Plan de negocio sobre la creación de una Empresa que brindará el Servicio de Monitoreo, Rastreo y Asistencia usando un Llavero Localizador Portátil SOS.

Eder R. Cervantes Villamar (1), Marcelo V. Sibri Romero (2), Carlos L. Molina Cueva (3)
Ing. William Montenegro, Director de Materia de Graduación (4)
Escuela de Diseño y Comunicación (1) (2) (3) (4)
Escuela Superior Politécnica del Litoral (1) (2) (3) (4)
Calle O y la 23 ava, Guayaquil, Ecuador (1)
Av. Ismael Pérez Castro y Calle Ch, Guayaquil, Ecuador (2)
Av. Raúl Clemente Huerta via a Las Esclusas, Coop. La Esperanza Mz. 31 S1, Guayaquil, Ecuador (3)
Campus Gustavo Galindo Km. 30.5 Vía Perimetral, Guayaquil, Ecuador (4)
cervantesvillamar@gmail.com (1), Vsibri1979@hotmail.com (2), karlouis@hotmail.com (3)
wmontenegro@interagua.com.ec (4)

Resumen

En el presente plan de negocio se realiza un estudio de mercado sobre las denuncias reportadas en el Ministerio Público de la ciudad de Guayaquil y un análisis de factibilidad para la creación de una empresa que brindará el Servicio de Monitoreo, Rastreo y Asistencia usando un Llavero Localizador Portátil SOS, la cual facilitará a la Policía Nacional atender las llamadas de auxilio permitiéndoles ser más eficientes y eficaces en el momento de llegar a sitio.

La finalidad de este servicio es disminuir el número de delincuentes en las calles utilizando un llavero portátil más la ayuda policial, el afectado podrá ser localizado de forma rápida y asistido con tan sólo presionar el botón de pánico sin hacerse notar del delincuente. La delincuencia en contra las personas ha aumentado en los años 2009 y 2010 en un 53,6% y 16,8% respectivamente.

Con respecto al análisis financiero aquí se detallan todos los costos que intervienen en este proyecto y también los ingresos que se esperan obtener, lo que se complementa con los análisis para la certificación rentable del proyecto.

Palabras Claves: Llavero, factibilidad, rastreo, delincuencia, negocio, empresa, efectividad.

Abstract

In this business plan is carried out market research into the allegations reported in the prosecution of the city of Guayaquil and a feasibility study for creating a company that will provide the Service Monitoring, Tracking and Attendance using Keychain Locator Laptop SOS, which provide the National Police respond to calls for help enabling more efficient and effective at the time of reaching the site.

The purpose of this service is to reduce the number of offenders on the streets using a portable keychain police assistance, the affected area may be quickly located and assisted with the push of the panic button without being noticed by the offender. Crime against individuals has increased in the years 2009 and 2010 by 53.6% and 16.8% respectively.

With regard to financial analysis here details all costs involved in this project and also the income to be obtained, which is complemented with tests for certification of the project cost.

Keywords: Key, feasibility, tracking, crime, business, enterprise effectiveness.

Capítulo I. Generalidades

1.1 Introducción

La delincuencia ha ido acrecentándose en todo el país durante los últimos años, donde todas las ciudades están expuestas a un sinnúmero de delitos, en la cual se han perdido vidas humanas, bienes materiales y hasta su propia dignidad. En todo esto se ha visto perder algún familiar o amigo, de cómo los esfuerzos y trabajo de toda la vida se marchan por culpa de antisociales que existen por todas partes.

1.2 Antecedentes

En las denuncias reportadas en el Ministerio Público de la ciudad de Guayaquil se muestra que en últimos 5 años ha aumentado la delincuencia en contra las personas y propiedad.

En el año 2009 y 2010 el crecimiento de delitos contra las persona ha sido en un 53,6% y 16,8% respectivamente.

El riesgo de sufrir un robo, asalto o secuestro express en Guayaquil es alto, según estadísticas del ICM, el promedio de secuestros express denunciados en el Ministerio Fiscal de Guayaquil finalizado el año 2010 es de un evento en el día.

