



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
OFICINAS INTELIGENTES, QUE SE CONTROLA MEDIANTE UN
SOFTWARE MÓVIL EN LA CIUDAD DE QUITO.**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos
para optar por el título de
Ingeniero Comercial con mención en Negocios Internacionales

Profesor guía
MBA. RENZO AGUIRRE

Autor
FRANCISCO JAVIER HIDALGO ÁLVAREZ

Año
2012

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

Renzo Aguirre

Ingeniero, MBA

CI. 171011878-5

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

Francisco Javier Hidalgo Álvarez

CI. 171748717-5

AGRADECIMIENTOS

Agradezco antes que nada a Dios, a mi familia por darme toda la fuerza necesaria para poder culminar con esta etapa de mi vida y a todas esas personas que me han brindado todo su apoyo durante mi formación académica y mi trabajo de titulación.

DEDICATORIA

El presente trabajo dedico a mis papas Ana Lucía Álvarez e Iván Hidalgo, a mi hermana que me apoyó desde siempre y a mi tía Carmen Amelia quien fue la que me educó desde temprana edad.

RESUMEN

La tecnología aplicada a casas y edificios (domótica) permite hoy en día satisfacer las necesidades básicas de seguridad, comunicación, gestión energética y confort del ser humano y de su entorno más cercano. Esto se logra aplicando un software y de un hardware especializado que permite tener el control de la casa desde cualquier parte del mundo.

La automatización de casas y edificios, depende de las necesidades de quienes la habitan y también del presupuesto con que se cuenta. El mercado ofrece varios sistemas en algunas áreas como las ventanas, sonido e iluminación, seguridad.

El confort hoy en día, es algo esencial a la hora del trabajo o descanso, porque permite realizar todas las actividades de la mejor manera posible, aprovechando los recursos que brinda un sistema de automatización.

Se realizó una investigación de mercados con su respectivo análisis, con resultados cuanti – cualitativos concluyentes para los objetivos y expectativas que se tiene sobre este plan de negocio.

Se estableció un plan de marketing, el mismo que permitirá llegar y penetrar la mente de los consumidores de la manera más eficiente y adecuada.

Al igual que se pudo determinar todo el personal que se requiere y establecer procesos operativos y administrativos para operar de la manera más eficiente y concreta.

La inversión inicial para este presente plan es de \$112425,36usd; donde el 40% será capital propio con dos socios y el 60% restante se financiará con un crédito a 5 años.

ABSTRACT

Technology applied to houses and buildings (home automation), can now meet the basic needs of security, communication, energy management and comfort of human beings and of their immediate environment. This is achieved by applying a software and specialized hardware that allows control of the house from anywhere in the world.

The automation of homes and buildings depends on the needs of its inhabitants and also the budget that are available. The market offers several systems, in some are such as windows, sound, lighting and security.

Comfort today is essential to work or rest time, because it allows to perform all activities in the best way possible, using resources provided by an automation system.

We made a market research with its own analysis, quantitative and qualitative results for the expectations we have on this business plan.

At the same way, we established a marketing plan, the same that will reach and penetrate the minds of consumers in the most efficient and appropriate way.

As it was determined all personnel required and established operational and administrative processes to operate well.

The initial investment for this plan is \$112,425.36 USD; which is 40% own by two investors and 60% will be funded through a loan for five years.

ÍNDICE

CAPITULO I	1
1 ASPECTOS GENERALES	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Objetivo General	1
1.3 Objetivos Específicos.....	2
CAPITULO II	3
2 LA INDUSTRIA, LA COMPAÑÍA Y LOS PRODUCTOS O SERVICIOS	3
2.1 LA INDUSTRIA.....	3
2.1.1 Tendencias	3
2.1.2 Estructura de la industria	4
2.1.3 Factores económicos y regulatorios.....	5
2.1.4 Canales de distribución.....	21
2.1.5 Cadena de Valor	22
2.1.6 Las cinco fuerzas de PORTER	23
2.2 La compañía y el concepto del negocio	26
2.2.1 La idea y el modelo de negocio	26
2.2.2 Estructura legal de la empresa	26
2.2.3 Misión, Visión y Objetivos	27
2.3 El producto y/o servicio	29
2.3.1 Logo y slogan de Comfort&Solutions.....	31
2.4 Estrategia de ingreso al mercado y crecimiento	31
2.5 Análisis FODA.....	32
2.5.1 Matriz F.O.D.A	35
CAPITULO III	36
3 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y SU ANÁLISIS ...	36
3.1 Justificación.....	36

3.2	Planteamiento del problema	36
3.2.1	Problema de Gerencia	37
3.2.2	Problema de Investigación de Mercados	37
3.3	Objetivo	37
3.4	Necesidades de información, fuentes de Información y metodología que se va a utilizar	37
3.5	Desarrollo de la metodología	43
3.6	Segmentación del mercado y determinación de la muestra	45
3.7	Mercado Relevante y Cliente Potencial	46
3.7.1	Mercado Objetivo	46
3.7.2	Segmentación de Mercado	46
3.7.3	Tamaño de Mercado	47
3.7.4	La competencia y sus ventajas	47
CAPITULO IV	50
4 PLAN DE MARKETING	49
4.1	Estrategia general de marketing	49
4.2	Política de precios	51
4.3	Táctica de ventas	51
4.4	Política de servicio al cliente y garantías	52
4.5	Promoción y publicidad	52
4.6	Distribución	54
4.7	Relaciones Públicas	56
CAPÍTULO V	57
5 PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN	57
5.1	Objetivo	57
5.1.1	Estrategias	57
5.1.2	Flujograma de procesos.....	57

5.2	Requerimientos de equipos y herramientas	61
5.3	Instalaciones y mejoras.....	61
5.4	Localización geográfica y requerimientos de espacio físico.....	62
5.5	Capacidad de almacenamiento y manejo de inventarios..	63
5.6	Aspectos regulatorios y legales. (VER ANEXO6)	63
CAPITULO VI		66
6 EQUIPO GERENCIAL.....		65
6.1	Estructura organizacional.....	65
6.1.1	Organigrama	65
6.2	Personal administrativo clave y sus responsabilidades	66
6.2.1	Equipo de trabajo.....	67
6.3	Compensación a administradores y propietarios	71
6.4	Política de empleo y beneficios.....	72
6.5	Derechos y restricciones de accionistas e inversores.....	73
6.5.1	Obligaciones de los Socios	74
6.5.2	Política de Dividendos.....	74
6.6	Equipo de asesores y servicios.....	75
CAPITULO VII		78
7 CRONOGRAMA GENERAL.....		77
7.1	Actividades necesarias para poner el negocio en marcha	77
7.2	Diagrama.....	77
7.3	Riesgos e Imprevistos.....	77
CAPITULO VIII		79
8 RIEGOS CRÍTICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS ...		78
8.1	Supuestos y criterios utilizados	78

8.2 Riesgos y problemas principales	78
CAPITULO IX	80
9 PLAN FINANCIERO	79
9.1 Inversión Inicial	79
9.2 Capital de Trabajo	79
9.3 Fuentes de ingresos.....	80
9.4 Costos Fijos, Variables y Semivariantes	80
9.4.1 Costos fijos	80
9.4.2 Costos variables	80
9.5 Gastos Generales	81
9.6 Margen operativo	82
9.7 Estado de Flujo de Efectivo actual y proyectado	82
9.8 Punto de equilibrio	83
9.9 Control de Costos.....	83
9.9.1 Escenario Esperado.....	84
9.9.2 Escenario Pesimista.....	84
9.9.3 Escenario Optimista.....	84
9.10 Índices Financieros	84
9.11 Rentabilidad	85
9.12 Análisis de Riesgo.....	85
9.13 Tiempo de recuperación.....	85
9.14 Costo de Oportunidad	86
9.15 Valor Actual Neto (VAN).....	86
9.16 Tasa Interna de Retorno (TIR)	87
CAPITULO X.....	89
10 PROPUESTA DE NEGOCIO	88
10.1 Financiamiento deseado	88
10.2 Estructura de Capital y Deuda buscada	88

10.3 Capitalización	88
10.4 Uso de Fondos	89
10.5 Retorno para el Inversionista.....	89
CAPITULO XI	91
11 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	90
11.1 Recomendaciones.....	91
REFERENCIAS.....	92
ANEXOS	95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Clasificación CIIU	3
Tabla 2: Matriz EFI - EFE	31
Tabla 3: Matriz F.O.D.A.....	35
Tabla 4: Necesidades y fuentes de Información.....	38
Tabla 5: Determinación de la muestra.....	45
Tabla 6: Segmentos de mercado.....	46
Tabla 7: Matriz de Perfil Competitivo.....	48
Tabla 8: Precios.....	51
Tabla 9: Promoción y Publicidad.....	53
Tabla 10: Nómina	72
Tabla 11: Inversión Inicial.....	79
Tabla 12: Fuente de Ingresos.....	80
Tabla 13: Gastos Generales.....	81
Tabla 14: Gastos Generales 1.....	81
Tabla 15: Margen Operativo.....	82
Tabla 14: Estado de Flujo.....	82
Tabla 17: Análisis de Riesgo.....	85
Tabla 18: VAN.....	86
Tabla 17: TIR.....	87
Tabla 18: Estructura Deuda y Capital.....	88

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Tendencia PIB.....	4
Figura 2: Evolución del PIB en Millones de Dólar.....	5
Figura 3: Variación del PIB.....	6
Figura 4: Evolucion del PIB de la construcción.....	7
Figura 5: Variación del PIB Construcción.....	8
Figura 6: Inflación desde el Año 2005.....	10
Figura 7: Evolución Inflación.....	10
Figura 8: Tasa de Interés Activa.....	12
Figura 9: Tasa de Interés Pasiva.....	13
Figura 10: Tasa de Desempleo.....	14
Figura 11: Pobreza.....	15
Figura 12: Canal de Distribución de la Industria.....	21
Figura 13: Cadena de Valor.....	22
Figura 14: Las 5 Fuerzas de Porter.....	23
Figura 15: Esquema sistema Inteligente.....	30
Figura 16: Logo de la empresa.....	31
Figura 17: Slogan de la empresa.....	35
Figura 18: Cadena de Distribución.....	55
Figura 19: Flujograma de procesos.....	58
Figura 20: Organigrama.....	65
Figura 21: Punto de Equilibrio.....	83
Figura 22: VAN.....	86
Figura 23: TIR.....	87

CAPÍTULO I

1 ASPECTOS GENERALES

1.1 Antecedentes

Las casas y oficinas inteligentes en otros países tienen un rotundo éxito y funcionan perfectamente a la hora de la sistematización y eficiencia, utilizando la domótica para su funcionamiento. Actualmente existen hogares y empresas en el exterior como en España, Argentina y Estados Unidos que cuentan con sistemas inteligentes que complementan sus actividades y brinda beneficios como el ahorro de energía, la seguridad, la relajación y el confort.

La idea nace con el propósito de crear un sistema que automatice y controle al inicio ciertas actividades. El proceso ayuda en la disminución del gasto energético, brinda comodidad, controla la seguridad.

Ecuador puede acceder a este producto por los beneficios que ofrece, ya que actualmente los hogares y las empresas quieren hacer de este lugar más cómodo, relajado, seguro y contar con un sistema que funcione automáticamente mediante un software controlado por celular y mejore el estilo de vida.

1.2 Objetivo General

Elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa de oficinas inteligentes, que se controla mediante un software móvil en la ciudad de Quito.

1.3 Objetivos Específicos

- Realizar un análisis de la industria de la construcción para determinar si es atractiva y rentable para el posible negocio.
- Realizar una investigación de mercados que permita determinar el nivel de aceptación de oficinas inteligentes.
- Desarrollar un plan estratégico de marketing para el segmento de mercado elegido.
- Elaborar un plan de producción y operación del producto y servicio
- Analizar los riesgos y problemas que puedan suscitarse cuando el negocio este en marcha.
- Investigar las posibles estrategias comerciales que aseguren la implantación exitosa del posible negocio.
- Analizar la factibilidad financiera y propuesta del posible negocio.

CAPÍTULO II

2 LA INDUSTRIA, LA COMPAÑÍA Y LOS PRODUCTOS O SERVICIOS

Según la CIIU del “Servicio de Rentas Internas, se encuentra dentro de la industria de la construcción.

En el siguiente cuadro se detalla la clasificación de actividad económica:

Tabla 1: Clasificación de la Industria (CIIU)

Se clasifica en la categoría "F" de la construcción
Capítulo 4530 de "Otras actividades"
En el subcapítulo 4530.01 que es "Acondicionamiento de Edificios".

Fuente: Servicios de Rentas Internas (SRI)

2.1 LA INDUSTRIA

2.1.1 Tendencias

El PIB de la construcción ha ido evolucionando durante los últimos 10 años, y se puede concluir que la tasa de crecimiento es del 13,8%, es atractivo porque que cada año existen más obras en ejecución o ya realizadas y siempre buscan mejorar las características de las construcciones.

Estas características muchas de las veces conllevan acabados de lujo o extras que normalmente no se tienen en otras construcciones. La tecnología va de la mano, porque empezando desde la forma en que se crean casas o edificios siempre conlleva tecnología de punta para evitar catástrofes naturales, y dentro de esa la misma se ha comenzado a implementar sistemas de luces automáticas, puertas de seguridad controladas por medio de un botón, gas centralizado, cámaras ip, entre otros. Estas adiciones en el último tiempo han

sido de mucho agrado para los consumidores, así el valor del bien inmueble sea alto, lo que demandan ahora es comodidad y confort.

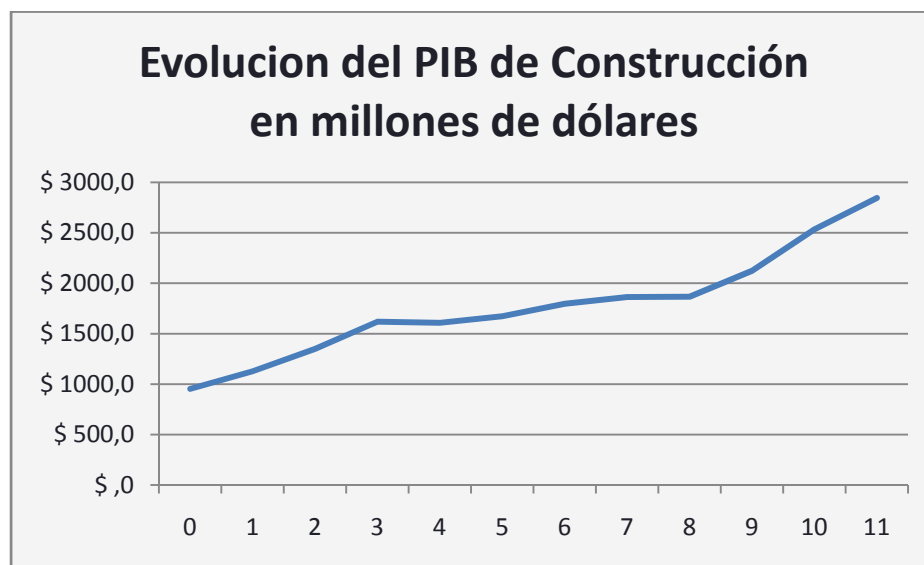


Figura 1: Tendencia PIB

Fuente: Banco Central del Ecuador

2.1.2 Estructura de la industria

En el Ecuador existen pocas empresas que brindan la automatización de casas o edificios inteligentes con los componentes y software para conformar el sistema. Cabe recalcar que la mayoría de estas se encuentran ubicadas en la ciudad de Guayaquil, como PROHOME que es la única dedicada a ofrecer sistemas automatizados de confort y seguridad, así como HOMETEK que se encuentra en QUITO la misma que no ofrece todos los servicios en su totalidad. Sus instalaciones son básicas y sus productos caros para el alcance de todos, lo que no es amigable para el cliente.

Se puede considerar también como competencia a las empresas que ofrecen suministros de adecuación tanto para casas como edificios, ya que ofrecen desde lo más básico hasta lo más esencial como Kywi, centros ferreteros o de acondicionamiento interior.

2.1.3 Factores económicos y regulatorios

2.1.3.1 Variables económicas

2.1.3.1.1 Producto Interno Bruto (PIB)

Nacional

El PIB, “es una medida monetaria, la cual toma en cuenta todos los bienes y servicios producidos dentro de un país, en un período determinado (1 Año).” (Banco Central del Ecuador, Preguntas Frecuentes)

En el siguiente gráfico se muestra el PIB de los últimos años, y permitirá tener una idea general para poder analizarla:

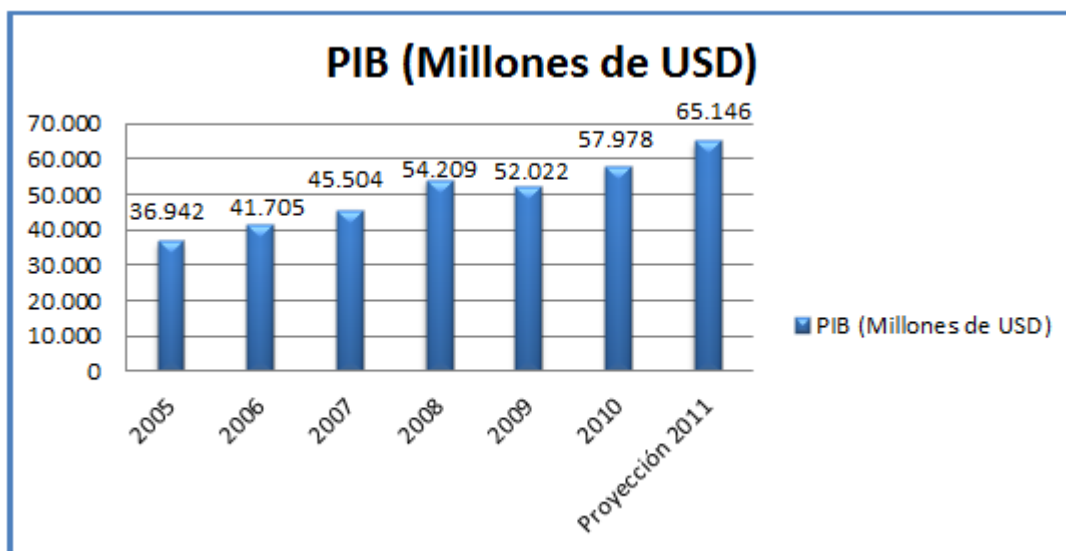


Figura 2: Evolución del PIB en millones de dólares

Fuente: Banco Central del Ecuador

La tendencia del PIB para finales de este año es aproximadamente de 65.000.000 millones de dólares. “Muchos organismos internacionales, al igual que el CEA estiman un crecimiento del 3,2% para el PIB del país, mientras que el Ministerio de Coordinación de la Política Económica prevé un crecimiento del 5,2 %. (Corporación Centro de Estudios y Análisis, Síntesis Macroeconómica Septiembre 2011, #45).

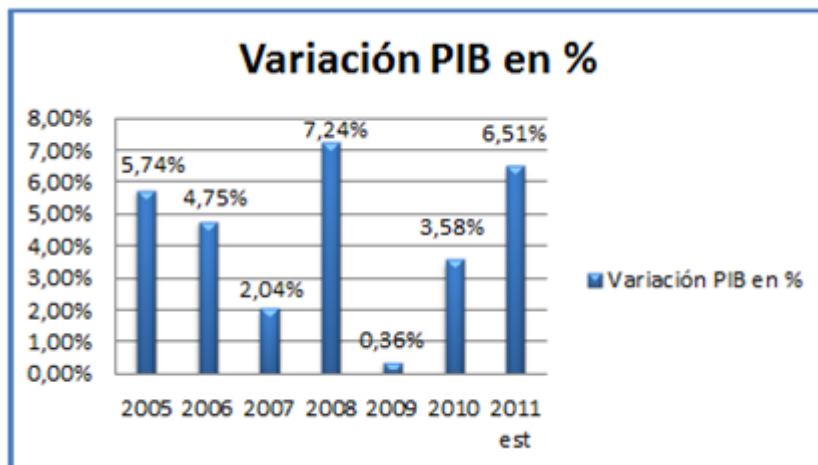


Figura 3: Variación del PIB

Fuente: Banco Central del Ecuador

Del 2005 a 2007, vemos que el PIB no creció significativamente como lo hizo en el 2008 que fue de 7,24%, pero al siguiente año tuvo una baja brusca del 0,36% por la recesión continua que se vivía en el país, según Pablo Dávalos “la recesión que el país vive es consecuencia de la falta de políticas económicas a largo plazo y la desatención a la economía del sector real, donde radica el mayor problema, como los altos índices de desempleo (8,3%), bajos niveles en las exportaciones y salarios estancados”, además el ex ministro de Finanzas Mauricio Pozo dijo “que las causas también radican en un manejo fiscal desordenado, en una mala política económica internacional y, fundamentalmente, en el excesivo gasto.” (Diario El Hoy, Cifras indican que Ecuador está en recesión económica, publicado 08/10/2009).

Además se recuperó para el año 2010 en un 3,58% y se estima que el PIB crecerá en un 6,51%. Según Diego Borja, ex presidente del Banco Central, “el PIB registra un crecimiento del 2,50% en el segundo trimestre del 2011, donde el sector no petrolero creció en 9,8% y el petrolero en 8,9%, y se debe a que ha existido fuertes niveles de inversión principalmente créditos de China, que se aumentó en un 17,2% entre abril y junio de este año, permitiendo un despunte importante de la economía ecuatoriana.” (Diario El Universo, PIB registra

crecimiento de 8,9% interanual en 2do trimestre de 2011, publicado 29/09/2011).

Conclusiones

Oportunidad

- Según el análisis de los datos, puede proporcionar estabilidad económica, para que el negocio funcione de la mejor manera.

Amenaza

- A su vez, si no se mantiene estable, puede existir una recesión económica en el futuro.

Industria (Construcción)

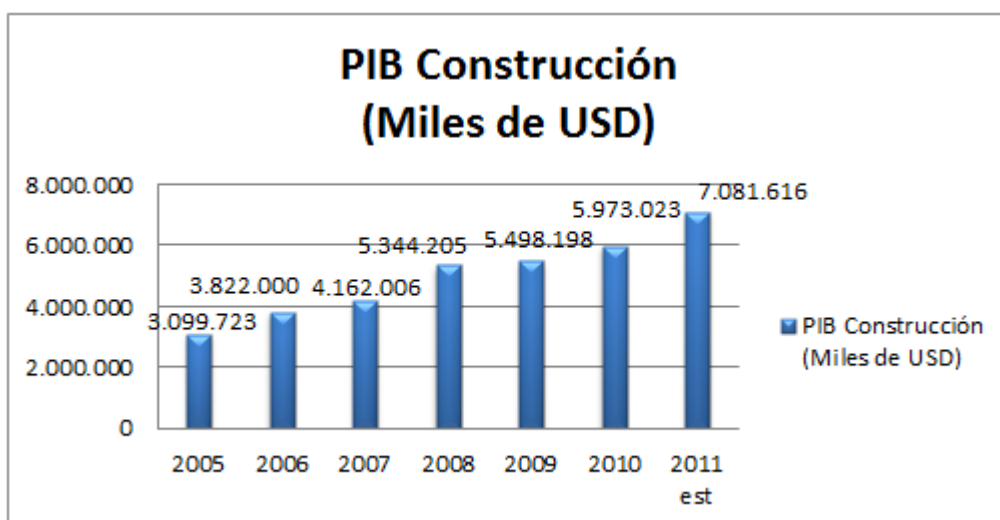


Figura 4: Evolución del PIB en la construcción en miles de dólares

Fuente: Banco Central del Ecuador

La tendencia del PIB de la construcción para finales de este año es de 7.081.616, queriendo decir que “El PIB en la construcción sigue creciendo rápidamente, y se debe a que existe disponibilidad de crédito, alta demanda y la variada oferta que existe en este sector. Este sector atraviesa uno de sus mejores momentos por los resultados obtenidos y comparados con años anteriores, y se debe mucho a la fuerte inyección de recursos por parte del sector público. Además se registró 271 nuevos proyectos en Quito y Guayaquil

y del total ofertado en estas dos ciudades, ya se ha vendido el 29%. En su mayoría, los proyectos registrados se encuentran en planos, obra muerta acabados y terminados, se incluyen las principales constructoras en Quito: ECO Arquitectos, PROINCO, Uribe y Schwarzkopf y Guayaquil: PROMAGA, URBANIS y RITOFA.” (Revista Criterios, p. 50-51, publicado Octubre de 2011)

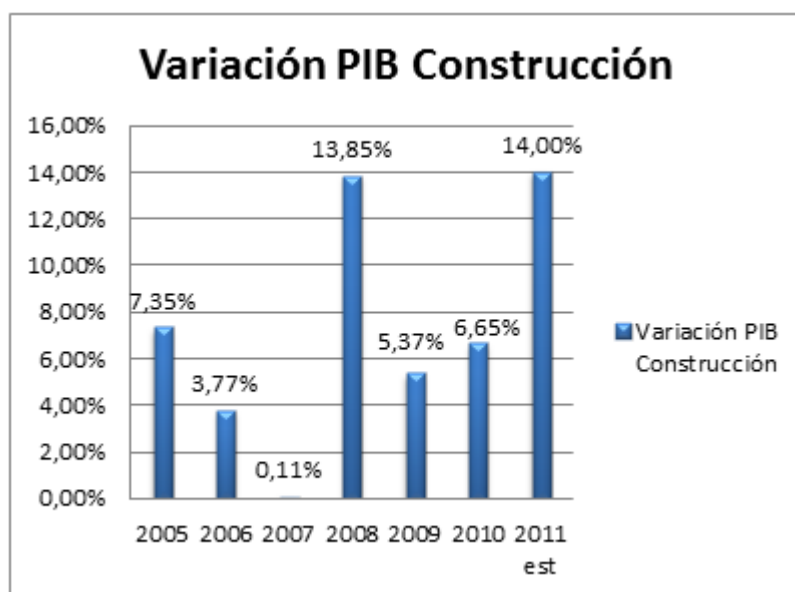


Figura 5: Variación del PIB construcción

Fuente: Banco Central del Ecuador

Del 2005 al 2007, no tuvo un incremento significativo como en el 2008 que se elevó de manera significativa a 13,85%, después decreció a 5,37% en 2009, pero se recupera en el 2010 con 6,65% y significativamente se estima que para el año 2011 vuelva a crecer al 14%. Según José Centeno, presidente de la Cámara de la Construcción de Guayaquil, “los factores que favorecieron este crecimiento, son los créditos hipotecarios y los fideicomisos para constructores. Según las cifras del Banco del IESS, la inversión en créditos hipotecarios mantiene su ritmo desde el año anterior. Durante el último trimestre del 2010, los desembolsos llegaron a \$ 133,91 millones, mientras que en el primer trimestre del 2011 fueron \$ 133,33 millones. Para finales de este año, según la proyección inicial del Biess, se espera que la entrega de créditos hipotecarios llegue a \$ 1.575 millones, mientras que para el 2013 se espera que la entrega

de dinero llegue a \$ 2.900 millones en el año.” (Diario El Universo, Sector de la construcción tuvo el mayor repunte económico de los últimos 9 años, publicado 06/07/2011).

Conclusiones

Oportunidad

- Al existir un crecimiento considerable de edificaciones y obras de vivienda, se puede ofrecer e implementar estos productos a más clientes.

Amenaza

- Introducción de nueva competencia se generará, por el crecimiento de la construcción en el país.

2.1.3.1.2 Inflación

La inflación “es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.” (Banco Central del Ecuador, Preguntas Frecuentes) Para el analista económico, Walter Spurrier, estas previsiones señalan que la inflación se mantendrá en el mismo rango del año pasado, es decir entre 3 y 4 por ciento. Sin embargo, la situación final estará atada a la permanencia de los precios del crudo (Cosas, 2011).

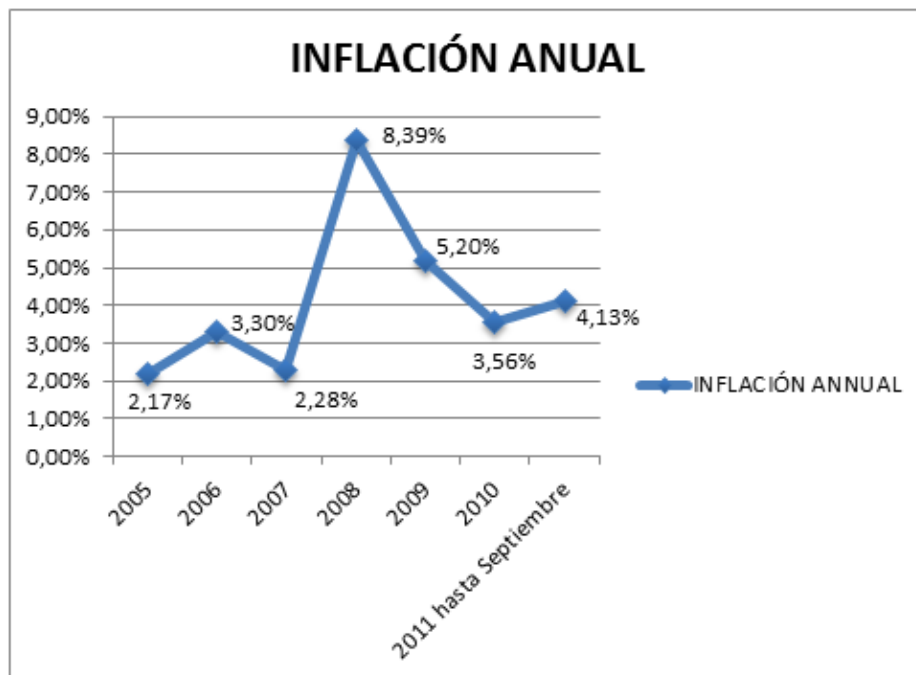


Figura 6: Inflación desde el año 2005

Fuente: Banco Central del Ecuador

La inflación hasta septiembre del 2011 es de 4,13%, que es mayor que los años 2007 y 2010, y menor que el año 2008. “El incremento en la inflación del año 2011 se debe principalmente al consumo de Prendas de Vestir y Calzado en 6,02%, Alimentos y Bebidas No Alcohólicas en 6,01% y Educación en 5,64%. (Banco Central del Ecuador, Estadísticas Macroeconómicas, publicado Octubre de 2011).



