



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA INSTALSEGURITY

PRESENTADO POR:

LUZ MILENY BURITICA GONZÁLEZ
JOHN JAIRO CUBILLOS CASTRO

BOGOTÁ D.C.

22 DE NOVIEMBRE DE 2017



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA INSTALSEGURITY

DIRECTOR DE PROYECTO
RAÚL ALBERTO DUARTE GÓMEZ

BOGOTÁ D.C.

22 DE NOVIEMBRE DE 2017



ACEPTACIÓN

Nota Aceptación del trabajo por parte del presidente y jurado

Presidente

Jurado

Jurado



TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	1
INTRODUCCIÓN	5
A. JUSTIFICACIÓN.....	7
B. OBJETIVOS.....	9
1. INNOVACIÓN	10
1.1 Innovación en el plan de negocios	11
1.2 Innovación y mejoras	13
2. MERCADO	15
2.1 Objetivos	15
2.1.1 Objetivo General	15
2.1.2 Objetivos Específicos.....	15
2.2 Descripción técnica servicio	16
2.2.1 Servicio de Instalación.....	16
2.2.2 Servicio Integral.....	18
2.2.3 Flujograma Servicio de Instalación	21
2.2.4 Flujograma Servicio Integral	22
2.3 Desarrollo de la encuesta de mercado.....	26
2.3.1 Ficha técnica de la encuesta.....	26
2.3.2 Diseño de la Encuesta	27
2.3.3 Análisis de Resultados de la encuesta.....	27
2.4 Determinación de la oferta actual y potencial.....	37
2.5 Identificación de la competencia (directa e indirecta)	39
2.5.1 Competencia directa.....	39
2.5.2 Competencia indirecta	39
2.6 Identificación de la demanda (directa e indirecta)	42
2.6.1 Interesados en la demanda del servicio.....	44
3. ANÁLISIS DIAGNÓSTICO DE LA ESTRUCTURA ACTUAL DEL MERCADO ..	45



3.1 Estrategias y canales de distribución y comunicación	52
3.2 Modelos de comunicación	56
3.2.1 Herramientas de distribución de la información	56
3.3 Análisis y estrategias de precios	57
3.3.1 Estrategias permanentes.....	61
3.3.2 Estrategias temporales	62
4. IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA	63
4.1 Logo símbolo	63
4.2 Logo tipo.....	64
4.3 Estructura organizacional.....	65
4.3.1 Organigrama	65
4.3.2 Funciones de los cargos	66
4.3.3 Riesgos laborales	69
4.3.4 Gantt de desarrollo e implementación del plan de negocio	69
5. MERCADO OBJETIVO Y NIDO DE MERCADO.....	70
5.1 Selección del mercado meta.....	71
5.1 Ventajas competitivas	72
6. ANÁLISIS FINANCIERO	74
6.1 Objetivos	74
6.2 Estado de ingresos y egresos.....	74
6.3 Costos y gastos.....	74
6.4 Obligaciones financieras.....	76
6.5 Inversión inicial y retorno sobre la inversión	77
6.6 Análisis de sensibilidad e índices financieros.....	78
6.7 Fuentes de apoyo financiero	78
7. ANÁLISIS LEGAL.....	79
8. ANÁLISIS SOCIAL	83
8.1 Delimitación del proyecto en el plan de gobierno	83
8.2 Integración del proyecto a lineamientos sectoriales	85



9. VALIDACIONES	87
9.1 Validación técnica.....	87
9.1.1 Gestión de calidad.....	88
9.2 Validación financiera	89
9.2.1 Riesgos financieros	90
9.2.2 Validación comercial	90
CONCLUSIONES	91
LISTA DE REFERENCIAS	92
APÉNDICES.....	95

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Flujograma Servicio de Instalación	21
Figura 2 Flujograma Servicio Integral	22
Figura 3 Proyección de la Oferta	38
Figura 4 Competencia Directa	40
Figura 5 Preventa y Post-Venta	55
Figura 6 Distribución del Servicio.....	55
Figura 7 Imagen de INSTALSEGURITY S.A.S.....	63
Figura 8 Logotipo de Instalsecurity S.A.S.....	64
Figura 9 Costo Mano de Obra por Unidad Producida	74
Figura 10 Costos Indirectos de Fabricación.....	75
Figura 11 Proyección de Costos	75
Figura 12 Depósito a Término Fijo DTF	76



INDICE DE APÉNDICES

Apéndice 1 Diseño de la encuesta	95
Apéndice 2 Estado de ingresos y egresos	98
Apéndice 3 Inversión inicial y retorno sobre la inversión	98
Apéndice 4 Flujo de efectivo e indicadores financieros	98
Apéndice 5 Fuentes de apoyo financiero	98



Bogotá, 22-11-2017

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios por ser el inspirador para cada uno de nuestros pasos dados en nuestro convivir diario; a nuestros padres por ser los guías y apoyo en nuestra carrera profesional y a nuestro director Raúl Alberto Duarte Gómez por entregarnos sus conocimientos para realizar los propósitos que tenemos en mente.



AGRADECIMIENTOS

Primeramente, a Dios por permitirnos culminar esta etapa de nuestras vidas, por darnos la fuerza de no decaer ante los infortunios que se presentaron en nuestro camino.

A nuestras familias por brindarnos toda su confianza y apoyarnos en este proceso, sin duda alguna esto fue lo que nos llevó a culminar esta etapa académica.

Agradecemos a la fundación Universitaria Los Libertadores y a los profesores que la conforman, por compartir con nosotros su conocimiento y apoyarnos siempre a ser mejores cada día.

Agradecimientos a nuestro tutor y director Raúl Alberto Duarte Gómez por guiarnos y apoyarnos en el planteamiento de nuestro proyecto, así como también por dedicar su tiempo y esfuerzos para que lográramos ser profesionales.



RESUMEN EJECUTIVO

El presente Trabajo de grado tiene como objeto, estudiar la viabilidad económica, social y administrativa para la puesta en marcha de una compañía de instalación de sistemas de seguridad domiciliaria, como INSTALSEGURITY S.A.S, para desarrollar sus actividades, identificando las oportunidades de negocio que brinda la ciudad de Bogotá para que la empresa pueda desempeñar sus actividades de forma perdurable, dadas las actuales condiciones, para satisfacer las necesidades de protección de clientes reales y potenciales.

Se encontrará dividido por capítulos dónde se dará a conocer las generalidades de la compañía como la estructura organizacional, la evaluación financiera, el marco normativo los servicios brindados, su estructura, y todo lo que se debe saber acerca de la compañía.

En el capítulo uno se presenta todo acerca de la innovación del proyecto, innovación en mejoras y en diseño del plan de servicios, la innovación es lo que hará de la empresa algo novedoso en el mercado. En el segundo capítulo se encontrará todo lo relacionado con mercado, como los objetivos, servicios prestados, la percepción de los clientes a través de encuestas de indagación, oferta actual y potencial, oferta y demanda del servicio.

Por su parte el capítulo tres muestra el diagnóstico de la estructura, canales y estrategias de distribución y comunicación, herramientas de distribución, análisis y estrategias de precios, publicidad y promoción del servicio, a su vez el capítulo cuatro



contiene la imagen de la compañía, el logo imagen, logo tipo, la estructura organizacional, los cargos y sus funciones y los riesgos laborales asumidos por la organización

En los capítulos siguientes se encuentra el mercado objetivo y el nido del mercado, el mercado meta y las ventajas competitivas que puede tener INSTALSEGURTY S.A.S. así como el análisis financiero los ingresos y egresos, gastos y costos, y sus estados financieros, la inversión a realizar y el retorno de la misma, así como las obligaciones financieras a adquirir.

Para finalizar se encuentra el marco legal y social del proyecto, las validaciones técnicas, financieras y comerciales, así como la gestión de la calidad, las conclusiones del trabajo realizado, la bibliografía utilizada y los anexos en los cuales se encuentra la encuentra realizada y el análisis financiero de la organización.

En este proyecto se presentan análisis de diferentes aspectos importantes de tener en cuenta para la puesta en marcha de una compañía. Todo con el fin de reflejar de viabilidad del proyecto y contar con elementos suficientes para llevarlo a cabo.



ABSTRACT

The purpose of this Degree Work is to study the economic, social and administrative feasibility of setting up a home security system installation company, such as INSTALSEGURITY S.A.S, to develop its activities, identifying the business opportunities offered by the city of Bogota so that the company can carry out its activities in an enduring way, given the current conditions, to satisfy the protection needs of actual and potential clients.

You will find yourself divided into chapters where the generalities of the company will be revealed, such as the organizational structure, the financial evaluation, the regulatory framework, the services provided, its structure, and everything that should be known about the company.

In chapter one, everything is presented about the innovation of the project, innovation in improvements and in the design of the service plan, innovation is what will make the company something new in the market. In the second chapter you will find everything related to the market, such as the objectives, services provided, the perception of customers through inquiry surveys, current and potential offer, supply and demand of the service.

On the other hand, chapter three shows the diagnosis of the structure, distribution and communication channels and strategies, distribution tools, analysis and pricing



strategies, advertising and promotion of the service, in turn chapter four contains the image of the company, the image logo, type logo, the organizational structure, the positions and their functions and the occupational risks assumed by the organization

In the following chapters you will find the target market and the market nest, the target market and the competitive advantages that INSTALSEGURTY S.A.S. as well as the financial analysis of the income and expenses, expenses and costs, and their financial statements, the investment to be made and the return thereof, as well as the financial obligations to be acquired.

Finally, the legal and social framework of the project, the technical, financial and commercial validations, as well as the quality management, the conclusions of the work carried out, the bibliography used and the annexes in which it is found and the financial analysis of the organization.

In this project, we present analyzes of different important aspects to take into account for the start-up of a company. All in order to reflect the feasibility of the project and have sufficient elements to carry it out.



INTRODUCCIÓN

Uno de los compromisos considerados para los profesionales de Administración de Empresas de la Fundación Universitaria Los Libertadores es contribuir al desarrollo del país, esto se puede lograr con la creación de empresas que no sólo genere beneficios económicos para accionistas sino que contribuyan a reducir tasa de desempleo del país, mediante la contratación de personal y especialmente de colegas de la misma institución educativa; adicionalmente se busca que se cubran necesidades existentes en el mercado nacional e internacional. En la actualidad es indispensable crecer globalmente como empresario, por eso si existen las herramientas y es tan posible hacer que un producto y/o servicio llegue a diferentes partes del mundo y además que se sabe que su demanda es buena vale la pena arriesgarse y lanzarse al mercado. Aunque nacionalmente la demanda de producto responda bien, siempre se debe pensar en crecer, en abrir mercados en que se puede obtener una mayor ganancia a un bajo riesgo.

El ser humano siempre se ha movido por el impulso innato de satisfacer sus necesidades básicas, esto lo ha llevado a evolucionar para poder controlar, de cierta manera su supervivencia. Sin embargo, también han surgido necesidades que ahora es imperativo satisfacer; una de ellas es la seguridad, a continuación, se mostrará la formulación y evaluación del proyecto acerca de la creación de la empresa INSTALSEGURITY S.A.S., la cual espera poder brindar los mejores servicios de instalación de sistemas de seguridad.



¿En Colombia se hace necesaria la implementación de sistemas de seguridad?

En Colombia con el paso del tiempo se han incrementado los índices de inseguridad, todos los días se encuentran noticias acerca del robo de apartamentos, casas, locales, empresas, vehículos entre otros bienes. Por esta razón, día a día aumentan las necesidades de la ciudadanía para proteger sus propiedades; como claro ejemplo se puede ver que los supermercados están dotados de una estructura de seguridad que consiste en un sistema que les permiten vigilar y proteger sus productos y a la vez generar una mayor seguridad a los clientes que los visitan. Pero ello es solo una parte de lo que realmente se requiere en los esquemas de seguridad en este y otro tipo de establecimientos comerciales, industriales y desde luego familiares. Por tal razón en este aspecto no es fácil de encontrar un sistema verdaderamente integral que se genere desde la misma instalación del sistema, ya que ello requiere que dicha labor sea realizada por personas con amplio conocimiento y especialidad, además que se genere una asesoría sobre el sistema adecuado para cada caso, y la posibilidad adicional de encontrar un servicio estructurado de pos venta.

El proceso de tercerización que se desarrolla en Colombia como el Sector de Clase Mundial denominado B.P.O. &O (Business, Process Outsourcing and Offshoring) o tercerización de procesos se convierte en el eje central del proyecto ya que INSTALSEGURITY, hace parte de la cadena de manejo de medios y modos de seguridad como son los sistemas de cierre, alarmas, cámaras y demás que cierran el ciclo, operando como instaladores de los mismos



A. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto está basando en el desarrollo de un estudio de viabilidad para la creación de una empresa como unidad estratégica de negocios de INTERDOORS S.A.S. quienes han considerado vital la tercerización del proceso de instalación de sus productos que han sido comercializados de forma previa por la compañía SODIMAC COLOMBIA S.A, y conocida como HOMECENTER Y ALMACENES CONSTRUCTOR para que la compañía creada preste servicios de instalación de sistemas de seguridad domiciliaria, la cual podría tener una gran posibilidad de entrar en el mercado puesto que cuenta con el apoyo de una empresa consolidada y reconocida dentro del mercado como lo es INTERDOORS SAS.

De modo tal que la idea de negocio e investigación es la creación de una empresa dedicada a la instalación de sistemas de seguridad y vigilancia domiciliaria. Por su parte el beneficio que puede brindar este proyecto es muy importante puesto que da la oportunidad de desarrollar habilidades y características empresariales y por ende traería retribuciones económicas especialmente a la casa matriz INTERDOORS S.A.S., adicionalmente, da la posibilidad a la nueva empresa de generar empleo y contribuir con la competitividad y el desarrollo de la ciudad en materia socioeconómico (seguridad y empleo).



En este orden de ideas vale la pena agregar o resaltar lo significativo de este proyecto en materia emprendedora, pero no solo como proyecto teórico sino como práctico, es decir con su puesta en marcha dentro de la compañía, ya que podría brindar gran experiencia y conocimiento en el campo empresarial, aportando de esta manera un ejemplo para futuros emprendedores; en este sentido también se puede destacar el tema de competitividad empresarial considerando que esta futura empresa puede contribuir a la ampliación de un mercado potencial por medio de la implementación de estrategias y conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera universitaria.

Este proyecto está basado en la idea de instalar y poner en marcha un sistema de seguridad para grandes edificaciones como casas, edificios, colegios, iglesias, y demás con el fin de complementar y hacer crecer a INTERDOORS S.A.S., ya que su objeto social es la prestación del servicio de instalación de puertas de distintos materiales, formas y diseños; con este nuevo servicio será un complemento para dar solución a un problema como es la inseguridad que asecha a la ciudad.



B. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de viabilidad que permita la creación y puesta en marcha de una empresa dedicada a la instalación de sistemas de seguridad y vigilancia domiciliaria.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Desarrollar un estudio de mercados para determinar el posible consumo del tipo de servicio a prestar.
- Definir el proceso técnico y operativo para la prestación del servicio.
- Determinar la estructura administrativa para la empresa prestadora y comercializadora del servicio.
- Realizar estudio que determine la viabilidad financiera de la empresa dedicada a la prestación del servicio de instalación de sistemas de seguridad.
- Fortalecer con lineamientos SMART



1. INNOVACIÓN

1.1. Innovación en el servicio diseñado

La innovación que desarrollara la empresa INSTALSEGURITY S.A.S será la realización de una atención personalizada permitiendo así sugerir y orientar el uso de un equipo apropiado para las necesidades que previamente se han detectado y la instalación técnica y adecuada para cada requerimiento dado que el índice de inseguridad mencionado aumentan las necesidades de los potenciales clientes en el mercado, y desde esta óptica la oferta que se está realizando se identifica como independiente y ha sido considerada como poca y de difícil articulación dado el número de empresas que participan en el proceso sistémico que se requiere, surgiendo aquí nuevas oportunidades para las compañías que identifiquen y dimensionen la necesidad y que sepan aprovechar los requerimientos de las personas jurídicas y/o naturales que aún no han sido cubiertas por las unidades productivas y comercializadoras de este esquema de protección y seguridad.