Se da el caso que muchos delitos no se denuncian o no son asistidos por el orden policial, ya sea por diferentes inconvenientes que pudieran existir, pero uno de los tantos es que la ayuda policial no llega al sitio y en el tiempo adecuado, por tal razón encontramos una oportunidad de mercado en lanzar un dispositivo de Localización Portátil que facilitará a la Policía Nacional ser más eficientes y eficaces en el momento de atender una llamada de auxilio por parte del afectado.

1.3 Planteamiento del Problema

Debido al alto índice delincuencial que se ha desatado actualmente en la ciudad de Guayaquil especialmente delitos contra las personas, hemos visto la necesidad de brindar el servicio para la localización de personas u objetos, o llamadas de auxilio en conjuntos residenciales o viviendas ubicadas dentro del perímetro de la ciudad, en donde los principales delitos contra las personas han ido aumentando en este año 2010.

El riesgo de sufrir un robo, asalto o secuestro express en Guayaquil es elevado, ya que los índices de delincuencia así lo demuestran las estadísticas; la finalidad de este servicio es disminuir el número de delincuentes en las calles utilizando un llavero portátil y contando con la ayuda policial.

Según datos del ICM-ESPOL el promedio de secuestros express denunciados en el Ministerio Fiscal de Guayaquil, en lo que va del año 2010 es aproximadamente un evento en el día.

Con este servicio y dispositivo, pretendemos que la ayuda policial sea más breve y precisa al llamado de auxilio del usuario, evitando pérdidas de tiempo en solo ubicar el origen de la llamada; esto se evitará con el uso de un llavero portátil, en la cual el afectado podrá ser localizado rápidamente y asistido con tan sólo presionar el botón de pánico sin hacerse notar del delincuente.

1.4 Justificación

En la ciudad de Guayaquil en el año 2009 los delitos contra las personas aumentaron más del 53% en comparación al año anterior, y hasta fines de Septiembre del 2010 se iguala la cifra del año anterior aun cuando falta 3 meses para que el año finalice. Nuestro proyecto se tomará como referencia inicial la ciudad de Guayaquil, en la cual se llevará a cabo el plan de negocios.

El fin de nuestra propuesta es optimizar las llamadas realizadas por los usuarios, reduciendo los recursos empleados por la Policía Nacional que muestra deficiencia al momento de localizar los lugares donde se cometen los ilícitos, dándoles tiempo a los delincuentes para huir. Por el contrario el usuario contando con el dispositivo se beneficiará ya que se sentirá protegido porque se lo podrá monitorear durante todo el tiempo sabiendo su localización exacta y si necesitara ayuda policial o de otra índole se canalizaría la ayuda a través de nuestra central de monitoreo dándoles a la Policía Nacional la ubicación exacta del afectado.

En lo que se refiere a los secuestros express sería mucho más beneficioso pues en la mayoría de las veces la victima va en la cajuela del carro. Por esta razón se decidió llevar a cabo este proyecto, ya que la ayuda policial sería más rápida y efectiva, pues ellos contarán con datos instantáneos proporcionados por la central de monitoreo y rastreo satelital. Además pensamos que sería una buena oportunidad en el mercado ecuatoriano, para que este servicio tenga alta demanda por parte de nuestros potenciales clientes cuya necesidad primordial sea su seguridad personal en tiempo real.

1.5 Objetivo General del Proyecto

Crear una empresa que brindará ayuda inmediata al usuario facilitando a la Policía Nacional la ubicación exacta del llamado de auxilio en la ciudad de Guayaquil, mediante la implementación de un dispositivo GPS con su respectivo servicio de monitoreo, rastreo y asistencia usando un Llavero Localizador portátil.

1.6 Objetivos específicos del Proyecto

- Brindar un servicio de monitoreo, rastreo y asistencia que ayude al usuario a obtener ayuda inmediata en caso de alguna emergencia.
- Promover la adquisición del servicio de localización mediante planes anuales.
- Facilitar a la Policía Nacional tecnología que le ayudará a actuar con mayor rapidez y efectividad.
- Determinar el monto de la inversión inicial necesaria para la creación de la microempresa.