Figura 7: Evolución Inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador

La inflación acumulada para el último mes ascendió a 5,50%, mientras que desde enero a octubre fue de 4,67%. “La meta del Gobierno era culminar este año con una inflación del 3,69%, lo cual parece poco probable”. Según Wilson Ara que “es fácil explicar la razón por la que la inflación está sobrepasando el límite fijado por el Régimen para este año. La cantidad de dinero que existe en circulación, por el mayor gasto público, lleva a que la gente se dirija al consumo y genere un incremento de precios. Incluso, la gente prefiere gastar en bienes y servicios que ni siquiera son de la canasta básica”. A través de este mecanismo se evidenció que entre los productos alimenticios que más inflación generaron estuvieron las cebollas, el pescado y los huevos de gallina.” (Diario El Comercio, La inflación anual está en 5,5% y supera la meta oficial, publicado 10/11/2011).

Conclusiones

Oportunidad

- Los precios de la materia prima local que se requiera, son más accesibles.

Amenaza

- Existencia de escasez de insumos necesarios para la construcción.

2.1.3.1.3 Tasas de Interés

Activa

La tasa de interés activa, “es la que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados.”(Banco Central del Ecuador, Preguntas Frecuentes).

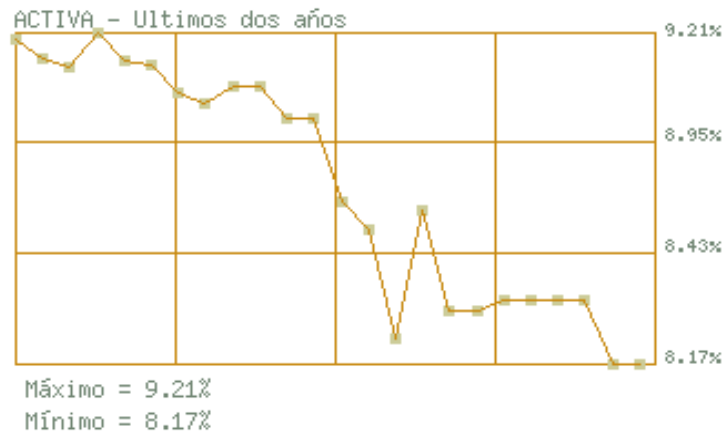


Figura 8: Tasa de Interés Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador

La tasa de interés todavía sigue siendo alta a comparación de otros países de Sudamérica, para Noviembre la tasa es de 8,17%. Esta tasa es la que se cobra para acceder a créditos corporativos y se puede decir que muchas empresas que recién quieren comenzar sus actividades tal vez no puedan acceder a un crédito con todo el dinero que necesiten. Además, existe ahora una ley publicada por el Gobierno Nacional en la que si no se factura más de USD 100000 dólares, la empresa solo puede acceder al préstamo con una tasa del 25% y se la considera como PYMES, lo cual para muchas empresas que no tienen esa capacidad de facturación se les va a ser muy difícil poder acceder a créditos por la tasa altísima que se deberá pagar.

Conclusiones

Oportunidad

- Aumentar el plazo de crédito, para aumentar la liquidez.

Amenaza

- Las tasas son variables, cada cierto tiempo y se puede aumentar el interés en caso de necesitar de un préstamo.

Pasiva

La tasa de interés pasiva, “es la que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado.”(Banco Central del Ecuador, Preguntas Frecuentes).



Figura 9: Tasa de Interés Pasiva

Fuente: Banco Central del Ecuador

Esta tasa es un poco desfavorable, porque al invertir en banca o depositar dinero, el porcentaje a recibir en un período determinado de tiempo no va a ser representativo para la inversión que tal vez se trate de hacer momento.

Conclusiones

Oportunidad

- Inversiones a largo plazo, que generen interés.

Amenaza

- Existencia de congelamiento de depósitos e inversiones.

2.1.3.2 Variables Sociales

2.1.3.2.1 Desempleo

El desempleo es la “situación en la que se encuentran las personas que teniendo edad, capacidad y deseo de trabajar no pueden conseguir un puesto de trabajo viéndose sometidos a una situación de paro forzoso” (Gestiopolis, Qué es el desempleo y cuáles son sus principales características), publicado Agosto de 2002).

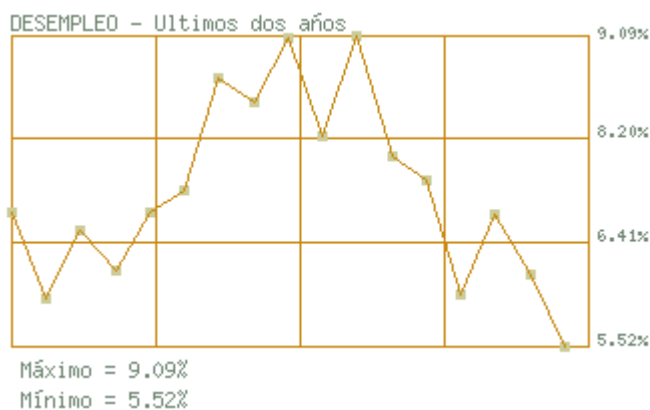


Figura 10: Tasa de Desempleo

Fuente: Banco Central del Ecuador

Se ha mantenido en un nivel de 5,52% que es bajo, pero que a la final todavía existe gente desempleada en el país. El desempleo puede ayudar en cierta forma cuando se implemente la empresa porque se puede dar trabajo a gente que necesita de ingresos para poder subsistir. Algunas de las causas sociales que se produce en el país, es por la falta de trabajo y obliga a personas a realizar hasta otras actividades ilícitas para poder sobrevivir. Este es uno de los problemas más grandes que tiene el Ecuador, por existir un porcentaje de violencia alto, ya que hay personas que por el simple hecho de querer llevar un pan a su casa pueden causar hasta la muerte a personas inocentes. El desempleo hay que tratar de controlarlo, o buscar mecanismos que ayuden temporalmente a gente desempleada hasta que consigan un trabajo digno que les ayude a tener mejores condiciones de vida y vivir tranquilos.

Conclusiones

Oportunidad

- Creación de nuevas fuentes de trabajo.

Amenaza

- Creación de más pobreza, si salarios no son sostenibles.

2.1.3.2.2 Pobreza

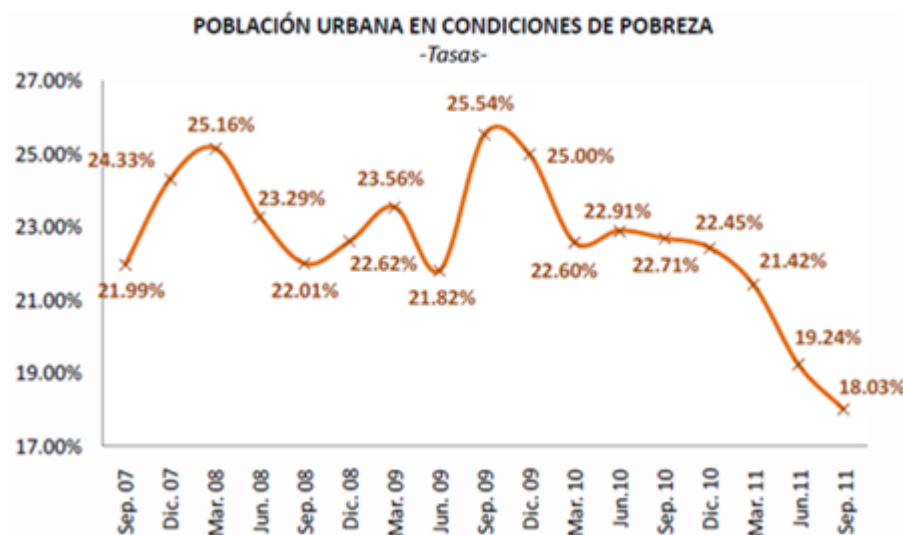


Figura 11: Pobreza

Fuente: Banco Central del Ecuador

La pobreza en el Ecuador ha ido disminuyendo paulatinamente de tal manera que a Septiembre del 2011 se asentó en 18,03%, si se lo compara con Septiembre del 2010 que fue de 22,71%. Esto es “debido a la inversión realizada por el Gobierno, según datos de la Secretaría Nacional de Planificación. A juicio de las autoridades de Senplades, las inversiones en el sector público contribuyen decisivamente a reducir el desempleo, aumentar las capacidades productivas del país y, con ello, mejorar las condiciones de vida de toda la población. En los seis primeros meses del 2011 la inversión ascendió a tres mil 354 millones de dólares y el desempleo cayó en cinco por

ciento.” (Diario El Telégrafo, Ecuador reduce índice de pobreza, publicado 02/08/2011).

Conclusiones

Oportunidad

- Creación de nuevas fuentes de trabajo.

Amenaza

- La gente no es accesible a la adquisición de los productos.

2.1.3.3 Análisis Político

El Ecuador nunca ha tenido una política estable, ya que incluye muchos golpes de estado y dictaduras para poder rehacer la democracia. Desde el año 1979, donde se produjo las primeras elecciones, el Presidente y Vicepresidente son elegidos mediante papeletas de votación, donde sufragan todos los habitantes de un país, y de esta manera gana el que tenga más de la mitad del total de los votos y el primer Presidente fue Jaime Roldós. Osvaldo Hurtado asume la presidencia en 1981 tras un accidente aéreo de anterior presidente.

En 1984 asume la presidencia el Ing. León Febres Cordero, que fue un político influyente y controvertido líder político social cristiano. Este período se caracterizó por los continuos enfrentamientos al parlamento, protestas estudiantiles motivadas por fuerzas izquierdistas que pretendieron desestabilizar su gobierno y por la mano fuerte que se utilizaba para reprimir estos hechos. Sufrió a su vez varios golpes de estado e incluso un secuestro temporal.

Se realizaron obras muy importantes en todas las ramas de la economía, entre las más importantes tenemos los hospitales Civil de Ibarra y el IESS, centros y

sub-centros de salud, además se firmó varios contratos para la construcción y remodelación de carreteras como son las de la Sierra y Región Amazónica.

Finalizada su presidencia, siguió defendiendo al país, vinculándose en la política nacional. En círculos políticos y populares se lo llamaba “El Dueño del País”.

En 1988 asume el cargo presidencial el Dr. Rodrigo Borja que es un político jurista ecuatoriano. Al principio de su mandato tuvo que enfrentar una grave crisis con respecto a la inflación en donde llegó al nivel histórico del cien por cien en mayo de 1989 y la deuda externa se eleva a 11000 millones de dólares. Introdujo una reforma arancelaria y tributaria y una ley de exportaciones. Reinstauró el sistema de devaluaciones progresivas para poder ajustar y combatir la inflación, la cual la redujo al 51,79% en julio de 1992.

Entre lo más importante de su gobierno, es que mantuvo las conversaciones bilaterales por la delimitación de frontera con el Perú, además el de dialogar con el grupo guerrillero “Alfaro Vive, Carajo”, logrando la libertad de León Febres Cordero y la reintegración como partido político.

En 1992 asume la presidencia el Arq. Sixto Durán Ballén, quien fue uno de los cofundadores del partido social cristiano, pero se separó para formar el Partido Unidad republicana. En su mandato hubo fuertes medidas económicas, la Guerra de Cenepa, el comienzo de la modernización del estado, se redujo la inflación, se incrementó la reserva monetaria, además estuvo implicado en un escándalo que se trataba de la disposición arbitraria y aprovechamiento de los recursos del gasto reservado.

Su más memorable obra y frase fue “Ni un paso atrás”, que lo dijo en público tras el retroceso que existió en el conflicto de Cenepa en 1995, además de ser el último presidente que ha cumplido todo su período presidencial.

En 1996 asume Abdalá Bucaram Ortíz, el cual provocó una fuerte protesta y huelga en general y por eso fue destituido por el congreso general que lo declaró con “incapacidad mental”. Fue un período corto de tiempo ya que duró hasta Febrero de 1997 y más que obras solo se produjo más polémica, con el hecho de que se robó el dinero de todos los ecuatorianos en costales y su hijo ganó su primer millón en las aduanas del Ecuador. Al ser destituido, asume el mando Rosalía Arteaga pero por presión del Gobierno cede el poder a Fabián Alarcón.

En 1998 asume la presidencia Jamil Mahuad, era líder del partido Democracia Popular. Firmó un acuerdo fronterizo con el vecino país de Perú. Entre lo más importante de su presidencia se tiene que declaró un feriado bancario en 1999, por la inestabilidad de la moneda y de la política monetaria que se ejercía, en el cual quebraron bancos y muchas empresas, se renunció a la política económica y se optó por tomar el sistema monetario estadounidense que es el Dólar o la llamada “Dolarización”. Se declaró al Ecuador, uno de los países más corruptos a nivel mundial. Además provocó huelgas en general y un golpe de estado liderado por el Coronel Lucio Gutiérrez, que lo destituyó del poder y asume la presidencia Gustavo Noboa el cual establece un acuerdo con el FMI para la inversión en la construcción del OCP y el fortalecimiento del dólar.

En 2002 asume la presidencia el ex coronel Lucio Gutiérrez, el cual tuvo muchas irregularidades en su período. Fue derrocado en 2005 por la llamada “Rebelión de los Forajidos”, que se produjo en Quito y estaba compuesta por toda la población ecuatoriana ya que no estaban de acuerdo con su gobierno. Al ver que la situación se hizo insostenible deja el poder y asume Alfredo Palacio quien era el Vicepresidente en ese entonces, y lideró el poder hasta 2007.

Desde el 2007 hasta la actualidad, el presidente electo es el Ec. Rafael Correa Delgado quien en conjunto con sus partidarios crean la “Revolución Ciudadana, en donde plantea mejorar el estilo de vida de los ecuatorianos con mejor

educación, salud, obras, etc. Además plantea la reforma para crear la nueva Constitución del Ecuador para la creación o modificación de leyes existentes ecuatorianas, la cual lo logra y vuelve a ser reelecto de nuevo como Presidente de La República. En su gobierno, ha existido altas y bajas, ya que primero realiza obras buenas y trata de quitar la privatización de los negocios necesarios para la población y los califica de “Pelucones”, pero a su vez a impuesto muchas reformas, más que todo tributarias, como salvaguardias, incremento de aranceles, e inclusive aumentar impuestos como a salida de divisas, IR, etc.

Tuvo un día trágico en su mandato que fue llamado el 30S, donde la hubo ciertos policías que se revelaron y trataron de desestabilizar la democracia y el gobierno del presidente con el supuesto “secuestro”, como él dice, en las instalaciones del hospital de la policía, ese día fue trágico para el país ya que el pueblo, los policías y los militares se enfrentaron, creando el caos total, accidentes, heridos y muertes en la ciudad de Quito. Se cree que es un gobierno completamente estable, pero con lo hechos sucedidos se demuestra lo contrario, a pesar de que es aceptado por la población en un 70%, y se piensa en la posibilidad de que en próximas elecciones no continúe en la presidencia.

Conclusión

Oportunidad

- Se puede generar, oportunidades de negocios en el Ecuador.

Amenaza

- Cambios en la constitución por parte del Gobierno e inestabilidad política.

2.1.3.4 Análisis tecnológico

La tecnología del Ecuador es bastante obsoleta, la cual no incumbe en el desarrollo del país al existir muchas empresas que por no poseer la tecnología adecuada no puede desarrollarse al 100%.

“Ecuador se encuentra en una notoria desventaja con los demás países, generando un gigantesco abismo entre nosotros y los primer mundistas, como Estados Unidos; este abismo basado en la desventaja, y sobre todo en la dependencia de estos, ya que ellos nos brindan la tecnología que nosotros carecemos.

Hoy en día todo se mueve a través de la tecnología; los avances tecnológicos nos ayudan a facilitarnos mucho los procesos de elaboración, los hacen con mayor rapidez y eficacia que con la mano de obra, y abaratando así el costo de producción, es decir la productividad y competitividad de las empresas. No hay como descartar tampoco la fuerte inversión que uno hace para adquirir la maquinaria indicada. En la ciencia, en la comunicación, factores geográficos, industrias, petróleo, cultivos, etc.; la tecnología ha tenido un gran alcance, y nos ha demostrado que sin esta actualmente no podemos progresar.”
(www.buenastareas.com, Tecnología en el Ecuador, 2011)

La falta de presupuesto del Ecuador para invertir en tecnología es lo que más agrava la situación, como por ejemplo la ciencia y la tecnología, en la cual no existe rubro para el desarrollo más aún, cuando se necesita el insumo de la investigación científica para la innovación a fin de ser más productivos y competitivos. Con la falta de presupuesto para el sector de la ciencia, serán muchas las instituciones y profesionales afectados, entre ellos proyectos de investigación que ejecutan las universidades y centros de investigación y otro centenar en lista de espera; varios proyectos de innovación y modernización del sector productivo; y becarios que se encuentran en el proceso de formación

de alto nivel (maestrías y doctorados) en el país y en el exterior. En general se afectará a la producción del país y a los sectores sociales.

Conclusión

Oportunidad

- Eficiencia y eficacia en el manejo de procedimientos.

Amenaza

- No existe desarrollo tecnológico en el Ecuador y es demasiado caro.

2.1.4 Canales de distribución

Las empresas que ofrecen estos productos tienen un canal de distribución directo hacia los clientes y además indirecto ya que algunos de esos productos se venden con intermediarios para la obtención del consumidor final.

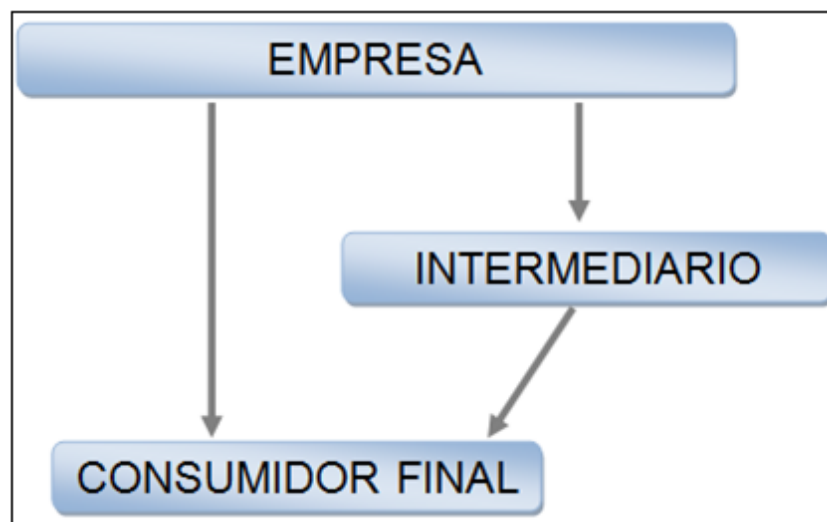


Figura 12: Canal de Distribución de la Industria

Empresa: son las que ofrecen los productos a los consumidores y a su vez a los intermediarios.

Intermediario: son los que adquieren productos de las empresas, para después revenderlos al consumidor final

Consumidor Final: todos aquellos clientes interesados, que adquieren los productos para sus beneficios propios.

2.1.5 Cadena de Valor



Figura 13: Cadena de Valor

La “cadena de valor es una herramienta de gestión diseñada por Michael Porter que permite realizar un análisis interno de una empresa, a través de su desagregación en sus principales actividades generadoras de valor.” (Crece Negocios, Cadena de Valor, Marzo 2010).

Las principales actividades son las siguientes:

Marketing – Ventas: será encargado de poner en marcha el plan de marketing y cumplir con todos los objetivos propuestos, además de la evaluación y manejo del equipo de ventas para que promocionen de mejor manera los productos a ofrecer al mercado.

Operaciones – Instalación: departamento que dirigirá la parte operativa de la empresa, la misma llevará a cabo el flujo de procesos, el control y evaluación de las instalaciones de los productos.

Estas actividades tendrán el apoyo de:

Gerencia: es la parte clave que realiza la Planeación Estratégica, evalúa el desempeño y eficiencia de los demás departamentos, siempre tratando de mejorar los procesos específicos de los mismos.

Talento Humano: es también parte clave, porque se encargará de la contratación de personal calificado y capacitado, para las operaciones de la empresa en sus distintos departamentos.

Departamento Administrativo – Financiero: será el encargado de la elaboración y control de los estados financieros, flujos, presupuestos, gastos, balances, etc.

2.1.6 Las cinco fuerzas de PORTER



Figura 14: Las 5 Fuerzas de Porter

Fuente: Malhotra, 2008

2.1.6.1 Amenaza de nuevos competidores. (ALTA)

El mercado es atractivo pero la inversión inicial para poder entrar es alta por la magnitud de las actividades que se realizan además, porque al tratarse de bienes inmuebles, existen compañías consolidadas en este tipo de actividades, que abarcan la mayor parte del mercado como Urbicasa, Construecuador, Uribe & Schwarzkopf, entre otros.

2.1.6.2 Amenaza de los sustitutos. (BAJA)

Los productos sustitutos para la construcción son similares porque su objetivo final es el mismo de construir un lugar, como por ejemplo las casas, departamentos, oficinas. Entre ellos tenemos los más comunes y utilizados que son: los sensores automáticos de luz, sensores de dispensador de agua, gypsum, iluminación con colores tanto interior como exterior, etc. Se consideran sustitutos porque al ser productos parecidos a los que se piensa ofrecer, la gente por generar comodidad y por su precio prefiere adquirir estos productos, ya que hacen funciones de automatización.

2.1.6.3 Poder de negociación de compradores. (MEDIA)

Los clientes tienen la última palabra y tienen el poder de compra, si les atrae los productos a ofrecer, harán todo lo posible por adquirirlos, caso contrario buscarán otras empresas que cumplan con sus expectativas y de esta manera, decidir de quien harán la adquisición de los productos.

2.1.6.4 Poder de negociación de proveedores. (BAJA)

En la industria existen multitud de proveedores que ofrecen productos similares para la construcción, quiere decir que si no les gusta uno, pueden cambiar, ya sea por precio, calidad, inventarios o tiempo de entrega de la materia prima, además es muy importante mencionar los términos de pago.

Algunos proveedores que se tiene:

- ✓ MegaKiwY
- ✓ Ferrisariato
- ✓ Ferretería Padilla
- ✓ Comercial Jaramillo
- ✓ Ferretería Castillo Hermanos
- ✓ I&D Smart Homes & Buildings
- ✓ Pisos y techos S.A.
- ✓ Castek S.A.
- ✓ Construshop Importadora
- ✓ TeraTronic
- ✓ Jedi Domótica & Inmotica
- ✓ Espotel
- ✓ ProHome
- ✓ HomeTek

2.1.6.5 Intensidad de la rivalidad. (ALTA)

Existen empresas constructoras que ofrecen bienes-inmuebles con servicios adicionales automatizados para poder generar una venta segura, que otras tal vez no tienen, pero que a su vez pueden ofrecer beneficios diferenciados, además la competencia entre ellas es alta porque las mismas empresas tratan de abarcar el mayor porcentaje del mercado ya sea por contratos o compra de obras muertas, esto quiere decir que, por tanta demanda inmobiliaria que existe y donde las personas se endeudan para adquirir la misma, las empresas tratan de generar servicios extras que sean de interés del cliente como luces y sensores automáticos dentro de una casa u oficina.

Entre empresas más importantes que existen en el mercado y que generan grandes proyectos con servicios de excelente calidad son:

- ✓ Uribe & Schwarzkopf
- ✓ Mutualista Pichincha

- ✓ BymConstructores
- ✓ Herdoiza Crespo Construcciones S.A.
- ✓ Romero&Pazmiño
- ✓ Habitavia
- ✓ Inmobiliaria La Viña
- ✓ V.702 Arquitectos
- ✓ Inmobiliaria M&M
- ✓ Bellavista Bienes Raíces
- ✓ Bienes Raíces

2.2 La compañía y el concepto del negocio

2.2.1 La idea y el modelo de negocio

La idea es crear oficinas y casas inteligentes que funcionan como un sistema controlado desde un teléfono celular que personaliza, controla y ajusta automáticamente la seguridad, iluminación, calefacción, aire acondicionado, monitoreo de cámaras, persianas, sistemas de audio y vídeo, revisión de fugas, permite el ahorro de energía, realiza actividades programadas permanentes como la vigilancia, entre otros. Este sistema es integrado y funcionará como uno solo.

2.2.2 Estructura legal de la empresa

La estructura legal de la empresa figura como Compañía Limitada y cuenta con todos los permisos legales y regulatorios que necesita el negocio, para que su funcionamiento se rija bajo las leyes ecuatorianas.

2.2.2.1 Nombre de la Empresa

“Comfort & Solutions” Cía. Ltda.

2.2.3 Misión, Visión y Objetivos

2.2.3.1 Misión

Brindar a nuestros clientes soluciones tecnológicas como el confort, control y seguridad de calidad y exclusividad, cubriendo las necesidades y exigencias a través de una asesoría personalizada y profesional, aportando con el medio ambiente y su bienestar, creando una sociedad con un ambiente de trabajo diferenciado para la satisfacción de todo el personal y sus accionistas.

2.2.3.2 Visión

Ser una empresa conocida dentro de los próximos 5 años, con una rentabilidad sostenida para los accionistas y una ampliación de oportunidades de desarrollo profesional.

2.2.3.3 Valores corporativos

Los valores son una parte esencial de la cultura empresarial, que permite crear un ambiente organizacional óptimo entre los colaboradores, cumpliendo así los parámetros establecidos por la empresa.

- **Respeto**

Mantener siempre el respeto entre todo el personal de la empresa, cumpliendo con las políticas y normas establecidas, para poder desarrollar y realizar con éxito el trabajo encomendado.

- **Honestidad**

Manejarse por una conducta íntegramente profesional en todas las actividades que se realicen, mediante la sinceridad y la transparencia con la organización.

- **Responsabilidad**

Cumplir con oportunidad y efectividad las funciones y tareas asignadas de todo el personal de la institución, así como reconocer las consecuencias de nuestras acciones.

- **Excelencia**

Buscar soluciones innovadoras de altísima calidad, con personal calificado y especializado en sus actividades, satisfaciendo continuamente las expectativas de nuestros clientes.

2.2.3.4 Objetivo Corporativo

Posicionar a la empresa en el mercado en 1 año, como la dedicada a la sistematización de casas y edificios inteligentes para lograr el confort y satisfacción del cliente.

- ✓ **Estrategia**

Ofrecer en el mercado un sistema automático completo, capaz de generar el ambiente necesario que desea el cliente para su confort.

- ✓ **Recursos**

Financiero: Inversión Inicial

Administrativo: Recurso Humano, Marketing y Operaciones.

2.2.3.5 Objetivos Específicos

- Implementar una fuerte estrategia de comunicación y publicidad, para generar clientes que conozcan de la empresa y recomendarla
- Buscar que la posición de la empresa sea primera, en la sistematización y control de casas y edificios inteligentes con la mejor calidad y tecnología posible

- Evaluar e investigar los gustos y preferencias de los clientes, para ofrecer el mejor producto posible.
- Invertir continuamente en investigación y desarrollo, para diversificar la cartera de productos.
- Incentivar el mejoramiento continuo del buen vivir de las personas a través de la sistematización de los productos.
- Obtener una buena participación de mercado, con un crecimiento de ventas del 20% al año.
- Buscar el mejor financiamiento posible con tasas favorables para la inversión inicial necesaria que necesita la empresa.

2.3 El producto y/o servicio

Confort & Solutions será una empresa que se ubicará en la ciudad de Quito, que está enfocada a ofrecer servicios automatizados de confort, control y seguridad para oficinas y casas, implementando un sistema inteligente que puede realizar procesos automáticos y programados por el usuario final.

Una oficina o casa inteligente funciona como un sistema controlado desde un teléfono celular que personaliza, controla y ajusta automáticamente:

- **Seguridad (Bloqueo de puertas y ventanas):** Control de acceso y además automatización mediante el programado bloqueo central de las mismas.
- **Iluminación (Exterior e interior):** Iluminación programada para el encendido y apagado de luces.
- **Calefacción:** control mediante el software, para ajustar la temperatura.
- **Aire Acondicionado:** control mediante el software, para ajustar la temperatura.
- **Monitoreo de cámaras (Detección de movimientos y vigilancia):** monitorear todo el espacio físico, tanto interno como externo, además de

la detección en caso de movimientos en horas no laborales de oficina o en el hogar.

