguridad en la gestión del personal, y cómo, armados con este conocimiento, podemos forjar estrategias que no solo se anticipen, sino que también lideren en un entorno en constante evolución.

### 11.1. Barreras de Entrada

### **11.1.1. Económica de Escala**

La implementación de tecnologías avanzadas como el polígrafo demanda inversiones sustanciales en equipos y capacitación especializada, especialmente en un sector caracterizado por la tecnificación. Para asegurar un flujo efectivo de soluciones, nuestro enfoque se centra en la adquisición directa de equipos, priorizando la importación para garantizar la calidad y acceder a tecnologías de última generación. La formación específica de nuestros técnicos, con experiencia formal en investigaciones policiales, refuerza nuestra capacidad de ofrecer servicios de la más alta calidad.

### **11.1.2. Impacto**

En un mercado donde la competencia directa, como Mac Security, se concentra en la zona costera, nuestra estrategia de ingreso se beneficia de la ausencia significativa de competidores en gran medida. La creciente inseguridad y la expansión de las mafias en Ecuador subrayan la necesidad creciente de nuestro servicio, enfocado en la atención en campo con rigurosos estándares de resguardo y custodia de información.

### **11.1.3. Eficiencia**

La adquisición de equipos de última tecnología garantiza resultados rápidos y precisos, respaldados por el profesionalismo y la formación de nuestros colaboradores. Frente a una infraestructura social deficiente, nuestra eficacia se destaca al proporcionar soluciones directas en empresas, contribuyendo a la mitigación de riesgos y la salvaguarda de la integridad empresarial.

#### **11.1.4. Especialización de la Fuerza Laboral**

La especialización de nuestra fuerza laboral es una piedra angular de nuestra propuesta. Con un personal altamente calificado y específicamente formado en Psicofisiología forense con escuelas de formación técnica de México con respaldo del más alto Gremio de Poligrafistas americanos, y con una larga experiencia laboral en investigaciones e inteligencia de seguridad nacional, garantiza la veracidad y la fiabilidad de nuestros resultados. Este nivel de experiencia proporciona una ventaja distintiva en un entorno empresarial altamente tecnificado y especializado.

### **11.1.5. Desventaja de costes independientes**

#### **11.1.5.1. Costos Fijos**

Dentro de nuestros costos fijos, se incluye una distribución anual de licencias, pago de equipos y aplicación funcional del negocio, estructurados como costos recurrentes mensuales. Sin embargo, la estructura empresarial requiere que los pagos de la inversión en la aplicación del negocio se distribuyan anualmente para optimizar la generación de ingresos, ya que la adquisición de licencias se realiza de manera anual. Este enfoque estratégico garantiza la sostenibilidad financiera y la eficiente gestión de recursos a largo plazo.

Tabla 2. Detalle de costos fijos anual de FORCOP.

INVERSIÓN INICIAL		\$ 100,000.00	
MENSUAL		ANUAL	
Técnicos	\$ 3,000.00	Equipamiento oficina	\$ 10,000.00
Arriendo	\$1,500	Aplicación	\$ 25,000.00
Salario socios	\$ 6,000.00	Equipos	\$36,000
Servicios basicos	\$ 150.00	Licencias	\$ 15,000.00
<b>TOTAL :</b>	<b>\$ 10,650.00</b>	<b>TOTAL :</b>	<b>\$ 86,000.00</b>
		<b>FONDO DE MANIOBRA</b>	<b>\$ 14,000.00</b>

Costo promedio por prueba		MEDIA	
Poligrafo	\$ 150.00	\$ 2,250.00	
Eye detect	\$ 170.00	\$ 2,550.00	
Grafología	\$ 100.00	\$ 1,500.00	
Investigación	\$ 1,000.00	\$ 8,000.00	
<b>TOTAL :</b>		<b>\$ 14,300.00</b>	

PROMEDIO DE GASTO MENSUAL	
PRORRATEO ANUAL	\$ 3,583.33
COSTO MENSUAL	\$ 10,650.00
<b>TOTAL :</b>	<b>\$ 14,233.33</b>

### 11.1.5.2. Inversiones en Capital

Dentro de la proyección de inversiones en capital, delineamos con precisión los desembolsos financieros estratégicos que FORCOP tiene previsto realizar. Esta fase crucial de nuestra planificación financiera refleja no solo el compromiso a largo plazo de la empresa,

sino también la cuidadosa asignación y canalización de los fondos iniciales consolidados por el grupo accionario.

En esta etapa, detallaremos cada componente de inversión, desde la adquisición de tecnología especializada hasta la capacitación del personal clave y la infraestructura necesaria para operar eficientemente. La transparencia en estos desembolsos no solo establece la base financiera de FORCOP, sino que también demuestra nuestro enfoque estratégico para maximizar la eficacia operativa y la rentabilidad.

El monto inicial, resultado de la colaboración del grupo accionario, se destinará con precisión para optimizar la implementación del polígono, la adquisición de equipos de seguridad de última generación y el establecimiento de las instalaciones de operación. Este enfoque estratégico no solo refleja nuestra dedicación a la excelencia operativa, sino que también asegura una posición sólida en el mercado de seguridad.

A través de estas inversiones en capital, FORCOP no solo busca establecer su presencia en el sector, sino sentar las bases para un crecimiento sostenible y una contribución significativa a la seguridad integral en el panorama actual. Estamos comprometidos a utilizar cada desembolso como un medio para asegurar la excelencia y la confianza en nuestros

servicios, reafirmando así nuestro compromiso con la seguridad y la innovación en cada paso de nuestro viaje empresarial.

### **11.1.5.3. La naturaleza de las inversiones**

En el corazón de nuestras inversiones iniciales radica la adquisición de 3 unidades de polígrafo, esenciales para abordar múltiples frentes de servicio. Este enfoque responde a la versatilidad requerida en nuestro mercado, donde la prestación del servicio se adapta a las necesidades específicas de nuestros clientes. Cada unidad, con un costo de \$12.000 dólares americanos, engloba no solo el hardware necesario, sino también la licencia anual de uso y la capacitación integral para su aplicación eficaz.

La licencia de uso del sistema de detección rápida EYEDTECT, así como la representación la marca, representa una inversión significativa de \$15.000 dólares americanos que incluye la provisión de dos ordenadores especializados para su implementación.

Reconociendo la importancia de la movilidad y la conectividad, destinamos recursos a la compra de 6 radios, 6 ordenadores personales y 6 celulares para nuestro equipo investigativo y de gestión remota. Esta dotación de herramientas garantiza una comunicación eficiente y un desempeño óptimo en cualquier entorno operativo.

La necesidad de una infraestructura física adecuada no se subestima. Para nuestra razón social, hemos previsto la adquisición de 6 ordenadores y el equipamiento completo de la oficina, creando un entorno propicio para la gestión administrativa y técnica coordinada de la compañía.

Al centrar nuestras inversiones en tecnología avanzada, como el polígrafo y el sistema EYEDETEC, delineamos una estrategia que no solo asegura nuestra diferenciación en el mercado, sino que también sienta las bases para una operación eficiente y líder en el sector de seguridad.

#### **11.1.6. Diferenciación del producto**

En el competitivo panorama de la seguridad, nos destacamos como pioneros al ofrecer servicios diferenciados basados en tecnología actualizada y de vanguardia,

permitiéndonos determinar con precisión la veracidad de la información recibida. Nuestro sello distintivo radica en la precisión científica de nuestras herramientas tecnológicas, brindando evaluaciones de confianza y toma de decisiones precisa y técnica.

Nuestro enfoque va más allá de la identificación de engaños, anticipando vulnerabilidades y riesgos potenciales, proporcionando una capa adicional de seguridad que supera las soluciones convencionales. La introducción del sistema del POLIGRAFO y EYEDETEC nos otorga una ventaja estratégica innegable, destacando nuestra dedicación a la excelencia y garantizando a los clientes un servicio líder respaldado por el creador del software.

Buscamos una posición con base estratégica que nos sitúa a la vanguardia de la innovación y calidad en POLIGRAFÍA y EYEDETECT, consolidando nuestra posición como líderes indiscutibles en el sector. (Carbajal, F. 2022)

### **11.1.7. Acceso de canales de distribución**

Los canales de distribución se refieren al medio que usan las empresas para la venta de sus productos o servicios, los cuales pueden ser directos, de forma física o a través de

medios digitales por ejemplo páginas online o plataformas de ventas. FORCOP ofrece un amplio catálogo de servicios, por lo que se pueden aprovechar los diferentes canales de distribución. (Zendesk, 2023)

La principal forma de dar a conocer el producto será a través de las experiencias de los clientes, por lo que inicialmente, el principal medio de distribución de será digital, a través de una página web de la empresa en la cual los potenciales clientes encontrarán la información necesaria sobre los servicios ofrecidos y los medios de contacto como número de teléfono, correo electrónico y redes sociales.

Se establece una oficina matriz en la ciudad de Machala, debido a la alta concentración de posibles clientes, rápido acceso y distribución hacia otros lugares de la región Costa.

Su objetivo es facilitar la selección del servicio para el cliente, reducir costos para la empresa y aumentar la eficiencia del proceso para ambos.

- **Venta Directa:** Sin intermediarios, interactuamos de manera directa con las empresas o individuos para ofrecer servicios de seguridad personalizados.
- **Sitio Web:** Presencia digital, dando mayor visibilidad a la marca y productos a ofrecer.

- Red de Distribuidores: Nuestro equipo de trabajo altamente capacitado en los diferentes productos que comercializamos entrega a nuestros clientes el mejor asesoramiento. Adicional a esto se ofrecen visitas in-situ para garantizar la mejor atención y comprensión de los servicios ofrecidos.
- Eventos y ferias comerciales: Donde presentamos nuestra marca y porque nos caracterizamos como una de las mejores empresas de seguridad.

#### **11.1.8. Políticas gubernamentales**

Existen diferentes leyes que aplican y rigen a las empresas que se desarrollan en el campo de la seguridad, como la Ley orgánica de Seguridad Pública y del Estado, Ley de Vigilancia y Seguridad Privada. Estas establecen como se debe constituir la empresa, los requisitos que se deben cumplir respecto a la contratación de personal, permisos que se deben obtener para que las operaciones cumplan con la legislación ecuatoriana.

Para la constitución de la empresa se debe cumplir con requisitos similares a los de empresa de otros sectores, nombramiento de representante legal, registro de la escritura de constitución de la compañía, registro de la compañía en Registro Mercantil, Permiso de operaciones.

La mayoría de los trámites públicos no tienen costo, salvo algunos en los cuales se deben pagar tasas por los servicios. A pesar de que los tramites tienen procedimiento claro, estos pueden llegar a ser engorrosos debido a los largos tiempos de espera e ineficiencia del sistema.

Otra dificultad que se puede presentar son los cambios de gobierno. En este periodo pueden presentar cambios, lo cual retrasa trámites públicos.

## **11.2. Barreras de Salida**

### **11.2.1. Emocionales o personales**

Las barreras emocionales se desarrollan cuando el o los socios a la empresa desarrollan un apego emocional con la empresa, lo cual puede impedir que se tomen decisiones como el cierre de esta, incluso si es lo mejor para la empresa. Se han identificado los principales escenarios en los cuales se pueden presentar esta situación.

**Socios fundadores de la empresa:** El o los socios fundadores pueden negarse al cierre de la empresa debido a su participación desde la constitución y todo el proceso de desarrollo de la empresa

Dificultades de ingreso al mercado: Las dificultades que se presentaron para ingresar y posesionarse en el mercado pueden provocar que se alargue el cierre de la empresa

Recursos invertidos en la empresa: Los recursos tanto económicos, intelectuales, humanos y el tiempo invertido pueden verse como una atadura al negocio, haciendo que se busque a toda costa mantenerlo

Con el fin de evitar esta situación, se establecerá una junta directiva, la cual evaluará los factores que estén afectando a la empresa y determinar, en base esa información la mejor decisión. Los factores que se deben analizar son los siguientes:

Ingresos: Evaluar si los ingresos por ventas han disminuido y en caso de ser positivo, determinar la razón de la disminución de ventas y si se puede corregir.

Gastos: Detallar los gastos de la empresa y determinar si se pueden reducir evitando afecta la operatividad de esta.

Inversiones: Analizar se cuenta con inversionistas, evaluar si se pueden conseguir nuevos inversionistas, determinar cómo se usará este capital y el retorno que este representará

Análisis del mercado: Sondar el mercado, si hay nueva competencia o alguna empresa que ofrezca servicios similares, cual es la ventaja competitiva de nuestra empresa y si se puede aprovechar para recuperar el mercado

Económicas y obligaciones con el trabajador

Las barreras emocionales se desarrollan cuando el o los socios a la empresa desarrollan un apego emocional con la empresa, lo cual puede impedir que se tomen decisiones como el cierre de esta, incluso si es lo mejor para la empresa. Se han identificado los principales escenarios en los cuales se pueden presentar esta situación.

Socios fundadores de la empresa: El o los socios fundadores pueden negarse al cierre de la empresa debido a su participación desde la constitución y todo el proceso de desarrollo de la empresa

Dificultades de ingreso al mercado: Las dificultades que se presentaron para ingresar y posesionarse en el mercado pueden provocar que se alargue el cierre de la empresa.

Recursos invertidos en la empresa: Los recursos tanto económicos, intelectuales, humanos y el tiempo invertido pueden verse como una atadura al negocio, haciendo que se busque a toda costa mantenerlo.

Con el fin de evitar esta situación, se establecerá una junta directiva, la cual evaluará los factores que estén afectando a la empresa y determinar, en base esa información la mejor decisión. Los factores que se deben analizar son los siguientes:

**Ingresos:** Evaluar si los ingresos por ventas han disminuido y en caso de ser positivo, determinar la razón de la disminución de ventas y si se puede corregir.

**Gastos:** Detallar los gastos de la empresa y determinar si se pueden reducir evitando afecta la operatividad de esta.

**Inversiones:** Analizar se cuenta con inversionistas, evaluar si se pueden conseguir nuevos inversionistas, determinar cómo se usará este capital y el retorno que este representará

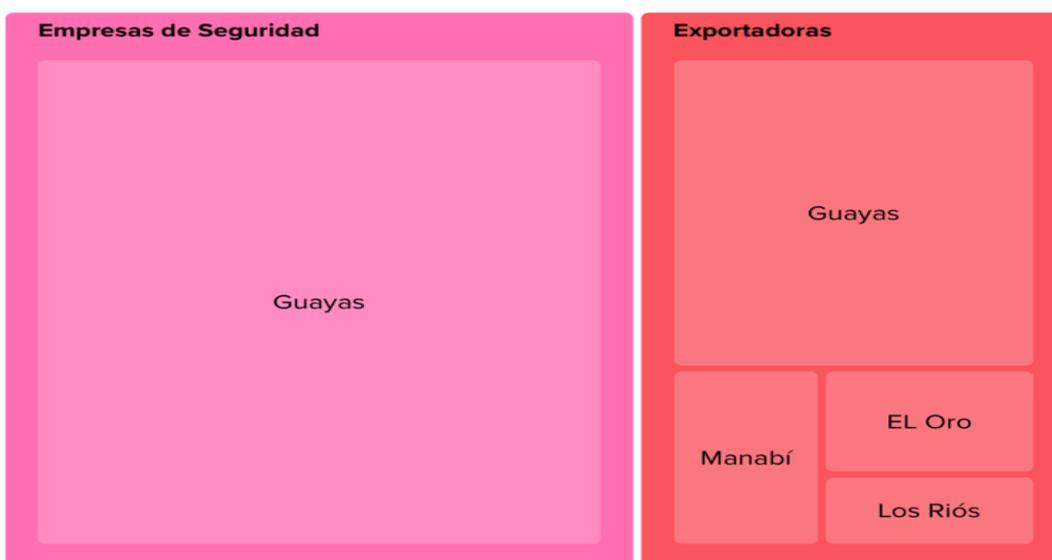
**Análisis del mercado:** Sondar el mercado, si hay nueva competencia o alguna empresa que ofrezca servicios similares, cual es la ventaja competitiva de nuestra empresa y si se puede aprovechar para recuperar el mercado.

### 11.2.2. Poder de negociación con el cliente

Estudiamos al cliente y nos anticipamos a las objeciones determinando que es y no factible durante el proceso de selección, creamos una conexión emocional entre el cliente y la marca estando presente en la conversación, evitando interrumpir y hacer preguntas directas para asegurarte de que estás comprendiendo la información recibida.

*Tabla 3. Poder de negociación de los clientes. Información obtenida del Servicio de Rentas Internas (SRI)*

CLIENTE	UBICACIÓN	CANTIDAD DE EMPRESAS
Exportadoras	Guayas	320
	El Oro	64
	Manabí	76
	Los Ríos	42
Empresas de Seguridad	Guayas	740



**Figura 4. Distribución de potenciales clientes**

### 11.2.3. Estratégicas

Según la definición de barreras estratégicas, FORCOP buscará consolidarse dentro de un mercado en el cual, a pesar de no haber mayor competencia, el posicionamiento puede llegar a ser difícil debido al área en el cual se desarrolla la empresa.

Los servicios que se han desarrollado en la empresa son innovadores y se darán a conocer en el mercado, por lo que, si la empresa sale del rubro, la competencia con mayor capacidad puede brindar estos servicios, mejorando su posicionamiento y competitividad con otros.

Los socios promotores de la empresa conocerán las operaciones y logística que se llevan a cabo en la empresa, por lo que estos pueden incorporarse en la competencia, fortaleciéndola y dificultado el reingreso de nuestra empresa en el mercado.

Las presiones sociales respecto a los colaboradores de la empresa y el futuro de estos en caso de cerrar la empresa pueden derivar en huelgas o similares, dificultando la liquidación de dicha empresa.

Los equipos adquiridos por la empresa, al ser equipos especializados en el campo, pueden ser de amplio valor en el sector de seguridad, sin embargo, si las empresas que son competencia no ofrecen los servicios que usan estos equipos o no están interesadas en estos, será difícil recuperar estas inversiones.

El mercado en el que nos desarrollamos puede favorecer a otro sector, por ejemplo, a las empresas de reclutamiento de personal, empresas que requieren de investigación privada, las ventas de los proveedores de los equipos, plataformas y licencias, por lo que la salida del mercado puede derivar en efectos negativos para estas empresas que actualmente tienen una relación de sinergia.

### **11.3. Análisis Interno**

#### **11.3.1. Poder de negociación de proveedores**

##### **11.3.1.1. Número de proveedores y grado de concentración**

Debilidad: Como FORCOP, manejamos dos proveedores LIMESTONE TECH / CONVERUS.

Oportunidad: La ubicación geográfica de los proveedores se divide entre EEUU y España. Permittiéndonos diversificar nuestros puntos de capacitación.

##### **11.3.1.2. Grado de diferenciación**

Debilidad: Como FORCOP nos enfocamos en la utilización específica de PARAGON, equipo desarrollado por LIMESTONE TECH. El cual abarca Cardioresfigmografo, neumógrafo, galvanómetro. Concentrándonos en este único proveedor como eje de nuestra tecnificación.

Por parte de EyeDetect nuestro único proveedor es Converus, al manejar el sistema como creación propia de la empresa y proveernos licencia de operación.

Oportunidad: El estrecho margen de proveedores elegidos por parte de FORCOP, se debe a su estabilidad de resultados y la tecnología de vanguardia aplicada en sus productos.

#### **11.3.1.3. Productos sustitutos**

**Fortaleza:** El reciente lanzamiento de un nuevo sistema poligráfico de Stoelting Co. Con su línea CPSpro Fusion, nos permite como FORCOP ramificar nuestro espectro tecnológico y no sujetarnos a un solo proveedor.

**Debilidad:** Esta nueva tecnología, requiere un proceso integral de capacitación a nuestro personal, incurriendo en gastos aun no designados para innovación tecnológica y adquisición de nuevas licencias.

#### **11.3.1.4. Amenaza de integración vertical**

**Fortaleza:** Dentro del proceso de integración vertical por parte de los proveedores a FORCOP, el riesgo es corto, puesto que los proveedores detallados y seleccionados son empresas de tecnología especializada y no de seguridad.

**Oportunidad:** Como FORCOP una de nuestras posibles aristas es la apertura a la importación directa de los productos tecnológicos de nuestros proveedores, ramificándonos a la venta de la tecnología importada.

#### **11.3.1.5. Importancia del proveedor sobre el coste final del producto**

Amenaza: Como amenaza a nuestro negocio, delimitamos que, al sujetarnos a un solo proveedor por tecnología, nos vemos estrictamente sujetos a su variación de precios sobre nuestros costes empresariales.

