



INSTITUTO DE NEGOCIOS “HUMANE”

**TEMA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO EN OPCIÓN
PARA OBTENER EL TÍTULO DE TECNICO EN VETAS**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DOMÓTICA UBICADA EN LA CIUDAD DE MACHALA, A PARTIR DEL
AÑO 2024.**

AUTOR:

ADRIANA ANGELICA CARVAJAL CALLE

GUAYAQUIL - ECUADOR

2023-2024



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO: “ PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DOMÓTICA UBICADA EN LA CIUDAD DE MACHALA, A PARTIR DEL AÑO 2024”

AUTOR/ES: Adriana Angélica Carvajal Calle

TUTOR:

INSTITUCIÓN: Instituto de Negocios “HUMANE”

FACULTAD: Administración

CARRERA: Administración de empresas

FECHA DE PUBLICACIÓN:

Nº DE PÁG: 124

ÁREA TEMÁTICA: Plan de negocios

PALABRAS CLAVES: Plan de negocios, domótica, Empresa, Machala

RESUMEN:

La creación de una empresa domótica en Machala presenta una oportunidad única para capitalizar el crecimiento de la tecnología domótica en esta región. La empresa podría aprovechar esta tendencia para ofrecer productos y servicios innovadores que mejoren la calidad de vida de los residentes. La empresa también podría contribuir con el desarrollo económico de la ciudad al generar empleos y oportunidades económicas. No obstante, para que la empresa domótica tenga éxito, es necesario implementar un plan de negocio bien estructurado. Un plan de negocio detallado ayudará a la empresa a establecer metas claras y alcanzables. El plan de negocio también proveerá información esencial sobre cómo la empresa planea llevar a cabo sus objetivos. Esto incluye la identificación de los recursos necesarios, la selección de los productos y servicios a ofrecer, la creación de estrategias de marketing, y la implementación de un sistema de control de calidad. La evaluación financiera del proyecto, expone que, poner en marcha la empresa es viable puesto que la Tasa Interna de Retorno de la inversión es del 39.50%, un valor actual neto de \$24.615,06, con un periodo de recuperación de la inversión es de cuatro años y un mes

Nº DE REGISTRO: V-EC-09-03

Nº DE CLASIFICACIÓN: V-EC-09-03

DIRECCIÓN URL (trabajo de titulación en la web):

ADJUNTO PDF:

SI

X

NO

CONTACTO CON AUTOR/ES:

Teléfono:

E-mail:

CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:

Nombre: Ing. Carlos Pazmiño Castillo, MBA

Teléfono: (04) 288 2710

Mail: cpazmino@humane.edu.ec

Quito: Av. Whymper E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/1; y en la Av. 9 de octubre 642 y Carrión edificio Prometeo, teléfonos 2569898/9. Fax: (593-2) 250-9054

AGRADECIMIENTO

Agradecida siempre con Dios por bendecirme, guiarme y ser mi principal fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad

Agradezco a aquellos que creyeron en mí, me impulsaron y me alentaron en este viaje. Su apoyo ha hecho posible este logro, especialmente a la empresa a la cual laboro que han sabido comprender y apoyar durante esta travesía y así conseguir mi segundo título gracias a ellos.

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado con todo mi cariño para mi familia; de manera especial a mi esposo Javier, gracias a su paciencia y apoyo en este camino para lograr un objetivo más en mi vida, sin él no hubiese podido conseguirlo.

¡Este nuevo logro es nuestro!

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Santiago de Guayaquil, Septiembre de 2023

Yo, **Adriana Angélica Carvajal Calle** declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo me corresponde totalmente y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación que he realizado.

De la misma forma, cedo mi derecho de autor al Instituto de Negocios "HUMANE", según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y Normatividad Institucional vigente.

Adriana Angélica Carvajal Calle

C.I: **xxxx**

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Santiago de Guayaquil, **enero** de 2022

Certifico que el trabajo titulado **“Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024”** ha sido elaborado por **Adriana Angélica Carvajal Calle** bajo mi tutoría. El presente trabajo reúne los requisitos para ser defendido ante el jurado calificador designado por el Instituto de Negocios “HUMANE”.

Ing. xxxxxx

RESUMEN EJECUTIVO

La creación de una empresa domótica en Machala presenta una oportunidad única para capitalizar el crecimiento de la tecnología domótica en esta región. La empresa podría aprovechar esta tendencia para ofrecer productos y servicios innovadores que mejoren la calidad de vida de los residentes. La empresa también podría contribuir con el desarrollo económico de la ciudad al generar empleos y oportunidades económicas. No obstante, para que la empresa domótica tenga éxito, es necesario implementar un plan de negocio bien estructurado. Un plan de negocio detallado ayudará a la empresa a establecer metas claras y alcanzables. El plan de negocio también proveerá información esencial sobre cómo la empresa planea llevar a cabo sus objetivos. Esto incluye la identificación de los recursos necesarios, la selección de los productos y servicios a ofrecer, la creación de estrategias de marketing, y la implementación de un sistema de control de calidad. La evaluación financiera del proyecto, expone que, poner en marcha la empresa es viable puesto que la Tasa Interna de Retorno de la inversión es del 39.50%, un valor actual neto de \$24.615,06, con un periodo de recuperación de la inversión es de cuatro años y un mes

Palabras claves:

Plan de negocios, domótica, Empresa, Machala, Rentabilidad

ABSTRACT

The creation of a home automation company in Machala presents a unique opportunity to capitalize on the growth of home automation technology in this region. The company could take advantage of this trend to offer innovative products and services that improve the quality of life for residents. The company could also contribute to the economic development of the city by generating jobs and economic opportunities. However, for the home automation company to be successful, it is necessary to implement a well-structured business plan. A detailed business plan will help the company set clear and achievable goals. The business plan will also provide essential information about how the company plans to carry out its objectives. This includes the identification of the necessary resources, the selection of the products and services to offer, the creation of marketing strategies, and the implementation of a quality control system. The financial evaluation of the project shows that starting up the company is viable since the Internal Rate of Return of the investment is 39.50%, a net present value of \$24,615.06, with a recovery period of the investment of four years and one month

Keywords:

Business plan, home automation, Company, Machala, Profitability

ÍNDICE

Introducción.....	1
Capítulo 1: Diseño de investigación	3
1.1. Planteamiento del problema.....	4
1.2. Formulación del problema.....	5
1.3. Sistematización del problema	5
1.4. Objetivos	6
1.4.1. Objetivo General.....	6
1.4.2. Objetivos específicos.....	6
1.5. Justificación práctica	7
1.6. Marco referencial de la investigación	8
1.7. Marco conceptual.....	32
Capítulo 2: Propuesta comercial	34
2.1. Descripción de la Empresa, actividad y/o proyecto.....	35
2.2.1. Misión:	39
2.2.2. Visión:.....	39
2.2.3. Valores:.....	40
2.2.4. Objetivo General.....	40
2.2.5. Objetivos Específicos	40
2.2. Modelo de Negocios (CANVAS).....	45
2.3. Estrategia Genérica.....	48
2.4. Ventajas Competitivas.....	49

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de
Machala, a partir del año 2024

2.5.	Fuerzas de Porter.....	50
2.6.	Análisis FODA.....	54
2.7.	Análisis PESTEL	60
2.8.	Estructura Organizacional	65
2.9.	Plan de Marketing	66
a)	Contexto general del mercado	66
b)	Perfil del cliente.....	69
c)	Características de producto	71
d)	Estrategia de Precio.....	73
e)	Estrategia de Distribución	74
f)	Estrategia de Promoción.....	76
g)	Estrategia de Personas.....	79
h)	Estrategia de Procesos	81
i)	Estrategia de Evidencia Física	84
2.10.	Plan de acción	89
Capítulo 3: Análisis Financiero del Proyecto.		94
3.1.	Principales supuestos financieros	95
3.2.	Financiamiento del proyecto	97
3.3.	Análisis de estados financieros	102
3.4.	Evaluación del proyecto	105
3.5.	Ratios financieros.....	106

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de
Machala, a partir del año 2024

Conclusiones y Recomendaciones	108
Conclusiones	108
Recomendaciones	109
Bibliografía	110
ANEXOS	118

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Modelo de negocios CANVAS.....	45
Figura 2 Calificación por cada una de las fuerzas de Porter	53
Figura 3. Organigrama de áreas de la empresa.....	65
Figura 4. Organigrama de áreas de la empresa.....	65
Figura 5 Flujograma de inventario.....	82
Figura 6 Flujograma de quejas y reclamos de usuarios insatisfechos	84
Figura 7 Logo de la empresa.....	85
Figura 8 Domotización en hogares y edificios	85
Figura 9 Interruptores inteligentes marca “Domotic Advance”	86
Figura 10 Cerraduras inteligentes marca “Domotic Advance”	86
Figura 11 Tomacorrientes inteligentes marca “Domotic Advance”	87
Figura 12 Sistema y control marca “Domotic Advance”	87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Planteamiento del problema	4
Tabla 2. Tipos de empresas.....	9
Tabla 3 Empresas en el Ecuador.....	11
Tabla 4 Análisis de las cinco fuerzas de Porter	52
Tabla 5. Análisis FODA.....	54
Tabla 6. FODA cruzado	57
Tabla 7 Orden de importancia de las estrategias	59
Tabla 8. PESTEL	62
Tabla 9. Ponderación PESTEL	63
Tabla 10. Plan de acción objetivo 1	89
Tabla 11. Plan de acción objetivo 2	90
Tabla 12. Plan de acción objetivo 3	91
Tabla 13 Plan de acción objetivo 4	92
Tabla 14. Plan de acción objetivo 5	93
Tabla 15 Supuestos financieros.....	95
Tabla 16 Inversión en equipos de computación.....	96
Tabla 17 Inversión en muebles y enseres	96
Tabla 18 Inversión en equipos de oficina	96
Tabla 19 Composición de la inversión inicial	97
Tabla 20 Demanda proyectada.....	98
Tabla 21 Precio de venta proyectada	99
Tabla 22 Costos de venta proyectados	99
Tabla 23 Gastos proyectados	100
Tabla 24 Sueldos personal administrativo	101

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de
Machala, a partir del año 2024

Tabla 25 Sueldos personal operativo	102
Tabla 26 Flujo de caja proyectado	103
Tabla 27 Estado de situación financiera proyectado	104
Tabla 28 Punto de equilibrio proyectado	106
Tabla 29 Ratios financieros	107

Introducción

Los machaleños son cada vez más conscientes de las ventajas de la domótica a medida que la ciudad experimenta un continuo desarrollo tecnológico. Esta tecnología, también conocida como "hogar inteligente" o "hogar conectado", está alterando la forma en que las personas viven y trabajan, y se espera que continúe ganando popularidad en los próximos años. Para Machala establecer un negocio de domótica, esta tendencia presenta una gran oportunidad.