- **Persianas y cortinas (Programación de abierto y cerrado):** Personalización al gusto del cliente de abierto y cierre de persianas y cortinas.
- **Sistemas de audio y vídeo (Crear ambientes automatizados):** Ambientes independientes en todo el espacio físico para la comodidad de cada usuario que tenga este producto.
- **Detección de fugas de agua, gas, etc:** detecciones automáticas de fugas y bloque de las mismas al instante.
- **Permite el ahorro de energía:** utilizar la energía necesaria para los equipos en uso.
- **Realiza actividades programadas permanentes como la vigilancia, entre otros:** estas actividades son más para cuando el espacio físico de la oficina o casa, no va a ser utilizado durante o por más de tres días, para así poder tener la vigilancia completa y conocer todo lo que esté sucediendo allí, en caso de estar ausente.

Este sistema es integrado y funcionará como uno solo.

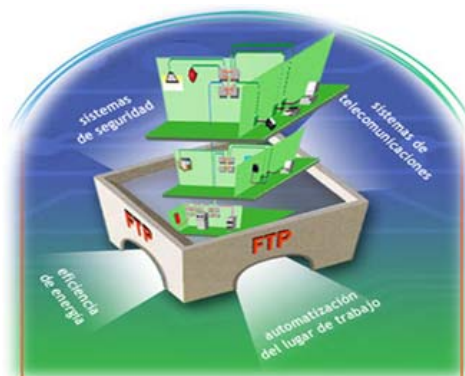


Figura 15: Esquema de un Sistema Inteligente

Fuente: Telecomunicaciones sin Límite

2.3.1 Logo y slogan de Comfort&Solutions

A continuación se muestra la imagen de la empresa:



Figura 16: Logo de la empresa



Figura 17: Slogan de la empresa

2.4 Estrategia de ingreso al mercado y crecimiento

La estrategia a utilizar se la puede encontrar mediante la matriz cruzada EFI (VER ANEXO 7) (Evaluación de Factores Internos), que dio como resultado una ponderación de 2,42 y la matriz EFE (VER ANEXO 8) (Evaluación de Factores Externos), con un resultado de 2,9, la misma que se refleja en el siguiente cuadro:

Tabla 2: Matriz EFI – EFE

		MATRIZ EFI		
		Fuerte (3.0 a 4.0)	Media (2.0 a 2.99)	Débil (1.0 a 1.99)
MATRIZ EFE	Alta (3.0 a 4.0)	I	II	III
	Media (2.0 a 2.99)	IV	V	VI
	Baja (1.0 a 1.99)	VII	VIII	IX

Fuente: David, 2000

“Las divisiones que caen en las celdas III, V o VII se pueden administrar mejor con estrategias para “Retener y mantener”; la penetración en el mercado y el desarrollo del producto son dos estrategias comúnmente empleadas para este tipo de divisiones” (José Contreras, 2006).

2.5 Análisis FODA

“El análisis FODA se basa en dos pilares fundamentales: interno y externo de una organización. (Guía de Calidad, Análisis FODA). Esta herramienta ayudará a obtener un diagnóstico de la situación del negocio en la actualidad, para poder tomar las mejores decisiones y formular objetivos y estrategias precisas para el modelo de negocio.

Fortalezas

- ✓ **Experiencia y conocimiento en casas o edificios.-** Se tiene el conocimiento necesario sobre los productos automatizados, ya que se ha adquirido y trabajado algunos de ellos, como iluminación, seguridad programada, cortinas automáticas y ambientes de audio y video.
- ✓

Oportunidades

- ✓ **Crecimiento en el sector de la construcción.-** la construcción en el Ecuador va en aumento y cada vez se oferta más bien inmueble, es una buena oportunidad para poder introducir los productos al mercado.
- ✓ **Inversión.-** al realizar una correcta inversión en investigación y desarrollo, se puede abrir nuevos mercados en el país.
- ✓ **Expansión de mercado.-** Al tratarse de productos innovadores, se tiene la oportunidad de abrirse a nuevos mercados a largo plazo, dependiendo de como se determine la demanda, para poder cubrir otros segmentos que estén interesados en estos productos.
- ✓ **Gran aceptación.-** los posibles clientes son muy positivos sobre los beneficios de tener una oficina o casa inteligente

Debilidades

- ✓ **Personal no calificado para operaciones.-** el personal que se contrate para las operaciones no conocen muy bien como es la manipulación de los productos y tendrán que someterse a cursos y capacitaciones para la correcta instalación y manipulación de los mismos.
- ✓ **Fuerte inversión inicial.-** Es muy importante tener en cuenta que la inversión inicial para este tipo de negocio es alto, ya que se trata de bienes inmuebles y no se dispone de todo el dinero para empezar las operaciones del negocio, se requiere recurrir a recursos financieros para poder cubrir el monto total de la inversión inicial.
- ✓ **Débil imagen en el mercado.-** al tratarse de un negocio nuevo para el mercado, la imagen del mismo no será de mucho interés para el mercado, y se debe penetrar con fuerza en publicidad para generar interés de los consumidores.
- ✓ **Red de distribución débil.-** no se podrá contar desde un principio con todos los recursos materiales y humanos necesarios, para cubrir todas las operaciones del negocio.

Amenazas

- ✓ **Introducción de nueva competencia en el mercado.-** al tratarse de productos innovadores para bienes inmuebles, no se debe sorprender que en mediano plazo existan más empresas ofreciendo productos similares o iguales al mercado, la competencia en mediano y largo plazo será mayor.
- ✓ **Incremento en las ventas de productos sustitutos.-** al incrementarse las ventas de estos productos ya sea por menor precio o promociones, la rentabilidad de la empresa puede bajar porque no habrán consumidores que adquieran los productos.
- ✓ **Cambio en las necesidades y gustos de los consumidores.-** el consumidor final puede cambiar sus necesidades cuando él lo desee, y pueda ser que ya no sea de atracción los productos ofrecidos, se debe

tomar muy en cuenta esto y generar un seguimiento para poder conocer las tendencias de los consumidores y poder cubrir sus necesidades.

- ✓ **Incremento de barreras y requisitos reglamentarios.** Al tratarse de un país inestable, no se puede saber con certeza si las leyes cambien o no, y puedan perjudicar al negocio, se debe estar muy atento a las barreras y nuevos reglamentos para poder tener una solución a tiempo para que las operaciones del negocio sigan en funcionamiento.
- ✓ **Creciente poder de negociación de clientes y proveedores.-** a largo plazo no se sabe con certeza como serán los términos de negociación de los clientes y proveedores, hay que tomar en cuenta que el cliente tiene la última palabra de adquirir o no los productos y el proveedor tiene la potestad de decidir a qué precio vende sus materiales o productos

2.5.1 Matriz F.O.D.A

Tabla 3: Matriz F.O.D.A

MATRIZ FODA	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
	<input type="checkbox"/> Experiencia y conocimiento en casas o edificios inteligentes.	<input type="checkbox"/> Personal no calificado para operaciones. <input type="checkbox"/> Fuerte inversión inicial. <input type="checkbox"/> Débil imagen en el mercado. <input type="checkbox"/> Red de distribución débil.
Oportunidades (O)	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<input type="checkbox"/> Crecimiento en el sector de la construcción.	<input type="checkbox"/> Promocionar las ventajas que se pueden obtener instalando una casa o edificio inteligente.	<input type="checkbox"/> Establecer alianzas estratégicas con constructoras para poder asegurar la venta de los productos.
<input type="checkbox"/> Inversión.	<input type="checkbox"/> Implementar un servicio post-venta basado en la calidad requerida por el cliente.	<input type="checkbox"/> Creación de nuevos mercados, al invertir en I+D
<input type="checkbox"/> Expansión de mercado.	<input type="checkbox"/> Aumentar gradualmente la línea de productos que se puede ofrecer a los clientes.	<input type="checkbox"/> Buscar financiamiento a través de socios estratégicos interesados en esta línea de productos.
<input type="checkbox"/> Gran aceptación.		<input type="checkbox"/> Destinar el mejor talento humano para poder posicionar los productos y servicios de la empresa.
Amenazas (A)	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<input type="checkbox"/> Introducción de nueva competencia en el mercado.	<input type="checkbox"/> Utilizar las ventajas que se obtiene de cada producto, para poder cubrir con exigencias del cliente.	<input type="checkbox"/> Implementar en marketing y publicidad para poder lograr mayor atracción del cliente.
<input type="checkbox"/> Incremento en las ventas de productos sustitutos.	<input type="checkbox"/> Diseñar un plan de contingencia para poder tener en stock los productos, en caso de que leyes y regulaciones cambien, y exista escases de materia prima	<input type="checkbox"/> Diversificar la gama de productos para poder cubrir otras necesidades del cliente.
<input type="checkbox"/> Cambio en las necesidades y gustos de los consumidores.	<input type="checkbox"/> Implementar en investigación y desarrollo para conocer nuevos productos que sirvan de comfort, ya sea en casas o edificios.	<input type="checkbox"/> Establecer alianzas estratégicas con los proveedores para la distribución de la mercadería.
<input type="checkbox"/> Incremento de barreras y requisitos reglamentarios.		<input type="checkbox"/> Capacitación del personal, con cursos intensivos para cubrir las necesidades de los clientes.
<input type="checkbox"/> Creciente poder de negociación de clientes y proveedores.		

CAPÍTULO III

3 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y SU ANÁLISIS

3.1 Justificación

En la ciudad de Quito, existen pocos edificios implementados que sean inteligentes y además solo controlan ciertos procesos como es el control de cortinas o persianas, la automatización de luces y la seguridad básica de un edificio.

La investigación se realiza porque al ser una idea innovadora que es muy pobre en el país, posee todas las herramientas necesarias para poder determinar los posibles clientes potenciales y poder de esta manera crear un nuevo servicio para la comodidad de los mismos. Se debe investigar el mercado y su comportamiento para poder determinar el segmento al que nos vamos a dirigir.

Ecuador es un país pobre en tecnología tanto en cuanto se trate de sistemas inteligentes, existen pocos lugares con estos sistemas que son capaces de controlar la seguridad, el ahorro energético, brindar comodidad, entre otros, que a los clientes que ya poseen estos sistemas tienen un grado de satisfacción del 100%.

3.2 Planteamiento del problema

Según estadísticas del Banco Central, “el Sector de la Construcción es uno de los que mayor crecimiento ha mostrado en los últimos años; esto indica que el desarrollo de nuevas ideas en este sector es un negocio atractivo.” (Banco Central el Ecuador)

El crecimiento de la construcción en los últimos años se debe al incremento de las importaciones de materiales para la construcción y además en los últimos

años también se debe a la gran demanda que existe por adquirir un bien inmueble.

De acuerdo a investigaciones anteriores, Quito es una de las ciudades con mayor crecimiento urbano de tipo residencial, por lo tanto este sería el lugar donde se realizará el mayor número de adquisiciones del producto.

3.2.1 Problema de Gerencia

Crear o no, una empresa de oficinas inteligentes, que se controla mediante un software móvil en la ciudad de Quito.

3.2.2 Problema de Investigación de Mercados

Determinar la viabilidad de la implementación de oficinas inteligentes.

3.3 Objetivo

Determinar la viabilidad de implementar oficinas inteligentes, a través de una investigación cuanti - cualitativa descriptiva concluyente en un período de 30 días en la ciudad de Quito a partir del 15 de Enero de 2012.

3.4 Necesidades de información, fuentes de Información y metodología que se va a utilizar

Clientes

Definir el perfil de consumidor de este nuevo producto, para determinar el segmento ideal a atender, además de investigar las percepciones del cliente acerca de los productos que se van a ofertar, conocer su ubicación y determinar su comportamiento y la razón de por qué haría uso de estos productos.

Competencia

Determinar el número de empresas que se desenvuelven en el mercado, recopilando la información necesaria de su comportamiento, donde se encuentran ubicados, conocer los productos que ofrece y los precios y conocer el nivel de aceptación de los consumidores.

Proveedores

Identificar las posibles empresas que provean la materia prima y su comportamiento, además de conocer donde se encuentran y establecer los procesos de negociación con los posibles proveedores.

Sustitutos

Identificar y analizar los sustitutos que se encuentran en el mercado local, además de conocer la funcionalidad, su fin y también determinar las empresas que ofrecen este tipo de productos.

Otros

Determinar la infraestructura y maquinaria tecnológica necesaria para montar una oficina inteligente. Investigar que se necesita para montar una oficina inteligente desde el punto de vista del espacio físico, materia prima necesaria para el correcto funcionamiento, acabados, circuitos electrónicos, cableados e instalación.

Tabla 4: Necesidades y fuentes de información

NECESIDAD	FUENTES	METODOLOGÍA
CLIENTE		
<ul style="list-style-type: none"> • Definir el perfil del consumidor. • Investigar las percepciones del cliente 	<u>PRIMARIAS</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas • Focus Group • Entrevista
	<ul style="list-style-type: none"> • Consumidor. • Expertos. 	
	<u>SECUNDARIAS</u>	

<p>acerca del producto a ofrecer.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer su ubicación. • Determinar su comportamiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Revista Criterios • INEC 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de datos existentes.
COMPETENCIA		
<ul style="list-style-type: none"> • Determinar el número de empresas que se desenvuelven en el mercado. • Determinar su comportamiento. • Conocer su ubicación. • Conocer productos que ofrece. • Conocer nivel de aceptación de consumidores 	<u>PRIMARIAS</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Análisis de datos ya existentes.
	<ul style="list-style-type: none"> • Expertos 	
	<u>SECUNDARIAS</u>	
<ul style="list-style-type: none"> • Superintendencia de Compañías. • Revistas especializadas en construcción 		

PROVEEDORES		
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar los posibles proveedores. • Conocer su ubicación • Determinar los procesos de negociación. 	<u>PRIMARIAS</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Análisis de datos existentes.
	<ul style="list-style-type: none"> • Expertos 	
	<u>SECUNDARIAS</u>	
	<ul style="list-style-type: none"> • www.prohome.com.ec • www.alibaba.com • Anuncios publicitarios. • Revistas. • Páginas amarillas. 	
SUSTITUTOS		
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar y analizar los sustitutos que se encuentran en el mercado local. • Determinar las empresas que ofrecen este tipo de productos. 	<u>PRIMARIAS</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Análisis de datos existentes.
	<ul style="list-style-type: none"> • Expertos 	
	<u>SECUNDARIAS</u>	
	<ul style="list-style-type: none"> • www.camaraconstruccion.ec • www.revistacriterios.com • Revistas 	
OTROS		
<ul style="list-style-type: none"> • Determinar la infraestructura y maquinaria tecnológica necesaria para 	<u>PRIMARIAS</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista
	<ul style="list-style-type: none"> • Expertos 	

<ul style="list-style-type: none"> montar una oficina inteligente. 	<u>SECUNDARIAS</u>	<ul style="list-style-type: none"> Análisis de datos existentes.
	<ul style="list-style-type: none"> www.cae.org.ec Base de datos de constructoras. Municipio de Quito. 	

Conclusiones:

CLIENTE

- **Definir el perfil del consumidor:** serán personas de clase media a alta que trabajen o vivan en edificios, además personas que exigen exclusividad y les gusta vivir tranquilos y cómodos.
- **Investigar las percepciones del cliente acerca del producto a ofrecer:** Las reacciones de los posibles clientes ante lo ofrecido es muy interesante ya que les gusta la idea de poder tener todos estos productos y mejorar su estilo de vida.
- **Conocer su ubicación:** el cliente potencial se encuentra en su mayoría en la parte central de Quito, donde se centra la zona comercial y de negocios, y existen muchos edificios a su alrededor.
- **Determinar su comportamiento:** en la actualidad, el posible cliente demanda productos y servicios de altísima calidad que puedan satisfacer sus necesidades, y sean de fácil manipulación para poder mejorar su estilo de vida.

COMPETENCIA

- **Determinar el número de empresas que se desenvuelven en el mercado:** al no ser una actividad 100% conocida y aplicada en este país, la competencia directa es mínima, ya que existen pocas empresas que se dedican a la venta de productos para la adecuación de casas y edificios inteligentes que son:

- ✓ HOMETEK
 - ✓ INTEGRAL
 - ✓ DIGITAL HOME
 - ✓ PROHOME
-
- **Determinar su comportamiento:** Las empresas existentes en el mercado compiten entre ellas mismas ofreciendo productos innovadores para la automatización, pero cada una con un estilo diferente de venta hacia el cliente.
 - **Conocer su ubicación:** Actualmente las empresas competidoras se encuentran en zona comercial de Quito y una se encuentra ubicada en Cumbayá.
 - **Conocer productos que ofrece:** Las empresas competidoras ofrecen productos de altísima calidad en cuanto a lo que se trata automatización de luces, seguridad y servicios centralizados, pero no ofrecen manipular todos estos servicios desde un celular móvil como pretende este posible negocio.
 - **Conocer nivel de aceptación de consumidores:** según la información proporcionada las clientes se encuentran satisfechos con los productos que las empresas competidoras ofrecen a los mismos, es decir que hay mucho potencial porque los productos que se piensa ofrecer van a ser del agrado del cliente.

PROVEEDORES

- **Identificar los posibles proveedores:** los posibles proveedores se encuentran dentro y fuera del país, esto depende de los productos que se piensa ofrecer para poder analizar si es más factible realizar compras locales o internacionales.
- **Conocer su ubicación:** algunos proveedores se encuentran de forma local que podrán proveer de material necesario para la instalación de equipos y otros se encuentran fuera del país donde se obtendrá los

productos necesarios para ofrecer y volver una oficina o departamento inteligente.

- **Determinar los procesos de negociación:** los proveedores locales puede facilitar créditos a cierto tiempo para poder facilitar las operaciones del posible negocio, y los internacionales exigen que el 50% sea pagado antes del envío de los productos automatizados.

SUSTITUTOS

- **Identificar y analizar los sustitutos que se encuentran en el mercado local:** En el mercado local existen muy pocos sustitutos, ya que al tratarse de la automatización de casas o edificios inteligentes van a cumplir el mismo parámetro y la misma función. Ejm. Luces de encendido y apagado con sensores automáticos.
- **Determinar las empresas que ofrecen este tipo de productos:** en la actualidad existen varias empresas que ofrecen ciertos productos como el sensor de luz o cámaras ip, pero son contadas las que pueden ofrecer un sistema de automatización completo para hacer una casa o edificio inteligente.

OTROS

- **Determinar la infraestructura y maquinaria tecnológica necesaria para montar una oficina inteligente:** en realidad para la instalación de una oficina o casa inteligente no se necesita maquinaria compleja, sino mas bien mano de obra calificada y todos los recursos necesarios para realizar bien la instalación, como herramientas y equipos de trabajo.

3.5 Desarrollo de la metodología

Encuesta: “consiste en reunir datos entrevistando a la gente”. (Fundamentos de Marketing, 13a. Edición, de Stanton, Etzel y Walker, Mc Graw Hill, 2004, Pág. 212.)

El esquema de encuesta que se va a realizar en diferentes puntos de la ciudad de Quito. **(Ver Anexo1)**

Resultados de la Encuesta. (Ver Anexo2)

Entrevista con expertos: “es un diálogo entre dos o más personas, en donde el uno es el que pregunta (entrevistador), y la otra persona es la que responde a esas preguntas (entrevistado.” (Definición abc, comunicación, entrevista).

(Ver Anexo3)

Focus Group: Integrantes: Marco Castillo, Ivonne Armas, Jasmine Armas, Ana Lucía Álvarez, Iván Hidalgo, Katya Mulki, Maricela Gordillo, Marina Zambrano, Sadin Solah, Angel Coronel, Nelson Bonilla, Arq. Wladymir Silva.

Conclusiones:

- Se enseñó un video demostrativo en donde se indica todas las funciones de una oficina o casa inteligente.
- La gente se interesó mucho por las funciones que desempeña cada producto y les gustó la forma en la que se controla, en especial a las mujeres fue más de su interés las cámaras ip de vigilancia y la creación de ambientes de audio y relajación; en cambio en los hombres fue más interesante la tecnología en sí, esto quiere decir las funciones automáticas que desempeña el producto como la seguridad y la automatización de actividades como: encendido y apagado de luces; puertas y ventanas de seguridad automática; ahorro energético.
- Se aclaró bastantes dudas en material de instalación, de ubicación de equipos, de los gustos y preferencias de los consumidores finales.
- Se concluye que lo más interesante de este sistema es cuando se lo puede controlar de forma completa mediante un celular.
- El precio dispuesto a pagar oscila entre los 3000 y 5000usd, por todo el sistema completo.
- Recomendaciones y sugerencias se tomará en cuenta, en cuanto al material de administración, de venta, de instalación, de operaciones.

3.6 Segmentación del mercado y determinación de la muestra

La referencia más exacta que tenemos para nuestro mercado objetivo, son las empresas que existen actualmente en la Ciudad de Quito.

Tabla 5: Determinación de la muestra

NÚMERO DE COMPAÑÍAS*		
A DICIEMBRE DE 2010		
POR PROVINCIA Y ACTIVIDAD ECONÓMICA		
PICHINCHA	14.830	14.830

Fuente: Superintendencia de Compañías, Intendencia Nacional de Tecnología de Información y Comunicaciones.

La tabla proporciona una idea clara y más exacta de cuantas empresas existen en la ciudad:

N: 14830

<u>Información</u>	<u>Símbolo</u>	<u>Datos</u>
Población	N	14830
Éxito	P	0.5
Fracaso	Q	0.5
Distribución Normal Estándar	Z $\alpha/2$	1.96
Error	e	5%

Fórmula para el cálculo de n:

$$n = \frac{(Z)^2 * p * q * N}{(Z^2 * p * q) + (NE)^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 14830}{(1.96^2 * 0.5 * 0.5) + (14830 * 0.05)^2}$$

Donde n nos salió que debemos realizar un total de encuestas de 375.

3.7 Mercado Relevante y Cliente Potencial

3.7.1 Mercado Objetivo

Para el negocio en mención, se ha enfocado en tres segmentos, los mismos que cumplen con los requerimientos deseados.

3.7.2 Segmentación de Mercado

La segmentación es muy importante ya que ayudará a elegir como se ofrecerán los diversos productos a ciertas partes de la población y se las dividirá en 3 grupos:

Tabla 6: Segmentos de Mercado

SEGMENTO 1

Sector	Sur, Centro y Norte de Quito
Edad	Desde los 24 a 55 años
Sexo	Masculino / Femenino
Nivel de Educación	Diversos
Hábitos de consumo	Dependiendo de los precios, opta por elegir productos más económicos.
Clase Social	Media y Media Alta
Poder Adquisitivo	\$4000usd a \$5000usd

SEGMENTO 2

Sector	Norte de Quito
Edad	Desde los 24 a 55 años
Sexo	Masculino / Femenino
Nivel de Educación	Diversos
Hábitos de consumo	Demanda productos de calidad, no importa el precio.
Clase Social	Alta
Poder Adquisitivo	Desde los \$5500usd en adelante

SEGMENTO 3

Sector	Valle de Cumbayá
Edad	Desde los 24 a 55 años
Sexo	Masculino / Femenino
Nivel de Educación	Diversos
Hábitos de consumo	Demanda productos de calidad, no importa el precio.
Clase Social	Media Alta - Alta
Poder Adquisitivo	\$4500usd

3.7.3 Tamaño de Mercado

Para la determinación de la demanda se realizó el siguiente proceso:

- Se obtuvo el número de empresas que existen actualmente en Quito.
- Se obtuvo que más del 80% del mercado objetivo, les gusta la idea de tener una casa u oficina inteligente.
- Según la investigación de mercados, la oferta que tiene el negocio puede cumplir con todas las demandas del mercado,
- Adicional para aumentar nuestra capacidad instalada, se analizó que para implementarlas ventas, es necesario una reinversión a Largo Plazo para poder adquirir más inventario para la venta.

3.7.4 La competencia y sus ventajas

Existen empresas que ofrecen productos casi similares a los que se piensa ofrecer, pero no se los comercializa como en sistema completo, más bien se lo vende por separado.

Esto genera una ventaja competitiva sobre los rivales próximos, que a pesar de que han ganado posicionamiento en el mercado, puede ser de interés para los consumidores.

A continuación se presenta el cuadro de la Matriz de Perfil Competitivo, para conocer a la competencia.

Tabla 7: Matriz de Perfil Competitivo

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO											
Factores claves de éxito	Ponderación	Comfort & Solutions		I&D Smart Homes & Buildings		HomeTek		ProHome		Jedi Domótica & inmótica	
		Clasificación	Resultado Ponderado	Clasificación	Resultado Ponderado	Clasificación	Resultado Ponderado	Clasificación	Resultado Ponderado	Clasificación	Resultado Ponderado
Participación en el mercado	0,20	2	0,40	2	0,40	3	0,60	3	0,60	2	0,40
Competitividad de precios	0,05	1	0,05	3	0,15	1	0,05	1	0,05	1	0,05
Posición financiera	0,50	2	1,00	1	0,50	3	1,50	4	2,00	3	1,50
Calidad del producto	0,15	4	0,60	3	0,45	4	0,60	3	0,45	4	0,60
Lealtad del cliente	0,10	1	0,10	3	0,30	1	0,10	4	0,40	3	0,30
Total	1		2,15		1,80		2,85		3,50		2,85

CAPÍTULO IV

4 PLAN DE MARKETING

4.1 Estrategia general de marketing

Para poder establecer una estrategia clara y precisa, se debe basar en ciertos aspectos para poder introducir el producto al mercado:

- Conocer las necesidades y deseos actuales de los futuros clientes.
- Identificar los diferentes grupos de posibles consumidores
- Valorar el potencial e interés del mercado objetivo.
- Establecer ventajas de mercado que puedan posicionar de mejor manera al producto.

La empresa se posicionará por diferentes aspectos que la pueden hacer única al utilizar los productos que ofrece, como es el precio, en el cual se pasará el negocio para poder conocer si es rentable o no, además de políticas de calidad que se aplicará en todos y cada uno de los procesos para poder ofrecer lo mejor al usuario final y que esté satisfecho con el mismo.

También, a su vez por el estilo de vida que tiene el usuario, tratando de mejorar estos aspectos en donde el mismo se sienta seguro y cómodo en su lugar de trabajo o en su hogar, aplicando todos los servicios que se ofrecen mediante productos innovadores y fáciles de manejar.

Para poder tener un posicionamiento del producto, se debe analizar ciertos aspectos, para conocer a que mercado dirigirse, como se va a tener tres diferentes segmentos de mercado, se optará por la opción de penetración de nicho de mercado, donde por ser un nuevo negocio el factor clave aquí es cubrir los segmentos que se pretende satisfacer en su totalidad.

Al existir demanda potencial de estos productos, en los segmentos de mercado definidos, se debe tratar de maximizar el número de clientes y mantener una

posición líder en la participación de mercado en los segmentos objetivos, ofreciendo la mejor calidad y logrando adaptación de los usuarios, a los productos que se pretende ofrecer.

Además, para poder ser exitoso y cubrir las necesidades de estos segmentos, hay que seguir ciertas pautas para lograr el factor éxito:

- ✓ Se realizará intensa publicidad dirigida a los segmentos definidos de mercado para poder generar interés en el mismo.
- ✓ Enfocar la fuerza de ventas en los clientes potenciales del segmento objetivo, utilizando incentivos atractivos para poder impulsar las mismas de los productos nuevos que se piensa ofrecer.
- ✓ Para poder cubrir el segmento objetivo, también se realizará grandes promociones de ventas enfocados al segmento objetivo, induciendo a la prueba de los productos.
- ✓ Realizar demostraciones gratis, para poder percibir como se adaptarían los clientes del segmento objetivo y reducir el riesgo del posible no interés por los mismos.
- ✓ Al ser productos nuevos e innovadores, se realizará la asignación de precios altos, pero preparar alternativas de precios cuando la competencia comience a generar fuerza dentro del mercado.
- ✓ Generar alternativas de plazos y créditos para que los clientes del segmento objetivo, puedan realizar la compra de estos productos.
- ✓ Promociones comerciales, dirigidos a distribuidores o mayoristas para la obtención de los productos.
- ✓ Alianzas estratégicas con constructoras, donde se pueda realizar a pre-instalación en casas y edificios para su posterior venta.
- ✓ Ofrecer servicios de instalación y mantenimiento gratis para poder aumentar la compatibilidad y uso del nuevo producto adquirido por el cliente.

4.2 Política de precios

El precio al consumidor que se ha planteado para el producto es de \$5500 dólares por todo el paquete automatizado. Este precio es diferente dependiendo del canal de distribución que se utilice. A continuación se enlista los precios en cada canal:

Tabla 8: Precios

CANAL DE DISTRIBUCIÓN	PRECIO (dólares)
Cliente Final	\$5500
Constructores	\$4500
Mayoristas	\$4500
Precio Promedio	\$4833,33

4.3 Táctica de ventas

Para poder generar fuerza de ventas todo el personal deberá apoyarse para lograr una venta exitosa. El talento humano es un factor muy importante en este punto ya que es la persona que generará éxito o fracaso de una venta. Esta persona deberá ser capaz, motivada, disciplinada y dispuesto a conversar con el posible cliente para generar una venta.

Además para lograr la misma, se estima realizar promociones y descuentos para que sea de mayor atracción para el cliente y de esta manera asegurar más aún el éxito de la venta, esto se puede lograr mediante la comunicación directa con el cliente y su respectiva explicación de que contiene esta promoción.

