



**ESTUDIO DE VIABILIDAD FINANCIERA PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DEDICADA A SERVICIOS DE SEGURIDAD ELECTRÓNICA EN LA
CIUDAD DE PALMIRA, VALLE DEL CAUCA**

WILMER ANDRES RENDON SANCHEZ

Código 20211824109

Universidad Antonio Nariño

Programa Contaduría Pública

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Ciudad, Colombia

2021

**ESTUDIO DE VIABILIDAD FINANCIERA PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DEDICADA A SERVICIOS DE SEGURIDAD ELECTRÓNICA EN LA
CIUDAD DE PALMIRA, VALLE DEL CAUCA**

WILMER ANDRES RENDON SANCHEZ

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:

Contador Publico

Director (a):

WILSON ERAZO JARAMILLO

Línea de Investigación:

Finanzas y sus aplicaciones

Universidad Antonio Nariño

Programa Contaduría Publica

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Palmira, Colombia

2021

NOTA DE ACEPTACIÓN

El trabajo de grado titulado

Cumple con los requisitos para optar

Al título de _Contador Publico.

Firma del Tutor

Firma Jurado

Firma Jurado

Ciudad, Día Mes

Resumen

El presente trabajo investigativo se enfoca en el análisis de la viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la seguridad, orientándose a la persona natural y pymes vallecaucanas, análisis aspectos técnicos, legales y financieros. En este orden de ideas, se desarrolló un estudio descriptivo que inicia con el planteamiento del problema, desarrollo de encuestas para conocer el perfil consumidor, generar un estudio técnico, legal, organización y financiero, este último con el fin de determinar las proyecciones de ingresos y egresos, como también la inversión inicial.

Para poder determinar el perfil del consumidor se aplicaron 385 encuestas, evidenciándose aceptación por parte de los usuarios. De igual forma se analiza los aspectos técnicos y legales a tener en cuenta para la generación de la idea de negocio. Como también en la parte financiera, se aplicó evaluaciones financieras analizando variables como la TIR y el VAN; evidenciándose que los activos generar beneficios económicos para los inversionistas y el horizonte del tiempo analizado son 10 años.

Los anteriores resultados permiten validar que el modelo de negocio es viable, y permite la generación de ingresos económicos para los inversionistas, siendo una propuesta atractiva para el desarrollo en la ciudad de Palmira, Valle del Cauca

Palabras claves: Empresa de servicios, Seguridad electrónica, Modelo de negocio, Servicios informáticos, Emprendimiento, Viabilidad financiera.

Abstract

The present investigative work focuses on the analysis of the viability for the creation of a company dedicated to security, targeting the natural person and Valle del Cauca SMEs, analysis of technical, legal and financial aspects. In this vein, a descriptive study was developed that begins with the statement of the problem, development of surveys to know the consumer profile, generate a technical, legal, organizational and financial study, the latter in order to determine income projections and expenses, as well as the initial investment.

In order to determine the consumer's profile, 385 surveys were applied, showing acceptance by users. In the same way, the technical and legal aspects to be taken into account for the generation of the business idea are analyzed. As also in the financial part, financial evaluations were applied analyzing variables such as IRR and NPV; evidencing that the assets will generate economic benefits for investors and the time horizon analyzed is 10 years.

The previous results allow to validate that the business model is viable, and allows the generation of economic income for investors, being an attractive proposal for development in the city of Palmira, Valle del Cauca

Key words: Service company, Electronic security, Business model, IT services, Entrepreneurship, Financial viability.

Tabla de Contenido

Resumen.....	II
Abstract.....	III
Lista de Tablas.....	VI
Lista de Figuras.....	VII
Lista de Anexos	VIII
1 Introducción.....	9
2 Justificación.....	11
3 Antecedentes.....	16
4 Objetivos.....	22
4.1 Objetivo General.....	22
4.2 Objetivos Específicos	22
5 Descripción del Negocio	23
5.1 Localización.....	23
5.2 Infraestructura.....	24
5.3 Objetivo Económico	24
5.4 Constitución Jurídica y/o Legal	25
5.5 Estructura Organizacional	26
5.5.1 Área gerencial y comercial (Gerente y Director Comercial).	27
5.5.2 Área operativa (Técnico Instalador).	28
5.6 Servicios	28
6 Análisis del Mercado y la Competencia.....	31
6.1 Definición de Modelo de Idea de Negocio	31

6.2 Metodología.....	34
6.2.1 Enfoque de la investigación.....	34
6.2.2 Tipo de investigación.....	35
6.2.3 Método de investigación.....	35
6.2.4 Técnicas e instrumentos.....	36
6.2.5 Fuente de datos.....	36
6.2.6 Selección de la muestra.....	37
6.3 Estudio de Mercado	37
6.4 Competencia	41
6.5 Plan de Ventas y Marketing.....	42
7 Plan de Operación.....	45
7.1 Procesos	45
7.1.1 Procesos estratégicos.....	45
7.1.2 Procesos operativos.....	46
7.1.3 Procesos de apoyo o soporte.....	47
7.2 Elaboración del Producto y/o Servicio	47
8 Plan Financiero	50
9 Conclusiones.....	57
10 Bibliografía	59
11 Anexos	63

Lista de Tablas

Tabla 1 Servicios Ofertados al Público.....	29
Tabla 2 Comparativo de oferta de servicios frente a la competencia	42
Tabla 3 Análisis de Costos de Idea de Negocio.....	51
Tabla 4 Proyección de Ventas e Ingresos.	53
Tabla 5 Cálculo de Tasa Interna de Retorno y Valor Actual Neto.	54
Tabla 6 Detalle de Inversiones.....	54
Tabla 7 Balance.	55
Tabla 8 Consolidado de Flujo de Efectivo.....	56

Lista de Figuras

Figura 1. Percepción de inseguridad a nivel nacional	11
Figura 2. Tasa de delitos por tipo	12
Figura 3. Estadísticas de hurtos en la ciudad de Palmira – 2011 - 2012	12
Figura 4. Discontinuidad empresarial en Colombia 2015 – 2019	14
Figura 5. Ubicación geográfica del municipio de Palmira, Valle del Cauca.....	23
Figura 6. Desagregación de la actividad económica según sector – Palmira	24
Figura 7. Estructura organizacional de la empresa	27
Figura 8. Nueve pilares del modelo Canvas	33
Figura 9. Pregunta: ¿Usa (tiene instalado) sistema de seguridad electrónica en su casa o negocio?.....	38
Figura 10. Pregunta: ¿Le gustaría un sistema de seguridad para su vivienda o negocio?39	
Figura 11. Pregunta: Si su respuesta fue No, ¿cuál es el motivo?	40
Figura 12. Pregunta: ¿En qué estrato se encuentra ubicado su negocio o residencia?	40
Figura 13. Flujograma Elaboración y entrega de Producto o Servicio	49

Lista de Anexos

Anexo A. Anexo A. Servicios Ofertados al Público.....	63
Anexo B. Encuesta de Caracterización del Perfil Consumidor.	65

1 Introducción

El ser humano siempre ha buscado innovar los distintos procesos productivos de tal manera que le permita satisfacer sus necesidades con mayor eficiencia, lo que implica hacerlo a través de bienes o servicios de mayor calidad y a un menor costo. Esto hace que un negocio o emprendimiento pueda ser competitivo en el mercado y logre posicionarse a mediano y largo plazo convirtiéndose en una fuente de soluciones a una necesidad humana como también, en una fuente de ingresos para el emprendedor y su grupo de colaboradores.

En este trabajo se desarrolla una idea de negocio o emprendimiento que atiende de forma clara la tendencia descrita líneas arriba: por un lado, se pretende ofrecer Servicios de Seguridad Electrónica para domicilios o locales comerciales en la ciudad de Palmira, Valle del Cauca y, de otra parte, se busca abarcar un mercado más amplio, es decir, llegar a la población que no ha tenido acceso a este tipo de servicios por distintas causas, especialmente relacionadas con el factor económico.

En la actualidad, tanto los hogares como las empresas colombianas y del mundo están tendiendo a enfocarse en la generación de ambientes seguros para sus residentes y clientes, esto debido a que al evaluar los sistemas de seguridad electrónica se evidencia que estos son inexistentes, que son deficientes o muy simples, favoreciendo la oportunidad de ilícito por parte de terceros. Frente a esto, se evidencia que el número de domicilios, locales comerciales o empresas que poseen este tipo de seguridad es muy bajo, lo que se puede entender por un lado por el alto costo que conlleva la adquisición de estos servicios, como también que en el caso de las empresas MiPymes los empresarios no poseen la conciencia adecuada sobre la necesidad, y como consecuencia muchas de estas organizaciones siguen prescindiendo de servicios de seguridad como parte de las estrategias organizacionales.

En este ejercicio (desarrollo de idea de negocio) convergen aspectos profesionales, donde se pone en contexto los conocimientos adquiridos durante el proceso formativo; aspectos relacionados con el emprendimiento, dado que el planteamiento y análisis financiero de la idea de negocio abre una puerta para poner en marcha la empresa, haciéndola sostenible en el tiempo; y académicos, pues el desarrollo teórico y práctico documentado de la idea de negocio sirve como base de consulta y soporte para otras ideas que se quieran desarrollar.

El enfoque de investigación implementado en este trabajo fue mixto (cuantitativo y cualitativo), de tal manera que se utilizaron datos estadísticos (obtenidos principalmente de una encuesta) y matemáticos (a través del ejercicio de análisis financiero de la propuesta de negocio), como también, descripciones que acercan al trabajo investigativo permitiendo explicaciones más significativas del objeto de estudio. El tipo de investigación usada fue exploratoria y descriptiva: para la búsqueda de la información relacionada con la construcción de esta idea de negocio se realizó una revisión literaria haciendo posible una ampliación conceptual del tema a trabajar y posteriormente se recopiló datos e información sobre el objeto de estudio que permiten hacer una caracterización del negocio y del perfil del consumidor.

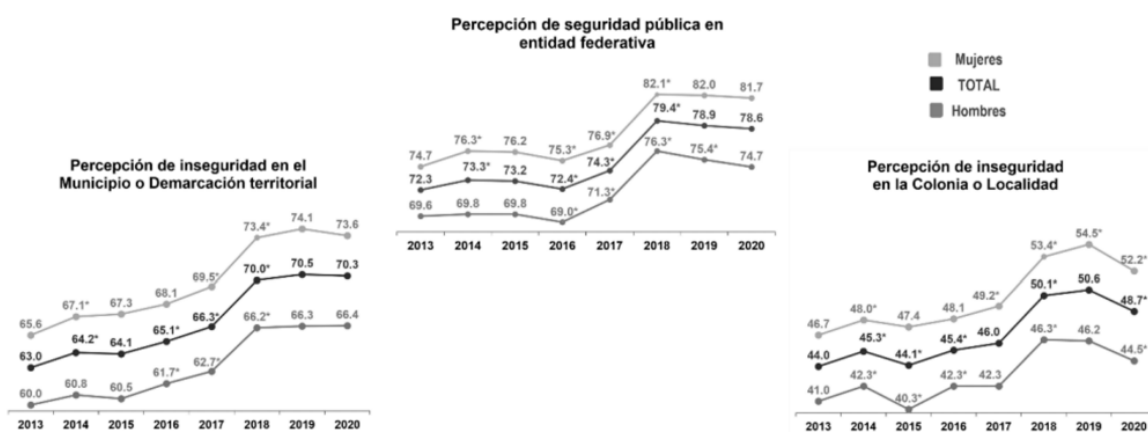
El trabajo se enfoca entonces en la realización de un estudio de viabilidad financiera para la creación de una empresa dedicada a Servicios de Seguridad Electrónica, domótica y automatización en la ciudad de Palmira, como respuesta a la demanda de este de mercado.

2 Justificación

Los índices de inseguridad a nivel nacional y la percepción de la misma, por parte de los ciudadanos ha ido en aumento en los últimos años, con una leve mejoría entre 2018 y 2020 según lo demuestran estudios realizados por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

Figura 1

Percepción de inseguridad a nivel nacional



Fuente: Encuesta de Convivencia y Seguridad Ciudadana - ECSC (DANE, 2021)

Delitos como el robo o asalto en la calle o transporte público son los más frecuentes, lo que implica que salir del hogar hacia el exterior ya de por sí implica un alto riesgo a la seguridad personal. Sin embargo, nuestra casa, vivienda o lugar de habitación no es un sitio del todo seguro, pues según cifras de 2018, se cometieron 2.063 delitos x 100.000 Hab. que implican el robo en casa o habitación.

A pesar que en el mercado existen múltiples estrategias que brindan apoyo a las fuerzas de seguridad del Estado, no han sido suficientes para contrarrestar la constante inseguridad de las personas y sus bienes, tal como lo expresan las cifras de delitos.