Oportunidad: Al tener visualizado y en constante monitoreo la presencia de nuevos productos tecnológicos, sujetos a nuestros servicios podemos generar un plan de actualización y no depender de proveedores limitados.

#### **11.3.1.6. Poder de negociación de clientes**

Alta demanda de servicios

Fortaleza: Al aumentar el estado de inseguridad dentro del país FORCOP se estructura como una solución viable a los desafíos planteados. Contando como eje de nuestra gestión el sector portuario, bananero, minero, bancario y turístico del país. Enfocando nuestras operaciones en su mayoría en la zona costera del Ecuador.

Importancia del producto sobre los costes de clientes

Oportunidad: Como FORCOP, nos enfocamos en medianas y grandes empresas altamente representativas en el sector estratégico del país. Contamos con tarifas apegadas

al rango del costo de nuestros competidores, con la diferencia que mantenemos tecnología de vanguardia y licencias específicas de servicios especializados como EyeDetect.

Grado de rentabilidad del sector industrial del cliente

Oportunidad: Contando con que nos manejaremos dentro del sector estratégico nacional las cifras se estructuran de la siguiente manera:

Sector bananero: representa el 2% del PIB.

Sector portuario: representa el 6.8% del PIB.

Sector minero: representa el 1.6% del PIB.

Sector bancario: con un aporte de cartera bruta del 43% del PIB.

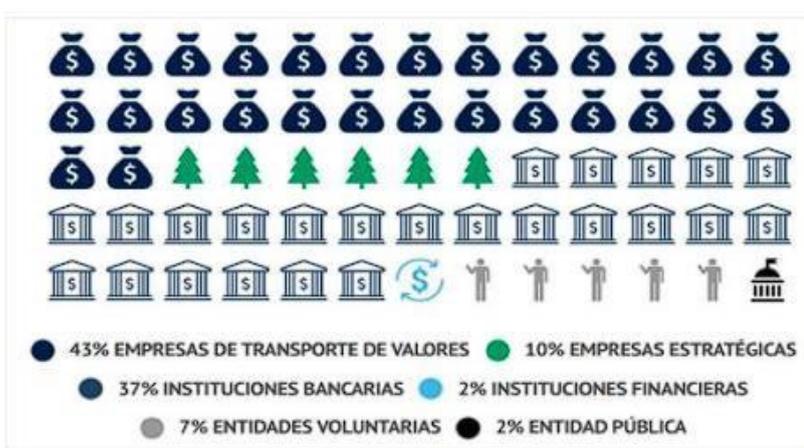
Sector turístico: representa el 4.4% del PIB.

Esto se traduce en que FORCOP estará ligado directamente con los sectores de mayor movimiento económico del país, generando valor agregado a nuestros clientes al esclarecer procesos de seguridad interna y mejorar el organigrama funcional de las compañías.

Basando nuestras operaciones en varios clientes y generando una no dependencia directa de un sector en específico.

## 11.4. Segmentación de Mercado

A causa de la inseguridad que vive el país en la actualidad, cada vez un mayor número de empresas de seguridad se concentran en determinados segmentos de mercado, FORCOP en lugar de orientarse al mercado en general, se ha centrado en satisfacer las necesidades de empresas vulnerables y que están más expuestas a estos efectos negativos sociales. (Robin, C y Torres, C., 2001)



*Figura 5. Áreas de desempeño empresas seguridad privada, 2022. Información obtenida de Dinased*

### 11.4.1. Geográficos

Las provincias que tienen puertos como Guayas, Manabí y el Oro son las más afectadas por la delincuencia por la facilidad para comercializar y/o traficar sustancias ilegales, por lo cual las empresas necesitan mayor control del personal a contratar.



**Figura 6. Encuesta de victimización y percepción de inseguridad. Información obtenida del INEC**

### 11.4.2. Conductuales

FORCOP con sus servicios de polígrafo y EyeDetect quiere lograr que toda empresa que brinda un servicio a terceros cuente con personal capacitado, profesional, que no guarde ningún historial criminal que afecte la reputación del mismo con el fin de mantenerse a lo largo del tiempo.



*Figura 7. Segmentación de mercado por características conductuales de los clientes.*

### 11.4.3. Análisis de Recursos Tangibles e Intangibles

Una vez realizada la segmentación pertinente, se establece que el mercado objetivo estará conformado por las empresas de naturaleza industrial y sectores estratégicos asentados en la zona costera del Ecuador, ya que son estas organizaciones las que con las

normativas impulsadas por los organismos de control de seguridad y salud ocupacional, se ven en la necesidad de adquirir insumos de seguridad para dotar a sus colaboradores y a la vez salvaguardar su integridad así como la rentabilidad financiera de la empresa.

Son todos aquellos recursos físicos, medibles y cuantificables, es decir, que se pueden tocar, acumular, almacenar y desplazar. En este grupo se encuentran los recursos tecnológicos físicos y los bienes tangibles como los económicos y financieros. Estos recursos son de gran ayuda en nuestra operación diaria, así como también su complemento el recurso intangible.

*Tabla 4. Descripción de recursos de FORCOP*

RECURSOS DE FORCOP		
NATURALEZA	RECURSO TANGIBLES	RECURSO INTANGIBLE
HUMANOS	Personal calificado en cada área de la empresa	Conocimientos. Talentos. Experiencia. Competencias. Cultura empresarial y organizacional.

FÍSICOS	Equipos actuales. Herramientas. Equipos de oficina. Mobiliario.	Tecnología. Conectividad. Licencias del software. Inteligencia Empresarial.
FINANCIEROS	Fondo de Inversión. Capacidad de endeudamiento.	Fuentes de financiamiento. Know How. Good Will Forcop.

## XII. BENCHMARKING

### 12.1. Competencia Directa

#### MAC SECURITY – Quito & Guayaquil

Es una empresa que brinda servicios de seguridad para la prevención o disuasión de delitos, garantizando la integridad y satisfacción de sus clientes. Son una empresa líder en el

mercado ecuatoriano de seguridad, con estándares internacionales que goza de reconocimiento por su estabilidad empresarial, el profesionalismo de sus colaboradores y la calidad de sus recursos materiales, su compromiso con la capacitación, la innovación tecnológica y el desarrollo de nuevos productos.

A través del estudio de mercado realizado a la empresa se ha podido determinar los siguientes servicios en los cuales se destacan por la variedad de estos.

COSTOS PRUEBAS ENTRE \$150 - \$160

 0999634063

 poligrafo@macsecurity.com.ec

Vigilancia Fija

Vigilancia Móvil

Protección VIP

Vigilancia Eventual

Investigación con uso de Polígrafo



Seguridad Electrónica

Asesorías

(MAC Security, 2024)

FEXTOR – Quito & Guayaquil

Es una empresa formada por ex funcionarios de la Oficina de Investigaciones del Departamento de Seguridad Nacional de EEUU, Departamento de Estado de los EEUU, Departamento de Seguridad Diplomática de los EEUU, y que han trabajado ampliamente con el FBI, DEA, Servicio Secreto, U.S. Marshals, Internal Revenue Service (IRS), Customs and Border Protection (CBP), así como importantes instituciones de Ecuador, Colombia y Perú de investigaciones e inteligencia.

Su atención y servicio al cliente marca la diferencia en esta empresa, tienen una rápida respuesta y están prestos a brindar toda la información solicitada para tener claro el panorama de lo que ofrecen.

**COSTO PRUEBAS \$120**

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

☎ 0988562092

✉ info@fextor.net

Investigaciones internas

Gestión del talento humano

Controles de confianza

## 12.2. Competencia Indirecta

### CONTROL RISK – Quito

Es una empresa legalmente constituida que, bajo el amparo y cumplimiento de las exigencias legales de operación vigente en el país y soporte de seriedad y alta calidad técnica, garantiza los servicios que brinda.

Su objetivo es entregar al cliente por medio de la experiencia los últimos avances tecnológicos, la permanente investigación e innovación, la solución a sus necesidades en el área de seguridad.



COSTO PRUEBAS \$100

 0988527885

 info@seguridadcontrolrisk.com

Consultoría en Seguridad

Seguridad uniformada y armada

Seguridad Personal

Custodia de personas VIP

Seguridad para Eventos

Investigación en base al polígrafo

### XIII. DAFO

*Tabla 5. Análisis FODA (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) de FORCOP*

Oportunidades	<p>Factores EO 1: Desarrollo de servicios especializados.</p> <p>Factores EO 2: Demanda al alza en sectores estratégicos para FORCOP</p> <p>Factores EO 3: Necesidad empresarial de indicadores de confiabilidad en selección de personal.</p> <p>Factores EO 4: Inseguridad a nivel país.</p> <p>Factores EO 5: Posible expansión geográfica de las operaciones de FORCOP (Región Sierra y Amazonía)</p> <p>Factores EO 6: Participación en licitaciones gubernamentales.</p>	<p>Factores IF 1: Experiencia especializada en poligrafía.</p> <p>Factores IF 2: Tecnología de vanguardia en nuestro equipamiento.</p> <p>Factores IF 3: Amplio portafolio de servicios de seguridad.</p> <p>Factores IF 4: Equipo de profesionales calificados y certificados en seguridad.</p> <p>Factores IF 5: Enfoque personalizado y soluciones a medida.</p> <p>Factor IF 6: Cumplimiento riguroso de estándares éticos y legales.</p> <p>Factor IF 7: Procesos eficientes y tiempos de respuesta rápidos.</p>	Fortalezas
Amenazas	<p>Factores EA 1: Crisis económica y recortes de presupuesto.</p> <p>Factores EA 2: Competencia intensa en mercado de seguridad.</p> <p>Factores EA 3: Desastres naturales que limiten las operaciones y logística</p> <p>Factores EA 4: Modificación de la legislación sobre privacidad y seguridad.</p> <p>Factores EA 5: Avances tecnológicos continuos, nuevos equipos que reemplacen los actuales.</p> <p>Factores EA 6: Dependencia de clientes clave.</p>	<p>Factores ID 1: Dependencia tecnológica</p> <p>Factores ID 2: Público objetivo limitado a la Región Costa</p> <p>Factores ID 3: Limitada estrategia de marketing y promoción.</p> <p>Factores ID 4: Capacidad logística reducida sujeta a la cantidad de equipos de detección del engaño</p> <p>Factores ID 5: Alta sensibilidad a la reputación.</p>	Debilidades

#### XIV. CAME

Tabla 6. Análisis CAME (Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar) de FORCOP.

Explotar	<p><b>Factores EO 1:</b> Investigación y desarrollo de servicios como ciberseguridad avanzada o soluciones de seguridad integrada.</p> <p><b>Factores EO 2:</b> Campañas de marketing dirigidas a sectores estratégicos, destacando la experiencia de FORCOP en proporcionar soluciones de seguridad adaptadas a sus necesidades específicas.</p> <p><b>Factores EO 3:</b> Desarrollo de programas y servicios que ayuden a las empresas a mantener altos indicadores de confiabilidad en sus procesos de selección de personal.</p> <p><b>Factores EO 4:</b> Proporcionar servicios y consultoría especializada en la gestión de riesgos relacionados con la inseguridad a nivel nacional.</p> <p><b>Factores EO 5:</b> Establecer alianzas locales, considerando la apertura de sucursales para una presencia más sólida, a nivel nacional.</p>	<p><b>Factores IF 1:</b> Garantizar la continua capacitación y actualización del personal en las últimas metodologías de poligrafía.</p> <p><b>Factores IF 2:</b> Establecer programas de mantenimiento regular para certificar el óptimo rendimiento de los equipos.</p> <p><b>Factores IF 3:</b> Realizar análisis de mercado para identificar oportunidades de expansión, mediante retroalimentación regular de los clientes para adaptar y mejorar los servicios.</p> <p><b>Factores IF 4:</b> Promover la obtención de certificaciones adicionales para mantener al equipo actualizado y la compañía competitiva.</p> <p><b>Factores IF 5:</b> Gestionar una comunicación abierta con los clientes para entender sus necesidades específicas.</p> <p><b>Factores IF 6:</b> Establecer políticas internas claras y procedimientos que reflejen el compromiso con estándares éticos y legales. Realizando auditorías internas para verificar el cumplimiento.</p>	Mantener
Afrontar	<p><b>Factores EA 1:</b> Ofrecer servicios más asequibles o paquetes personalizados para adaptarte a presupuestos más reducidos.</p> <p><b>Factores EA 2:</b> Innovación continua manteniendo la vanguardia mediante la incorporación constante de nuevas tecnologías.</p> <p><b>Factores EA 3:</b> Desarrollar un plan de continuidad del negocio que aborde la respuesta a desastres naturales y garantice la rápida recuperación de las operaciones.</p> <p><b>Factores EA 4:</b> Ajustar las políticas y prácticas de seguridad de FORCOP de manera rápida en respuesta a cambios legislativos.</p> <p><b>Factores EA 5:</b> Destinar recursos a la investigación y desarrollo para estar a la vanguardia de los avances tecnológicos.</p> <p><b>Factores EA 6:</b> Diversificar el portafolio, trabajando en la adquisición de nuevos clientes para reducir la dependencia.</p>	<p><b>Factores ID 1:</b> Desarrollar un plan de continuidad tecnológica que incluya respuestas rápidas ante fallos, implementado soluciones alternativas.</p> <p><b>Factores ID 2:</b> Realizar investigaciones de mercado para identificar oportunidades en otras regiones del país.</p> <p><b>Factores ID 3:</b> Diseñar una estrategia de marketing integral que incluya presencia en línea, participación en eventos del sector y campañas publicitarias focalizadas.</p> <p><b>Factores ID 4:</b> Optimización de inventarios promoviendo la adquisición de más equipos técnicos.</p> <p><b>Factores ID 5:</b> Fomentar una comunicación transparente con los clientes y el público en general para construir y mantener la confianza, destacando los éxitos de FORCOP.</p>	Corregir

## **XV. ESTRATEGIAS**

### **15.1. Estrategias Corporativas**

Gestionar y coordinar con el equipo protocolos personalizados para cada actividad o gestión buscando preservar la seguridad de las personas y bienes ante situaciones de riesgo o emergentes con diferentes entidades como la policía y bomberos.

Administrar las herramientas y los recursos materiales para facilitar el trabajo del personal obteniendo un buen sistema para guardar información confidencial e importante de los lugares a los que se brinda el servicio cumpliendo las normas y protocolos de los lugares donde ofrecen servicio.

### **15.2. Estrategia Competitiva**

Implementar equipos tecnológicos de última generación para aumentar la productividad y optimizar los recursos

Registro de información en tiempo real para realizar informes completos con tablas de datos descargables sobre los exámenes realizados.

Personalización de los reportes según la información que la empresa quiera obtener durante el desempeño de las tareas.

Censo de clientes y monitoreo de competencia con el registro de información completa y la ubicación exacta.

### **15.3. Estrategia Funcional**

Creación de rutas óptimas para servicio en perímetros grandes.

Obtención de información completa sobre incidentes o inspecciones de rutina respaldadas con registro fotográfico.

Reportes para evaluar la motivación y el desempeño del personal de la empresa de manera trimestral.

## XVI. CANVAS

Tabla 7. Desarrollo del modelo CANVAS.

<u>Socios Clave</u>	<u>Actividades clave</u>	<u>Propuesta de valor</u>	<u>Relaciones con cliente</u>	<u>Segmentos de clientes</u>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cámaras de Comercio</li> <li>- Asociaciones de Poligrafía Internacional</li> <li>- Fabricantes de tecnológica detección del engaño.</li> <li>- Certificadora de Seguridad BASC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Participación en ferias</li> <li>-Visitas in-situ a clientes</li> <li>-Asistencia Personalizada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Prevenir pérdidas económicas generadas por el talento humano</li> <li>-Identificar fugas de información que afecten la organización</li> <li>-Identificar y mitigar casos de corrupción en procesos de compra y venta</li> <li>-Certificaciones de calidad y seguimiento de casos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Servicio altamente calificado idóneo para cada caso</li> <li>-Prueba poligráfica específica, pre-empleo y de rutina</li> <li>-Visita domiciliaria.</li> <li>- Resultados enfocados en la fidelización de la estructura empresarial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Exportadoras</li> <li>-Medianas y grandes empresas</li> <li>-Sector estratégico (energético, logística, turístico, agricultura, petróleo, minería)</li> <li>-Investigación privada</li> <li>-Entidades bancarias</li> </ul>
	<p><u>Recursos clave</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Equipos de detección del engaño (Polígrafo y EyeDetect)</li> <li>-Sistemas integrados de base de datos</li> </ul>		<p><u>Canales de distribución</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Sitio web empresarial y redes sociales</li> <li>-Expo ferias comerciales</li> <li>-Seminarios de seguridad</li> </ul>	
<p><u>Estructura de costos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Adquisición de equipos</li> <li>-Actualización de base de datos</li> <li>-Licencias para el uso de equipos</li> <li>-Nómina</li> </ul>		<p><u>Fuentes de ingreso</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Prestación de servicios (Poligrafía, pruebas toxicológicas, investigación privada, detección del engaño, grafología)</li> <li>-Ventas directas sin intermediarios</li> <li>-Consultorías en seguridad</li> </ul>		

## Plan de Actuación – 2025

Tabla 8. Plan de acción para los meses de enero a mayo 2025

<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril - Mayo</b>
Constitución de sociedades por acciones simplificadas	Adquisición de equipos, licencias y acondicionamiento de la oficina matriz	Contratación del personal técnico	Evaluación de desempeño de las primeras operaciones, ajustando estrategias según los resultados obtenidos.
Fundación de FORCOP	Compra de licencias del Eyedetect	Desarrollo y puesta en marcha de los sistemas y herramientas tecnológicas, incluyendo EYEDETEC.	Expansión progresiva de la cartera de clientes, enfocándonos en la calidad del servicio y la retroalimentación del cliente.

	<p>Compra de licencias de Software de Seguridad</p>	<p>Inicio de las operaciones comerciales y servicios piloto con clientes seleccionados.</p> <p>Lanzamiento oficial de FORCOP a través de campañas de marketing y relaciones públicas.</p>	<p>Consolidación de alianzas estratégicas y búsqueda de certificaciones que validen la calidad y confiabilidad de nuestros servicios.</p>
--	---	---	---

## **XVII. PLAN DE MARKETING**

### **17.1. Objetivos**

#### **17.1.1. Cualitativos**

Desarrollar el conocimiento de la marca: quienes somos y que ofrecemos.

Mantener buena reputación de la empresa.

Posicionar FORCOP en redes sociales como marca referente de seguridad.

Ampliar la cobertura geográfica de FORCOP a otras regiones del país.

#### **17.1.2. Cuantitativos**

Aumentar clientes en un 10% en el próximo año 2025.

Ampliar los márgenes de ventas en un 10% en el 2025.

Alcanzar un crecimiento del 15% en la cuota de mercado para el 2025.

Mejorar el retorno de la inversión ROI en un 15% para el 2025.

Potenciar el tráfico orgánico en nuestra presencia digital en un 30% en los próximos seis meses.

Disminuir la rotación de nuestra clientela, buscando fomentar relaciones comerciales a largo plazo en un 10% para el 2025.

## **17.2. Estrategias**

### **17.2.1. Estrategias De Diferenciación**

Especialización en nichos definidos: Concentrarnos en mercados específicos (seguridad empresarial, gubernamental). En tipos de seguridad (cibernética y física) para ofrecer servicios especializados de acuerdo con nuestro portafolio.

Inversión en tecnología: Mantenerse a la vanguardia con la última tecnología en seguridad, como sistemas y equipos avanzados en software de seguridad, poligrafía, entre otros que diferencien a FORCOP de la competencia.

Certificaciones de Calidad: Obtener certificaciones de nivel internacional, como ISO/IEC 27001, que aseguran el Sistema de Gestión de la Seguridad de la Información (SGSI) el cual acredite la calidad y fiabilidad de los servicios, aumentando la confianza de nuestros clientes.

Formación y certificación: Invertir en la formación y certificación de nuestro personal, generando plan de carrera para garantizar que estén actualizados en las mejores prácticas y tecnologías de seguridad. Asegurando su baja rotación.

Servicio al Cliente: Ofrecer una experiencia de atención al cliente amable y aplicado a sus necesidades, incluyendo soporte y asesoramiento especializado, basándonos en un seguimiento post-servicio, buscando la preferencia a futuro por FORCOP.