También se realizará un seguimiento post-venta de toda la cartera de clientes que se puede generar, dándoles servicio y mantenimiento gratis para de esta manera poder generar calidad y un buen servicio para los mismos y generar nuevos posibles clientes mediante recomendaciones y avisos.

4.4 Política de servicio al cliente y garantías

Se realizará la visita o la demostración de los productos de forma personal con cada cliente para poder entender que es lo que en realidad necesita mediante:

- ✓ Test y observación de los productos
- ✓ Catálogos en donde encontrará toda la información pertinente a cada producto ofrecido
- ✓ Folletos donde pueda interesarse en un producto en especial.
- ✓ Se enviará mails donde se constará promociones y nuevos productos, además de como llevar a cabo la manipulación de los equipos que piensa adquirir.

Se le ofrecerá mantenimiento gratis, durante 6 meses explicándole al cliente como debe ser la manipulación para que los productos sean duraderos.

4.5 Promoción y publicidad

Las promociones se realizarán en los puntos de venta tales como: centros de diseño como Vega, Dicentro, Megakiwy.

Las estrategias básicas de promoción que se usarán son:

- ✓ Presencia en ferias de construcción
- ✓ Ubicando lugares de venta de acabados para casas y departamentos, mostrar las facilidades de instalación, pago, realizar visitas programadas a casas o departamentos para realizar una demostración de los productos, seguimiento post venta y garantías.

Tabla 9: Promoción y Publicidad

ESTRATEGIA	✓ Promocionar los productos y el servicio en la mayoría de medios publicitarios.
Tácticas	✓ Presencia en ferias relacionadas a la construcción y decoración. ✓ Publicidad en revistas especializadas.

Los tipos de publicidad que se realizará son los siguientes:

- ✓ Revistas Especializadas
- ✓ Internet
- ✓ Página Web

Revistas Especializadas: Avisos comerciales dentro de 2 informativos de prensa escrita en un lapso de 1 mes antes de la inauguración los días: Sábados y Domingos, ofreciendo los productos e información.

Internet: Avisos comerciales y banners, que serán enviados por mail a partir de una base de datos mostrando videos y como sería la posible inauguración. Además implementar el sistema de adwords, SEM (Search Engine Marketing): donde se realizará alianzas con buscadores en internet como Google, para poder aparecer en los primeros listados clave y SEO (Search Engine Optimization): para poder participar en redes sociales y buscadores de internet con palabras clave que haga la diferencia.

Página Web: Se realizará la creación de la página web del negocio, en donde se podrá observar videos de los productos que se piensa ofrecer y una breve historia del negocio. La página web sería www.comfortsolutions.com.ec. La comunicación que se manejará será de diferentes formas para poder crear interés sobre los consumidores:

- Medios tradicionales, como son los flayers, trípticos, vallas publicitarias, revistas especializadas en construcción y en general.
- Medios sociales: se creará una cuenta con toda la información, avances y nuevas tecnologías mediante las redes sociales, que ahora en estos tiempos es una herramienta de trabajo muy útil para poner en conocimiento el negocio y lo que ofrece.
- Además de la respectiva creación de la página web, con toda la información necesaria y precisa que pueda necesitar el futuro consumidor, los productos que se ofrece, videos demostrativos de como funciona el sistema.
- Crear un boletín mensual físico y electrónico para dar a conocer los beneficios de los productos que se ofrece.
- Crear eventos en donde el cliente pueda ver gratis y de manera completa como funciona el sistema independientemente y como uno completo.

Ofrecer descuentos por temporadas, para mayor captación de clientes.

4.6 Distribución

Confort&Solutions, será el mismo que distribuirá todos los productos de automatización en casas u oficinas, ya que dispone de vehículos para la transportación de los mismos y personal altamente capacitado para su respectiva instalación.

Ubicar nuestros productos al alcance de los consumidores en un sector donde sea comercial y accesible para todos.

Hacer uso de intermediarios, para lograr una mayor cobertura de los productos con diferentes puntos de venta.

Además se utilizará la página web y vía telefónica, para que los usuarios interesados puedan programar citas para conocer sobre el producto, sus ventajas y beneficios.

También, para poder dar a conocer al negocio, se realizará flyers que serán entregados en centros comerciales y lugares estratégicos para poder captar el interés del futuro consumidor.

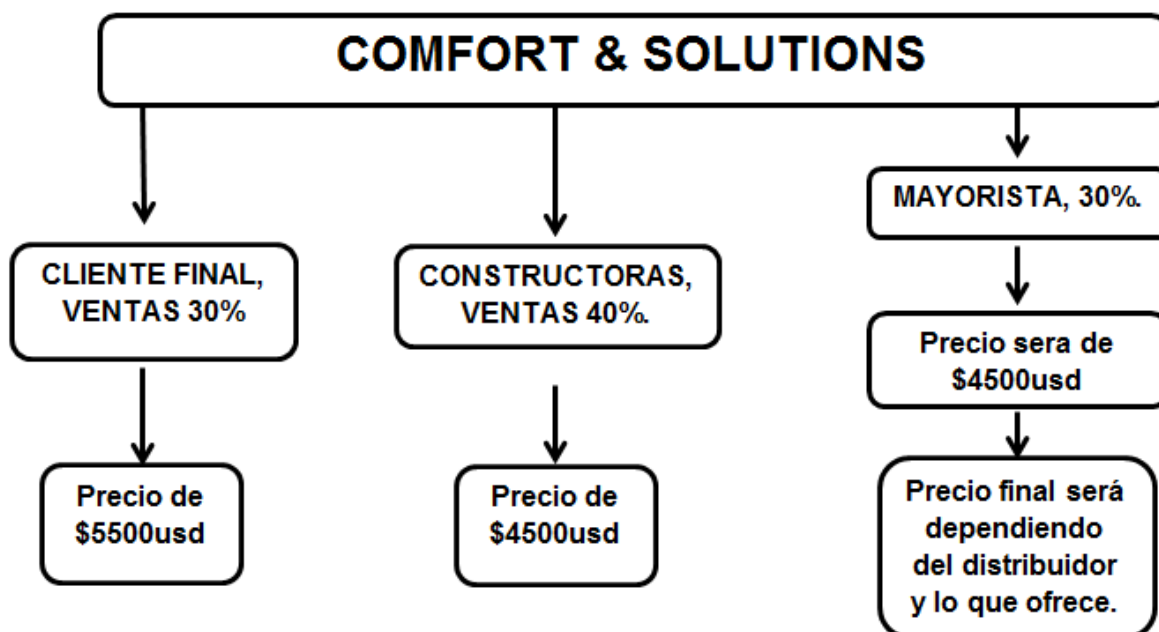


Figura 18: Cadena de Distribución

Cliente Final: es el que adquirirá el producto de manera directa, eligiendo a su gusto que ítems desea adquirir para la instalación de su casa u oficina inteligente, se tiene pretendido que las ventas directas sean del 30%.

Constructoras: Se negociará alianzas con ciertas constructoras conocidas en el mercado, para poder vender los productos de forma indirecta y que los mismos ya estén pre-instalados en casas o edificios inteligentes, para que de esta manera, se realice una venta exitosa y sea de agrado al cliente a la hora de adquirir un bien inmueble, se pretende vender un total de 40% de las ventas.

Mayorista: otra forma que se realizará ventas es con mayoristas que se encuentren en el mercado y que quieren adquirir solo los productos, para ellos revenderlos a otros clientes. Tendrá otro valor de venta, para que sea de fácil adquisición. Se pretende vender un total de 30% de las ventas.

4.7 Relaciones Públicas

El negocio tendrá relaciones internas como externas, para poder siempre mejorar la calidad e imagen del posible negocio dentro del mercado.

Tendrá relaciones internas entre dirigentes y empleados, para de esta manera poder crear un ambiente de trabajo exitoso y bueno, conociendo todos los parámetros necesarios para poder realizar un buen trabajo y tener un ambiente cálido como familia y relaciones externas tanto en medios publicitarios como conocidos para poder generar los primeros clientes potenciales para el posible negocio, donde podrán facilitar a otros posibles clientes la recomendación y obtención de los productos a ofrecer.

Además de realizar un servicio post-venta para poder conocer la opinión de los consumidores y del segmento objetivo en cuanto a la calidad de los productos ofrecidos y su funcionamiento, conocer el grado de satisfacción de los mismos y posiblemente que se recomiende a otros posibles clientes que puedan estar dentro del mercado y que tengan una demanda insatisfecha.

Las relaciones públicas son importantes para la empresa ya que es una manera muy buena de darse a conocer de una forma u otra en el mercado para lograr de mejor manera la captación de los posibles clientes y adquieran el producto.

CAPÍTULO V

5 PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN

5.1 Objetivo

Implementar un plan operativo con sus respectivos procedimientos, para poder controlar la logística y las operaciones que se llevarán a cabo en la empresa, siendo eficientes en costo y tiempo, y realizando instalaciones de altísima calidad.

5.1.1 Estrategias

- Determinar la ubicación idónea, dentro de una zona comercial para la ejecución de operaciones.
- Determinar el mejor personal calificado, para la ejecución de operaciones.
- Verificar la posibilidad técnica de los procesos operativos y logísticos necesarios para que los productos ofrecidos sean funcionales y con un uso adecuado de los recursos.
- Planificar y organizar con gerencia los procesos necesarios, de acuerdo a las actividades que se debe realizar.
- Controlar constantemente los procesos que se están llevando a cabo.
- Dirigir los procesos para el cumplimiento de los objetivos.

5.1.2 Flujoograma de procesos

La empresa se dedicará al montaje de oficinas inteligentes para brindar confort y seguridad. A continuación se detalla las operaciones que se realizarán para el funcionamiento de la empresa.

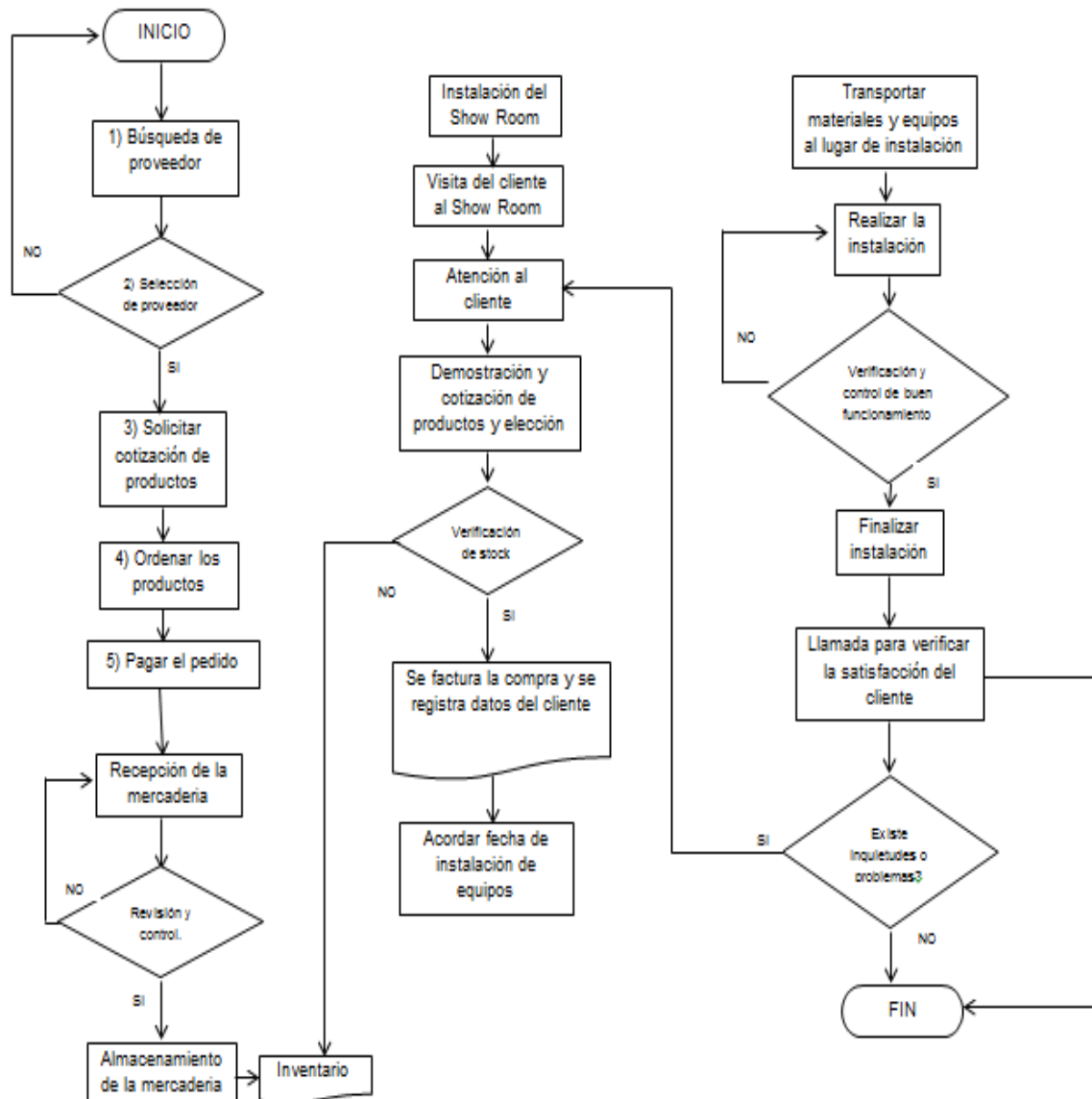


Figura 19: Flujograma de Procesos

1. **Búsqueda de proveedor:** Aquí se buscará los posibles proveedores tanto nacionales como internacionales, que puedan proveer con toda la mercadería necesaria para el montaje de oficinas inteligentes.
2. **Selección del proveedor:** Bajo los parámetros establecidos, se elegirá al mejor proveedor para que abastezca de los productos necesarios ya sea local o internacionalmente.
3. **Solicitar cotización de productos:** analizar que proveedor ofrece los mejores términos de negociación.

4. **Ordenar los productos:** Realizar la orden de que productos se van a comprar y sus respectivas cantidades.
5. **Pagar el pedido:** Una vez de acuerdo con la cotización confirmar el pedido y pagar de inmediato para la adquisición de los productos.
6. **Recepción de mercadería:** una vez hecho el pago de todo lo necesario para recibir toda la mercancía, se procederá a controlar que sea lo mismo que se ordenó.
7. **Revisión y control:** al tener la mercadería en las instalaciones, se procederá a la revisión de la misma que se encuentre en buenas condiciones, lo que será realizado por un técnico.
8. **Control de mercadería:** Después de realizar la recepción y revisión de la mercadería, se realizará el control de la misma para que ingrese a inventarios todo lo que se pidió.
9. **Almacenamiento de mercadería:** Se procederá a almacenar la mercadería en las bodegas de la empresa, tomando en cuenta espacio y seguridad.
10. **Inventario:** Realizar el procedimiento de control de inventarios para verificar la lista de la mercadería, que todo lo que esté en la lista se encuentre en las bodegas.
11. **Instalación del Show Room:** Con la ayuda del arquitecto de interiores, el técnico de electrónica y el ayudante, procederán a diseñar e instalar los equipos demo en el show room, el cual será una sala de demostración de todos los productos y las funciones que cumplen.
12. **Visita del cliente al show room:** Cuando se inaugure el show room, se espera la visita de los clientes para que conozcan y se interesen por estos productos innovadores.
13. **Atención al cliente:** Se procederá a atender al cliente, tratando de cubrir sus expectativas y dudas sobre los productos.
14. **Demostración y cotización de productos y elección:** Se hará las respectivas demostraciones que el cliente solicite de los diferentes productos y al mismo tiempo se hará conocer los precios de los mismos.

15. **Verificación de stock:** En caso de que el cliente esté interesado en ciertos productos, se procederá a comprobar los productos en stock y se generará la compra.
16. **Se factura la compra y se registra datos del cliente:** Aquí se factura los productos de obtención del cliente mediante los formularios necesarios que requiere la empresa para dicho proceso y al mismo tiempo se registrarán todos sus datos para incluirlos en una base, que servirá para un servicio post – venta de la conformación del servicio.
17. **Acordar fecha e instalación de equipos:** Se acordará de acuerdo con el cliente la fecha de disponibilidad del mismo, para proceder a realizar las respectivas instalaciones.
18. **Transportar materiales y equipos en el lugar de instalación:** Se procederá al transporte de los productos y todos los materiales necesarios de forma muy cautelosa, para que lleguen en buen estado y además para realizar una instalación 100% eficiente.
19. **Realizar la instalación:** Se procederá a realizar la instalación con todos los materiales y personal necesario, para colocar de forma correcta los productos y sean los más óptimos para aprovechar de mejor manera los mismos.
20. **Verificación y control del buen funcionamiento:** Se verificará que todos los productos tengan un correcto funcionamiento desde la función más básica, hasta la más compleja, en caso de corregir algo, se procederá de forma cautelosa conociendo cual fue el error para corregirlo de la mejor manera.
21. **Finalizar instalación:** Se finiquitará los últimos detalles para completar la instalación y que el funcionamiento sea 100% funcional para que el cliente lo aproveche al máximo.
22. **Llamada para verificar la satisfacción del cliente:** Se realizará un seguimiento a los clientes con llamadas telefónicas, para poder conocer las falencias en el servicio de atención al cliente, de instalación y además conocer si se encuentran satisfechos por los productos adquiridos o las falencias que tienen los mismos.

5.2 Requerimientos de equipos y herramientas

Para poder realizar el montaje de oficinas inteligentes se necesita contar con las siguientes herramientas:

- Vehículo (Camioneta Mazda BT50 2.0L 4x4).**(Ver Anexo4)**
- Juego de Desarmadores (Estrella y Plano).
- Taladro Black & Decker TM505-B3, 120V; Juego de brocas (Diferentes tamaños), tacos fisher (Diferente tamaños).
- Martillos y Clavos de 1 pulgada y ½ pulgadas.
- Tornillos 1/8, 1/2, 1/4, 1, 1.5 pulgadas, Pernos 1/8, 1/2, 1/4, 1, 1.5 pulgadas, Juego llave de pernos, inglesa.
- Playos.
- Espátulas, Brochas, Pintura para acabados.
- Andamios para lugares altos.
- Escaleras.
- Cemento, Bondex para sellar instalaciones.
- Pistola de silicona para acabados.
- Cable coaxial RG16, para las instalaciones.**(Ver Anexo5)**

5.3 Instalaciones y mejoras

Para la implementación de la empresa, se prevé la utilización de un área física de aproximadamente 200m², en esta superficie se distribuirán los diferentes componentes, para lo cual se considerarán aspectos de diseño que permitan una optimización del espacio físico, funcionalidad y, adicionalmente, se tratará sobre todo que estos guarden estrecha armonía con el entorno.

Las oficinas contarán con sistemas informáticos, computadores, teléfonos, escritorios, instalaciones sanitarias, sala de reuniones, un show room, cafetería, internet.

Además se adecuará las oficinas con nuevas tecnologías, de acuerdo a la recapitalización que se produzca de las utilidades para destinar un porcentaje a las mejoras.

5.4 Localización geográfica y requerimientos de espacio físico

Se determinará los criterios de selección con cercanía de clientes, servicios básicos y costos del sector para determinar el lugar idóneo, donde se comenzará las operaciones

Las operaciones de la empresa se ubicará al norte de la ciudad de Quito en la zona de La Carolina, con un arriendo que no supere los 2000 dólares mensuales.

Oficinas	50m ²
Show Room	74 m ²
Estacionamiento	9 m ²
Bodega	21m ²
Baño	8.6m ²
Recepción	15.2m ²
TOTAL	177m²

CRITERIOS DE SELECCIÓN

- **Cercanía para Clientes:** este factor menciona que las instalaciones se deben encontrar en un lugar, con una distancia próxima al cliente potencial.
- **Vías de acceso:** debe estar ubicado en un sector con fáciles y varias vías de acceso, que sean de conocimiento general y se encuentren en buen estado.

- **Servicios Básicos:** se deberá contar con todos los servicios básicos como agua, luz, teléfono e internet que permitan el desarrollo óptimo del trabajo.
- **Costo del sector:** el precio deberá ser razonable y ajustable con el capital disponible.

5.5 Capacidad de almacenamiento y manejo de inventarios

El control de inventarios tiene que ser minucioso y será controlado todos los días para poder constatar que existe la mercadería y que se encuentre en las mejores condiciones para su respectiva venta. Se clasificará los productos por su importancia y en el caso de ser productos frágiles, tendrá un tratamiento mas controlado y detallado mediante un reporte que las piezas mencionadas se encuentren nuevos y en buen estado.

5.6 Aspectos regulatorios y legales. (VER ANEXO6)

El obtener los permisos y autorizaciones correspondientes, para la ejecución de la obra, implica el cumplimiento previo de la documentación exigida por la municipalidad y el pago de tasas y contribuciones tanto a los Colegios profesionales como al Municipio y otras instituciones como las empresas de agua, alcantarillado y otras. El obtener éstos permisos permitirá la normal construcción de la obra, evitando multas, demandas y reclamaciones por el incumplimiento de las leyes municipales. Es de responsabilidad del constructor la obtención del permiso de construcción y de otros complementarios exigidos para la ejecución de trabajos previos, como derrocamientos, cerramientos provisionales, movimiento de tierras u otros varios trabajos.

La información necesaria para el registro de la empresa es el siguiente:

- Nombre, el cual puede ser la razón social, denominación objetiva o de fantasía, sujeto a la aprobación Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías de Quito

- Solicitud de aprobación, presentado a la Superintendencia de Compañías o delegado, tres copias certificadas de la escritura de constitución de la empresa, adjunta la solicitud requiriendo la aprobación del contrato constitutivo.
- Mínimo dos socios con capital no menor a cuatrocientos dólares americanos.
- Detallar las participaciones de cada socio.
- Describir el objeto social de la empresa detallado".(Superintendencia de Compañías).

CAPÍTULO VI

6 EQUIPO GERENCIAL

6.1 Estructura organizacional

A continuación, se refleja como estará estructurada los puestos y funciones que ocupará cada empleado dentro de la organización.

6.1.1 Organigrama

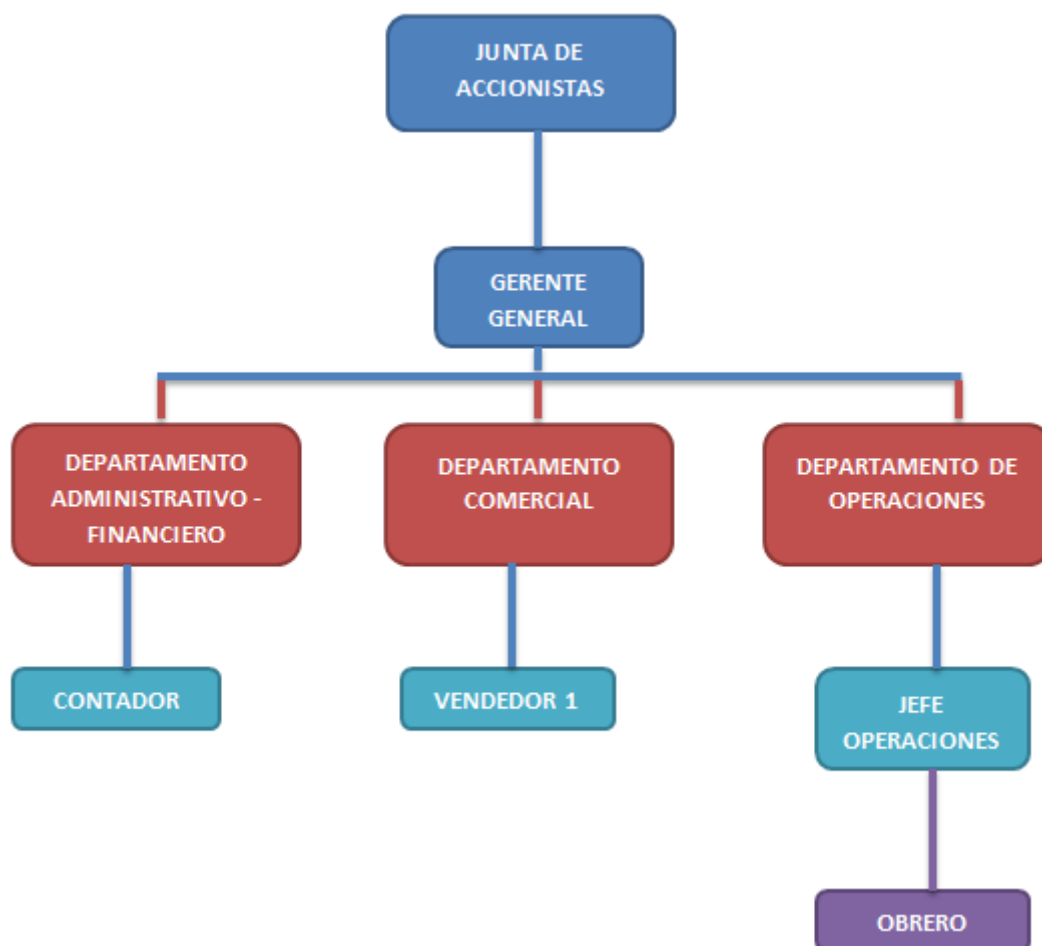


Figura 20: Organigrama de la Empresa

DESCRIPCIÓN:

Junta General de Accionistas (2): Serán los que designen al Gerente General, además de administrar, controlar y tomar las mejores decisiones para el funcionamiento de la empresa.

Departamento Administrativo – Financiero: Planificar, organizar, controlar y dirigir el funcionamiento, desarrollo y los recursos financieros de la empresa.

Departamento Comercial: Generar, organizar y ejecutar el plan de marketing para cumplir con las estrategias establecidas, además de dirigir y controlar las ventas, así como generar nuevas tácticas de ventas.

Departamento de Operaciones: Se encargará de analizar, adquirir y realizar las compras de mercadería, además de las negociaciones y administración de contratos, también controlar y diseñar las operaciones y correcta instalación del montaje de oficinas inteligentes.

6.2 Personal administrativo clave y sus responsabilidades

El personal debe organizar y llevar a cabo, según las normas y procedimientos establecidos, las actividades que exige la elaboración de la nómina para asegurar que se cumple con todas las obligaciones contractuales contraídas con sus empleados, en material de sueldos. Asimismo, se debe reclutar y seleccionar a los empleados que exigen las diferentes áreas con personal altamente calificado.

Personal total: 5 empleados

6.2.1 Equipo de trabajo

GERENTE GENERAL

Formación: Carrera de Ing. Comercial en Administración de Empresas O Finanzas.

Experiencia Laboral: de 3 a 4 años en actividades relacionadas con administración, dirección de empresas, planificación, planeación estratégica, control interno, etc.

Conocimientos de cómputo: Manejo de Office, programas contables.

Idiomas: Inglés, Español, desenvoltura en otro idioma.

Perfil: Capacidades excelentes de interacción humana en el trabajo, saber escuchar, ser entusiasta y paciente, así como poseer una amplia capacidad para entender a las personas. Tener la experiencia suficiente en la dirección, control y planeación estratégica de empresas y tomar las mejores decisiones para la misma. En especial, saber mantener la objetividad en la toma de decisiones relacionadas con el personal.

Funciones Principales:

- Definir los conceptos mercantiles en los que trabajará la empresa.
- Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
- Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos para el desarrollo de los planes de acción.
- Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización.
- Evaluar e incentivar el rendimiento del personal y la toma de decisiones.
- Medir continuamente la ejecución y comparar resultados reales con indicadores y estándares establecidos.
- Seleccionar, contratar y entrenar al personal.

- Mantener contacto continuo con proveedores en busca de nuevas tecnologías e insumos.
- Representar legalmente a la empresa.
- Dirigir las actividades generales de la empresa.
- Dirigir el desarrollo de las actividades asignadas a personal.
- Controlar y aprobar las inversiones.
- Realizar evaluaciones de rutina, para poder verificar el cumplimiento de los objetivos de los diferentes departamentos.
- Mantener y enlazar nuevas relaciones con los clientes, para mantener el buen funcionamiento de la empresa.
- Adoptar los reglamentos internos y manual de funciones para el cumplimiento de la entidad.
- Ejercer un liderazgo para volver operativo y ejecutar los planes y estrategias determinados.
- Asesorar en el área contable, financiera y tributaria.
- Aplicación de la normatividad vigente.

CONTADOR

Formación: Carrera de Ing. Comercial en Administración de Empresas O Finanzas.

Experiencia Laboral: de 2 a 3 años en actividades relacionadas con administración, dirección de empresas, programas contables, manejo de contabilidad en general, elaboración de presupuestos.

Conocimientos de cómputo: Manejo de Office, programas contables.

Idiomas: Inglés, Español, desenvoltura en otro idioma.

Perfil: Capacidades excelentes de interacción humana en el trabajo, saber escuchar, ser entusiasta y paciente, así como poseer una amplia capacidad para entender a las personas. Tener un amplio conocimiento en aspectos financieros, elaboración de presupuestos, y manejo de contabilidad en general.

Ser discreta, en cuanto al manejo de información confidencial, ordenada y disfrutar de organizar actividades con la gente. En especial, saber mantener la objetividad en la toma de decisiones relacionadas con el personal.