Figura 2

Tasa de delitos por tipo

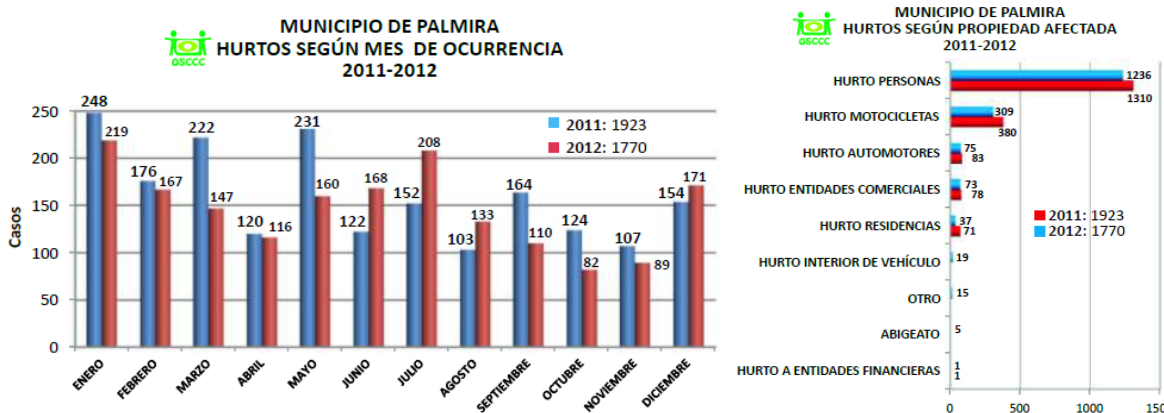


Fuente: Encuesta de Convivencia y Seguridad Ciudadana - ECSC (DANE, 2021)

De otra parte, a nivel local, específicamente en la ciudad de Palmira, no se tienen cifras muy actualizadas al respecto, sin embargo, estadísticas de años atrás demuestran que el hurto a residencias y establecimientos comerciales presenta cifras significativas que merecen la atención oportuna por parte de las entidades estatales.

Figura 3

Estadísticas de hurtos en la ciudad de Palmira – 2011 - 2012



Fuente: Delitos contra el patrimonio económico (Fundación Progreseemos, 2012)

Lo anterior permite encontrar un nicho de mercado próspero: mientras la percepción de inseguridad se mantenga en la población nacional y local, podremos encontrar clientes que a través de la adquisición de nuestros Servicios de Seguridad Electrónica puedan no sólo estar más seguros, sino también, sentirse más seguros.

En la actualidad, el mercado de seguridad electrónica no enfoca sus planes a los estratos más bajos, por ello, pensamos en poder hacer llegar este tipo de seguridad a personas con capacidades económicas más limitadas y así poder, además de posicionar la empresa, darle también un alcance social. Por ello, nuestra empresa se dedicará a la instalación de servicios en seguridad electrónica, que posibilitará mejorar la seguridad en estas comunidades, ayudando a resguardar y/o proteger sus bienes, además brindará un respaldo a las autoridades en su lucha contra la delincuencia.

El presente proyecto contiene el diseño y elaboración de un plan de negocio, que abarca el proceso de ideación e implementación de una empresa dedicada a la prestación de Servicios de Seguridad Electrónica enfocada a diversos sectores; con esta idea de negocio se pueden lograr beneficios económicos locales con la generación de empleo a personal calificado, así como para los aliados comerciales mediante la disposición de mejores precios, lo que favorece la adquisición de más productos y servicios por parte de los clientes potenciales; la creación o formulación de esta idea negocio responde a los proyectos gubernamentales que se enfocan en generar fuentes de empleo y aportar a la producción nacional.

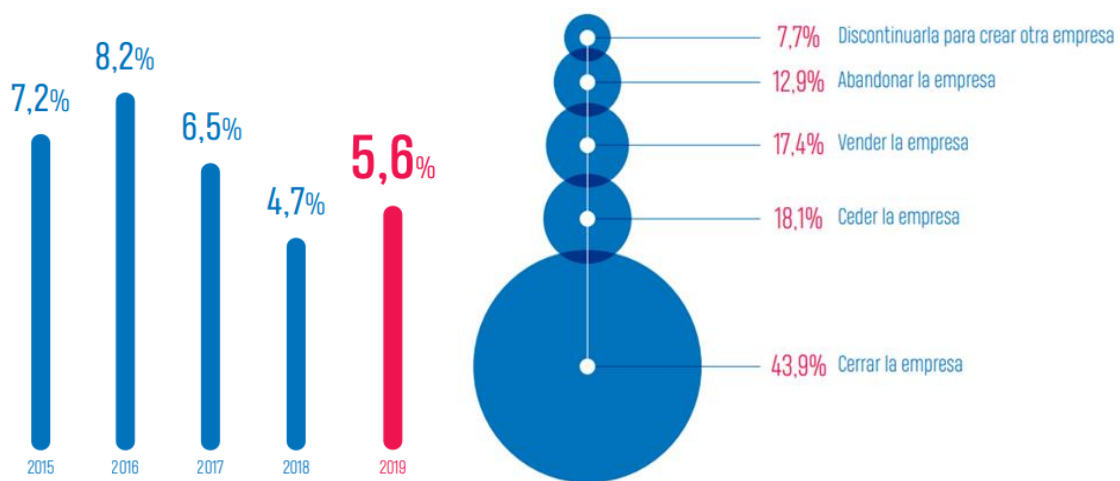
Respondiendo a los grandes retos que emergen del emprendimiento, como son los de crear algo nuevo y diferente, con el propósito de generar riqueza individual, además de un

valor agregado a la sociedad, se espera que este plan de negocios cuente con características de reconocimiento únicas, que se consolide como marca y lo más importante, sea apreciado y satisfaga las necesidades de los posibles clientes (Kao 1993).

Un factor importante a la hora de plantear una idea de negocio en nuestro país es la correcta planeación y proyección del mismo, de tal forma que se pueda analizar la viabilidad económica de la futura empresa, lo que permitirá —en condiciones más o menos normales, estables de la economía— su establecimiento, posicionamiento o discontinuidad. De acuerdo con el Global Entrepreneurship Monitor Report Colombia, un porcentaje importante de empresas registradas cierran o cambian de actividad en nuestro país, y aunque los motivos son diversos y no todos están asociados con el fracaso empresarial, se debe prestar especial cuidado a estas cifras (GEM Colombia 2019).

Figura 4

Discontinuidad empresarial en Colombia 2015 – 2019



Fuente: Dinámica de la Actividad Empresarial en Colombia (GEM Colombia 2019)

Las cifras de discontinuidad se tomaron teniendo en cuenta los datos acumulados desde 2015 a 2019, dado que a partir del 2020 las condiciones de la economía mundial y nacional cambiaron drásticamente por los efectos directos de la Pandemia por el Covid 19.

De acuerdo con (OBS Business School 2021), la viabilidad de un proyecto debe contar con al menos uno de los siguientes seis pasos: alcance del proyecto, análisis de situación, definición de requisitos, determinación del enfoque, evaluación de la viabilidad del proyecto y revisión del estudio de viabilidad del proyecto. Por lo anterior, se hace necesario evaluar la viabilidad financiera de la idea de negocio, lo que permitirá —a través de un análisis con base en un modelo financiero utilizado para evaluación de proyectos equiparables— determinar la viabilidad futura de la empresa.

3 Antecedentes

Con el fin de encontrar una base teórica y práctica en qué sustentar la idea de negocio se ha realizado una compilación de algunos trabajos, proyectos y empresas que desde el ámbito internacional, nacional y local desarrollan actividades similares a las que pretende nuestra empresa. Cabe aclarar, que ninguna de estas empresas o ideas de negocio tienen su sede administrativa en la ciudad de Palmira, Valle del Cauca, sin embargo, el área de operaciones e influencia de sus actividades abarca varias ciudades entre las que se encuentra Palmira. Por ello, varias de las empresas descritas a nivel local (Fortox, Seguridad Occidente y Seguridad Atlas) son competencia directa para nuestra idea de negocio.

- En Chile, se presenta un proyecto que tiene como misión mostrar el plan de negocios de la empresa Hogar Seguro. Empresa del rubro de la seguridad, emprendimiento que surge a partir de una necesidad insatisfecha para gran parte de la población, como menciona el nombre de la empresa, de tener un hogar seguro. Se trata de un negocio que busca suplir todos los vacíos que existen en la industria de la seguridad de los hogares a través de la oferta de un servicio que incluye tres elementos: en primer lugar se instala una caseta de guardia en una cuadra o barrio, que está encargada del cuidado 24/7 de los hogares que contratan el servicio; en segundo lugar, como complemento de lo anteriormente descrito, se instalan cámaras de seguridad en los lugares más propensos a ser entrada para ladrones, las cuales son monitoreadas a través de una pantalla por el cuidador en la caseta; por último, cuando los dueños de los hogares los abandonan por periodos largos (vacaciones,

paseos, feriados u otros motivos) existe la posibilidad de contratar el servicio de rondas, donde el cuidador realiza una ronda cada 4 horas a la casa en cuestión, con la principal misión de simular que el hogar está habitado.. Existe un alto porcentaje perteneciente a los grupos socioeconómicos ABC1 y C2 que temen por la seguridad en sus hogares diariamente, siendo la principal preocupación que, a la hora de cualquier problema, tanto carabineros como guardias, se demoran mucho en llegar al lugar. Una de las principales fortalezas de este negocio es su capacidad de respuesta. En la actualidad las distintas soluciones que ofrecen las empresas de seguridad no cubren al 100% la necesidad que tiene el cliente. Hogar Seguro se caracteriza por suplir esta necesidad a través del complemento de formas de seguridad. Debido a que se trata de un emprendimiento, el plan de marketing tiene el foco puesto en dar a conocer la empresa a través de un marketing mix que busca complementarse con la manera de funcionar del negocio. Para finalizar se ha realizado una evaluación financiera con un horizonte de tiempo de 5 años. Luego de llevar a cabo el estudio es posible observar que se trata de un negocio atractivo desde el punto de vista financiero dado que el proyecto de seguridad Hogar Seguro tiene un Valor Presente Neto positivo igual a \$62.149.848. Al mismo tiempo haciendo el análisis de la TIR, ésta da un valor mayor al requerido por la empresa para el proyecto (82,5%), por lo que también es atractivo desde este punto de vista (Izquierdo, Mardones, y Vallespir 2013).

- El trabajo denominado Estudio de factibilidad para el desarrollo de una empresa dedicada a la venta de sistemas de seguridad en el año 2017, parte de la inseguridad

que se vive hoy en día en la ciudad de Madero, como toda ciudad siempre ha existido el robo en casa habitación y en negocios locales, pero últimamente los índices delictivos se han incrementado. Por este motivo se observa un área de oportunidad el cual es la venta e instalación de sistemas de vigilancia y alarma en hogares y negocios comerciales. El objetivo de este trabajo es el realizar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a dicho giro, por lo tanto, se pretende conocer los trámites necesarios para registrarla oficialmente, asimismo se debe pensar con detenimiento la misión, visión y valores para así tener un objetivo a alcanzar. Igualmente se requiere de un estudio de mercado, técnico, económico y una evaluación la cual nos brinde la información necesaria para conocer el estado actual del mercado, la aceptación de la gente por los sistemas de vigilancia y alarma, rango de precios aceptable para la población objetivo, equipo e instalaciones a utilizar para ejecutar la actividad a la que se dedicará la empresa, además de la inversión inicial necesaria para operar durante mínimo un periodo de 3 meses y la estrategia de marketing a llevar a cabo para así competir con las otras empresas del mismo giro en el mercado actual. Esto se llevó a cabo mediante encuestas realizadas a la población de Ciudad Madero cuya particularidad principal fue que tuvieran un hogar propio para conocer su opinión sobre el producto, así mismo el conocer nuestras fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas es sumamente importante, esto para tomar una estrategia a seguir y fortalecer los puntos positivos y disminuir en lo posible los aspectos negativos. Además, hay que conocer de qué manera el proyecto impactará en la sociedad por lo que se realizó un análisis del

impacto social e impacto ambiental para determinar posibles daños o repercusiones al medio ambiente. Por último, se presentaron las conclusiones y las recomendaciones dadas a partir de los resultados obtenidos (López De La Cruz 2017).

- El trabajo “Plan de negocios para la creación de una empresa en servicios de seguridad electrónica” desarrollado en la ciudad de Bogotá, Colombia, tiene como objetivo, desarrollar el plan de negocios para la creación de una empresa prestadora de servicios en las áreas de seguridad electrónica que se caracterice por su eficiencia y confiabilidad al momento de prestar un servicio. Surge como respuesta a los problemas de delincuencia residencial que se han presentado en la ciudad, específicamente en las localidades de Kennedy y Teusaquillo, pues son algunas de las localidades que presentan un golpe bastante fuerte en cuanto los temas de seguridad comunal, manifestados en un descontento de la ciudadanía y un aumento de la criminalidad que se dedican al hurto de viviendas y locales. Para ello, el proyecto contempla inicialmente una línea en sistemas electrónicos de seguridad como son: instalación y mantenimiento de CCTV (circuito cerrado de televisión), citofonía, cercas perimetrales y control de acceso; estos servicios se brindarán a conjuntos residenciales, locales comerciales, oficinas y hogares principalmente. De acuerdo con los estudios de mercadeo realizados demostraron que la acogida de sistemas como de detección de incendios y alarmas de seguridad son los sistemas menos solicitados por los clientes objetivos del estudio, se puede realizar estudios que se enfoquen a empresas y/o oficinas en las cuales estos servicios si son bien recibidos. Finalmente, el proyecto mostró en todas las diferentes etapas de estudio una proyección positiva en cuanto a la elaboración

del mismo, desde el punto de la necesidad real hasta el estudio financiero que es bastante atractivo para un inversionista que planea apoyar una idea de negocio como esta (Cediel Gómez y González Martínez 2018).