### **17.2.2. Estrategias De Liderazgo En Costos**

Optimización de Procesos: Revisar y optimizar continuamente nuestros procesos internos para reducir costos operativos y logísticos, optimizando nuestros traslados, buscando aprovechar al máximo en cada visita de nuestros técnicos.

Negociación con Proveedores: Buscar mejores los precios y condiciones con los proveedores de polígrafos y equipos varios, con la finalidad de obtener tecnología y varios a precios más bajos sin comprometer la calidad de nuestros equipos.

Economías de Escala: Aumentar el volumen de nuestros servicios, con la finalidad de reducir el costo unitario, haciéndolo accesible para una mayor gama de clientes. Generando así paquetes a precio diferenciado por un conjunto de pruebas generadas en un contrato.

Automatización de Procesos Administrativos: Implementar software ERP para la organización de citas, organización del recurso humano, así como la entrega de resultados en formatos preestablecidos, generando una base trazable de información y comunicación con los clientes para reducir el tiempo y los recursos necesarios.

### **17.2.3. Estrategias De Enfoque**

Especialización en Sectores: Centrarse en sectores industriales específicos que requieren pruebas de polígrafo, como el sector de la defensa, seguridad interna o corporaciones con altos estándares de seguridad.

Servicios Personalizados: Desarrollar ofertas de servicios adaptadas a las necesidades específicas de distintos grupos de clientes, como programas de pruebas de polígrafo para procesos de selección ejecutiva o investigaciones internas especializadas.

### **17.2.4. Estrategia De Desarrollo De Mercado**

Expansión geográfica: Expandir los servicios a nuevas áreas geográficas para extender nuestro rango de mercado, lo que necesita por parte de FORCOP, la investigación, entendimiento y cumplimiento de las necesidades locales de seguridad.

## **17.3. Tácticas**

### **17.3.1. Tácticas De Diferenciación**

Capacitaciones de seguridad: Ofrecer capacitaciones y seminarios sobre seguridad para empresas y particulares, lo que además de ser una fuente de ingresos, posicionara a la empresa como un referente en el medio, buscando posicionarnos como un TOP OF MIND en seguridad y poligrafía.

Marketing digital y presencia en línea: Mejorar la presencia en línea mediante la optimización de nuestro sitio web y redes sociales, como uno de nuestros futuros canales firmes de vinculación de FORCOP con los clientes potenciales, estableciendo una comunidad virtual interactiva con información relevante, publicaciones creativas, que ofrece contenido estratégico sobre nuestros servicios, con una web de fácil entendimiento y amigable que nos permite mostrar los valores, compromiso y la marca sólida de FORCOP.

Respuesta rápida y servicio al cliente: Asegurar una rápida respuesta a incidentes y un excelente servicio al cliente para construir una reputación sólida, basada en la percepción de eficiencia y profesionalismo, buscando generar negocios repetidos con nuestros clientes y que los mismos nos proporcionen clientes referidos.

### **17.3.2. Tácticas De Liderazgo De Costos**

Manual Operativo: Desarrollar el manual de procedimiento y operaciones internos de la empresa, para garantizar la correcta gestión de los recursos (humanos y financieros) SGI.

Gestión de inventario: Realizar compras al por mayor de insumos necesarios para las pruebas de polígrafo y recursos adjuntos a nuestra cadena de valor, para obtener descuentos por volumen, gestionando de manera eficiente nuestro inventario.

Gestión logística: Utilizar herramientas de planificación (ERP) para optimizar las rutas de los examinadores a fin de reducir costos de desplazamiento y aumentar el número de pruebas realizadas por día.

### **17.3.3. Tácticas De Enfoque**

Ofrecer paquetes personalizados: Integrar soluciones de seguridad que se ajusten a las necesidades específicas de nuestros clientes, lo que puede incluir desde pruebas individuales de poligrafía, hasta complejos sistemas integrados de seguridad, concatenando así varios de nuestros servicios en un solo contrato.

Establecer alianzas con consultoras de RRHH, así como con firmas legales y diferentes empresas de seguridad física para ofrecer nuestros servicios, enfocándonos en las pruebas de polígrafo como parte de valor agregado en sus servicios de verificación de antecedentes o investigaciones internas. Generando de esta manera un rango de mercado ampliado para FORCOP.

#### 17.3.4. Tácticas de Desarrollo de Mercado

Programas de lealtad y referidos: Implementar programas que incentiven a los clientes actuales a continuar con nuestros servicios, basándonos en nuestro profesionalismo, así como nuestro servicio de atención y seguimiento al cliente, como descuentos por paquetes de servicios, prioridad en atenciones emergentes, buscando de esta manera aumentar nuestra cartera con clientes referidos.

#### 17.4. Sistemas de Información y Control KPI

Para nuestra empresa de seguridad especializada en polígrafo FORCOP, es importante tener KPIs específicos que se enfoquen en la precisión, la eficiencia, la satisfacción del cliente y el posicionamiento de la empresa en el mercado. Factores que como compañía consideramos serán nuestras metas medibles de gestión:

- Índice De Resultado De Pruebas

Descripción: Evalúa la fiabilidad de las pruebas de polígrafo realizadas.

Cómo calcularlo:  $\text{Número de pruebas confirmadas} / \text{Total de pruebas realizadas} *$

100%.

- Tiempo Promedio para Entregar Resultados, enfocados en el proceso seleccionado.

Descripción: Mide la eficiencia en la entrega de los resultados de las pruebas a los clientes.

Cómo calcularlo: Totalidad de tiempo de entrega del resultado / Tiempo tomado en gestionarlo.

- Satisfacción del Cliente con el Proceso

Descripción: Evalúa qué tan satisfechos están los clientes con el proceso de la prueba de polígrafo, incluyendo la atención recibida.

Cómo calcularlo: Se medirá mediante encuestas de satisfacción al cliente post-servicio generado, mediante el QR de Forms generado. Proveyendo de manera inmediata retroalimentación de acuerdo con las preguntas generadas.

- Tasa de Retención de Clientes

Descripción: Mide la capacidad de mantener clientes actuales en un periodo de tiempo, que ayuda a predecir el crecimiento de la empresa.

Cómo calcularlo:  $(\text{Número de clientes al final del período (año anterior)} - \text{Número de clientes nuevos durante el período}) / \text{Número de clientes al inicio del período} * 100\%$ .

- Número de Pruebas Realizadas por servicio en un período determinado.

Descripción: Indica la demanda diferenciada de nuestros servicios, ayudando a la empresa a planificar y destinar los recursos. Al obtener un peso porcentual de cada servicio sobre el total de servicios atendidos.

Cómo calcularlo: Total de pruebas individuales de cada servicio por separado completadas en un período específico\* 100% / La cantidad total de servicios solicitados en un periodo delimitado de tiempo.

- Tasa de rechazo de pruebas:

Descripción: Mide el porcentaje de pruebas de polígrafo que no se pueden completar o cuyos resultados no son concluyentes, establecido como parámetro el periodo de tiempo delimitado para este KPI.

Cómo calcularlo: Número de pruebas infructuosas / Total de pruebas realizadas \* 100%.

- Cumplimiento de Normativa

Descripción: Asegura que todas las pruebas de polígrafo cumplan con las normativas legales y éticas aplicables, delimitando de igual manera el periodo asignado de 1 año de acuerdo a la vigencia del plan como parámetro de medida.

Cómo calcularlo: Número de auditorías pasadas, generadas por un ente regulador certificado / Total de auditorías realizadas por un ente regulador certificado \* 100%.

- Eficiencia del Personal

- Descripción: Mide la productividad de los examinadores de la prueba de polígrafo en los diferentes flancos de gestión de nuestros servicios, entregando resultados que nos permitirán como empresa canalizar y enfocar recursos sobre los servicios de manera eficiente. En este caso la media de medida de nuestros diferentes servicios será el tiempo asignado por gerencia de operaciones en cada base de gestión.

- Cómo calcularlo: Número de pruebas realizadas / Total de horas trabajadas por los examinadores.

- ROI

Descripción: Mide el retorno recibido de la venta de servicios. Delimitado de igual manera al tiempo de vigencia de este plan, a proyectarse en el estado de pérdidas y ganancias anuales de la compañía.

Cómo calcularlo:  $(\text{Ganancia de la inversión} - \text{Gasto de la inversión}) / \text{costo de inversión} * 100\%$ .

- Trafico orgánico

Descripción: Mide la cantidad de veces que la empresa aparece en una búsqueda digital sujeta a nuestros servicios.

Cómo calcularlo:  $\text{Número de búsquedas relacionadas al servicio} / \text{número de visitas recibidas en la página} * 100\%$ .

- Cobertura geográfica

Descripción: Indica la cobertura geográfica en la cual la empresa busca operar a nivel nacional.

Cómo calcularlo:  $\text{Número de áreas iniciales de operaciones} / \text{Numero de áreas cubiertas al final del periodo} * 100\%$ .

Costo de captación de clientes

Descripción: Indicador definido para entender la eficiencia de las estrategias de marketing y ventas.

Cómo: Costo total de marketing y ventas / Numero de nuevos clientes

## **XVIII. PLAN DE CONTINGENCIA**

### **18.1. Objetivos del Plan de Contingencia**

Nuestro plan de contingencia tiene como objetivo establecer acciones y maniobras que serán ejecutadas durante y después de las eventualidades de la operación.

Estas permitirán minimizar los riesgos para el personal, mantener la confianza del cliente en los servicios de FORCOP, asegurando la continuidad del negocio frente a desafíos inesperados, minimizando el impacto financiero de los riesgos identificados.

### **18.2. Identificación de Riesgos**

Identificación de posibles riesgos que se enfrenta en nuestra operación diaria, como robos, filtración de información personal, problemas operativos y problemas de atención al cliente.

Tecnología avanzada: La aparición de nuevas tecnologías que puedan cuestionar la eficacia del polígrafo o de alguno de nuestros servicios extras.

Cambios legislativos: Nuevas leyes que limiten el uso de pruebas de polígrafo o de alguno de nuestros servicios.

Reputación: Eventuales cuestionamientos a la fiabilidad y credibilidad de nuestros resultados y de cómo manejamos los datos de los clientes, generando una distorsión negativa de la imagen de la empresa.

Competencia: Aumento de la competencia en el mercado de compañías que proporcionen servicios similares a los nuestros.

Perdida de Recurso humano capacitado: Posibles dimisiones de nuestro personal capacitado en nuestros diferentes servicios.

### Estrategias y Acciones

Como empresa necesitamos establecer protocolos claros de actuación en caso de emergencia, incluyendo las responsabilidades de cada miembro del grupo de accionistas, así como del personal.

Delimitando la forma de comunicación interna y externa, y las acciones a seguir para mitigar los diferentes riesgos previstos.

Ante Tecnología Avanzada:

Investigación y Desarrollo: Constante inversión y reinversión en tecnología y capacitación para mantener a FORCOP a la vanguardia en técnica sujeta a la evolución de nuestros servicios.

Diversificación de Servicios: Reforzar nuestra oferta de servicios, con la finalidad de especializarnos en independizar cada uno de ellos, volviéndolos gestores individuales de rédito para FORCOP.

Reputación:

Campañas de imagen: Implementar campañas para educar al público, los clientes y todo nuestro personal sobre la eficacia y la fiabilidad de nuestros servicios.

Enfocándonos de manera interna en la necesidad de la representación coherente de nuestros colaboradores sobre nuestros valores corporativos.

Manejo de Crisis: Preparar un equipo de respuesta rápida para abordar cualquier cuestionamiento público o mediático, incluyendo parte del equipo accionario y el contratista de publicidad y comunicaciones de la compañía.

## Competencia

Diferenciación: Resaltar las ventajas únicas de nuestro servicio, como la precisión, el profesionalismo de los examinadores, y la confidencialidad.

Alianzas Estratégicas: Formar alianzas con empresas de seguridad sin servicios de polígrafo para expandir el alcance del mercado.

## Pérdida de Recursos Humanos:

Como empresa la pérdida de nuestro recurso humano capacitado es un problema, el cual buscaremos mitigar entregando planes de carrera y capacitación sujetos a estadías firmadas por un tiempo en el cual el valor de la capacitación del colaborador retorne a la compañía.

Generaremos planes de ingreso paulatino de colaboradores con perfiles similares a los necesarios en la empresa para mitigar el riesgo de pérdida de mano de colaboradores.

## Comunicación

Plan de Comunicación Interna: Asegurar que todos los empleados estén informados sobre el plan de contingencia y su rol en él.

Plan de Comunicación Externa: Preparar mensajes clave para clientes, socios y medios de comunicación para mantener la confianza en la empresa y sus servicios, basándonos en las recomendaciones del contratista de comunicaciones.

Implementación de medidas de seguridad adicionales: Además de contar con personal capacitado y protocolos de actuación, la empresa necesita implementar medidas de seguridad adicionales, como sistemas de control de acceso a resultados, cámaras de vigilancia, controles de acceso a las oficinas y acuerdos de confidencialidad con nuestros colaboradores y nuestros clientes.

La empresa debe establecer una coordinación con las autoridades locales, como la policía y los servicios de emergencia, para garantizar una respuesta adecuada en caso de situaciones de riesgo.

#### Monitoreo y Revisión

**Seguimiento Continuo:** Monitorear el entorno externo y el desempeño interno para detectar señales tempranas de los riesgos identificados.

**Revisión Periódica:** Revisar y actualizar el plan de contingencia regularmente para asegurar su relevancia y efectividad.

El plan de contingencia de la empresa debe ser evaluado y actualizado de forma periódica, teniendo en cuenta los cambios en el entorno operativo y los nuevos riesgos que puedan surgir.

## Presupuesto

Asignar un presupuesto específico para la implementación del plan de contingencia, incluyendo fondos para investigación y desarrollo, formación, comunicación y otras acciones necesarias. A continuación, se establece el presupuesto anual para el plan:

Costos de capacitaciones al personal

Costo de reinversión en equipos actualizados

Costo de implementación de planes de seguridad

Costo de campañas de educación

Costos de marketing/publicidad para manejo de crisis

## **XIX. PLAN COMERCIAL**

### **19.1. Objetivos SMART**

Incrementar un 20% la cartera de clientes en el próximo año.

Aumentar la facturación en un 15% anualmente.

Mejorar la satisfacción del cliente alcanzando un índice de satisfacción del 90%.

Expandir la presencia de la empresa en al menos dos nuevas zonas geográficas.

Obtener al menos tres reconocimientos o certificaciones de calidad en el sector de seguridad privada.

Aumentar el número de visitas a nuestro sitio web en un 50 % en los próximos 6 meses.

Aumentar las ventas de pruebas polígrafo en un 20 % en los próximos 3 meses.

Aumentar el número de seguidores en las redes sociales en un 50 % en los próximos 6 meses.

## 19.2. Análisis de competencia

*Tabla 9. Análisis de la competencia directa e indirecta de FORCOP.*

	Competencia directa		Competencia indirecta
	Mac Security	FEXTOR	Control Risk
<b>Ubicación</b>	Quito & Guayaquil	Quito & Guayaquil	Quito
<b>Servicios que ofrecen</b>	Vigilancia Fija	Investigaciones internas	Consultoría en Seguridad

	Vigilancia Móvil Protección VIP Vigilancia Eventual Investigación con uso de Polígrafo Seguridad Electrónica Asesorías	Gestión del talento humano Controles de confianza	Seguridad uniformada y armada Seguridad Personal Custodia de personas VIP Seguridad para Eventos Investigación en base al polígrafo
<b>Costos de pruebas</b>	\$ 175 - \$200	\$ 120 - \$150	\$100 - \$120
<b>Calidad de servicio</b>	Buena	Buena	Buena
<b>Calidad de atención</b>	Buena	Buena	Buena

<b>Medios publicitarios</b>	Páginas web, Redes sociales	Páginas web, Redes sociales	Páginas web, Redes sociales
<b>Trayectoria en el mercado</b>	35 años	6 años	7 años

### 19.3. Rango de precios

FORCOP busca ser líder en el mercado de seguridad, implementando prácticas que le permiten ofrecer los mismos servicios que la competencia, a un mejor costo para el cliente, manteniendo la calidad y confiabilidad en sus procesos antes, durante, y después de las pruebas que se llevan a cabo.

*Tabla 10. Descripción del rango de precios de servicios.*

<b>FORCOP</b>	
<b>Servicio</b>	<b>Costo</b>
Pruebas de Pre-Empleo	\$100
Pruebas de rutina	\$150
Pruebas específicas (investigación)	\$180

## 19.4. Tácticas

### 19.4.1. Online para FORCOP

**Marketing de Contenidos:** Crear contenido educativo y de valor sobre el uso del polígrafo en diferentes contextos, como procesos de selección de personal, investigaciones internas en empresas, y seguridad corporativa. Esto puede incluir artículos en el blog de FORCOP, videos explicativos, estudios de caso de éxito sin detallar nuestros clientes anteriores, y publicaciones en redes sociales que destaquen la importancia de la seguridad y la confianza en los ambientes corporativos.

**Publicidad de Pago por Clic (PPC):** Implementar campañas en Google Ads y LinkedIn Ads dirigidas a gerentes de recursos humanos, directores de seguridad corporativa, y ejecutivos de alto nivel interesados en mejorar la seguridad y confiabilidad de sus equipos. Utilizar palabras clave específicas relacionadas con el polígrafo y la seguridad corporativa para atraer tráfico cualificado a la página de servicios de FORCOP.

**Email Marketing Segmentado:** Desarrollar una campaña de correo electrónico que informe a los suscriptores sobre las aplicaciones y beneficios de nuestros servicios como el polígrafo en el ámbito corporativo. Incluir casos de estudio, invitaciones a webinars gratuitos sobre seguridad y ética empresarial, y ofrecer consultas iniciales gratuitas o descuentos en los primeros servicios para nuevos clientes potenciales.

#### 19.4.2. Offline para FORCOP

**Eventos y relaciones comerciales:** Para FORCOP organizar seminarios y talleres sobre la importancia del polígrafo en la prevención del fraude y la mejora de la seguridad empresarial, así como participar en ferias de seguridad y recursos humanos. Estos eventos son oportunidades para demostrar en vivo cómo funciona el polígrafo y demostrar el manejo de nuestras herramientas, buscando disipar mitos sobre el equipo y el servicio, y establecer contactos directos con posibles clientes.

**Publicidad Exterior:** Colocar publicidad en áreas cercanas a distritos comerciales y centros de negocios, enfocando el mensaje en la importancia de una fuerza laboral confiable y segura. Los anuncios pueden resaltar la frase "Asegure su activo más valioso: la confianza", dirigido a líderes empresariales y responsables de seguridad.

**Relaciones Públicas y Medios de Comunicación:** Trabajar en obtener cobertura en medios especializados en seguridad y recursos humanos, así como en medios de comunicación locales. Esto podría incluir artículos sobre cómo el polígrafo puede jugar un papel crucial en la cultura de transparencia de una empresa, agendando reuniones con nuestros expertos sobre tendencias en seguridad empresarial, enfatizando como la confianza en un equipo de trabajo transparente multiplica el desarrollo empresarial

#### 19.5. Canales de distribución

### **19.5.1. Directo**

Su objetivo es facilitar el proceso de compra para el cliente, reducir costos para la empresa y aumentar la eficiencia del proceso para ambos.

Oficinas físicas: Donde los clientes pueden acudir personalmente para programar una cita para realizar una prueba de polígrafo.

El agente comercial: Encargado de cerrar las ventas, ofrece información a clientes potenciales.

Sitio Web: Unificar las consultas, dudas y problemas de los clientes en un único lugar.

Redes sociales: Utilizar nuestros perfiles en redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, entre otras, para promocionar las pruebas de polígrafo, interactuar con los clientes potenciales, responder preguntas y generar mayor visibilidad en línea.

Ferias y Exposiciones: FORCOP tiene presencia para mostrar sus servicios de pruebas de polígrafo.