Funciones Principales:

- Elaborar la nómina de empleados que se requieren para cumplir con las obligaciones legales en materia de salarios, prestaciones, etc.
- Elaboración de estados financieros e informes relacionados tomando en cuenta el marco normativo legal y tributario, con un contador externo.
- Aplicar las normas técnicas y legales a los procesos contables a fin de obtener información de calidad.
- Supervisar y revisar la aplicación de los procesos de ejecución con la finalidad de lograr información fidedigna.
- Asesorar en el área contable, financiera y tributaria.
- Aplicación de la normatividad vigente.
- Controlar la contabilidad de la empresa e intervenir en todos los documentos de cobro y pago correspondientes.
- Formular el presupuesto y la cuenta general de gastos e ingresos de cada año, sometiéndolos a la aprobación de la Junta Directiva, para que ésta los presente con su dictamen.

VENDEDOR

Formación: Bachillerato, estudiante de carreras administrativas.

Conocimientos de cómputo: Manejo de Office.

Idiomas: Inglés, Español.

Experiencia: 1 año en trabajos similares, o relacionados con servicio al cliente y atención al público.

Perfil: Excelente presencia, don de gente, facilidad de palabra. Debe tener una gran motivación, saber identificar las necesidades del cliente y actúa en concordancia, ofreciéndoles soluciones adecuadas. Debe saber negociar, persuadir, y lograr convencer sin presionar.

Funciones Principales:

- Captación de clientes y presentación de los productos de la empresa.
- Creación, desarrollo y mantenimiento de la cartera de clientes.
- Coordinar actividades con los demás departamentos.
- Reportar periódicamente sobre su actividad a su supervisor.
- Garantizar la perfecta presentación de los productos.
- Explotación y análisis del mercado.
- Prospección, visitas comerciales y creación de nuevas relaciones comerciales con los clientes Mayoristas.
- Negociación y cierre de los términos y condiciones de compra.

JEFE DE OPERACIONES

Formación: Carrera de Ing. Comercial en Negocios Internacionales, Administración.

Experiencia laboral: de 2 a 3 años en actividades de comercio, logística y procedimientos.

Conocimientos de cómputo: Manejo de Office.

Idiomas: Inglés, Español, desenvoltura en otro idioma.

Perfil: Capacidades excelentes de interacción humana en el trabajo, saber escuchar, ser empático, entusiasta y paciente. Ser discreto, en cuanto a información confidencial de la empresa.

Funciones Principales:

- Funciones de compras nacionales e internacionales, negociación, licitaciones y administración de contratos.
- Programar, organizar, coordinar, ejecutar, controlar y evaluar las actividades de su departamento.
- Mantener actualizado la base de datos de proveedores y clientes.
- Ejecutar todos los procesos de adquisiciones de acuerdo al reglamento, normas y procedimientos de instalación y logística.
- Responsabilidad Individual y Participación.
- Identificación de Salvaguardias y Estándares de Seguridad y Exigencias.

- Proporcionar Reacción y Mejora Continua.
- Asegura el desarrollo operacional de la actividad.
- Conoce los recursos a su disposición gracias a sus contactos y a su experiencia.
- Establece la estrategia desde la perspectiva de desarrollo de los servicios o los productos en un mercado nuevo para la compañía, con la responsabilidad de definir los medios a utilizar para alcanzar los objetivos fijados
- Supervisar que se cumplan los procedimientos y operaciones que se suscitan en sala
- Cumplir con las metas propuestas y entregar una atención personalizada, satisfaciendo las necesidades de los clientes.
- Velar por la correcta operación del local, supervisando secciones, entregando instrucciones al personal, supervisando y autorizando procedimientos y documentación, control de pedidos, etc.

OBRERO

Formación: Bachillerato.

Experiencia: mínimo 3 años en el área de la construcción.

Perfil: que tenga buena contextura, habilidad para cargar y descargar materiales, resistencia física, eficiente.

Funciones Principales:

1. Realización de funciones de carga y descarga.
2. Instalación del producto donde sea necesario.
3. Seguir las órdenes del arquitecto sobre donde ubicar los equipos.

6.3 Compensación a administradores y propietarios

En el siguiente cuadro se detalla las remuneraciones que reciben todos los empleados, según las leyes ecuatorianas actuales.

Tabla 10: Nómina

ROL DE PAGOS							ROL DE PROVISIONES						
AÑO 1							AÑO 1						
CARGO	SBU mensual	Ingreso Anual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto Renta	Líquido a Pagar	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondo de Reserva	Vacaciones	Días Vacaciones	Aporte Patronal	Total Provisiones
Gerente General	1.000,00	12.000,00	1.122,00	10.878,00	-	10.878,00	1.000,00	296,00	-	453,25	15	1.458,00	3.207,25
Contador	500,00	6.000,00	561,00	5.439,00	-	5.439,00	500,00	296,00	-	226,63	15	729,00	1.751,63
Vendedor 1	450,00	5.400,00	504,90	4.895,10	-	4.895,10	450,00	296,00	-	203,96	15	656,10	1.606,06
Jefe de operaciones	600,00	7.200,00	673,20	6.526,80	-	6.526,80	600,00	296,00	-	271,95	15	874,80	2.042,75
Obrero	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	-	132,35	15	425,74	1.146,09
TOTAL	2.842,00	34.104,00	3.188,72	30.915,28	-	30.915,28	2.842,00	1.480,00	-	1.288,14		4.143,64	9.753,77
Total a Pagar Anualmente		\$40.669,05											

Todos los empleados tendrán sueldo fijo y los respectivos beneficios que otorga la ley.

6.4 Política de empleo y beneficios

El personal es el mejor recurso que nosotros tenemos dentro de la empresa, por lo que se les pagara lo establecido más todos los beneficios que la ley les otorga. Esto permite obtener calidad y continuidad en el puesto a cada uno de nuestros empleados logrando así que estos trabajen con mucha responsabilidad. Aunque se reduce el margen de ganancia, se logra una satisfacción en el cliente así como un pronto retorno del mismo y esto a largo plazo es un beneficio para la empresa evitando un contingente legal.

Como la empresa estará legalmente constituida, los trabajadores que laboren una jornada mínima de cuatro horas diarias se les descontara el aporte al Seguro Social, que corresponde al 9.35% de la remuneración asegurable del trabajador. La remuneración mínima que se tendrá en cuenta para la determinación del aporte es equivalente a la remuneración mínima vital considerada en 292 USD.

6.5 Derechos y restricciones de accionistas e inversores

La Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada no detalla los derechos que la participación otorga al titular, pero de acuerdo a la práctica societaria son las que describiremos a continuación.

Derechos Patrimoniales.

- El derecho a participar en el reparto de las ganancias, mediante la distribución de dividendos a los socios.
- El derecho a participar en la cuota del patrimonio fija, la liquidación correspondiente a cada socio será proporcional a su participación en el capital social.
- Derecho a asumir con preferencia un número de participaciones sociales, que son proporcionales al valor nominal de las que posea, en el caso de aumento de capital social.

Derechos Políticos o Administrativos

- Todos los socios tienen derecho de asistencia a la Junta General independientemente del número de participaciones que tengan.
- La representación de cualquiera de los socios es susceptible de ser delegada a favor de otro socio, familiar o apoderado.

Derecho de Información

- De acuerdo a la ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada el socio posee un derecho de información similar al accionista en la sociedad anónima.
- Cada participación concede al socio el derecho a emitir un voto de tal forma que puede establecerse en los estatutos que el número de votos se fije en proporción al capital social.

6.5.1 Obligaciones de los Socios

Deber de Aportación

- El deber más importante del socio es el de aportar, las que se debe dar cuando se produzca la constitución de una empresa de sociedad limitada, en la que se detallarán las participaciones que el socio percibe a cambio.

6.5.2 Política de Dividendos

El objetivo más importante de toda empresa es impulsar el bienestar económico y social mediante una adecuada inversión del capital a aquellas inversiones que arrojen el máximo rendimiento.

Tipos de Dividendos

- **Dividendos en acciones:** Un dividendo en acciones es el pago de dividendos en forma de acciones a los propietarios existentes
- **Divisiones de Acciones:** Las divisiones de acciones tienen un efecto sobre el precio de las acciones de una empresa similar al de los dividendos en acciones. La división de acciones es un método comúnmente empleado para reducir el precio de mercado de las acciones de la empresa mediante el incremento en el número de acciones detentadas por cada accionista. Las empresas suelen creer que el precio de sus acciones es demasiado alto, y que una reducción en el precio de mercado harán más dinámicas las transacciones.

Pagos de Dividendos

Los flujos de efectivo de una empresa y las necesidades de inversión pueden ser demasiado volátiles para que se establezca un dividendo regular muy alto. Sin embargo puede realizarse la distribución de los fondos que no son necesarios para la reinversión.

Procedimiento pago de dividendos en efectivo

El pago de dividendos en efectivo a los tenedores de acciones de las corporaciones es decidido por la junta directiva. Los directores suelen realizar juntas trimestrales o semestrales a fin de evaluar el desempeño financiero de la empresa durante el período anterior, así como obtener una perspectiva de cuantos y en que forma habrán de pagarse los dividendos. Debe establecerse, la fecha de pago.

6.6 Equipo de asesores y servicios

Auditor Externo

Formación: Título de Contador Público / Auditor, cursos de profundización y actualización.

Conocimientos técnicos: práctico, procesador de textos hojas de cálculo y aplicaciones informáticas, programas específicos de contabilidad, presentación de balances y estados financieros.

Idiomas: Inglés, Español

Perfil: Deberá poseer conocimientos, capacidades, actitudes y aptitudes necesarias para actuar con eficiencia y eficacia profesional en ámbito de entes privados y públicos, en contextos nacionales e internacionales, en lo que se refiere al asesoramiento, planificación, coordinación, implementación, ejecución y control de actividades inherentes a aspectos económicos y financieros de los mismos, esencialmente en lo referido al diseño, organización y ejecución de procedimientos administrativos a fin de generar sistemas de información contable con destino interno y externo que sirvan a los objetivos de las diferentes áreas.

Funciones Principales:

1. Coordinar y asistir al Jefe Financiero en la elaboración de estados financieros e informes relacionados.
2. Revisar la contabilidad para tener al día las cuentas.
3. Archivar documentos para uso contable y control interno.
4. Elaborar y verificar estados de ingresos y gastos.
5. Revisar y verificar la retención de impuestos.
6. Participa en la elaboración de inventarios.

ABOGADO

Contar con una persona externa, quien preste sus servicios profesionales para asesoría legal que necesite la empresa, contratos de empleados, constitución y estatus de la compañía, etc.

CAPÍTULO VII

7 CRONOGRAMA GENERAL

7.1 Actividades necesarias para poner el negocio en marcha

Las siguientes son las actividades que se van a poner en marcha desde un principio para que el negocio esté en completo funcionamiento:

- Constitución de la Compañía.
- Obtención del local por arriendo.
- Solicitud del préstamo para iniciar operaciones.
- Obtener todos los permisos necesarios. (Construcción, bomberos, municipio, registro mercantil, etc).
- Contrato de personal necesario.
- Obtención de los productos a ofrecer.
- Implementar la publicidad y promoción necesaria para lanzamiento.
- Inicio de operaciones.

7.2 Diagrama

El diagrama lo refleja el **ANEXO 9**.

7.3 Riesgos e Imprevistos

- Primero antes que nada, los riesgos más altos que se tiene por ser compañía nueva, son el tiempo que se demora la obtención de todos los permisos necesarios y además cumplir con los requisitos solicitados.
- Tiempo necesario que se demore la constitución de la compañía, que se rige bajo las leyes ecuatorianas.
- Un factor importante también es, la obtención del préstamo, se lo debe tomar muy en cuenta y que el inicio de operaciones depende del mismo.
- Tiempo de tránsito que tome el importar los productos a ofrecer su proceso de aduanas.

CAPÍTULO VIII

8 RIEGOS CRÍTICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS

8.1 Supuestos y criterios utilizados

- Nos hemos enfocado a los niveles socio-económico medio, medio-alto y alto, porque al ser un producto de alto valor, está en el alcance de los consumidores.
- Al ser un beneficio al cliente por relajación y seguridad, se está seguro que los mismos requerirá de los productos.
- La empresa se estabilizará a los 2 años económicamente, para así de esa manera aumentar las ventas.
- En mediano plazo, queremos arrancar con nuestro propio software para automatización de los sistemas ofrecidos.
- A largo plazo se planea diversificar más la cartera de productos que se ofrecen a entidades públicas y bancarias.

8.2 Riesgos y problemas principales

- Tecnología obsoleta en Ecuador.
- Rechazo al producto por parte de los consumidores.
- Los constructoras más grandes comiencen a ofertar de manera directa los productos que se ofrece.
- Amenaza de productos sustitutos.

CAPÍTULO IX

9 PLAN FINANCIERO

9.1 Inversión Inicial

La inversión inicial que se necesita para poder iniciar las operaciones es de \$112425,36usd, valor que incluye todos los activos fijos, inventarios y capital de trabajo.

Tabla 11: Inversión Inicial

DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	AÑO 1
MUEBLES Y ENSERES		TOTAL	\$ 1.810,00
Escritorios	\$120,00	7	\$ 840,00
Silla para oficina	\$50,00	15	\$ 750,00
Archivadores	\$35,00	5	\$ 175,00
Pizarrones	\$45,00	1	\$ 45,00
EQUIPOS DE OFICINA		TOTAL	\$ 3.145,38
Computadora oficina	\$500,00	4	\$ 2.000,00
Central Telefónica	\$388,06	1	\$ 388,06
Impresoras	\$378,66	2	\$ 757,32
MAQUINARIA Y EQUIPOS		TOTAL	\$70.807,72
Materiales para Operación	\$132,80	12	\$1.593,60
Juego de Desarmadores	\$ 35,67	1	\$35,67
Juego de Brocas	\$ 16,39	1	\$16,39
Playo	\$ 4,35	3	\$13,05
Martillos	\$ 6,32	2	\$12,64
Juego llave de Pernos	\$ 26,33	1	\$26,33
Escalera	\$ 117,04	1	\$117,04
Taladro	\$ 75,90	1	\$75,90
Brochas Grandes y Pequeñas	\$ 2,41	6	\$14,46
Pistola para Silicona	\$ 2,69	1	\$2,69
Espatulas	\$ 1,00	2	\$2,00
Productos para automatización y comfort			\$ 68.897,95
ADECUACIONES		TOTAL	\$ 5.000,00
Show Room	\$5.000,00	1	\$ 5.000,00
VEHICULOS		TOTAL	\$ 16.500,00
Chevrolet LUV Dmax C/D Diesel 2005	\$16.500,00	1	\$ 16.500,00
TOTAL INVERSIONES EN ACTIVOS			\$ 97.263,10
CAPITAL DE TRABAJO			\$ 15.162,26
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			\$ 112.425,36

9.2 Capital de Trabajo

Para cálculo de este rubro, se tomó un tiempo de 4 meses donde el valor es de \$15162,26usd, valor que consta de ingresos y egresos que tendrá el negocio en sus primeros meses de funcionamiento. (**VER ANEXO 10**)

9.3 Fuentes de ingresos

La fuente de ingresos de “Comfort&Solutions” Cía. Ltda., son las ventas de los paquetes de sistemas automatizados que se ofrece a los 3 segmentos dirigidos, esto nos ayudará a conocer las ventas anuales de los productos.

A continuación se presenta la proyección de ventas que se estime tenga la compañía con los paquetes a ofrecer.

Tabla 12: Fuente de Ingresos

Escenario Esperado	PRECIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		Ventas	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas
Segmento 1(Unidades Anuales Proyectadas)	5.500,00	18,00	25,20	37,80	56,40	84,60
Segmento 2(Unidades Anuales Proyectadas)	4.500,00	6,00	8,40	12,60	18,80	28,20
Segmento 3(Unidades Anuales Proyectadas)	4.500,00	6,00	8,40	12,60	18,80	28,20
TOTAL		153.000,00	214.200,00	321.300,00	479.400,00	719.100,00

La proyección de ventas de los tres escenarios. **(VER ANEXO 25).**

9.4 Costos Fijos, Variables y SemivARIABLES

9.4.1 Costos fijos

En los costos fijos se contemplan los sueldos y salarios del personal de la planta, gastos en publicidad, así como los gastos generales que incluye la empresa así esta no produzca nada del proyecto. **(VER ANEXO 11)**

9.4.2 Costos variables

El costo variable son los productos que se ofrecen a los consumidores con un valor de \$68897,95usd. **(VER ANEXO 12)**

9.5 Gastos Generales

Los gastos anuales están conformados con rubros como arriendo, servicios de seguridad, servicios básicos:

Tabla 13: Gastos Generales

GASTOS GENERALES (ANUAL)					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Teléfono	864,00	864,00	864,00	864,00	864,00
Arriendo oficina/bodegas	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00
Internet	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00
Servicios Mantenimiento y seguridad	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00
Electricidad	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Suministros de oficina	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
Suministros de limpieza	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
TOTAL GASTOS GENERALES	18.444,00	18.444,00	18.444,00	18.444,00	18.444,00

Tabla 14: Gastos Generales 1

ROL DE PAGOS							ROL DE PROVISIONES						
AÑO 1							AÑO 1						
CARGO	SBU mensual	Ingreso Anual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto Renta	Liquidado a Pagar	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondo de Reserva	Vacaciones	Días Vacaciones	Aporte Patronal	Total Provisiones
Gerente General	1.000,00	12.000,00	1.122,00	10.878,00	-	10.878,00	1.000,00	296,00	-	453,25	15	1.458,00	3.207,25
Contador	500,00	6.000,00	561,00	5.439,00	-	5.439,00	500,00	296,00	-	226,63	15	729,00	1.751,63
Vendedor 1	450,00	5.400,00	504,90	4.895,10	-	4.895,10	450,00	296,00	-	203,96	15	656,10	1.606,06
Jefe de operaciones	600,00	7.200,00	673,20	6.526,80	-	6.526,80	600,00	296,00	-	271,95	15	874,80	2.042,75
Obrero	292,00	3.504,00	327,62	3.176,38	-	3.176,38	292,00	296,00	-	132,35	15	425,74	1.146,09
TOTAL	2.842,00	34.104,00	3.188,72	30.915,28	-	30.915,28	2.842,00	1.480,00	-	1.288,14		4.143,64	9.753,77
Total a Pagar Anualmente		\$40.669,05											

Los gastos son egresos que forman parte, en este caso de brindar un producto servicio, generando valor agregado a la empresa, como por ejemplo la nómina de empleados. (Ross, 2009).

9.6 Margen operativo

El margen operativo se lo obtiene de la división de (Ingresos – Egresos) dividido para el Total de Ingresos.

Tabla 15: Margen Operativo

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Margen Operativo	8,63%	19,63%	30,73%	38,48%	43,67%

9.7 Estado de Flujo de Efectivo actual y proyectado

Mediante el estado de flujo se puede conocer en detalle todo con respecto a ingresos y gastos de la compañía. Se ha hecho el cálculo de tres tipos de flujo: esperado, optimista y pesimista.

Tabla 16: Estado de Flujo

AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ingresos Operativos		153.000,00	214.200,00	321.300,00	479.400,00	719.100,00
TOTAL INGRESOS		153.000,00	214.200,00	321.300,00	479.400,00	719.100,00
EGRESOS						
Costos		68.897,95	96.457,13	144.685,70	215.880,25	323.820,38
Gastos		18.444,00	18.444,00	18.444,00	18.444,00	18.444,00
Nómina		40.669,05	45.449,68	47.654,05	49.858,41	52.062,77
Depreciaciones y Amortizaciones		11.791,23	11.791,23	11.791,23	10.742,77	10.742,77
TOTAL EGRESOS		139.802,23	172.142,05	222.574,98	294.925,43	405.069,92
UAII		13.197,77	42.057,95	98.725,02	184.474,57	314.030,08
Intereses		7.018,69	5.761,32	4.355,66	2.784,24	1.027,49
UAI		6.179,08	36.296,63	94.369,36	181.690,33	313.002,59
Part. Trabajadores 15%		1.979,66	6.308,69	14.808,75	27.671,19	47.104,51
Total antes Imp. Renta		4.199,41	29.987,94	79.560,60	154.019,15	265.898,08
Imp. a la Renta 25%		- 1.049,85	- 7.496,98	- 19.890,15	- 38.504,79	- 66.474,52
UN		3.149,56	22.490,95	59.670,45	115.514,36	199.423,56
Depreciaciones y Amortizaciones		11.791,23	11.791,23	11.791,23	10.742,77	10.742,77
Inversiones	-112.425,36					
Principal Deuda	67.455,22					
Total	- 44.970,15	14.940,79	34.282,19	71.461,68	126.257,13	210.166,33

Adicional el Balance General y estado de resultados. (VER ANEXO 23,24)

9.8 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio nos ayuda calculando la cantidad mínima necesaria de ventas para poder cubrir los gastos generales de la compañía.

En el siguiente cuadro, se refleja las cantidades mínimas por segmento que se debería vender para cubrir gastos:(Ver Anexo 27)

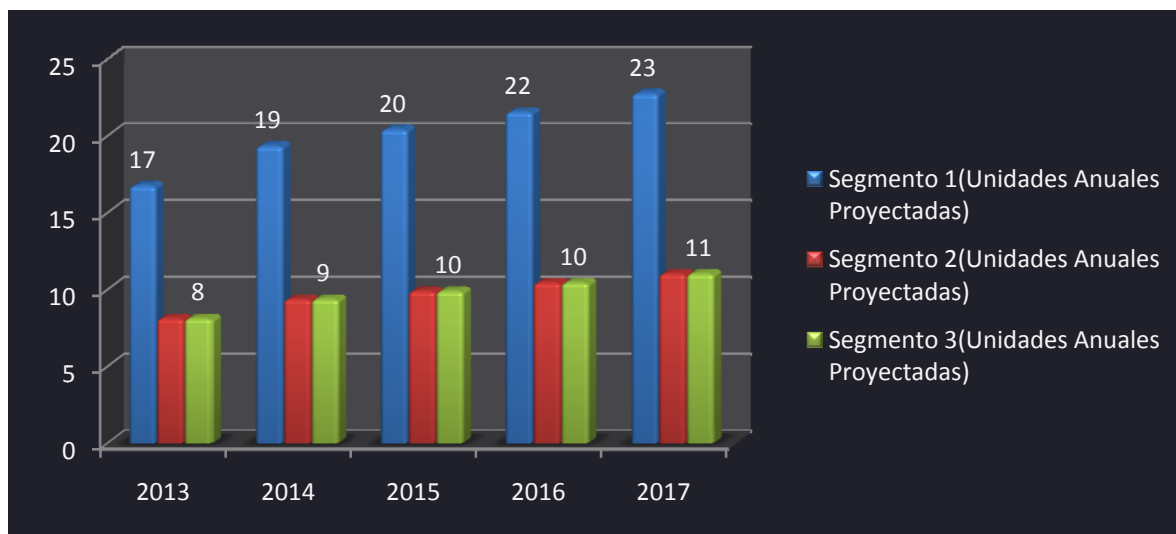


Figura 21: Punto de Equilibrio

9.9 Control de Costos

Se va a realizar un análisis de sensibilidad para tener la idea clara de como reaccionan los flujos ante cambios en las ventas y como se ve afectado en los ingresos de la compañía. Los tres escenarios a tomarse en cuenta son: esperado, optimista y pesimista. Para cada uno se obtendrá los escenarios apalancados y desapalancados.

9.9.1 Escenario Esperado

El escenario apalancado nos refleja un valor de \$14040,79usd al primer año y \$210166,23usd al final del quinto año. Mientras que el escenario desapalancado nos refleja al primer año un valor de \$20204,81usd y al quinto año de \$210936,05usd. **(VER ANEXO 14, 17)**

9.9.2 Escenario Pesimista

En este caso las ventas se disminuirán en un 5%, para conocer la sensibilidad de los flujos.

En el escenario apalancado da un valor de \$12260,04usd al primer año y al final de \$197566,79usd al final del quinto. Mientras que en el escenario desapalancado da un valor de \$17524,06usd al primer año y cierra al quinto con un valor de \$198337,41usd. Ver anexos. **(VER ANEXO 13, 16)**

9.9.3 Escenario Optimista

En este caso las ventas se aumentarán en un 5%, para conocer la sensibilidad de los flujos.

En el escenario apalancado da un valor de \$ 17621,54usd al primer año y al final de \$222765,87usd al final del quinto. Mientras que en el escenario desapalancado da un valor de \$22885,56usd al primer año y cierra al quinto con un valor de \$223536,49usd. **(VER ANEXO 15, 18)**

9.10 Índices Financieros

Los índices financieros permiten conocer diferentes aspectos de la empresa y además para detectar irregularidades (Sánchez, 2006). Estos índices se los realiza con el cálculo del flujo de fondo esperado apalancado.

Los índices a ser analizados son los de rentabilidad.

9.11 Rentabilidad

$$\begin{aligned} \text{Margen de Utilidad} &= \text{Utilidad Neta} / \text{Ventas} \\ &= 2,06\%. \end{aligned}$$

Esto nos indica que por cada dólar que la empresa vende de sus productos, el 2,06% queda para una nueva reinversión o para la operación de la empresa.

9.12 Análisis de Riesgo

A continuación se presenta el análisis de riesgo que tiene el presente plan de negocios:

Tabla 17: Análisis de Riesgo

ANALISIS DE RIESGO	
1er. Año	9,20%
2er. Año	6,70%
3er. Año	5,20%
4er. Año	4,60%
5er. Año	4,20%

El negocio sólo para el primer año se encuentra fuera de lo esperado con una tasa 9,20%, pero al segundo año baja la misma al 6,70%, indicando que este plan es viable y poco riesgoso.

9.13 Tiempo de recuperación

El tiempo de recuperación del capital propio que se invirtió de \$76804,18 es de 2 años.

9.14 Costo de Oportunidad

El costo de oportunidad del plan de negocios propuesto es de 23,56%, el mismo que fue en base al cálculo del flujo de fondos esperado. **(VER ANEXO 19)**

9.15 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto es de \$125094,88usd, este refleja un valor aceptable y tiene viabilidad el proyecto.

Tabla 18: VAN

VALOR ACTUAL NETO (VAN)		
Escenario	VAN Sin apalancamiento	VAN Apalancado
Esperado	\$91.579,96	\$112.479,05
Optimista	\$106.335,27	\$125.094,88
Pesimista	\$121.090,58	\$137.710,71

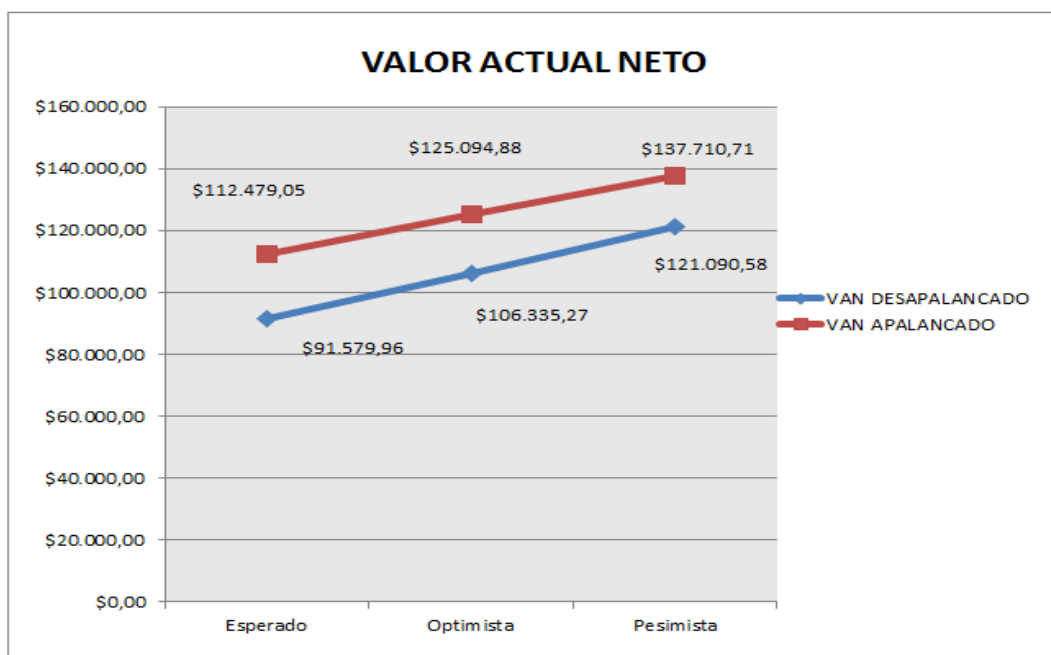


Figura 22: VAN

9.16 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno es de 91,37%, esta tasa indica que se recupera rápidamente la inversión y se puede decir la confirmación de la viabilidad del plan de negocios.