1.1 Innovación en el plan de negocios

Se ha decidido generar un servicio de seguridad fundamentado en un sistema de integralidad y complementariedad que ya se viene implementado bajo un esquema que como ya se comentó se inicia con la instalación de equipos de seguridad y productos complementarios que permiten la concepción de un esquema de seguridad integral, partiendo de la colocación de los equipos correspondiente dentro de cada lugar designado por el cliente, contando adicionalmente con un sistema de DVR¹ donde se registre todo lo proyectado por las cámaras.

El sistema de seguridad domiciliaria que puede detectar la presencia de intrusos, monitorear cambios en ambientes exteriores y alertar a vecinos para que puedan ser de ayuda, en caso que se presente una emergencia. Con el uso de estos mecanismos, los usuarios sienten una protección los 7 de días de la semana y las 24 horas del día. Con ello, la familia puede estar segura mientras duerme y puede salir de viaje sin temor alguno. (Sitio web, SeguridadDomiciliariaEnElHogar.com, 2016)

¹ Grabador de video digital. Los Dvrs utilizados con cámaras de seguridad y vigilancia cumplen varias funciones. Son los encargados de digitalizar y grabar las imágenes y audios que nos llegan desde las cámaras de seguridad.



Los sistemas actuales cuentan con sensores de movimiento y conexión a una estación de vigilancia y cuando sus sensores se disparan, el sistema transmite señales a dicha estación, y al mismo tiempo, los miembros de la familia son contactados por teléfono para verificar y/o validar si hay intrusos en casa. Si no hay respuesta a dichas llamadas, el personal de seguridad dará aviso a la policía. Los sistemas de seguridad para el hogar también son asegurados con contraseñas y en caso de ingresar un par de veces una clave errada, se dará aviso a las autoridades. Por ello, los sistemas modernos cuentan con un teclado, con lo que se puede personalizar varias de sus funciones. (Sitio web, SeguridadDominiliariaEnElHogar.com, 2017)

Así pues, el valor agregado de INSTALSEGURITY S.A.S se centra en prestar un servicio de manera completa y personalizada, iniciando este con una evaluación de los posibles riesgos a los que se encuentra expuesta la vivienda o lugar al que se desea proteger, esto con el fin de que el cliente no se sienta generalizado sino único, ya que de acuerdo a la experiencia se podrán hacer sugerencias que ayuden a cubrir las necesidades identificadas en la evaluación de los riesgos, para esto se realiza también un análisis del sector y del comportamiento de seguridad e inseguridad a través del tiempo, luego de realizarse ésta evaluación, se recibirá la solicitud del cliente para orientar los servicios, asesoría y de esta manera poder encontrar y sugerir el sistema adecuado para la estructura y las necesidad de cada cliente ha manifestado y que ha sido complementado por la empresa.



Adicionalmente, se podrá contar con una red de transmisión de datos móviles más avanzada, lo que permitirá que los usuarios del servicio puedan usar sus Smartphone para ver las imágenes de las cámaras instaladas en sus domicilios u oficinas en línea, 24 horas al día y desde cualquier punto del país o del mundo.

1.2 Innovación y mejoras

Como INSTALSEGURITY S.A.S se centra en los servicios de altas tecnologías, buscando con ello mantenerse a la vanguardia de la tecnología, buscando en el mercado aquellos implementos que conlleven a prestar un servicio innovador y de calidad, teniendo en cuenta las necesidades personales de cada cliente y la estructura donde se llevará a cabo la instalación de los sistemas de seguridad.

Los sistemas avanzados de vídeo vigilancia IP se configuran alrededor de uno o varios servidores NVM (Network Video Manager), que actúan tanto de centro de grabación como de coordinador del sistema, y configurar sistemas de vigilancia y seguridad altamente eficaces, flexibles y escalables. Con todas las prestaciones que permite la tecnología IP de vídeo vigilancia, se configuran soluciones que permiten grabar, gestionar y visualizar imágenes detalladas en Alta Definición (HDTV 720p, 1080p o 5 Megapixeles) a través de todo tipo de infraestructura (Ethernet, WiFi, WiMAX, LTE, etc.) Las Aplicaciones Avanzadas de Análisis de Vídeo en el menor tiempo de reacción a la hora de actuar frente actividades sospechosas. Las Estaciones de Visionado, dotadas del software, proporcionan



un control integral de los sistemas de vídeo vigilancia y ofrecen opciones de visualización casi ilimitadas. Los sistemas de seguridad ofrecidos por INSTALSEGURITY S.A.S. están pensados para satisfacer las necesidades de las instalaciones más críticas.



2. MERCADO

2.1 Objetivos

2.1.1 Objetivo General

Generar una nueva cultura en el mercado en cuanto a la demanda de servicios de instalación de equipos de seguridad, que mediante la integralidad de prestación de éste logre posicionarse de forma asertiva en él y que contribuya a satisfacer las necesidades de los actuales y potenciales consumidores.

2.1.2 Objetivos Específicos

- Investigar esquemas de seguridad electrónica que en la actualidad se oferten y que permitan enfocar los requerimientos de las unidades familiares en este aspecto.
- Prestar de manera efectiva y eficiente el servicio que satisfaga de manera cierta la necesidad a los potenciales usuarios del mismo.
- Colocar permanentemente a disposición del mercado información de interés, en aspectos técnicos, administrativos y gerenciales de la empresa INSTALSEGURITY SAS, con la cual se espera genere un alto nivel de conocimiento, confianza y aceptación en el mercado objetivo en particular y un alto nivel de recordación y familiaridad en el público en general.

2.2 Descripción técnica servicio

2.2.1 Servicio de Instalación

El servicio de instalación, es aquel servicio mediante el cual contrata a la compañía para que realice la instalación de los accesorios y equipos que componen el sistema de seguridad domiciliario adquirido por el cliente previamente. La empresa al ser contacta dispone de instaladores con amplio conocimiento, preparados y formados para tal fin.

Fuente. Google - Imágenes



El servicio de instalación nace de la necesidad del cliente de instalar los accesorios adquiridos por él para la protección de sus viviendas. Para realizar la instalación el cliente debe suministrar los elementos requeridos que forman los sistemas de seguridad domiciliario. Dicha instalación será realizada a toda familia que se compruebe es confiable para la prestación del servicio, y haya previamente cumplido con los procedimientos de solicitud y vinculación con la compañía.



Fuente. Google - Imágenes

Los sistemas que pueden ser instalados son:

- Puertas y ventanas
- Sensores de movimientos
- Monitoreo interno y externo a través de cámaras de seguridad.
- Generación de Alarmas.
- Simulación de presencia (encendido manual y automático de luces)

Activación de seguridad

Monitoreo mediante equipos remoto mediante internet.

El sistema a instalar será el que el cliente haya seleccionado previamente.

Fuente. Google - Imágenes



2.2.2 Servicio Integral



Fuente. Google - Imágenes

El servicio integral nace desde la necesidad de los clientes de querer colocar a salvo sus hogares pero no cuentan con el tiempo o la disposición para dirigirse a un almacén a adquirir el sistema y encargarse de la instalación.

El servicio integral nace de la necesidad de los hogares por propender por el cuidado de sus familias, el cliente debe interesarse en la compañía y cumplir con el procedimiento de la compañía para vinculación y adquisición del servicio.

Según, El sitio web Tecnicas en camaras y seguridad TTCS (2017):

Un sistema de alarma es un elemento de seguridad pasiva. Esto significa que no evitan una situación anormal, pero sí son capaces de advertir de ella, cumpliendo así, una función disuasoria frente a posibles problemas. Son capaces además de reducir el tiempo de ejecución de las acciones a tomar en función del problema presentado, reduciendo así las pérdidas. En cuanto, una alarma inicie su funcionamiento, o se activa dependiendo del sistema instalado, este sistema puede tomar acciones de manera automática.



Por ejemplo, si se detecta que hay un intruso dentro de un área específica, puede mandar un mensaje telefónico a uno o varios números. El uso de la telefonía para enviar mensajes, de señales o eventos se utilizó desde hace 60 años, pero desde el año 2005 con la digitalización de las redes de telefonía, la comunicación deja de ser segura, actualmente la telefonía es solo un vínculo más y se deben enviar mensajes mediante GPRS² a direcciones IP³ de servidores que offician de receptores de las señales o eventos, también se utiliza la conectividad propia de las redes IP.

Uno de los usos más difundidos de un sistema de alarma es advertir el allanamiento en una vivienda o inmueble. Los equipos de alarma pueden estar conectados con una Central Receptora, también llamada Central de Monitoreo, con el propietario mismo (a través de teléfono o TCP/IP) o bien simplemente cumplir la función disuasoria, activando una sirena localmente (la potencia de la sirena estará regulada por las distintas leyes de seguridad del Estado o región correspondiente).

En la actualidad existen servicios de "monitoreo por Internet" que no utilizan una "central receptora" ni una "central de monitoreo" sino redes compartidas en Internet donde se derivan directamente las señales o eventos a teléfonos inteligentes (Smartphone), tabletas

² Servicio General de Paquetes vía Radio.

³ Una dirección IP es un número que identifica, de manera lógica y jerárquica, a una Interfaz en red (elemento de comunicación/conexión) de un dispositivo (computadora, tableta, portátil, *smartphone*) que utilice el protocolo IP (*Internet Protocol*), que corresponde al nivel de red.



y portátiles conectados a Internet utilizando un navegador de código abierto (Mozilla Firefox), envían la información directamente a los usuarios o titulares de los servicios, al personal técnico para la reparación de falsas alarmas, a los operadores de monitoreo quien en verifican las señales que requieren de procesamiento humano y/o a la autoridad de aplicación (Policía, Bomberos, etc.) para el caso de hechos reales donde el estado debe intervenir. (SeguridadTi.mx, 2015)

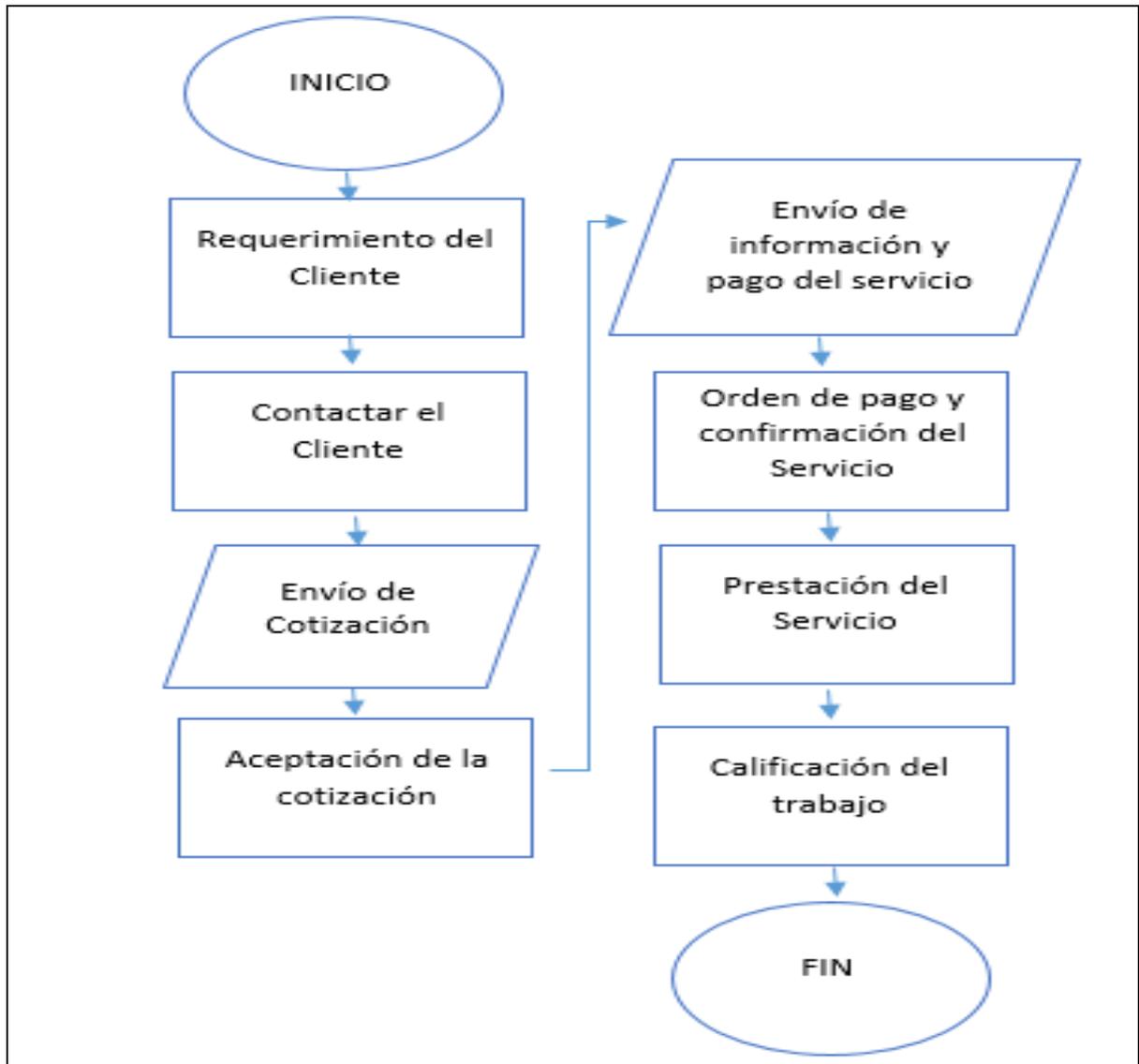
Para la comunicación con una Central Receptora de Alarmas o un actual "servicio de monitoreo", se necesita de un medio de comunicación, como podrían serlo: la línea telefónica RTB⁴ o el canal GPRS de una línea GSM⁵, un transmisor por radiofrecuencia o mediante transmisión TCP/IP que utiliza una conexión de banda ancha ADSL, enlaces TCP/IP inalámbricos y servicios de Internet por Cable Modem.

⁴ Método de compraventa de publicidad en línea basado en subastas instantáneas de impresiones de publicidad realizadas programáticamente, de una forma similar a los mercados financieros. Con este sistema, la impresión carga en el navegador del usuario y al hacerlo recoge información sobre el sitio en el que se encuentra y sobre el usuario.