### **19.5.2. Indirecto**

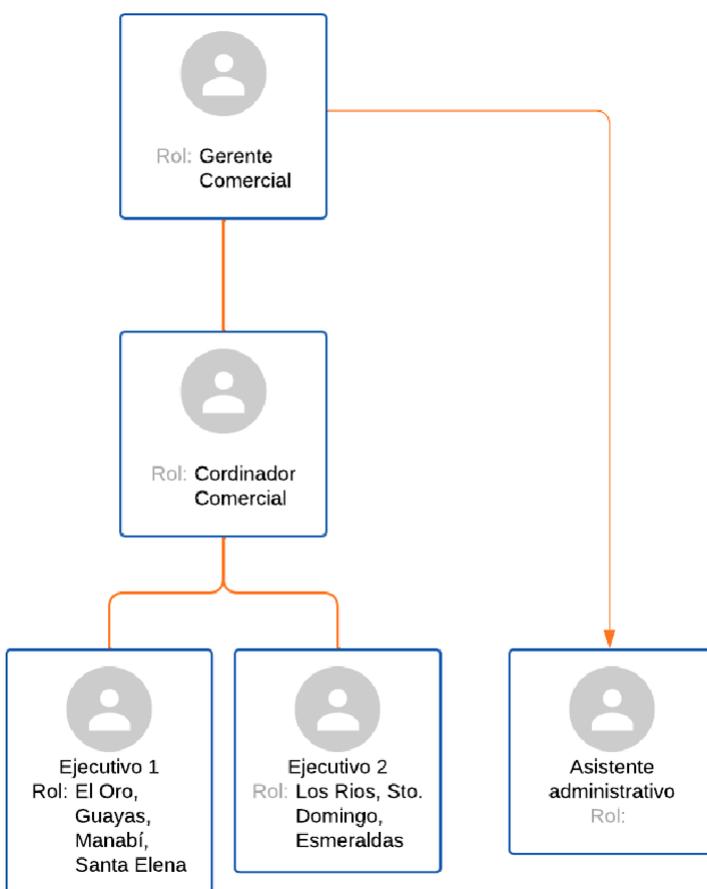
Su objetivo es ampliar la presencia y visibilidad de un producto o servicio en el mercado a través de intermediarios

Empresas de servicios de instalación: Para ofrecer instalación y mantenimiento de los equipos de polígrafo. 12% comisión por trabajo realizado.

Empresa de seguridad especializada: Utilizar distribuidores especializados en productos de seguridad para llegar a clientes que buscan soluciones más avanzadas o específicas en materia de seguridad. 40% comisión por trabajo realizado.

### **19.6. Organización del departamento comercial**

A continuación, se presenta el organigrama para el departamento comercial de FORCOP. Este organigrama debe ser revisado anualmente, con el fin de incorporar mejoras o cambios en caso de ser necesario.



***Figura 8. Organigrama del departamento comercial***

## **Gerente comercial**

### PERFIL DE CARGO

Analítico orientado a la toma de decisiones y resolución de problemas, organización y planificación de estrategias. Motivación y manejo de grupo. Capacidad de asumir retos, trabajar bajo presión y alcanzar objetivos

### REQUISITOS

Género Indistinto

Edad comprendida Entre 35 y 50 años.

Título de 3er nivel mínimo en administración de Empresas, Marketing, Ventas u otras disciplinas relacionadas con el ámbito comercial.

2 años de experiencia previa en el área comercial, preferiblemente en puestos de liderazgo y gestión de equipos de ventas.

Capacidad de negociación, tener habilidades de negociación para cerrar acuerdos comerciales, negociar contratos y gestionar relaciones con clientes y proveedores.

### FUNCIONES

Conocer bien el mercado para planificar y organizar las ventas.

Establecer política de precios y descuentos de los productos y servicios en colaboración con el departamento de marketing.

Fijar presupuestos y especificar los canales de venta.

Gestionar el CRM de cliente (gestión de la relación con el cliente)

Capacidad para transmitir a tu equipo conceptos clave como la cultura o los valores de la compañía, información detallada sobre los productos o servicios, técnicas de ventas tradicionales incluso, nuevas técnicas donde aplica la tecnología.

#### SUELDO

\$1000 NETOS

#### **Coordinador de ventas**

#### PERFIL DE CARGO

Es el encargado de diseñar y ejecutar estrategias de ventas efectivas. Trabaja en estrecha colaboración con otros departamentos, como marketing y finanzas, para asegurar que las ventas estén alineadas con los objetivos de FORCOP. El coordinador de ventas debe ser un líder motivador que inspire a su equipo a alcanzar sus metas.

### REQUISITOS

Género Indistinto

Edad comprendida Entre 25 y 40 años

Licenciatura en Administración, Marketing o áreas afines.

2 años de experiencia en puestos similares o áreas afines.

Capacidad para analizar datos y presentar informes

### FUNCIONES

Planificar y ejecutar estrategias de ventas

Supervisar el trabajo del equipo de ventas

Motivar al equipo para alcanzar sus objetivos

Analizar los resultados de ventas y presentar informes a la dirección

Identificar nuevas oportunidades de venta y prospeccionar nuevos clientes

Resolver problemas y atender a los clientes.

### SUELDO

\$800 NETOS

### **Ejecutivo comercial**

### PERFIL DE CARGO

Se encarga de lograr que el producto o servicio que ofrece FORCOP se venda, para ello busca clientes y cuida la relación con ellos.

### REQUISITOS

Género Indistinto

Edad comprendida Entre 25 y 40 años

Licenciatura en Administración, Marketing o áreas afines.

2 años de experiencia en puestos similares o áreas afines.

Conocer la industria o el sector comercial al que pertenece su empresa

### FUNCIONES

Definir la estrategia comercial más adecuada para aplicar en su área, zona o cartera. Para ello, toma como punto de partida la estrategia comercial global de la compañía y se asegura de que cada acción esté alineada con esta y refuerce el posicionamiento.

Fijar unos objetivos, dirigir y moldear su esfuerzo y táctica comercial según el cliente o grupo de cliente con el que se relaciona.

Escuchar y asesorar a los clientes.

Realizar estudios de mercado para detectar posibilidades de venta o nuevas oportunidades para el negocio.

Gestionar todos los recursos dentro de la esfera que la empresa le atribuye, lo que incluye a los vendedores que estén a su cargo.

### SUELDO

\$700 NETOS + COMISIÓN POR VENTA

### **Asistente administrativo**

### PERFIL DE CARGO

Ayudan a mantener el correcto y eficaz funcionamiento de las oficinas, realizan una gran variedad de funciones administrativas como la actualización, registro y almacenamiento de información, fotocopiado, archivado, tratamiento de textos, atención telefónica y gestión del correo postal y electrónico.

### REQUISITOS

Género Indistinto

Edad comprendida Entre 25 y 35 años

Licenciatura o tecnología en Administración de Empresas

Tener capacidad de síntesis

Saber trabajar en equipo

Ser capaz de manejar los recursos habituales en una oficina

2 años de experiencia en puestos similares o áreas afines

### FUNCIONES

Apoyo administrativo, llevando a cabo tareas como el envío de correos electrónicos, fotocopiado, archivado, atención al teléfono, registro de los mensajes y gestión de los

artículos de papelería y otros materiales. También suelen realizar sustituciones en la recepción o en la centralita telefónica.

Gestión de los sistemas de archivado, se asegura de que los documentos importantes estén debidamente registrados y almacenados para posterior puedan encontrar la información a petición de otros miembros del personal.

Apoyo directo a gerencia y coordinación, en tareas de asistencia administrativa y relacionada con el puesto.

### SUELDO

\$500 NETOS

### **19.7. Herramientas y sistemas**

*Equipo del polígrafo:* El sistema poligráfico computarizado registra, almacena y analiza los cambios fisiológicos durante un examen poligráfico. El sistema combina el procedimiento poligráfico convencional con una sofisticada tecnología de última generación. Este sistema registra un total de nueve canales a la vez.

*EyeDetect:* Tecnología que mide los cambios involuntarios en el movimiento de los ojos y la dilatación de las pupilas que se producen cuando una persona miente.

*Software:* Sistema ESS-M de precisión científica de la interpretación de data

### 19.8. Métricas

Para complementar la estrategia comercial de FORCOP utilizamos métricas específicas que permitan un seguimiento detallado del progreso y la eficacia de cada táctica.

1. Incrementar un 20% la cartera de clientes en el próximo año

Métrica: Número de leads (persona o empresa que expresa interés) generados a través de eventos y asociaciones desarrolladas.

Métrica: Tasa de conversión de leads (persona o empresa que expresa interés) a clientes efectivos, los cuales adquirieron nuestros servicios.

2. Aumentar la facturación en un 15% anualmente.

Métrica: Aumento promedio en el valor de compra por cliente.

Métrica: Porcentaje de renovaciones o repeticiones de compra entre clientes actuales.

3. Mejorar la satisfacción del cliente alcanzando un índice de satisfacción del 90%

Métrica: Promedio de la puntuación en satisfacción de las encuestas post-servicio de FORCOP.

4. Expandir la presencia de la empresa en al menos dos nuevas zonas geográficas

Métrica: Número de clientes activos en las nuevas zonas geográficas.

Métrica: Porcentaje del total de ingresos generados por las nuevas zonas geográficas.

5. Obtener al menos tres reconocimientos o certificaciones de calidad en el sector de seguridad privada.

Métrica: Cantidad de nuevas certificaciones adquiridas.

Métrica: Impacto de las certificaciones en la percepción de marca (medido a través de encuestas).

6. Aumentar el número de visitas a nuestro sitio web en un 50% en los próximos 6 meses

Métrica: Número total de visitas al sitio web por mes.

7. Aumentar las ventas de pruebas de polígrafo en un 20% en los próximos 3 meses

Métrica: Número de pruebas de polígrafo vendidas por mes.

Métrica: Aumento de ventas desde las ofertas limitadas / ventas de polígrafo anteriores.

8. Aumentar el número de seguidores en las redes sociales en un 50% en los próximos 6 meses

Métrica: Número total de nuevos seguidores adquiridos en cada red social/ seguidores precampaña.

Métrica: Numero de interacciones en páginas y publicaciones de FORCOP. (likes, comentarios, compartidos).

### 19.9. KPI's

Incrementar un 20% la cartera de clientes en el próximo año

KPI: Número total de nuevos clientes adquiridos.

Conteo mensual de nuevos clientes en un periodo determinado de tiempo.

KPI: Tasa de conversión de leads a clientes.

Porcentaje de leads convertidos en clientes efectivos, medido por encuesta de vinculación comercial.

Aumentar la facturación en un 15% anualmente

KPI: Crecimiento porcentual anual en facturación.

Porcentaje de incremento en la facturación total comparado mes con mes.

KPI: Porcentaje de ingresos de clientes recurrentes.

Porcentaje total de ingresos generados por clientes que repiten compra.

Mejorar la satisfacción del cliente alcanzando un índice de satisfacción del 90%

KPI: Puntuación promedio en encuestas de satisfacción.

Promedio de puntuaciones obtenidas en las encuestas de satisfacción al cliente.

Expandir la presencia de la empresa en al menos dos nuevas zonas geográficas

KPI: Número de clientes por zona geográfica.

Conteo de clientes nuevos en las zonas delimitadas para la expansión de FORCOP.

KPI: Contribución de nuevas zonas al ingreso total.

Porcentaje del ingreso total generado desde las nuevas zonas geográficas identificadas para FORCOP.

Obtener al menos tres reconocimientos o certificaciones de calidad en el sector de seguridad privada

KPI: Número de certificaciones obtenidas.

Conteo de nuevas certificaciones adquiridas, en un periodo delimitado de tiempo.

KPI: Impacto de certificaciones en la percepción de marca.

Cambio en la percepción de marca antes y después de obtener certificaciones.  
Evaluado sobre crecimiento en facturación precertificación vs post certificación.

Aumentar el número de visitas a nuestro sitio web en un 50%, de 3.000 a 4.500, en los próximos 3 meses

KPI: Incremento total en visitas al sitio web.

Número total de visitas al sitio web por mes / número de visitas previas \* 100

Aumentar las ventas de pruebas de polígrafo en un 20% en los próximos 3 meses

KPI: Ventas mensuales de pruebas de polígrafo.

Número de pruebas de polígrafo vendidas post campaña cada mes. – Numero de pruebas totales precampaña en un periodo delimitado de tiempo de 3 meses.

Aumentar el número de seguidores en las redes sociales en un 50%, pasando de 1.000 a 1.500 seguidores

KPI: Crecimiento en el número de seguidores en redes sociales.

Número total de nuevos seguidores adquiridos. – Número de clientes existentes previa campaña.

KPI: Nivel de interacción (engagement) en publicaciones.

Tasa de engagement calculada como la interacción promedio (likes, comentarios, compartidos) por publicación generada de FORCOP en sus canales oficiales.

## **XX. PLAN CUSTOMER SERVICE**

### **20.1. Objetivos del Customer Service**

Incrementar la satisfacción del cliente en un 20% y recibir al menos 5 comentarios positivos por mes sobre el desempeño.

Convertirnos en embajadores de la marca demostrando profundo conocimiento de los productos y servicios de FORCOP con 2 capacitaciones mensuales.

Entrega rápida y efectiva de resultados dentro de 24 horas de las pruebas de polígrafo.

Implementar la personalización de los servicios de manera eficiente y precisa en los próximos 6 meses para mejorar la experiencia del cliente.

Mantener la tasa de retención de los clientes por encima del 80% durante todo el año.

## 20.2. Estrategias de Customer Service

Omnicanal

Busca proteger los datos y la información de una empresa en todos los canales de comunicación y puntos de contacto con los clientes, esta estrategia es un enfoque integral de seguridad, se enfoca en incorporar medidas de seguridad en todos los canales, como el sitio web, las redes sociales, mensajería instantánea y formularios de contacto.

**Encriptación de datos:** Proteger la información confidencial transmitida a través de todos los canales, utilizando encriptación de extremo a extremo.

**Monitoreo continuo:** Efectuar una vigilancia constante de todos los canales con el fin de identificar posibles vulnerabilidades y aplicar medidas preventivas.

**Educación y concientización:** Entrenar a los empleados y clientes en las mejores prácticas de seguridad en todos los canales de comunicación.

**Calidad en el Soporte:** Asegurar que se proporciona un servicio eficiente y eficaz a los clientes en todo momento.

**Capacitación continua del personal:** Garantizar que el personal esté capacitado y al día con la tecnología y proceso para realizar las pruebas de polígrafo.

**Ofrecer soporte las 24 horas del día:** Proporcionar asistencia garantizando que los clientes reciban la ayuda que requieren.

**Seguimiento y retroalimentación:** Seguimiento continuo de la satisfacción del cliente con el soporte brindado y pedir comentarios para áreas de mejora.

**Mantenimiento preventivo:** Proporcionar este servicio para evitar posibles fallos o problemas asegurando el correcto funcionamiento de los equipos de polígrafo.

#### Canales de Comunicación

Nos ayudan a construir y a establecer la marca con nuestros clientes y a intensificar las ventas. Este puente con nuestros clientes es crucial ya que de ello dependerá el éxito del negocio por lo tanto hemos creído conveniente establecer los siguientes canales

**Página web:** brinda información sobre nuestros productos o servicios, promociones, horarios de atención, formas de contacto, también la usamos para interactuar con los clientes a través de formularios de contacto, chat en línea, redes sociales integradas, de esta manera, la página web se convierte en una herramienta fundamental para mantener una comunicación fluida y efectiva con los clientes.

**Redes Sociales:** se han convertido en uno de los canales más importantes en la atención al cliente, ya que permiten a las empresas interactuar directamente con sus clientes, responder sus preguntas y atender las problemáticas de manera rápida y eficiente

**Mensajería Instantánea – WhatsApp:** Comunicación al instante con un agente de servicio al cliente para resolver o atender las dudas que tengan los clientes en tiempo real y poder orientarlos mejor hacia la adquisición de nuestros servicios.

**Formulario de contacto: Teléfono & correo electrónico:** Para que los clientes puedan enviar preguntas, solicitudes o quejas de manera organizada, facilitando la recopilación y seguimiento de las solicitudes.

### 20.3. KPI'S

#### **Customer Satisfaction Score (CSAT)**

A partir de una pregunta cerrada con opciones de respuesta predefinidas, el cliente puede expresar su opinión sobre nuestro servicio o incluso una experiencia, las posibles respuestas incluyen sentimientos neutrales, intermedios y extremos. Además de ayudar a identificar si los clientes están satisfechos o no.

Como calcularlo: tome el número de clientes satisfechos (los que le han puntuado con 9 o 10) y divídalo por el número total de respuestas.

### Net Promoter Score (NPS)

Ayuda a medir y predecir la satisfacción de tus clientes a largo plazo. A través de una encuesta de una pregunta, puedes identificar rápidamente qué clientes son los mayores evangelizadores y cuáles son los riesgos de abandono.

Como calcularlo: Suma el número de promotores: los que te han puntuado con 9 y 10. Suma el número de detractores - aquellos con respuestas de 0 a 6 (incluido) Para calcular el porcentaje, divide el número de promotores por el número total de respuestas.

### Customer Effort Score (CES)

Es un indicador que mide el esfuerzo del cliente por resolver un problema específico. Según la facilidad o dificultad informada, se asigna una puntuación que indica el grado de satisfacción del cliente con la experiencia.

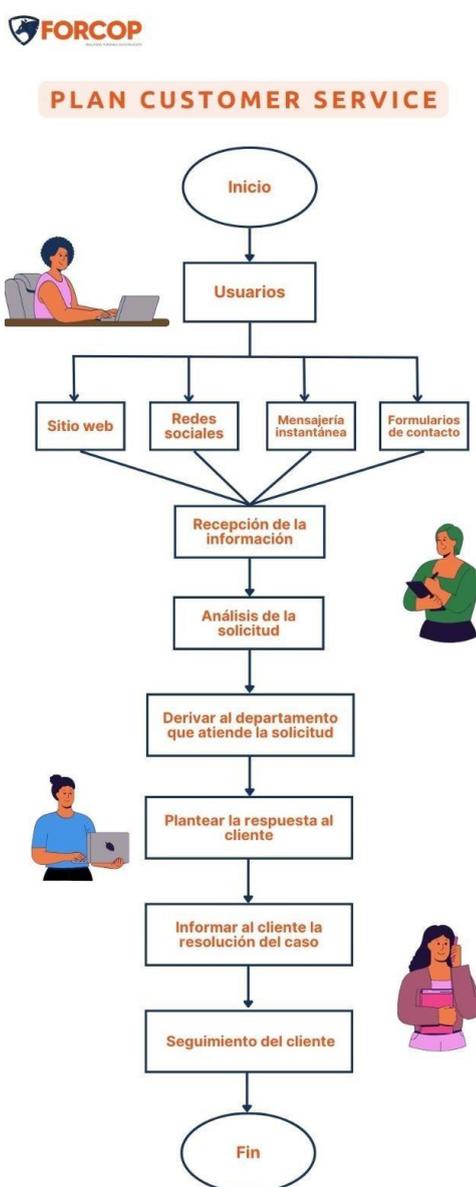
Como calcularlo: es el número total de clientes que están de acuerdo en que su interacción fue fácil dividido por el número total de respuestas.

## Tasa de retención

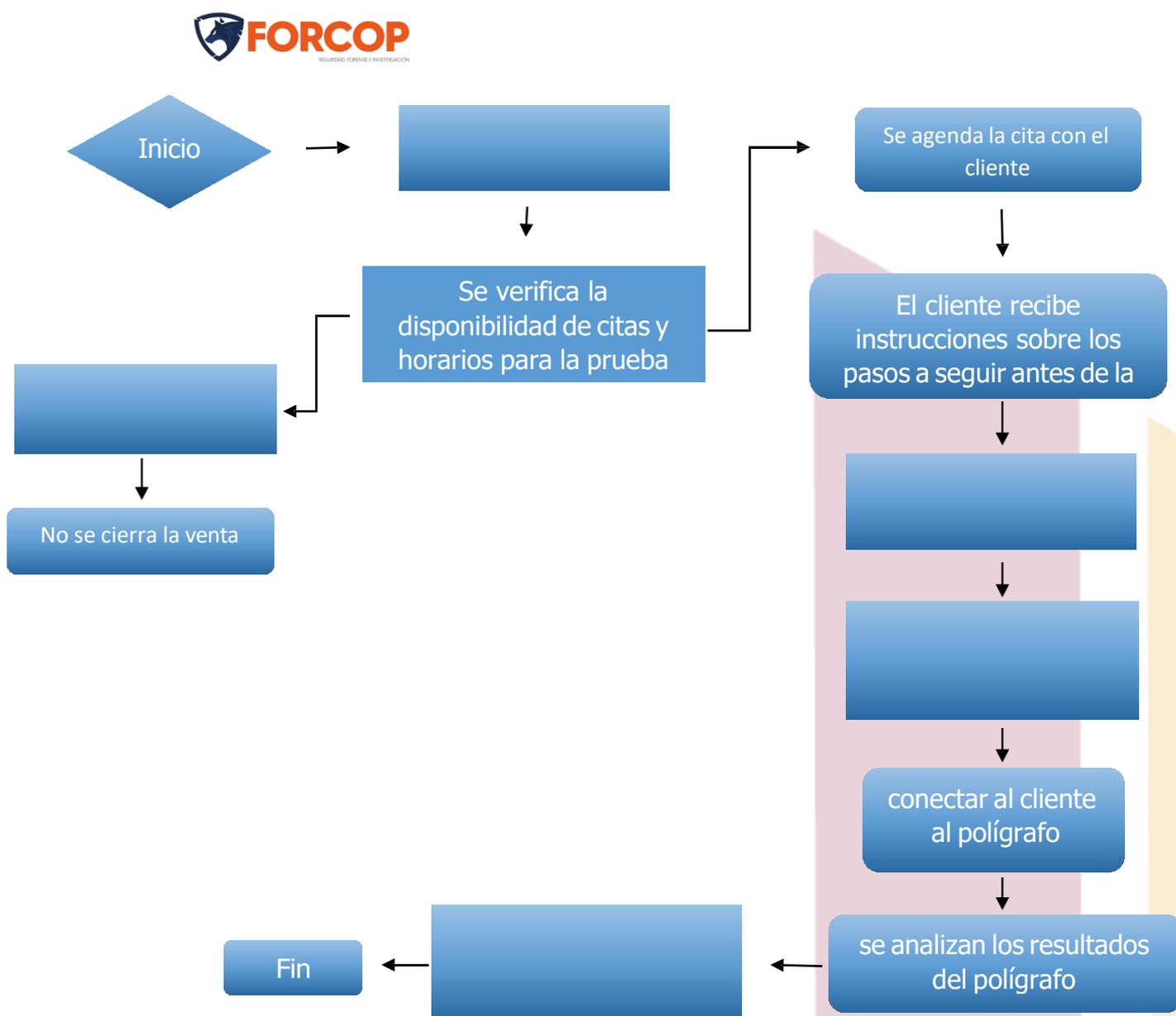
Para determinar si nuestro servicio mantiene a los clientes después de adquirirlos durante mucho tiempo.