Una oportunidad especial para beneficiarse de la expansión de la tecnología de domótica en esta área se presenta con el establecimiento de un negocio de domótica en Machala. El negocio podría beneficiarse de este desarrollo al proporcionar a los residentes bienes y servicios de vanguardia que mejoren su calidad de vida. A través de la creación de puestos de trabajo y oportunidades comerciales, la empresa también puede contribuir al crecimiento económico de la ciudad.

Pero se debe poner en marcha un plan de negocios bien estructurado para que la empresa de domótica tenga éxito. La empresa podrá establecer objetivos específicos y alcanzables con la ayuda de un plan de negocios completo. El plan de negocios también contendrá detalles cruciales sobre la estrategia de la empresa para lograr sus objetivos. Esto incluye la determinación de los recursos necesarios, la elección de los bienes y servicios a ofrecer, la elaboración de planes de marketing y la implementación de un sistema de control de calidad.

Además, el plan de negocios ayudará a la organización a identificar y evaluar los riesgos potenciales, así como a desarrollar estrategias para reducir esos riesgos. Para asegurar el éxito de la empresa, esto será crucial. La estrategia de fijación de precios que empleará la empresa también se incluirá en el plan de

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

negocios junto con los detalles sobre cómo la empresa pretende financiar sus operaciones.

La creación de un negocio de domótica en Machala requiere la implementación de un plan de negocios. El plan de negocios le brindará las herramientas que necesita para reconocer y evaluar los riesgos potenciales, establecer metas específicas que sean factibles y crear planes de precios y financiamiento efectivos. Esto apoyará el éxito de la empresa y promoverá la economía de Machala.

Capítulo 1: Diseño de investigación

1.1. Planteamiento del problema

Tabla 1.

Planteamiento del problema

Síntomas	Causa	Pronóstico	Control del pronóstico
Falta de soluciones de domótica en la ciudad de Machala	Desconocimiento de la tecnología domótica por parte de la población.	Posibilidad de crecimiento en el mercado local.	Realizar un estudio de mercado que permita conocer el potencial de la empresa.
Falta de información y conocimiento sobre los beneficios de la domótica en la población de la ciudad de Machala.	Falta de información disponible sobre la tecnología domótica.	Posibilidad de educar y concientizar a la población sobre los beneficios de la domótica.	Diseñar campañas publicitarias y programas de educación para la población sobre los beneficios de la domótica.
Falta de personal capacitado en tecnología domótica en la ciudad de Machala.	Falta de programas educativos y de capacitación sobre la tecnología domótica en la ciudad.	Posibilidad de desarrollar programas educativos y de capacitación en la ciudad de Machala.	Establecer alianzas con instituciones educativas que ofrezcan programas de capacitación en tecnología domótica.
Poca disponibilidad de proveedores de tecnología domótica en la ciudad de Machala.	Falta de proveedores especializados en tecnología domótica en la ciudad.	Posibilidad de establecer alianzas con proveedores especializados en tecnología domótica.	Realizar un estudio de mercado que permita identificar proveedores especializados en tecnología domótica.
Altos costos de los sistemas de tecnología domótica.	Falta de competencia en el mercado local.	Posibilidad de ofrecer soluciones más económicas en comparación con la competencia.	Realizar un estudio de mercado que permita identificar los precios de la competencia y ofrecer soluciones más económicas.

1.2. Formulación del problema

¿Cuáles son los elementos clave para el éxito de la implementación de un plan de negocio para la creación de una empresa domótica en Machala, Ecuador para el año 2024?

1.3. Sistematización del problema

- ¿Cómo se puede establecer un plan de negocios para la creación de una empresa domótica en la ciudad de Machala en 2024 basándose en un estudio de mercado que revele el potencial de la empresa?
- ¿En qué medida el diseño de campañas publicitarias y programas de educación para la población sobre los beneficios de la domótica influye en el aumento de la adopción de tecnologías domóticas por parte de los consumidores?
- ¿Cómo pueden las empresas de tecnología domótica aprovechar alianzas con instituciones educativas para desarrollar programas de capacitación efectivos que aumenten la competitividad en el mercado?
- ¿Cómo se evalúa y mide el éxito de los proveedores especializados en tecnología domótica para satisfacer las necesidades de los consumidores?
- ¿Cómo puede una empresa aprovechar un estudio de mercado para identificar los precios de la competencia y ofrecer soluciones económicas más atractivas para los consumidores?

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Determinar el impacto de crear un plan de negocio para la creación de una empresa domótica en la ciudad de Machala, 2024.

1.4.2. Objetivos específicos

- Desarrollar un plan de negocio eficaz para la creación de una empresa domótica en la ciudad de Machala en 2024, que tenga en cuenta la demanda local, la competencia, los recursos financieros y la legislación nacional.
- Investigar y evaluar las soluciones domóticas actualmente disponibles en el mercado, así como las tendencias y el crecimiento de la industria para desarrollar un plan de negocio que se adapte a la demanda local.
- Establecer un presupuesto realista para financiar la implementación de la empresa domótica y de los servicios ofrecidos, asegurando que se cumplan los requisitos legales y se obtengan los recursos financieros necesarios.
- Establecer estrategias de marketing eficaces para promocionar la empresa domótica y los servicios ofrecidos, así como contactar a proveedores de tecnología para garantizar una implementación de calidad.
- Realizar un estudio de mercado que permita identificar los precios de la competencia y ofrecer soluciones más económicas.

1.5. Justificación práctica

La población de Machala se está expandiendo y su economía está prosperando. Con el fin de aumentar la seguridad, el confort y la eficiencia energética, esto ha aumentado la demanda de soluciones de automatización del hogar. En esta situación, un plan de negocios que analice el establecimiento de un negocio de domótica en Machala puede ser una gran idea para aprovechar esta oportunidad de mercado.

La ejecución de un plan de negocios permitirá establecer una estrategia clara de desarrollo de la empresa, incluyendo un estudio de mercado, evaluación de riesgos y análisis de los recursos necesarios. Esto permitiría una evaluación neutral de la viabilidad de la iniciativa. El plan también actuará como hoja de ruta para la toma de decisiones durante la duración de la empresa.

El potencial para obtener financiamiento externo es otra ventaja significativa de un plan de negocios. Uno de los requisitos principales para obtener préstamos bancarios o inversiones de capital es un plan de negocios bien escrito y organizado.

Finalmente, un plan de negocios puede ser una herramienta de gestión útil. Permitirá la creación de planes de acción para el desarrollo de nuevos bienes y servicios, así como el establecimiento de objetivos precisos para la toma de decisiones.

La implementación de un plan de negocios para el establecimiento de un negocio de domótica en Machala es un proyecto que podría ser muy ventajoso para la empresa. El plan hace posible la utilización de la oportunidad de mercado, la obtención de fondos externos y la mejora de la gestión de la empresa.

1.6. Marco referencial de la investigación

Plan de negocios

La planificación comercial es el proceso que deben cumplir las nuevas y ya establecidas empresas en la que se desarrolla una hoja de ruta destinada a lograr un objetivo comercial, de acuerdo con las necesidades de la organización, la disposición de recursos y el sector en el que se encuentra la empresa. Esto implica que las partes interesadas se reúnen para intercambiar ideas y estrategias, recopiladas en un documento escrito formal conocido como plan de negocios.

Un plan de negocios es un documento en el que describen las actividades principales, los objetivos y la hoja de ruta de una empresa para lograr sus metas, especialmente cuando estas son nuevas, ya que permite recolectar la información sobre los productos, tendencias de consumo, niveles de competitividad, innovación y situación financiera propia de la empresa con la que se desea ingresar a un sector. Un buen plan de negocios ayuda a una empresa a enfocarse en los objetivos a corto y largo plazo, describiendo los pasos y procesos específicos necesarios para alcanzarlos.

Un buen plan de negocios es fundamental para cualquier negocio, ya que proporciona una hoja de procedimientos con los que se logra el éxito y se garantiza que todas las partes interesadas estén alineadas y trabajen hacia los mismos objetivos; al mismo tiempo sirve de apoyo para las empresas al momento de la toma de decisiones, siendo estas más informadas, mejorando el proceso para obtener financiación y realizar un seguimiento de su progreso a lo largo del tiempo (De Oca, 2019).

Empresa

Se le define a la organización de personas que comparten objetivos estratégicos a fin de obtener beneficios financieros de acuerdo con las actividades ofrecidas. Esto incluye una serie de actividades productivas para el desarrollo de estas actividades que funcionan de acuerdo con ciertos recursos humanos, financieros y tecnológicos (Romero y otros, Estrategia y ventaja competitiva: Binomio fundamental para el éxito de pequeñas y medianas empresas, 2020).