- Actualmente en la ciudad de Palmira existen tres empresas que se dedican a brindar servicio de seguridad, tanto a casas como a compañías y los cuales se pueden considerar competidores. 1) Seguridad Atlas, es una empresa que lleva en el mercado desde 1995, dedicada o especializada en control de acceso y asistencia, intrusión y alarmas, seguridad privada, guardias y que en los últimos años crea la empresa Atlas Tecnología para dar respuesta a las condiciones del mercado de seguridad electrónica (Grupo Atlas 2021); 2) FORTOX Security Group, es una compañía con 44 años de experiencia en el sector de la seguridad privada que nace como marca en el 2010 producto de la fusión de Internacional de Seguridad y Gran colombiana de Seguridad y a la fecha se consolida como la tercera empresa más importante del país, con ventas operacionales de más de \$295.508 millones de pesos. Esta empresa de cobertura nacional ofrece un amplio portafolio de servicios en gestión de riesgos, consultoría, seguridad de instalaciones, seguridad de personas, seguridad de productos, seguridad canina y seguridad electrónica, brindando tranquilidad y seguridad en sectores como el industrial, portuario, clínico hospitalario, comercial, grandes superficies, construcciones, entre otros (Fortox Security Group 2021) y; 3) Seguridad Occidente, que desde su nacimiento en Palmira, hace tres décadas, es una empresa vallecaucana que no ha parado de crecer en pro de la seguridad de los colombianos. Inició un arduo camino, dentro del

competido mundo de la Seguridad Privada, para forjarse el reconocimiento que hoy tiene en el país, y en especial en las regiones del Valle del Cauca, Cundinamarca y Antioquia donde tiene una importante presencia, y en la Costa Caribe, donde está iniciando operaciones. De sus socios fundadores, todos ellos oficiales en uso de buen retiro del Ejército Nacional, Seguridad de Occidente recibió las bases de honor, disciplina y cumplimiento, que han sido los cimientos de la excelencia que distingue sus servicios, tales como: escolta personal, escolta de carga, consultoría en seguridad, monitoreo y videovigilancia remota, seguridad privada, seguridad canina y seguridad electrónica y tecnología. El factor fundamental del éxito de esta empresa vallecaucana es su compromiso social, aplicando en todas sus actuaciones una filosofía centrada en la ética y la transparencia con que maneja sus relaciones con la comunidad, los clientes y usuarios del servicio y; naturalmente con sus colaboradores, que son la razón de ser y la esencia de los servicios de seguridad privada que brinda Seguridad de Occidente (El País 2012).

Teniendo en cuenta los trabajos anteriores, que sirven en parte como base para apoyar el presente trabajo, surge la pregunta:

¿Es viable financieramente la creación de una empresa, que satisfaga las necesidades de seguridad electrónica y automatismo en la comunidad en general en la ciudad de Palmira, Valle del Cauca?

4 Objetivos

4.1 Objetivo General

Realizar un estudio de viabilidad financiera para la creación de una empresa dedicada a Servicios de Seguridad Electrónica, domótica y automatización en la ciudad de Palmira, Valle del Cauca.

4.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado que permita identificar aspectos relacionados con la competencia y el perfil del consumidor de Servicios de Seguridad Electrónica en la ciudad de Palmira, Valle del Cauca.
- Establecer el tipo de modelo de negocio y los aspectos técnicos u operativos pertinentes que posibiliten el desarrollo de la idea de negocio de prestación de Servicios de Seguridad Electrónica en la ciudad de Palmira, Valle del Cauca.
- Evaluar la viabilidad financiera de la idea de negocio de prestación de Servicios de Seguridad Electrónica en la ciudad de Palmira, Valle del Cauca.

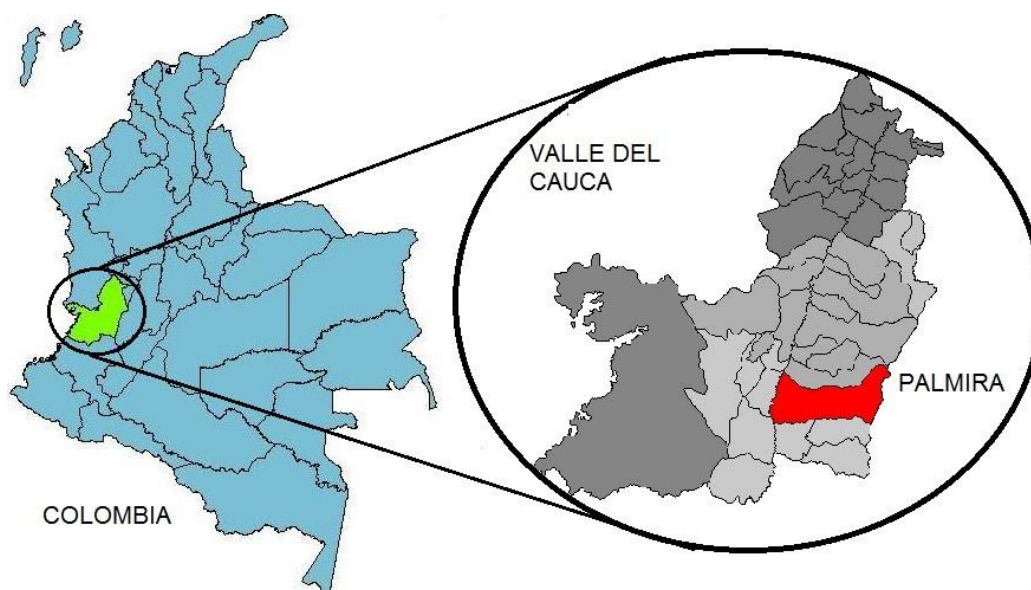
5 Descripción del Negocio

5.1 Localización

El presente plan de negocio se desarrollará en la ciudad de Palmira, municipio ubicado al sureste del departamento del Valle del Cauca, Colombia. De acuerdo con el último censo, Palmira cuenta con una población de 302.642 habitantes, de los cuales, más de la tercera parte se ubica en la zona urbana del municipio (78,4%) (DANE 2018).

Figura 5.

Ubicación geográfica del municipio de Palmira, Valle del Cauca.

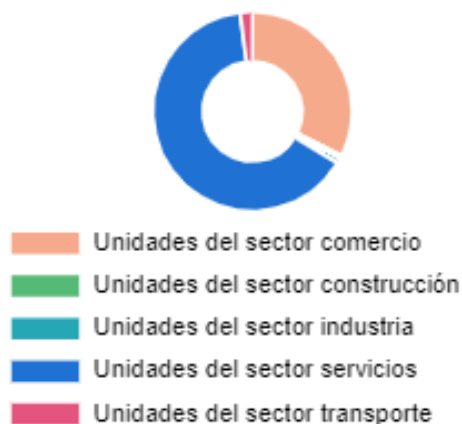


Fuente: Palmira, Valle del Cauca, Colombia (TPM 2021)

De acuerdo con estadísticas actuales, el sector de servicios —en el cual se ubicará nuestra idea de negocio— abarca el 57,94% del total de las unidades económicas de la ciudad de Palmira y se ha mantenido en los últimos años con un crecimiento sostenido.

Figura 6

Desagregación de la actividad económica según sector – Palmira



Fuente: Geovisor de resultados del conteo de unidades económicas. (Geoportal DANE, 2021)

La presente idea de negocio surge de la necesidad de brindar alternativas asequibles a la población palmirana en el tema de seguridad electrónica para la protección de sus bienes inmuebles y como respuesta ante la constante delincuencia que sufre la ciudad.

5.2 Infraestructura

La puesta en marcha de esta idea de negocio no requiere de la utilización de un espacio físico definido, tal como un local, dado que se administrará virtualmente. Para ello se requerirán equipos y recursos tecnológicos como computadores, teléfonos, internet, entre otros, que permitirán establecer conexión entre los potenciales clientes, los clientes activos y la empresa. La comercialización de los diferentes servicios se hará principalmente a través de medios digitales.

5.3 Objetivo Económico

En principio, la empresa brindará a la ciudadanía palmirana Servicios de Seguridad Electrónica para bienes inmuebles residenciales y comerciales. Este tipo de actividad se

encuentra clasificada por la DIAN mediante resolución 000139 del 21 de noviembre de 2012, con el código 8020 – Actividades de servicios de sistemas de seguridad.

5.4 Constitución Jurídica y/o Legal

- Constitución: para esta idea de negocio se ha escogido la figura de Empresarios Persona Natural. De acuerdo con la Cámara de Comercio de Palmira, las personas naturales que deseen matricularse como comerciantes deberán:
 - Diligenciar el formato de solicitud de Inscripción
 - Diligenciar el formulario del Registro Único Empresarial y Social RUES, suministrando en forma exacta los datos solicitados.
 - Diligenciar el formulario RUT y adjuntar fotocopia del documento de identidad del comerciante. En caso de que la persona natural ya tenga NIT, deberá indicarlo en el formulario.
 - Certificación para acreditar los requisitos de la Ley 1780 de 2016, en caso de cumplirlos.
 - Presentar todos los documentos anteriormente mencionados en cualquier sede de atención al público de la Cámara de Comercio de Cali o a través del servicio virtual de inscripción de actos y documentos y cancelar los derechos de matrícula a que hubiere lugar.
- Contratos: para la prestación de nuestros Servicios de Seguridad Electrónica utilizaremos diferentes formatos o modelos de contrato que se adaptarán de

acuerdo a las circunstancias. Entre ellos podemos utilizar: formatos de empleo usual (actas de iniciación, formato de orden de pago parcial o total); modelo de contratos de uso habitual (órdenes de servicio, suministro, compraventa, contrato de obra) (Garnica de la Espriella 2012).

- Pólizas de cumplimiento: éstas serán incorporadas en los contratos de prestación de nuestros servicios, con el firme objetivo de garantizar que los trabajos o labores vinculadas a la instalación del servicio se ejecuten de forma idónea, en los tiempos establecidos y con la calidad requerida y pactada con los clientes.

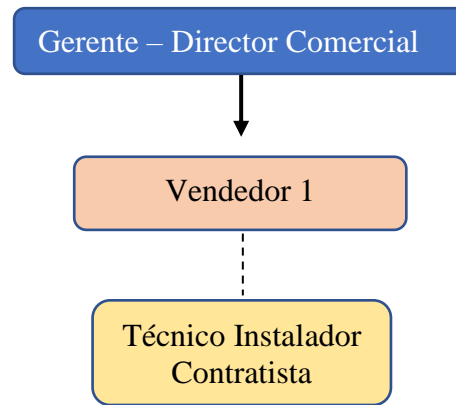
5.5 Estructura Organizacional

Empleados: la empresa contará internamente y en su máximo nivel jerárquico con un Gerente General, en segundo nivel se contará con un coordinador técnico, un director comercial y un contador público; a nivel externo, con la colaboración de técnicos contratistas, asesores comerciales y un diseñador gráfico para el área de publicidad y marketing.

El personal operativo con que contará la empresa será contratado de dos formas: 1) Directa, para el caso del Gerente General y Director Comercial, que será una misma persona quien cumplirá las dos funciones; Vendedores, 2) Por contrato de prestación obra/labor para el caso de él o los técnicos de instalación y mantenimiento de los Servicios de Seguridad Electrónica.

Figura 7

Estructura organizacional de la empresa



Fuente: elaboración propia.

5.5.1 Área gerencial y comercial (Gerente y Director Comercial).

Objetivo:

- Administrar los recursos económicos, técnicos y humanos de la empresa.
- Obtener los contratos con los diferentes clientes

Actividades:

- Mantener las relaciones comerciales con los proveedores estratégicos.
- Revisar el estado de los negocios que se estén realizando.
- Aprobar los presupuestos para los proyectos.
- Aprobar la contratación del personal para la empresa.
- Aprobación de la compra de material para los diferentes proyectos.
- Vigilar los logros de los asesores comerciales

- Realizar las visitas comerciales a los clientes
- Mantener una comunicación constante con los clientes para mantener una relación comercial.
- Actualizar constantemente los centros de la community managment
- Planear, dirigir y evaluar los estudios para atraer mayores clientes

5.5.2 Área operativa (Técnico Instalador).

Objetivo: ejecutar los trabajos de instalación o mantenimiento de los contratos acordados.

Actividades:

- Realizar los reportes o evaluaciones técnicas.
- Exponer los presupuestos para cada contrato.
- Ejecutar los trabajos de instalación y/o mantenimiento.