Como calcularlo: el número de clientes al final del mes menos el número de nuevos clientes adquiridos durante el mismo mes y dividir ese número por el número total de clientes al inicio del periodo y multiplicarlo por 100 para obtener su tasa de retención.

## 20.4. Flujogramas



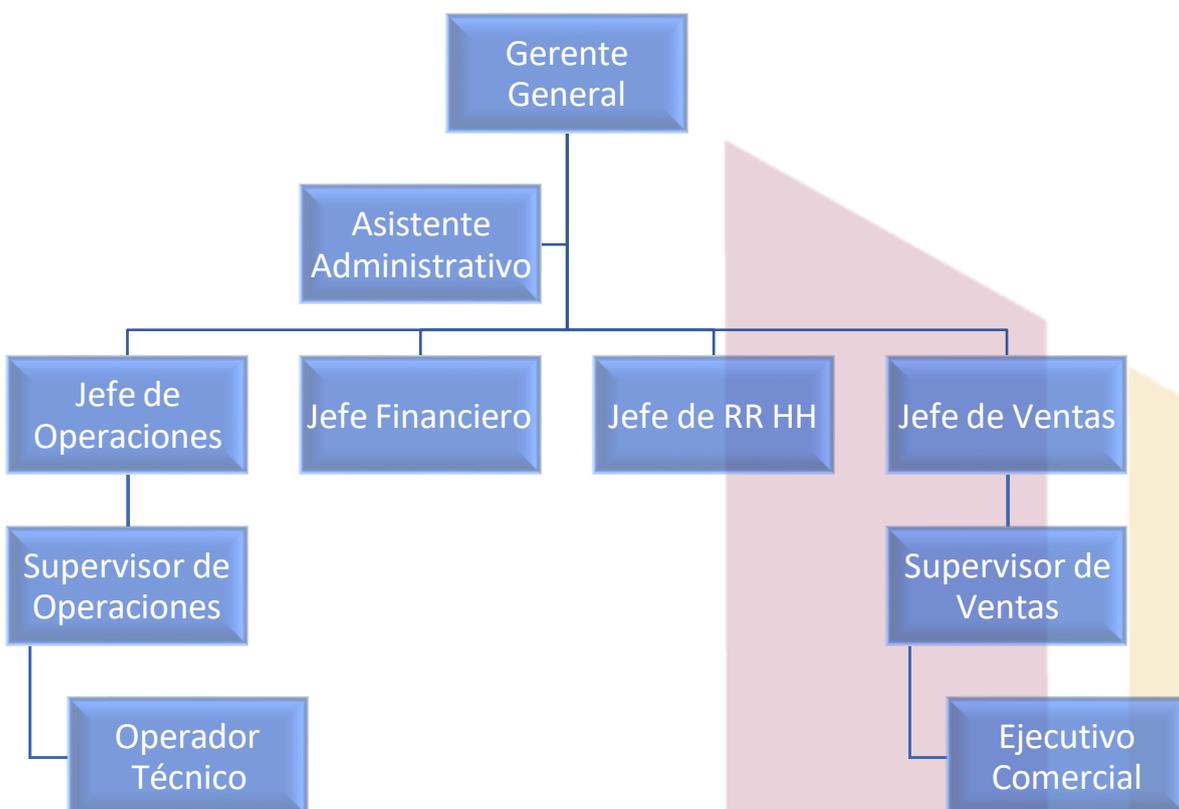
**Figura 9. Plan de servicio al cliente**



**Figura 10. Flujo de atención a clientes FORCOP.**

## XXI. EQUIPO DIRECTIVO Y ORGANIZACIÓN

### 21.1. Organigrama



*Figura 11. Organigrama general de la empresa*

Estructura organizacional

**Fuente:** propia de los autores del proyecto

### 21.2. Relación de Cargos

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

**Tabla 11. Detalle de la descripción en relación de cargos**

PUESTOS DE TRABAJO	CANTIDAD	VALOR MENSUAL UNITARIO (USD)*	VALOR MENSUAL (USD)*	FORMA Y MOMENTO DE INTEGRACIÓN
Gerente General	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	Contrato a término indefinido, período de 3 meses de prueba contratación inmediata
Jefe de Operaciones	1	\$ 900.00	\$ 900.00	Contrato a término indefinido, período de 3 meses de prueba contratación inmediata
Jefe Financiero	1	\$ 900.00	\$ 900.00	Contrato a término indefinido, período de 3 meses de prueba contratación inmediata
Jefe de RR HH	1	\$ 900.00	\$ 900.00	Contrato a término indefinido, período de 3 meses de prueba contratación inmediata
Jefe de Ventas	1	\$ 900.00	\$ 900.00	Contrato a término indefinido, período de 3 meses de prueba contratación inmediata
Asistente Administrativo	1	\$ 500.00	\$ 500.00	Contrato a término indefinido, período de 3 meses de prueba contratación inmediata
Supervisor de Operaciones	1	\$ 800.00	\$ 800.00	Contrato a término indefinido, período de 3 meses de prueba contratación inmediata
Operador Técnico	1	\$ 500.00	\$ 500.00	Contrato a término indefinido, período de 3 meses de prueba contratación inmediata
Supervisor de Ventas	1	\$ 800.00	\$ 800.00	Contrato a término indefinido, período de 3 meses de prueba contratación inmediata
Ejecutivo Comercial	1	\$ 580.00	\$ 580.00	Contrato a término indefinido, período de 3 meses de prueba contratación inmediata

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

## 21.3. Ficha Técnica de cargos

### 21.3.1. Ficha 1

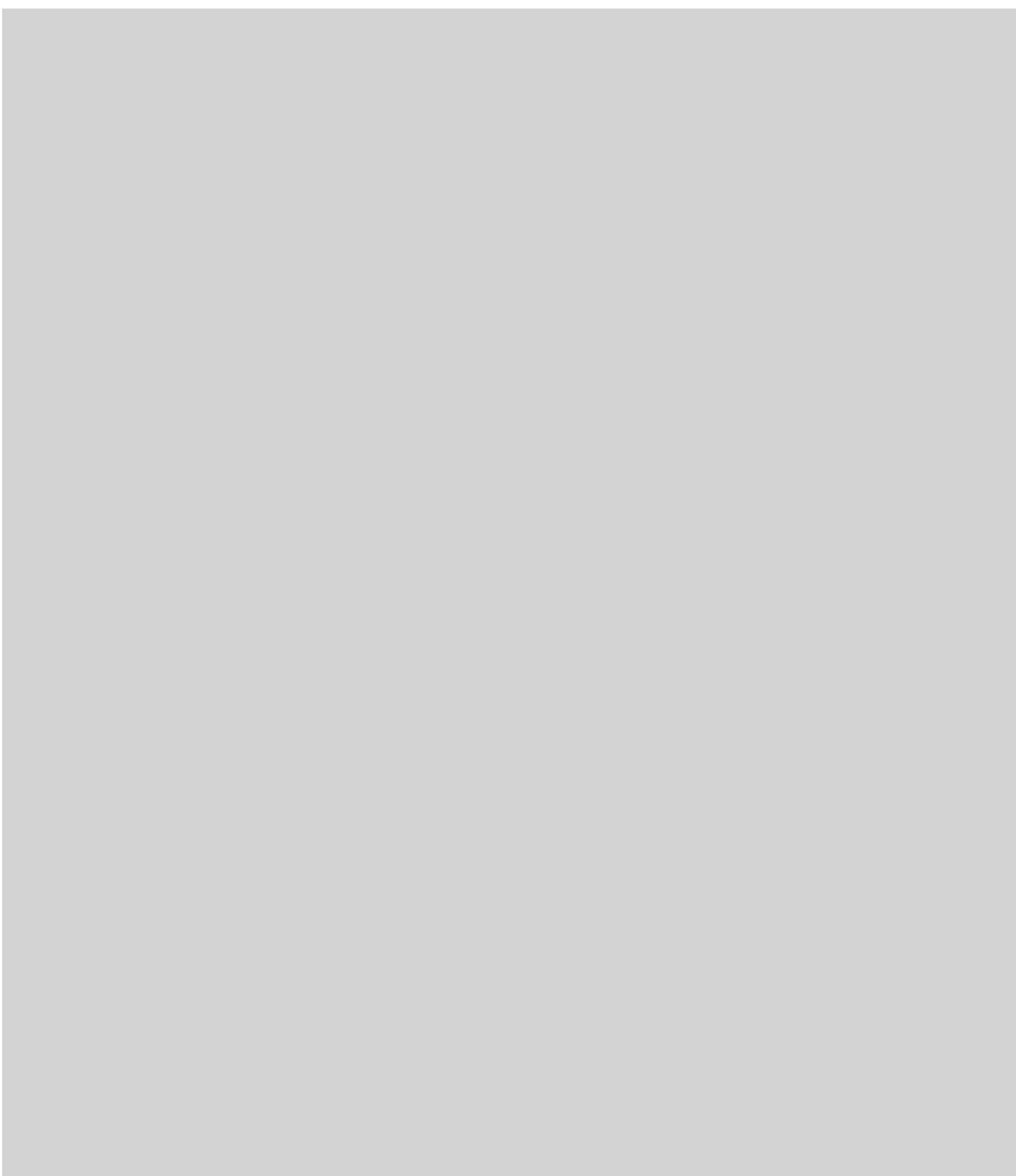
Tabla 12. Ficha técnica de los cargos de FORCOP

CARGO	DESCRIPCIÓN	EDUCACIÓN	EXPERIENCIA	HABILIDADES
<b>Gerente General</b>	Es responsable de supervisar todas las operaciones de la empresa, garantizando que se cumplan los estándares de seguridad y los objetivos organizacionales. Su rol incluye la gestión del equipo de trabajo, la planificación estratégica, la administración financiera y la relación con clientes y proveedores.	Título de 3er. Nivel en áreas relacionadas como Administración de Empresas, Gestión de Seguridad, Ciencias Policiales, o Ingeniería en Seguridad.	Al menos 5-10 años en roles relacionados con la seguridad, con experiencia progresiva en roles de gestión o liderazgo. La experiencia previa en la industria de la seguridad es altamente valorada.	Habilidad para dirigir equipos diversos, motivar empleados, y tomar decisiones efectivas. Capacidad para desarrollar y gestionar presupuestos y recursos.
<b>Jefe de Operaciones</b>	Es responsable de supervisar y coordinar todas las actividades operativas para asegurar que los servicios de seguridad se proporcionen de manera efectiva y eficiente.	Título de 3er. Nivel en áreas como Administración de Empresas, Seguridad, Ciencias Policiales, o Ingeniería en Seguridad.	Al menos 5-7 años en roles relacionados con la seguridad o la gestión de operaciones, con experiencia específica en supervisión y coordinación de operaciones de seguridad.	Habilidad para supervisar y coordinar todas las operaciones diarias, incluyendo la asignación de recursos, la gestión de personal y la supervisión de la ejecución de los servicios de seguridad.
<b>Jefe Financiero</b>	Es responsable de gestionar y supervisar todas las actividades financieras de la empresa. Esto incluye la planificación financiera, la gestión de presupuestos, la supervisión de la contabilidad y la elaboración de informes financieros.	Título de 3er. Nivel en Finanzas, Contabilidad, Administración de Empresas o un campo relacionado	Al menos 7-10 años de experiencia en roles financieros, con una sólida trayectoria en contabilidad, planificación financiera, y gestión de presupuestos. Experiencia específica en el sector de seguridad puede ser una ventaja.	Habilidad para desarrollar y administrar presupuestos, realizar proyecciones financieras, y gestionar el flujo de caja y las inversiones.
<b>Jefe de RR HH</b>	Es responsable de gestionar todas las funciones relacionadas con el personal, incluyendo reclutamiento, selección, capacitación, desarrollo y gestión de relaciones laborales.	Título de 3er. Nivel en Recursos Humanos, Psicología, Administración de Empresas o un campo relacionado.	Al menos 5-7 años en roles de recursos humanos, con experiencia específica en gestión de personal, administración de beneficios y relaciones laborales. La experiencia en el sector de seguridad puede ser una ventaja.	Habilidad para reclutar, seleccionar y retener talento adecuado para la empresa, asegurando que el personal cuente con las habilidades necesarias para cumplir con los estándares de seguridad.
<b>Jefe de Ventas</b>	Es responsable de liderar y gestionar el equipo de ventas para alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.	Título de 3er. Nivel en Administración de Empresas, Marketing, Ventas, o un campo relacionado.	Al menos 5-7 años de experiencia en ventas, con un historial comprobado de éxito en roles de ventas, preferiblemente en la industria de seguridad o en sectores relacionados.	Capacidad para liderar y motivar al equipo de ventas, gestionar el desempeño, y fomentar un ambiente de trabajo positivo y productivo.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

### 21.3.2. Ficha 2

*Tabla 13. Ficha técnica de los cargos de FORCOP*



Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

## 21.4. Partidas salariales

Como FORCOP, buscamos una relación de partidas salariales acordes a las responsabilidades en asumirse dentro de la compañía.

### 21.4.1. Anexo Colaboradores

Tabla 14. Descripción de las partidas salariales de FORCOP

Proyección Gastos de Personal				Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total	Mes 13	
Cantidades expresadas en Dólares				Jan-24	Feb-24	Mar-24	Abr-24	May-24	Jun-24	Jul-24	Aug-24	Sep-24	Oct-24	Nov-24	Dec-24	2024	Jan-25	
<b>Calendario de Contrataciones</b>																		
<b>Diseño</b>	Salario Mensual	Salario Anual																
		0																0.0
		0																0.0
		0																0.0
		0																0.0
		0																0.0
<b>Total empleados en Operaciones</b>		0		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<b>Operativo</b>																		
Supervisor de Operaciones	800	9,600		1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
Operador Técnico	580	6,960		2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0
		0																0.0
		0																0.0
<b>Total empleados en Diseño</b>		0		3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0
<b>Marketing y Ventas</b>																		
Supervisor de Ventas	800	9,600		1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
Ejecutivo Comercial	580	6,960		2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0
		0																0.0
		0																0.0
<b>Total empleados en Marketing y Ventas</b>		0		3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0
<b>Administración</b>																		
Gerente General	1,200	14,400		1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
Jefe de Recursos Humanos	900	10,800		1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
Jefe de Operaciones	900	10,800		1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
Jefe Financiero	900	10,800		1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
Jefe de Ventas	900	10,800		1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
Asistente Administrativo	500	6,000		1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
<b>Total empleados en Administración</b>				6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0
<b>TOTAL NÚMERO DE EMPLEADOS</b>				12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12

Mantenemos inicialmente 12 colaboradores,

Los socios 5 desempeñaremos roles como jefaturas y gerencia internamente de la empresa.

Las partidas restantes serán contratación externa por mérito y oposición.

### 1.4.2 Anexo Costo Mano de Obra

Tabla 15. Descripción de costos de mano de obra para las operaciones FORCOP

Cálculo de los Sueldos y Salarios												
<b>Diseño</b>												
0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Bonus pagados en área de producción/diseño	0.0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otras partidas salariales (seguro médico, etc)	0.0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Seguridad Social y otros gastos de personal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total Sueldos y Salarios en Producción</b>	<b>0</b>											
<b>Operativo</b>												
Supervisor de Operaciones	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800
Operador Técnico	1,160	1,160	1,160	1,160	1,160	1,160	1,160	1,160	1,160	1,160	1,160	1,160
0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Bonus pagados en área operativa	0.0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otras partidas salariales (seguro médico, etc)	0.0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Seguridad Social y otros gastos de personal	568	568	568	568	568	568	568	568	568	568	568	568
<b>Total Sueldos y Salarios en Diseño</b>	<b>2,528</b>	<b>23,520</b>										
<b>Marketing y Ventas</b>												
Supervisor de Ventas	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800
Ejecutivo Comercial	1,160	1,160	1,160	1,160	1,160	1,160	1,160	1,160	1,160	1,160	1,160	1,160
0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Bonus pagados en área de marketing	0.0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otras partidas salariales (seguro médico, etc)	0.0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Seguridad Social y otros gastos de personal	568	568	568	568	568	568	568	568	568	568	568	568
<b>Total Sueldos y Salarios en Marketing y Ventas</b>	<b>2,528</b>	<b>23,520</b>										
<b>Administración</b>												
Gerente General	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
Jefe de Recursos Humanos	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900
Jefe de Operaciones	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900
Jefe Financiero	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900
Jefe de Ventas	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900
Asistente Administrativo	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Bonus pagados en área de administración	0.0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otras partidas salariales (seguro médico, etc)	0.0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Seguridad Social y otros gastos de personal	1,537	1,537	1,537	1,537	1,537	1,537	1,537	1,537	1,537	1,537	1,537	1,537
<b>Total Sueldos y Salarios en Administración</b>	<b>6,837</b>	<b>63,600</b>										
<b>TOTAL SUELDOS Y SALARIOS</b>	<b>11,894</b>	<b>110,640</b>										
Seguridad Social y otros gastos de personal	29.0%	29.0%	29.0%	29.0%	29.0%	29.0%	29.0%	29.0%	29.0%	29.0%	29.0%	29.0%
Crecimiento anual de salarios	2.5%											

Sujeto a los costos designados para las partidas salariales, logramos delimitar que:

Los impuestos y tasa de seguridad social asumida por el patrono en el país el primer año se estructura en un 29%.