Capítulo II. Descripción de la Empresa

2.1 Constitución de la Empresa

S.O.S Center S.A se constituirá como una compañía Sociedad Anónima y estará compuesta por tres socios, todos en calidad socios gestores. De los tres socios gestores tan solo dos estarán ligados laboralmente a la organización, uno en calidad de Gerente General, y el otro como Jefe de Operaciones, los demás cargos serán ocupados por personal calificado en cada uno los departamentos.

2.2 Misión, Visión y Objetivos de la Empresa.

2.2.1 Misión. Brindar un producto tecnológico enfocado al tema de la seguridad con alto sentido de responsabilidad en calidad, dirigido a clientes de clase social media, media-alta y alta, aplicando tecnología y recurso humano especializado que busca constantemente la excelencia.

2.2.2 Visión. Convertirnos en los próximos 2 años en una empresa líder en brindar el servicio de rastreo y monitoreo, además de tener la distribución a nivel nacional, para satisfacer todas las necesidades de los clientes en el tema de seguridad, siendo reconocidos por presentar productos con innovación tecnológica y calidad.

2.2.3 Mercado Objetivo. El entorno de nuestro modelo de negocio va ser dirigido a la ciudad de Guayaquil inicialmente, trabajando directamente con nuestros clientes para una mejor comunicación y obtener resultados óptimos.

Considerando que nuestros clientes son personas de un nivel socio económico medio, medio – alto y alto, se establecerán planes anuales (dispositivo - servicio).

2.2.4 Objetivo General. Consolidar a S.O.S Center S.A. como una empresa líder en el servicio de monitoreo y rastreo satelital.

2.2.5 Objetivos específicos. Entre los principales objetivos que tiene S.O.S Center tenemos:

- Posicionamiento de nuestro producto- servicio en la ciudad de Guayaquil.
- Brindar un servicio de calidad.
- Colaborar con la Policía Nacional para disminuir el índice delincuencial en la ciudad.
- Estabilidad laboral para nuestros colaboradores.

2.3 Análisis Sectorial

2.3.1 Fortalezas. Entre las fortalezas de la empreza tenemos:

- Tecnología de punta con el uso de un dispositivo portátil y tamaño reducido con botón de pánico.
- Localización, ubicación rápida de usuarios o clientes.
- Precio asequible para el mercado.
- Infraestructura que permita abastecer el mercado.
- Personal técnico calificado.

2.3.2 Oportunidad. Entre las oportunidades tenemos:

- Interés de los clientes por la innovación
- Interés de los clientes por la seguridad
- Mercados potenciales en zonas nuevas
- Convenios

2.3.3 Debilidad. Entre las debilidades tenemos:

- Inversión alta para la importación de los dispositivos.
- Poco conocimiento por parte del mercado meta en los beneficios que ofrece el llavero localizador SOS.

2.3.4 Amenazas. Entre las amenazas tenemos:

- Importaciones
- Adquisición del dispositivo por parte de los antisociales.
- Competencia

2.4 Análisis de Riesgo

El análisis de riesgo es el estudio de las causas de las posibles amenazas, y los daños y consecuencias que éstas puedan producir, este tipo de análisis es ampliamente utilizado como herramienta de gestión en estudios financieros y de seguridad para identificar riesgos y otras para evaluar riesgos.

2.5 Marco Legal y Administrativo

2.5.1 Marco Legal, Empleados y Clientes. Con la finalidad de tener el aval de nuestros colaboradores y clientes nuestra empresa estará legalmente constituida y deberá obtener los siguientes documentos:

a) En el SRI el RUC (Registro único de contribuyentes) para facturar los servicios prestados.
b) Patente municipal para el ejercicio de la actividad económica (empresa y producto).
c) Certificado Seguridad del cuerpo de bomberos.
d) Permiso sanitario, emitido por el Ministerio de Salud Pública
e) Obtener el permiso de la Defensa Civil
f) Cualquier otro documento que las leyes del país requieran para el normal desenvolvimiento de las actividades de la empresa.