⁵ Sistema global para las comunicaciones móviles

2.2.3 Flujograma Servicio de Instalación

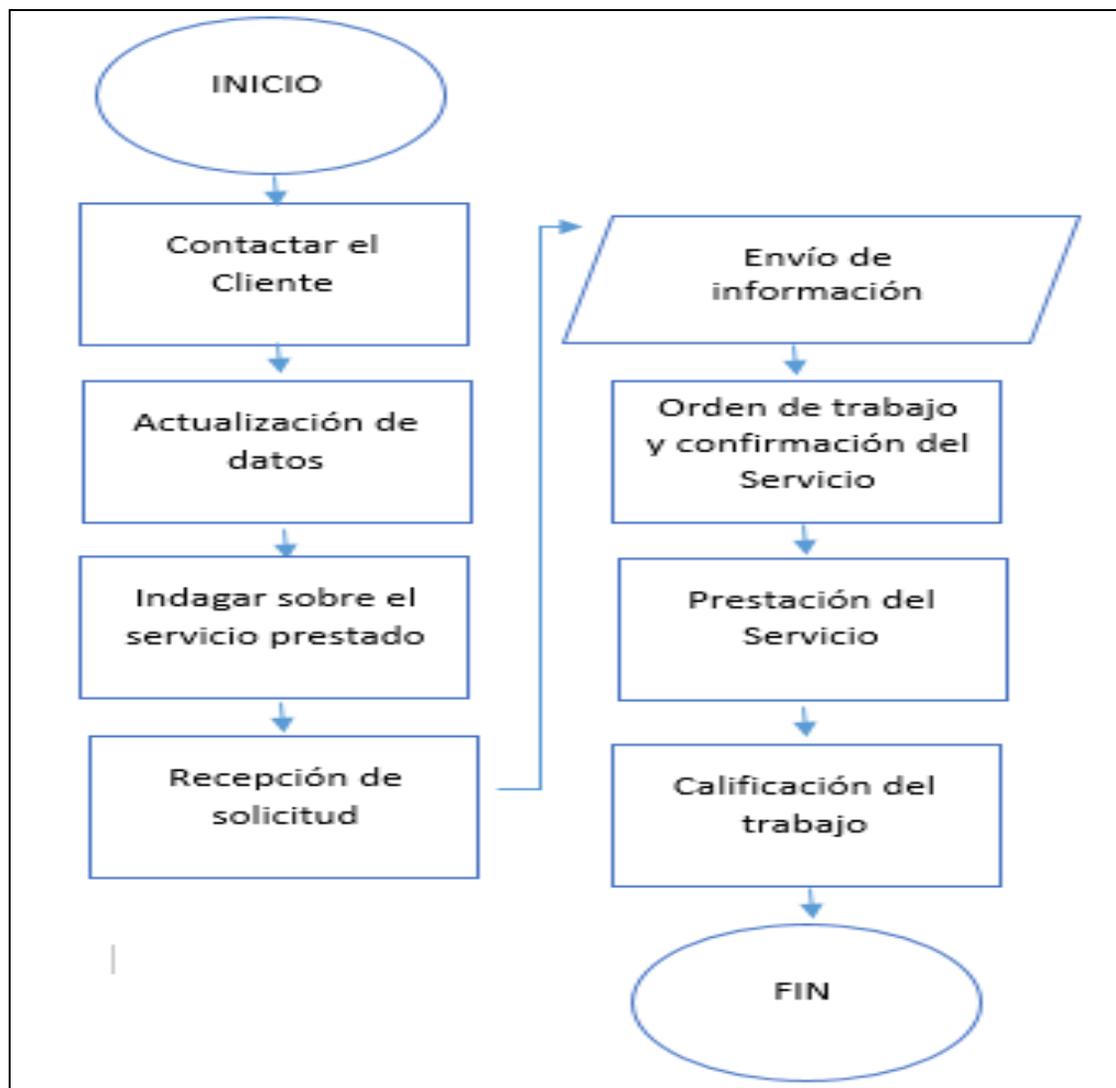
Figura 1 Flujograma Servicio de Instalación



Fuente. Los Autores.

2.2.4 Flujograma Servicio Integral

Figura 2 Flujograma Servicio Integral



Fuente. Los Autores



Partes del Sistema

Un sistema de alarma se compone de varios dispositivos conectados a una central procesadora. Según el sitio web GloboteckSeguridad.com (2017):

- Central procesadora o panel de control: es la CPU del sistema. En ella se albergan la placa base, la fuente y la memoria central. Esta parte del sistema es la que recibe las diferentes señales que los diferentes sensores pueden emitir, y actúa en consecuencia, disparando la alarma, comunicándose con "el servicio de monitoreo" por medio de un módem, comunicador incorporado o no por TCP/IP, GPRS o Transmisor de radio. Se alimenta a través de corriente alterna y de una batería de respaldo, que en caso de corte de la energía, le proporcionaría una autonomía al sistema de entre 12 horas y 4 días (dependiendo de la capacidad de la batería).
- Teclado: es el elemento más común y fácil de identificar en una alarma. Se trata de un teclado numérico del tipo telefónico. Su función principal es la de permitir a los usuarios autorizados (usualmente mediante códigos preestablecidos) armar (activar) y desarmar (desactivar) el sistema. Además de esta función básica, el teclado puede tener botones de funciones como: Emergencia Médica, Intrusión, Fuego, etc. Por otro lado, el teclado es el medio más común mediante el cual se configura el panel de control.
- Sirena exterior: es el elemento más visible desde el exterior del inmueble protegido. Se trata de una sirena con autonomía propia (puede funcionar aun si se le corta el suministro de corriente alterna o si se pierde la comunicación con la central procesadora) colocada dentro de un gabinete protector (de metal, policarbonato, etc.).



Puede tener además diferentes sistemas luminosos que funcionan en conjunto con la disuasión sonora. La sirena exterior es opcional y en algunos sitios desaconsejada, en cambio la sirena interior resulta obligatoria de acuerdo con las normas europeas y americanas.

- Detectores de movimiento : Son sensores que detectan cambios de temperatura y movimiento. Si estos sensores detectan movimiento estando el sistema conectado, dispararán la alarma. El detector de movimiento foto-sensor, es aquel que se compone de una fuente de luz (láser) enfocada y un sensor de luz. Cuando la trayectoria del láser se interrumpe, se envía una señal a la caja de control, activando la alarma. El detector de movimiento por sensor de infrarrojos pasivos. (PIR) son sistemas de seguridad más sofisticados, pues reconocen la energía infrarroja emitida por el calor de un cuerpo. Estos detectores están diseñados para activar la alarma sólo cuando hay un aumento repentino en los niveles de energía.
- Contactos magnéticos: se trata de un sensor que forma un circuito cerrado por un imán y un contacto muy sensible que, al separarse, cambia el estado (se puede programar como NC o NA) provocando un salto de alarma. Se utiliza en puertas y ventanas, colocando una parte del sensor en el marco y otra en la puerta o ventana misma.
- Sensores inerciales o sísmicos: están preparados para detectar golpes sobre una base. Se colocan especialmente en cajas fuertes, también en puertas, paredes y ventanas. Detectan el intento de forzar su apertura.



- Detectores de rotura de cristales: son detectores microfónicos, activados al detectar la frecuencia aguda del sonido de una rotura de cristal.
- Lapa (detector termovelocimétrico): elemento adherido a una caja fuerte. Advierte de un posible butrón o intento de sabotaje de la misma. Adopta el nombre de termovelocimétrico dado que en su interior alberga tres tipos de detectores seriados, uno de cambio de temperatura, un sísmico, y uno de movimiento.
- Detector personas caídas (hombre muerto): elemento inalámbrico que permite detectar desvanecimientos o caídas de personas solas.
- Detector automáticos y pulsadores manuales
 - Sirena interior: Dispositivo Sonoro encargado de alertar de manera local, el fallo o instrucción en el Domicilio protegido.

Cada sistema se ofertará a los clientes y éste será quien decida cuál dese adquirir a través de la empresa INSTALSEGURITY S.A.S.



2.3 Desarrollo de la encuesta de mercado

2.3.1 Ficha técnica de la encuesta

Para validar inferencia estadística que permitió establecer la demanda actual y potencial se desarrolló una ficha técnica de encuesta que permita confrontar los supuestos e

Indicadores enunciados en el numeral anterior partiendo del banco de datos que actualmente posee INTERDOORS SAS, empresa que proveerá a INSTALSEGURITY SAS, los sistemas de alarma para la prestación de los servicios de instalación. La ficha técnica se observará a continuación:

- Población: Clientes de INTERDOORS S.A.S., en Bogotá.
- Fecha de aplicación: 21 de junio de 2017
- Área de cobertura: ciudad de Bogotá especialmente tiendas de INTERDOORS S.A.S.
- Tipo de muestreo: Muestreo por conveniencia, muestreo estadístico. El muestreo por conveniencia facilitó la obtención de información la cual es esencial para el desarrollo del proyecto pues gracias a la aplicación del instrumento se pueden determinar las estrategias más apropiadas para la idea de negocio planteada, cual y cómo será la aceptación de este servicio nuevo.
- Técnica de recolección de datos: Se visitaron diez (10) tiendas de INTERDOORS S.A.S., en donde se recolectará la información.

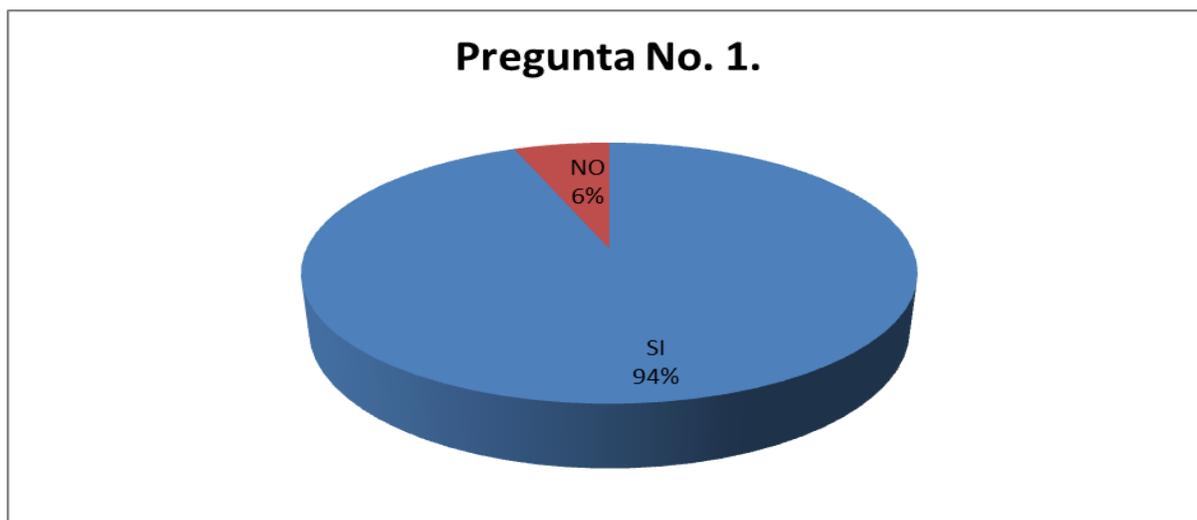
- Objetivo: Determinar la demanda potencial del mercado y conocer aspectos de preferencias de los consumidores existentes.

2.3.2 Diseño de la Encuesta

ENCUESTA: Ver Anexo 1.

2.3.3 Análisis de Resultados de la encuesta

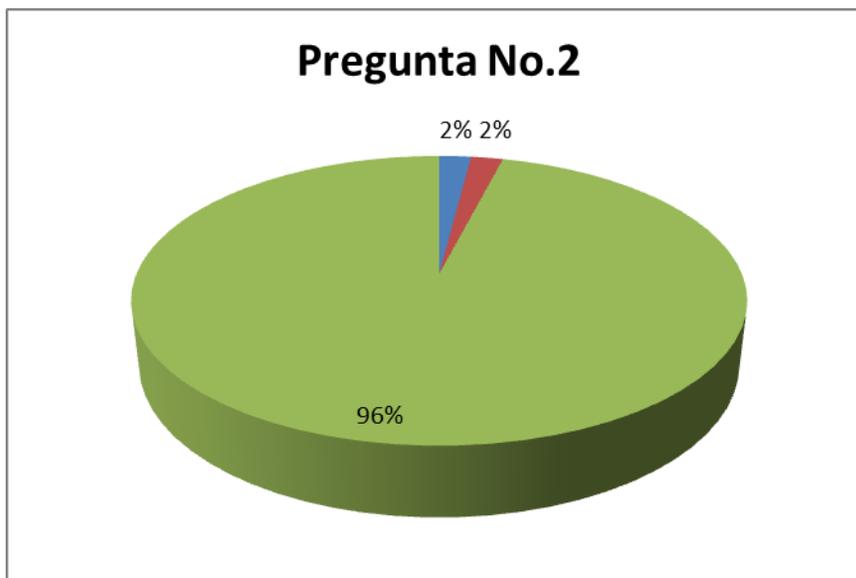
1. ¿Ha solicitado servicios de instalación de accesorios para sus viviendas?



Fuente. Los Autores

En la pregunta No. 1 se estaba indagando acerca del servicio de instalación de accesorios dentro de las viviendas, de las cincuenta (50) personas encuestadas, cinco (5) en cada una de las diez (10) tiendas, el 94% correspondiente a cuarenta y siete (47) personas han solicitado el servicio de instalación de accesorios y tan sólo el 6% no han adquirido el servicio.

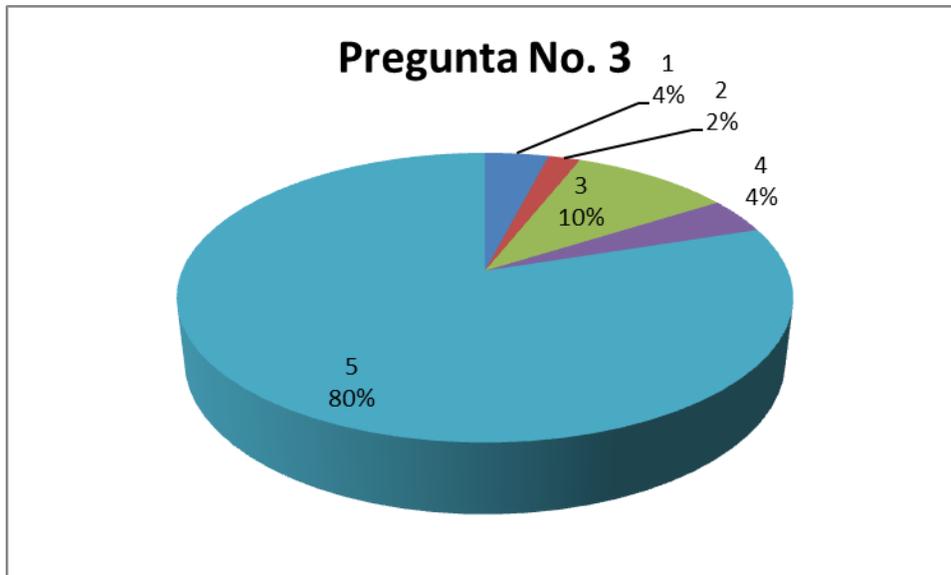
2. Califique la calidad del servicio prestado en una escala de 1-5 (siendo 5 alta calidad-1 mínima calidad)



Fuente. Los Autores

En la torta, se muestra el 96% de los encuestados calificaron con el máximo valor en la escala 5 como un servicio de alta calidad y 4% en escala 2 y 4, los resultados obtenidos en esta pregunta son satisfactorios para la compañía y de respaldo para INSTALSEGURITY debido a los altos índices de satisfacción en el cliente.

3. En una escala de 1-5 califique el índice de inseguridad en su barrio o localidad (siendo 5 índice alto de Inseguridad -1 índice Mínimo).

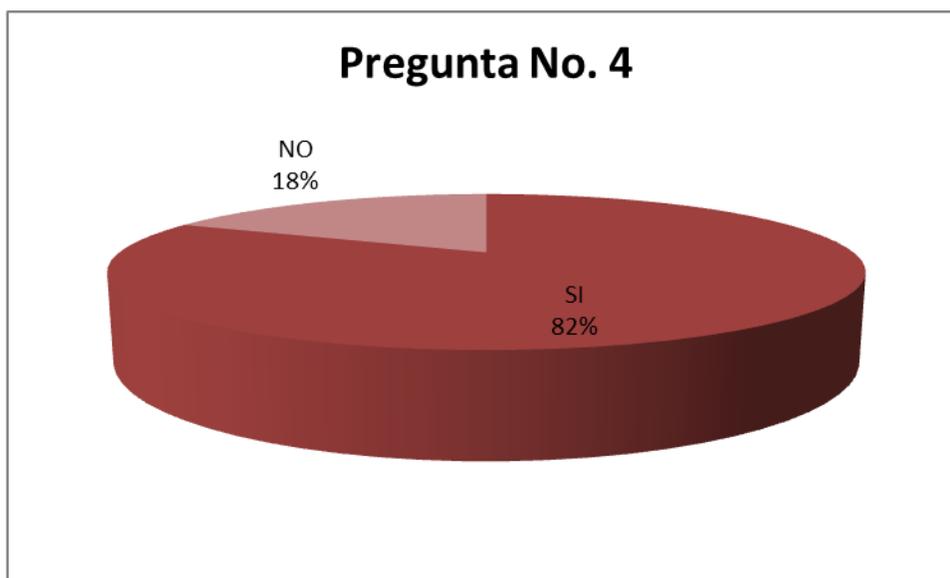


Fuente. Los Autores

Dentro de las personas encuestadas se observó que cuarenta (40) personas de las cincuenta (50) encuestadas manifestaron un alto índice de inseguridad en los barrios donde se encuentran ubicadas sus viviendas correspondiendo esta cifra a un 80% de los actuales clientes de INSTERDOORS SAS, considerando este aspecto como una gran ventaja para INSTALSEGURITY SAS, generándose así un potencial mercado a cubrir en donde existirán posibilidades de que los servicios a ofertar sean adquiridos por personas que ya conoce la calidad de los servicios respaldados por INTERDOORS S.A.S.