Tipos de empresas

Continuando con la definición de una empresa, esta puede clasificarse de acuerdo a factores y elementos que la conforman, entre las que se pueden destacar:

Tabla 2.
Tipos de empresas

	Clasificación	Descripción
Por sector	Primario	Recolección, extracción y transformación de los recursos naturales
	Secundario	Transformación de materia prima en bienes o productos de consumo
	Terciario	Actividades que buscan satisfacer las necesidades de las personas
	Cuaternario	Servicios que mecanizan acciones y el intercambio de la información
Por tamaño	Microempresa	Menos de 10 empleados, ingresos menores a los 200.000 USD
	Pequeña empresa	Entre 11 y 49 empleados, generando ventas entre 200.000 y 500.000USD.
	Mediana empresa	Entre 50 y 249 empleados, generando hasta 10.000.000 USD
	Empresa grande	Mas de 250 empleados, ingresos mayores a

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

		10.000.000	USD
Por ámbito de actuación	Locales	Venden productos o servicios dentro de una determinada localidad	
	Nacionales	Actúa dentro de un país	
	Internacionales multinacionales	o Se radican en un país, pero venden los servicios y productos en otros países mediante la exportación	
	Trasnacionales	Se establecen en un país y se constituyen en otros, cumpliendo con la venta, distribución y producción dentro de estos	
Por la procedencia del capital	Empresa privada	Cuya inversión y capital proviene de individuos particulares	
	Empresa publica	Estas reciben inversión del estado, prestando servicios a la sociedad	
	Empresa mixta	Posee capital privado y publico	
Por el esquema laboral	Trabajo presencial	Se realizan las actividades dentro de las instalaciones de la empresa	
	Trabajo remoto	Permiten el trabajo flexible con las actividades desde casa de acuerdo con horarios previamente acordados	
	Trabajo mixto	Combinan las actividades presenciales y remotas de acuerdo con las necesidades de la empresa	

Nota: tomado de Diaz y Pérez (2021). Elaboración propia (2023).

Tipos de empresas en el Ecuador

Por su parte, dentro del ecuador, las empresas se pueden clasificar en:

Tabla 3
Empresas en el Ecuador

Tipo de empresa	Criterios	Cantidades
Microempresa	Número de trabajadores Valor bruto anual en ventas Activos	Entre 1 y 9 personas Igual o menores a 100.000USD Máximo de 100.000 USD
PYMES	Número de trabajadores Valor bruto anual en ventas Activos	Entre 10 y 49 personas 100.001 a 1.000.000 USD 100.0001 hasta 750.000 USD
Mediana	Número de trabajadores Valor bruto anual en ventas Activos	Entre 50 y 199 personas 1.000.000 a 5.000.000 USD 750.001 a 3.999.000 USD
Gran empresa	Número de trabajadores Valor bruto anual en ventas Activos	Mayor a 200 personas Mayor de 5.000.000 USD Mayor a 4.000.000 USD

Nota: tomado de Moina et. al. (2020). Elaboración propia (2023).

Casas inteligentes

Una casa inteligente es un espacio en donde todo lo eléctrico, como electrodomésticos, luces, cerraduras, cámaras, televisores y otros objetos, está conectado a través de Internet para compartir información. También se le conoce como el internet de las cosas o dispositivos IoT, con los que se puede acceder y controlar de forma remota los dispositivos conectados a través de una aplicación en un teléfono inteligente o tableta, o un centro de hogar inteligente, tales como los que han sido muy comercializados y popularizados llamados Alexa o Google (Casas-Toris y otros, 2020).

Automatización

La automatización combina los procesos informáticos, electromecánicos y mecánicos, los elementos y factores que se consideran para la mínima o nula

intervención de un ser humano con respecto al cumplimiento de una operación; los cuales son utilizados para mejorar y optimizar el funcionamiento de una cadena mayor de actividades que facilitan el cumplimiento de diferentes procedimientos. Asimismo, puede referirse a los sistemas que operan de manera coordinada al mismo tiempo que ajusta las operaciones en respuesta a un cambio de las condiciones externas que incluyen la mediación, control y evaluación (Elizalde Marín, 2018).

Domótica

Proviene de las palabras domus y tica del vocabulario griego, haciendo referencia a que funciona por si sola, relacionándose no solo con el confort que puede ofrecer sino de la percepción a primera vista; destacando entre sus objetivos la protección de los bienes personales mediante la vigilancia y seguridad, el ahorro energético y la utilización de energías renovables como lo son las fuentes de calor y energía nuevas. Tuvo sus comienzos gracias al avance del ritmo de vida acelerado y la evolución tecnológica en el campo informático y tecnológico que han cambiado la forma en la que se realizan las actividades cotidianas. Por ello, nace y se implementa el sistema domótico, ejecutándose dentro de los hogares para la satisfacción de necesidades básicas que se relacionan y conectan entre si, mediante los sistemas tecnológicos integrados que se aplican a la electrónica, mecánica, redes interiores y exteriores, etc. (Martín, 2022).

Comercialización

Se conforma por los procedimientos y acciones que permiten la introducción adecuada y eficaz de diferentes productos o servicios en un sistema de distribución, de acuerdo con las necesidades y exigencias de un mercado. Para ello se consideran y planean las actividades necesarias que posicionan los productos o

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

servicios, garantizando que los consumidores los reconozcan, consuman y generen un interés que destaque dentro del mercado en el que se desarrollan (Galarza y otros, 2021).

“Plan de negocio para la creación de la empresa Smart aura especializada en la comercialización e instalación de equipo domótico en la ciudad de Bogotá”

Campoverde y Franco (2021) presentaron un proyecto acerca de la domótica que, es un conjunto de sistemas integrados capaces de transformar una vivienda común y corriente en un hogar automatizado. El objetivo general del estudio consistió en diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa que ofrezca servicios de automatización de hogares en la ciudad de Guayaquil, con la finalidad de incursionar en un mercado poco explorado y de esta manera aprovechar los beneficios que ofrece este nicho de mercado. La metodología utilizada se basó en los tipos de investigación descriptivo y bibliográfico, que junto con un enfoque mixto y como herramientas de investigación, como la encuesta realizada al mercado objetivo y una entrevista realizada a un experto lograron recabar la mayor cantidad de información relevante. La conclusión a la que se llegó fue que, los ingresos de la empresa serán suficientes para hacerle frente a los costos y gastos que deberá asumir la empresa año tras año.

Se llega a la conclusión del primer objetivo que analizar los componentes y factores que se requieren para la creación de una empresa enfocada en la domótica tienen una importancia considerable, ya que permite establecer el tipo de empresa que se desea iniciar, el negocio objetivo, los servicios a ofrecer y las capacidades propias de la empresa con las que se asegura el éxito al momento de ingresar a un mercado que continúa aumentando los niveles de competitividad.

Creación empresa

Presentar una nueva empresa requiere de trabajo en equipo, requiere capital y necesita una financiación externa considerable para poner en marcha sus actividades, mientras que el objetivo principal busca el crecimiento acelerado de estas dentro de un mercado cada vez más competitivo. Si la empresa es pequeña, por lo general requiere de la participación de uno o dos socios, con un equipo muy limitado, teniendo como principal objetivo el sobrevivir y crecer tanto como sea posible, adaptando sus actividades y mecanismos de respuestas a las exigencias evidenciadas en el mercado, ofreciendo un producto o servicio en pro de satisfacer una necesidad faltante (Hernández y otros, 2020).

Demanda local

La demanda local mide la demanda general de un mercado específico en un punto determinado, estando relacionada generalmente con el clima local o los horarios, cantidad de competidores, tipo de servicio ofrecido, entre otros. Las empresas deben contar con un proceso para analizar e implementar herramientas que permitan la gestión de la demanda, teniendo un enfoque para lograr eficiencias que van más allá de los límites de la organización (Machín Hernández y otros, 2020).

Eficacia

Es la medida utilizada para evaluar el logro de los resultados y el cumplimiento de los objetivos que se han planteado de acuerdo con una actividad o campo específico. En ello, se evalúa la forma en la que se realizan las actividades de trabajo dentro de las organizaciones con respecto a las necesidades del mercado (Calvo Rojas y otros, 2018).

Recursos

Los recursos económicos incluyen todos los medios utilizados por las empresas para concretar las operaciones empresariales que generan una rentabilidad dentro del mercado; proporcionando un indicativo con el que se determina el nivel de liquidez actual, disponibilidad de los recursos tangentes e intangentes (Leonard & Rodríguez, 2020).

Financiamiento

Es el proceso mediante el cual se viabiliza y mantiene un negocio, proyecto o emprendimiento particular gracias a la asignación de los recursos capitales disponibles como lo son créditos, prestamos o capital propio que permitan el cumplimiento de dichas actividades (Capote Pérez y otros, 2022).

Low cost

Se puede definir como la estrategia que ofrece un precio menor al que se percibe en los competidores dentro de un mercado específico, ofreciendo en muchos casos un servicio menor con calidad disminuida. Al alcanzar una posición dentro del mercado, las políticas pueden establecer una política de servicios escalables, por lo que se cobra un adicional por cada servicio extra ofrecido; permitiendo el disfrute de los productos o servicios con características similares que tienen un pago mínimo en comparación con empresas que ofrecen productos similares, reduciendo los precios a fin de evaluar si las actividades de la empresa pueden ser sostenibles en el tiempo y en el mercado en el que se encuentran, manteniendo un tipo de servicio que cumpla con las exigencias de los consumidores (Cárdenas-Mero y otros, 2021).

Legislación

Es el conjunto de leyes y normativas que regulan dentro de cada territorio las relaciones entre las personas que conforman un sector determinado, estableciendo la forma en la que se controlan las actividades productivas y comerciales; organizando el sector y como estas afectan la economía de las naciones (Rivera & Ccuro, 2019).

“Plan de negocio de una empresa de instalación de domótica lowcost”

Según la investigación de Tejada (2022), el plan de negocios sugiere establecer una empresa de servicios en Barcelona, España, para la instalación de sistemas domóticos en edificios residenciales y comerciales. Determinar una estrategia de marketing que esté comprometida con el logro de los objetivos de la empresa es crucial, y esta estrategia debe diferenciarse a través de una propuesta de valor que esté estrechamente enfocada en el segmento de mercado objetivo y que también tenga en cuenta los posibles inconvenientes. Para la ejecución financiera de la empresa se utilizó un escenario realista, lo que resultó en resultados favorables a partir del segundo año y aumentos en la participación de mercado para el segundo y tercer año. Debido a un flujo de caja positivo que sugiere que la empresa tiene niveles aceptables de liquidez y se espera que genere utilidades en los años dos y tres, también se asume que la empresa podrá cumplir con sus compromisos y obligaciones laborales, financieros y comerciales.