2.5.2 Estructura De Empresa. Nuestra empresa está compuesta por un Gerente general, Jefe de ventas, Jefe de operaciones, secretaria, Asesor Comerciales, Operador, Técnico especializado. La empresa mantendrá una estructura lineal, donde están bien definidos los niveles, mandos y funciones de cada uno de los colaboradores.

Capítulo III. Estudio de Mercado

3.1 Análisis de Mercado

El estudio de mercado realizado tiene como objetivo descubrir lo que piensa la gente, conocer las ventajas y desventajas, viabilidad respecto al servicio que se desea ofrecer. Este estudio de mercado nos servirá para determinar que porción de la población estaría interesada en adquirir nuestro servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos.

Para nuestro proyecto, ha sido aplicado el estudio de mercado primario, tomando la metodología de realizar encuestas directas a nuestros posibles clientes. Nuestra empresa, S.O.S. Center S.A., incursionará en el Sector económico de Servicio.

3.1.1 Tipos de mercado. Los tipos de mercado se clasifican en: Monopolio, Oligopolio y Libre Competencia. Nuestro estudio se ajusta al mercado de Libre Competencia, debido a que resulta de la concurrencia libre en ofertar un servicio similar y consumidores que tomarán decisiones libres acerca de comprar este servicio o no, basados en características de precio y calidad del servicio.

3.1.2 Análisis y medición de la Demanda. Basados en la encuesta realizada en la ciudad de Guayaquil, existe una preferencia por el llavero localizador portátil del 91,57% de aceptación entre los entrevistados, el 7,87% se inclina por la base de rastreo fija satelital, y el 0,56% no participa de la encuesta. Por lo tanto, podemos concluir que existe un mercado potencial en esta ciudad, que estaría dispuesto a adquirir nuestro servicio de monitoreo, rastreo satelital y asistencia para personas, usando un dispositivo portátil con botón de pánico, debido al interés de precautelar su seguridad personal.

La población en la ciudad de Guayaquil que necesita este servicio, es muy amplia, debido a que en esta ciudad cada día se requiere estar prevenido ante posibles robos, asaltos, etc. Esta ciudad tiene una población grande que muchas veces ha estado en peligro de robo o asalto, de acuerdo a la encuesta realizada. Por lo tanto concluimos existirá que habrá demanda de nuestro servicio.

3.1.3 Análisis y medición de la oferta. La cantidad ofertada es el número de planes del servicio de monitoreo, rastreo satelital y asistencia que se quiere vender en el mercado de la ciudad de Guayaquil a un determinado precio.

Factores determinantes de la oferta

Existen factores determinantes en la oferta de nuestro servicio de monitoreo, rastreo satelital y asistencia para personas usando un dispositivo portátil con botón de pánico.

El precio de los factores de la producción.

El precio de los bienes relacionados con nuestro servicio.

3.2 Plan de Muestreo

3.2.1 Definición de la población. El estudio utiliza datos obtenidos del INEC, Proyección de Habitantes en la Ciudad de Guayaquil.

El mercado al cual se enfocará el producto es puerto principal del Ecuador, y tendrán las siguientes características:

- Personas de clase media, media alta y alta que habitan en la ciudad de Guayaquil de 18 años en adelante.
- La base para la decisión de compra en nuestros clientes serian básicamente: Precio, calidad del servicio y garantía del dispositivo.
- Con la finalidad de llegar a mayor número de clientes se crearán alianzas estratégicas con compañías aseguradoras.
- Y dentro de los objetivos principales está considerar la expansión de este producto a otras provincias cercanas.

3.2.2 Definición de la muestra. Geográficamente nuestro mercado objetivo estará ubicado en la ciudad de Guayaquil, lugar en donde realizaremos las encuestas, llegando a los principales y potenciales lugares donde se podría adquirir el servicio (plan mas dispositivo).

Con el fin de cuantificar el número de encuestas a realizar en dicha ciudad, se ha decidido utilizar en la formula a continuación describimos, en donde los valores que aplicaremos será con un nivel de confianza del 95% y un grado de error del 5%.