4. ¿Instalaría sistemas de seguridad domiciliaria en su vivienda?

A continuación, se presentan los resultados a la pregunta número cuatro, donde se indagaba acerca del interés de los clientes ya existentes en los servicios de sistemas de seguridad domiciliaria, se puede observar que más del 50% muestra interés, situación que genera otro indicador positivo y de confianza a INSTALSEGURITY S.A.S.



Fuente. Los Autores.

5. Si la respuesta a la pregunta anterior fue positiva ¿contrataría usted los servicios de instalación a una empresa familiar de INTERDOORS S.A.S.?



Fuente. Los Autores.

En la pregunta anterior, el 99% de las personas encuestadas confirmaron que obtendrían el servicio de instalación de sistemas de seguridad domiciliaria a través de INTERDOORS SAS o con sus empresas aliadas como lo va a ser INSTALSEGURITY SAS como unidad estratégica de negocio.

6. ¿Por qué adquirió usted los servicios de instalación con INTERDOORS S.A.S.?



Fuente. Los Autores

En la figura anterior se reflejan los resultados a la pregunta acerca de lo que más gusta dentro de los clientes, el fin de esta pregunta es conocer acerca de lo que se debe enfocar INSTALSEGURITY SAS para tener el éxito y reconocimiento que tiene INTERDOORS SAS actualmente. Los indicadores de calidad en el servicio y el grado de confiabilidad en la prestación del mismo, así como de los productos que entrega INTERDOORS SAS, muestran un indicador del 74% correspondiendo a 37 de las 50 personas encuestadas.

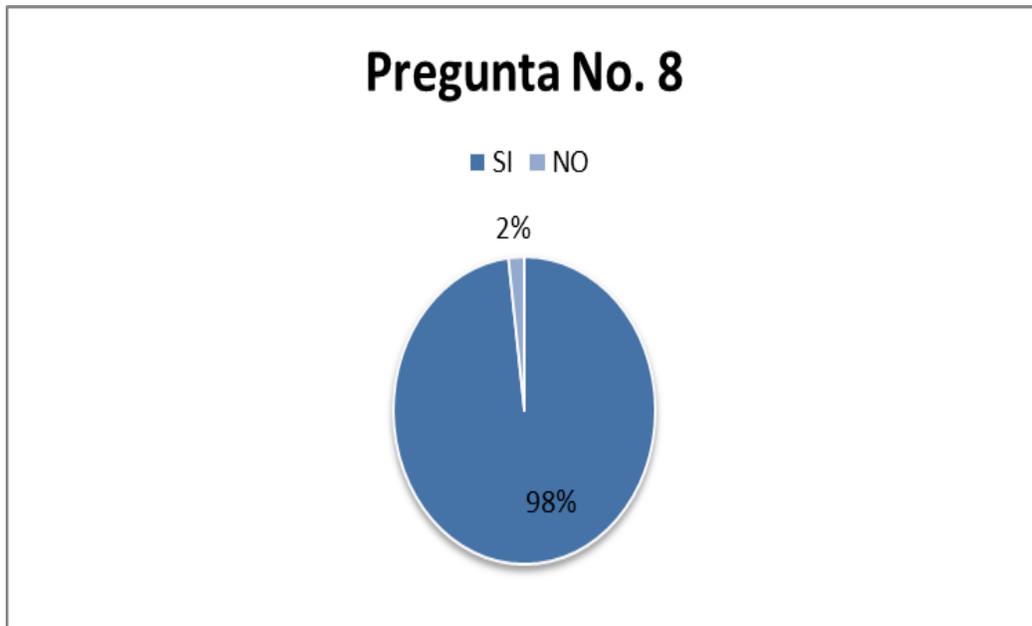
7. En qué aspectos cree usted debe mejorar la prestación del servicio de instalaciones brindado:

En la torta, se encuentran los aspectos que INSTALSEGURITY SAS debe proponerse un plan de mejoramiento en cuanto al desempeño de los instaladores y el tiempo utilizado en el servicio ya que la cifra muestra que 38 de los 50 no están muy satisfechos en estos aspectos, representando esta cifra un 76% de los encuestados, por ello INSTALSEGURITY SAS, debe trabajar en este aspecto para lograr la satisfacción plena del mercado objetivo, para no incurrir en errores que generen descontento en los clientes, para el caso de INTERDOORS S.A.S



Fuente. Los Autores.

8. ¿Recomendaría usted los servicios ofertados por INTERDOORS S.A.S. o compañías aliadas?



Fuente. Los Autores.

El reconocimiento que tiene INTERDOORS S.A.S., será de gran ayuda para impulsar a su unidad de negocio INSTALSEGURITY SAS, ya que el 98% estaría dispuesto a recomendar sus servicios al igual que los de compañías aliadas.

9. ¿Le interesaría conocer acerca de una empresa que brinde la instalación de sistemas de seguridad para su vivienda?

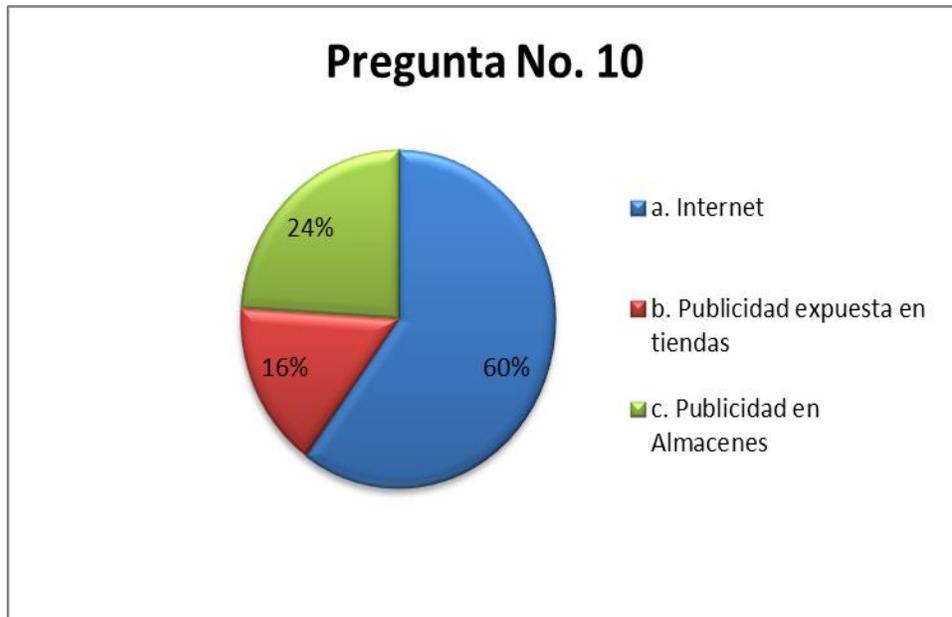


Fuente. Los Autores.

En la torta, se presenta el interés que tienen las personas encuestadas acerca de conocer empresas que brinden el servicio de instalación de sistemas de seguridad domiciliaria, esta tasa se muestra como un 90% de los encuestados la referenciarían al mercado, considerando este aspecto de vital importancia para INSTALSEGURITY S.A.S., ya que estos clientes pueden ser su punto de partida para el inicio de sus operaciones.

10. ¿Por qué medio se enteró usted los servicios prestados por INTERDOORS

S.A.S.?



Fuente. Los Autores.

Las preguntas de la encuesta se crearon con el fin de obtener información para el diseño de estrategias, es por eso que los resultados de la pregunta No. 16 servirán para el establecimiento de la estrategia de publicidad de INSTALSEGURITY SAS, los resultados muestran como la Internet, con una cifra absoluta de 30 clientes que corresponden al 60% considerando este como el medio propicio para dar a conocer los servicios de la compañía.

Gracias a los resultados obtenidos por medio de las encuestas realizadas a los clientes en las diferentes tiendas, se puede determinar las estrategias que facilitan y guían el plan de negocio al cual se está dirigiendo este trabajo.



2.4 Determinación de la oferta actual y potencial

La población objeto de estudio del proyecto son los hogares y/o viviendas especialmente los que se encuentren catalogados en estratos socioeconómicos 3,4,5,6 de las localidades con mayor índice de hurtos a viviendas como indico en el indico en el numeral 2.4 Determinación de la Demanda Actual y Potencial, de 4.433 unidades familiares para el año 2017, 4.944 para el año 2018, 5.545 para el año 2019, 6.201 para el año 2020 y 6.935 para el año 2021, llegando a un potencial en los próximos cinco (5) años de 20.058 potenciales servicios de instalación en las localidades indicadas como Usaquéen, Chapinero, San Cristóbal, Barrios Unidos y Teusaquillo, de ellas INSTALSEGURITY SAS, estima participar en un 33% de la demanda potencial en razón a existir una competencia directa de dos empresas que serán descritas en el numeral 3. Identificación de la Competencia, estructurando así el siguiente cuadro de la oferta actual y potencial.



Figura 3 Proyección de la Oferta

AÑO	Cantidad de unidades de servicios a ofrecer	Tasa absoluta de crecimiento de la oferta	Tasa relativa de crecimiento de la oferta
2017	1.463	-0-	-0-
2018	1.632	169	11.50%
2019	1.830	198	12.13%
2020	2.046	216	11.80%
2021	2.289	243	11.87%
TOTALE	9.260	826	11.83%

Fuente: Los Autores

Bajo la consideración inicial realizada desde el establecimiento de la demanda que se calculó y la capacidad inicial que se estima poseer se pudo determinar un total de unidades que la empresa ofertara para la población definida para el proyecto, reiterando que este se potencializa en la ciudad de Bogotá, y como referente principal se tendrán los índices de inseguridad de las localidades con mayor número de sucesos establecidos en el estudio citado y tomado como referente. Por otra parte, se llegó a la conclusión que las unidades de análisis del proyecto serán incrementadas con el índice de preocupación de la población por su seguridad y la de sus viviendas.



2.5 Identificación de la competencia (directa e indirecta)

La competencia detectada en Bogotá con alto grado de importancia para el desarrollo del proyecto se describe en la figura 4, estructurando esta como directa e indirecta de con elementos de juicio.

2.5.1 Competencia directa

Aquellas empresas que producen y comercializan igual producto para un igual segmento de mercado.

2.5.2 Competencia indirecta

Aquellas empresas que producen y comercializan productos similares, (alternativos y/o sustitutos) para un similar segmento de mercado. Partiendo de los anteriores elementos de juicio se estructuraron aquellas empresas que por sus características y segmento de mercado se podrían considerar directa e indirecta.

- **Competencia Directa Interna:** La competencia directa interna es la empresa de instalaciones de cámaras de seguridad que labora con INTERDOORS S.A.S., esta empresa también cuenta con los servicios de instalaciones en almacenes HOMECENTER, para esto dicho almacén maneja una programación en la que los servicios vendidos serán para INSTALSEGURITY SAS.



- Competencia Externa Indirecta:** En esta competencia se contempla a los distintos, instaladores de cámaras o de sistemas de seguridad que prestan su servicio de manera informal y formal, en razón a que en los almacenes **HOMECENTER**, contratan o generan ordenes de trabajo a personas capacitadas para la instalación de dichos equipos a iguales mercados lo cual logra generar un ambiente competitivo del servicio a considerar.

Figura 4 Competencia Directa

COMPETIDOR	DESCRIPCIÓN	
CONSORCIO	<p>Es una Empresa Líder en la Instalación de Cámaras de Seguridad Bogotá, Cámaras IP, Circuito Cerrado de televisión - CCTV - DVR, Cableado Estructurado, Cámaras para Automóviles GPS, Sistemas de Seguridad, Alarmas, Sensores de Movimiento, Control de Acceso. Se caracteriza por garantizar sus trabajos con tecnología de Punta y Profesionales Certificados.</p> <p>Servicios:</p>	<p>Fortalezas:</p> <p>Con base en un calendario establecido anualmente, se están realizando entrenamiento capacitaciones a las empresas que requieran o deseen preparar a su personal del área de servicio técnico en lo que refiere al manejo eficiente de los equipos de CCTV.</p> <p>Con base en la evaluación de un sistema de CCTV en funcionamiento, y teniendo en cuenta su depreciación acumulada, su estado real de funcionamiento, la disponibilidad de repuestos en el mediano y largo plazo, y en general la nueva proyección de su vida útil, Centro de Servicio Consorcio Morgar E.U. define los costos y valores por periodos comprendidos entre dos a tres años</p>



<p>O MORGAR E.U.</p>	<p>Venta, Instalación, Configuración, mantenimiento preventivo y correctivo de Computadores.</p> <p>Portátiles y de Escritorio.</p> <p>Cableado Estructurado, LAN, WAN, Red telefónica, Diseño y Desarrollo de Páginas Web, Posicionamiento Web en buscadores para incrementar sus ventas, Edición de Videos, Diseño y Creación de Imagen corporativa Empresarial.</p>	<p>para la adquisición de Planes de Garantías extendidas para sistemas de CCTV que estén operando y deseen mantener o extender su vida útil por otros años más.</p> <p>Consorcio Morgar E.U. instala sistemas de cableado efectivos en costo, flexibles y fáciles de administrar. Todas sus instalaciones son evaluadas y examinadas rigurosamente por los instaladores y técnicos para que se adecuen a los estándares de la industria. Sus instaladores de cableado han sido cuidadosamente seleccionados basándose en criterios de capacidad y compromiso. Cada uno de ellos ha sido capacitado en todos los aspectos de las instalaciones y sujeto a un continuo entrenamiento.</p>
<p>OPERKOM S.A.</p>	<p>Es una empresa con gran experiencia en sistemas de seguridad como ctv., alarmas, controles de acceso, POS y cableado estructurado, esta empresa está dedicada a la venta, distribución, importación e instalación de equipos de seguridad desde hace más de 5 años. Brinda soluciones de alto desempeño, con tecnología de punta, con los mejores equipos del mercado y cumpliendo con los más altos niveles de calidad</p>	<p>Operkom S.A., es distribuidor de DAHUA, HIKVISION para Colombia, empresas líderes a nivel mundial en sistemas de seguridad electrónica, las cuales están entra las 10 empresas más grandes del mundo en lo que a seguridad compete. Todos los equipos y servicios están disponibles para entrega inmediata, ya sea en la ciudad de Bogotá o en cualquier parte del Territorio Nacional</p> <p>Brinda soluciones de alto desempeño, con tecnología de punta, con los mejores equipos del mercado y cumpliendo con los más altos niveles de calidad en la instalación de los mismos.</p>



	en la instalación de los mismos.	
--	----------------------------------	--

Fuente. Los Autores.

2.6 Identificación de la demanda (directa e indirecta)

Considerando nuestra unidad de negocio la cual consiste en la venta directa a clientes ya identificados y almacenes dónde ya se encuentra presente INTERDOORS S.A.S., el mercado o público objetivo estará direccionado a localidades de Bogotá donde se identificaron mayores reportes de hurto a sus viviendas.

Teniendo en cuenta la información presentada anteriormente el mercado potencial de INSTALSEGURITY S.A.S., se concentra en cinco localidades de Bogotá, sin dejar de lado las demás localidades donde se han reportado hurto a sus viviendas, de las cuales se espera sacar un muestreo para realizar posteriormente la encuesta para la recolección de la información y así analizar aspectos relevantes a para el estudio objeto de este proyecto.