Tabla 19: TIR

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)		
Escenario	TIR Sin apalancamiento	TIR Apalancado
Esperado	43,86%	85,20%
Optimista	47,36%	91,37%
Pesimista	50,77%	97,46%

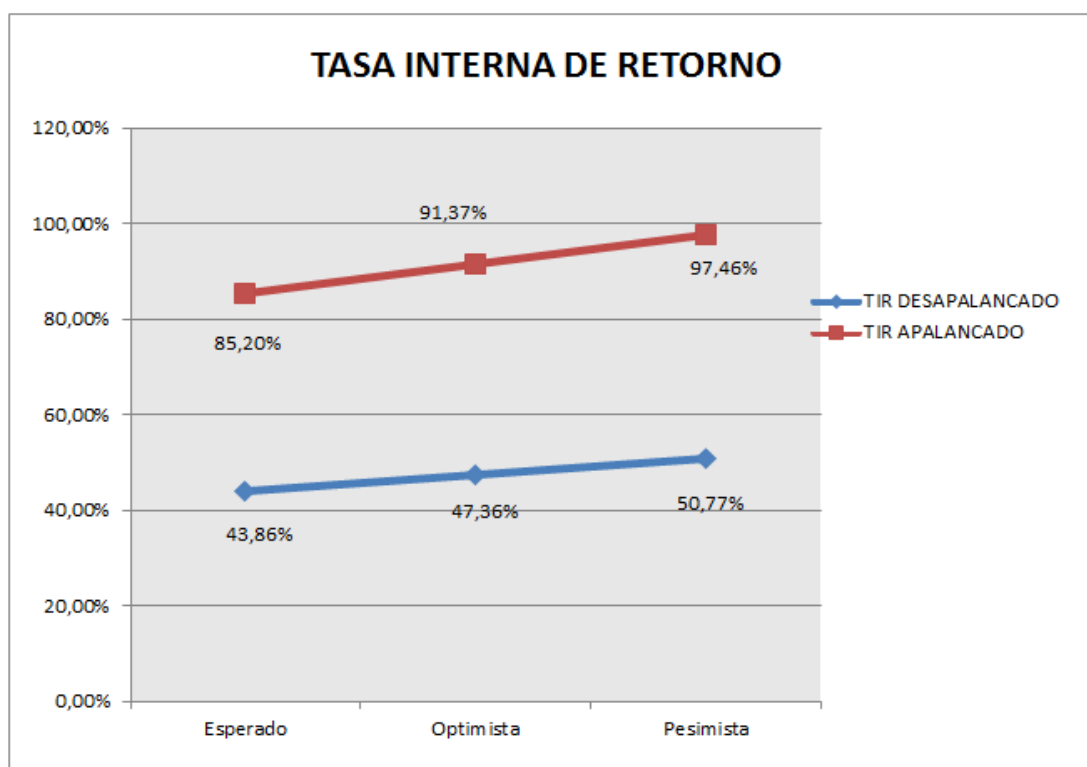


Figura 23: TIR

CAPÍTULO X

10 PROPUESTA DE NEGOCIO

10.1 Financiamiento deseado

La inversión inicial que se necesita para comenzar con las operaciones es de \$112425,36usd. **(VER ANEXO 20)**

10.2 Estructura de Capital y Deuda buscada

La estructura se conforma con el 40% de capital propio y 60% será financiado con una entidad financiera a la tasa de 11,20% a 5 años. El préstamo es primordial para el plan de negocios, ya que los flujos calculados anteriormente fueron con los apalancados. **(VER ANEXO 28)**

Tabla 20: Estructura Deuda y Capital

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN		
Descripción	Valor	% de Participación
Capital Socios	44.970,15	40,00%
Inversiones	112.425,36	
Crédito Necesario	67.455,22	60,00%

10.3 Capitalización

El capital propio para el plan de negocios será de dos socios, el primer inversionista es Iván Hidalgo con un aporte de \$13491,04usd y el segundo inversionista será mi persona con un aporte de \$31479,10usd.**(VER ANEXO 21)**

10.4 Uso de Fondos

El dinero total de la inversión inicial será destinado para todas las operaciones necesarias para poder operar la compañía.

10.5 Retorno para el Inversionista

Analizando el flujo del inversionista, podemos ver que la tasa de descuento que se utilizó es de 10,50%. El mismo que recupera la inversión en 2 años, demostrando que el flujo de caja disponible se lo puede reutilizar para futuras inversiones. **(Ver Anexo 22)**

CAPÍTULO XI

11 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- La investigación de mercados nos muestra claramente que existe el 95% de los encuestados que les gustaría tener todas las comodidades tecnológicas y de seguridades inteligentes ya sea en su casa, oficina o departamento.
- La estrategia de penetración de mercado va de la mano con el plan de marketing, es por eso que se puede obtener resultados positivos y eficientes en cuanto a la marca y nivel de aceptación del producto.
- Las instalaciones de la empresa es suficiente para cubrir todas las necesidades de los clientes, ya que con el show room se les puede demostrar la función que tiene cada equipo en cada lugar de la casa, oficina o departamento.
- Las operaciones e instalaciones son eficientes y a tiempo, ya que el personal está capacitado y se utiliza las herramientas necesarias para la adecuación de los equipos, así como los tiempos de entrega y el servicio post-venta.
- La inversión de los socios se puede recuperar hasta en 2 años.
- Muchos de los riesgos y problemas que se pueden suscitar en el presente plan, es por trámites y permisos que son necesarios para el funcionamiento de la compañía.
- La estructura organizacional es eficiente, ya que no se necesita de mucho personal para cubrir todas las necesidades de la compañía.
- En la ciudad de Quito, a los consumidores les atrae tener comodidades tecnológicas que les hagan sentir tranquilos en el lugar que se encuentren.

11.1 Recomendaciones

- Mantener siempre un análisis del mercado, para conocer si la competencia comienza a ofrecer los mismos productos.
- Siempre realizar un servicio post-venta a clientes, para que de esa manera se sientan a gustos con sus compras y podamos generar recomendaciones para un posible comprador en el futuro.
- Mantenerse siempre actualizados en productos tecnológicos para la sistematización de bienes inmuebles.
- Mantenerse al día en cursos y capacitaciones, sobre nuevas tendencias de instalación y uso de tecnología.
- Buscar alianzas y contratos con empresas del medio, para que de esta manera gane más prestigio la marca.

REFERENCIAS

- (Banco Central del Ecuador, Estadísticas Macroeconómicas, publicado Octubre de 2011).
- Banco Central del Ecuador, Dirección de Estadística Económica (2012). Reporte Mensual de Inflación – Enero. Recuperado el 20 de febrero de 2012 de www.bce.fin.ec
- (Banco Central del Ecuador, Preguntas Frecuentes)
- (Crece Negocios, Cadena de Valor, Marzo 2010).
www.sri.gov.ec
- (Cosas, 2011).
- (Corporación Centro de Estudios y Análisis, Síntesis Macroeconómica Septiembre 2011, #45).
- (Diario El Universo, Sector de la construcción tuvo el mayor repunte económico de los últimos 9 años, publicado 06/07/2011).
- (Diario El Comercio, La inflación anual está en 5,5% y supera la meta oficial, publicado 10/11/2011).
- (Diario El Telégrafo, Ecuador reduce índice de pobreza, publicado 02/08/2011).
- (Diario El Universo, PIB registra crecimiento de 8,9% interanual en 2do
- David, F. (2008). Conceptos de administración estratégica.(Decimoprimer edición). México: Pearson Educación.

- Fondo Monetario Internacional (2011). Perspectivas económicas, Las Américas, Vientos cambiantes, nuevos desafíos de política. Recuperado el 16 de Febrero de 2012 de <http://www.imf.org/external/spanish/pubs/ft/reo/2011/whd/wreo1011s.pdf>
- (Fundamentos de Marketing, 13a. Edición, de Stanton, Etzel y Walker, Mc Graw Hill, 2004, Pág. 212.)
- (Gestiopolis, Qué es el desempleo y cuáles son sus principales características), publicado Agosto de 2002).
- Galindo, Edwin. (2006). Estadística, métodos y aplicaciones. (Segunda edición). Quito: Prociencias Editores.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (2012). Si emprende. Recuperado el 1 marzo de 2012 de <http://www.ecuadorencifras.com/siemprende/PreCenec.html>
- (José Contreras, 2006).
- Kotler, P., Amstrong, G., Cámara, D. y Cruz, I. (2004). Marketing. (Decima edición). Prentice Hall.
- Kotler, P. y Amstrong, G. (2008). Fundamentos de Marketing. (Octavaedición). México: Pearson Educación.
- Malhotra, N. (2008). Investigación de mercado. (Quinta edición). México: Pearson Educación.
- (Revista Criterios, p. 50-51, publicado Octubre de 2011)

- Ross, S., Westerfield, R., Jaffe, J. (2009). Finanzas Corporativas (Octava edición). México: McGraw-Hill Educación.
- Robbins, S. (1999). Comportamiento Organizacional. Prentice Hall
- Sánchez, I. (2006). Finanzas para ejecutivos no financieros. Valencia-España.
- Trimestre de 2011, publicado 29/09/2011).
- (www.buenastareas.com, Tecnología en el Ecuador, 2011)
- www.inec.gob.ec
- www.camaraconstruccion.ec
- www.mercadolibre.com.ec (Suminstros, etc)
- www.patiotuerca.com.ec

ANEXOS

ANEXO 1

Encuesta

Buenos días/tardes

Mi nombre es Francisco Hidalgo de la Universidad de las Américas (UDLA). Quisiera conocer su opinión al respecto contestando la siguiente encuesta. La información otorgada será solo para uso con fines académicos.

La encuesta dura aproximadamente 5 minutos. Marque con una X.

Gracias.

No. Encuesta: _____	E-mail: _____
Edad: _____	Género: Masculino _____
	Femenino _____
Sector: Norte _____	
Sur _____	
Centro _____	
Valles _____	

1. Conoce o ha escuchado alguna vez lo que es una “oficina o casa inteligente”?

Sí conozco____ No conozco____

Si su respuesta es no. (definición)

Una casa u oficina inteligente es donde la tecnología es aplicada convenientemente para lograr un mayor confort, ahorro de energía y seguridad. Se encarga del comando de todas las tareas cotidianas desde las luces, hasta el sistema de riego mediante un sistema informático controlado desde un celular inteligente.

2. ¿Le gustaría tener todas las comodidades posibles en su oficina con ambientes controlados, automatizados e inteligentes?

SI____ NO____

¿Por qué?: _____

- 3. Si usted implementara una oficina inteligente, ¿qué le parece más importante? (puede elegir más de una opción).**

Ahorro Energético _____
 Seguridad _____
 Control _____
 Relajación _____
 Otros(Especifique) _____

- 4. Enumere del 1 al 5 que le gustaría controlar desde un lugar remoto su oficina inteligente, siendo 1 lo más importante y 5 lo menos importante.**

___ Iluminación Interior / Exterior
 ___ Alerta de movimiento
 ___ Cortinas / Persianas automáticas
 ___ Control de puertas de ingreso
 ___ Detección de fuga de gas / incendio / inundación

- 5. Enumere del 1 al 5, siendo 1 lo más importante que necesita una oficina y 5 lo menos importante.**

___ Comodidad
 ___ Ambiente interior
 ___ Estructura
 ___ Adaptación
 ___ Entorno exterior

- 6. Con respecto al sistema en general de una oficina inteligente. Usted piensa:**

___ Los módulos y sensores implementados son los más importantes. (Hardware)
 ___ El software móvil que controla los módulos es lo más importante.
 ___ Ambos tienen la misma importancia

- 7. Le gustaría informarse sobre la adecuación de una oficina inteligente mediante:**

Internet
 Televisión
 Redes Sociales

Radio	_____
Revistas	_____
Periódicos	_____
Fuerza de Ventas	_____
Otros(Especifique)	_____

8. ¿Qué cree hace más atractivo la venta de una oficina inteligente? (Puede seleccionar varios).

___ Sencillez de uso
 ___ Precio
 ___ Funciones que puede realizar
 ___ Grado de confort
 ___ Control desde un sitio remoto
 ___ Innovación tecnológica

9. ¿Cómo le gustaría pagar por los servicios de automatización de su oficina inteligente?

T. Crédito _____
 Cheque _____
 Débito Bancario _____
 Efectivo _____

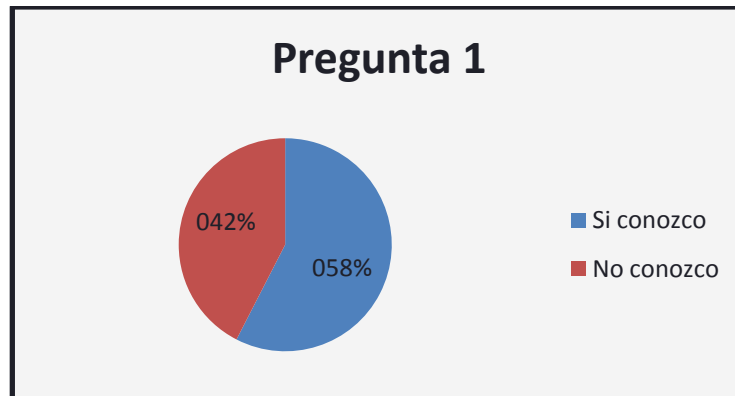
10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por incorporar equipos de automatización para volver a su oficina inteligente?

\$0 a \$2000 _____
 \$2001 a \$4000 _____
 \$4001 a \$5000 _____
 \$5001 a \$6000 _____
 \$6001 o mas _____

ANEXO 2

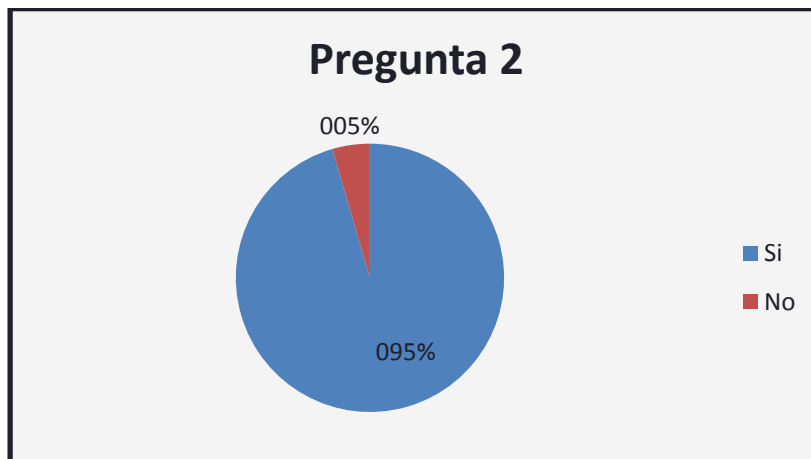
Tabulación de encuestas:

1. ¿Conoce o ha escuchado alguna vez lo que es una "oficina o casa inteligente"?



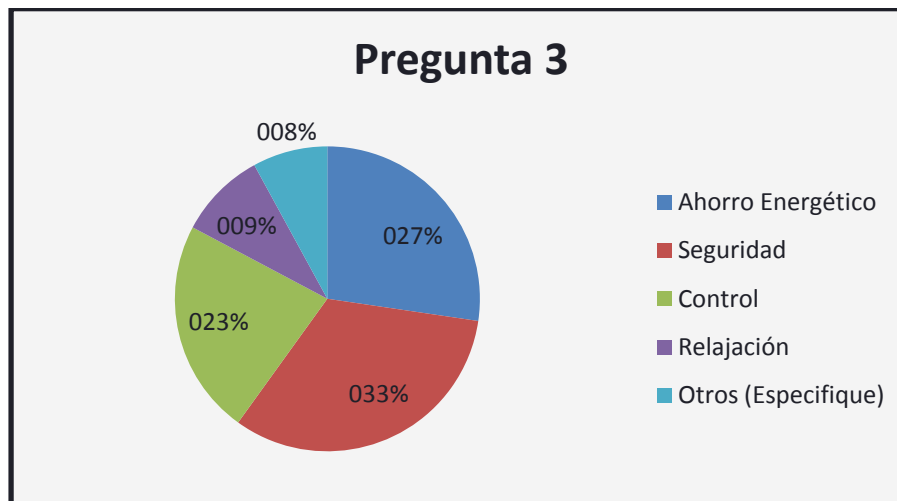
El 57% de las empresas conocen de qué se trata implementar una oficina o casa inteligente y son del sector centro y norte, más o menos nos da una idea de que este negocio es viable y tiene mucho potencial para explotar en el mercado, de ese porcentaje, el 70% de encuestados son hombres que por estar más al tanto de innovación tecnológica conocen más del tema, y a los cuales les interesa más implementar sistemas automatizados, las mujeres que representan el 30% restante conocen poco del tema ya que no tienen mucho conocimiento sobre nuevas tecnologías que pueden mejorar su estilo de vida. El 42% de los encuestados entre hombres y mujeres, no conocen mucho sobre este tema y también es un punto bueno ya que al exponerles la idea se pueden interesar por los productos que se puede ofrecer, y es buen potencial de mercado en el que se puede dirigir.

2. ¿Le gustaría tener todas las comodidades posibles en su oficina con ambientes controlados, automatizados e inteligentes?



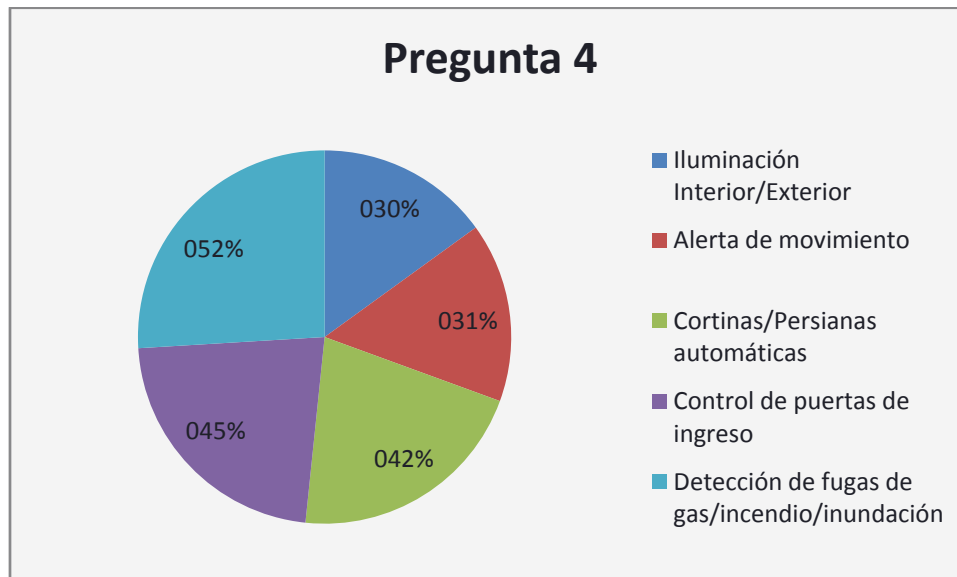
A los encuestados les gustaría tener todas las comodidades posibles, ya que un ambiente laboral bueno, mejora la productividad de trabajo, y se puede concluir que al 95% de encuestados que les gusta esta idea de implementación entre hombres y mujeres se sentirían más cómodos y satisfechos si el lugar en donde trabajan se pueden adaptar a las personas y no ello(a)s al mismo. La diferencia es que a las mujeres les gusta más por la estética que se puede crear en ese lugar, en cambio a los hombres es más atractivo en si la tecnología y poder descubrir todas las funciones que se puede realizar.

3. Si usted implementara una oficina inteligente, ¿ qué le parece más importante? (Puede elegir más de una opción)



Analizando los resultados expuestos, se puede concluir que a las mujeres cubriendo el 36%, les interesa más la estética del producto como es la relajación, crear ambientes cálidos de audio y video, el confort, el ahorro energético; en cambio a los hombres que cubren el 55%, su mayor interés está en la parte técnica como la automatización de procesos y verificar la seguridad que puede generar el sistema.

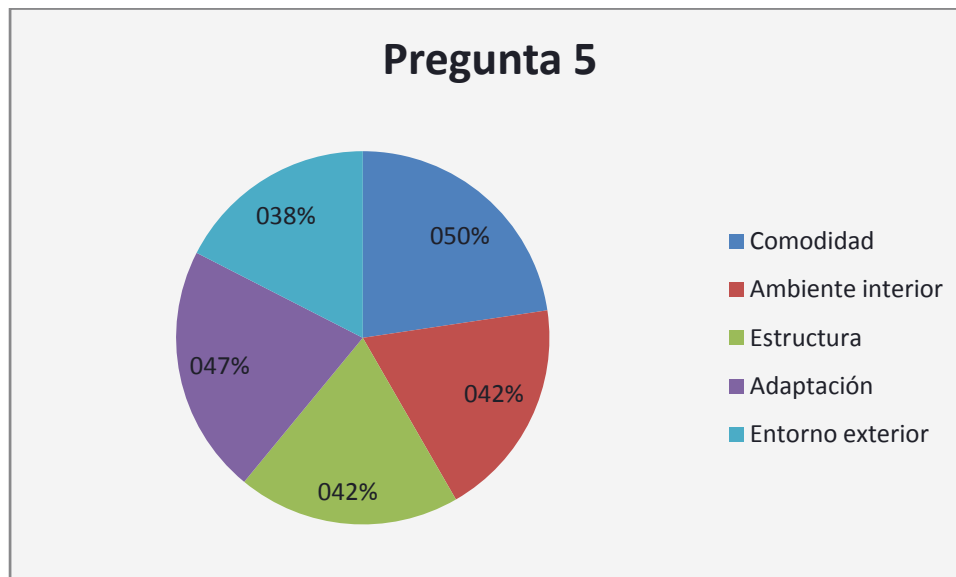
4. Enumere del 1 al 5, qué le gustaría controlar desde un lugar remoto su oficina inteligente, siendo 1 lo más importante y 5 lo menos importante.



pendiente

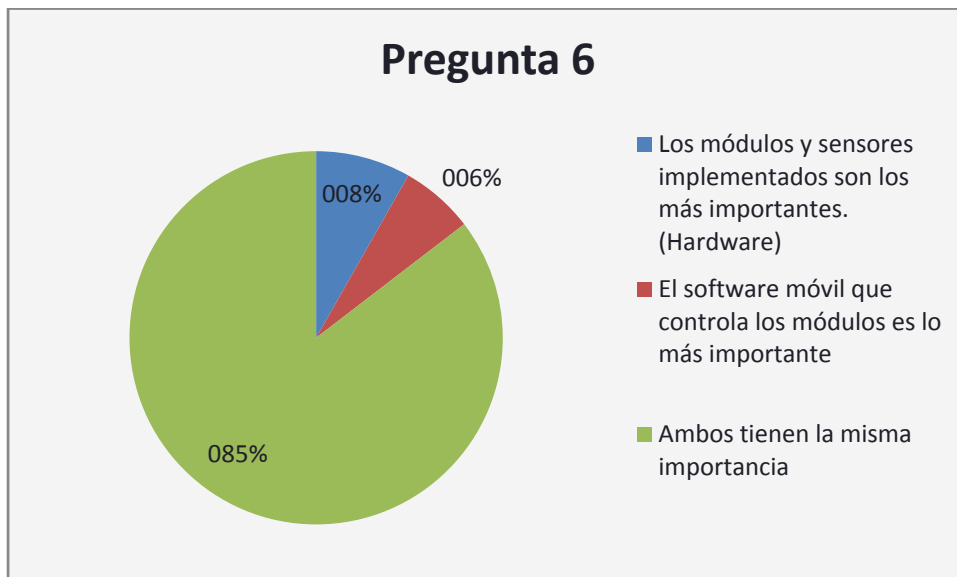
Podemos concluir que tanto a hombres como a mujeres de diferentes edades, les gustaría poder controlar todas estas actividades desde algún punto y conocer el estado de lugar de trabajo y que cumpla con todas las demandas exigidas por el cliente.

5. Enumere del 1 al 5, siendo 1 lo más importante que necesita una oficina y 5 lo menos importante.



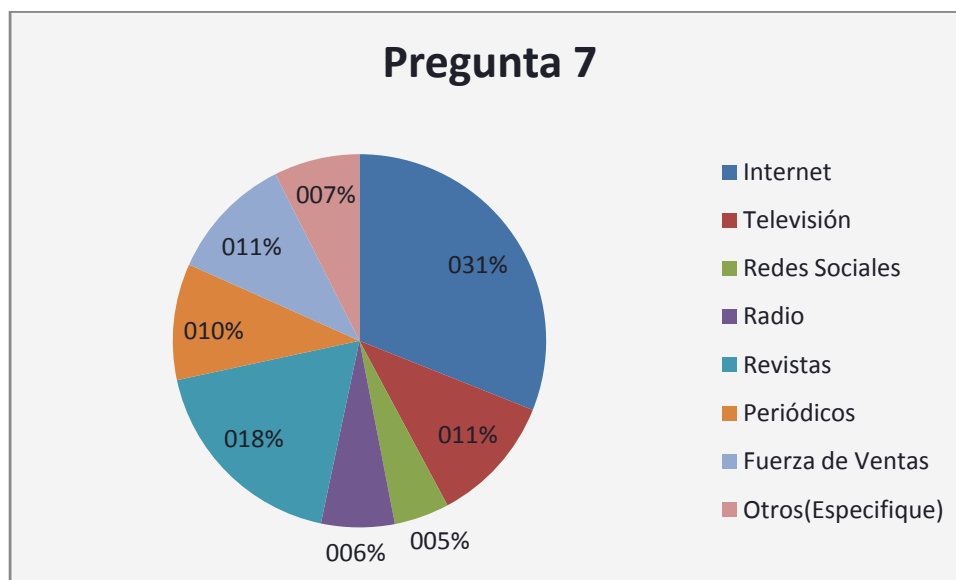
Casi todo el universo de encuestados concuerdan que lo más importante para ellos es tener comodidad dentro de su lugar de trabajo, y esto se logra adaptando el mismo a ellos, para las mujeres lo más importante es el ambiente interior y su adaptación, esto quiere decir que ellas están más interesadas en crear un ambiente de trabajo idóneo en el cual se sientan cómodas y a gusto, en cambio para las hombres lo más importante es de igual manera la adaptación, pero centran su atención más en la calidad y estructura en cuanto al cumplimiento de todos los procesos que se puede generar a través de este sistema.

6. Con respecto al sistema en general de una oficina inteligente, usted piensa:



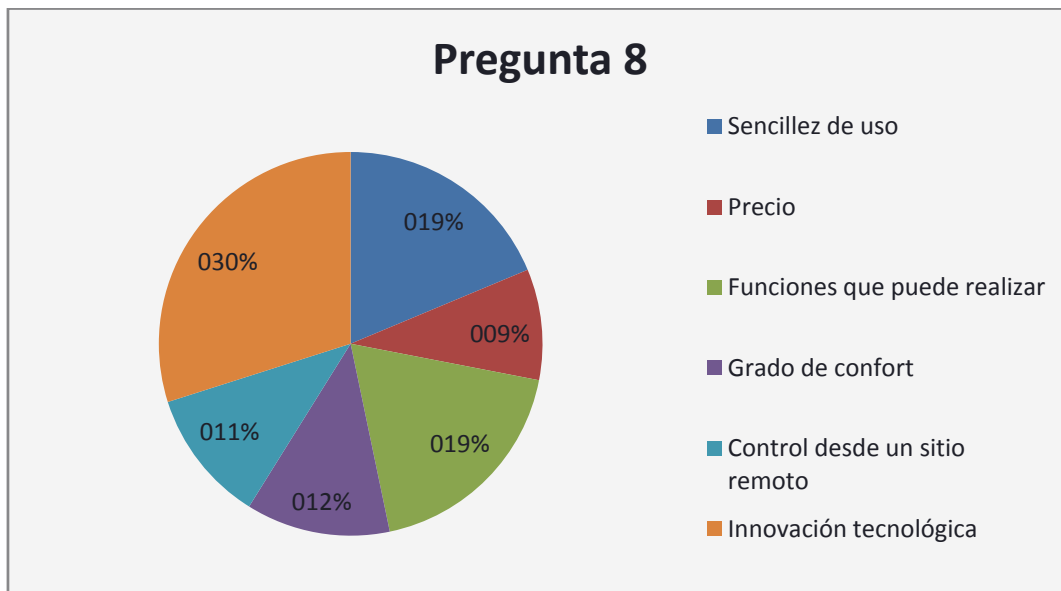
Tanto para hombres y mujeres de las empresas con un 85%, concuerdan en que lo más importante del sistema es que funcione como uno solo, y entre el software y hardware se complementan porque el uno da órdenes y el otro pone en marcha las mismas.

7. Le gustaría informarse sobre la adecuación de una oficina inteligente mediante:



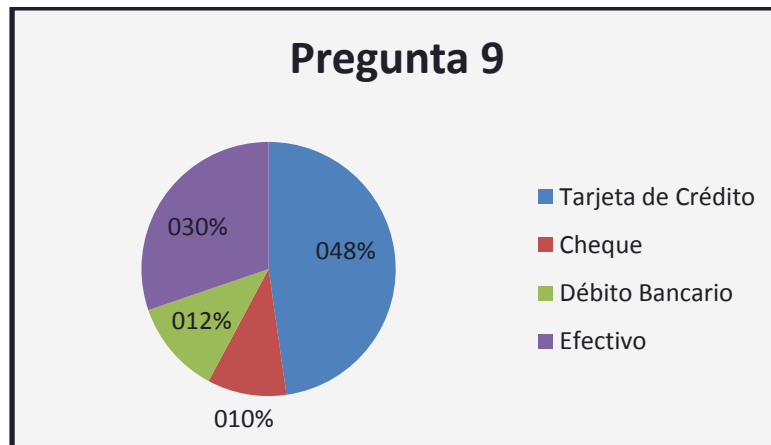
A los encuestados les gustaría saber más acerca de estos productos mediante el internet creando comerciales en los cuales se demuestre el potencial y la calidad del sistema, además mediante revistas y periódicos en donde puedan ellos verificar opiniones de la gente que experimenta esos sistemas y opiniones de expertos en el tema. Además la fuerza de ventas es importante porque es donde se puede realizar las demostraciones en tiempo real y donde se puede generar las ventas de manera directa con el cliente final.