Debido a que no contamos con la información de estadística relevante de estudios previos realizados, se utilizará la siguiente fórmula para el calcular el tamaño de la muestra, para el caso de una población infinita:

n: Tamaño de la muestra
z: Porcentaje de datos que se alcanza dado un porcentaje de confianza del 95%.
p: Probabilidad de éxito, en este caso “p” representa la probabilidad que el servicio de monitoreo y rastreo sea adquirido por el mercado objetivo.
q: Probabilidad de fracaso.
D: Máximo error permisible.

Ingresando los valores en la fórmula, se obtiene:

$$n = \frac{z^2(pxq)}{D^2}$$

$$n = \frac{(1{,}96)^2(0{,}5x0{,}5)}{(0{,}05)^2}$$

$$n = \frac{3{,}84x0{,}25}{0{,}0025}$$

$$n = 384$$

3.3 Diseño de la encuesta

La Encuesta ha sido diseñada con una serie de preguntas abiertas y cerradas que nos permitieron obtener conclusiones para trabajar en base a estas. *

Éstas fueron realizadas en la zona céntrica de la ciudad de Guayaquil (Av. Nueve de Octubre), que está definida como una arteria principal en esta ciudad. Estos resultados fueron tabulados, analizados y procesados mediante métodos estadísticos para así obtener información sobre la aceptación o no de nuestro servicio dentro de la ciudad de Guayaquil, obteniendo así una mejor visión sobre nuestro posible mercado.

Los resultados nos dieron claras conclusiones acerca de las preferencias, competidores, necesidades satisfechas o insatisfechas que tienen nuestros potenciales clientes, tendencias de consumo hacia nuestro servicio de monitoreo, rastreo satelital y asistencia para personas, usando un dispositivo portátil con botón de pánico, sirviéndonos estos resultados para la elaboración de nuestra estrategia de mercado.

Basados en la encuesta, hemos estimado la demanda, la participación del mercado con nuestro servicio basado en planes anuales y elaborar el flujo de caja proyectado para evaluar la viabilidad económica de este proyecto.
Los datos obtenidos durante las encuestas demuestran que el 99,44% de los entrevistados muestran interés en obtener el servicio de monitoreo y rastreo satelital y tan solo el 0,56% no demostró ningún interés acerca del servicio que se espera ofrecer.

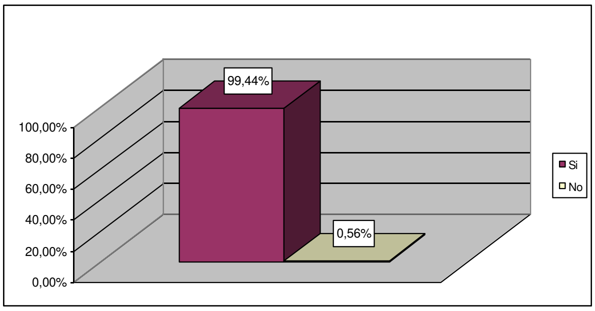

Figura 6. Personas interesadas en el Servicio de Monitoreo y Localización Satelital mediante un dispositivo portátil.

Y que el 91,57% muestra aceptación por un dispositivo satelital portátil y el 7,87% se inclina por la base fija satelital, y el 0,56% no esta interesado en el servicio.

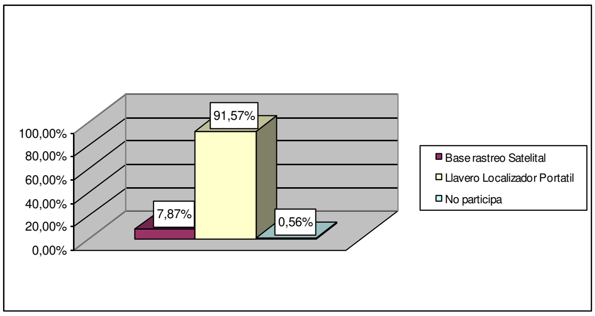

Figura 7. Preferencia de Dispositivo Satelital

Capítulo IV. Estrategia de Competencias

4.1 Plan de Importación

Sabiendo las diferentes condiciones de compra, país de origen, costos del artículo, plazos de entrega, formas de pago, de cada proveedor extranjero, entonces hemos elaborado un presupuesto de importación del artículo requerido. Este análisis tiene como objetivo, determinar el costo nacionalizado del artículo. Es importante señalar que el costo nacionalizado dependerá del país de origen de cada proveedor, costo del artículo, tipo moneda, cantidad requerida, tipo de transporte a utilizar, sea marítimo o aéreo.