De acuerdo a lo anterior, para la selección de la muestra se utilizó un método o técnica comúnmente usado en este tipo de estudios, consiste en seleccionar de la población cierta cantidad de clientes de tal manera que sean accesibles para INSTALSEGURITY, es decir los clientes encuestados se seleccionaran por que cumplen algunos criterios de ubicación, distribución o están fácilmente disponibles, este estudio no consiste en un muestreo estadístico aleatorio sino un muestreo cualitativo conveniente el cual aportara facilidad de operación y bajos costos de muestreo.

Se realizó entonces una encuesta para determinar el potencial del mercado y el posible consumo que tendría el servicio en este nicho de mercado, además del análisis de otras variables importantes.



2.6.1 Interesados en la demanda del servicio

Como interesados en el proceso podemos encontrar de forma directa a Interdoors, quien es el directo demandante del servicio de instalación que Instalsecurity ofrece, en forma indirecta los servicios de instalación son demandados por la empresa comercializadora Homecenter.

Potencialmente la empresa podrá ser objeto de interés por aquellos clientes a los cuales se les ha prestado el servicio de instalación en aspectos de mantenimiento correctivo o labores complementarias o de modernización.



3. ANÁLISIS DIAGNÓSTICO DE LA ESTRUCTURA ACTUAL DEL MERCADO

El negocio de la seguridad electrónica muestra una clara tendencia al crecimiento en todo el mundo, cada día hace mayor presencia en todos los campos de la sociedad. Todos los estudios indican que esta evolución continuará, independientemente de las condiciones económicas de los países y de la percepción de seguridad en los ciudadanos. (Supervisa, 2017)

Las razones que explican este incremento son muchas, pero se destacan principalmente dos grandes fuerzas de impulso. Según las investigaciones realizadas por el Licenciado Francisco Grez Aldana, experto chileno en seguridad, los países con mejores condiciones económicas y mayor gobernabilidad presentan un elevado crecimiento en los servicios de seguridad. Esto, independientemente de que haya o no inseguridad en esas naciones. Se sabe, entonces, que **el crecimiento económico por sí solo jalona el crecimiento de la seguridad privada.** (Supervisa, 2017)

Hay algunos países que no tienen un PIB elevado, pero en los que también se ha detectado un notorio crecimiento en los servicios de seguridad privada. En particular, se trata de naciones latinoamericanas en donde este segmento ha tenido un gran florecimiento. Es el caso de Colombia y México, en donde hay graves problemas de corrupción, falta de gobernabilidad y una percepción de seguridad negativa. Son precisamente esas variables,



unidas a un relativo progreso económico, las que disparan la demanda por la seguridad privada. (Supervisa, 2017)

Como quiera que sea, **el panorama global del mercado de seguridad electrónica en todo el mundo está experimentando un auge que, por ahora, parece imbatible.** Este sector maneja cifras astronómicas en todas partes y aunque el 70% de ese mercado se concentra en Estados Unidos y Europa Occidental, también en casi todos los países con economías emergentes cobra importancia día a día. (Supervisa, 2017)

Colombia: un mercado que florece

La situación de los servicios electrónicos en Colombia es extraordinaria actualmente. Según Duván Chaverra, un estudioso del tema, el país ocupa un lugar privilegiado en la agenda de los grandes fabricantes de seguridad electrónica del mundo. **Muchos de los gigantes del medio han escogido a Colombia como sede para atender los negocios de toda la región. El mercado vive un momento excelente.** (Supervisa, 2017)

En este contexto hay dos grandes segmentos que sobresalen en el mercado colombiano. El primero es el de los distribuidores de equipos de seguridad, o sea las empresas que importan y luego comercializan todos los dispositivos del ramo. El segundo es el sector de los integradores de sistemas, que corresponde a las compañías encargadas de



ofrecer soluciones integrales a los usuarios, las cuales incluyen instalación, operación y mantenimiento de los equipos. (Supervisa, 2017)

El potencial es inmenso. A la fecha, la industria de la seguridad colombiana hace presencia prácticamente en todos los sectores del país. Las nuevas tecnologías han creado una demanda en áreas como la seguridad nacional, las zonas rurales, la vigilancia en carreteras, la industria, el comercio, los hospitales y los hogares. (Supervisa, 2017)

La seguridad se ha convertido en una estrategia competitiva para generar valor en las empresas. Como se trata de un sector transversal, puede afirmarse que llega a todos los nichos de la economía. Y además de ser uno de los grandes soportes empresariales, también es un factor que está contribuyendo a solucionar varios problemas del Estado y de las comunidades. (Supervisa, 2017)

Hoy día empresas como SUPERVISA S.A. ofrecen soluciones de seguridad para todos los niveles corporativos, empleando para ello tecnologías de punta. Esta compañía se ha enfocado principalmente a uno de los servicios que mayor demanda tiene actualmente en Colombia: el control de acceso. Para ello ofrecen la plataforma web SUPERACCES, de última tecnología y con excelente respuesta en el mercado. Esto, sumado a un excelente servicio técnico, la ha puesto a la vanguardia de las empresas de seguridad electrónica en el país. (Supervisa, 2017)



Cifras que hablan por sí solas

En una edición dedicada al tema, la Revista Dinero indica que los servicios de seguridad electrónica generan ingresos operacionales que son tres veces mayores a los originados por el sector hotelero, el doble frente al sector bananero y 1,2 veces superior al sector floricultor. Estas son palabras mayores. (Alcaldía Municipal de Cajicá, 2015)

Un estudio realizado en 2012 señaló que la demanda de equipos de seguridad superó los 90 billones de dólares. Aproximadamente el 37% de las solicitudes se orientaban a los Circuitos Cerrados de Televisión (CCTV) y luego en su orden a: equipos de Rayos X, monitores de televisión, equipos de detección de metal, dispositivos de bloqueo de comunicaciones, dispositivos de vigilancia y detección de incendios. (Alcaldía Municipal de Cajicá, 2015)

Las compañías que registran un mayor crecimiento son aquellas que no hacen uso de las armas y cuyo principal enfoque gira alrededor de los sistemas de monitoreo de alarmas para residencias y oficinas, rastreo de vehículos y circuitos cerrados de televisión. En 2013 los ingresos para los empresarios de la seguridad estuvieron en el orden de los 4,9 billones de pesos. De hecho, los servicios de seguridad privada en Colombia, cuya punta de lanza es la seguridad electrónica, suman en su conjunto el 0,82% del PIB según los datos más recientes. (Alcaldía Municipal de Cajicá, 2015)



La Dirección de Estudios Estratégicos Grupo de Información Estadística, adscrita al Ministerio de Defensa de Colombia, ha informado que en 2014 la demanda por este tipo de servicios ha aumentado en un 6% respecto a los primeros semestres de 2012 y 2013. El panorama es estupendo. (Alcaldía Municipal de Cajicá, 2015)

Un recurso eficaz y ha logrado prevenir, detener y disminuir la delincuencia en los ámbitos donde ha sido aplicada. La percepción de los ciudadanos es también muy favorable frente a estos mecanismos para proteger sus bienes y su integridad personal. (Alcaldía Municipal de Cajicá, 2015)

Según el análisis del sector económico citado por la Alcaldía Municipal de Cajicá (2015) y el estudio realizado por La Cámara de Comercio de Bogotá el cual indica que durante los años comprendidos entre 2004 y 2012 los colombianos han adquirido servicios de seguridad electrónica en un promedio del 62% anual. Este contexto es lo que ha favorecido el florecimiento de empresas como SUPERVISA S.A., que inició operaciones hace 36 años supervisando los cargamentos en los puertos colombianos y que hoy en día ofrece un amplio portafolio de servicios impensables al momento de su creación. Es una de esas compañías locales que han sabido evolucionar de la mano de las nuevas tecnologías y que han logrado aprovechar al máximo las condiciones favorables del mercado para su crecimiento y expansión. (Alcaldía Municipal de Cajicá, 2015)



Perspectivas frente al futuro

Según el blog especializado en seguridad NovedadesSupervisa (2014) afirma que, desde el punto de vista tecnológico, las expectativas vienen concentrándose progresivamente en las soluciones IP desde 2006. En el plano mundial el segmento que parece estar liderando el mercado es el de servicios de Control en nube. Voceros de IHS Technollogy han afirmado que la demanda por ese tipo de soluciones se incrementará en un 63% durante 2014, principalmente en las economías más desarrolladas. Esta tendencia alcanzará paulatinamente a los demás países.

SUPERACCESS cuenta con la Plataforma ORUS, un innovador sistema de seguridad que permite realizar un monitoreo remoto del acceso a edificios, empresas, zonas francas y todo tipo de organizaciones. La plataforma web SUPERACCESS aplica un proceso de pre-autorización para personas y vehículos, de modo que el ingreso seguro está garantizado y se realiza con gran velocidad y eficiencia. Se vale del código 2D, que está en todas las nuevas cédulas de ciudadanía colombiana, entre otros documentos de identidad. Ofrece soluciones personalizadas que se ajustan de manera precisa a las necesidades de cada organización.

(NovedadesSupervisa, 2014)



Todo indica que el Estado y los hogares son quienes van a hacer subir las cifras de la demanda por los servicios de seguridad electrónica. En Bogotá, por ejemplo, el gobierno capitalino tiene instaladas 411 cámaras para monitorear la seguridad del distrito; pero necesita 4 mil, por lo menos, para atender a las necesidades de los ciudadanos. Algo similar ocurre en las demás ciudades del país. (NovedadesSupervisa, 2014)

En cuanto a los hogares, las tecnologías de seguridad poco a poco han ido convirtiéndose en parte de la canasta familiar. La tecnología IP ofrece soluciones baratas y fáciles de manejar. Esto hace que nunca como ahora haya tanto interés de los ciudadanos por adquirir opciones que les permitan mantener bajo control la seguridad en su hogar. Existen todavía algunas limitaciones culturales, porque los servicios de seguridad electrónica no solamente abarcan máquinas y dispositivos, sino también una educación básica para comprender y hacer uso de estas soluciones. Algunas empresas siguen evaluando sus opciones a partir del precio y no de otras variables como la mayor eficiencia o el servicio técnico que adquieren con el producto. Aún hace falta conocimiento e información y son los empresarios del sector quienes deben asumir la bandera para llenar este vacío cultural. (NovedadesSupervisa, 2014)

De cualquier manera, el mercado colombiano tiene un potencial extraordinario para los servicios de seguridad electrónica. Colombia es uno de los epicentros para este tipo de negocios en Latinoamérica y no existe ninguna señal de que esto vaya a cambiar en los próximos años”. (NovedadesSupervisa, 2014)



La reacción inmediata de cualquier persona es la de protegerse ante cualquier evento que pueda poner en peligro su vida, es por eso que la seguridad se vuelve un derecho fundamental para la sociedad, como bien lo dice el artículo referido anteriormente cada día las personas sienten más interés acerca de aquellos medios y elementos que contribuyan a su seguridad y la de sus familias. Es así como dentro del sector comercial e industrial del país los elementos de seguridad vienen en auge y dan impulso a las sociedades que han decidido crearse bajo la oferta de servicios de seguridad. (NovedadesSupervisa, 2014)

3.1 Estrategias y canales de distribución y comunicación

La forma de prestar el servicio en lo referente a la distribución del servicio de instalación de sistemas de seguridad será principalmente directa, y podrá ser desarrollada por uno y dos canales como se explica en este ítem en lo relativo a la **DISTRIBUCIÓN CONCERTADA**. La principal acción será en cero canales o esquema corto, ya que la compañía deberá tener un contacto con el cliente donde se le ofrece y se le da conocer el servicio y sus ventajas, generando este aspecto la necesidad que la empresa misma sea la encargada de transportar la herramienta óptima para organizar operativamente un excelente servicio y la plena satisfacción del cliente. Si el cliente adquiere el servicio integral, al momento de adquirir los implementos se podrá tener en cuenta almacenes de grande superficie como HOMECENTER para compra de cámaras de video, sensores, alarmas y cableado específico para cada una de una de los puntos de instalación y el tubo por donde debe ir el cable para que no quede visible o con posibilidades algún daño, y demás herramientas posibles a utilizar.



El esquema de distribución asumido por INSTALLSECURITY SAS, operara así:

- **DISTRIBUCIÓN DIRECTA:** La distribución directa se realiza mediante la gestión comercial de la organización, en donde los clientes llegan a la compañía debido a las acciones previas que realiza el departamento comercial y/o por la página web.
- **DISTRIBUCIÓN CONCERTADA:** Esta estrategia resulta de la unión de INTERDOORS S.A.S., INSTALSECURITY SAS y HOMECENTER; con esta unión se pretende superar limitaciones en cuanto a calidad, organización, administración, costos, etc.
- Como una alternativa adicional en el esquema de distribución será la **DISTRIBUCIÓN INTENSIVA**, considerando que esta estrategia se espera colocar en marcha en un tiempo prudencial y de acuerdo al desarrollo y fortalecimiento de la idea de negocio con la cual se busca promocionar de forma intensiva en otros almacenes de grandes superficies a nivel nacional.

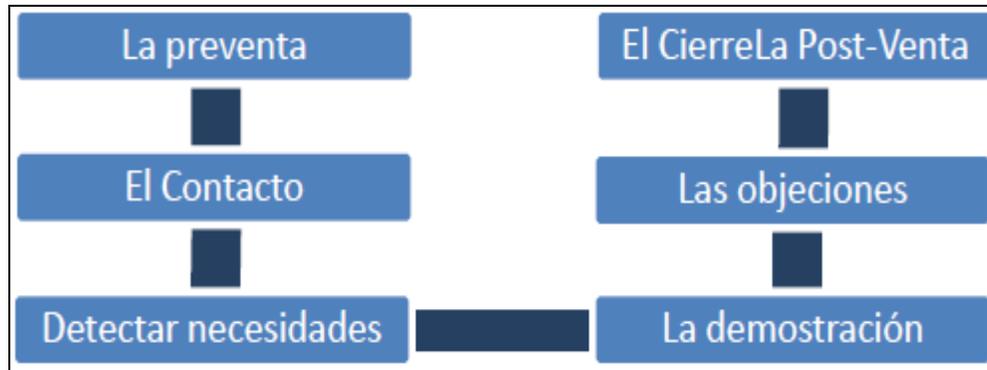
Es de aclarar que el servicio brindado por INSTALSECURITY S.A.S., es un servicio personalizado, buscando siempre la satisfacción, comodidad y bienestar del cliente. La venta del servicio se realizará bajo pedido o solicitud de servicio de los clientes a los cuales se les socializara todo acerca del mismo, es decir tipo de venta comercial y de igual modo se manejará con vendedores T a T al igual de vendedores de Ruta los cuales deben ser personas con comportamientos necesarios que lo hagan un vendedor con éxito, personas



comprensivas y con pasión de lo que hagan donde cada uno hace parte fundamental del desarrollo de la venta.

La método T a T es una estrategia que se le entrega a los vendedores en la cual el objetivo o meta de ventas de debe hacer en cada uno de los clientes que tiene, ofreciendo el portafolio de acuerdo con cada visita, manejando la capacidad de compra del cliente, vendiendo los beneficios en precio y producto que obtendrá, y visitándolo efectivamente todos los días que se tenga programado y no queriendo hacer la venta en una sola visita, podremos encontrar que la cifra objetivo se convierte en una cifra posible y que no es tan lejana de lograr. Si le entregamos una estrategia al vendedor en vez de entregarle una cifra de ventas, lo más seguro es que en el corto plazo el vendedor, si hace caso de la estrategia, pueda lograr siempre alcanzar el objetivo de ventas y en la mayoría de los casos superarlo. Dentro de esta estrategia siempre se debe pensar cuál es la mejor manera de atender el cliente desde la frecuencia de visita y sus capacidades de compra, además del tipo de servicio que oferta la compañía y si puede hacerse directamente con fuerza de ventas propia o con un distribuidor aliado que siga las políticas comerciales de nuestra compañía.