5.6 Servicios

La empresa pondrá a disposición de sus clientes el servicio de Sistema de Seguridad Electrónica para el hogar o establecimiento comercial a partir de diferentes Kits, los cuales se ajustarán a las necesidades y presupuesto de los clientes potenciales:

Tabla 1*Servicios Ofertados al Público*

Kit Cámara Uno		
Ítem	Descripción	Cantidad
	** Existencia Única **	
1	CAMARA AHD IR TIPO BALA METALICA 1/4 CMOS 720P LENTE 3.6MM 24 PCS IR LED	2
2	DVR 04CH HD-TVI-AHD 720P @30FPS 1080P @12FPS 1 RJ45 10M/100M MPBS 2 USB 2.0 1 SATA ALARMAS	1
3	DISCO DURO 1TB/ Intellipower 3.5" SATA WD	1
4	VIDEO BALUN PASIVO 1 CANAL 4 EN 1 TRANSMISION HDCVI 4K HASTA 200M	2
5	CABLE UTP CATEGORIA 5E CAJA 305M 100% COBRE	20
6	MANO DE OBRA	1
		Precio de venta: \$845.337
Kit Cámara Dos		
Ítem	Descripción	Cantidad
	** Existencia Única **	
1	CAMARA AHD IR TIPO BALA METALICA 1/4 CMOS 720P LENTE 3.6MM 24 PCS IR LED	6
2	DVR 04CH HD-TVI-AHD 720P @30FPS 1080P @12FPS 1 RJ45 10M/100M MPBS 2 USB 2.0 1 SATA ALARMAS	1
3	DISCO DURO 1TB/ Intellipower 3.5" SATA WD	1
4	VIDEO BALUN PASIVO 1 CANAL 4 EN 1 TRANSMISION HDCVI 4K HASTA 200M	2
5	CABLE UTP CATEGORIA 5E CAJA 305M 100% COBRE	40
6	MANO DE OBRA	1
		Precio de venta: \$1.200.409
Kit Alarma Uno		
Ítem	Descripción	Cantidad
1	TECLADO LED CABLEADO DE 10 ZONAS	1
2	PANEL EVO 8X2 ZONAS MAX 192 NO INCLUYE CAJA NI TECLADO	1
3	DETECTOR DE MOVIMIENTO DIGITAL INFRARROJO DE ALTO RENDIMIENTO	1
4	BATERIA DE PLOMO 12V 4AH	1
5	BOTON DE PANICO	1
6	CONTACTO MAGNETICO PARA PUERTAS DE MADERA NORMALMENTE CERRADO COLOR BLANCO 64*19*12,8MM	1
7	GABINETE	1
8	MANO DE OBRA	1
		Precio de venta: \$692.141

Tabla 1 (Continuación)

Kit Alarma Dos		
Ítem	Descripción	Cantidad
1	TECLADO LED CABLEADO DE 10 ZONAS	1
2	PANEL EVO 8X2 ZONAS MAX 192 NO INCLUYE CAJA NI TECLADO	1
3	DETECTOR DE MOVIMIENTO DIGITAL INFRARROJO DE ALTO RENDIMIENTO	3
4	BATERIA DE PLOMO 12V 4AH	1
5	BOTON DE PANICO	1
6	CONTACTO MAGNETICO PARA PUERTAS DE MADERA NORMALMENTE CERRADO COLOR BLANCO 64*19*12,8MM	2
7	GABINETE	1
8	MANO DE OBRA	1
		Precio de venta: \$956.271
Kit Alarma Inteligente		
Ítem	Descripción	Cantidad
1	TECLADO 32 CARACTERES LCD VISUALIZACIÓN DE ZONA EN TIEMPO REAL 1 ENTRADA DE ZONA COMPATIBLE SP/MG	1
2	CONSOLA SP DE 16 A 32 ZONAS	1
3	DETECTOR DE MOVIMIENTO DIGITAL INFRARROJO DE ALTO RENDIMIENTO	3
4	BATERIA DE PLOMO 12V 4AH	1
5	BOTON DE PANICO	1
6	CONTACTO MAGNETICO PARA PUERTAS DE MADERA NORMALMENTE CERRADO COLOR BLANCO 64*19*12,8MM	2
7	CABLE UTP CATEGORIA 5e CAJA 305m	120
8	GABINETE	1
9	MODULO INTERNET IP	1
10	MODULO DE EXPANSION INALAMBRICA DE 433MHZ	1
11	RELEVO DE POTENCIA	5
12	MANO DE OBRA	1
		Precio de venta: \$2.180.988

Fuente: elaboración propia.

Ver información detallada de costos de cada ítem en los kits y que conforman el precio de venta al público en el Anexo A. Servicios Ofertados al Público (detalles).

6 Análisis del Mercado y la Competencia

6.1 Definición de Modelo de Idea de Negocio

Para esta idea de negocio se tomó como referencia los modelos Fondo Emprender y el Modelo Canvas. Al estudiarlos se puede establecer que guardan cierta similitud, sin embargo, el modelo Canvas presenta una estructura más simple y acorde a la estructura del presente documento y se pueden establecer relaciones de forma más fácil entre ellos, razón por la que se escoge este último como el modelo a seguir para la estructuración de nuestra idea de negocio. A continuación, se presenta una síntesis de ambos modelos.

El primero (Fondo Emprender) es un modelo que no sólo posibilita la organización y estructuración de la idea de negocio, sino que, además, te permite captar recursos del Estado a través del Plan Semilla si se presenta ante un Centro de Desarrollo Empresarial en alguna de las sedes del SENA y se logra la aprobación por parte del Fondo Emprender de esta institución. Dicha inyección de capital es importante a la hora de emprender, sin embargo, al obtener ese beneficio, el nuevo empresario debe formalizar su empresa, pero permitir el constante acompañamiento durante un año por parte de un administrador asignado por parte del SENA. Si se cumplen los requisitos exigidos por el fondo durante este tiempo, el empresario podrá acceder a una condonación del 100% de los recursos que le fueron otorgados.

El Modelo de negocio Fondo Emprender, está dividido en los módulos de mercados, operación, organización, finanzas, plan operativo, impacto, resumen ejecutivo y anexos. De estos puntos se proporcionarán las herramientas necesarias que le permitan tanto al gestor

como al emprendedor desarrollar un plan de negocio coherente con la guía metodología y los criterios de evaluación exigidos por FONADE como ente evaluador:

- Datos generales
- ¿Quién es el protagonista?
- ¿Existe oportunidad en el mercado?
- ¿Cuál es mi solución?
- ¿Cómo desarrollo mi solución?
- ¿Cuál es el futuro de mi negocio?
- ¿Qué riesgos enfrento?
- Resumen ejecutivo.

Por su parte, el modelo Canvas, creado por Alexander Osterwalder y usado a nivel mundial, es una herramienta que se caracteriza por ser muy visual y esto hace más fácil la comprensión de la información allí consignada, permitiendo analizar desde diferentes puntos de vista la idea de negocio.

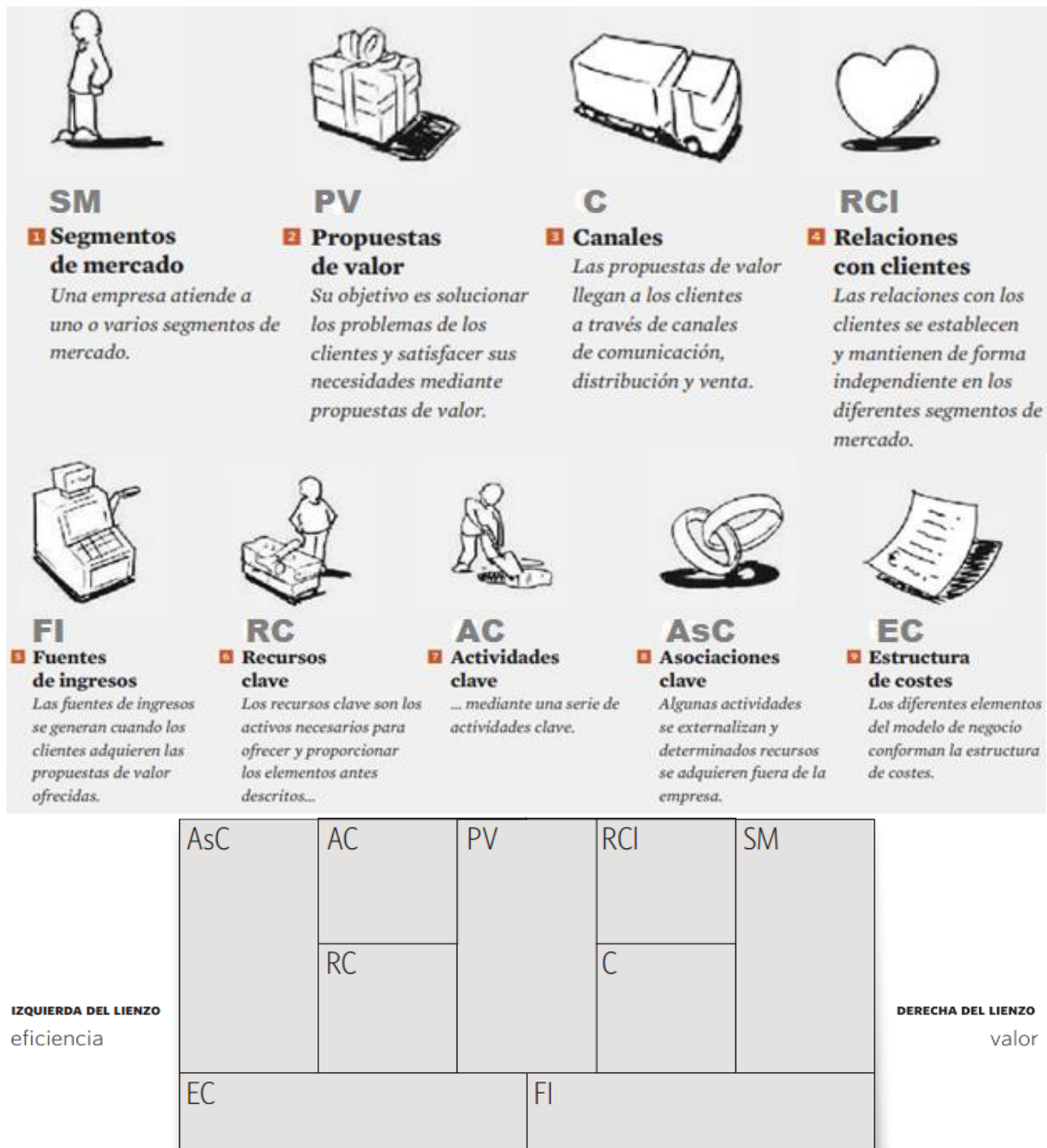
De esta manera, no sólo permite entender la idea de negocio, sino que, además, hace posible que todos los miembros de la organización puedan estar comprendiéndola. Este modelo es muy útil como apoyo a la gestión, permitiendo proyectarse a corto y mediano plazo.

El lienzo Canvas, permite fácilmente adaptar cualquier idea de negocio en un solo cuadro. Esta es la razón por la que se escogió este modelo de negocio para nuestra empresa. A pesar que la estructura de este documento no siguió en orden el paso a paso del modelo Canvas, se puede identificar todos los elementos del lienzo plasmados en los distintos

capítulos que contiene el presente escrito. La figura que se encuentra a continuación presenta la síntesis de los nueve pilares del modelo:

Figura 8

Nueve pilares del modelo Canvas



Fuente: Generación de modelos de negocio. (Osterwalder y Pigneur, 2011)

6.2 Metodología

6.2.1 Enfoque de la investigación.

La investigación tendrá un enfoque mixto, es decir cuantitativo y cualitativo, dado que ningún método llega a ser suficiente y a su vez, tampoco logra ser excluyente, por lo tanto, la utilización de metodologías diversas puede acercar aún más al investigador al objeto de estudio y permitirle un mayor entendimiento. Así, se pueden obtener hallazgos más completos, lo que deriva una mejor validación de los resultados y con ello, en un mejor entendimiento de los mismos (Binda y Balbastre-Benavent, 2013).

Es cuantitativo en tanto que, como dijera (Binda y Balbastre-Benavent 2013), “Posibilita inferir los hallazgos de la investigación en poblaciones más grandes, esto es, permite la generalización estadística de los resultados” (p. 181). Esto aplicaría perfectamente, dado que los resultados obtenidos de la población objeto de estudio (muestra) son entonces el reflejo de la población total en que se inscribe; los datos que emanan de una investigación cuantitativa se consideran, además, como rigurosos, tangibles y fidedignos, por lo que se puede establecer que tienen un alto grado de confiabilidad (Binda y Balbastre-Benavent, 2013). Puntualmente, en este trabajo, el enfoque cuantitativo se observa en la aplicación de una encuesta a la población de la ciudad de Palmira con el fin de recoger datos sobre el perfil del consumidor.

Por otra parte, el enfoque cualitativo en palabras de Lee y Lings (2008), “no solo sirve para explorar y describir, sino que también facilita el desarrollo del trabajo investigativo hacia la obtención de explicaciones significativas ante un fenómeno (citado en Binda y Balbastre-Benavent, 2013, p. 183), con lo que se podrá entender el contexto

social actual que sirve de nicho de mercado para nuestra idea de negocio como también los aspectos relevantes para la constitución de la empresa.

6.2.2 Tipo de investigación.

Se empleará en la investigación dos tipos que son el exploratorio y el descriptivo: ambos hacen parte de la investigación básica. El tipo exploratorio, se emplea en tanto que se realizará una búsqueda de información mediante revisión literaria acerca del tema caso de estudio, de tal manera que se pueda formular, definir un problema que nos lleve a una investigación un tanto más profunda o el desarrollo de una hipótesis. Posterior a esta revisión, se seguirá con la parte descriptiva, que nos posibilita la recopilación de datos e informaciones sobre el objeto de estudio, lo que permite conocer y determinar los modos de ser de la idea de negocio, para lo cual se realiza una caracterización de la idea de negocio y se analiza el perfil del consumidor palmirano (Nieto, 2018).