4.1.1 Proveedores. SOS Center contará con proveedores nacionales y extranjeros con el objetivo de comprar el dispositivo localizador, artículo tecnológico que es la base primordial para brindar el servicio de monitoreo, rastreo satelital y asistencia para personas.

4.2 Estrategia Comercial

El servicio de Monitoreo, Rastreo y Localización satelital como nuevo servicio, requiere una estrategia comercial para poder introducirse y posicionarse en el mercado, más aún si se busca ganar tiempo y productividad a la competencia. El sector elegido para realizar una estrategia de comercialización son los ciudadanos que habitan en la ciudad Guayaquil.
Como estrategia se realizará:

I. Promocionar el uso y la importancia del dispositivo llavero satelital como herramienta de auxilio inmediato para una mejor respuesta a la seguridad personal.
II. Realizar convenios con las compañías aseguradoras de vida y de vehículos para la venta de nuestros servicios dentro de los paquetes que éstas ofrecen a sus clientes.
III. Gestionar un convenio con la empresa estatal ALEGRO, para beneficio de ambas partes y con el objetivo de que esta empresa surja nuevamente al reactivar el uso del chip con los cuales funcionará nuestro dispositivo portátil.
IV. La comercialización del servicio se realizará de forma directa con el cliente, con las compañías aseguradoras y bajo pedido, ya sea por vía Internet o telefónica.
V. Se realizará encuestas en varios sectores estratégicos dentro de la ciudad con la finalidad de identificar nuestros posibles clientes y tomando como iniciativa obtener sus datos personales para posterior comunicación a los posibles interesados.

4.2.1 Producto

TK – 102 CVHS-G42

Figura 16. Producto

Características:
Localizador de GPS cuenta con múltiples funciones, y soporte GSM y GPRS. El Llavero GPS/GSM es un localizador que permite saber las coordenadas donde se encuentra y a qué velocidad se mueve. Funciona con un tarjeta SIM GSM para comunicarse, mediante el cual podremos mandarle comandos mediante SMS y recibir las respuestas.

Slogan.
SOS - Localización en tiempo real.

4.2.2 Precio. El precio de venta del servicio de Monitoreo, rastreo y localización Satelital será de US $ 30 mensuales y en el momento adquirir el servicio se incluirá el dispositivo cuyo valor es de US $144,99, este valor sería accesible para las persona de un nivel socio – económico medio, medio – alto y alto.

4.2.3 Plaza. La plaza para este producto estará ubicada en la ciudad de Guayaquil y será comercializado directamente en nuestra oficina ubicada en la Av. Juan Tanca Marengo, Km 4.5 Plaza Sai Baba.

4.3 Estrategia de Promoción

SOS Center utilizará los siguientes medios con el fin de promocionar el servicio de monitoreo, rastreo y asistencia utilizando un dispositivo localizador satelital con botón de pánico.

- Promocionar el dispositivo a nuestros contactos personales que estén interesados en adquirir el servicio de localización.
- Dar a conocer la calidad y las ventajas con las que se cuenta al tener el dispositivo portátil, logrando incentivar a corto plazo la adquisición del servicio.
- Se contará con métodos de pagos, ya sea por débitos bancarios o tarjeta de crédito, dando así alternativas para que nuestros posibles clientes.
- Contaremos con paquetes promocionales, que incluyen descuentos por volumen.
- Realizar venta directa del servicio y a través de medios de comunicación tales como mail, llamadas telefónicas, etc.
- Incluir nuevas características al dispositivo – servicio.
- Incluir nuevos atributos al dispositivo – servicio.
- Lanzar variedad de servicios.
- Lanzar una nueva marca.
- Incluir nuevos servicios al cliente, que les brinden mayor disfrute.
- Campañas directas por Internet utilizando la red social de nuestras amistades.