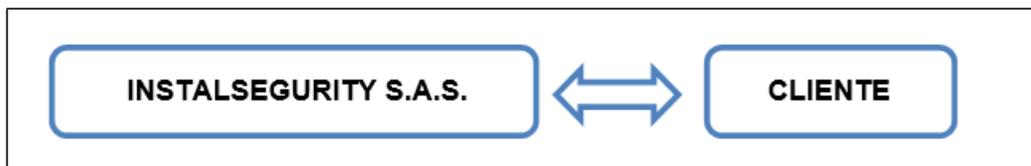
Figura 5 Preventa y Post-Venta



Fuente. Los Autores.

La empresa manejará inicialmente la distribución directa puesto que el servicio va a llegar a las manos del consumidor directamente de parte de la empresa.

Figura 6 Distribución del Servicio.



Fuente. Los Autores.

Se ha determinado de igual forma que el tipo de distribución como intensiva colocado como objetivo potencial, buscaría ofertar el servicio a la mayor cantidad de clientes posible, sin necesidad de requerir exclusividad o selectividad a las tiendas de INTERDOORS S.A.S. Bogotá. Es importante precisar que el esquema inicialmente planteado le permitirá a la empresa obtener las siguientes ventajas:



- Mayor control
- Manejo de volúmenes
- Útil para mercados concentrados cuando se presta un solo servicio
- Riesgo localizado
- Mayor inventario en un solo lugar de materiales o equipos a instalar

3.2 Modelos de comunicación

- Una vez efectuada la venta por parte del distribuidor (Homecenter), este por correo interno envía a la empresa lista de productos vendidos para que se realice el proceso de comunicación telefónico con el fin de convenir y agendar el proceso de instalación y requerimientos específicos adicionales para el cumplimiento de la labor en los tiempos previstos y con la calidad esperada.

3.2.1 Herramientas de distribución de la información

- El proceso se implementa desde el contacto directo del cliente y el comercializador, este último informa al cliente a cerca del proceso de instalación de los productos adquiridos y a su vez le informa que el proveedor de instalaciones se comunicara con él para que se convenga fecha, hora y requerimientos para el proceso de instalación.



3.3 Análisis y estrategias de precios

Son conocidas diferentes estrategias para la fijación de precios, para una empresa ésta es una decisión estratégica que tendrá implicaciones a largo plazo y que debe ser desarrollada con mucho cuidado. Según Kotler & Armstrong (2007) para fijar sus precios, una empresa debe tener en cuenta alguno o varios objetivos, tanto organizacionales como de mercadotecnia.

Existen diferentes tipos de estrategias tales como descremado de precios, precios de penetración del mercado, precios del prestigio, estrategias orientadas a la competencia, estrategias para cartera de productos, por áreas geográficas, y algunas más. Luego de haber leído acerca de cada una de ellas INSTALSEGURITY S.A.S., opto por la estrategia de precios de penetración la cual se describe a continuación.

Según Escudero (2015), citando a Kotler, La estrategia de precios de penetración es aplicable a productos nuevos y consiste en fijar un precio inicial bajo para conseguir una penetración de mercado rápida y eficaz, es decir, para atraer rápidamente a un gran número de consumidores y conseguir una gran cuota de mercado. El elevado volumen de ventas reduce los

La estrategia de precios de penetración tiene como principales objetivos: La estrategia de penetración en el mercado consiste en incrementar la participación de la empresa de



distribución comercial en los mercados en los que opera y con los productos actuales, es decir, en el desarrollo del negocio básico. Esta estrategia se puede llevar a cabo provocando que los clientes actuales compren más productos (por ejemplo, ampliando los horarios comerciales), atrayendo a los clientes de la competencia (por ejemplo, bajando precios) o atrayendo a clientes potenciales (por ejemplo, ofreciendo parking gratuito). Desde el punto de vista de las empresas de distribución comercial, esta estrategia consistirá en crecer sobre la base del mismo formato comercial dirigido al mismo mercado, pudiendo desarrollarse esta estrategia o bien a través de un crecimiento interno, o bien a través de un crecimiento externo. (Cuesta, 2006)

Después de un análisis crítico de los costos y gastos en que incurrirá para la prestación del servicio INSTALSEGURITY SAS, se tendrán en cuenta los costos y gastos como:

- Costos de insumos
- Costos de la mano de obra requerida para la instalación de los equipos de seguridad
- Costos Indirectos de Fabricación o Prestación del servicio (C.I.F.) como serán los costos logísticos
- Gastos de Administrativos
- Gastos de Ventas.
- Estos serán identificados y previamente definidos como costos fijos y variables y como Gasto de ventas y Gastos administrativos, es así que una vez definidos estos la estrategia a utilizar será de la “precio de mercado” será.



1. Ingreso al mercado mediante el esquema de Precio de penetración, es decir por debajo de los precios más bajos de prestación del servicio hallados en la competencia previamente identificada.
2. Una vez establecida la empresa y con un buen posicionamiento en el mercado se entrará a precio de sombra, es decir, entre el precio más alto y el más bajo que se esté ofreciendo en el mercado.
3. Desarrollada la estrategia anterior la unidad productiva pasara a un precio de mercado es decir estudiada la competencia directa e indirecta se ingresará a un precio medio de los diversos competidores, siendo esta la estrategia que se estima se mantendrá en el mercado, descartando el llamado precio de descreme en razón a la naturaleza misma del servicio y del perfil de usuarios al cual se apunta en la estrategia de mercado previsto inicialmente

Teniendo en cuenta que la distribución es directa es decir la negociación se realiza directamente con los clientes al igual que la prestación del servicio en sus hogares, se consideró que la empresa debe contar con un medio de transporte que pueda transitar por la ciudad sin ningún problema o restricción, para los instaladores, los cuales deben desplazarse con los sistemas, accesorios y herramientas según sea el caso, este costo logístico ha sido tenido en cuenta para la definición del precio de venta al público que INSTALSEGURITY S.A.S. definirá en las tres estrategias planteadas.



3.4 Esquemas de promoción y campaña publicitaria

La promoción es un factor individual y determinante único en cuanto al éxito y en la obtención de los objetivos trazados por parte de una empresa, la promoción como tal es una estrategia que busca aumentar las ventas y orienta constantemente cual es la estrategia más efectiva, esta se debe analizar y desde allí determinar cuál es la estrategia que se debe tomar para que esta contribuya al mejoramiento de la imagen de la empresa, y para ser reconocida y deseada por los clientes.

Las estrategias de promoción que INSTALSEGURITY SAS estima implementar pretenden fundamentalmente resaltar la calidad del servicio que esta empresa presta y hacer de esta manera más interesante el proceso de venta o ser más llamativo en la compra. Considerando que una buena estrategia promocional dará mayor certeza en la presentación de los servicios en los diferentes espacios en los que se aborden a los clientes potenciales buscando que el esquema promocional influya en el comprador directo de la empresa.



Dentro de las estrategias que se estiman implementar se tienen:

3.3.1 Estrategias permanentes

- Publicidad en las tiendas, almacenes o puntos estratégicos concurridos por los potenciales clientes a través de herramientas innovadoras y llamativas como volantes informativos, incentivos de fidelización, combo de servicios, entrega de obsequios por adquisición de servicios, etc., para quien compre que puedan atraer a las personas a conocer la compañía y el servicio ofrecido, para estos casos también existirán personas que den a conocer el producto haciendo énfasis en la innovación, valor agregado y desarrollo tecnológico.
- Dar a conocer la compañía y el servicio en los medios de comunicación para generar conocimiento de la misma causando curiosidad dentro las personas, mediante los diferentes medios de comunicación como programas de televisión como metro cuadrado o programas que promocionan los elementos de construcción y equipamiento de viviendas, programas de radio que lleguen a diferentes estratos sociales donde se invite a visitar nuestras tiendas, redes sociales donde se puedan dar a conocer fotografías y videos acerca de los servicios prestados.



3.3.2 Estrategias temporales

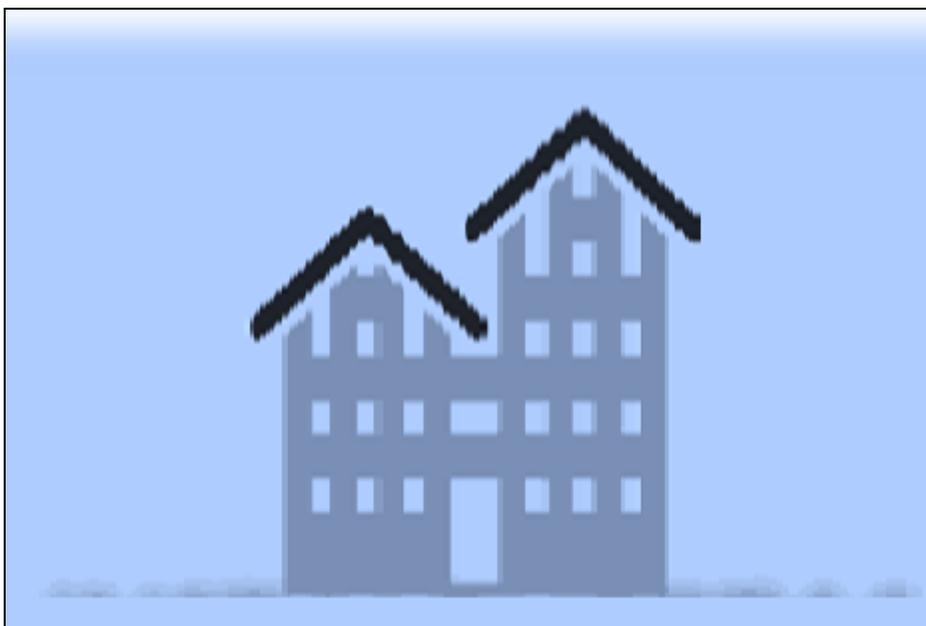
- Ubicación de stand de demostración de los sistemas de seguridad dónde se pueda mostrar a las personas su funcionamiento, ventajas y ventajas de contar con dichos sistemas en sus hogares.
- Realizar combos de servicios o rebaja de precios en los sistemas y su instalación.
- Para ganar fidelización de clientes se puede ajustar el precio de venta a un punto en el que mínimo haya un punto de equilibrio en cuanto a la proyección, dicho ajuste de precio se realiza a los clientes con el objetivo de ser competitivo y tener un aumento de ventas significativas en un periodo de tiempo determinado.

4. IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA

Según Currás (2010), citando a Reitter y Ramanantsoa, afirma que: Identidad corporativa es un conjunto de características interdependientes de una organización, que le dan especificidad, estabilidad y coherencia y así hacen e identificable a una empresa, dicha identidad corporativa se estructura con un símbolo y unas letras que generan propiedad, asignación y recordación por ello para la presentación comercial de la empresa se han tomado las siguientes especificidades en los componentes de la imagen corporativa que se describe a continuación de forma independiente.

4.1 Logo símbolo

Figura 7 Imagen de INSTALSEGURITY S.A.S.





El logo símbolo está representado por dos edificios entrelazados, se quiso representar como un edificio alto protegiendo a uno más pequeño. INSTALSEGURITY S.A.S., tiene como objetivo la protección de los hogares por eso se quiso representar el cuidado de un grande por un pequeño, y como se trata de sistemas de seguridad domiciliario por eso su imagen representativa son edificios o viviendas. Al ser INSTALSEGURITY S.A.S., una unidad estratégica se quiso conservar el color azul, como color corporativo de la compañía matriz.

4.2 Logo tipo

Figura 8 Logotipo de Instalsecurity S.A.S.



El logotipo de INSTALSEGURITY S.A.S., o tipografía se enmarca en la letra Times New Román, este tipo de letra es utilizada en publicidad está asociadas a la tipografía comercial ya que es buena para la impresión de etiquetas y embalajes. Se considera ideal para textos cortos pero muy grandes, carteles y/o titulares. Está especialmente indicadas para visualizaciones en pantallas, quedando legibles en tamaños pequeños (siempre que no sean demasiado largos), como lo es INSTALSEGURITY SAS.

Según la psicología de la tipografía transmiten modernidad, seguridad, alegría y en ciertas ocasiones neutralidad o minimalismo.

4.3 Estructura organizacional

4.3.1 Organigrama



La estructura organizacional será de forma horizontal en la cual se presentan los diferentes niveles de autoridad ubicándose en el nivel más alto a Director General, en segundo nivel se encuentran todos los coordinadores y en el tercer y último nivel los dependientes, auxiliares, instaladores, y demás funcionarios que dependen de cada coordinador. Igualmente, esta es una Estructura Lineal, debido a que esta estructura se basa exclusivamente en la autoridad lineal y, en la aplicación del principio de unidad de mando, en la cual se establece que cada superior tiene autoridad única, exclusiva y absoluta sobre sus subordinados; no comparte con nadie. Entre el superior y el subordinado existe una línea directa y única de autoridad y responsabilidad, es exclusiva, total y no compartida. Los ejecutivos toman las decisiones y los subordinados las ejecutan.



4.3.2 Funciones de los cargos

- **Director General**

Es el encargado de asegurar que el servicio sea llevado a cabo adecuadamente cumpliendo con los requisitos de calidad, debe tomar decisiones en cuanto a estrategias adecuadas para el cumplimiento de las metas planteadas; coordinando la operación y supervisando la eficiencia de la empresa en cuanto a calidad y rendimientos. Además, es el encargado de llevar la administración financiera y administrativa de la organización, velando por su crecimiento y buscando el impulso comercial de la compañía.

- **Coordinador Operativo**

Tendrá a su cargo la coordinación de las actividades operativas del servicio de principio a fin, por lo tanto, será encargado de las personas que se encuentran en las tiendas recibiendo las órdenes de servicio, de la recepción en oficinas, de los instaladores. Encargado de que la prestación operativa del servicio sea exitosa, también llevara indicadores y registros necesarios para el logro de los objetivos planteados por la organización.



- **Coordinador de Compras**

Encargado de las relaciones con los proveedores, y del suministro de todos los sistemas, accesorios y elementos necesarios para llevar a cabo la operación.

- **Coordinador Comercial**

A su cargo tendrá las personas encargadas de la consecución de los clientes, envío y ajuste de cotizaciones, así como de las campañas y avances publicitarios, manejo ya administración de redes sociales y página web. Llevará indicadores y registros que permitan tener control del mercado objetivo, y de que cada día sean más los clientes allegados a la compañía.

- **Contador General**

Encargado del departamento contable, a su cargo estará la facturación, cartera, contabilidad, manejo tributario, pagos y demás. Para cada proceso contará con el personal necesario y preparado el cual será de apoyo a las operaciones realizadas.



- **Instaladores**

Encargados del desarrollo de todo el proceso de instalación de los servicios prestados por la compañía, desde el manejo de equipos, herramientas y accesorios y su debida limpieza, así como el manejo de los sistemas dados por el cliente como encargo, adicionalmente estarán en las tiendas recibiendo las ordenes de servicio por parte del cliente.

- **Personal Operativo**

Personal de apoyo coordinador operativo e instaladores, tendrán a su cargo la recepción, atención al cliente e información.

- **Jurídico y Talento Humano**

Estos procesos se realizarán con compañías externas ya que no es necesario contar con ellos de forma permanente.



4.3.3 Riesgos laborales

La labor a desarrollar esta considerada por la ARL como riesgo tipo 3 (Maquila, ebanistería y Labores de Instalación en vivienda) y este está cubierto por la respectiva ARL donde el contratista este realizando su contribución.