6.2.3 Método de investigación.

El método de investigación empleado es el deductivo, el cual hace parte de la investigación aplicada o tecnológica, plantea un desarrollo descendente, es decir, que fluye de lo general a lo particular (Abreu 2014), permitiendo determinar las características de nuestra idea de negocio a partir de estudios previos o proyectos de negocio asociados a la nuestra, buscando aterrizar en una idea particular, como es la creación de un plan de negocio en la ciudad de Palmira, Valle del Cauca.

6.2.4 Técnicas e instrumentos.

Para la realización de la investigación se empleará la encuesta, la cual será un instrumento de tipo exploratorio permitirá recibir información precisa sobre los consumidores, permitiendo la generación de conclusiones aterrizadas al tema caso de estudio. La encuesta se enfocará en la población de habitantes del municipio de Palmira, Valle del Cauca (Sampieri, Collado, y Baptista Lucio 2014). Anexo B. Encuesta de Caracterización del Perfil Consumidor.

6.2.5 Fuente de datos.

Las fuentes para la obtención de datos en una investigación se clasifican de acuerdo al nivel de información que proporcionan en primarias y secundarias (Sampieri et al. 2014).

Fuentes primarias: las fuentes primarias constituyen todas aquellas que permiten la generación de información nueva sobre un tema determinado, para la recolección de datos en esta categoría se empleará la encuesta con el fin de extraer mediante un muestreo probabilístico al azar la caracterización del perfil del consumidor palmirano. En este caso, tomaremos como principal instrumento la Encuesta. De acuerdo con (Martín 2011), la encuesta es un instrumento donde confluyen tanto el interés como la necesidad de obtener información directamente de quien es entrevistado. Como método de captura de información, se distingue por: recoger información que proporciona el entrevistado, bien sea de forma verbal o escrita como respuesta a un cuestionario estructurado y está dirigido siempre a una muestra de la población total.

Fuentes secundarias: en la investigación, las fuentes secundarias son las investigaciones, trabajos de grados de otras universidades y artículos sobre el emprendimiento que proporcionen información de relevancia y sean considerados como antecedentes del presente estudio.

6.2.6 Selección de la muestra.

Para el desarrollo de la encuesta de caracterización del perfil consumidor se realizarán 385 encuestas considerando una población de 312519 habitantes de la ciudad de Palmira, Valle del Cauca; considerando una probabilidad de éxito del 50% y un margen de error del 5%; considerando que la recomendación para el último es un valor entre el 3% y 5% (Anderson y Dennis J 2016; Miller, Freund, y Johnson 2004)

N: 312519 habitantes

Z para un nivel de confianza (95%): 1.96

p: probabilidad de éxito: 50%

q: probabilidad de fracaso: 50%

D: margen de error: 5%

$$N = \frac{N * Z^2 * p * q}{D^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$N = \frac{312519 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (312519 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5} \cong 385$$

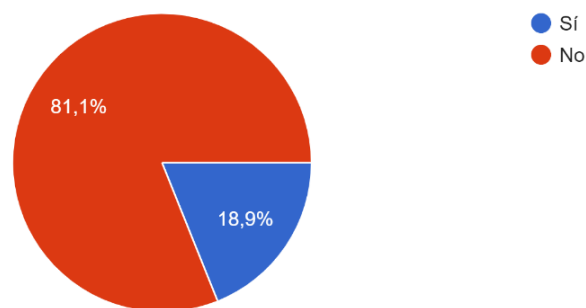
6.3 Estudio de Mercado

Con el objetivo de determinar el perfil de consumidor de nuestros servicios en la ciudad de Palmira, se realizó una encuesta que arrojó resultados importantes para este propósito.

Inicialmente se trata de establecer el porcentaje de hogares de la ciudad de Palmira —de acuerdo con la muestra establecida—, que no cuentan con sistemas de seguridad electrónica para saber si hay posibilidades reales de demanda de nuestros servicios. De acuerdo con la figura 8, existe una alta probabilidad de mercadeo de nuestros productos en la ciudad, dado que, por un lado, está demostrado que el hurto a residencias y locales comerciales existe y es real (Fundación Progreseemos 2012) y que, la percepción de inseguridad a nivel nacional ha crecido en los últimos ocho años (DANE 2021), y de otro lado, la mayoría de encuestados no tienen o cuentan con sistemas de seguridad electrónica en su domicilio o negocio con qué contrarrestar la inseguridad de que hemos hablado.

Figura 9

Pregunta: ¿Usa (tiene instalado) sistema de seguridad electrónica en su casa o negocio?



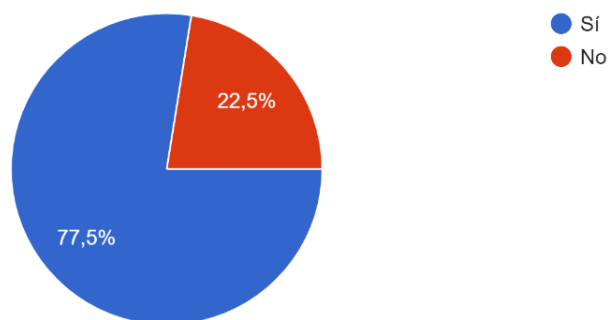
Fuente: Seguridad Electrónica y Procesos Inteligentes Automáticos para tu Hogar y Negocio. (Rendón, 2021)

Para determinar la demanda de los servicios que ofrece esta idea de negocio, se debe establecer primero, si la población objeto de la encuesta desea o quiere acceder a ellos y segundo, si tiene la capacidad económica para hacerlo. Para lograr esto se cuestionó sobre el deseo de adquirir sistemas de seguridad electrónica para el domicilio o negocio, encontrando una respuesta positiva para nuestros intereses, pues más de las tres cuartas

partes de la población encuestada le gustaría tener este tipo de servicios, según lo muestra la figura 9; de otra parte, fue necesario también establecer las razones por las que tantas personas encuestadas no contaban con sistemas de seguridad electrónica en sus hogares o negocios aun teniendo el deseo de adquirirlos, lo que nos ayuda a orientar nuestras estrategias de mercado, de tal forma que podamos ofrecer servicios que no sólo resuelven su necesidad, sino que son asequibles de acuerdo a sus condiciones. Como resultado de lo último, se puede notar que el factor costo juega un papel fundamental (figura 10), de tal manera que si queremos acceder a estos potenciales consumidores debemos enfocar nuestros esfuerzos en brindar servicios de calidad a un costo razonable: asequible para hogares de estratos socioeconómicos 1, 2 y 3 que es donde se ubica la mayor parte de hogares de la ciudad (según la muestra usada para la encuesta) y establecimientos comerciales, que no representa un porcentaje significativo reflejado en la encuesta dado que el número de establecimientos obviamente va a ser menor comparado con el total de hogares de la ciudad (figura 10).

Figura 10

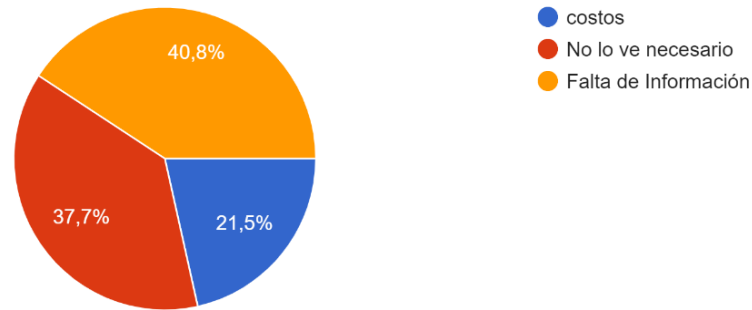
Pregunta: ¿Le gustaría un sistema de seguridad para su vivienda o negocio?



Fuente: Seguridad Electrónica y Procesos Inteligentes Automáticos para tu Hogar y Negocio. (Rendón 2021)

Figura 11

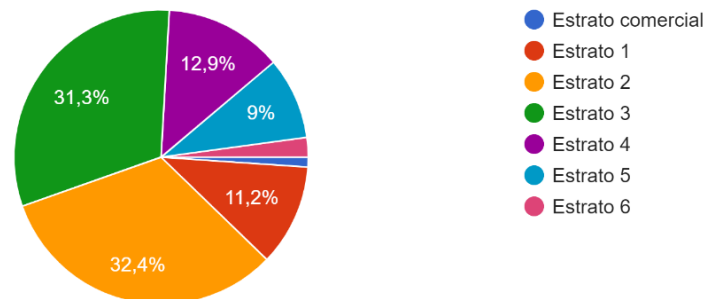
Pregunta: Si su respuesta fue No, ¿cuál es el motivo?



Fuente: Seguridad Electrónica y Procesos Inteligentes Automáticos para tu Hogar y Negocio. (Rendón 2021)

Figura 12

Pregunta: ¿En qué estrato está ubicado tu negocio o residencia?



Fuente: Seguridad Electrónica y Procesos Inteligentes Automáticos para tu Hogar y Negocio. (Rendón 2021)

Basado en lo anterior, se debe presentar a nuestros potenciales clientes un portafolio de servicios que no sólo sea práctico, que atienda directamente la necesidad, sino que además sea asequible a su presupuesto —que en muchos casos es bajo—, lo que implica que

tengamos que reducir algunos gastos en la empresa para que al final se vea reflejado en un menor precio ofertado al público. Teniendo en cuenta la importancia del servicio, no se podrá tomar el riesgo de disminuir gastos en la adquisición de los equipos e insumos que lo componen, pues eso se traduciría posiblemente en un detrimento de su calidad, pudiendo llegar a provocar fallas que pueden afectar la seguridad de nuestros clientes y como consecuencia, el prestigio y posicionamiento de nuestra empresa en el mercado frente a la competencia. Así pues, la disminución de los gastos se trasladará a otros rubros relacionados con la parte operativa y administrativa: no se contará con local físico, se reducirán gastos de nómina (instalación de servicio a través de técnico contratistas), publicidad a través de medios digitales de menor costo y mayor alcance (sitio web, redes sociales) y publicidad física tipo volantes (flayers).

6.4 Competencia

En el mercado local existen tres empresas que entre sus múltiples servicios de seguridad ofrecen, al igual que nuestra idea de negocio, servicios de seguridad electrónica. Su servicio es de buena calidad pues tienen muchos años de experiencia en el mercado y además una influencia geográfica considerable. Competir con estas empresas no es una tarea fácil dado que han posicionado su marca en el mercado, sin embargo, apuntamos a ofrecer servicios de la misma calidad, pero a un menor precio, lo que facilitará nuestro acceso a un sector del mercado que estas empresas no han podido cubrir; también nos posibilitará competir en los nichos de mercado en los que ellas ya se han instalado. En la tabla 2, se encuentra un comparativo de los servicios en los que competiremos con dichas empresas haciendo énfasis en los precios y la variación porcentual que presentan respecto al nuestro.

Tabla 2*Comparativo de oferta de servicios frente a la competencia*

Servicio	Idea de Negocio Wilmer Rendón	Seguridad Occidente	Variación % con relación al mejor precio	Seguridad Atlas	Variación % con relación al mejor precio	Seguridad Fortox	Variación % con relación al mejor precio
Kit de alarma 1	692.141	702.523	1,5%	715.169	3,3%	728.757	5,3%
Kit de alarma 2	956.271	970.615	1,5%	988.086	3,3%	1.006.860	5,3%
Kit de cámaras 1	845.337	858.017	1,5%	873.461	3,3%	890.057	5,3%
Kit de cámaras 2	1.200.409	1.218.415	1,5%	1.240.347	3,3%	1.263.913	5,3%
Kit de alarma + domótica	2.180.988	2.213.703	1,5%	2.253.549	3,3%	2.296.367	5,3%

Fuente: elaboración propia.

6.5 Plan de Ventas y Marketing

La estrategia de ventas y marketing para esta idea de negocio es muy importante dado que de ella depende el impulso inicial para nuestra empresa, el cual determinará en gran medida el éxito o fracaso de la misma en el corto plazo.

Competir en el mercado local con otras empresas ya posicionadas implica, por una parte, brindar servicios de calidad, que generen confianza y, de otra parte, que sean asequibles en términos económicos a la mayoría de población que, aunque quisiera contratarlos no posee los suficientes recursos para acceder a ellos.

Por tanto, disminuir gastos operativos y de venta sin afectar la calidad en la prestación de nuestros servicios debe ser siempre una prioridad, por lo que las estrategias de ventas y de marketing deben aportar a este fin. Por ello, desde la parte de marketing nos enfocaremos en el uso de publicidad a través de medios digitales, los cuales no sólo son más baratos, sino que además pueden tener un mayor alcance en ciertos sectores de la

población. De acuerdo con (Ro 2015), se tendrán en cuenta las siguientes estrategias de marketing digital:

- “Marketing de Recomendación: “este tipo de marketing se practica mucho en las redes sociales, sobre todo en Facebook, donde la capacidad de difusión y viralización de las recomendaciones es brutal. Para ello, las empresas deben tener fichados a los consumidores satisfechos con sus servicios. Esos clientes se pueden convertir en los mejores embajadores de la marca”.
- Marketing de Fidelización: utilizar técnicas y recursos para que los clientes sigan contentos y no se vayan a la competencia. El objetivo es que la relación entre la empresa y el consumidor sea lo más duradera y satisfactoria posible. Una buena forma de conseguirlo es conociendo bien al comprador (saber sus gustos, opiniones, aficiones...) para, después, ofrecerle lo que más le interesa. Otra estrategia de fidelización es tener detalles especiales con el cliente como regalos, ofertas, descuentos o productos exclusivos.
- Marketing de Contenidos o Content Marketing: es la base del Marketing Online y consiste en ofrecer información no publicitaria de interés para el usuario. La empresa proporciona contenido útil y relevante relacionado con su sector para captar la atención de posibles consumidores que, más adelante, se pueden convertir en clientes.
- Publicidad en Redes Sociales: la mayoría de las redes sociales permiten a las empresas la creación de anuncios. Los datos demuestran que, de momento, las promociones más beneficiosas y rentables son las de Facebook y Twitter. Quizá

sea porque tienen una ventaja con la que no cuentan otros canales: permiten hacer una publicidad muy segmentada y dirigida a un público concreto. Los costos son razonables y se pueden ajustar de acuerdo al alcance de público al que queremos llegar”.