**8. ¿Qué cree hace más atractivo la venta de una oficina inteligente?
(Puede seleccionar varios)**



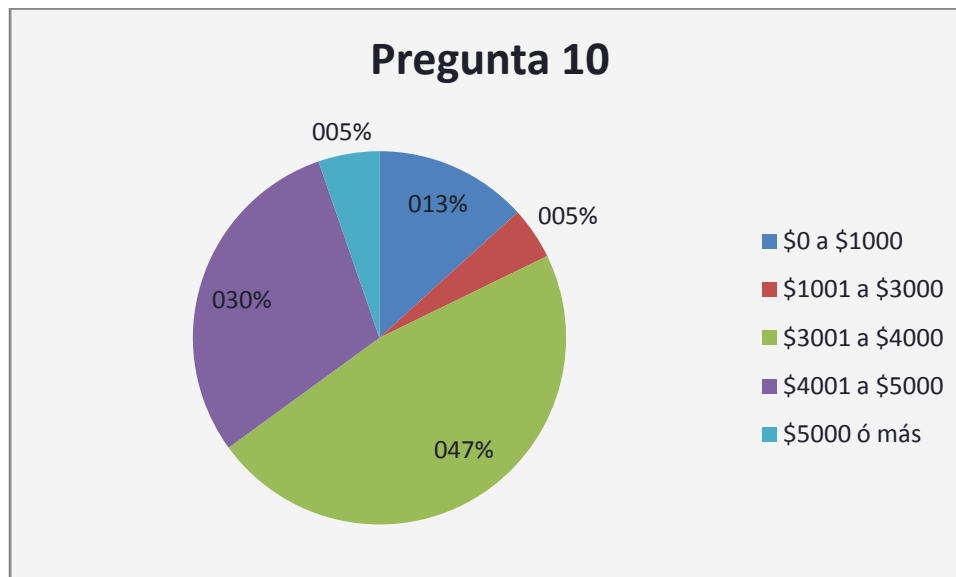
Los encuestados concuerdan que lo más atractivo de este sistema, es la innovación tecnológica porque se presentan productos interesantes y no obsoletos que no generen ninguna ganancia; y esto se demuestra con los resultados que obtiene. Casi al 32 % de mujeres, la venta se hace atractiva si el sistema es fácil de usar y el grado de confort que se puede generar es excelente y satisfactorio; en cambio para el 49% de hombres, la venta se hace atractiva dependiendo de todas las funciones que pueda realizar el sistema y el impacto de la innovación que genera en las personas.

9. ¿Cómo le gustaría pagar por los servicios de automatización de su oficina inteligente?



Los encuestados prefieren pagar en su mayoría por medios como la tarjeta de crédito que se ha hecho tan popular en este país y esto es más en el sector centro y norte cubriendo casi el 48%% de los encuestados, pero también hay gente que prefiere pagar en efectivo y esto se da más en parte centro y sur de la ciudad donde la gente prefiere pagar en efectivo ese rato y no endeudarse a largo plazo.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por incorporar equipos de automatización para volver a su oficina inteligente?



Los encuestados en su mayoría prefieren pagar entre los 3000usd a 5000usd por una tecnología que les generará muchos resultados y más satisfacción, además se puede concluir que el poder adquisitivo que existe en las empresas medianas y grandes es alto al igual que el de las personas así sean hombres o mujeres. La innovación tecnológica que genera un alta grado de confort y satisfacción no tiene precio.

ANEXO 3

Entrevistados:

1) Ing. Javier Hidalgo

Perfil: Vicepresidente de Tecnología del Banco Promerica, experiencia en tecnologías en edificios y seguridad tanto física como electrónica.

Pregunta 1: **¿Identifica usted si en el mercado ecuatoriano existe una empresa que se dedique a la automatización de oficinas o casas inteligentes?**

Conclusión: se debe utilizar una estrategia de introducción al mercado, para poder llegar a la mente del consumidor, además de que si existen empresas competidoras que están comenzando a ofrecer ciertos tipos de productos para la personalización de oficinas o casas inteligentes.

Pregunta 2: **¿Cuáles son las pautas básicas y necesarias para el montaje de una oficina inteligente?**

La pauta básica principal es que el sistema entre todos los elementos utilizados, estén correctamente instalados y probados, para que el cliente no tenga dificultad en su uso o algo no esta instalado según los procedimientos establecidos.

Conclusión:

Pregunta 3: **¿Conoce usted alguna oficina o casa inteligente implementada en Ecuador?**

Conclusión:

Existen escasas oficinas o casas inteligentes, que se aplica en el Ecuador. Además las funciones que tienen, o son básicas o son esenciales para el hogar o las oficinas.

Pregunta 4: **¿Que productos similares conoce, que satisfagan las mismas necesidades que los productos se piensa ofrecer?**

Conclusión:

Los productos más conocidos son los sensores de seguridad y de fuga de agua, gas.

Estos productos se han vuelto esenciales dentro del hogar u oficina, porque ayudan a optimizar ciertas actividades que uno puede estar realizando.

Pregunta 5: ¿Que medios de comunicación se recomienda utilizar para poder dar a conocer sobre la implementación de un oficina inteligente?

Conclusión:

La mejor manera de comunicación es realizando demos, para que el futuro cliente puede tener una idea más clara de cómo funciona el sistema en conjunto y no por separado, y los beneficios que este trae.

2) Arq. Daniel Sánchez

Perfil: 10 Años de experiencia en el diseño y construcción de edificios con altísimos acabados y la mejor tecnología del mercado.

Preguntas a expertos:

Pregunta 1: ¿Cómo se puede definir el perfil del consumidor para el producto que se desea ofrecer?

1. ¿Identifica usted si en el mercado ecuatoriano existe una empresa que se dedique a la automatización de oficinas o casas inteligentes?

Existen muy pocos establecimientos comerciales , los cuales ofrecen productos similares pero en si, todo un sistema complejo todavía no se a llegado a conocer por acá, es una idea innovadora que va a ser muy rentable por sus características únicas y la gente va a adquirir al precio que sea por tener confort al máximo ya sea en hogar o en oficinas.

2. ¿Cuáles son las pautas básicas y necesarias para el montaje de una oficina inteligente?

Antes que nade se debe conocer el lugar y la factibilidad de instalación de los equipos, para poder realizar lo más eficiente y eficaz para que los equipos funcionen de la mejor manera, algunas pautas recomendadas son:

- Conocer la infraestructura del lugar de instalación.
- Realizar un plano, para conocer técnicamente el lugar exacto donde va a ser instalados los componentes del sistema.
- Realizar pruebas previas para que los productos instalados estén funcionando correctamente.

3. ¿Conoce usted alguna oficina o casa inteligente implementada en Ecuador?

Conozco muchos lugares con algunas pautas inteligentes, como es el sistema de iluminación automático, la seguridad y la detección de alguna emergencia, pero en si controlados por un software en donde pueden ser programados al gusto de cada uno, es algo que interesa a muchos.

4. ¿Que productos similares conoce, que satisfagan las mismas necesidades que los productos que se piensan ofrecer?

Productos que se parezcan a lo pensado en ofrecer casi no hay, pero hay ciertas cosas con que la gente se conforma y no va más allá. Es difícil conocer en el mercado ecuatoriano sobre este tipo de tecnologías.

5. ¿Como se debe buscar y elegir la empresa proveedora que disponga de este tipo de productos?

Antes que nada se debe pedir cotizaciones, con precios y descripciones; además de muestras de los productos para comprobar su funcionamiento y conocer las actividades que puede realizar.

6. ¿Que medios de comunicación se recomienda utilizar para poder dar a conocer sobre la implementación de un oficina inteligente?

Es muy recomendable introducirse más que todo en revistas especializadas de construcción o decoraciones de oficinas u hogares, además darse a conocer lo que más se puede en todos los medios de comunicación que se pueda disponer en ese momento.

7. ¿Que recomendaciones se puede facilitar para que el montaje de una oficina inteligente sea el óptimo?

Recomiendo lo siguiente:

- Llevar todas las herramientas necesarias y proceder mediante un manual de procedimiento establecido en donde se cumplan todas las seguridades y reglas necesarias para la instalación de los equipos.
- Verificar antes, la funcionalidad del producto y comprobar su estado.
- Conocer y analizar los posibles lugares de instalación, mientras más fácil sea el lugar elegido, más rápido se puede operar e instalar los productos.

ANEXO 4



ANEXO 5



ANEXO 6

Para obtener el permiso de Funcionamiento, el procedimiento es el siguiente:

“Las Licencias Metropolitanas son herramientas de gestión administrativa, por las que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, en tutela de los bienes jurídicos respecto de los que ejerce competencia, autoriza actuaciones de los administrados.

Según la Ordenanza Metropolitana No 283 año 2009: “LA ORDENANZA METROPOLITANA PARA EL OTORGAMIENTO DE LA LICENCIA METROPOLITANA DE FUNCIONAMIENTO PARA LOS ESTABLECIMIENTOS QUE OPEREN DENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”.

En la sección 2, Artículo 4 nos indica: Art. ...(4).- La Licencia Metropolitana de Funcionamiento es el documento que habilita a las personas naturales y jurídicas para el ejercicio de las actividades económicas en el Distrito Metropolitano de Quito, autorizando el funcionamiento de sus establecimientos, en razón de que se ha cumplido con los requisitos exigidos de acuerdo a su categoría, y las inspecciones y controles realizados por el Cuerpo de Bomberos, Dirección Metropolitana de Salud, Publicidad Exterior y Dirección Metropolitana Ambiental.

Los requisitos son:

- Llenar el formulario.

Para personas naturales:

- Copia de la cedula de identidad y papeleta de votación.

Para personas jurídicas:

- Copia de la cedula de identidad y papeleta de votación del representante legal de la empresa.

- Copia del nombramiento del representante legal.

- Copia del último pago del impuesto de patente.

- Copia de RUC.

- ICUS (Informe de Compatibilidad de Uso de Suelos)

- Categoría 1 (bajo impacto).

- Categoría 2 (mediano impacto).

- Categoría 3 (alto impacto industrias)". (Ordenanza Metropolitana No 283 año 2009)

El registro de la marca se realiza de acuerdo al detalle de propiedad intelectual en el punto 5.5.

Procedimiento de Inscripción de la Compañía Limitada

a) Aprobación del Nombre de la Compañía

Trámite: Presentar alternativas de nombres para aprobación en la Superintendencia de Compañías.

Requisitos: Copia de la Cedula.

159

b) Apertura de Cuenta de Integración de Capital

Trámite: Abrir una cuenta de integración de capital de la nueva compañía en un banco donde se encuentre domiciliada la empresa.

Requisitos: Copia de cédula y papeleta de votación de socios o accionistas, Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías, Solicitud para la apertura de la cuenta de Integración de Capital donde se indique la distribución del Capital, El valor del depósito.

c) Celebrar la Escritura Pública

Trámite: Presentar en Notaria la minuta.

Requisitos: Copia de cédula y papeleta de votación de socios o accionistas, Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías, Certificado de apertura de cuenta de Integración de Capital, Minuta para constituir la Compañía, Pago derechos Notaría.

d) Solicitar la aprobación de las Escrituras de Constitución

Trámite: Aprobación en la Superintendencia de Compañías.

Requisitos: Tres copias certificadas de las Escrituras de constitución, Copia de la cédula del Abogado que suscribe la solicitud, Solicitud de aprobación de las Escrituras de constitución de la Compañía.

e) Obtener la resolución de aprobación de las Escrituras

Trámite: La Superintendencia entrega las escrituras aprobadas con su

respectivo extracto y tres resoluciones de aprobación.

Requisitos: Recibo entregado por la Superintendencia de Compañías al momento de presentar la solicitud.

f) Cumplir con las disposiciones de la Resolución

Trámite: Publicación del extracto en un periódico de domicilio de la Compañía.

Entregar las resoluciones de aprobación en la notaria para su marginación.

160

Obtener patente municipal y certificado de inscripción en la Dirección Financiera.

Requisitos: Para patente y el certificado de existencia legal se deberá adjuntar:

Copia de las Escrituras de constitución y de la resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías, Formulario para obtener la patente, Copia de la cédula de ciudadanía de representante legal.

g) Elaborar nombramientos de la directiva de la Compañía

Trámite: Elaborar los nombramientos de la directiva.

h) Inscribir nombramientos en el Registro Mercantil

Trámite: Inscribir nombramientos

Requisitos: Tres copias de cada Nombramiento, Copia de las Escrituras de Constitución, Copias de cédula y papeleta de votación.

i) Reingresar los Documentos a la Superintendencia de Compañías

Trámite: Reingreso de documentos para obtención de hojas de datos de la Compañía.

Requisitos: Formulario RUC 01A, Formulario RUC 01B, Nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil, Copia de cédula y papeleta de votación de Gerente y Presidente, Tercera copia certificada de la Escritura de Constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil, Una copia de la panilla de luz o agua del lugar donde tendrá su domicilio la Compañía, Publicación del extracto.

j) Obtener el RUC

Trámite: Reingresadas las Escrituras se entregarán las hojas de datos de la Compañía que permitirán obtener el RUC.

Requisitos: Formulario 01A con sello de recepción de la Superintendencia de

Compañías, Formulario 01B con sello de recepción de la Superintendencia de
161

Compañías, Original y copia de los nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil, Original y copia de la Escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil, Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante Legal, Una copia de la planilla de luz, agua, teléfono, pago del impuesto predial del lugar donde estará domiciliada la Compañía a nombre de la misma o, contrato de arrendamiento. Cualquiera de estos documentos a nombre de la Compañía o del Representante Legal, Si no es posible la entrega de estos documentos, una carta por el propietario del lugar donde ejercerá su actividad la Compañía, indicando que les cede el uso gratuito, Original y copia de las 4 hojas de datos que entrega la Superintendencia de Compañías, Si el trámite lo realiza un tercero deberá adjuntar una carta firmada por el Representante Legal autorizando.

k) Retirar la cuenta de Integración de Capital

Trámite: Una vez que se obtenga el RUC de la Compañía, éste debe ser presentado a la Superintendencia de Compañías para que se emita la autorización de retirar el valor depositado para la apertura de la cuenta de Integración de Capital.

Requisitos: Carta de la Superintendencia de Compañías solicitando al banco se devuelva los fondos depositados para la apertura de la cuenta de Integración de Capital, Copia de cédula del Representante Legal y de los accionistas de la Compañía, Solicitud de retiro de los depósitos de la cuenta de Integración de Capital, indicar en dicha solicitud si el dinero lo puede retirar un tercero.

l) Apertura de una Cuenta Bancaria a nombre de la Compañía

Trámite: La Compañía puede abrir una cuenta corriente o de ahorros.

Requisitos: Solicitud de apertura de cuenta, Copia de cédula y papeleta de votación de las personas que manejaran la cuenta, Copia de un planilla de servicios básicos donde conste la dirección de residencia quienes van a
162 manejar la cuenta, Un depósito con un monto mínimo dependiendo de la institución bancaria.

m) Obtener permiso para imprimir Facturas

Trámite: Para que la Compañía pueda emitir facturas, el SRI deberá comprobar la dirección de la Compañía.

Requisitos: Solicitud de inspección (formulario que entregan en el SRI), Permiso de Bomberos, En caso de realizar operaciones de Comercio Exterior, la autorización de la CAE, Certificados, contratos o facturas de proveedores de la Compañía, Certificado de cuenta bancaria a nombre de la Compañía, Registro patronal en el IESS, Patente Municipal, Facturas que sustenten la propiedad mobiliaria, Contrato de compraventa que sustente la propiedad inmobiliaria, Panilla de luz, agua, teléfono o carta del pago del impuesto predial a nombre de la Compañía y/o el contrato de arrendamiento, o la carta de autorización de uso gratuito de oficina con reconocimiento de firma”. (Otavalo Empresarial, sf)

El permiso de Construcción se lo solicita al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, y son necesarios los siguientes requisitos:

- “Llenar el Formulario de permiso de construcción con todos los datos indicados
- Informe de aprobación de planos arquitectónicos (original y copia certificados).
- Un juego de planos arquitectónicos aprobados (original o copia certificados).
- Dos juegos de planos estructurales con el registro de firmas de profesionales.
- Dos juegos de planos de instalaciones eléctricas e hidrosanitarias con el registro de firmas de profesionales.
- Comprobante de depósito de fondo de garantía
- Comprobante de pago por construcción a los colegios profesionales.
- Comprobante de pago por aprobación de planos
- Comprobante de pago del impuesto predial correspondiente al presente año.
- Comprobante de pago a la EMAAP por contribución e instalación de servicios.
- Hoja estadística de construcción.
- Copias del carnet del registro municipal y registro profesional.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeles de votación actualizado o certificado de exención del propietario”. (Distrito Metropolitano de Quito)

ANEXO 7

MATRIZ EFI			
Fortalezas	Peso	Calificación	Valor ponderado
<input type="checkbox"/> Experiencia y conocimiento en casas o edificios inteligentes.	0,40	4	1,60
Subtotal			1,60
Debilidades	Peso	Calificación	Valor ponderado
<input type="checkbox"/> Personal no calificado para operaciones.	0,12	2	0,24
<input type="checkbox"/> Fuerte inversión inicial.	0,20	1	0,20
<input type="checkbox"/> Débil imagen en el mercado.	0,18	1	0,18
<input type="checkbox"/> Red de distribución débil.	0,10	2	0,20
Subtotal			0,82
Total	1		2,42

ANEXO 8

MATRIZ EFE			
Oportunidades	Peso	Calificación	Valor ponderado
<input type="checkbox"/> Crecimiento en el sector de la construcción.	0,23	4	0,92
<input type="checkbox"/> Generación de empleo.	0,08	2	0,16
<input type="checkbox"/> Expansión de mercado.	0,13	3	0,39
<input type="checkbox"/> Ampliación de la cartera de productos.	0,04	2	0,08
Subtotal			1,55
Amenazas	Peso	Calificación	Valor ponderado
<input type="checkbox"/> Introducción de nueva competencia en el mercado.	0,19	3	0,57
<input type="checkbox"/> Incremento en las ventas de productos sustitutos.	0,09	4	0,36
<input type="checkbox"/> Cambio en las necesidades y gustos de los consumidores.	0,11	2	0,22
<input type="checkbox"/> Incremento de barreras y requisitos reglamentarios.	0,06	1	0,06
<input type="checkbox"/> Creciente poder de negociación de clientes y proveedores.	0,07	2	0,14
Subtotal			1,35
Total	1		2,9

ANEXO 11

INVERSIÓN EN MERCADEO (PRIMER AÑO)												
Descripción	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
PRECIO (DESCUENTOS)	\$0,00	\$459,00	\$765,00	\$918,00	\$1.224,00	\$1.377,00	\$1.377,00	\$1.530,00	\$1.683,00	\$1.836,00	\$1.989,00	\$2.142,00
COMUNICACIÓN	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00
Publicidad	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00
Relaciones públicas	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$450,00
Marketing Directo	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00
Promociones	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00
	\$1.250,00	\$1.709,00	\$2.015,00	\$2.168,00	\$2.474,00	\$2.627,00	\$2.627,00	\$2.780,00	\$2.933,00	\$3.086,00	\$3.239,00	\$3.392,00

INVERSIÓN EN MERCADEO (ANUAL)					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precios (descuentos)	\$15.300,00	\$19.890,00	\$21.680,10	\$23.631,31	\$25.758,13
Inversión en comunicación	\$15.000,00	\$19.500,00	\$21.255,00	\$23.167,95	\$25.253,07
TOTAL MERCADEO	\$30.300,00	\$39.390,00	\$42.935,10	\$46.799,26	\$51.011,19

VALORES DE RESCATE		
Descripción	Cantidad	Total
Equipos de Oficina	3.145,38	-
Muebles y enseres	1.810,00	-
Maquinarias y Equipos	70.807,72	35.403,86
Vehículos	16.500,00	-
TOTAL		-

DEPRECIACIONES					
Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Muebles y enseres	\$362,00	\$362,00	\$362,00	\$362,00	\$362,00
Equipos de Oficina	\$1.048,46	\$1.048,46	\$1.048,46	0	0
Vehículos	\$3.300,00	\$3.300,00	\$3.300,00	\$3.300,00	\$3.300,00
Maquinarias y Equipos	\$7.080,77	\$7.080,77	\$7.080,77	\$7.080,77	\$7.080,77
Total	\$11.791,23	\$11.791,23	\$11.791,23	\$10.742,77	\$10.742,77

TOTAL DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	\$11.791,23	\$11.791,23	\$11.791,23	\$10.742,77	\$10.742,77
--	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

ANEXO 12

Costo unitario	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO ANUAL
Sensor de Movimiento	30	\$ 95,70	\$ 2.870,97
Sensor de Temperatura	30	\$ 90,71	\$ 2.721,44
Detector de Humo	30	\$ 144,05	\$ 4.321,41
Detector de fugas de Gas	30	\$ 144,05	\$ 4.321,41
Detector de Inundaciones	30	\$ 144,05	\$ 4.321,41
Electrovalvulas	30	\$ 158,95	\$ 4.768,51
Domo IP Axis 231D+	30	\$ 7,52	\$ 225,60
Domotic Server	1	\$ 149,95	\$ 149,95
Divus KNX SERVER Móvil	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Iluminacion Interior	30	\$ 49,06	\$ 1.471,67
Iluminacion Exterior	30	\$ 39,77	\$ 1.193,25
Efectos de Iluminacion	30	\$ 119,32	\$ 3.579,75
Persianas automaticas	30	\$ 141,89	\$ 4.256,62
Toldos automaticos	30	\$ 141,89	\$ 4.256,62
Automatizacion de cortinas	30	\$ 141,89	\$ 4.256,62
Aire Acondicionado	30	\$ 399,58	\$ 11.987,31
Multimedia Center	30	\$ 223,63	\$ 6.708,91
Sist. de Riego Automatico	30	\$ 249,22	\$ 7.476,49
TOTAL			\$ 68.897,95

ANEXO 13

FLUJO DE FONDOS PESIMISTA DESAPALANCADO

AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ingresos Operativos		145.350,00	203.490,00	305.235,00	455.430,00	683.145,00
TOTAL INGRESOS		145.350,00	203.490,00	305.235,00	455.430,00	683.145,00
EGRESOS						
Costos		65.453,05	91.634,28	137.451,42	205.086,24	307.629,36
Gastos		18.444,00	18.444,00	18.444,00	18.444,00	18.444,00
Nómina		40.669,05	45.449,68	47.654,05	49.858,41	52.062,77
Depreciaciones y Amortizaciones		11.791,23	11.791,23	11.791,23	10.742,77	10.742,77
TOTAL EGRESOS		136.357,34	167.319,19	215.340,69	284.131,42	388.878,90
UAI		8.992,66	36.170,81	89.894,31	171.298,58	294.266,10
Intereses		-	-	-	-	-
UAI		8.992,66	36.170,81	89.894,31	171.298,58	294.266,10
Part. Trabajadores 15%		1.348,90	5.425,62	13.484,15	25.694,79	44.139,91
Total antes Imp. Renta		7.643,76	30.745,19	76.410,16	145.603,79	250.126,18
Imp. a la Renta 25%		- 1.910,94	- 7.686,30	- 19.102,54	- 36.400,95	- 62.531,55
UN		5.732,82	23.058,89	57.307,62	109.202,84	187.594,64
Depreciaciones y Amortizaciones		11.791,23	11.791,23	11.791,23	10.742,77	10.742,77
Inversiones	-112.425,36					
Principal Deuda						
Total	-112.425,36	17.524,06	34.850,12	69.098,85	119.945,62	198.337,41
Valor Actual Neto	91.579,96					
Tasa Interna de Retorno	43,86%					

ANEXO 14
FLUJO DE FONDOS ESPERADO DESAPALANCADO

AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ingresos Operativos		153.000,00	214.200,00	321.300,00	479.400,00	719.100,00
TOTAL INGRESOS		153.000,00	214.200,00	321.300,00	479.400,00	719.100,00
EGRESOS						
Costos		68.897,95	96.457,13	144.685,70	215.880,25	323.820,38
Gastos		18.444,00	18.444,00	18.444,00	18.444,00	18.444,00
Nómina		40.669,05	45.449,68	47.654,05	49.858,41	52.062,77
Depreciaciones y Amortizaciones		11.791,23	11.791,23	11.791,23	10.742,77	10.742,77
TOTAL EGRESOS		139.802,23	172.142,05	222.574,98	294.925,43	405.069,92
UAI		13.197,77	42.057,95	98.725,02	184.474,57	314.030,08
Intereses		-	-	-	-	-
UAI		13.197,77	42.057,95	98.725,02	184.474,57	314.030,08
Part. Trabajadores 15%		1.979,66	6.308,69	14.808,75	27.671,19	47.104,51
Total antes Imp. Renta		11.218,10	35.749,26	83.916,27	156.803,38	266.925,57
Imp. a la Renta 25%		- 2.804,53	- 8.937,31	- 20.979,07	- 39.200,85	- 66.731,39
UN		8.413,58	26.811,94	62.937,20	117.602,54	200.194,18
Depreciaciones y Amortizaciones		11.791,23	11.791,23	11.791,23	10.742,77	10.742,77
Inversiones	-112.425,36					
Principal Deuda						
Total	-112.425,36	20.204,81	38.603,18	74.728,43	128.345,31	210.936,95
Valor Actual Neto	106.335,27					
Tasa Interna de Retorno	47,36%					

ANEXO 15
FLUJO DE FONDOS OPTIMISTA DESAPALANCADO

AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ingresos Operativos		160.650,00	224.910,00	337.365,00	503.370,00	755.055,00
TOTAL INGRESOS		160.650,00	224.910,00	337.365,00	503.370,00	755.055,00
EGRESOS						
Costos		72.342,85	101.279,99	151.919,99	226.674,26	340.011,40
Gastos		18.444,00	18.444,00	18.444,00	18.444,00	18.444,00
Nómina		40.669,05	45.449,68	47.654,05	49.858,41	52.062,77
Depreciaciones y Amortizaciones		11.791,23	11.791,23	11.791,23	10.742,77	10.742,77
TOTAL EGRESOS		143.247,13	176.964,91	229.809,26	305.719,45	421.260,94
UAI		17.402,87	47.945,09	107.555,74	197.650,55	333.794,06
Intereses		-	-	-	-	-
UAI		17.402,87	47.945,09	107.555,74	197.650,55	333.794,06
Part. Trabajadores 15%		2.610,43	7.191,76	16.133,36	29.647,58	50.069,11
Total antes Imp. Renta		14.792,44	40.753,33	91.422,38	168.002,97	283.724,95
Imp. a la Renta 25%		- 3.698,11	- 10.188,33	- 22.855,59	- 42.000,74	- 70.931,24
UN		11.094,33	30.565,00	68.566,78	126.002,23	212.793,71
Depreciaciones y Amortizaciones		11.791,23	11.791,23	11.791,23	10.742,77	10.742,77
Inversiones	-112.425,36					
Principal Deuda						
Total	-112.425,36	22.885,56	42.356,23	80.358,01	136.745,00	223.536,49
Valor Actual Neto	121.090,58					
Tasa Interna de Retorno	50,77%					

ANEXO 16
FLUJO DE FONDOS PESIMISTA APALANCADO

AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ingresos Operativos		145.350,00	203.490,00	305.235,00	455.430,00	683.145,00
TOTAL INGRESOS		145.350,00	203.490,00	305.235,00	455.430,00	683.145,00
EGRESOS						
Costos		65.453,05	91.634,28	137.451,42	205.086,24	307.629,36
Gastos		18.444,00	18.444,00	18.444,00	18.444,00	18.444,00
Nómina		40.669,05	45.449,68	47.654,05	49.858,41	52.062,77
Depreciaciones y Amortizaciones		11.791,23	11.791,23	11.791,23	10.742,77	10.742,77
TOTAL EGRESOS		136.357,34	167.319,19	215.340,69	284.131,42	388.878,90
UAI		8.992,66	36.170,81	89.894,31	171.298,58	294.266,10
Intereses		7.018,69	5.761,32	4.355,66	2.784,24	1.027,49
UAI		1.973,97	30.409,49	85.538,64	168.514,34	293.238,61
Part. Trabajadores 15%		1.348,90	5.425,62	13.484,15	25.694,79	44.139,91
Total antes Imp. Renta		625,07	24.983,87	72.054,50	142.819,56	249.098,70
Imp. a la Renta 25%		- 156,27	- 6.245,97	- 18.013,62	- 35.704,89	- 62.274,67
UN		468,81	18.737,90	54.040,87	107.114,67	186.824,02
Depreciaciones y Amortizaciones		11.791,23	11.791,23	11.791,23	10.742,77	10.742,77
Inversiones	-112.425,36					
Principal Deuda	67.455,22					
Total	- 44.970,15	12.260,04	30.529,13	65.832,10	117.857,44	197.566,79
Valor Actual Neto	112.479,05					
Tasa Interna de Retorno	85,20%					