El aumento anual proyectado para nuestros colaboradores será del 2.5%. Equiparando la tasa inflacionaria país.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

### 1.4.3 Anexo Proyecciones

Tabla 16. Proyección de gastos de personal hasta el año 2029 de FORCOP

Proyecto FORCOP			Total	Total	Total	Total
Proyección Gastos de Personal			2026	2027	2028	2029
Cantidades expresadas en Dólares						
<b>Calendario de Contrataciones</b>						
Diseño	Salario Mensual	Salario Anual				
		0				
		0				
		0				
		0				
		0				
<b>Total empleados en Operaciones</b>			<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>
<b>Operativo</b>						
Supervisor de Operaciones	800	9,600	1.0	1.0	1.0	1.0
Operador Técnico	580	6,960	2.0	2.0	2.0	2.0
		0				
		0				
<b>Total empleados en Diseño</b>			<b>3.0</b>	<b>3.0</b>	<b>3.0</b>	<b>3.0</b>
<b>Marketing y Ventas</b>						
Supervisor de Ventas	800	9,600	1.0	1.0	1.0	1.0
Ejecutivo Comercial	580	6,960	2.0	2.0	2.0	2.0
		0				
		0				
		0				
<b>Total empleados en Marketing y Ventas</b>			<b>3.0</b>	<b>3.0</b>	<b>3.0</b>	<b>3.0</b>
<b>Administración</b>						
Gerente General	1,200	14,400	1.0	1.0	1.0	1.0
Jefe de Recursos Humanos	900	10,800	1.0	1.0	1.0	1.0
Jefe de Operaciones	900	10,800	1.0	1.0	1.0	1.0
Jefe Financiero	900	10,800	1.0	1.0	1.0	1.0
Jefe de Ventas	900	10,800	1.0	1.0	1.0	1.0
Asistente Administrativo	500	6,000	1.0	1.0	1.0	1.0
<b>Total empleados en Administración</b>			<b>6.0</b>	<b>6.0</b>	<b>6.0</b>	<b>6.0</b>
<b>TOTAL NÚMERO DE EMPLEADOS</b>			<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

### 1.4.4. Anexo distribución salarial a partidas nacionales

Tabla 17. Distribución salarial a partidas nacionales

Nro TOTAL Colaboradores		COSTOS NOMINA FORCOP MENSUALIZADO										
12												
Nro Colaboradores	PARTIDA SALARIAL	REMUNERACIÓN	IESS COLABORADOR 9.45%	TOTAL ROL COLABORADOR	TOTAL EMPRESA	DÉCIMO ZERO	DÉCIMO 4TO	VACACIONES	FONDO RESERVA	IESS 11.15%	COSTO EMPRESA	
1	Gerente	\$ 1,200.00	\$ 113.40	\$ 1,086.60	\$ 1,200.00	\$ 100.00	\$ 38.33	\$ 50.00	\$ 99.96	\$ 133.80	\$ 1,622.09	
4	Jefe	\$ 900.00	\$ 85.05	\$ 814.95	\$ 900.00	\$ 75.00	\$ 38.33	\$ 37.50	\$ 74.97	\$ 100.35	\$ 1,226.15	
2	Supervisor	\$ 800.00	\$ 75.60	\$ 724.40	\$ 800.00	\$ 66.67	\$ 38.33	\$ 33.33	\$ 66.64	\$ 89.20	\$ 1,094.17	
2	Operador Tecnico	\$ 580.00	\$ 54.81	\$ 525.19	\$ 580.00	\$ 48.33	\$ 38.33	\$ 24.17	\$ 48.31	\$ 64.67	\$ 803.82	
2	Ejecutivo comercial	\$ 580.00	\$ 54.81	\$ 525.19	\$ 580.00	\$ 48.33	\$ 38.33	\$ 24.17	\$ 48.31	\$ 64.67	\$ 803.82	
1	Asistente Adm	\$ 500.00	\$ 47.25	\$ 452.75	\$ 500.00	\$ 41.67	\$ 38.33	\$ 20.83	\$ 41.65	\$ 55.75	\$ 688.23	

PUESTO	AÑO 2024						PORCENTAJE DE INCREMENTO SALARIAL ANUAL						2.5%						TOTAL ANUAL					
	MENSUALIZADO AÑO 1	MENSUALIZADO AÑO 2	MENSUALIZADO AÑO 3	MENSUALIZADO AÑO 4	MENSUALIZADO AÑO 5	MENSUALIZADO AÑO 6	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6			
Gerente	\$ 1,522.13	\$ 1,662.65	\$ 1,704.21	\$ 1,746.82	\$ 1,790.49	\$ 1,835.25	\$ 19,951.75	\$ 20,450.54	\$ 20,961.81	\$ 21,485.85	\$ 22,023.00	\$ 19,951.75	\$ 20,450.54	\$ 20,961.81	\$ 21,485.85	\$ 22,023.00	\$ 19,951.75	\$ 20,450.54	\$ 20,961.81	\$ 21,485.85	\$ 22,023.00			
Jefe	\$ 4,303.68	\$ 5,027.23	\$ 5,152.91	\$ 5,281.73	\$ 5,413.78	\$ 5,549.12	\$ 60,326.74	\$ 61,834.91	\$ 63,380.79	\$ 64,965.31	\$ 66,589.44	\$ 60,326.74	\$ 61,834.91	\$ 63,380.79	\$ 64,965.31	\$ 66,589.44	\$ 60,326.74	\$ 61,834.91	\$ 63,380.79	\$ 64,965.31	\$ 66,589.44			
Supervisor	\$ 1,965.87	\$ 2,243.06	\$ 2,299.13	\$ 2,356.61	\$ 2,415.53	\$ 2,475.91	\$ 26,916.66	\$ 27,589.58	\$ 28,279.32	\$ 28,986.30	\$ 29,710.96	\$ 26,916.66	\$ 27,589.58	\$ 28,279.32	\$ 28,986.30	\$ 29,710.96	\$ 26,916.66	\$ 27,589.58	\$ 28,279.32	\$ 28,986.30	\$ 29,710.96			
Operador Tecnico	\$ 1,446.34	\$ 1,647.83	\$ 1,689.02	\$ 1,731.25	\$ 1,774.53	\$ 1,818.89	\$ 19,773.91	\$ 20,268.25	\$ 20,774.96	\$ 21,294.33	\$ 21,826.69	\$ 19,773.91	\$ 20,268.25	\$ 20,774.96	\$ 21,294.33	\$ 21,826.69	\$ 19,773.91	\$ 20,268.25	\$ 20,774.96	\$ 21,294.33	\$ 21,826.69			
Ejecutivo comercial	\$ 1,446.34	\$ 1,647.83	\$ 1,689.02	\$ 1,731.25	\$ 1,774.53	\$ 1,818.89	\$ 19,773.91	\$ 20,268.25	\$ 20,774.96	\$ 21,294.33	\$ 21,826.69	\$ 19,773.91	\$ 20,268.25	\$ 20,774.96	\$ 21,294.33	\$ 21,826.69	\$ 19,773.91	\$ 20,268.25	\$ 20,774.96	\$ 21,294.33	\$ 21,826.69			
Asistente Adm	\$ 656.58	\$ 715.69	\$ 733.58	\$ 751.92	\$ 770.72	\$ 789.99	\$ 8,568.27	\$ 8,802.98	\$ 9,023.05	\$ 9,248.63	\$ 9,479.84	\$ 8,568.27	\$ 8,802.98	\$ 9,023.05	\$ 9,248.63	\$ 9,479.84	\$ 8,568.27	\$ 8,802.98	\$ 9,023.05	\$ 9,248.63	\$ 9,479.84			
TOTAL:	\$ 11,340.94	\$ 12,944.27	\$ 13,267.88	\$ 13,599.57	\$ 13,939.56	\$ 14,288.05	\$155,331.24	\$ 159,214.52	\$ 163,194.88	\$ 167,274.75	\$171,456.62	\$155,331.24	\$ 159,214.52	\$ 163,194.88	\$ 167,274.75	\$171,456.62	\$155,331.24	\$ 159,214.52	\$ 163,194.88	\$ 167,274.75	\$171,456.62			
TOTAL AÑO 1	\$ 136,091.28																							

De acuerdo con la legislación ecuatoriana y la manera de la carga y distribución patronal de obligaciones, como FORCOP necesitamos generar una subtabla equivalente para lograr definir la totalidad de las partidas salariales.

#### Responsabilidades Patronales:

Decimo 3er sueldo como la división directa del salario neto del colaborador dividido para 12 meses. Por lo cual para el cálculo en la tabla general se generó un promedio de los porcentajes obtenidos sobre las partidas salariales de cada grupo nominal.

Decimo 4to sueldo: se calcula sobre la distribución mensual del SBU actualizado a la fecha en el país \$460 dólares.

Detallamos el valor de vacaciones, el cual se calcula partiendo del salario neto del colaborador para 24. Puesto que la legislación nacional delimita 15 días de vacaciones al año calendario.

Fondos de reserva: se cancelan por parte del patrono a partir de las 12 primeras aportaciones. Por tal motivo el valor inicial mensual como patronos es inferior. Calculando este sobre el 29.17% de las tazas extras. Aumentando las mismas al 37.50% a partir del segundo año.

Detallamos el valor de aporte patronal a la seguridad social IESS del 11.15% sobre el valor neto del salario del colaborador.

#### **Responsabilidades Colaborador:**

Detallamos el salario a recibir vía rol por parte del colaborador. Al asumir el mismo un 9.45% de su salario propuesto como aportación.

Tabla 18. Descripción de porcentaje de costos cubiertos por la empresa

PORCENTAJE DE VALORES COSTO EMPRESA				
DÉCIMO 3ERO	DÉCIMO 4TO	VACACIONES	FONDO RESERVA	IESS 11,15%
8.33%	5.52%	4.17%	8.33%	11.15%
TOTAL:				37.50%
AÑO 1:				29.17%

## XXII. INGRESOS.

Nuestros servicios como empresa son:

Pruebas de Polígrafo con un valor unitario de \$150.0 dólares americanos.

Pruebas de EYE DETECT con un valor unitario de \$125.0 dólares americanos.

Pruebas de Sistema de Voz con un valor unitario de \$80.0 dólares americanos.

Pruebas Grafológicas con un valor unitario de \$50.0 dólares americanos.

Estudios de Seguridad Física, con un valor unitario de \$8000 dólares americanos.

Dentro de las hipótesis planteadas para el crecimiento de la compañía detallamos en el ejercicio, un incremento del 2% anual, valor formulado e integrado dentro del cuadro. El cual nos permitirá como compañía afrontar la inflación país y sus costes directa e indirectamente asociados.

De igual manera el crecimiento de ventas proyectado, lo manejamos de manera trimestral inicialmente, extendiendo el periodo de crecimiento a quimestral mente al medio año, y aumentando de igual manera el último cuatrimestre. Esto debido a que nos proyectamos de acuerdo con las estrategias de venta que planteamos para la compañía, pudiendo de esta manera gestionar cambios con suficiente tiempo para entregar asentamiento a los indicadores de ventas.

La excepción a la tasa de crecimiento en el número de unidades vendidas de nuestros servicios antes planteada la delimitamos para los estudios de seguridad fiscal. Esto debido a la complejidad y tiempo que nos toma como compañía este servicio. Sin embargo, la proyección de crecimiento sobre el precio de venta se mantiene sujeta al 2% anual. Entregando de esta manera una meta de dos estudios de manera bimensual.

Es de esta manera que FORCOP, al ser una compañía de servicio y de facturación contra entrega como equipo no delimitamos ventas a crédito. Todos nuestros servicios son facturados de contado por la delicadeza de los resultados. Es decir, nosotros cobramos los valores contratados a nuestros clientes contra entrega.

La tasa de devoluciones definida por el equipo engloba no una insatisfacción sobre nuestros resultados, la enmarcamos como un valor del 2% al incurrirse en gastos de negociación si un servicio post negociación no es solicitada.

### **Anexo 1 Tabla de ingresos netos / servicio**

Tabla 19. Proyección de ingresos hasta el año 2028

<b>Proyecto FORCOP</b>						
<i>Proyección de ingresos</i>						
<i>Cantidades expresadas en Dolares</i>						
	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027	Total 2028	
<b>Resumen de Ingresos Netos por Producto/Servicio</b>						
<b>Ingresos netos por producto/servicio</b>						
PRUEBAS POLIGRAFO	195,510	253,399	252,349	269,876	288,003	
PRUEBAS EYE DETECT	32,585	42,233	52,199	62,560	73,333	
SISTEMA DE VOZ	16,856	24,470	32,456	40,785	49,467	
PRUEBAS GRAFOLÓGICAS	5,978	9,696	13,459	17,355	21,388	
ESTUDIOS DE SEGURIDAD FÍSICA	94,080	95,962	97,881	99,838	101,835	
<b>INGRESOS NETOS DEL PROYECTO</b>	<b>345,009</b>	<b>425,760</b>	<b>448,343</b>	<b>490,414</b>	<b>534,025</b>	
<b>Desglose de Ventas</b>						
Ventas al contado	en Dolares	345,009	425,760	448,343	490,414	534,025
Ventas a crédito	en Dolares	0	0	0	0	0

### XXIII. COSTE DE VENTAS.

En lo referente a nuestro coste de ventas, como compañía delimitamos las siguientes hipótesis, sujetas a cada uno de nuestros servicios:

#### Pruebas de Polígrafo.

Lo delimitamos con un valor bajo sin llegar a encerrar la tabla, debido a que el coste como tal de la misma lo delimita la mano de obra directamente asociada a la operación de los equipos, el transporte el cual se encuentra incluido en el arrendamiento mensual de las camionetas destinadas para la operación y la comprar de los equipos que en este caso incluyen su licencia de operación.

### **Pruebas de EYE DETECT.**

En el caso de nuestro servicio de pruebas de detección ocular o EYE DETECT, el valor sobre el coste directo de ventas, lo sustentamos a \$30 dólares americanos. Esto debido al valor de compra de cada uno de los paquetes de licencias, los cuales deben generarse por cada prueba, sujeto a las especificaciones técnicas del fabricante.

### **Pruebas de Sistema de Voz.**

De igual manera el sistema de detección de voz requiere de una adquisición de licencia individual sobre el uso del sistema hacia el fabricante, el cual delimitamos necesita estar incluido como coste de las ventas al ser indispensable para la realización de este servicio. EL valor que el fabricante carga por licencia de prueba individual es de \$20 dólares americanos.

### **Pruebas Grafológicas.**

En lo que corresponde con las pruebas grafológicas, el coste de venta al igual que las pruebas del polígrafo lo estipulamos con una cifra baja sin encerrar la tabla. Esto debido a que el mayor contribuyente para el servicio es el expertiz técnico asumido en los valores de contratación y gastos personales operativos.

### **Estudios de Seguridad Física.**

Dentro de los estudios de seguridad física, los cuales constan de investigación en campo, el valor como compañía lo colocamos en \$500 dólares mensuales. Esto debido a los

costos de movilización la cual se la toma como el combustible de los vehículos rentados, alimentación y hospedaje de nuestros técnicos especializados. Los cuales al encontrarse en investigación los 2 meses hasta entregar los resultados, consumen los costos de manera mensual.

## Anexo 1 Proyección de Coste de Ventas

Tabla 20. Proyección de costos de venta hasta el año 2028

**Proyecto FORCOP**  
 Proyección Coste de Ventas

Cantidades expresadas en Dolares	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027	Total 2028
<b>% s/Ventas Totales del Proyecto por producto/servicio</b>					
PRUEBAS POLIGRAFO	56.7%	59.5%	56.3%	55.0%	53.9%
PRUEBAS EYE DETECT	9.4%	9.9%	11.6%	12.8%	13.7%
SISTEMA DE VOZ	4.9%	5.7%	7.2%	8.3%	9.3%
PRUEBAS GRAFOLÓGICAS	1.7%	2.3%	3.0%	3.5%	4.0%
ESTUDIOS DE SEGURIDAD FÍSICA	27.3%	22.5%	21.8%	20.4%	19.1%
<b>TOTAL</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>
<b>Resumen de Coste de Ventas por Producto/Servicio</b>					
<b>Coste de ventas por producto/servicio</b>					
PRUEBAS POLIGRAFO	1,064	1,352	3,300	3,460	3,620
PRUEBAS EYE DETECT	7,980	10,140	12,240	14,340	16,440
SISTEMA DE VOZ	4,300	6,120	7,920	9,720	11,520
PRUEBAS GRAFOLÓGICAS	98	194	264	334	404
ESTUDIOS DE SEGURIDAD FÍSICA	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
<b>COSTE DE VENTAS DEL PROYECTO</b>	<b>19,442</b>	<b>23,806</b>	<b>29,724</b>	<b>33,854</b>	<b>37,984</b>

Como se puede observar las diferentes cargas de contribución sobre el 100% del producto sobre el servicio, nuestro producto estrella son las pruebas de polígrafo aportando un margen del 58% sobre el total de nuestra facturación.

Es de igual manera que nuestro margen de costo se ve incrementado con el paso de los años dentro de la proyección, debido en su mayoría al aumento inflacionario del 2.5%

anual inicialmente delimitado y al aumento escalado de las ventas sujeta a la proyección del 2% para equiparar la inflación. Lo cual proyecta costos en escala ascendente asociados a nuestros servicios.

## Anexo 2 Desglose de Margen Bruto por producto

Tabla 21. Desglose de margen bruto por producto

Desglose de Margen Bruto por producto/servicio					
<b>Margen Bruto del producto/servicio: PRUEBAS POLIGRAFO</b>					
Ingresos Netos	195,510	253,399	252,349	269,876	288,003
Coste de Ventas	1,064	1,352	3,300	3,460	3,620
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>194,446</b>	<b>252,047</b>	<b>249,049</b>	<b>266,416</b>	<b>284,383</b>
% s/Ventas del Producto/Servicio	99.5%	99.5%	98.7%	98.7%	98.7%
<b>Margen Bruto del producto/servicio: PRUEBAS EYE DETECT</b>					
Ingresos Netos	32,585	42,233	52,199	62,560	73,333
Coste de Ventas	7,980	10,140	12,240	14,340	16,440
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>24,605</b>	<b>32,093</b>	<b>39,959</b>	<b>48,220</b>	<b>56,893</b>
% s/Ventas del Producto/Servicio	75.5%	76.0%	76.6%	77.1%	77.6%
<b>Margen Bruto del producto/servicio: SISTEMA DE VOZ</b>					
Ingresos Netos	16,856	24,470	32,456	40,785	49,467
Coste de Ventas	4,300	6,120	7,920	9,720	11,520
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>12,556</b>	<b>18,350</b>	<b>24,536</b>	<b>31,065</b>	<b>37,947</b>
% s/Ventas del Producto/Servicio	74.5%	75.0%	75.6%	76.2%	76.7%
<b>Margen Bruto del producto/servicio: PRUEBAS GRAFOLÓGICAS</b>					
Ingresos Netos	5,978	9,696	13,459	17,355	21,388
Coste de Ventas	98	194	264	334	404
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>5,880</b>	<b>9,502</b>	<b>13,195</b>	<b>17,021</b>	<b>20,984</b>
% s/Ventas del Producto/Servicio	98.4%	98.0%	98.0%	98.1%	98.1%
<b>Margen Bruto del producto/servicio: ESTUDIOS DE SEGURIDAD FÍSICA</b>					
Ingresos Netos	94,080	95,962	97,881	99,838	101,835
Coste de Ventas	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>88,080</b>	<b>89,962</b>	<b>91,881</b>	<b>93,838</b>	<b>95,835</b>
% s/Ventas del Producto/Servicio	93.6%	93.7%	93.9%	94.0%	94.1%

En los servicios de FORCOP, se puede diferenciar con claridad que, debido al coste de ventas sujeto directamente a los CAPEX, los márgenes de mejor contribución se los lleva, el servicio de prueba de Polígrafo y las pruebas Grafológicas.

#### **XXIV. COSTES DE FABRICACIÓN**

En lo que respecta a nuestros costes de producción, como compañía estipulamos que nuestros colaboradores de producción como tal son los técnicos encargados directamente del manejo de los equipos como los polígrafos, los cuales poseen expertiz sobre el análisis grafológico, manejo del sistema de voz y EYE DETECT. Por tal motivo el costo de su nómina, materiales de oficina, comunicación entre otros se los ubica en esta partida.

De igual manera el gasto del alquiler referente al personal de producción se encuentra sub distribuido a la cantidad de colaboradores asignados en producción.

#### **Anexo 1 Proyección de Costes de Fabricación**

**Tabla 22. Proyección de Costes de Fabricación**

<b>Proyecto FORCOP</b>					
<b>Proyección Costes de Producción</b>					
<i>Cantidades expresadas en Dolares</i>	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027	Total 2028
Ingresos Netos del Proyecto	345,009	425,760	448,343	490,414	534,025
Inflación	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%
Costes como % de los costes iniciales	100.00%	102.50%	105.06%	107.69%	110.38%
<b>Costes de Producción</b>					
<b>Mano de obra directa</b>	<b>30,381</b>	<b>31,140</b>	<b>31,919</b>	<b>32,717</b>	<b>33,535</b>
<b>Gastos generales de fabricación</b>					
Número de empleados en producción	3	3	3	3	3
Material de Oficina	20 /Empleado	720	738	756	775
Viajes	0 /Empleado	0	0	0	0
Comunicación	50 /Empleado	1,800	1,845	1,891	1,938
Alquiler área de producción		7,200	7,380	7,565	7,754
Agua, electricidad	0.5 /m2	900	923	946	969
Mantenimiento, reparaciones puntuales	1 /m2	900	923	946	969
<b>Total costes indirectos</b>	<b>11,520</b>	<b>11,808</b>	<b>12,103</b>	<b>12,406</b>	<b>12,716</b>
<b>TOTAL COSTES DE PRODUCCIÓN</b>	<b>41,901</b>	<b>42,948</b>	<b>44,022</b>	<b>45,123</b>	<b>46,251</b>
<b>Gastos de Alquiler</b>					
Espacio total de área de producción (m2)	1,800	1,800	150	150	150
Coste total alquiler de espacio de producción	4.00 /m2	7,200	7,380	7,565	7,947

## XXV. OPEX

Definiendo OPEX como nuestros costos no asociados directamente con producción (Técnicos operarios de sistemas técnicos)

Los departamentos de administración en conjunto con los de marketing y ventas gozaran de los mismos beneficios asignados para el resto del personal en cuestión de cargos por comunicación y materiales de oficina, subdividiendo los valores de servicios básicos a este departamento.