A fin de desarrollar un plan de negocios eficaz en el ámbito de la domótica, es fundamental para los participantes conocer la competencia, la demanda local sobre los servicios a ofertar, los recursos financieros disponibles y las diferentes legislaciones que deben cumplirse a fin de ingresar a un mercado de forma que brinde los resultados planificados.

Tendencias

Es el patrón que sigue una serie de observaciones en un periodo de tiempo determinado, pudiéndose relacionar con la dirección que siguen los elementos en base a los datos que fluctúan en un intervalo de tiempo particular, manteniendo un máximo y un mínimo que utilizan los analistas y expertos a fin de presentar una estrategia que se adecue a estas observaciones para obtener los mejores resultados. Requiere de un análisis técnico, análisis de los mercados financieros, acciones de una empresa, entre otros (Hernández S. D., 2020).

Tendencias domóticas

Este campo de la automatización del hogar está emergiendo rápidamente en la tecnología que hace que los hogares sean lugares más seguros y mejores para vivir, incluyendo diferentes características que ayudan a los usuarios a monitorear y controlar virtualmente atributos del hogar como luces, sistemas de entretenimiento, seguridad, control de clima, etc.

La automatización del hogar es cada vez una tendencia más popular, lo que la convierte en el requisito básico para los futuros hogares que serán lo suficientemente inteligentes como para brindar la mejor comodidad posible a las personas. Esta tecnología tiene mucho alcance en:

- Integración de dispositivos domésticos inteligentes: los dispositivos inteligentes se han convertido en dispositivos comunes y populares que se reconocen como una parte integral de las actividades cotidianas. Dispositivos como hogares inteligentes (google home, Amazon Echo, Apple homepod) y otros asistentes inteligentes facilitan el control de dispositivos inteligentes instalados en hogares conectados a través de IoT (Chico y otros, 2022).

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

- Desarrollo de electrodomésticos más inteligentes: los dispositivos domésticos cotidianos que se han utilizado tradicionalmente han tenido una mejora con el tiempo para volverse más inteligentes y brindar mejores resultados a los usuarios. Algunos de estos dispositivos son:
 - Luces.
 - Televisión.
 - Refrigerador y lavadora.
- Aumento del control, la personalización y la eficiencia: los nuevos dispositivos están mejorando el control centralizado y la personalización basados en el entorno. La capacidad de controlar desde la luz, la seguridad hasta dispositivos como máquinas de vigilancia y acondicionadores de aire desde un dispositivo usando controles de audio y solo unos pocos toques es la visión de la función.
- El futuro de los hogares inteligentes se compone por aquellos dispositivos que brindan experiencias virtuales donde todo será posible sin siquiera tener que estar dentro del hogar para controlar o revisar los diferentes electrodomésticos (Jiménez D. L., 2023).

Crecimiento empresarial

El crecimiento empresarial se refiere al aumento del tamaño, los ingresos, la cuota de mercado y la rentabilidad de una empresa a lo largo del tiempo, que se puede lograr a través de una variedad de medios, incluyendo la expansión a nuevos mercados, el desarrollo de nuevos productos o servicios y el aumento de las ventas. Los dos tipos principales de crecimiento empresarial incluyen el crecimiento orgánico e inorgánico. De acuerdo con los objetivos de cada empresa, el tipo de

crecimiento determinará su estrategia de crecimiento empresarial, asimismo se tienen otro tipo de crecimiento los cuales incluyen:

- Integración horizontal
- Integración vertical
- Integración de conglomerados (Díaz-Hincapié y otros, 2021).

Accesibilidad

Es el conjunto de elementos y características que permiten que el servicio, entorno, gestión y mantenimiento de una actividad o empresa sea diseñado, ejecutado y apto para una mayor cantidad de personas en condiciones de seguridad, confort e igualdad, que puedan mejorar el estilo de vida, recreación y participación de todas las personas dentro de un espacio físico (López-Escolano & Pueyo-Campos, 2019).

Consumidor

Es la persona o institución que realiza una compra o un intercambio en el que se adquiere un producto o servicio a cambio de dinero; el cual se basa en las necesidades o requerimientos y los diferentes servicios o productos que promoció una empresa y generen interés en los potenciales consumidores. También se le puede denominar al acto de consumir para obtener un beneficio, satisfacer una necesidad básica o una satisfacción (González-Cabrera & Trelles-Arteaga, 2021).

Logística

Es el proceso en el que se manejan estratégicamente los procesos de adquisición, movimiento y almacenamiento de los diferentes materiales e inventarios necesarios para el cumplimiento de los procesos productivos dentro de una empresa, gracias a la organización de los componentes y participantes, en

combinación con los canales de marketing con los que se asegura la rentabilidad actual y futura de una empresa, aprovechando los recursos y maximizando la eficiencia por parte de los trabajadores (Fontalvo-Herrera y otros, 2019).

Estrategias

Es el procedimiento mediante el cual se toman las decisiones y se establece un plan de acción de acuerdo a diferentes escenarios que aseguren la obtención del éxito y cumplimiento de los objetivos dentro de una organización. Es la conexión existente entre los planes y las acciones que se deben implementar para dar cumplimiento a las metas aplicándose en diferentes ámbitos y permitiendo el aprovechamiento de los recursos y optimización del tiempo del equipo (Romero y otros, 2020).

Retención

Es una parte de los ingresos que reciben las organizaciones o las personas naturales que deben ser retenidas para el pago de los impuestos obligados a cancelar por las diferentes actividades de prestación de servicios. Se le reconoce como un descuento en el pago y en el cobro que se aplica por general para el pago de los impuestos a un futuro. Quienes están obligados al pago, son los que deben hacer el ingreso de este monto a la entidad correspondiente, indicando quien es el receptor de la retención realizada (Nieto, 2020).

“Propuesta de plan de negocio para la implementación de la domótica en viviendas de urbanizaciones privadas del DMQ”

Jácome (2022) realizó un estudio en el que se especifica que la cultura del Ecuador ha sido menos flexible que la cultura chilena o argentina en cuanto al tema de la domótica por características de precio y accesibilidad para obtener dicha

tecnología. Esto ocasionó que el mercado más importante está quedando atascado y utilizando productos con costos muy elevados.

Debido a esto se establece la idea de negocio “Home Fénix” que es una empresa cuya misión se basa en la automatización de casas, departamentos y edificios, que, a través de estrategias de logística de bajo costo, puntos de venta estratégicos y una administración óptima, otorga precios accesibles para todos los ecuatorianos, los mismos que puedan acceder con un bajo presupuesto a un sistema domótico para sus hogares.

Esta investigación se basó en datos recopilados mediante encuestas a clientes potenciales en la ciudad de Quito, opiniones de expertos y análisis sobre los mercados extranjeros dominantes en el aspecto de la domótica.

Reconocer el impacto, las tendencias y necesidades de las empresas disponibles en el campo de la domótica permite establecer estrategias, herramientas y métodos enfocados en el alcance de los objetivos empresariales, asegurando un crecimiento y mantenimiento en el mercado objetivo.

Planificación financiera

La planificación financiera es un proceso continuo que analiza todo el panorama financiero con el fin de crear estrategias para lograr los objetivos de cada empresa a corto y largo plazo; pudiendo contribuir en el aprovechamiento de los recursos, las necesidades actuales y mejorar los métodos utilizados para la reinversión de la empresa. Crear un plan financiero es importante porque permite aprovechar al máximo los activos al mismo tiempo que brinda la confianza para superar cualquier obstáculo en el camino. Dentro de los pasos a incluir para la realización de un plan financiero se destacan:

- Establecer metas financieras

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

- Rastrear todas las operaciones realizadas dentro de una empresa
- Participación de todos los trabajadores.
- Elaboración de un plan para emergencias
- Hacer frente a la deuda de alto interés
- Inversión para el alcance de las futuras metas
- Proteger y crear planes continuos para el crecimiento y mantenimiento del bienestar financiero (Valle Núñez, 2020).

Trabajadores

Incluye a todas las personas físicas que prestan servicios con calidad de dependencia a otra persona, institución o empresa por la que obtienen una retribución monetaria a cambio de la fuerza de trabajo. Puede prestar servicios bajo la dirección de una persona jurídica o física, siendo con fines de lucro, sociales o institucionales manteniendo o no relaciones contractuales (Porrás Velásquez & Parra D'aleman, 2019).

Plan de contingencia

Es una estrategia en la que se describe de manera detallada el cómo responderá una organización o empresa en caso de eventos críticos e importantes que pueden afectar el cumplimiento de los procesos dentro de un negocio, permitiendo, al ejecutarse de forma adecuada la mitigación de riesgos y el aprovechamiento de los recursos disponibles de acuerdo a las situaciones a las que se enfrenta la organización (Palacios Rodríguez, 2020).

Inversión

Consiste en la asignación de los recursos para la creación de activos o compra de estos, asegurando que estos no se consuman en el presente sino en el futuro, respaldando el funcionamiento operacional dentro de las organizaciones.

Las inversiones por lo general se relacionan al ahorro y la preparación para responder a situaciones futuras, por lo que requiere de una planificación adecuada a fin de respaldar los ingresos dentro de las empresas (Jiménez & Rojas, 2019).

Productividad

Se le considera una medida económica en la que se puede calcular la cantidad de servicios y bienes producidos por cada factor utilizado; determinando la capacidad de hacer la mayor cantidad de tareas en un menor tiempo. Las empresas se encuentran en la búsqueda constante de mejorar los niveles de productividad, aumentando el valor de los productos ofrecidos (Travieso Martín, 2022).

Mejora continua

Es el enfoque con el que una empresa se asegura de forma constante de mejorar sus procesos productivos y operativos, revisando con frecuencia las operaciones relacionadas a los inconvenientes, costos, oportunidades, efectos y otros factores que permiten la eficiencia y optimización. Se asocia a la metodología de los procesos que ofrece una visión, medición y retroalimentación continua con el rendimiento y la ejecución de los procesos actuales (Tacuri & Ortega, 2021).