Por otra parte, implementaremos el uso de publicidad física través de volantes, los cuales contendrá información relevante de nuestros servicios (breve descripción, precio, fotografías) y que serán distribuidos de manera estratégica en los sectores de la ciudad donde sabemos que se puede concentrar la mayor demanda.

Finalmente, se podrá en un momento dado implementar la estrategia de publicidad y venta denominada en el ámbito local como Voz a Voz o Puerta a Puerta, a través de la cual se coordinará un grupo de personas interesadas en llevar el portafolio de nuestros productos directamente al cliente potencial, a su domicilio o establecimiento comercial. Con esta estrategia no sólo se distribuye publicidad, sino que, además, se brinda información de primera mano a la población objetivo. Los salarios de estas personas estarán determinados mediante comisión por ventas e incentivos por metas.

7 Plan de Operación

7.1 Procesos

En el funcionamiento de esta idea de negocio se identifica tres grandes bloques que interrelacionados contribuyen a la puesta en marcha y el sostenimiento de la empresa.

7.1.1 Procesos estratégicos.

De acuerdo con Gestión Calidad (2016), los procesos estratégicos:

“Son procesos destinados a definir y controlar las metas de la organización, sus políticas y estrategias. Permiten llevar adelante la organización. Están en relación muy directa con la misión/visión de la organización. Involucran personal de primer nivel de la organización”.

Planeación Estratégica: este es un subproceso de gestión mediante el cual se tomará las decisiones generales que repercutirán sobre toda la empresa; se establecerán los planes de acción para cada uno de los procesos que conforman la empresa; aquí se delimitarán plazos y asignarán recursos para alcanzar los objetivos.

Mercadeo y Publicidad: desde este subproceso se identificarán las necesidades de los potenciales consumidores, es decir, la demanda en el sector en que está inscrita nuestra idea de negocio. A partir de allí se establecerán soluciones (oferte de nuestros servicios) y se planeará las diferentes estrategias para acercarlas a nuestros potenciales clientes.

Evaluación y Control: en este subproceso se puede valorar la gestión de cada una de las áreas que conforman la empresa y de todos y cada uno de los procesos que se realizan al interior de la misma. Se evaluarán las competencias y potencial del personal adscrito a la

empresa; se contrastará el rendimiento con los resultados esperados, insumos vitales para la posterior toma de decisiones o acciones.

7.1.2 Procesos operativos.

Gestión Calidad (2016) lo define como aquellos “procesos que permiten generar el producto/servicio que se entrega al cliente, por lo que inciden directamente en la satisfacción del cliente final”. Para logra esto, será necesario apoyarnos en:

Compras: garantiza el suministro de los productos y/o accesorios de acuerdo a los requisitos establecidos por la empresa, de tal forma que sean acordes y no afecten la calidad de nuestros servicios. Para ello se parte de la recepción y análisis de la solicitud, cotización de los productos y accesorios a adquirir, aprobación de la compra, orden de compra, recepción y verificación de los productos y accesorios adquiridos y finalmente la evaluación del proveedor.

Configuración y alistamiento de los Kits: configuración de los Kits solicitados por el cliente de acuerdo con los lineamientos establecidos por la empresa para cada uno de ellos. Estos serán entregados posteriormente al personal técnico para instalación.

Instalación del servicio: actividad realizada por el contratista técnico instalador, quien pondrá en funcionamiento el servicio solicitado por el cliente bajo las especificaciones y configuraciones previamente acordadas entre la empresa y el cliente. Este debe recoger el Kit solicitado, posteriormente se desplazará al domicilio del cliente o lugar donde se prestará el servicio, realizará las actividades de instalación, verificará el correcto

funcionamiento del mismo y finalmente cerrará el proceso con la aceptación del servicio, por escrito por parte del cliente.

Supervisión de la instalación y prestación del servicio: posterior a la instalación del servicio, se establecerá comunicación periódica con el cliente con el fin de mantener una relación estrecha que genere tanto confianza, como soporte y mantenimiento para el servicio instalado.

7.1.3 Procesos de apoyo o soporte.

Están encaminados a brindar soporte a la estructura de la empresa. Abarcarán todas las actividades necesarias para el correcto funcionamiento de los procesos estratégicos y fundamentalmente el proceso operativo. Entre este tipo de subprocesos encontramos:

- Contratación
- Facturación
- Pago a proveedores
- Pago de nómina
- Contabilidad
- Marketing y publicidad

7.2 Elaboración del Producto y/o Servicio

El proceso de contratación y prestación del servicio se realizará de la siguiente manera:

1. Presentación del portafolio de servicios. Esta se puede realizar por medios electrónicos o mediante visitador comercial. A través de vía telefónica y con ayuda

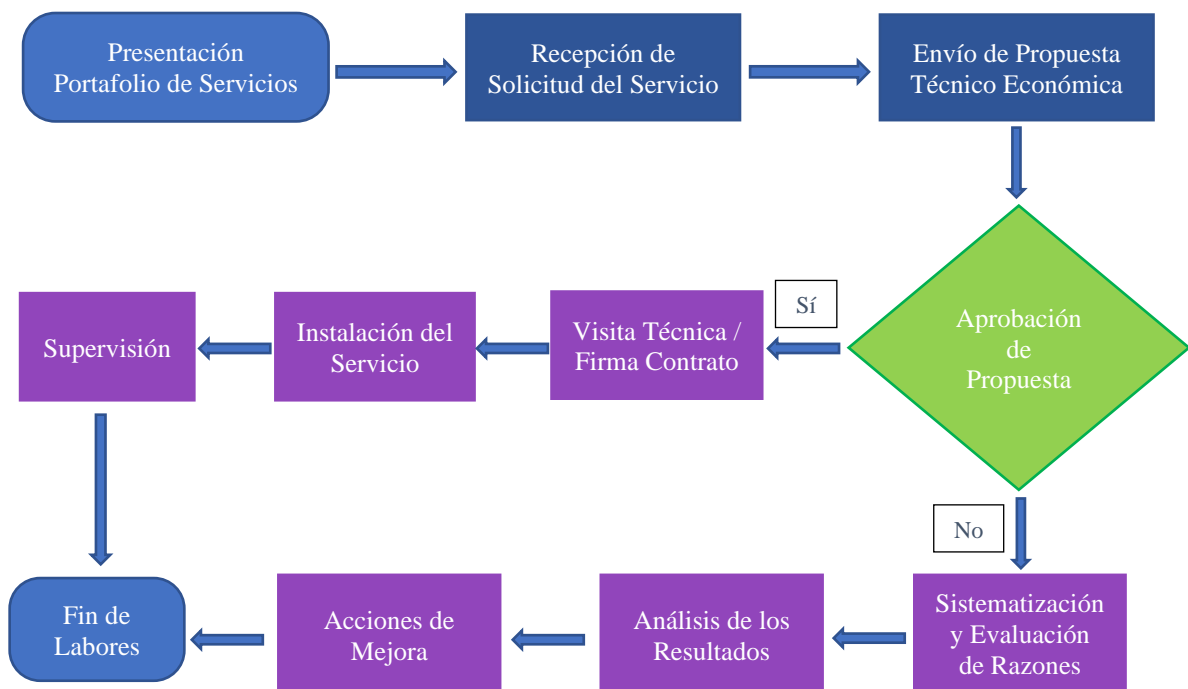
de WhatsApp y correo electrónico, el asesor comercial entregará la información y enviará el material ilustrativo necesario a los posibles clientes; por su parte, el visitador comercial hará la gestión del cliente de forma presencial, directa, donde presentará y explicará al cliente el portafolio de nuestros servicios.

2. Se recepciona la solicitud del servicio, la cual se puede hacer por dos vías: a) digital (llamada telefónica, mensaje de WhatsApp o correo electrónico) y b) solicitud a visitador comercial.
3. Envío de propuesta técnico económica al cliente: teniendo en cuenta la necesidad manifestada por parte del cliente y sus preferencias.
4. Aprobación de propuesta por parte del cliente. Si existe aprobación de la propuesta por parte del cliente, el área comercial se comunica con el técnico para continuar el proceso. Si el cliente no contrata el servicio, se debe cuestionar las razones por las que no lo hizo, se sistematizan y posteriormente se evalúan por parte del área gerencial y comercial para establecer nuevas estrategias de mercadeo, mejoras en los servicios u otras acciones pertinentes.
5. Se programa la visita técnica al domicilio del cliente: en esta se realiza inspección del domicilio para determinar las labores y materiales de instalación, además de concluir la firma del contrato.
6. Se realizan las labores de instalación del servicio en el domicilio por parte del técnico instalador.

7. Se ejecuta supervisión del mismo por parte del asesor comercial, el cual se comunicará directamente con el cliente para verificar que la instalación del servicio se haya realizado en los términos acordados.
8. Durante el proceso se almacenarán datos respecto a las actividades realizadas durante este proceso que servirán de insumo para el análisis y toma de decisiones por parte de la dirección de la empresa.

Figura 13

Flujograma Elaboración y entrega de Producto o Servicio.



Fuente: elaboración propia.

8 Plan Financiero

El análisis de la viabilidad financiera de la idea de negocio comprende un proceso contable con varios factores a considerar, por lo que fue necesario desarrollar y analizar elementos como: nómina, presupuesto, costos, ventas e ingresos, TIR – VNA, inversiones, balance y flujo de efectivo. Estos elementos se encuentran detallados en las tablas que van de la 3 a la 8.

Para el plan de negocio se trabajó bajo un presupuesto con costos actuales del mercado (real) y se proyectó su funcionalidad por 5 años. No se tiene en cuenta el Working Capital Cycle o Periodo Medio de Maduración Financiera (WCC) dado que el total del capital de trabajo será propio y se proyecta teniendo en cuenta la proyección de indicadores económicos del DANE por los próximos 5 años. El inversionista proyecta una tasa de oportunidad del 30%, lo que nos demuestra la viabilidad del negocio, además, teniendo en cuenta que la TIR nos arroja un 34%, se puede demostrar que el proyecto es rentable, logrando la devolución del capital invertido más una rentabilidad adicional.

Para lo siguiente podemos observar en los análisis que el punto de equilibrio está en 76.821.985,76, y nuestras ventas estarían por encima de este valor, lo que hace que la idea de negocio sea rentable y sostenible.

Tabla 3*Análisis de Costos de Idea de Negocio*

	Costos											
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Precio Costos por Unidad												
Materiales e Insumos												
Kit de alarma 1	364.387	364.387	364.387	364.387	364.387	364.387	364.387	364.387	364.387	364.387	364.387	364.387
Kit de alarma 2	453.051	453.051	453.051	453.051	453.051	453.051	453.051	453.051	453.051	453.051	453.051	453.051
Kit de cámaras 1	423.812	423.812	423.812	423.812	423.812	423.812	423.812	423.812	423.812	423.812	423.812	423.812
Kit de cámaras 2	577.435	577.435	577.435	577.435	577.435	577.435	577.435	577.435	577.435	577.435	577.435	577.435
Kit Alarma + Domótica	1.127.849	1.127.849	1.127.849	1.127.849	1.127.849	1.127.849	1.127.849	1.127.849	1.127.849	1.127.849	1.127.849	1.127.849
Unidades Costos Variables												
Materia Prima (cantidad promedio)												
Kit de alarma 1	-	-	-	3	3	3	4	5	7	9	12	17
Kit de alarma 2	-	-	-	2	2	2	2	3	5	6	8	11
Kit de cámaras 1	-	-	-	2	2	2	2	3	5	6	8	11
Kit de cámaras 2	-	-	-	2	2	2	2	3	5	6	8	11
Kit Alarma + Domótica	-	-	-	1	1	1	1	2	2	3	4	6
Precio Costos Variables												
Precio Mano de Obra (costo promedio)												
Kit de alarma 1	130.000	130.000	130.000	130.000	130.000	130.000	130.000	130.000	130.000	130.000	130.000	130.000
Kit de alarma 2	230.000	230.000	230.000	230.000	230.000	230.000	230.000	230.000	230.000	230.000	230.000	230.000
Kit de cámaras 1	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000
Kit de cámaras 2	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000
Kit Alarma + Domótica	430.000	430.000	430.000	430.000	430.000	430.000	430.000	430.000	430.000	430.000	430.000	430.000
Unidades costos variables												
Mano de Obra (costo promedio)												
Kit de alarma 1	-	-	-	3	3	3	4	5	7	9	12	17
Kit de alarma 2	-	-	-	2	2	2	2	3	5	6	8	11
Kit de cámaras 1	-	-	-	2	2	2	2	3	5	6	8	11
Kit de cámaras 2	-	-	-	2	2	2	2	3	5	6	8	11
Kit Alarma + Domótica	-	-	-	1	1	1	1	2	2	3	4	6
Costo Materia Prima												
Kit de alarma 1	-	-	-	1.093.161	1.093.161	1.093.161	1.355.520	1.829.952	2.470.435	3.335.087	4.502.367	6.078.195
Kit de alarma 2	-	-	-	906.102	906.102	906.102	1.123.566	1.516.815	2.047.700	2.764.395	3.731.933	5.038.110
Kit de cámaras 1	-	-	-	847.624	847.624	847.624	1.051.054	1.418.923	1.915.545	2.585.986	3.491.082	4.712.960
Kit de cámaras 2	-	-	-	1.154.870	1.154.870	1.154.870	1.432.039	1.933.252	2.609.891	3.523.352	4.756.526	6.421.310
Kit Alarma + Domótica	-	-	-	1.127.849	1.127.849	1.127.849	1.398.533	1.888.019	2.548.826	3.440.915	4.645.235	6.271.068