Objetivos de la promoción

- Ampliar el número de consumidores.
- Encontrar más usos a nuestro servicio y educar al público mediante campañas publicitarias.
- Vender el servicio en toda temporada o estación.

4.4 Estrategia de Distribución

La incursión en el mercado, acerca de nuestro servicio de monitoreo, rastreo usando la tecnología satelital va a ser comunicada al consumidor que lo necesita usando estrategias que nos permitan captar más clientes.

Algunas estrategias que aplicaremos, relacionadas a la distribución son:

- Ofrecer nuestro servicio vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos, vistas a domicilio.
- Hacer uso de intermediarios y, de ese modo, lograr una mayor cobertura de nuestro servicio.
- Aumentar nuestros puntos de ventas.
- Convenios para mostrar nuestro servicio (estrategia de distribución intensiva).
- Crear convenios con empresas concesionarias vehiculares y compañías aseguradoras a nivel local con el objetivo que nuestro servicio sea distribuido de manera incluida en los productos y servicios que ofrecen las empresas mencionadas.
- Mostrar nuestro servicio en los puntos de ventas que sean convenientes para el tipo de servicio que ofrecemos (estrategia de distribución selectiva).
- Mostrar nuestro servicio en un solo punto de venta que sea exclusivo (estrategia de distribución exclusiva).

4.5 Estrategia de Comunicación y Medios

Una parte primordial de la promoción consiste en comunicar y los medios que se van a utilizar para ejecutar esta actividad. Informar, dar a conocer o recordar la existencia de nuestro servicio a los consumidores, así como persuadir, motivar o inducir su compra o adquisición. Algunas estrategias que podemos aplicar, relacionadas a la comunicación son:

- Crear nuevas ofertas tales como el 2x1, o la de poder adquirir un segundo producto a mitad de precio, por la compra del primero.
- Obsequiar regalos por la compra de varios planes.
- Ofrecer descuentos por cantidad.
- Crear sorteos o concursos entre nuestros clientes.
- Poner anuncios en diarios, revistas o Internet.
- Crear boletines tradicionales o electrónicos.
- Participar en ferias.
- Crear actividades o eventos.
- Colocar anuncios publicitarios en vehículos de la empresa, o en vehículos de transporte público.
- Crear afiches, carteles, volantes, paneles, folletos o calendarios publicitarios.

4.6 Políticas de Adquisición Servicios y Producto.

- El cliente interesado en adquirir este servicio y hacer uso del dispositivo localizador, deberá proporcionar a SOS Center, toda la información relevante con el objetivo de ingresar estos datos a una base y evitar suplantaciones de identidad.

- El dispositivo se lo configurará con ciertas reglas o condiciones de localización que limitarán rutas con el propósito de que el dispositivo envíe una señal de alerta cuando salga de cobertura y hacer correctivos inmediatos, cuidando la integridad del usuario.
- Se evaluará la mala utilización del dispositivo con el fin de desviar o entretener la atención policial y efectuar robos o asaltos en otros lugares.
- El servicio que presta SOS Center, rastreará, monitoreará y asistirá sólo dónde se encuentre el dispositivo localizador. En caso de olvidos personales en el lugar de trabajo y/o domicilio, SOS Center no se responsabiliza.
- El servicio prestado sólo será para el dispositivo localizador y no para el celular del personal del cliente o usuario.
- En caso de pérdida o robo del dispositivo, se deberá reportar inmediatamente al Call Center de la central de monitoreo, pero por el momento no hay seguro para aplicar al dispositivo.
- Este dispositivo no puede usarse como MODEM para el servicio de Internet, ya que es un servicio de localización.
- El servicio que presta SOS Center, será de monitoreo, rastreo y localización, no incluye servicio de voz.

4.7 Planes de Contingencia

Entre los planes de contingencia a implementarse tenemos:

- En la publicidad de este servicio, mencionaremos los beneficios que obtendrían los consumidores o clientes.
- Fortalecer la publicidad con testimonios de usuarios que hayan utilizado el servicio, proporcionado mayor seguridad y confianza a los demás consumidores.
- Establecer contactos con gimnasios, SPA, otros lugares donde se halla mucha concurrencia de personas y así dar a conocer ampliamente nuestro servicio y los respectivos beneficios que este ofrece.