4.3.4 Gantt de desarrollo e implementación del plan de negocio

Proyecto	INSTALSEGURITY		Responsables Luz Mileny Burtica y John Jairo Cubillos													
Estrategia Básica	RETAION TACTICA DE DESA		Indicador de éxito Global: APERTURA Y PUESTA EN MARCHA													
PLAN DE DESARROLLO E IMPLEMENTACION DE PROYECTO	ABRIL 01 AL 30	MAYO 01 AL 31	JUNIO 01 AL 30	JULIO 01 AL 31	AGOSTO 01 AL 31	SEPTIEMBRE 01 AL 30	OCTUBRE 01 AL 31	NOVIEMBRE 01 AL 30	DICIEMBRE 01 AL 31	ENERO 01 AL 31	FEBRERO 01 AL 28	MARZO 01 AL 31	ABRIL 01 AL 30	MAYO 01 AL 31	JUNIO 01 AL 30	
DEFINICIONES DE PLAN DE ACCION Y CRONOGRAMA DE TRABAJO	Yellow															
GESTION EN PROCESOS DE INNOVACION ANALISIS Y ESTUDIO DE MERCADO		Green														
REVISION Y AJUSTES A PLAN DE INNOVACION Y VARIABLES DE MERCADO			Green													
DEFINICION DE ESTRATEGIAS Y CANALES DE DISTRIBUCION, ANALISIS Y ESTRATEGIAS DE PRECIOS, ESQUEMAS DE PROMOCION Y CAMPAÑA PUBLICITARIA			Green													
ANALISIS CRITICO DE COMPETIDORES			Green													
PROYECCION DE PRONOSTICOS DE VENTAS Y OBJETIVOS COMERCIALES A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO				Blue												
VIABILIDAD TECNICA, DIAGRAMAS DE FLUJO DEL PROCESO DE PRESTACION DEL SERVICIO				Blue												
DEFINICION DE EQUIPOS MAQUINARIA Y TECNOLOGIA				Blue												
VIABILIDAD ADMINISTRATIVA, ORGANIZACIONAL Y FINANCIERA					Red	Red										
VIABILIDAD LEGAL Y SOCIAL DEL PROYECTO							Purple									
ADecuACION DE PROYECTO Y SUSTENTACION								Red								
PLANEACION DEL PROCESO DE LEGALIZACION Y ADECUACION DE INSTALACIONES									Yellow							
LEGALIZACION, REGISTRO DE MARCA Y PROCESOS PARAFISCALES										Green						
DESARROLLO DE CAMPAÑA PUBLICITARIA										Blue	Blue					
APERTURA E INICIO DE LABORES											Red					
EVALUACION DEL BANCO DE CLIENTES											Blue					
SEGUIMIENTO DE IMPLEMENTACIONES Y CONTROL DEL PLAN DE DESARROLLO												Orange	Orange			
VALIDACION DE ESTRATEGIAS COMERCIALES													Orange	Orange		
CRECIMIENTO, PLENITUD Y PROSPECCION																Blue



5. MERCADO OBJETIVO Y NIDO DE MERCADO

De acuerdo con la investigación, análisis de mercado y especificaciones del servicio, se definió el mercado meta como el segmento del mercado al que **INSTALSEGURITY S.A.S** se dirige considerando un conjunto de compradores que tienen necesidades comunes y que las características de las unidades familiares o viviendas que los usuarios del servicio habitan ubicadas en las localidades con mayor índice de hurtos reportados, dichas localidades son: Usaquén, Chapinero, Barrios Unidos y San Cristóbal, y de ellas las viviendas estratificadas como 3, 4, 5 y 6

En tal sentido **INSTALSEGURITY S.A.S**, se enfocara a un segmento de mercado específico inicialmente para que en su proceso de desarrollo llegue a nuevas localidades de la ciudad de Bogotá, y potencialmente a nuevos espacios geográficos del territorio nacional al cual se le pueda generar un mayor valor agregado al esperado inicialmente generar logrando as un alto grado de satisfacción que permita potencializar el número de clientes que hagan a la empresa rentable y sostenible a través del tiempo.

Las cifras de este mercado se hallan descritas en el numeral 2.4., en donde se determinó la estimación de la demanda actual y potencial.



5.1 Selección del mercado meta

En la planeación del plan de mercadeo del servicio de la empresa se da inicio con la decisión de sus metas de mercado, como ya se comentó (cuatro localidades enunciadas en estratos 3, 4, 5 y 6) una vez que se estableció tácticamente la meta, el siguiente paso que se definirá para la determinación del mercado objetivo y nicho de mercado en el proceso de planeación estratégica que asume la empresa consiste en seleccionar y analizar los mercados metas adicionales en estratos y/o segmentos diferentes. La determinación del mercado meta final será un grupo de potenciales clientes hacia donde la unidad de servicios tratará de orientar su esfuerzo de mercadotécnico.

Tres (3) condiciones ayudarán a definir a la empresa a alcanzar su mercado objetivo y su nicho:

1. Las características básicas para caracterizar y clasificar a los clientes, por ello en la determinación de la demanda se definió de forma tácita que este mercado objetivo debe ser: mensurable y accesible.
2. El segmento del mercado debe ser accesible mediante la determinación periódica de la demanda y los canales de distribución, medios de publicidad, fuerza de ventas de la empresa deben poseer costos y gastos lo menos gravoso posible.
3. Así mismo, se determinará que cada mercado objetivo y su nicho deben ser lo suficientemente grande para que cada uno genere utilidades. Se pretende de esta manera



tratar a cada cliente como un segmento separado para realizar la atención más personalizada como se ha estimado.

5.1 Ventajas competitivas

Dentro de las ventajas competitivas halladas que ofrece el servicio, hacia el comprador se pueden describir:

- Contar con un servicio integral
- Ofrecer un servicio que permite encontrar una forma alternativa la solución a la intención actual identificada por el estudio de las macro mega tendencias de ser atendido de forma personalizada.
- Poder contar con una ubicación estratégica, Bogotá, una cadena sectorial integral, desde el proceso productivo del sistema de alarma, un respaldo de empresas de prestigio comercializadoras del bien (HOME CENTER) y un esquema de atención fundamentado en la experiencia,
- INSTALSEGURITY SAS, está amparada, refrendada y sugerida por empresas con tradición en el sector.
- INSTALSEGURITY SAS busca permanentemente la diferenciación del servicio que ofrece respecto al que la competencia posee.
- INSTALSEGURITY SAS se centrará en una porción más limitada del mercado en lugar de un mercado completo, como una estrategia de potencialización empresarial.
- Desarrollar formas de crear valor para los compradores.
- Integrar características que estén dispuestos a pagar los clientes.



- Usar características propias para crear una reputación e imagen de la marca
- Adaptarse a las necesidades especializadas de cada segmento objetivo.
- Adaptarse al nicho en donde el servicio genere mayor número de demandas de servicios.
- Comunicar periódicamente la capacidad a satisfacer los nuevos requerimientos de los potenciales compradores.
- Avalar su servicio evidenciado ante los clientes la firma de contratos de exclusividad del servicio con grandes productores y comercializadores del bien.
- Demostrar que sus equipos de técnicos son profesionalmente cualificados.



6. ANÁLISIS FINANCIERO

6.1 Objetivos

- Determinar la viabilidad financiera del proyecto
- Analizar los efectos de la financiación en la rentabilidad y liquidez del proyecto.
- Analizar los recursos necesarios y su costo

6.2 Estado de ingresos y egresos

El estado de ingresos y egresos se encuentra en el Apéndice 2.

6.3 Costos y gastos

La proyección de costos por unidad para la prestación de los servicios ofertados, partirá del precio de mano de obra requerida, como se muestra a continuación:

Figura 9 Costo Mano de Obra por Unidad Producida

TOTAL, SALARIOS	TOTAL, UNIDADES	TOTAL
\$ 148.800.000	1783	\$ 83.455

Fuente. Los Autores



Solo se toman los salarios de los instaladores que hacen parte de la mano de obra directa, los demás colaboradores hacen parte de los costos indirectos que se presentan a en la siguiente figura:

Figura 10 Costos Indirectos de Fabricación.

CIF	MENSUAL	ANUAL
Gastos Laborales	\$ 30.574.423	\$ 366.893.072
Transportes	\$ 10.000	\$ 120.000
Póliza de Seguro	\$ 325.679	\$ 3.908.148
Servicios	\$ 2.149.500	\$ 25.794.000
TOTAL	\$ 33.059.602	\$ 396.715.220

Fuente. Los Autores

Se determina el costo del servicio según los costos antes mencionados (MO y CIF) para el año, en cuanto a la proyección de costos se toma un aumento anual de 1,5% que corresponde a promedio de inflación anual, dicha proyección se indica en la figura 11:

Figura 11 Proyección de Costos

AÑO	MO	CIF	TOTAL
1	\$ 148.800.000	\$ 396.715.220	\$ 545.515.220
2	\$ 151.032.000	\$ 398.698.797	\$ 549.730.797
3	\$ 153.297.480	\$ 400.692.290	\$ 553.989.770
4	\$ 155.596.942	\$ 402.695.752	\$ 558.292.694
5	\$ 157.930.896	\$ 404.709.231	\$ 562.640.127

Fuente. Los Autores



6.4 Obligaciones financieras

A continuación, se plasma el proceso de amortización de la deuda obtenida por la empresa para comenzar su constitución y operación, se tomó la Trimestre Anticipado (T.A.) con un DTF + Puntos que corresponden a:

Figura 12 Depósito a Término Fijo DTF

DTF	5,08%
Puntos	15%

Fuente. Los Autores.

Y luego fueron convertidos en una tasa efectiva anual, arrojando un resultado de un interés DTF E.A. de 22,88%, dicha conversión se realizó de la siguiente manera:

$$E.A. = \frac{1}{1 - \left(\frac{DTF + Puntos T.A.}{4}\right)^4} - 1 \qquad E.A. = \frac{1}{1 - \left(\frac{20,08\%}{4}\right)^4} - 1 = 22,88\%$$

Se muestra el valor a amortizar en cada año al igual que el valor de intereses a pagar y su respectivo saldo actual, es decir el saldo de capital que resta por pagar y del cual se van a calcular los intereses a pagar en el periodo correspondiente al saldo en cuestión, a continuación, se evidencia el detalle: [..\FINANCIERO\ANALISIS FINANCIERO.xls](#)



6.5 Inversión inicial y retorno sobre la inversión

La inversión inicial y el retorno sobre la inversión se encuentran en el Apéndice 3.

6.6 Flujo de efectivo e indicadores financieros

El flujo de efectivo e indicadores financieros se encuentran en el Apéndice 4.

6.7 Estados financieros y balance general

En el estado de resultados presentado se puede apreciar una utilidad correspondiente al 1.5% del valor total de las ventas en el primer año proyectado (2017), en dicho cuadro se evidencia el pago de obligaciones financieras que corresponden al valor anticipado requerido para la puesta en marcha de la empresa, dichas obligaciones financieras van rebajando al pasar de los años permitiendo una utilidad Neta con tendencia al aumento donde al quinto año se presenta una variación de 83% con respecto al primer año proyectado, y que en promedio tiene una variación de 33% con respecto a la utilidad del periodo anterior.

Aunque la utilidad es relativamente baja con respecto a los valores de ventas se debe trabajar en rebajar en costos indirectos de fabricación. [..FINANCIERO\ANALISIS FINANCIERO.xls](#)



6.6 Análisis de sensibilidad e índices financieros

6.7 Fuentes de apoyo financiero

Las fuentes de apoyo financiero se encuentran en el Apéndice 5.



7. ANÁLISIS LEGAL

La sociedad por acciones simplificadas está reglamentada según la Ley 1258 de 2008. Dicha sociedad podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2016)

Una sociedad por acciones simplificadas puede constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, su naturaleza es comercial, pero puede hacer actividades tanto comerciales como civiles, se crea por documento privado y nace después del registro en la cámara de comercio, a menos de que los aportes iniciales incluyan bienes inmuebles se requiere de escritura pública.

Según, Cámara de Comercio de Bogotá (2016) el artículo 5 de la ley 1258; por regla general, SAS se constituye por Documento Privado donde consta:

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas
- Razón Social seguida de las letras “SAS”
- El domicilio principal de la sociedad y las sucursales
- Término de duración, puede ser a término indefinido
- Enunciación clara de las actividades, puede ser indefinido para realizar cualquier actividad lícita



- Capital Autorizado, Suscrito y Pagado. Número y clase de acciones, términos y formas en que se pagarán
- Forma de administrar, con documentos y facultades de los administradores. Cuanto menos un Representante Legal

Sin embargo, cuando se donen bienes que necesiten como formalidad legal (escritura pública), la constitución debe elevarse a escritura pública también. Según El Congreso de la Republica (2016) expone que los estatutos de la sociedad fijarán los órganos necesarios y sus respectivas funciones, cuando menos un representante legal. En caso de ser un solo accionista, éste ostentará todas las funciones y obligaciones que la ley le confiere. Cabe destacar que no deberá tener revisor fiscal al menos que supere los topes reglamentados por la ley 43 de 1990. Los accionistas responderás sólo hasta el límite de sus aportes. Sin importar la causa de la obligación, laboral, fiscal etc. Puede desestimarse su personalidad jurídica en caso de probarse que fue constituida para defraudar, dicha estimación la da las Supersociedades. (Congreso de la Republica, 2016)

La única limitación de la SAS es la de negociar sus valores en el mercado público de valores. Cabe destacar que el pago de las acciones suscritas no puede exceder de 2 años.

En la creación de una empresa también se debe tener en cuenta algunas leyes y/o decretos que regulan y controlan todas las operaciones organizacionales de la empresa; lo que asegura y da confianza de que el servicio ofrecido es de alta calidad y da cumplimiento a la normatividad vigente.



- **Cámara de Comercio:** entidad privada sin ánimo de lucro que busca construir una Bogotá - Región sostenible a largo plazo, promoviendo el aumento de la prosperidad de sus habitantes, a partir de servicios que apoyen las capacidades empresariales y que mejoren el entorno para los negocios con incidencia en la política pública. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2016)
- **Código de Comercio:** Regula las relaciones mercantiles. Los comerciantes y los asuntos mercantiles se regirán por las disposiciones de la ley comercial, y los casos no regulados expresamente en ella serán decididos por analogía de sus normas. (Código de Comercio, 2010)
- **Código Sustantivo del Trabajo:** La finalidad primordial de este Código es la de lograr la justicia en las relaciones que surgen entre empleadores y trabajadores, dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social. Rige en todo el territorio de la República para todos sus habitantes, sin consideración a su nacionalidad. Regula las relaciones de derecho individual del Trabajo de carácter particular, y las de derecho colectivo del Trabajo, oficiales y particulares. (Ortega, 1955)
- **Decreto 2649 de 1993:** **Por el cual se reglamenta la contabilidad en general y se expiden los principios o normas de contabilidad generalmente aceptados en Colombia.** Conjunto de conceptos básicos y de reglas que deben ser observados al registrar e informar contablemente sobre los asuntos y actividades de personas naturales o jurídicas. Apoyándose en ellos, la contabilidad permite identificar, medir, clasificar, registrar, interpretar, analizar, evaluar e informar, las operaciones



de un ente económico, en forma clara, completa y fidedigna. (Vásquez, Vásquez, D & Cifuentes, 2005).

- **Decreto 624 de 1989:** Por el cual se expide el Estatuto Tributario de los Impuestos Administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales. (Tributario, E., TRIBUTARIA, O., & PASIVOS, S, 2004).
- **Ley 99 de 1993, Ley del medio ambiente:** Principios Generales Ambientales. La acción para la protección y recuperación ambientales del país es una tarea conjunta y coordinada entre el Estado, la comunidad, las organizaciones no gubernamentales y el sector privado. El Estado apoyará e incentivará la conformación de organismos no gubernamentales para la protección ambiental y podrá delegar en ellos algunas de sus funciones. (Pérez, 2002).
- **Ley 256 de 1996:** Por la cual se dictan normas sobre competencia desleal. Tiene por objeto garantizar la libre y leal competencia económica, mediante la prohibición de actos y conductas de competencia desleal, en beneficio de todos los que participen en el mercado. (Secretaria Senado, 2017)



8. ANÁLISIS SOCIAL

8.1 Delimitación del proyecto en el plan de gobierno

Luego de realizar lectura y análisis del plan nacional de gobierno 2014-2018, se ha evidenciado un aspecto de vital importancia para el proyecto que se ha venido presentando, el cual se basa en fortalecimiento de la población joven, donde se tocan aspectos acerca de la creación de empresa, para mayor ilustración a continuación se presentan un extracto del plan nacional de Gobierno expuesto, analizado y publicado en el periódico el Heraldo (2016):

“Del PND se pueden destacar tres medidas de la estrategia transversal de movilidad social, las cuales si logran articularse de manera adecuada podrían tener un efecto importante sobre el futuro laboral de los jóvenes. Como primera medida, la profesora Paola Roldán destaca el fortalecimiento del Mecanismo de Protección al Cesante, que incentiva la contratación de aprendices y practicantes, “La estrategia de formación en empresa, podría significar para los jóvenes beneficiarios del programa superar una de las principales barreras de acceso al empleo formal: la falta de experiencia”, explica. Igualmente, la docente resalta el objetivo del plan por lograr que los esfuerzos nacionales, regionales y locales para reducir el embarazo adolescente vayan en la misma dirección, a través de la asistencia técnica a los entes territoriales. “Esto podría traducirse en menores tasas de deserción estudiantil y mayores oportunidades para los adolescentes”. (El Heraldo, 2016)



8.1 Delimitación del proyecto en el plan de productividad y competitividad Colombia 2019-2032

En el marco del modelo de desarrollo planteado para 2019, se pretende que el país se encaminé hacia un mejor uso de su potencial productivo, esto se logra con la explotación de los mercados donde debe ampliarse la internacionalización; expandir el mercado doméstico, incorporando la población excluida por sus bajos ingresos a la demanda de bienes y servicios y a la oferta de factores productivos, especialmente trabajo; y fortalecer la capacidad del sector productivo, para adaptarlo a las cambiantes condiciones internas y externas. (Plan de productividad y competitividad Colombia 2019-2032).