Tabla 3 (Continuación)

Costo Mano de Obra												
Kit de alarma 1	-	-	-	390.000	390.000	390.000	483.600	652.860	881.361	1.189.837	1.606.280	2.168.479
Kit de alarma 2	-	-	-	460.000	460.000	460.000	570.400	770.040	1.039.554	1.403.398	1.894.587	2.557.693
Kit de cámaras 1	-	-	-	360.000	360.000	360.000	446.400	602.640	813.564	1.098.311	1.482.720	2.001.673
Kit de cámaras 2	-	-	-	560.000	560.000	560.000	694.400	937.440	1.265.544	1.708.484	2.306.454	3.113.713
Kit Alarma + Domótica	-	-	-	430.000	430.000	430.000	533.200	719.820	971.757	1.311.872	1.771.027	2.390.887
Subtotal	-	-	-	200.000	2.200.000	2.200.000	2.728.000	3.682.800	4.971.780	6.711.903	9.061.069	12.232.443
Otros Costos												
Transporte de materiales	-	-	-	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
Depreciación vehículo	566.667	566.667	566.667	566.667	566.667	566.667	566.667	566.667	566.667	566.667	566.667	566.667
Imprevistos	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Depreciación equipo de cómputo	66.667	66.667	66.667	66.667	66.667	66.667	66.667	66.667	66.667	66.667	66.667	66.667
Subtotal	683.333	683.333	683.333	833.333	833.333	833.333	833.333	833.333	833.333	833.333	833.333	833.333
Total costos mes	683.333	683.333	683.333	8.162.939	8.162.939	8.162.939	9.922.045	13.103.094	17.397.510	23.194.972	31.021.545	41.587.419
				Total Costos 162.765.403								

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4*Proyección de Ventas e Ingresos*

	Ventas - Ingresos (Precios, Volúmenes y Ventas Totales)											
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Precio por Producto												
Kit de alarma 1	692.141	692.141	692.141	692.141	692.141	692.141	692.141	692.141	692.141	692.141	692.141	692.141
Kit de alarma 2	956.271	956.271	956.271	956.271	956.271	956.271	956.271	956.271	956.271	956.271	956.271	956.271
Kit de cámaras 1	845.337	845.337	845.337	845.337	845.337	845.337	845.337	845.337	845.337	845.337	845.337	845.337
Kit de cámaras 2	1.200.409	1.200.409	1.200.409	1.200.409	1.200.409	1.200.409	1.200.409	1.200.409	1.200.409	1.200.409	1.200.409	1.200.409
Kit Alarma + Domótica	2.180.988	2.180.988	2.180.988	2.180.988	2.180.988	2.180.988	2.180.988	2.180.988	2.180.988	2.180.988	2.180.988	2.180.988
Unidades Vendidas por Producto												
Kit de alarma 1	-	-	-	3	3	3	4	5	7	9	12	17
Kit de alarma 2	-	-	-	2	2	2	2	3	5	6	8	11
Kit de cámaras 1	-	-	-	2	2	2	2	3	5	6	8	11
Kit de cámaras 2	-	-	-	2	2	2	2	3	5	6	8	11
Kit Alarma + Domótica	-	-	-	1	1	1	1	2	2	3	4	6
Unidades Vendidas por Producto												
Kit de alarma 1	-	-	-	2.076.423	2.076.423	2.076.423	2.574.765	3.475.932	4.692.508	6.334.886	8.552.096	11.545.330
Kit de alarma 2	-	-	-	1.912.542	1.912.542	1.912.542	2.371.552	3.201.595	4.322.154	5.834.907	7.877.125	10.634.119
Kit de cámaras 1	-	-	-	1.690.674	1.690.674	1.690.674	2.096.436	2.830.188	3.820.754	5.158.018	6.963.324	9.400.488
Kit de cámaras 2	-	-	-	2.400.818	2.400.818	2.400.818	2.977.014	4.018.969	5.425.609	7.324.572	9.888.172	13.349.032
Kit Alarma + Domótica	-	-	-	2.180.988	2.180.988	2.180.988	2.704.425	3.650.974	4.928.815	6.653.900	8.982.765	12.126.733
Total ventas mes	-	-	-	10.261.445	10.261.445	10.261.445	12.724.192	17.177.659	23.189.840	31.306.283	42.263.483	57.055.701
Total Ventas 214.501.493												

Fuente: elaboración propia.

Tabla 5*Cálculo de Tasa Interna de Retorno y Valor Actual Neto*

TIR - VNA					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad del ejercicio	7.004.994,20	8.649.993,01	9.075.994,80	9.515.202,63	9.997.240,32
Depreciación	6.800.000,00	6.800.000,00	6.800.000,00	6.800.000,00	6.800.000,00
Subtotal flujo de caja bruto	13.804.994,20	15.449.993,01	15.875.994,80	16.315.202,63	16.797.240,32
Aumento capital de trabajo	-	-	-	-	-
Adquisición activos fijos	-	1.000.000,00	-	-	-
Flujo de caja libre	13.804.994,20	14.449.993,01	15.875.994,80	16.315.202,63	16.797.240,32

Año	Descripción	Valores	
0	Inversión inicial	- 34.000.000,00	- 34.000.000,00
1	Flujo de caja libre	13.804.994,20	9.860.710,15
2	Flujo de caja libre	14.449.993,01	7.372.445,41
3	Flujo de caja libre	15.875.994,80	5.785.712,39
4	Flujo de caja libre	16.315.202,63	4.246.981,11
5	Flujo de caja libre	16.797.240,32	3.123.185,34
	TIR	34%	- 3.610.965,60
	VNA	2.632.124,37	Tasa Oport, Socio 30%

Costo de Oportunidad	Inversión		
Punto de Equilibrio =	$1 - \frac{\text{costos variables}}{\text{ventas totales}}$	$\frac{37.935.859,87}{108.577.407,48}$	= 76.821.985,76
		$\frac{37.935.859,87}{214.501.492,77}$	

Fuente: elaboración propia.

Tabla 6*Detalle de Inversiones*

Inversiones			
Detalle	Costo unitario	Cantidad	Total
Vehículo	34000000	1	34000000
Computador	2.000.000	2	4000000
Capital de trabajo	-	-	-
Cuentas por cobrar	12000000	-	-
Cuentas por pagar	3122000	-	-
Capital de trabajo	8878000	-	8878000
Total inversiones			46878000

Todas las inversiones se darán por capital propio
El inversionista espera una tasa de oportunidad del 30%

Fuente: elaboración propia.

Tabla 7*Balance*

Estado de Situación Financiera						
	Año 0	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes						
Efectivos	-	18.637.316	35.716.741	52.621.198	69.971.946	87.827.700
Cuentas por cobrar	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000
Inventarios	-					
Total activos corrientes	12.000.000	30.637.316	47.716.741	64.621.198	81.971.946	99.827.700
Activos no corrientes						
Vehículo	34.000.000	34.000.000	34.000.000	34.000.000	34.000.000	34.000.000
Computadores	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000
Depreciación acumulada	-	7.600.000	15.200.000	22.800.000	30.400.000	38.000.000
Total activos no corrientes	38.000.000	30.400.000	22.800.000	15.200.000	7.600.000	-
Total activos	50.000.000	61.037.316	70.516.741	79.821.198	89.571.946	99.827.700
Pasivos Corrientes						
Cuentas por pagar	3.122.000	3.122.000	3.122.000	3.122.000	3.122.000	3.122.000
Beneficios a empleados	-	582.100	601.310	619.950	639.169	660.261
Impuestos por pagar	-	3.450.221	4.260.444	4.470.266	4.686.592	4.924.014
Total pasivos corrientes	3.122.000	7.154.321	7.983.754	8.212.216	8.447.761	8.706.275
Pasivos no corrientes						
Total pasivos	3.122.000	7.154.321	7.983.754	8.212.216	8.447.761	8.706.275
Patrimonio						
Capital social	46.878.000	46.878.000	46.878.000	46.878.000	46.878.000	46.878.000
Resultado del ejercicio	-	7.004.994	8.649.993	9.075.995	9.515.203	9.997.240
Ganancia retenida	-	-	7.004.994	15.654.987	24.730.982	34.246.185
Total patrimonio	46.878.000	53.882.994	62.532.987	71.608.982	81.124.185	91.121.425
Total pasivo + patrimonio	50.000.000	61.037.316	70.516.741	79.821.198	89.571.946	99.827.700
Diferencia	-	-	-	-	-	-

Fuente: elaboración propia.

Tabla 8*Consolidado de Flujo de Efectivo*

Flujo de Efectivo					
	Año 1	Año2	Año3	Año4	Año5
Entradas					
Ventas contado	214.501.493	221.580.042	228.449.023	235.530.943	243.303.464
Total entradas	214.501.493	221.580.042	228.449.023	235.530.943	243.303.464
Salidas					
Salarios	22.902.312	23.658.088	24.391.489	25.147.625	25.977.497
Seguridad social	6.403.105	7.196.508	7.420.764	7.650.807	7.902.044
Prestaciones sociales	7.328.343	7.570.178	7.804.854	8.046.804	8.312.349
Servicios publicos	120.000	123.960	127.803	131.765	136.113
Marketing	1.800.000	-	-	-	-
Costo insumos	107.227.407	110.765.912	114.199.655	117.739.845	121.625.259
Costo mano de obra	45.987.995	47.505.599	48.978.273	50.496.599	52.162.987
Transporte de materiales	1.350.000	1.394.550	1.437.781	1.482.352	1.531.270
Imprevistos	600.000	619.800	639.014	658.823	680.564
Impuesto industria y comercio	2.145.015	2.215.800	2.284.490	2.355.309	2.433.035
Impuesto de renta		3.450.221	4.260.444	4.470.266	4.686.592
Total salidas	195.864.177	204.500.616	211.544.566	218.180.196	225.447.710
Efectivo generado	18.637.316	17.079.426	16.904.457	17.350.747	17.855.754

Fuente: elaboración propia.

9 Conclusiones

A través del presente trabajo se pudo demostrar el alcance del objetivo general del mismo. Esto gracias a que, de una parte, se realizó una estructuración detallada de la idea de negocio, de tal manera que en el instante en que se desee ponerlo en marcha se contará con toda la información necesaria que haga posible su efectiva ejecución. De otra parte, tomando como base la estructura y organización del negocio, se pudo realizar un completo ejercicio financiero que da cuenta de la situación real y proyectada del mismo, como también de su viabilidad económica como producto del análisis de la información contable suministrada.

Emprender un negocio implica estructurar las ideas a través de un plan que permita organizarlo, controlar y proyectarlo visualizando su comportamiento a través del tiempo. Para el caso en particular, se utilizó como base, el modelo de negocio Canvas, el cual es fácil de adaptar a nuestra necesidad y fácil de interpretar para cualquier miembro de la organización. Este modelo permitió registrar todos los aspectos relevantes de la idea de negocio, y aunque el modelo en sí no garantiza su éxito, permitió tener una visión global y una proyección que nos da luces acerca de la viabilidad del mismo.

Se realizó un análisis del mercado, donde intervinieron elementos como la identificación del perfil del consumidor y la oferta actual (competencia). Al cruzar dicha información se pudo establecer la demanda que podríamos cubrir con nuestros servicios. Se identificó como potenciales clientes a personas de estratos socioeconómicos 2 y 3 principalmente, donde la competencia no tiene demanda dado los altos costos de sus productos o servicios ofertados. Es por ello que esta idea de negocio apuntó no sólo a ofertar servicios de calidad,

sino que, además, a ofrecer costos más asequibles para la mayor parte de la población de la ciudad de Palmira. Esto último se logra principalmente al disminuir los gastos administrativos y de nómina de la empresa.

El sistema organizacional y administrativo de esta idea de negocio es simple, sencillo y fácil de administrar, pues la nómina contratada directamente y que hará parte de la empresa es mínima y con ella se logrará la puesta en marcha del negocio. Esto no solamente ahorrará tiempo sino también, recursos. Esto finalmente será positivo desde el punto de vista financiero, pues será también un elemento determinante que afectará positivamente el efectivo generado en el flujo de efectivo y con ello, la rentabilidad.