ANEXO 17
FLUJO DE FONDOS ESPERADO APALANCADO

AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ingresos Operativos		153.000,00	214.200,00	321.300,00	479.400,00	719.100,00
TOTAL INGRESOS		153.000,00	214.200,00	321.300,00	479.400,00	719.100,00
EGRESOS						
Costos		68.897,95	96.457,13	144.685,70	215.880,25	323.820,38
Gastos		18.444,00	18.444,00	18.444,00	18.444,00	18.444,00
Nómina		40.669,05	45.449,68	47.654,05	49.858,41	52.062,77
Depreciaciones y Amortizaciones		11.791,23	11.791,23	11.791,23	10.742,77	10.742,77
TOTAL EGRESOS		139.802,23	172.142,05	222.574,98	294.925,43	405.069,92
UAI		13.197,77	42.057,95	98.725,02	184.474,57	314.030,08
Intereses		7.018,69	5.761,32	4.355,66	2.784,24	1.027,49
UAI		6.179,08	36.296,63	94.369,36	181.690,33	313.002,59
Part. Trabajadores 15%		1.979,66	6.308,69	14.808,75	27.671,19	47.104,51
Total antes Imp. Renta		4.199,41	29.987,94	79.560,60	154.019,15	265.898,08
Imp. a la Renta 25%		- 1.049,85	- 7.496,98	- 19.890,15	- 38.504,79	- 66.474,52
UN		3.149,56	22.490,95	59.670,45	115.514,36	199.423,56
Depreciaciones y Amortizaciones		11.791,23	11.791,23	11.791,23	10.742,77	10.742,77
Inversiones	-112.425,36					
Principal Deuda	67.455,22					
Total	- 44.970,15	14.940,79	34.282,19	71.461,68	126.257,13	210.166,33
Valor Actual Neto	125.094,88					
Tasa Interna de Retorno	91,37%					

ANEXO 18
FLUJO DE FONDOS OPTIMISTA APALANCADO

AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ingresos Operativos		160.650,00	224.910,00	337.365,00	503.370,00	755.055,00
TOTAL INGRESOS		160.650,00	224.910,00	337.365,00	503.370,00	755.055,00
EGRESOS						
Costos		72.342,85	101.279,99	151.919,99	226.674,26	340.011,40
Gastos		18.444,00	18.444,00	18.444,00	18.444,00	18.444,00
Nómina		40.669,05	45.449,68	47.654,05	49.858,41	52.062,77
Depreciaciones y Amortizaciones		11.791,23	11.791,23	11.791,23	10.742,77	10.742,77
TOTAL EGRESOS		143.247,13	176.964,91	229.809,26	305.719,45	421.260,94
UAI		17.402,87	47.945,09	107.555,74	197.650,55	333.794,06
Intereses		7.018,69	5.761,32	4.355,66	2.784,24	1.027,49
UAI		10.384,18	42.183,77	103.200,07	194.866,32	332.766,57
Part. Trabajadores 15%		2.610,43	7.191,76	16.133,36	29.647,58	50.069,11
Total antes Imp. Renta		7.773,75	34.992,01	87.066,71	165.218,73	282.697,46
Imp. a la Renta 25%		- 1.943,44	- 8.748,00	- 21.766,68	- 41.304,68	- 70.674,37
UN		5.830,31	26.244,01	65.300,03	123.914,05	212.023,10
Depreciaciones y Amortizaciones		11.791,23	11.791,23	11.791,23	10.742,77	10.742,77
Inversiones	-112.425,36					
Principal Deuda	67.455,22					
Total	- 44.970,15	17.621,54	38.035,24	77.091,27	134.656,82	222.765,87

Valor Actual Neto	137.710,71
Tasa Interna de Retorno	97,46%

ANEXO 19

COSTO DE OPORTUNIDAD

COSTO DE OPORTUNIDAD			
Empresas que ofrecen sistemas de casas u oficinas inteligentes en EE.UU	Coeficiente Beta	D/P	IMPUESTO
Tecnología USA	0,6	0,60	25%

$$\beta_D = \frac{\beta_A}{\left[1 + (1-t) * \frac{D}{P}\right]} = \beta_D * \left[1 + (1-t) * \frac{D}{P}\right]$$

Empresas que ofrecen sistemas de casas u oficinas inteligentes en EE.UU	Coeficiente Beta	Coeficiente Beta
Tecnología USA	0,6	0,9

Bono del Tesoro EE.UU. 5 años	0,69%
Riesgo País	8,92%
Prima de Mercado	16,04%
Costo de oportunidad Desapalancado	<u>19,23%</u>
Costo de oportunidad Apalancado	<u>23,56%</u>

ANEXO 20

INVERSION INICIAL

MONTO DE LA INVERSIÓN TOTAL	
Total	112.425,36

ANEXO 21

APORTE CAPITAL PROPIO

CAPITAL DE SOCIOS		
Accionistas	Monto	Porcentaje
Socio 1	13.491,04	30,00%
Socio2	31.479,10	70,00%
Total	44.970,15	100,00%

ANEXO 22

RETORNO PARA INVERSIONISTA

DATOS DE APALANCAMIENTO

D	67.455,22
E	112.425,36
V = D+E	179.880,58
D/V	0,38
E/V	0,63
CALCULO DEL CPPC apalancado	
Kd	14,57%
Ke ap	19,23%
T	36,25%
CPPC nominal	15,50%
inflación Ecuador	5,00%
CPPC real	10,50%

ANEXO 23

BALANCE GENERAL

BALANCE GENERAL

ACTIVOS			112.425,36
ACTIVO CIRCULANTE		20.162,26	
Bancos	20.162,26		
ACTIVOS FIJOS		92.263,10	
Depreciables			
Muebles y Enseres	1.810,00		
Equipos de Oficina	3.145,38		
Maquinaria y equipo	70.807,72		
Vehículos	16.500,00		
PASIVOS			
PATRIMONIO		112.425,36	
Capital Social	112.425,36		
TOTAL PASIVOS+PATRIMONIO			112.425,36

ANEXO 24

ESTADO DE RESULTADOS

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Operacionales					
Ventas	153.000,00	214.200,00	321.300,00	479.400,00	719.100,00
(-) Costo de ventas	(68.897,95)	(96.457,13)	(144.685,70)	(215.880,25)	(323.820,38)
UTILIDAD BRUTA	84.102,05	117.742,87	176.614,30	263.519,75	395.279,62
GASTOS					
Gastos Operacionales					
Telefonia Fija	864,00	864,00	864,00	864,00	864,00
Arrendamiento	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00
Internet	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00
Mantenimiento y Seguridad	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00
Electricidad	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Suministros de oficina	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
Suministros de limpieza	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Sueldos y salarios	26.583,80	30.017,06	31.780,55	33.544,04	35.307,53
Depreciaciones y amortizaciones	11.791,23	11.791,23	11.791,23	10.742,77	10.742,77
Total gastos operacionales	56.819,03	60.252,29	62.015,78	62.730,81	64.494,30
Gastos Administrativos					
Sueldos y salarios	14.085,25	15.432,62	15.873,50	16.314,37	16.755,24
Total Gastos Administrativos	14.085,25	15.432,62	15.873,50	16.314,37	16.755,24
Otros gastos					
Gastos intereses	7.018,69	5.761,32	4.355,66	2.784,24	1.027,49
Total Otros gastos	7.018,69	5.761,32	4.355,66	2.784,24	1.027,49
TOTAL GASTOS	77.922,97	81.446,24	82.244,94	81.829,42	82.277,03
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	6.179,08	36.296,63	94.369,36	181.690,33	313.002,59
15% Participación Trabajadores	(926,86)	(5.444,49)	(14.155,40)	(27.253,55)	(46.950,39)
UTILIDAD ANTES DE IMP. REN	5.252,21	30.852,14	80.213,95	154.436,78	266.052,20
Imp. a la Renta 25%	(1.313,05)	(7.713,03)	(20.053,49)	(38.609,20)	(66.513,05)
UTILIDAD NETA	3.939,16	23.139,10	60.160,46	115.827,59	199.539,15

ANEXO 25 PROYECCIÓN DE VENTAS

Escenario Esperado	PRECIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		Ventas	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas
Segmento 1(Unidades Anuales Proyectadas)	5.500,00	18,00	25,20	37,80	56,40	84,60
Segmento 2(Unidades Anuales Proyectadas)	4.500,00	6,00	8,40	12,60	18,80	28,20
Segmento 3(Unidades Anuales Proyectadas)	4.500,00	6,00	8,40	12,60	18,80	28,20
TOTAL		153.000,00	214.200,00	321.300,00	479.400,00	719.100,00

Escenario Optimista	PRECIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		Ventas	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas
Segmento 1(Unidades Anuales Proyectadas)	5.500,00	18,90	26,46	39,69	59,22	88,83
Segmento 2(Unidades Anuales Proyectadas)	4.500,00	6,30	8,82	13,23	19,74	29,61
Segmento 3(Unidades Anuales Proyectadas)	4.500,00	6,30	8,82	13,23	19,74	29,61
TOTAL		160.650,00	224.910,00	337.365,00	503.370,00	755.055,00

Escenario Pesimista	PRECIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		Ventas	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas
Segmento 1(Unidades Anuales Proyectadas)	5.500,00	17,10	23,94	35,91	53,58	80,37
Segmento 2(Unidades Anuales Proyectadas)	4.500,00	5,70	7,98	11,97	17,86	26,79
Segmento 3(Unidades Anuales Proyectadas)	4.500,00	5,70	7,98	11,97	17,86	26,79
TOTAL		145.350,00	203.490,00	305.235,00	455.430,00	683.145,00

ANEXO 26

PROYECCIÓN DE COSTOS

Escenario Esperado	COSTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		Costos	Costos	Costos	Costos	Costos
Segmento 1(Unidades Anuales Proyectadas)	2.296,60	18,00	25,20	37,80	56,40	84,60
Segmento 2(Unidades Anuales Proyectadas)	2.296,60	6,00	8,40	12,60	18,80	28,20
Segmento 3(Unidades Anuales Proyectadas)	2.296,60	6,00	8,40	12,60	18,80	28,20
TOTAL		68.897,95	96.457,13	144.685,70	215.880,25	323.820,38

Escenario Optimista	COSTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		Costos	Costos	Costos	Costos	Costos
Segmento 1(Unidades Anuales Proyectadas)	2.296,60	18,90	26,46	39,69	59,22	88,83
Segmento 2(Unidades Anuales Proyectadas)	2.296,60	6,30	8,82	13,23	19,74	29,61
Segmento 3(Unidades Anuales Proyectadas)	2.296,60	6,30	8,82	13,23	19,74	29,61
TOTAL		72.342,85	101.279,99	151.919,99	226.674,26	340.011,40

Escenario Pesimista	COSTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		Costos	Costos	Costos	Costos	Costos
Segmento 1(Unidades Anuales Proyectadas)	2.296,60	17,10	23,94	35,91	53,58	80,37
Segmento 2(Unidades Anuales Proyectadas)	2.296,60	5,70	7,98	11,97	17,86	26,79
Segmento 3(Unidades Anuales Proyectadas)	2.296,60	5,70	7,98	11,97	17,86	26,79
TOTAL		65.453,05	91.634,28	137.451,42	205.086,24	307.629,36

ANEXO27
PUNTO DE EQUILIBRIO EN CANTIDAD Y PRECIO

PUNTO DE EQUILIBRIO (UNIDADES)					
DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Segmento 1(Unidades Anuales Proyectadas)	17	19	20	22	23
Segmento 2(Unidades Anuales Proyectadas)	8	9	10	10	11
Segmento 3(Unidades Anuales Proyectadas)	8	9	10	10	11
Total Costos Fijos	33	38	40	42	45

PUNTO DE EQUILIBRIO (DÓLARES)					
DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Segmento 1(Unidades Anuales Proyectadas)	92.109,29	106.398,20	112.321,04	118.572,55	125.182,33
Segmento 2(Unidades Anuales Proyectadas)	36.521,60	42.187,19	44.535,61	47.014,35	49.635,15
Segmento 3(Unidades Anuales Proyectadas)	36.521,60	42.187,19	44.535,61	47.014,35	49.635,15
Total Costos Fijos	165.152,49	190.772,57	201.392,25	212.601,26	224.452,63

ANEXO 28

PRÉSTAMO

Número de Pagos	Cuota	Interés	Principal	Monto
0				67.455,22
1	-1.473,38	629,58	- 843,79	66.611,42
2	-1.473,38	621,71	- 851,67	65.759,75
3	-1.473,38	613,76	- 859,62	64.900,13
4	-1.473,38	605,73	- 867,64	64.032,49
5	-1.473,38	597,64	- 875,74	63.156,75
6	-1.473,38	589,46	- 883,91	62.272,84
7	-1.473,38	581,21	- 892,16	61.380,67
8	-1.473,38	572,89	- 900,49	60.480,18
9	-1.473,38	564,48	- 908,90	59.571,29
10	-1.473,38	556,00	- 917,38	58.653,91
11	-1.473,38	547,44	- 925,94	57.727,97
12	-1.473,38	538,79	- 934,58	56.793,39
13	-1.473,38	530,07	- 943,31	55.850,08
14	-1.473,38	521,27	- 952,11	54.897,97
15	-1.473,38	512,38	- 961,00	53.936,98
16	-1.473,38	503,41	- 969,97	52.967,01
17	-1.473,38	494,36	- 979,02	51.987,99

AÑOS	Gastos Anuales Por Interés	Gastos Anuales Por Capital
AÑO 1	7.018,69	- 10.661,83
AÑO2	5.761,32	- 11.919,20
AÑO 3	4.355,66	- 13.324,86
AÑO 4	2.784,24	- 14.896,29
AÑO 5	1.027,49	- 16.653,04
TOTALES	20.947,40	- 67.455,22

Pago	- 1.473,38
Interés tasa activa**	11,20%
Número pagos Anual	12
N	60
Años	5
VA	67.455,22

18	-1.473,38	485,22	- 988,16	50.999,84
19	-1.473,38	476,00	- 997,38	50.002,46
20	-1.473,38	466,69	-1.006,69	48.995,77
21	-1.473,38	457,29	-1.016,08	47.979,69
22	-1.473,38	447,81	-1.025,57	46.954,12
23	-1.473,38	438,24	-1.035,14	45.918,98
24	-1.473,38	428,58	-1.044,80	44.874,18
25	-1.473,38	418,83	-1.054,55	43.819,63
26	-1.473,38	408,98	-1.064,39	42.755,24
27	-1.473,38	399,05	-1.074,33	41.680,91
28	-1.473,38	389,02	-1.084,36	40.596,55
29	-1.473,38	378,90	-1.094,48	39.502,08
30	-1.473,38	368,69	-1.104,69	38.397,39
31	-1.473,38	358,38	-1.115,00	37.282,39
32	-1.473,38	347,97	-1.125,41	36.156,98
33	-1.473,38	337,47	-1.135,91	35.021,07
34	-1.473,38	326,86	-1.146,51	33.874,55
35	-1.473,38	316,16	-1.157,21	32.717,34
36	-1.473,38	305,36	-1.168,02	31.549,32
37	-1.473,38	294,46	-1.178,92	30.370,41
38	-1.473,38	283,46	-1.189,92	29.180,49
39	-1.473,38	272,35	-1.201,03	27.979,46
40	-1.473,38	261,14	-1.212,24	26.767,23
41	-1.473,38	249,83	-1.223,55	25.543,68
42	-1.473,38	238,41	-1.234,97	24.308,71
43	-1.473,38	226,88	-1.246,50	23.062,21
44	-1.473,38	215,25	-1.258,13	21.804,08
45	-1.473,38	203,50	-1.269,87	20.534,21
46	-1.473,38	191,65	-1.281,72	19.252,48
47	-1.473,38	179,69	-1.293,69	17.958,80
48	-1.473,38	167,62	-1.305,76	16.653,04
49	-1.473,38	155,43	-1.317,95	15.335,09
50	-1.473,38	143,13	-1.330,25	14.004,84
51	-1.473,38	130,71	-1.342,67	12.662,17
52	-1.473,38	118,18	-1.355,20	11.306,98
53	-1.473,38	105,53	-1.367,85	9.939,13
54	-1.473,38	92,77	-1.380,61	8.558,52
55	-1.473,38	79,88	-1.393,50	7.165,02
56	-1.473,38	66,87	-1.406,50	5.758,52
57	-1.473,38	53,75	-1.419,63	4.338,89
58	-1.473,38	40,50	-1.432,88	2.906,01
59	-1.473,38	27,12	-1.446,25	1.459,75
60	-1.473,38	13,62	-1.459,75	0,00
TOTAL INTERESES			20.947,40	

** Tasa referencial para PYMES según Banco Central

ANEXO 29



Escritorio Ejecutivo De 1.50 M X 0.60 C Cajonera

Me gusta 0

U\$S 149⁰⁰

Artículo nuevo
Pichincha (Quito) (Quito)
4 vendidos Ver calificaciones

Comprar



Hacer una pregunta

Reputación del vendedor



Medios de pago

- Tarjeta de Crédito



Silla Secretaria Hidraulica

Me gusta 0

U\$S 56⁰⁰

Artículo nuevo
Pichincha (Quito) (Quito)

Comprar



Hacer una pregunta

Reputación del vendedor



Medios de pago

- Efectivo
- Depósito Bancario

Medios de envío

- A convenir con el vendedor



Archivador Para Escritorio En Metal

Me gusta 0

U\$S 80⁰⁰

Artículo nuevo
Pichincha (Quito) (Quito)
1 vendido Ver calificaciones

Comprar



Hacer una pregunta

Reputación del vendedor



Medios de pago

- A convenir
- Efectivo
- Depósito Bancario

Medios de envío

- A convenir con el vendedor



Pizarrón Blanco

Me gusta 0

U\$S 40⁰⁰

Pichincha (Quito) (Quito)

Comprar



Hacer una pregunta

Reputación del vendedor



Medios de pago

- A convenir

Medios de envío

- A convenir con el vendedor

Computador Escritorio G630

Me gusta 0

U\$S 499⁰⁰

Artículo nuevo

Pichincha (Quito) (Quito)

Comprar



Hacer una pregunta

Reputación del vendedor



Medios de pago

- Tarjeta de Crédito
- Efectivo
- Depósito Bancario

Central Telefonica Ip Pbx Ip04

Me gusta 0

U\$S 388⁰⁰

Artículo nuevo

Pichincha (Quito) (Quito)

1 vendido Ver calificaciones

Comprar



Hacer una pregunta

Reputación del vendedor



Medios de pago

- Cheque
- Cheque de Gerencia
- Produbanco
- Efectivo
- Depósito Bancario



Impresora Samsung Mono Multifunción Láser Wireless Duplex

Me gusta 0

U\$S 378⁰⁰

Artículo nuevo

Pichincha (Quito) (Quito)

Comprar



Hacer una pregunta

Reputación del vendedor



Medios de pago

- Efectivo
- Depósito Bancario

ANEXO 30 SOFTWARE Y CONTROL MOVIL



NEWSFEED

Leviton Acquires Home Automation, Inc. (08/02/2012 Press Release)

HAI by Leviton Develops New CFL/LED Dimmer (08/21/2012 Press Release)

HAI Wins First Commercial Focused Awards, Commercial Integrator BEST Awards for MicroControl Energy Management and Omni-Bus Lighting Network (06/13/2012 Press Release)

HAI Snap-Link for Kindle Fire Now Available (06/11/2012 Press Release)



HOW TO BUY

Because HAI products are designed and intended for professional sale, installation and service, always purchase from an HAI Listed Dealer.

Dealers should contact their nearest Distributor for the latest in HAI products.

[LOCATE A DEALER OR DISTRIBUTOR](#)

Since 1985, Home Automation, Inc. (HAI) has

POPULAR RESOURCES

Download HAI's "Learn About Home Automation"



Download HAI's 2012 Catalog



[BROWSE CATALOG \(FLASH\)](#)

NOW AVAILABLE FOR ORDER



COMERCIAL KYWI S.A.

RUC 1790041220001

Matriz : AV. 10 DE AGOSTO N24-59 Y LUIS CORDERO

QUITO

Telf: 023987900

AUTOIMPRESORES AUTORIZACION S.R.L. 1110650908 DEL 27/ENE/2012

CONTRIBUYENTE ESPECIAL-RESOL. SRI 5368

PROFORMA DOLARES

DOCUMENTO SIN VALOR COMERCIAL

QUITO

AGENCIA 05 (CARCELEN)

022477683

Oficinas : DIEGO DE VASQUEZ N77-390 Y JAIME ROLDOS

Gerente(es): FRANCISCO HIDALGO

Código: 888885-000000

RUC : 1717487175

Dirección: CARCELEN CAMINOS DE NORTE CASA 4

Vend: ALEJANDRO JARAMILLO

Ciudad : QUITO

Telf. : 0002479523

Fecha de Emision 26/AGO/2012

PAG. 2/2

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	P.UNITARIO	TOTAL
541389	MARTILLO UNA 200Z MANGO MADERA STANLEY	2	\$6,321429	\$12,64
544779	JGO. 2PZ DESARMADOR STANLEY BASIC	1	\$2,946429	\$2,95
555096	JGO. 5PZS LLAVES MIXTAS MM STANLEY	1	\$10,428571	\$10,43
557811	JGO.33PZS BROCAS/PUNTAS BOSCH X-LINE	1	\$16,392857	\$16,39
589896	ESCALERA T2 PIE GALLO 2.74MT ALUMN	1	\$117,035714	\$117,04

SUBTOTAL	\$544,29
DESCUENTO Tarifa 12	\$0,00
DESCUENTO Tarifa 0	\$0,00
TOTAL	\$544,29

Vta.tarifa 12	Vta.tarifa 0	Total Vta.Neta	IVA Tar. 12	IVA Tar. 0	TOTAL A PAGAR
\$544,29	\$0,00	\$544,29	\$65,31	\$0,00	\$609,60

Esta proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de COMERCIAL KYWI S.A. En el caso de existir cambios de precios por nuestros proveedores y/o modificaciones cambiarias oficiales que afecten al costo de la mercadería, nos veremos obligados a actualizar precios en el momento de la facturación previo su conocimiento.

Los precios unitarios de esta proforma ** NO incluyen I.V.A. **

QUITO , 26 de AGO 2012

FRANCISCO HIDALGO

Ident: 1970

FIRMA : _____
ESTABLECIMIENTO

FIRMA : _____
CLIENTE

COMERCIAL KYWI S.A.

RUC 1790041220001

Matriz : AV. 10 DE AGOSTO N24-59 Y LUIS CORDERO

QUITO

Telf: 023987900

AUTOIMPRESORES AUTORIZACION S.R.I. 1110650908 DEL 27/ENE/2012

CONTRIBUYENTE ESPECIAL-RESOL. SRI 5368

PROFORMA DOLARES

DOCUMENTO SIN VALOR COMERCIAL

QUITO

AGENCIA 05 (CARCELEN)

022477683

Sucursal : DIEGO DE VASQUEZ N77-390 Y JAIME ROLDOS

Tenor(es):FRANCISCO HIDALGO

Codigo: 888885-000000

Direccion: CARCELEN CAMINOS DE NORTE CASA 4

Ciudad : QUITO

Telf. : 0002479523

RUC : 1717487175

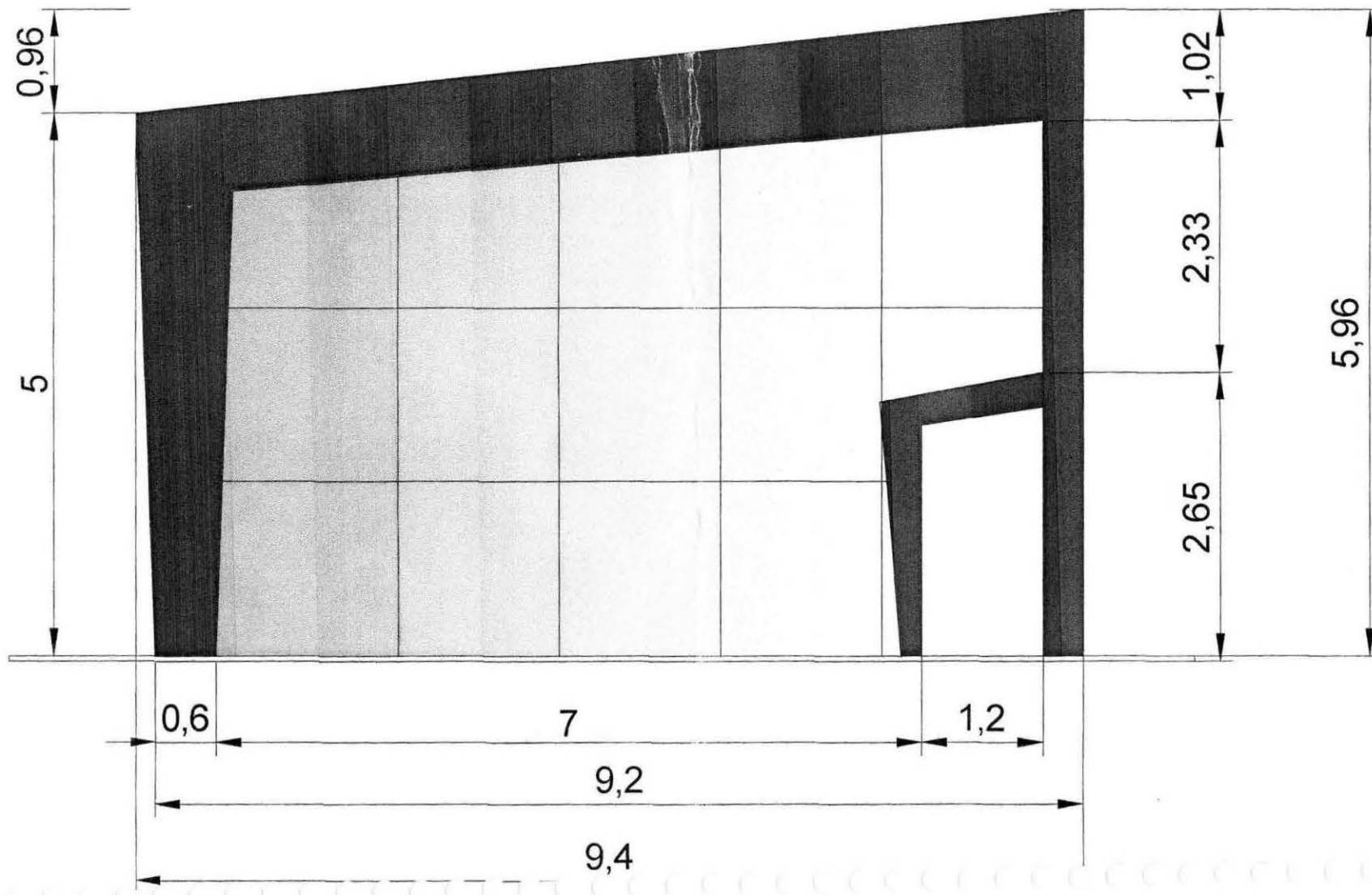
Vend: ALEJANDRO JARAMILLO

Fecha de Emision 26/AGO/2012

PAG. 1/2

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	P.UNITARIO	TOTAL
6483	VINILTEX BLANCO ALMENDRA	1	\$24,223214	\$24,22
27286	BROCHA WILSON MULT 1 1/2" BLCA	3	\$1,482143	\$4,45
27308	BROCHA WILSON MULT 2 1/2" BLCA	3	\$2,410714	\$7,23
27324	BROCHA WILSON MULTIUSO 4" BLCA	3	\$4,169643	\$12,51
34401	CEMENTO CAMPEON 50KG CDL	3	\$6,562500	\$19,69
52299	CLAVO CON CABEZA 1 1/2" 500GR PREEMPAQUE	2	\$1,285714	\$2,57
55603	TACO FIJER F5, C/U	500	\$0,008929	\$4,46
55638	TACO FIJER F6 C/U	500	\$0,017857	\$8,93
55654	TACO FIJER F8, C/U	500	\$0,017857	\$8,93
55670	TACO FIJER F10, C/U	500	\$0,035714	\$17,86
59900	TORNILLO AUTROS C/MIX 3/4X4 RG	500	\$0,017857	\$8,93
60046	TORNILLO AUTROS C/MIX 11/2X10RG	500	\$0,035714	\$17,86
60143	TORNILLO AUTROS C/MIX 1"X8 RG	500	\$0,026786	\$13,39
60232	TORNILLO AUTROS C/MIX 2"X14 RG	500	\$0,080357	\$40,18
62278	CLAVO ACERO ESTRIADO 2" C/LB	2	\$1,839286	\$3,68
63681	PERNO HEXAGONAL R/G, 1"X1/4"	100	\$0,053571	\$5,36
279951	TABLERO TRIPLEX C 4X8X12MM	2	\$31,196429	\$62,39
287172	SANISIL TRANSPARENTE 300ML	1	\$2,741071	\$2,74
287695	PISTOLA METALICA P/SILICON ROJA MINTCRAF	1	\$2,687500	\$2,69
474274	MESA DISNEY PRINCESAS III	2	\$18,901786	\$37,80
497363	JGO. 15PZ DESARMADOR MINTCRAFT	1	\$35,669643	\$35,67
520756	JGO. 12PZ LLAVES MIXTAS MM-STD STANLEY	1	\$26,339286	\$26,34
530026	ESPATULA 2.5" CHINA	2	\$0,633929	\$1,27
530050	ESPATULA 4" CHINA	3	\$0,883929	\$2,65
531693	PLAYO 6" MINTCRAFT	3	\$4,348214	\$13,04

DISEÑO FRONTAL DEL LOCAL



DISEÑO DE LA PLANTA ARQUITECTONICA

18