Se propone disponer de capacidad competitiva para que Colombia sea exitosa en el mercado local y en los mercados internacionales. La capacidad competitiva del país depende de la competitividad de sus empresas y de las cadenas productivas que ellas conforman. En el plan se menciona la necesidad que el Estado formule y ejecute políticas de tipo transversal que contemplen las condiciones de entorno de la actividad empresarial, sin relegar aquellas que permitan tener impacto directo sobre las empresas. (Plan de productividad y competitividad Colombia 2019-2032)

En cuanto a las empresas el plan menciona que tanto los trabajadores y empresarios deben dirigir sus recursos y esfuerzos hacia aquellas áreas en las que efectivamente se



puedan consolidar ventajas competitivas. (Plan de productividad y competitividad Colombia 2019-2032)

“Así, sectores capaces de garantizar su sostenibilidad, generar valor agregado, ofrecer externalidades positivas y producir efectos multiplicadores, deberán fortalecerse, convirtiéndose en una importante base para el crecimiento de la economía. Sin pretender suplantar o predecir de antemano la selección que surgiría del mercado, es posible citar algunos casos dentro de las potencialidades del país, dadas sus características de localización, clima, paisaje y biodiversidad. Es el caso del turismo, la biotecnología y la prestación de servicios de salud que –como ya se ha visto en ciertos sectores para algunos países– podrían eventualmente convertirse en propulsores de la economía”. (Plan de productividad y competitividad Colombia 2019-2032).

8.2 Integración del proyecto a lineamientos sectoriales

En cuanto a lineamientos sectoriales el proyecto de INSTALESECURITY S.A.S., contempla aspectos como cuidado y conservación del medio ambiente, en cuanto a los lineamientos sectoriales para educación se espera poder colaborar con el precepto “ Facilitar la transición de la escuela al trabajo”, generando fuente de empleo para personas con poca o nula experiencia laboral, adicionalmente se rechaza la competencia desleal y el incumplimiento normativo y tributario. En cuanto al lineamiento de inclusión social y de discapacidad se espera poder ofrecer la contratación con personas con algún tipo de discapacidad física o perteneciente a los programas de protección social del Estado.



8.2 Impacto económico, social y ambiental en la región

INSTALSEGURITY S.A.S., no genera impacto ambiental ya que los únicos desechos que se espera tener son de oficina los cuales se entregarán a empresas de reciclable con experiencia que del tratamiento adecuado a los residuos entregados. En cuanto al impacto social y económico se espera que con la generación de empleo y contribuyendo a la seguridad de los hogares Bogotanos el impacto sea totalmente positivo y contribuya al desarrollo y seguridad de los Bogotanos.



9. VALIDACIONES

9.1 Validación técnica

- **Experiencia:** Para el diseño de éste proyecto se tuvo en cuenta la experiencia adquirida en el transcurso de los años, tanto personal como empresarial, con aras de pensar en un proyecto exitoso y de reconocimiento en el mercado.
- **Aprovechamiento:** INSTALSEGURITY S.A.S., aprovecha el reconocimiento y posicionamiento de Interdoors S.A., para presentarse como aliado estratégico que le de apalancamiento y apoyo al proyecto.
- **Necesidades de los clientes:** Dados los índices de inseguridad en la ciudad y la preocupación de los ciudadanos se diseña un servicio que de satisfacción a las necesidades de los clientes y que sea de fácil acceso para ellos.
- **Costes del Proyecto:** se validaron los costos para poner en marcha el proyecto, se detalla el costo y gasto de cada uno de los factores que afectan la puesta en marcha del negocio.
- **Normatividad Vigente:** Se considera cada uno de los aspectos legales y normativos que pueden afectar al proyecto para que su funcionamiento esté siempre bajo los lineamientos judiciales del país.
- **Riesgos Locativos:** En razón al desarrollo del cumplimiento de la misión de INSTALSEGURITY, los principales riesgos locativos no se dan dentro de la organización sino en el cumplimiento de su misión como instalador. Dichos riesgos



están cubiertos por la comercializadora, por medio de una fiducia si fuese por operatividad, mala instalación o casos fortuitos que se deberá determinar al momento que se generen, dentro del proceso de instalación y prueba del sistema de seguridad puede generarse adicionalmente riesgos externos al proceso mismo como fluido eléctrico inestable o muros mal cimentados que pueden afectar el proceso.

9.1.1 Gestión de calidad

Para el proceso de calidad en la prestación del servicio, la empresa se ha fundamentado en las etapas de control de la calidad en esos tres aspectos:

- Control previo: al recibir los insumos que van a ser implementados en el sistema de seguridad que la empresa proyecta prestar se efectúa control previo de funcionalidad y calidad de cada uno de ellos acordes a una lista de chequeo que se define para cada uno de dichos insumos.
- Control perceptivo: Una vez se ha iniciado el proceso de instalación, se realiza visita al sitio de operación en donde se ha inspecciona la correcta instalación de los insumos y se revisa que estos estén operando correctamente.
- Control posterior: Una vez terminado el proceso de instalación se realiza recorrido en cada uno de los sitios en donde se ha efectuado la aplicación de los insumos junto con el cliente validando que estos hayan quedado operando y funcionando correctamente.



Posteriormente y como garantía del servicio y/o a solicitud del cliente se realizarán visitas técnicas y cuantas sean necesarias a los sitios donde se ha instalado, hasta por un periodo de un año, buscando realizar los ajustes pertinentes o mantenimientos correctivos que permitan la estabilidad de operación.

9.2 Validación financiera

La validación financiera del proyecto se realiza a través de proyecciones a cinco (5) años, dichas proyecciones se realizan a las ventas y obligaciones financieras, y en general a las diferentes cuentas que afectan el Balance y el PyG. Con el plan financiero se pretende establecer la viabilidad que tiene el proyecto planeado justificado en los números su posible futuro financiero.

Se analiza la financiación, aportes y capital requerido para la puesta en marcha del proyecto, así como la amortización a través del tiempo ya que se requiere un crédito con una entidad financiera para iniciar la actividad económica. Se parte de la idea de éxito y en mira a la expansión nacional.

Toda la información se presenta en un Anexo al proyecto allí se pueden encontrar las cifras a las que se ha llegado luego de un estudio minucioso de la operación.



9.2.1 Riesgos financieros

Instalsecurity en su proceso de implementación de proyecto ha considerado de manera cierta la dependencia financiera que se tiene con respecto a la alianza estratégica con la empresa comercializadora, dado que si esta no realiza una campaña promocional y publicitaria efectiva de la venta de los insumos, la empresa no recibirá órdenes para el proceso de instalación, situación que afectaría el flujo de efectivo por la no prestación del servicio y habría que visualizar la opción de nuevas líneas de servicios o la potencialidad de desarrollar una actividad alterna y/o complementaria a la que principalmente se ha definido.

El capital de trabajo que la empresa requiere es relativamente bajo dado que la demanda de mano de obra y otros aspectos van directamente relacionados con el número de operaciones que se efectúen durante un periodo de tiempo.

9.2.2 Validación comercial

Para la validación comercial se parte de la base de innovación, darse a conocer dentro del mercado por la innovación y la importancia que tienen los clientes para la organización. Como herramienta se aplica una encuesta a los clientes de Interdoors en sus diferentes tiendas, con los resultados de dicha encuesta se establecen los servicios a ofertar y los canales para dar a conocer en la ciudad a la compañía y sus servicios ofertados.



CONCLUSIONES

- Acerca de la idea de negocio, proyecto de grado y proyección de emprendimiento se puede decir que existe una gran posibilidad en el mercado para llevar a cabo la idea planteada, aunque es solo la parte teórica con ella se pueden observar las oportunidades presentes en el sector de servicios y más precisamente servicios de seguridad domiciliaria, con las investigaciones, proyecciones, estimaciones y demás contenido del proyecto se puede concluir que es un servicio de auge en la ciudad.
- Teniendo en cuenta los resultados de la encuesta realizada, se puede observar como el proyecto tienen una gran aceptación y curiosidad dentro del mercado objetivo de INSTALSEGURUTY S.A.S.
- Actualmente la posibilidad de penetrar el mercado es alta, conociendo ya aspectos de lo que las personas desean encontrar en servicios de seguridad domiciliaria ofertados, adicionalmente como valor agregado INSTALSEGURITY S.A.S., cuenta con el apoyo de una empresa reconocida nacional e internacionalmente.
- Al realizar la evaluación financiera del proyecto, se desarrollaron algunos indicadores los cuales arrojan resultados para determinar desde un punto financiero, la viabilidad que tendría nuestra compañía cuando sea puesta en funcionamiento.



LISTA DE REFERENCIAS

Alcaldía Municipal de Cajicá, (2015). Análisis del sector económico – sector comercio al por mayor y al por menor (seguridad electrónica y bienesTIC). Recuperado el 10 de octubre de 2017, de: [file:///C:/Users/DELL/Desktop/DA_PROCESO_16-9-424122_225126011_22919600%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/DELL/Desktop/DA_PROCESO_16-9-424122_225126011_22919600%20(1).pdf)

Cámara de Comercio de Bogotá (2016). ley 1258 de 2008. Recuperado el 20 de agosto de 2017, de:
<https://www.ccb.org.co/content/download/1718/26782/file/Ley%201258%20de%202008.pdf>.

CCB (2017). Código de comercio de Colombia decreto 410 de 1971-PDF. Recuperado el 10 de agosto de 2017, de:
<file:///c:/users/svirtualp2.ujaveriana/downloads/codigo%20comercio.pdf>

Congreso de la Republica (2016). LEY 43 DE 1990. Recuperado el 20 de agosto de 2017, de: http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-104547_archivo_pdf.pdf

Cuesta (2006) Estrategias de crecimiento de las empresas de distribución comercial. Tesis doctoral. Recuperado el 15 de noviembre de 2017, de: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2006/pcv/index.htm>

Currás (2010). Identidad e imagen corporativas: revisión conceptual e interrelación. Teoría y Praxis, (7).

de Comerció, C. (2010). Código de Comercio. Boletín Oficial del Estado.



El Heraldo (2016). PLAN NACIONAL DE DESARROLLO. En Línea. Recuperado el 20 de octubre de 2017, de: <https://www.elheraldo.co/economia/cinco-analisis-los-ejes-del-plan-nacional-de-desarrollo-190166>.

Escudero (2015). Marketing en la actividad comercial. Recuperado el 15 de octubre de 2017, de: <https://books.google.com.co/books?isbn=8490781281>

Kotler & Amstrong (2007). Fundamentos de Marketing (8va edición). México: Pearson, Prentice Hall.

NovedadesSupervisa (2014). Novedades en Seguridad Electrónica. Recuperado el 10 de noviembre de 2017, de: <http://novedadessupervisa.blogspot.com.co/search?updated-max=2014-08-25T11:18:00-07:00&max-results=2&reverse-paginate=true>

Ortega (1955). Código sustantivo del trabajo y código procesal del trabajo. Temis.

Pérez, G. S. (2002). Desarrollo y medio ambiente: una mirada a Colombia. Economía y desarrollo, 1(1), 80-98.

Tributario, E., TRIBUTARIA, O., & PASIVOS, S. (2004). DECRETO 624 DE 1989. Editorial Legis.

TTCS (2017). Sistema de alarma de seguridad. Recuperado el 10 de agosto de 2017, de: <http://www.ttcs.es/?id=10516:que-es-un-sistema-de-alarma>

Secretaria Senado (2017). LEY 256 DE 1996. Recuperado el 10 de agosto de 2017, de: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0256_1996.html



SeguridadTi.mx (2015). Alarmas: negocio rentable. Recuperado el 11 de agosto de 2017, de: <http://seguridadti.mx/alarmas/item/1167-alarmas-negocio-rentable/1167-alarmas-negocio-rentable>

SeguridadDominiliariaEnElHogar.com. Seguridad Domiciliaria: Sistemas. (2016). Recuperado el 10 de agosto de 2017, de: <https://seguridadenelhogar.wordpress.com/2011/08/29/seguridad-domiciliaria-sistemas/>

Supervisa.com (2017). La seguridad electrónica: un mercado en pleno auge. Recuperado el 20 de octubre de 2017, de: <http://www.blog.supervisa.co/la-seguridad-electronica-un-mercado-en-pleno-auge/>

Vásquez, Vásquez, D & Cifuentes, (2005). Contabilidad financiera. Universidad del Rosario.



APÉNDICES

Apéndice 1 Diseño de la encuesta

1. ¿Ha solicitado servicios de instalación de accesorios para sus viviendas?

- SI
- NO

2. Califique la calidad del servicio prestado en una escala de 1-5 (siendo 5 alta calidad-1 mínima calidad).

1 – 2 – 3 – 4 – 5

3. En una escala de 1-5 califique el índice de inseguridad en su barrio o localidad (siendo 5 índice alto de Inseguridad -1 índice Mínimo).

1 – 2 – 3 – 4 – 5

4. ¿Instalaría sistemas de seguridad domiciliaria en sus viviendas?

- SI
- NO



- 5. Si la respuesta a la pregunta anterior fue positiva ¿contrataría usted los servicios de instalación a una empresa familiar de INTERDOORS S.A.S.?**
- SI
 - NO
- 6. ¿Por qué adquirió usted los servicios de instalación con INTERDOORS S.A.S.?**
- a. Precios Bajos
 - b. Calidad del Servicio
 - c. Facilidad de Acceso
 - d. Confiabilidad por estar presente en almacenes como Homecenter y Madecentro
- 7. En qué aspectos cree usted debe mejorar la prestación del servicio de instalaciones brindado:**
- a. Tiempos del servicio
 - b. Desempeño de los instaladores
 - c. Calidad en el servicio
 - d. Rebaja de Precios
- 8. ¿Recomendaría usted los servicios ofertados por INTERDOORS S.A.S. o compañías aliadas?**
- SI
 - NO



9. ¿Le interesaría conocer acerca de una empresa que brinde la instalación de sistemas de seguridad para su vivienda?

- SI
- NO

10. ¿Por qué medio se enteró usted los servicios prestados por INTERDOORS S.A.S.?

- a. Internet
- b. Publicidad expuesta en tiendas
- c. Publicidad en Almacenes (Homecenter – Madecentro)



Apéndice 2 Estado de ingresos y egresos

[ANALISIS FINANCIERO.xls](#)

Apéndice 3 Inversión inicial y retorno sobre la inversión

[ANALISIS FINANCIERO.xls](#)

Apéndice 4 Flujo de efectivo e indicadores financieros

[ANALISIS FINANCIERO.xls](#)

Apéndice 5 Fuentes de apoyo financiero

[ANALISIS FINANCIERO.xls](#)