Bienestar

Se le reconoce y asocia al estado de las personas en el que se reconoce la sensibilidad del funcionamiento respecto a las actividades psíquicas y somáticas. También puede referirse al estado de comodidad o satisfacción personal, proporcionando una sensación de seguridad social, económica, psicológica, laboral, biológica o laboral que asegura el funcionamiento de las sociedades (Salazar, 2019).

Inclusión

Incluye las tendencias, actitudes y políticas para la integración de personas o movimientos dentro de la sociedad, a fin de que pueda obtenerse una adecuada contribución y participación que permita el beneficio del proceso (Portillo & Arroyo, 2020).

“Domótica Inclusiva y el relevo generacional en el campo, mediante Sistemas Inteligentes”

García et. al. (2019) expuso que un sistema inteligente es aquel programa que asemeja la inteligencia de un ser humano, siendo un término comúnmente usado para sistemas expertos o sistemas domóticos. Sabiendo esto, se debe comprender que la domótica es una técnica, que por medio de la tecnología aplicada en procesos cotidianos se encarga de dar confort y una mayor calidad de vida a sus usuarios. En este trabajo se demostró como la domótica en la actualidad solo parece ser asequible para personas de altos recursos y está compuesta por productos que no son viables para la economía de las personas provenientes de américa latina. En este contexto, y teniendo presente que se vive en países en los que aún gran parte de su población trabajan en el área rural, se convierte en una necesidad el uso de esta tecnología para agilizar el ritmo de vida y entrar a la competencia productiva del mundo actual.

Para las nuevas empresas no solo se debe conocer la tendencia y las preferencias de compra de los consumidores respecto al ámbito en el que se desarrollara la empresa; sino que se hace necesario reconocer los recursos económicos, físicos y tecnológicos a fin de implementar estrategias realistas que ofrezcan datos aterrizados a la realidad con las que se mejore el cumplimiento de los objetivos empresariales.

Estrategias de marketing

Una estrategia de marketing consiste en la presentación de un plan a largo plazo para lograr los objetivos de una empresa mediante la comprensión de las necesidades de los clientes y la creación de una ventaja competitiva distinta y sostenible, que no solo ofrezca visibilidad entre los competidores, sino que genere confianza y comunicación entre los usuarios aumentando la rentabilidad de la empresa.

Estas estrategias abarcan todos los elementos, desde determinar quiénes son los clientes hasta decidir qué canales se utilizarán para llegar a los clientes objetivos. Con una estrategia de marketing se puede definir cómo una empresa se posiciona en el mercado, los tipos de productos que produce, los socios estratégicos que hace y el tipo de publicidad y promoción que realiza.

Una estrategia de marketing determina la dirección general, pero no los detalles específicos, para una variedad de actividades relacionadas con el marketing, incluyendo:

- Público objetivo.
- Propuesta de valor.
- Marketing mix.
- Mensajes de marca.
- Iniciativas promocionales.
- Contenidos.
- Canales.
- Comunicación, entre otros (Maraza y otros, 2019).

Promoción

Incluye la comunicación de un servicio o producto a un público objetivo, englobando las diferentes estrategias que estimulen el interés en la compra y venta de los productos o servicios. Dentro de las herramientas frecuentes se puede destacar la publicidad en los diferentes medios digitales, la venta personal y otras estrategias comerciales con las que se llega a un mayor número de usuarios (Soledispa y otros, 2020).

Servicios

Puede incluir una o una serie de actividades que realiza un proveedor con el fin de satisfacer una necesidad o requerimiento incumplido dentro de un mercado particular por parte de los consumidores, cuyas características son la heterogeneidad, intangibilidad, perecibilidad y la inseparabilidad (Ubilla y otros, 2019).

Proveedores

Es la persona o institución que surte a otra persona la existencia de materia prima necesaria para la producción de productos o servicios. La adquisición particular en cada organización se dirige a las actividades o negocios principales de quienes las compran, manteniendo un procedimiento económico y operacional (Ocampo-Murillo & Quintero-Garzón, 2020).

Calidad

Se puede definir como un concepto subjetivo en el que se determina la propiedad que tiene un objeto o cosa particular, definiendo con ello su valor y la satisfacción que provoca en los usuarios. Puede variar de acuerdo con el ámbito o el área en el que se aplica según la percepción que tiene en los individuos y que puede diferenciar el éxito y el posicionamiento de la empresa dentro del mercado (Rodríguez, 2021).

Indicadores

Es la unidad de medición con la que se puede analizar el rendimiento de los procedimientos internos dentro de una organización respecto al cumplimiento de una meta, midiendo la productividad, rentabilidad, calidad en la comercialización de productos y servicios, manejo de recursos y tiempo, etc. (Huerta, 2019).

Ventas

Comprende las actividades requeridas para brindar a una empresa o cliente la dotación de un producto o servicio a cambio de un valor monetario; incluyendo las actividades de producción y comercialización de las organizaciones dirigidas al público objetivo y utilizando diferentes herramientas comerciales (Jiménez-Marín y otros, 2019).

Evaluación

Proceso en el que se busca determinar el valor de un objeto o una persona, analizando el cumplimiento de diferentes objetivos ligados a este; que puede utilizarse para reconocer dentro de una organización el impacto o agrado que han tenido las estrategias y herramientas implementadas; permitiendo una visión completa sobre los cambios a realizar a fin de mantener un nivel de competitividad (Bizarro y otros, 2019).

“Diseño y análisis de indicadores de gestión en las áreas de finanzas, marketing y ventas para una microempresa del sector de la tecnología: DOMOTICA SOLUCIONES SAS”

Para Lora (2020), ante la creciente incertidumbre derivada por la situación actual que trajo el virus (Covid-19), muchas empresas cerraron y otras se vieron obligadas a cambiar completamente la forma de llevar a cabo sus operaciones para llegar al cliente de diferentes formas y poder subsistir. La pandemia actual, también

provocó un aumento de la competencia por la disminución del poder adquisitivo de las personas y disminución en la demanda de cualquier producto distinto a despensa y suministros para cuidado personal y de la salud. El foco del proyecto fue implementar esos indicadores, que según los resultados que arrojó el diagnóstico, son los que se necesitan con mayor importancia para poder crear estrategias que beneficien a la empresa en el menor tiempo posible partiendo de información verídica, los cuales tendrán como propósito mejorar efectivamente el análisis de los resultados obtenidos por la empresa. Para llevar a cabo la implementación se utilizó la metodología investigación acción, que permite resolver problemas prácticos y urgentes.

Se responde con el objetivo cuarto por medio de los datos recolectados del mercado, proveedores, competidores, preferencias y tendencias de consumo de los usuarios dentro del ámbito de la domótica, se procede al diseño de las estrategias incluidas en el plan de negocios presentados, a fin de ingresar al mercado reconociendo todos los componentes y con una capacidad para la toma de decisiones informadas que disminuyan los riesgos y potencien el éxito de la empresa.

Estudio de mercado

La investigación de mercado es un proceso sistemático de recopilación, análisis e interpretación de información que puede relacionarse al mercado objetivo, consumidores, competidores y la industria en conjunto, reconociéndose como la base de cualquier empresa exitosa. Este estudio tiene varios propósitos diferentes, desde identificar un nuevo mercado hasta lanzar un nuevo negocio, ayudando a los empresarios en la toma de decisiones informadas que minimicen los potenciales riesgos a los que se encuentran expuestos. Puede eliminar las

conjeturas de la innovación y canalizar recursos hacia ideas y proyectos que evidencien un mayor potencial, estos pueden estar realizados por:

- Determinar la viabilidad de un nuevo negocio.
- Identificar y desarrollar nuevos mercados potenciales.
- Garantizar la ubicación óptima del producto.
- Mejora e innovar el negocio
- Impulsar el éxito de las diferentes campañas promocionales seleccionadas (Muñoz-Munguía y otros, 2019).

Precio

Es la cantidad o monto de dinero que un usuario cancela a una empresa por el concepto de un producto o servicio que adquiere. También es la suma de valor que un comprador intercambia a fin de obtener un beneficio de uso o disfruto que viene con un producto o servicio, representado en moneda y que representa la suma de materia prima, trabajo, recursos, utilidad, tiempo, etc. (Ceseña, 2019).

Factibilidad

Implica la disponibilidad que tiene una organización de los recursos esenciales con los que se puede llevar a cabo ciertos objetivos empresariales previamente definidos, determinándose sobre un proyecto en particular y como sus resultados se incluyen al proceso de gestión gerencial y operacional dentro de las empresas (Oyola & Ayala, 2022).

Estudio de viabilidad

Es el análisis en profundidad que se realiza para determinar la rentabilidad de una idea o plan de negocio, estableciendo si es posible convertir una idea en un negocio que asegure los resultados de rentabilidad y éxito de acuerdo con las consideraciones con las cuales este se presenta. Las empresas lo realizan con

frecuencia para analizar el beneficio potencial que existe en la nueva idea de negocio y como esta será recibida por los consumidores potenciales (Cevallos-Ponce, 2019).

Balance

Estado financiero por el cual se muestra, analiza y corrigen las situaciones financieras y económicas dentro de una empresa en un momento específico, ya que se registran los bienes, obligaciones y cambios que pueden afectar el ingreso y salida de efectivo para el alcance de los objetivos organizacionales

Control

Conforma los diferentes procesos que verifican el desempeño y cumplimiento de las actividades que conforman las funciones dentro de una empresa u organización, implicando la comparación entre el rendimiento y los resultados actuales para la toma de acciones correctivas en caso de ser necesario. Es una actividad fundamental dentro de la administración de las empresas relacionado a la planificación y desempeño en los departamentos que la conforman (Cortés, 2019).

Análisis financiero

Consiste en el estudio e interpretación de toda la información contable dentro de una empresa a fin de diagnosticar la situación actual, proyectando las estrategias aplicables para mejorar los resultados a futuro. Esto incluye procedimientos y técnicas de diferentes factores para analizar como se ha desempeñado la empresa y como se puede mejorar respecto a los niveles de competitividad y rentabilidad (Garcia y otros, 2020).