Finalmente, es evidente que la idea negocio es viable desde el punto de vista financiero (rentable), pues al realizar el ejercicio contable, teniendo en cuenta los múltiples elementos necesarios para ello, se demuestra que en un período de cinco años nuestro negocio ha alcanzado el punto de equilibrio, pudiendo satisfacer la expectativa frente a la tasa de oportunidad esperada por el inversionista, logrando además, hacer un reintegro del capital invertido y obteniendo una rentabilidad adicional.

10 Bibliografía

Abreu, José Luis. 2014. «El Método de la Investigación». *Daena: International Journal of Good Conscience* 9(3):195-204.

Anderson, David R., y Sweeney Dennis J. 2016. *Métodos cuantitativos para los negocios*. 13.^a ed. CENGAGE Learning.

Binda, Nadia Ugalde, y Francisco Balbastre-Benavent. 2013. «INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA E INVESTIGACIÓN CUALITATIVA: BUSCANDO LAS VENTAJAS DE LAS DIFERENTES METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN». *Revista de Ciencias Económicas* 31(2):179-87.

Cediel Gómez, Manuel Steven, y Omar Enrique González Martínez. 2018. «Plan de negocios para la creación de una empresa en servicios de seguridad electrónica». Trabajo de Grado, Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá.

DANE. 2018. «Censo Nacional de Población y Vivienda 2018». Recuperado 19 de octubre de 2021 (<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018>).

DANE. 2021. «Encuesta de convivencia y seguridad ciudadana (ECSC)». *Dane.gov.co*. Recuperado 18 de octubre de 2021 (<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/seguridad-y-defensa/encuesta-de-convivencia-y-seguridad-ciudadana-ecsc>).

El País, Casa Editorial El País. 2012. «Seguridad de Occidente, 30 Años construyendo una Colombia segura». *elpais.com.co*. Recuperado 20 de octubre de 2021 (<https://www.elpais.com.co/valle/seguridad-de-occidente-30-anos-construyendo-una-colombia-segura.html>).

Fortox Security Group. 2021. «Fortox Security Group | Empresa de Seguridad Privada en Colombia». *Fortox Security group*. Recuperado 20 de octubre de 2021 (<https://fortoxsecurity.com/>).

Fundación Progreseemos. 2012. «Observatorio de Seguridad Palmira - Fundación Progresamos». *Fundacionprogresamos.org.co*. Recuperado 16 de octubre de 2021 (<https://www.fundacionprogresamos.org.co/estudios-investigaciones/observatorio-de-seguridad-palmira>).

Garnica de la Espriella, Lorena. 2012. «Cómo hacer contratos con tus clientes y proveedores - Herramientas prácticas».

GEM Colombia. 2019. «Publicaciones – GEM Colombia». Recuperado 20 de octubre de 2021 (<https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50496>).

Geoportal DANE. 2021. «Geoportal DANE- Geovisor Resultados del Censo de Unidades Económicas». Recuperado 19 de octubre de 2021 (<https://geoportal.dane.gov.co/geovisores/economia/resultados-keno/>).

GestiónCalidad. 2016. «Gestión por Procesos». *Gestión-Calidad.com*. Recuperado 30 de octubre de 2021 (<https://gestion-calidad.com/gestion-procesos>).

Grupo Atlas. 2021. «Grupo Atlas | Inicio». *Grupo atlas de Seguridad Integral*. Recuperado 20 de octubre de 2021 (<https://www.atlas.com.co/>).

Izquierdo, Benjamín, Gaspar Mardones, y Jacinta Vallespir. 2013. «Plan de negocios empresa de seguridad : hogar seguro». Universidad de Chile, Santiago.

Kao, Raymond W. Y. 1993. «Defining Entrepreneurship: Past, Present And?» *Creativity and Innovation Management* 2(1):69-70. doi: 10.1111/j.1467-8691.1993.tb00073.x.

- Lee, Nick, y Ian Lings. 2008. *Doing Business Research: A Guide to Theory and Practice*. SAGE.
- López De La Cruz, Luis Miguel. 2017. «Estudio de factibilidad para el desarrollo de una empresa dedicada a la venta de sistemas de seguridad en el año 2017». Tecnológico Nacional de México.
- Martín, Francisco Alvira. 2011. *La encuesta: una perspectiva general metodológica*. Vol. 35. 2.^a ed. CIS.
- Miller, Irwin R., John E. Freund, y Richard Johnson. 2004. *Probabilidades y estadística para ingenieros*. Editorial Félix Varela.
- Nieto, Nicomedes Teodoro Esteban. 2018. «TIPOS DE INVESTIGACIÓN». *core.ac.uk* 4.
- OBS Business School. 2021. «Estudio de viabilidad de un proyecto: estructura e importancia». *OBS Business School*. Recuperado 20 de octubre de 2021 (<https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-de-viabilidad-de-un-proyecto-estructura-e-importancia>).
- Osterwalder, Alexander, y Yves Pigneur. 2011. *Generación de modelos de negocio*.
- Rendón, Wilmer. 2021. «Test de autoevaluación en blanco». *Google Docs*. Recuperado 20 de octubre de 2021 (https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScp9xEbOnzqGYY2qQTJmvJUkXiqyqxVTBgfIBmsx0t117Jmhw/viewform?usp=drive_web&usp=embed_facebook).
- Ro, Alicia. 2015. «25 Estrategias de Marketing para aplicar YA [Ejemplos y casos]». Recuperado 26 de octubre de 2021 (<https://aulacm.com/estrategias-marketing-mix/>).

Sampieri, Roberto, Carlos Collado, y María del Pilar Baptista Lucio. 2014. *Metodología de la investigación*. 5.^a ed. Mexico.

TPM. 2021. «CONTACTO - TPM SAS». Recuperado 20 de octubre de 2021 (<https://sites.google.com/site/tpmsaspalmira/contacto>).

11 Anexos

Anexo A. Anexo A. Servicios Ofertados al Público.

Kit Cámara Uno					
Ítem	Cantidad	Precio sin IVA	Precio con IVA	Cantidad	Total
** Existencia Única **					
1		\$14.133	\$16.818	2	\$33.637
	CAMARA AHD IR TIPO BALA METALICA 1/4 CMOS 720P LENTE 3.6MM 24 PCS IR LED				
2		\$93.750	\$111.563	1	\$111.563
	DVR 04CH HD-TVI-AHD 720P @30FPS 1080P @12FPS 1 RJ45 10M/100M MPBS 2 USB 2.0 1 SATA ALARMAS				
3		\$200.950	\$239.131	1	\$239.131
	DISCO DURO 1TB/ Intellipower 3.5" SATA WD				
4		\$13.050	\$15.530	2	\$31.059
	VIDEO BALUN PASIVO 1 CANAL 4 EN 1 TRANSMISION HDCVI 4K HASTA 200M				
5		\$107.950	\$128.461	20	\$8.424
	CABLE UTP CATEGORIA 5E CAJA 305M 100% COBRE				
6		\$180.000	\$180.000	1	\$180.000
	MANO DE OBRA				
				Total:	\$423.812
				Precio de venta:	\$845.337
Kit Cámara Dos					
Ítem	Cantidad	Precio sin IVA	Precio con IVA	Cantidad	Total
** Existencia Única **					
1		\$14.133	\$16.818	6	\$67.273
	CAMARA AHD IR TIPO BALA METALICA 1/4 CMOS 720P LENTE 3.6MM 24 PCS IR LED				
2		\$187.500	\$223.125	1	\$223.125
	DVR 04CH HD-TVI-AHD 720P @30FPS 1080P @12FPS 1 RJ45 10M/100M MPBS 2 USB 2.0 1 SATA ALARMAS				
3		\$200.950	\$239.131	1	\$239.131
	DISCO DURO 1TB/ Intellipower 3.5" SATA WD				
4		\$13.050	\$15.530	2	\$31.059
	VIDEO BALUN PASIVO 1 CANAL 4 EN 1 TRANSMISION HDCVI 4K HASTA 200M				
5		\$107.950	\$128.461	40	\$16.847
	CABLE UTP CATEGORIA 5E CAJA 305M 100% COBRE				
6		\$280.000	\$280.000	1	\$280.000
	MANO DE OBRA				
				Total:	\$577.435
				Precio de venta:	\$1.200.409
Kit Alarma Uno					
Ítem	Cantidad	Precio sin IVA	Precio con IVA	Cantidad	Total
1		\$86.300	\$102.697	1	\$102.697
	TECLADO LED CABLEADO DE 10 ZONAS				
2		\$89.600	\$106.624	1	\$106.624
	PANEL EVO 8X2 ZONAS MAX 192 NO INCLUYE CAJA NI TECLADO				
3		\$28.700	\$34.153	1	\$34.153
	DETECTOR DE MOVIMIENTO DIGITAL INFRARROJO DE ALTO RENDIMIENTO				
4		\$31.700	\$37.723	1	\$37.723
	BATERIA DE PLOMO 12V 4AH				
5		\$2.800	\$3.332	1	\$3.332
	BOTON DE PANICO				

6	CONTACTO MAGNETICO PARA PUERTAS DE MADERA NORMALMENTE CERRADO COLOR BLANCO 64*19*12,8MM	\$2.950	\$3.511	1	\$3.511
7	GABINETE	\$50.000	\$59.500	1	\$59.500
8	MANO DE OBRA	\$107.950	\$128.461	40	\$16.847
				Total:	\$364.387
				Precio de venta: \$692.141	

Kit Alarma Dos

Ítem	Cantidad	Precio sin IVA	Precio con IVA	Cantidad	Total
1	TECLADO LED CABLEADO DE 10 ZONAS	\$86.300	\$102.697	1	\$102.697
2	PANEL EVO 8X2 ZONAS MAX 192 NO INCLUYE CAJA NI TECLADO	\$89.600	\$106.624	1	\$106.624
3	DETECTOR DE MOVIMIENTO DIGITAL INFRARROJO DE ALTO RENDIMIENTO	\$28.700	\$34.153	3	\$102.459
4	BATERIA DE PLOMO 12V 4AH	\$31.700	\$37.723	1	\$37.723
5	BOTON DE PANICO	\$2.800	\$3.332	1	\$3.332
6	CONTACTO MAGNETICO PARA PUERTAS DE MADERA NORMALMENTE CERRADO COLOR BLANCO 64*19*12,8MM	\$2.950	\$3.511	2	\$7.021
7	GABINETE	\$107.950	\$128.461	1	\$33.695
8	MANO DE OBRA	\$50.000	\$59.500	1	\$59.500
				Total:	\$453.051
				Precio de venta: \$956.271	

Kit Alarma Inteligente

Ítem	Cantidad	Precio sin IVA	Precio con IVA	Cantidad	Total
1	TECLADO 32 CARACTERES LCD VISUALIZACION DE ZONA EN TIEMPO REAL 1 ENTRADA DE ZONA COMPATIBLE SP/MG	\$159.350	\$189.627	1	\$189.627
2	CONSOLA SP DE 16 A 32 ZONAS	\$182.450	\$217.116	1	\$217.116
3	DETECTOR DE MOVIMIENTO DIGITAL INFRARROJO DE ALTO RENDIMIENTO	\$28.700	\$34.153	3	\$102.459
4	BATERIA DE PLOMO 12V 4AH	\$31.700	\$37.723	1	\$37.723
5	BOTON DE PANICO	\$2.800	\$3.332	1	\$3.332
6	CONTACTO MAGNETICO PARA PUERTAS DE MADERA NORMALMENTE CERRADO COLOR BLANCO 64*19*12,8MM	\$2.950	\$3.511	2	\$7.021
7	CABLE UTP CATEGORIA 5e CAJA 305m	\$107.950	\$128.461	120	\$50.542
8	GABINETE	\$50.000	\$59.500	1	\$59.500
9	MODULO INTERNET IP	\$175.800	\$209.202	1	\$209.202
10	MODULO DE EXPANSION INALAMBRICA DE 433MHZ	\$161.200	\$191.828	1	\$191.828
11	RELEVO DE POTENCIA	\$10.000	\$11.900	5	\$59.500
12	MANO DE OBRA	\$430.000	\$430.000	1	\$430.000
				Total:	\$1.127.849
				Precio de venta: \$2.180.988	

Anexo B. Encuesta de Caracterización del Perfil Consumidor.



Test de autoevaluación en blanco

Preguntas Respuestas 280 Configuración

Puntos totales: 0

Test de autoevaluación en blanco

Seguridad Electrónica y Procesos Inteligentes Automáticos para tu Hogar y Negocio.

Título de la imagen









¿Usa (tiene instalado) sistema de seguridad electrónica en su casa o negocio?

- Sí
- No

si su respuesta fue No, cual es el motivo

- costos
- No lo ve necesario
- Falta de Información



Test de autoevaluación en blanco

Preguntas Respuestas 280 Configuración Puntos totales: 0

¿Le gustaría controlar procesos de tu casa o negocio, como luces, puertas, aire acondicionado entre otras, desde tu celular con una app, sin importar tu ubicación?

Sí

No

¿En qué estrato estas ubicado tu negocio o residencia?

Estrato comercial

Estrato 1

Estrato 2

Estrato 3

Estrato 4

Estrato 5

Estrato 6

¿Le gustaría controlar el bloqueo de tu carro desde tu celular con una app por medio de un usuario y clave?

Sí

No

¿Estarías interesado en poder alimentar tu mascota y otras actividades que creas necesarias desde tu móvil remotamente? *

Sí

No