Como parte de nuestra estrategia de ventas se decide por parte de los socios el designar un 5% a publicidad sobre las ventas y un 5% a ferias y exhibiciones.

## Anexo

Tabla 23. Gastos Operativos (OPEX) de FORCOP hasta el año 2028

<b>Proyecto FORCOP</b>					
<b>Proyección Costes de Explotación</b>					
<i>Cantidades expresadas en Dolares</i>	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027	Total 2028
<b>INGRESOS NETOS DEL PROYECTO</b>	<b>345,009</b>	<b>425,760</b>	<b>448,343</b>	<b>490,414</b>	<b>534,025</b>
Inflación	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%
Costes como % de los costes iniciales	100.00%	102.50%	105.06%	107.69%	110.38%
<b>Gastos de Personal</b>					
<b>Gastos de Personal (excl. gastos de producción)</b>					
Sueldos y salarios en Diseño	0	0	0	0	0
Sueldos y salarios en Marketing y Ventas	30,381	31,140	37,781	38,726	39,694
Sueldos y salarios en Administración	82,152	84,206	86,311	88,469	90,681
<b>TOTAL GASTOS DE PERSONAL</b>	<b>112,533</b>	<b>115,346</b>	<b>124,093</b>	<b>127,195</b>	<b>130,375</b>
<b>Gastos de Promoción y Publicidad</b>					
<b>Gastos de promoción y publicidad</b>					
Número de empleados	3	3	3	3	3
Gastos de asesoramiento	Según sea necesario	0	0	0	0
Material de Oficina	20 /Empleado	720	738	756	775
Viajes	/Empleado	0	0	0	0
Comunicación	50 /Empleado	1,800	1,845	1,891	1,938
Publicidad	5.0% de las ventas	17,250	21,288	22,417	24,521
Ferias y exhibiciones	5.0% de las ventas	17,250	21,288	22,417	24,521
Otros	de las ventas	0	0	0	0
<b>TOTAL GASTOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD</b>	<b>37,021</b>	<b>45,159</b>	<b>47,482</b>	<b>51,755</b>	<b>56,184</b>
<b>Gastos de Administración</b>					
<b>Gastos de Administración</b>					
Número de empleados (incl. todas áreas excepto producción & marketing y ventas)	6	6	6	6	6
Material de Oficina	20 /Empleado	1,440	1,476	1,513	123
Viajes	/Empleado	0	0	0	0
Comunicación	50 /Empleado	3,600	3,690	3,782	300
Seguros	de las ventas	0	0	0	0
Servicios profesionales (legal contabilidad, etc)	Según sea necesario	3,000	3,000	3,000	3,000
Provisión por facturas impagadas	de las ventas	0	0	0	0
Alquiler oficina		7,200	7,380	7,565	7,754
Agua, electricidad	0.5 /m2	900	923	946	969
Mantenimiento, reparaciones puntuales	1 /m2	900	923	946	969
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>17,040</b>	<b>17,391</b>	<b>17,751</b>	<b>13,115</b>	<b>13,357</b>

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Es de esta manera que sobre cualquier imprevisto que pudiera presentarse como liquidación de personal, entre otros como compañía decidimos incluir un rubro del 2% sobre las ventas como estimación de provisiones sobre imprevistos.

Dentro de los costes de Explotación, podemos resumir que los gastos de personal representan el rubro de mayor peso proyectando una salida de \$724.887 dólares en el periodo de 5 años de las proyecciones.

Así también la inversión que la compañía desea realizar como promoción y publicidad es de \$282.760 dólares, denotando nuestro claro sentido de enfoque en dar a conocer a FORCOP y desde nuestra imagen generar las ventas.

Como punto importante adicional la inclusión del 2% de provisiones para imprevistos con un valor anual promedio de \$10.000 dólares, nos permitirá afrontar situaciones sin necesidad de reintroducir capital por parte de los socios, buscando así la auto sustentabilidad de FORCOP. Denotando de igual manera una gestión administrativa prudente y responsable sobre la gestión de riesgos.

### **Anexo (OPEX) Imprevistos / Resumen de Costes de Explotación**

**Tabla 24. OPEX, Imprevistos y Resumen de Costes de Explotación**

<b>Proyecto FORCOP</b>							
<i>Proyección Costes de Explotación</i>							
<i>Cantidades expresadas en Dolares</i>	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027	Total 2028		
<b>Imprevistos</b>							
Imprevistos							
Estimación de provisiones		2.0% de las ventas	6,900	8,515	8,967	9,808	10,680
<b>TOTAL IMPREVISTOS</b>	<b>6,900</b>	<b>8,515</b>	<b>8,967</b>	<b>9,808</b>	<b>10,680</b>		
<b>Resumen de Costes de Explotación</b>							
Costes de explotación							
Gastos de Personal	112,533	115,346	124,093	127,195	130,375		
Gastos de Promoción y Publicidad	37,021	45,159	47,482	51,755	56,184		
Gastos de Administración	17,040	17,391	17,751	13,115	13,357		
Imprevistos	6,900	8,515	8,967	9,808	10,680		
<b>COSTE DE EXPLOTACIÓN DEL PROYECTO</b>	<b>173,494</b>	<b>186,411</b>	<b>198,292</b>	<b>201,873</b>	<b>210,597</b>		

## XXVI. CAPEX

**El detalle de los inmovilizados para FORCOP es el siguiente:**

**Vehículos Leasing.** Decidimos rentar 2 camionetas, como parte importante de la compañía al tener que movilizar nuestros técnicos y los equipos a los lugares de atención en ciertas ocasiones. El motivo de la renta en lugar de la adquisición de los vehículos es con el objetivo de no asumir la depreciación de estos ni los costes de mantenimiento y seguros sujetos a estos.

**Mobiliario:** La adquisición de muebles y enseres de oficina son parte de nuestro inmovilizado amortizado a 10 años.

**Hardware:** Parte fundamental del ejercicio comercial de FORCOP al ser nuestro eje de gestión, como son ordenadores, equipos de comunicación, entre equipo de EYE DETECT y nuestros Polígrafos. Equipos amortizados al plazo de 5 años.

**Software:** Licencia de uso de EYE DETECT. La misma que se amortiza en plazo de 5 años. Sujeto al cambio y actualizaciones generadas por el proveedor.

**En total como FORCOP los socios debemos invertir en el CAPEX del proyecto \$152.300 dólares.**

### Anexo CAPEX 1

Tabla 25. Gasto de capital (CAPEX) - parte 1

<b>Proyecto FORCOP</b>		Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027	Total 2028
<i>Inversiones (CAPEX)</i>						
<i>Cantidades expresadas en Dolares</i>						
<b>Plan de inversiones materiales e inmateriales (CAPEX)</b>						
<b>Vehículos</b>	Total CAPEX					
Leasing (2)	72,000	72,000	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
<b>Total Inversiones / CAPEX</b>	<b>72,000</b>	<b>72,000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Mobiliario</b>	Total CAPEX					
Muebles	5,000	5,000	0	0	0	0
Enseres	1,200	1,200	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
<b>Total Inversiones / CAPEX</b>	<b>6,200</b>	<b>6,200</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Hardware</b>	Total CAPEX					
Computadores (6 und)	4,000	4,000	0	0	0	0
Equipos de comunicación	1,200	1,200	0	0	0	0
Eye detect	5,000	5,000	0	0	0	0
Polígrafos (2)	24,000	24,000	0	0	0	0
<b>Total Inversiones / CAPEX</b>	<b>34,200</b>	<b>34,200</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Software</b>	Total CAPEX					
Software eye detect	39,900	39,900	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
<b>Total Inversiones / CAPEX</b>	<b>39,900</b>	<b>39,900</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL INVERSIONES / CAPEX DEL PROYECTO</b>	<b>152,300</b>	<b>152,300</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

El siguiente cuadro detalla el resumen del CAPEX, reflejando la cantidad de dinero que la compañía invierte en activos tangibles como intangibles.

## Anexo CAPEX 2

Tabla 26. Gasto de capital (CAPEX) - parte 2

Resumen de CAPEX Material e Inmaterial					
Inversiones (CAPEX) del periodo	152,300	0	0	0	0
Inversiones Acumuladas - Activo Fijo	152,300	152,300	152,300	152,300	152,300
Amortizaciones del periodo	39,440	39,440	39,440	15,440	15,440
Amortización Acumulada	39,440	78,880	118,320	133,760	149,200

## XXVII. CUENTAS DE EXPLOTACIÓN

Las proyecciones estructuradas dentro del cuadro nos entregan como resultado un efecto de crecimiento sostenido para FORCOP. El proyecto muestra claramente el potencial de ser altamente rentable manejando el enfoque de crecimiento paulatino enfocado sobre las estrategias de marketing y ventas a las cuales se les asigna una cantidad que les permita poseer rango de acción eficiente.

Dentro del cuadro de cuentas de explotación podemos destacar lo siguiente:

**Crecimiento de los ingresos:** La proyección de crecimiento de nuestros ingresos, nos indica claramente que las estrategias de marketing, la optimización de la nómina, el

manejo adecuado de los costos indirectos da resultado, sugiriendo un aumento de igual manera entre las ventas y una mejor penetración en el mercado.

**Del control de costes:** La clara diferencia entre el coste de ventas y los gastos de explotación en su proyección de crecimiento y nuestros ingresos, reflejan eficiencia operativa. Se observa que el margen bruto se mantiene entre el 82% y 84%.

**Mejora de la rentabilidad:** EL EBITDA, muestra una clara mejora con el paso de los años de la proyección, desde el 2024 con un monto de \$68.283 dólares al 2028 con un monto de \$190.191 dólares, denotando la capacidad de FORCOP de generar valor a los inversionistas, entregando de igual manera estabilidad a los colaboradores.

**Eficiencia en gasto de operación:** Contando con los gastos de marketing, publicidad y nominales aumentan con los años, los iniciales sujetos a las ventas por estar proyectados al porcentual sobre venta y la nómina con el aumento consensuado por los socios del 2% anual. El cálculo de estos sobre el porcentual de las ventas para el 2028 disminuye del 50% al 39%. Denotando una clara eficiencia en la gestión de operación.

**Beneficios netos:** EL beneficio neto en sentido positivo con el paso de los años, desde \$68.283 en el 2024 al \$190.191 para el 2028, refleja la capacidad de FORCOP de generar retorno constante y valor a los socios inversores.

## Anexo cuadro de Cuentas de Explotación

Tabla 27. Cuadro de Cuentas de Explotación hasta el año 2028

### Proyecto FORCOP

#### Cuenta de Explotación Proyectada

Cantidades expresadas en Euros	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027	Total 2028	Total 2029
Ingresos Netos del Proyecto	345,009	425,760	448,343	490,414	534,025	0
Coste de Ventas	(61,342)	(66,754)	(73,746)	(78,977)	(84,235)	0
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>283,667</b>	<b>359,005</b>	<b>374,597</b>	<b>411,437</b>	<b>449,790</b>	<b>0</b>
% s/Ventas Totales del Proyecto	82%	84%	84%	84%	84%	
<b>Costes de Explotación</b>						
Gastos de Personal	(112,533)	(115,346)	(124,093)	(127,195)	(130,375)	0
Gastos de Promoción y Publicidad	(37,021)	(45,159)	(47,482)	(51,755)	(56,184)	0
Gastos de Administración	(17,040)	(17,391)	(17,751)	(13,115)	(13,357)	0
Imprevistos	(6,900)	(8,515)	(8,967)	(9,808)	(10,680)	0
<b>Total Costes de Explotación</b>	<b>(173,494)</b>	<b>(186,411)</b>	<b>(198,292)</b>	<b>(201,873)</b>	<b>(210,597)</b>	<b>0</b>
% s/Ventas Totales del Proyecto	-50%	-44%	-44%	-41%	-39%	
<b>EBITDA</b>	<b>110,173</b>	<b>172,594</b>	<b>176,305</b>	<b>209,564</b>	<b>239,194</b>	<b>0</b>
% s/Ventas Totales del Proyecto	32%	41%	39%	43%	45%	
Amortización	(29,840)	(29,840)	(39,440)	(39,440)	(15,440)	0
<b>EBIT</b>	<b>80,333</b>	<b>142,754</b>	<b>136,865</b>	<b>170,124</b>	<b>223,754</b>	<b>0</b>
% s/Ventas Totales del Proyecto	23%	34%	31%	35%	42%	
Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0
Ingresos Financieros	0	0	0	0	0	0
						0.0% saldo caja
<b>Beneficio antes de Impuestos</b>	<b>80,333</b>	<b>142,754</b>	<b>136,865</b>	<b>170,124</b>	<b>223,754</b>	<b>0</b>
Impuesto sobre beneficio	(12,050)	(21,413)	(20,530)	(25,519)	(33,563)	0
						15.0% del beneficio
<b>BENEFICIO NETO (PÉRDIDA)</b>	<b>68,283</b>	<b>121,341</b>	<b>116,336</b>	<b>144,605</b>	<b>190,191</b>	<b>0</b>
Beneficio Antes de Impuestos	80,333	142,754	136,865	170,124	223,754	0
Beneficio Antes de Impuestos Acumulado	80,333	142,754	136,865	170,124	223,754	0
Impuesto de Sociedades a Pagar	12,050	21,413	20,530	25,519	33,563	0

Para concluir, con certeza podemos mencionar que FORCOP, con las hipótesis planteadas en la actualidad se encamina a un crecimiento sostenible y rentable, respaldado por una gestión conservadora del aumento de las ventas, tomando previsiones acertadas sobre el riesgo.

Los márgenes entregados hasta la fecha por la compañía permiten a su grupo accionario gestionar varias aristas de ser necesario un crecimiento más fuerte a futuro, como pueden ser, la contratación de más personal para expandir la capacidad de atención, la adquisición de más equipos o una expansión geográfica.

#### **XXVIII. FONDO DE MANIOBRA**

**Tabla 28. Detalle de los fondos de maniobra hasta el año 2028**

<b>Proyecto FORCOP</b>					
<b>Fondo de Maniobra proyectado</b>					
Cantidades expresadas en Euros	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027	Total 2028
Ingresos Netos del Proyecto	345,009	425,760	448,343	490,414	534,025
Inflación	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%
Costes como % de los costes iniciales	100.00%	102.50%	105.06%	107.69%	110.38%
<b>Estimación Activos Corrientes</b>					
<b>Inventario</b>					
Coste de Ventas del Proyecto			73,746	78,977	84,235
Días de inventario			0	0	0
<b>TOTAL INVENTARIO</b>	0	0	0	0	0
<b>Cientes</b>					
Ventas a crédito del proyecto			0	0	0
Días de cobro			0	0	0
<b>TOTAL CLIENTES</b>	0	0	0	0	0
<b>Otros Activos Corrientes</b>					
Ingresos Netos del Proyecto			448,343	490,414	534,025
% de las Ventas Totales			0.0%	0.0%	0.0%
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS CORRIENTES</b>	0	0	0	0	0
<b>Estimación Pasivos Corrientes</b>					
<b>Proveedores</b>					
Coste de Ventas del Proyecto			73,746	78,977	84,235
Días de pago			30	30	30
<b>TOTAL PROVEEDORES</b>	5,717	6,217	6,061	6,491	6,923
<b>Otros Pasivos Corrientes</b>					
Coste de Ventas del Proyecto			73,746	78,977	84,235
% del Coste de Ventas			0.0%	0.0%	0.0% #
<b>TOTAL OTROS PASIVOS CORRIENTES</b>	0	0	0	0	0
<b>Cálculo del Fondo de Maniobra</b>					
Inventario	0	0	0	0	0
Cientes	0	0	0	0	0
Otros activos corrientes	0	0	0	0	0
Proveedores	(5,717)	(6,217)	(6,061)	(6,491)	(6,923)
Otros pasivos corrientes	0	0	0	0	0
<b>FONDO DE MANIOBRA</b>	<b>(5,717)</b>	<b>(6,217)</b>	<b>(6,061)</b>	<b>(6,491)</b>	<b>(6,923)</b>

**1.1.- INGRESOS NETOS DEL PROYECTO:** Proyectamos un incremento paulatino del ingreso sujeto a las ventas asentadas en las pestañas anteriores.

**1.2.- ACTIVOS CORRIENTES:** Al ser una compañía de servicios de seguridad, no proyectamos el mantener inventario; esto sujeto a que no se manufactura ningún tipo de producto.

De igual manera el modelo de negocio y lo complejo de los resultados obtenidos, FORCOP no posee el modelo de venta a crédito a los clientes, los resultados son cancelados contra entrega.

**1.3.- PASIVOS CORRIENTES:** Proyectamos el pago a nuestro proveedor de licencias de uso de EYE DETECT a 30 días de crédito comercial.

**1.4.- FONDO DE MANIOBRA:** Como se puede observar el FM para FORCOP es negativo, esto debido a la falta de inventario, crédito con los clientes u otros activos corrientes, dependiendo en este caso exclusivamente del pasivo corriente sobre el crédito comercial obtenido con nuestro proveedor.

Este fondo de maniobra puede reflejar la posibilidad de financiamiento a corto plazo, sin embargo, la estructura comercial de FORCOP, nos permite mantener este FM negativo sostenido a través de la proyección de ingresos sostenido.

## **XXIX. BALANCE**

**Tabla 29. Balance de situación proyectado hasta el año 2028**

<b>Proyecto FORCOP</b>					
<b>Balance de Situación proyectado</b>					
	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027	Total 2028
<i>Cantidades expresadas en Dolares</i>					
<b>ACTIVOS</b>					
<b>Activos Corrientes</b>					
Caja	87,214	220,153	373,046	562,818	773,326
Inventario	0	0	0	0	0
Clientes	0	0	0	0	0
Otros activos corrientes	0	0	0	0	0
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>87,214</b>	<b>220,153</b>	<b>373,046</b>	<b>562,818</b>	<b>773,326</b>
<b>Activos Fijos</b>					
Activos Fijos (tangibles & intangibles)	152,300	152,300	152,300	152,300	152,300
Amortización Acumulada	(39,440)	(78,880)	(118,320)	(133,760)	(149,200)
<b>Activo Fijo Neto</b>	<b>112,860</b>	<b>73,420</b>	<b>33,980</b>	<b>18,540</b>	<b>3,100</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>200,074</b>	<b>293,573</b>	<b>407,026</b>	<b>581,358</b>	<b>776,426</b>
<b>PASIVOS</b>					
<b>Pasivo Corriente</b>					
Proveedores	5,717	6,217	6,061	6,491	6,923
Impuestos a pagar	2,016	2,865	20,221	29,119	33,563
Otros pasivos corrientes	0	0	0	0	0
Deudas a pagar a corto plazo	18,333	18,333	0	0	0
<b>Total Pasivos Corrientes</b>	<b>26,066</b>	<b>27,416</b>	<b>26,282</b>	<b>35,610</b>	<b>40,486</b>
<b>Pasivos a Largo Plazo</b>					
Deudas a largo Plazo	18,333	0	0	0	0
<b>Total Pasivos a Largo Plazo</b>	<b>18,333</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>44,400</b>	<b>27,416</b>	<b>26,282</b>	<b>35,610</b>	<b>40,486</b>
<b>FONDOS PROPIOS</b>					
Capital Social	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
Reservas	44,253	149,921	166,158	280,743	445,749
Beneficio (pérdida) del ejercicio	11,421	16,236	114,586	165,005	190,191
<b>TOTAL FONDOS PROPIOS</b>	<b>155,675</b>	<b>266,158</b>	<b>380,743</b>	<b>545,749</b>	<b>735,939</b>
<b>TOTAL PASIVO Y FONDOS PROPIOS</b>	<b>200,074</b>	<b>293,573</b>	<b>407,026</b>	<b>581,358</b>	<b>776,426</b>
	ok	ok	ok	ok	ok
	0	0	0	0	0

## 29.1. ACTIVOS

**Corrientes:** No se proyecta dentro del balance inventarios ni cuantas por cobrar debido a la estructura antes detallada en el fondo de maniobra. Sin embargo, se visualiza el crecimiento sostenido de la caja a lo largo de la proyección en el ejercicio de 5 años. Reflejando una fuerte acumulación de efectivo debido integralmente a la generación de ingresos netos sólidos.