Organización empresarial

Es la entidad conformada por dos o más personas que tienen las mismas metas y objetivos respecto al desarrollo de una actividad productiva o comercial; además de existir diferentes tipos de organización, todos tienen una característica específica que aseguran el cumplimiento y aprovechamiento de los recursos disponibles. Deben tener una adecuada interacción a fin de aprovechar los recursos, minimizar los riesgos y lograr destacar dentro de un mercado altamente competitivo (Ramírez, 2020).

Viabilidad de empresa dedicada a la automatización de viviendas en los distritos de Lima.

Serrano y Zavaleta (2020) presentaron una investigación que evidenció el análisis para la elaboración del Plan de Negocio para determinar la viabilidad de la automatización de viviendas en los sectores NSE A y B de los distritos de Lima Top. De los estudios realizados para el presente proyecto, se determinó que un segmento de la población está interesado en la automatización y consideran que así se vivirá en un futuro próximo. Para efectos de este estudio se utilizó metodologías de investigación de tipo cualitativo y cuantitativo, dentro de los resultados obtenidos se aprecia una excelente acogida por el producto y servicio ofrecido, siendo muy atractivo en el mercado. El análisis sobre el modelo de negocio planteado mantiene un VAN y TIR mayor a cero, este análisis fue realizado en diferentes escenarios, variando la cantidad de productos y precio, generando resultados positivos, mostrando la rentabilidad y factibilidad de la investigación.

Finalmente, para cumplir con el objetivo quinto planteado, al reconocer el precio manejado por los principales competidores, en combinación con los precios requeridos para la producción y comercialización de los productos y servicios permite analizar los puntos críticos en los que estos pueden ser adaptados a fin de

ofrecer un precio por debajo de lo reconocido, sin dejar a un lado la calidad promocionada.

1.7. Marco conceptual

Ahorro: se le puede definir a la porción de ingresos que se decide no destinar para su consumo, sino que se puede utilizar en un futuro de acuerdo con las necesidades evidenciadas (Cobián Puebla y otros, 2021).

Cliente: Los clientes son todas aquellas personas que adquieren servicios o productos de un negocio, reconociéndose también como consumidores para las empresas y pueden separarse por la frecuencia de compras, tendencias, etc. (del Toro Cabrera, 2019).

Comunicación: se le considera al intercambio de información producido entre o más personas a fin de aportar y recibir información, interviniendo el emisor y receptor que incluye el mensaje manifestado. Es necesaria para el entendimiento entre las personas y la realización de las actividades cotidianas (García & Marulanda, 2020).

Confort: se refiere a la comodidad o el placer que puede sentir una persona y que es provocado por algo específico bien sea un objeto material, una situación o evento (Collado y otros, 2019).

Domótica: se refiere a las tecnologías y sistemas que permiten la automatización de una vivienda, en donde se gestiona de forma inteligente la comunicación, energía, seguridad e iluminación, además de otros elementos que generan confort y bienestar (Martín, Gestión del conocimiento en sistemas domóticos, 2022).

Idea de negocio: es un servicio o producto que se crea o existe dentro del mercado, al que se le aporta una solución o propuesta de valor de acuerdo con las

necesidades y exigencias no cumplidas dentro de este, generando beneficios económicos para quien lo implementa y para quien lo consume (Guerrero y otros, 2022).

Mercado: es el entorno en donde se desarrollan transacciones de proceso y de intercambio de productos y servicio entre personas, quienes logran un acuerdo por la adquisición de este con un precio previamente establecido, que genera un beneficio económico para quien lo ofrece y una satisfacción a una necesidad a quien lo consume. Los mercados funcionan en base a la oferta y demanda de los productos y servicios disponibles, generando niveles de competitividad e innovación para mantener la relevancia dentro de este (Miranda-Torrez, 2021).

Producto de consumo: son los productos creados específicamente para satisfacer una necesidad ausente evidenciada en el consumo, pensados y producidos para presentar un beneficio respecto a la calidad de vida de los usuarios (Cabarcas & Quintana, 2020).

Capítulo 2: Propuesta comercial

2.1. Descripción de la Empresa, actividad y/o proyecto

Domotic Advance es una empresa líder y pionera en el sector de la domótica en la ciudad de Machala. Fundada en el año 2024, que se compromete a brindar soluciones innovadoras y tecnológicas para la automatización de hogares y edificios, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los clientes y promover la eficiencia energética y el confort en sus espacios.

En Domotic Advance, comprende que la tecnología puede transformar la forma en que interactuamos con el entorno, y por eso se enfoca en ofrecer soluciones inteligentes y personalizadas que se adapten a las necesidades y preferencias individuales de cada cliente.

El equipo de expertos en domótica está altamente capacitado y cuenta con amplia experiencia en el diseño e implementación de sistemas automatizados. Se debe trabajar de cerca con los clientes, desde la etapa de consultoría hasta la instalación y el mantenimiento de los sistemas, asegurándonos de brindarles una experiencia integral y satisfactoria.

Las soluciones abarcan una amplia gama de aspectos de la automatización residencial y comercial. En el ámbito residencial, ofrecemos sistemas de control inteligente para iluminación, climatización, seguridad, persianas y cortinas, electrodomésticos y multimedia. Esto permite a los clientes tener el control total de sus hogares, incluso cuando están ausentes, a través de aplicaciones móviles intuitivas y fáciles de usar.

En el ámbito comercial, trabajamos con empresas y edificios comerciales para implementar soluciones de domótica que optimizan la gestión de recursos, mejoran la seguridad, facilitan la monitorización de procesos y reducen los costos

operativos. La experiencia abarca desde oficinas y comercios hasta hoteles, centros educativos y centros de salud, adaptándonos a las necesidades específicas de cada sector.

Uno de los principales pilares es la eficiencia energética. A través de la automatización inteligente, ayudamos a los clientes a reducir el consumo de energía al controlar y optimizar el uso de dispositivos y sistemas, lo que se traduce en un ahorro significativo en costos y una menor huella ambiental.

Domotic Advance, se enorgullece ofrecer productos y servicios de la más alta calidad. Trabajamos en estrecha colaboración con los principales fabricantes y proveedores de tecnología domótica para asegurar de ofrecer soluciones confiables, duraderas y de última generación.

Además, nos esforzamos por brindar un servicio excepcional al cliente. El equipo de atención al cliente está disponible para responder consultas, brindar soporte técnico y garantizar la satisfacción de los clientes en cada etapa del proceso. Establecer relaciones sólidas y duraderas, basadas en la confianza, la transparencia y la excelencia en el servicio.

En resumen, en Domotic Advance el personal se apasiona la domótica y su potencial para transformar los espacios en entornos inteligentes y eficientes. Se compromete con la innovación constante, la calidad y la satisfacción del cliente. Los clientes que buscan mejorar su hogar o lugar de trabajo a través de soluciones de domótica de vanguardia, Domotic Advance es la opción perfecta en la ciudad de Machala. A continuación, se expone a detalle los distintos servicios que la empresa va a proporcionar:

- Automatización Residencial: Ofrecer soluciones completas de domótica para hogares, permitiendo a los clientes controlar y supervisar de forma

remota la iluminación, la seguridad, los electrodomésticos, la climatización y otros dispositivos a través de una interfaz intuitiva y fácil de usar.

- **Automatización Comercial:** Trabajar con empresas y edificios comerciales para implementar sistemas de domótica que optimicen la gestión de recursos, aumenten la seguridad, faciliten la monitorización de procesos y mejoren la eficiencia energética.
- **Integración de Sistemas:** Brindar servicios de integración de sistemas para que diferentes dispositivos y sistemas de domótica trabajen de manera conjunta y coordinada, ofreciendo una experiencia sinérgica y unificada para los clientes.
- **Consultoría y Diseño:** el equipo de expertos en domótica ofrece asesoramiento especializado y diseña soluciones personalizadas, teniendo en cuenta las necesidades y preferencias individuales de cada cliente. Analizamos la infraestructura existente y proponemos soluciones innovadoras que se adapten a sus requerimientos.
- **Instalación y Mantenimiento:** Cuenta con un equipo de instaladores y técnicos altamente capacitados que se encargan de la instalación y puesta en marcha de los sistemas de domótica. Además, ofrecemos servicios de mantenimiento preventivo y correctivo para garantizar un funcionamiento óptimo a lo largo del tiempo.

Propuesta de Solución: Automatización Inteligente para la Eficiencia Energética en Hogares y Edificios

Domotic Advance se dedica a ofrecer soluciones inteligentes y tecnológicas para la automatización de hogares y edificios, con el objetivo principal de mejorar

la calidad de vida de los clientes y promover la eficiencia energética en sus espacios.

A través de la tecnología domótica avanzada, ofrece una serie de beneficios y soluciones a los problemas asociados con la gestión de la energía. Algunos de los aspectos clave de nuestra propuesta incluyen:

Control inteligente de la iluminación: consiste en sistemas que permiten el control automático de las luces, ajustando el nivel de iluminación según la presencia de personas en una habitación o la luz natural disponible. Esto evita el desperdicio de energía al apagar las luces en habitaciones desocupadas y ajustar la intensidad de la luz según sea necesario.

Gestión de la climatización: Con la entrega de esta solución, los usuarios pueden programar y controlar de manera precisa la temperatura y la climatización de sus hogares y edificios, optimizando el consumo de energía al evitar el uso innecesario de sistemas de calefacción o aire acondicionado cuando no se requieren.

Seguridad y eficiencia energética: los sistemas de seguridad integrados permiten la detección automática de intrusos y la gestión inteligente de alarmas. Además, la integración de sistemas de seguridad con la automatización energética permite un control centralizado, lo que garantiza que los dispositivos de seguridad estén activos cuando sea necesario y se desactiven cuando no se requieran, evitando el consumo innecesario de energía.