4.8 Productos Similares

En la actualidad existen otros proveedores del servicio de monitoreo, rastreo usando la tecnología satelital. Estas empresas serían nuestros competidores directos porque ofrecen el mismo servicio o de manera similar, se detalla a continuación: Movistar, Mossad S.A, Raptor S.A, Soravi Tracking, Genesis Rastreo Control y Monitoreo Satelital, Novetecsa S.A.

Capítulo V. Evaluación financiera

La inversión inicial que necesitamos para emprender este plan de negocios es de $435.340,70 donde incluye toda la infraestructura del local, el capital de trabajo, los equipos de trabajo, el lanzamiento del servicio con su dispositivo y nuestra materia prima “El Llavero Localizador”, financiaremos el 60% del capital a una entidad bancaria y el 40% será de capital propio.

Para nuestro proyecto se utilizará una tasa del 11,32%, nuestro VAN es de $641000,42 y la TIR real de nuestro proyecto es de 47,24%.

Capítulo VI. Conclusiones y Recomendaciones

6.1 Conclusiones

- Una vez obtenido los resultados de la encuesta, los estados financieros, los indicadores, notamos los beneficios en crear una empresa que brinde el servicio de Monitoreo, Rastreo y Asistencia usando un Llavero Localizador Portátil con botón de pánico, que ayudará a reducir los índices de delincuencia en la ciudad de Guayaquil.
- SOS Center tiene como objetivo principal brindar este servicio, no sólo para beneficio económico, sino para beneficio de los consumidores o clientes.
- Con la implementación de este proyecto, se contribuirá con plazas de trabajo para muchas personas en las diferentes carreras profesionales, además de contribuir con la Policía Nacional acerca de la localización en tiempo real utilizando tecnología de punta.

6.2 Recomendaciones

- Como ciudadanos preocupados por la seguridad de nuestros padres, esposa, hijos, familiares, vecinos, compañeros de trabajo, etc., recomendamos la implementación de este proyecto para bienestar de la ciudad de Guayaquil y del país.
- La tecnología cada día nos brinda beneficios que debemos aprovechar, usando ésta para dar soluciones a diferentes problemas sociales.

Bibliografía

[1]. Banco central del ecuador, tasa referencial de crédito PYMES.
[2]. Narres Malhotra. Investigación de Mercados .Un enfoque práctico. Pearson Education.
[3]. Kotler, Philip. Dirección de Marketing, Editorial Prentice Hall, Octava Edición, México, 1996.
[4]. Massir y Reynaldo Sapagchain. Preparación y Evaluación de Proyectos, Editorial McGraw-Hill, Tercera Edición, Colombia, 1996.
[5]. Emery, Douglas; Finnerty, John. Administración Financiera Corporativa, Prentice Hall, Primera Edición, México, 2000
[6]. Naresh K. Malhotra, Investigación de Mercados, cuarta edición.
[7]. Marketing, Kotler, Octava edición
[8]. “Marketing: Concepto y Estrategias”. Novena Edición. McGraw Hill. 1997. TAYLOR.

[9]. Diario Súper, Domingo 20 de Diciembre del 2009.
[10]. Diario El Telégrafo, Sábado 7 de Octubre del 2009.
[11]. Diario El Universo sección Gran Guayaquil, Sábado 2 de Enero del 2010.
[12]. Diario El Universo sección Gran Guayaquil, Domingo 3 de Enero del 2010.
[13]. Diario El Universo sección Gran Guayaquil, Domingo 17 de Enero del 2010.
[14]. Diario El Universo sección Gran Guayaquil, Domingo 15 de Agosto del 2010.
[15]. Diario El Extra, Domingo 22 de Agosto del 2010.

Sitios web:

[1]. www.monografias.com
[2]. www.wikipedia.com
[3]. www.inec.gov.ec
[4]. www.icm.espol.edu.ec
[5]. www.eluniverso.com
[6]. www.adrialpetro.com
[7]. www.solostocks.com
[8]. www.bce.fin.ec