**Fijos:** Entre activos tangibles e intangibles la tendencia se mantiene constante al ser estos la inversión inicial proyectada dentro del CAPEX. Tomando la amortización acumulada con su incremento regular, dejando un activo fijo neto al cierre del 2028 de \$3100 dólares, denotando la considerable depreciación de los equipos, proyectando una reactualización de estos a cierre del ejercicio proyectado.

El balance de FORCOP, nos muestra un crecimiento constante en el activo neto, impulsado principalmente por la acumulación de caja y el correcto manejo de las obligaciones a corto y largo plazo.

## 29.2. PASIVOS

**Corrientes:** FORCOP, mantiene crédito comercial de 30 días con uno de sus proveedores, denotando el mismo un nivel constante y sostenido de la deuda a corto plazo,

reflejando esta deuda al igual que el aumento de los impuestos la creciente actividad del proyecto

**Pasivos a largo plazo:** En lo que respecta a las deudas a largo plazo se visualiza la constante disminución de este pasivo, el mismo está sujeto al préstamo bancario que realiza la compañía para suplir el valor proyectado en el CAPEX por parte de los socios, este monto es crédito bancario a plazo de 3 años, esto evidencia la estrategia agresiva de FORCOP en la reducción de sus obligaciones.

Es evidente que la compañía está priorizando la reducción de las deudas a largo plazo, buscando reducir el riesgo financiero.

### 29.3. FONDOS PROPIOS

**Capital Social:** Mantenemos el capital social sujeto a la inversión inicial de los socios en \$100.000 dólares americanos.

**Reservas:** Se incrementan significativamente a lo largo del periodo proyectado, pasando de un déficit inicial en 2024 a un acumulado de \$445,749 en el 2028, reflejando la acumulación de las ganancias a lo largo de la proyección de la compañía.

La constante acumulación de reservas y la generación de beneficios positivos se evidencia en la acumulación de los fondos propios, los cuales son un claro indicador de estabilidad y solvencia financiera

### XXX. ESTADO DE CASH FLOW:

Tabla 30. Estado de Cash Flow proyectado hasta el año 2028

#### Proyecto FORCOP

##### Estado de Cash Flow proyectado

Cantidades expresadas en Dolares	Mes 1 Jan-24	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027	Total 2028
<b>CAJA AL INICIO DEL EJERCICIO</b>	0	0	87,214	220,153	373,046	562,818
<b>Flujo de Caja de las Operaciones Corrientes</b>						
Beneficio Neto	(2,815)	55,675	110,483	114,586	165,005	190,191
Amortizaciones & Depreciaciones	3,287	39,440	39,440	39,440	15,440	15,440
Reducción (Aumento) de Activos Corrientes (sin caja)	0	0	0	0	0	0
Aumento (reducción) de Pasivo Corriente (sin deuda)	4,478	7,733	1,349	17,200	9,328	4,877
<b>Total Flujo de Caja de las Operaciones Corrientes</b>	<b>4,949</b>	<b>102,848</b>	<b>151,272</b>	<b>171,226</b>	<b>189,773</b>	<b>210,507</b>
<b>Flujo de Caja de las Inversiones</b>						
CAPEX - Inversiones	152,300	152,300	0	0	0	0
<b>Total Flujo de Caja de las Inversiones</b>	<b>152,300</b>	<b>152,300</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Flujo de Caja de las Operaciones de Financiación</b>						
Aportaciones de los fundadores	100,000	100,000	0	0	0	0
Aportaciones de los Inversores	0	0	0	0	0	0
Deuda de los inversores	0	0	0	0	0	0
Deuda Bancaria 1	55,000	55,000	0	0	0	0
Deuda Bancaria 2	0	0	0	0	0	0
Recompra de Acciones	0	0	0	0	0	0
Amortización Deuda de los inversores	0	0	0	0	0	0
Amortización Deuda Bancaria 1	(1,528)	(18,333)	(18,333)	(18,333)	0	0
Amortización Deuda Bancaria 2	0	0	0	0	0	0
Dividendos	0	0	0	0	0	0
<b>Total Flujo de Caja de las Operaciones de Financiación</b>	<b>153,472</b>	<b>136,667</b>	<b>(18,333)</b>	<b>(18,333)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>CAJA AL FINAL DEL EJERCICIO</b>	<b>6,122</b>	<b>87,214</b>	<b>220,153</b>	<b>373,046</b>	<b>562,818</b>	<b>773,326</b>

#### Análisis de las rondas de financiación

Participación en el capital del equipo promotor	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Porcentaje del capital social asociado a la inversión	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Participación en el capital de inversores	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
<b>A Balance:</b>						
Capital Social	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
Reservas	0	44,253	149,921	166,158	280,743	445,749
<b>Caja Máxima:</b>	<b>773,326</b>					
<b>Caja Mínima:</b>	<b>6,122</b>					

### XXXI. FLUJO DE CAJA DE INVERSIONES

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

**CAPEX:** Se proyecta una inversión de capital significativa de \$152.300 dólares americanos en enero del 2024, sin otras inversiones o reingresos de capital en los años siguientes, Sugiriendo que la inversión inicial es la fase de arranque fuerte y con la búsqueda de solides para FORCOP.

## XXXII. FLUJO DE CAJA DE LAS OPERACIONES DE FINANCIACIÓN

**Aportación de los fundadores y deuda bancaria:** FORCOP nace con una inversión inicial de la parte societaria de \$100.000 dólares americanos, sumado al préstamo de \$55.000 dólares americanos solicitados a la banca nacional. Esta suma de fondos aportados busca cubrir las necesidades de inversión inicial y operativas de la compañía.

**Amortización de la deuda bancaria:** Siendo que la inversión inicial en la cual se induce el crédito bancario en enero del 2024, los pagos de esta nacen a partir de febrero 2024 con una mensualidad desembolsada por parte de la compañía de \$1528 dólares. La cual es una constante salida de efectivo hasta finales del 2026, al ser esta el periodo aprobado de 3 años para este endeudamiento por parte de la compañía.

## XXXIII. DEUDA

**Tabla 31. Proyección de amortización de deudas**
**Proyecto FORCOP**
**Calendario de Amortización de Deudas**

Cantidades expresadas en Dolares		Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027	Total 2028
<b>Amortización Deuda Bancaria 1</b>						
Principal:	55,000					
Tipo de interés:	11.23%					
Plazo de Amortización:	3 años					
Tipo de amortización:	1 (1= amortización constante del principal; 2 = amortización de principal a vencimiento)					
Repago de principal:		33.3%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%
Saldo Inicial:		55,000	36,667	18,333	0	0
Amortización:		23,566	21,507	20,392	0	0
Principal:		18,333	18,333	18,333	0	0
Intereses:		5,233	3,174	2,059	0	0
Saldo Final:		36,667	18,333	0	0	0
Deuda a pagar a corto plazo:		18,333	18,333	0	0	0
Deuda a largo plazo:		18,333	0	0	0	0
<b>Balance - Pasivo</b>						
<b>Pasivo Corriente</b>						
Deudas a pagar a corto plazo		18,333	18,333	0	0	0
<b>Pasivos a Largo Plazo</b>						
Deudas a largo Plazo		18,333	0	0	0	0
<b>Cuenta de Explotación</b>						
Gastos Financieros		(5,233)	(3,174)	(2,059)	0	0

Como deuda la compañía adquiere un pasivo de \$55.000 dólares al Banco Pichincha, el cual otorga esta prestado con una tasa de interés del 11.23% al ser destinado para PYMES. A tres años de plazo de amortización.

El objetivo de esta deuda es cubrir los CAPEX y las necesidades operativas iniciales para el arranque de las operaciones de la compañía.

La deuda se proyecta cancelarla en su totalidad al final del año 2026, liberando al proyecto de cualquier carga financiera a partir de esa fecha en adelante como lo detalla el cuadro proyectado, marcando ya en cero los pagos en 2027 y 2028.

Consideramos a este calendario de amortización correctamente planificado, asegurando que la deuda de la compañía sea gestionada de manera efectiva, sin causar una carga excesiva en las finanzas del proyecto.

#### XXXIV. RENTABILIDAD DEL PROYECTO:

**Tabla 32. Cálculo de rentabilidad del proyecto hasta el año 2028**

**Proyecto FORCOP**

**Cálculo de la Rentabilidad del Proyecto**

Cantidades expresadas en Dolares	Mes 1 Jan-24	Mes 2 Feb-24	Mes 3 Mar-24	Mes 4 Apr-24	Mes 5 May-24	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027	Total 2028
Inversión	100,000	0	0	0	0	100,000	0	0	0	0
Beneficio neto (después de impuestos)	-2,815	8,920	-2,787	10,362	-1,085	55,675	110,483	114,586	165,005	190,191
Amortización	-3,287	-3,287	-3,287	-3,287	-3,287	-39,440	-39,440	-39,440	-15,440	-15,440
Cash-Flow (Flujo de Caja)	-6,102	5,633	-6,073	7,075	-4,372	16,235	71,043	75,146	149,565	174,751

Año	0	1	2	3	4	5	
Cash-Flow (Flujo de Caja)	-100,000	16,235	71,043	75,146	149,565	174,751	
Tipo de interés	15.0%	-100,000	-83765.2	-12722.3	62423.3	211988.6	386739.2

VAN	\$189,641.69
TIR	58%
PR	2.38

#### XXXV. INDICADORES DE RENTABILIDAD

**VAN (Valor Actual Neto):** El VAN del proyecto es de \$189,614.69 dólares, lo que indica que la compañía generara un valor adicional significativo sobre la inversión inicial, descontando una tasa de iteres del 15%.

**TIR (Tasa interna de Retorno):** El TIR de la compañía se proyecta con un 58%, lo que es considerablemente superior a la tasa de descuento ubicada por los socios del 15%. Sugiriendo que el proyecto es altamente rentable y ofrece un buen retorno sobre la inversión.

**PR (Periodo de recuperación):** El periodo de recuperación es de 2.38 años. Lo que significa que el proyecto recuperar su inversión inicial en ese periodo de tiempo.

**Rentabilidad:** Los indicadores (VAN, TIR y PR) muestran que el proyecto FORCOP es financieramente viable y rentable, con un retorno solido sobre la inversión inicial.

**Flujo de Caja:** Aunque al inicio del ejercicio el flujo de caja es volátil, el proyecto se estabiliza rápidamente y genera un flujo positivo y sostenido en los años subsiguientes.

**Riesgo y Retorno:** La alta TIR, sugiere que el proyecto no solo es rentable, sino que también ofrece una buena compensación por los riesgos asumidos.

## XXXVI. CONCLUSIONES

### 36.1. Conclusiones generales

Las conclusiones del proyecto FORCOP reflejan su eficiencia en el cumplimiento de los objetivos establecidos, gracias a una inversión inicial de \$100,000 que permitió la integración de tecnologías avanzadas como el polígrafo y el sistema EyeDetect. Este proyecto ha demostrado un impacto notable en la mejora de los procesos de selección de personal, incrementando la confiabilidad en sectores estratégicos como el portuario y bancario. En estos sectores, la adopción de estas tecnologías supera el 70% en comparación con métodos tradicionales, lo que indica su efectividad y aceptación.

Además, FORCOP ha contribuido significativamente a la seguridad en los procesos administrativos, promoviendo un entorno empresarial más seguro y competitivo. Las empresas que han implementado estas soluciones tecnológicas han registrado un aumento del 20% en la retención de personal confiable y una reducción del 15% en incidentes operativos relacionados con fraudes internos. Este éxito refleja el impacto positivo de la tecnología en la reducción de riesgos operativos y la mejora de la gestión empresarial.

Desde una perspectiva académica, el proyecto FORCOP ofrece un aporte valioso al campo de la seguridad empresarial, en particular en la intersección entre tecnología y gestión de personal. Su modelo puede ser replicado en otras industrias, siempre que las empresas cuenten con los recursos necesarios para la adquisición y mantenimiento de las tecnologías.

Finalmente, FORCOP ha contribuido al desarrollo personal de sus participantes, mejorando sus competencias en la gestión de la seguridad y aumentando su capacidad para identificar riesgos y optimizar la toma de decisiones dentro de la empresa. Este proceso ha sido fundamental para reforzar las capacidades internas, permitiendo enfrentar de manera más efectiva los desafíos de seguridad a nivel nacional.

## **36.2. Conclusiones específicas**

### **36.2.1. Análisis del cumplimiento de los objetivos de la investigación**

Las conclusiones del proyecto FORCOP reflejan su eficiencia en el cumplimiento de los objetivos establecidos, gracias a una inversión inicial de \$100,000 que permitió la integración de tecnologías avanzadas como el polígrafo y el sistema EyeDetect. Este proyecto ha demostrado un impacto notable en la mejora de los procesos de selección de personal, incrementando la confiabilidad en sectores estratégicos como el portuario y bancario. En estos sectores, la adopción de estas tecnologías supera el 70% en comparación con métodos tradicionales, lo que indica su efectividad y aceptación.

### **36.2.2. Contribución a la gestión empresarial**

Además, FORCOP ha contribuido significativamente a la seguridad en los procesos administrativos, promoviendo un entorno empresarial más seguro y competitivo. Las empresas que han implementado estas soluciones tecnológicas han registrado un aumento del 20% en la retención de personal confiable y una reducción del 15% en incidentes operativos relacionados con fraudes internos. Este éxito refleja el impacto positivo de la tecnología en la reducción de riesgos operativos y la mejora de la gestión empresarial.

### **36.2.3. Contribución a nivel académico**

Desde una perspectiva académica, el proyecto FORCOP ofrece un aporte valioso al campo de la seguridad empresarial, en particular en la intersección entre tecnología y gestión de personal. Su modelo puede ser replicado en otras industrias, siempre que las empresas cuenten con los recursos necesarios para la adquisición y mantenimiento de las tecnologías.

### **36.2.4. Contribución a nivel personal**

Finalmente, FORCOP ha contribuido al desarrollo personal de sus participantes, mejorando sus competencias en la gestión de la seguridad y aumentando su capacidad para identificar riesgos y optimizar la toma de decisiones dentro de la empresa. Este proceso ha sido fundamental para reforzar las capacidades internas, permitiendo enfrentar de manera más efectiva los desafíos de seguridad a nivel nacional.

### XXXVII. BIBLIOGRAFIA

Beltrán Tomalá, W. S., & Jiménez Ávila, K. L. (2024). Efectos de la inseguridad en el desarrollo económico de las PYMES de Guayaquil. [Tesis de licenciatura, Universidad Politécnica Salesiana]. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/27530>

Marcayata, C. (30 de junio de 2023). La caída de los ingresos amenaza con ampliar el déficit fiscal en 2023. *Revista Gestión*. [Revista Gestión | Página no encontrada \(revistagestion.ec\)](#)

González, P. (13 de octubre de 2023). Las exportaciones de Ecuador caen 9% hasta agosto de 2023. *Primicias*. [Las exportaciones de Ecuador caen 9% hasta agosto de 2023 \(primicias.ec\)](#)

Tapia, E. (10 de octubre de 2023). La inversión extranjera que atrajo Ecuador cayó 87% en el primer semestre de 2023. *Primicias*. [Las exportaciones de Ecuador caen 9% hasta agosto de 2023 \(primicias.ec\)](#)

Statista Research Department (12 septiembre de 2024). *Número de homicidios intencionados cometidos por cada 100.000 habitantes en Ecuador de 2010 a 2023*. [Tasa de homicidios en Ecuador en 2023 | Statista](#)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2023). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo - ENEMDU*. Secretaría Nacional de Planificación y

Desarrollo. [Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo - ENEMDU](#)  
([ecuadorencifras.gob.ec](http://ecuadorencifras.gob.ec))

MAC Security (2023). MAC Security empresa de seguridad. <https://macsecurity.com.ec>

Merino, M. A. G., Cavarozzi, M., Hartlyn, J., & Cleaves, P. (Eds.). (2023). *La matriz sociopolítica en América Latina: Análisis comparativo de Argentina, Brasil, Chile, México y Perú*. LOM Ediciones. [La matriz sociopolítica en América Latina: Análisis comparativo de Argentina ... - Google Libros](#)

Espinoza, M., & Espinoza, M. (2020). *Las fuerzas de Porter: Estrategias luego de su aplicación*. Research Gate. [LAS FUERZAS DE PORTER.pdf \(scalahed.com\)](#)

Herrera, R., & Baquero, M. (2018). *Las 5 fuerzas de Porter*. Universidad de Chile, 10.  
[\\_PD Documentos - 5 fuerzas de porter-libre.pdf](#)  
([d1wgtxts1xzle7.cloudfront.net](http://d1wgtxts1xzle7.cloudfront.net))

Pedros, D. M., & Gutiérrez, A. M. (2012). *Análisis del entorno: Capítulo 3*. Ediciones Díaz de Santos. [Análisis del entorno - Daniel Martinez Pedros, Artemio Milla Gutiérrez - Google Libros](#)

Robin, C. F., & Torres, C. A. (2001). Segmentación de mercados: buscando la correlación entre variables psicológicas y demográficas. *Revista colombiana de Marketing*, [Redalyc.Segmentación de mercados: buscando la correlación entre variables psicológicas y demográficas](#)

Aramendia, G. Z. (2019). *Marketing estrategico*. Editorial Elearning, SL. [Marketing Estratégico - Gorka Zamarreño Aramendia - Google Libros](#)

Chora Bejarano, E. J. (2023). Benchmarking en el Comercial Casa Eres del cantón Babahoyo durante el período 2022 (Bachelor's thesis, Babahoyo: UTB-FAFI. 2023). [E-UTB-FAFI-COM-000192.pdf](#)

Valencia-Duque, F. J., & Orozco-Alzate, M. (2017). *Metodología para la implementación de un Sistema de Gestión de Seguridad de la Información basado en la familia de normas ISO/IEC 27000*. *Revista Ibérica de Sistemas e tecnologías de Informação*, (22), 73. [n22a06.pdf \(scielo.pt\)](#)

Schnaars, S. P. (1993). *Estrategias de marketing: un enfoque orientado al consumidor*. Ediciones Díaz de Santos. [Estrategias de marketing: un enfoque orientado al consumidor - Steven P. Schnaars - Google Libros](#)

Argenti, P. A. (2014). *Comunicación estratégica y su contribución a la reputación: Paul A. Argenti profundiza en la importancia de la comunicación para construir una reputación*

*excelente*. Editorial Almuzara. [Comunicación estratégica y su contribución a la reputación: Paul A. Argenti ... - Paul A. Argenti - Google Libros](#)

Baquero, A. (2022). Net promoter score (NPS) and customer satisfaction: relationship and efficient management. *Sustainability*, 14(4), 2011.

<https://www.educaweb.com/profesion/auxiliar-administrativo-903/>

ControlRISK (s.f.). [CONTROLRISK \(seguridadcontrolrisk.com\)](#)

Zendesk (2023). *3 estrategias de canales de distribución que necesitas conocer*. Blog de Zendesk. [3 estrategias de canales de distribución que no puedes ignorar \(zendesk.com.mx\)](#)

Seracis (s.f.). Una empresa con cultura y buenas prácticas de SEGURIDAD se cotizan mejor en el mercado. SERACIS. [Servicio de vigilancia y seguridad privada con retorno a su inversión \(ROI\) \(seracis.com\)](#)

López, M. (2023). Resolución No. SCVS-INC-DNCDN-2023-0002 (Ecuador). [Resolución No. SCVS-INC-DNCDN-2023-0002 \(supercias.gob.ec\)](#)

Carbajal Bustamante, F. F. (2022). *El uso del polígrafo en el Ecuador: derechos vulnerados y fortalecidos en los procesos de selección de capital humano*. [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. [content \(puce.edu.ec\)](#)

GTZ, C. T. A. (2010). Manual para Coordinadores Departamentales.



Morales, M. J. (2011). El Plan Estratégico de Gestión de Eventos como herramienta de creación de marcas turísticas. In Manual de comunicación turística: De la información a la persuasión, de la promoción a la emoción (pp. 85-102). Documenta Universitaria Girona. [torrossa.com/gs/resourceProxy?an=3158772&publisher=FZZ231](http://torrossa.com/gs/resourceProxy?an=3158772&publisher=FZZ231)