Monitoreo y gestión de consumo energético: Proporcionamos herramientas y paneles de control intuitivos que permiten a los usuarios monitorear y analizar el consumo energético de sus hogares o edificios en tiempo real. Esto les brinda una

visión detallada del consumo y les ayuda a identificar áreas de mejora y tomar decisiones informadas para reducir su huella energética.

Integración de dispositivos y sistemas: permite la integración de una amplia gama de dispositivos y sistemas, como electrodomésticos, persianas motorizadas, sistemas de riego y sistemas de entretenimiento. Esto permite una gestión más eficiente y coordinada, optimizando aún más el consumo de energía.

En resumen, se considera una propuesta de solución centrada en la implementación de sistemas de automatización inteligente que permiten a los usuarios controlar y optimizar el consumo de energía en sus hogares y edificios. Al ofrecer una solución integral que abarca iluminación, climatización, seguridad y gestión de consumo energético, se busca brindar a los clientes una forma eficiente, cómoda y sostenible de aprovechar al máximo los recursos energéticos disponibles.

2.2.1. Misión:

Proporcionar soluciones de domótica innovadoras y personalizadas que permitan a los clientes controlar y gestionar sus hogares y espacios de trabajo de manera eficiente, segura y cómoda para ser líderes en tecnología domótica, brindando productos y servicios de alta calidad, respaldados por un excelente servicio al cliente.

2.2.2. Visión:

“Ser reconocidos como la empresa de domótica más confiable y de vanguardia en la ciudad de Machala, destacándose por el compromiso de la excelencia, la innovación constante y la satisfacción del cliente. Aspirando a expandir las operaciones en todo el país y convertirse en referentes en el mercado nacional”.

2.2.3. Valores:

Innovación: estar a la vanguardia de la tecnología y ofrecer soluciones innovadoras y de vanguardia a los clientes.

Calidad: ofrecer productos y servicios de la más alta calidad, cumpliendo con los estándares más exigentes de la industria.

Confianza: Establecer relaciones sólidas y duraderas con los clientes, basadas en la confianza, la transparencia y la ética profesional.

Servicio al cliente: Brindar un excelente servicio al cliente, atendiendo de manera rápida y efectiva sus necesidades y preocupaciones.

Sostenibilidad: Promover una eficiencia energética y la sostenibilidad ambiental a través de soluciones de domótica, contribuyendo así a un futuro más sostenible.

Domotic Advance se posiciona como la opción ideal para aquellos que deseen aprovechar las ventajas de la domótica en sus hogares y negocios en la ciudad de Machala, basándose en el compromiso de la excelencia y la pasión por la innovación.

2.2.4. Objetivo General

Dar a conocer dentro de dos años a la empresa en la población machaleña el tipo de aplicaciones y mejoras que se pueden introducir en una vivienda para dotarla de "inteligencia" y los beneficios que los usuarios de esta pueden obtener

2.2.5. Objetivos Específicos

- Lograr el 30% de participación de mercado
- Obtener el 80% de satisfacción al cliente
- Lograr ventas que superen \$20.000 para el año 2024

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

- Obtener un 15% de fidelización con clientes
- Recuperar el 50% de la inversión inicial en el primer año.

2.2. Modelo de Negocios (CANVAS)

Figura 1 Modelo de negocios CANVAS



Propuesta de valor. - Es Integrar y aplicar funcionalidades que garanticen un mayor control de todos los aspectos del hogar por medios de dispositivos tecnológicos.

Segmento del cliente. -.Domotic Advance abarca hogares residenciales cuyos propietarios de viviendas y apartamentos busquen mejorar la comodidad, seguridad y eficiencia energética de sus hogares. Estos clientes pueden estar interesados en sistemas de iluminación inteligente, sistemas de seguridad y vigilancia, electrodomésticos inteligentes, entre otros. Así mismo se dirige al segmento de edificios comerciales como oficinas, restaurantes y hoteles, quienes pueden beneficiarse de la domótica. Estos clientes pueden buscar soluciones de control de iluminación, gestión de energía, seguridad y acceso, control de climatización, sistemas de gestión de edificios, entre otros.

Canales de comunicación. -. Domotic Advance contara con una página web para mostrar información detallada sobre los productos, características, ventajas y precios. También se incluirá testimonios de clientes satisfechos y facilitar la opción de compra en línea.

Otro canal de comunicación serán las redes sociales que permitirá llegar a tu público objetivo por medio de las plataformas populares como Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn, y donde se compartirá contenido relevante a la tecnología domótica que ofrecerá Domotic Advance, así también como consejos de domótica, novedades tecnológicas, demostraciones de productos y promociones especiales se interactuará con lo seguidores respondiendo a sus preguntas e inquietudes.

Relación con el cliente. – la relación debe ser personal y acorde a las necesidades y preferencias del cliente, que le permitirá la participación en la toma de decisiones relacionadas con el diseño y la funcionalidad del sistema así mismo se debe realizar un seguimiento regular después de la implementación permitirá asegurar de que el cliente esté satisfecho con los sistemas domóticos y resolver cualquier problema o inquietud que puedan surgir, realizar lo antes mencionado fomentará una relación a largo plazo debido al acompañamiento continuo

Estructura de ingresos. - Los ingresos del proyecto se generan por venta de los equipos e instalaciones de sistemas domóticos en hogares o edificios que deseen implementar esta tecnología.

Actividades claves. – Domotic Advance propone como actividad principal basada en su modelo de negocio al desarrollo y soluciones domóticas que permita al usuario automatizar de manera adecuada las viviendas por medio de la tecnología priorizando la seguridad, el ahorro de energía y comunicaciones entre otros, dando soporte técnico a las instalaciones y a las posteriores configuraciones de sistema domótico

Recursos claves. - Los recursos claves que se necesitan para el negocio es contar con un capital de trabajo quienes estarán capacitados para las instalaciones y soporte técnico que requiera el cliente durante la adquisición de los productos, así mismo se realizará alianza con proveedores que entreguen productos de calidad bajo la tecnología de última generación juntamente con capacitaciones sobre los mismos al personal de Domotic Advance.

Socios claves. - Los socios claves para el negocio son principalmente los proveedores de equipos y sistemas tecnológicos domóticos quienes deberán tener

esencialmente dos características; ofrecer productos con calidad, innovación y entrega inmediata.

Estructura de costo. - La estructura de costos en este negocio básicamente se genera por los egresos que Domotic Advance debe realizar para operar en el mercado. De acuerdo con la naturaleza del negocio se necesita un capital de trabajo que gestione eficazmente la compra de los productos como tal (inventario) y pagos de servicios básicos, publicidad, sueldos y salarios, entre otros egresos de menor envergadura.

2.3. Estrategia Genérica

La estrategia genérica de la empresa Domotic Advance se basa en una combinación de segmentación y diferenciación. Aquí se detalla cómo se aplicaría esta estrategia:

Segmentación de mercado:

Identificación de segmentos de clientes clave: Después de analizar el mercado y las necesidades de los clientes, has identificado los segmentos de hogares residenciales, edificios comerciales y empresas de construcción y arquitectura como los segmentos clave para tu empresa.

Enfoque en las necesidades específicas de cada segmento: Se ha propuesto comprender en profundidad las necesidades y requerimientos de cada segmento de clientes, adaptando las soluciones y servicios para satisfacer sus demandas particulares.

Diferenciación:

Propuesta de valor única: Se ha desarrollado una propuesta de valor única que destaca las soluciones inteligentes y tecnológicas que ofrecen eficiencia

energética, mejora de la calidad de vida y personalización para cada segmento de clientes.

Experiencia y conocimiento especializado: la empresa se diferencia por la experiencia en diseño e implementación de sistemas domóticos de última generación, brindando a sus clientes soluciones de vanguardia y un servicio al cliente excepcional.

Adaptación y personalización: se centra en adaptar las soluciones a las necesidades específicas de cada cliente, ofreciendo un servicio personalizado y un trato cercano.

Esta estrategia genérica permite enfocarse en segmentos de mercado específicos y ofrecer soluciones diferenciadas que se ajusten a las necesidades y deseos de los clientes. Al segmentar el mercado y diferenciarte, podrás establecer una posición sólida en la industria de la domótica en Machala, atrayendo y satisfaciendo a los clientes de manera efectiva.

2.4. Ventajas Competitivas

Experiencia en soluciones personalizadas: Una ventaja competitiva significativa que tienes es tu capacidad para ofrecer soluciones personalizadas y adaptadas a las necesidades específicas de los clientes. Al comprender en profundidad las demandas individuales de cada segmento de clientes, puedes diseñar e implementar sistemas domóticos que se ajusten perfectamente a los requisitos y preferencias. Este enfoque personalizado te diferenciará de los competidores que ofrecen soluciones estándar y te ayudará a construir relaciones sólidas y duraderas con los clientes.

Amplio conocimiento y experiencia técnica: Otra ventaja competitiva es tu experiencia y conocimiento especializado en la implementación de soluciones

domóticas de última generación. Tu equipo de expertos cuenta con una sólida formación en tecnología domótica y está al tanto de las últimas tendencias y avances en el campo. Esta experiencia te permite ofrecer a los clientes soluciones innovadoras y eficientes, brindando una ventaja tecnológica sobre los competidores menos informados o actualizados.

Alianzas estratégicas y redes de colaboración: Se debe establecer alianzas estratégicas con proveedores de tecnología y servicios relacionados, así como con empresas de construcción y arquitectura. Esta red de colaboración brindará una ventaja competitiva al poder acceder a recursos adicionales, tecnología de vanguardia y conocimientos complementarios. Estas alianzas permitirán ofrecer soluciones más completas y sofisticadas a los clientes, mientras que los competidores que carecen de estas relaciones pueden estar limitados en términos de recursos y capacidades.

Estas ventajas competitivas, como la capacidad de ofrecer soluciones personalizadas, el amplio conocimiento técnico y las alianzas estratégicas, ayudarán a diferenciarse en el mercado y así posicionarse como una opción preferida para los clientes que buscan soluciones domóticas de alta calidad en la ciudad de Machala.

2.5. Fuerzas de Porter

Rivalidad entre competidores existentes:

En el mercado de la domótica, es probable que haya varios competidores que ofrecen soluciones similares en la ciudad de Machala. La rivalidad puede ser alta, lo que significa que debes esforzarte por diferenciarte y ofrecer un valor único para mantener una ventaja competitiva.

La diferenciación a través de soluciones personalizadas, conocimiento técnico especializado y alianzas estratégicas puede reducir la rivalidad directa y crear barreras para que los competidores ingresen al mercado.

Amenaza de nuevos competidores:

El mercado de la domótica puede atraer a nuevos competidores interesados en aprovechar el crecimiento y las oportunidades en la industria. Sin embargo, tu experiencia, reputación establecida y relaciones estratégicas pueden dificultar la entrada de nuevos competidores.

Además, las barreras de entrada, como los altos costos de tecnología, la necesidad de conocimientos especializados y la lealtad de los clientes existentes, pueden reducir la amenaza de nuevos participantes.

Poder de negociación de los clientes:

Los clientes pueden tener cierto poder de negociación debido a la disponibilidad de opciones en el mercado. Sin embargo, al ofrecer soluciones personalizadas, conocimientos técnicos especializados y un servicio excepcional, puedes generar lealtad en los clientes y disminuir su poder de negociación.

Además, el establecimiento de relaciones sólidas con los clientes y la atención personalizada pueden crear barreras para que los clientes cambien a competidores.

Poder de negociación de los proveedores:

Los proveedores de tecnología domótica y servicios relacionados pueden tener cierto poder de negociación debido a su exclusividad o escasez en el mercado. Sin embargo, las alianzas estratégicas con proveedores y la diversificación de las fuentes de suministro pueden reducir este poder.

Mantener relaciones sólidas con proveedores clave y buscar acuerdos mutuamente beneficiosos puede ayudarte a asegurar el suministro de tecnología y servicios necesarios.

Amenaza de productos o servicios sustitutos:

Si bien no hay un reemplazo directo para las soluciones domóticas, existen alternativas que los clientes pueden considerar, como no adoptar la automatización o buscar soluciones menos avanzadas.

Para mitigar esta amenaza, se demostrará el valor agregado y los beneficios significativos de las soluciones domóticas en términos de eficiencia energética, comodidad y calidad de vida, y destacar cómo superan a las alternativas.

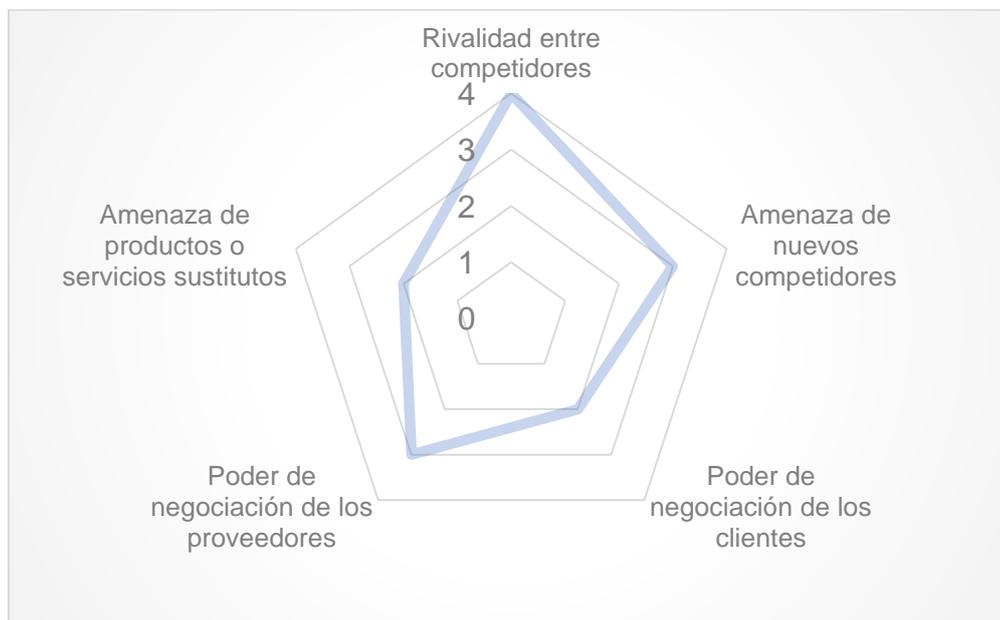
Evaluar estas cinco fuerzas ayudara a comprender mejor el entorno competitivo en el que opera tu empresa domótica y a tomar decisiones estratégicas para aprovechar las oportunidades y mitigar las amenazas.

Tabla 4
Análisis de las cinco fuerzas de Porter

<i>Fuerza</i>	<i>Ponderación</i>
Poder de negociación de los clientes	2
Poder de negociación de los proveedores	3
Amenaza de nuevos competidores	3
Amenaza de productos y servicios sustitutivos	2
Rivalidad entre los competidores existentes	4

Nota. Elaborado por el autor

Figura 2 Calificación por cada una de las fuerzas de Porter



Rivalidad entre competidores: Esta fuerza obtuvo una ponderación alta (4), lo que indica que la competencia en el mercado de la domótica en la ciudad de Machala es intensa. Se debe estar preparado para diferenciarse y ofrecer un valor único para destacarse entre los competidores.

Amenaza de nuevos competidores: La ponderación asignada fue moderada (3), lo que sugiere que, aunque existe la posibilidad de que nuevos competidores ingresen al mercado, las alianzas estratégicas, experiencia y relaciones establecidas pueden actuar como barreras para su entrada. Sin embargo, se debe seguir monitoreando el entorno y adaptándose a los cambios que se puedan presentar.

Poder de negociación de los clientes: Esta fuerza recibió una ponderación baja (2), lo que indica que los clientes tienen cierto poder de negociación. Sin embargo, al ofrecer soluciones personalizadas, conocimientos especializados y un excelente servicio al cliente, puedes reducir su poder de negociación y generar lealtad.

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

Poder de negociación de los proveedores: Se asignó una ponderación moderada (3) a esta fuerza, lo que sugiere que los proveedores pueden tener cierto poder de negociación. Sin embargo, las alianzas estratégicas y la diversificación de fuentes de suministro pueden ayudar a mitigar este poder y garantizar un suministro adecuado.

Amenaza de productos o servicios sustitutos: Esta fuerza recibió una ponderación baja (2), lo que indica, aunque no hay un reemplazo directo para las soluciones domóticas, existe la posibilidad de que los clientes consideren alternativas o no adopten la automatización. Aquí es importante comunicar y demostrar el valor y los beneficios únicos de las soluciones para así contrarrestar esta amenaza.

En general, los resultados muestran que, si bien hay desafíos en el entorno competitivo, tu empresa cuenta con ventajas competitivas y estrategias diferenciadas que te permitirán posicionarte favorablemente en el mercado de la domótica en la ciudad de Machala. Es esencial seguir monitoreando y adaptándose a las fuerzas competitivas cambiantes para mantener tu posición en el mercado.

2.6. Análisis FODA

Tabla 5.
Análisis FODA

		<i>Fortalezas</i>	<i>Oportunidades</i>
POSITIVO	F1	Experiencia en la personalización de soluciones domóticas	O1 Creciente demanda de soluciones domóticas en Machala
	F2	Amplio conocimiento técnico en domótica	O2 Avances tecnológicos continuos en el campo de la domótica
	F3	Alianzas estratégicas y redes de colaboración	O3 Cambios en regulaciones gubernamentales promoviendo la eficiencia energética

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

		<i>Debilidades</i>	<i>Amenazas</i>
NEGATIVO	D1	Dependencia de proveedores externos	Entrada de nuevos competidores
	D2	Limitaciones presupuestarias	Poder de negociación de los clientes
	D3	Competencia intensa	Posibles sustitutos o alternativas a las soluciones domóticas

Nota. La tabla expone el resultado del análisis externo e interno llevado a cabo para el negocio

Este análisis FODA proporciona una visión general de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de tu empresa en relación con el mercado de la domótica en Machala. Al capitalizar las fortalezas, como la experiencia en personalización, el conocimiento técnico y las alianzas estratégicas, puedes aprovechar las oportunidades que surjan, como la creciente demanda y los avances tecnológicos. Al mismo tiempo, debes abordar las debilidades, como la dependencia de proveedores externos y las limitaciones presupuestarias, y mitigar las amenazas, como la competencia intensa y los posibles sustitutos de las soluciones domóticas.

Utilizando este análisis FODA como guía, puedes desarrollar estrategias y acciones para potenciar las fortalezas, superar las debilidades, aprovechar las oportunidades y mitigar

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

Tabla 6.
FODA cruzado

		Oportunidades			Amenazas
	O1	Creciente demanda de soluciones domóticas en Machala		A1	Entrada de nuevos competidores
	O2	Avances tecnológicos continuos en el campo de la domótica		A2	Poder de negociación de los clientes
	O3	Cambios en regulaciones gubernamentales promoviendo la eficiencia energética		A3	Posibles sustitutos o alternativas a las soluciones domóticas
Fortalezas	Estrategias para F O		Estrategias para A F		
F1 Experiencia en la personalización de soluciones domóticas	F1 O1	Realizar un análisis exhaustivo de las necesidades y deseos de los clientes potenciales y ofrecer soluciones a medida que se ajusten a sus requerimientos.	F1 A2	Entregar diferentes opciones y niveles de personalización para que los clientes puedan elegir la solución que mejor se adapte a ellos	
	F2 O2	Identificar nichos de mercado y ofrecer servicios integrales acordes a los avances tecnológicos.	F2 A3	Informar sobre los beneficios que la domótica brinda con respecto al ahorro energético en comparación a los sustitutos	
F2 Amplio conocimiento técnico en domótica	F3 O3	Buscar organizaciones que compartan valores similares, y tengan una visión compatible y estén dispuestas a colaborar de manera mutua con promover la eficiencia energética.			

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

F3 Alianzas estratégicas y redes de colaboración	F3 A1 Mitigar las amenazas relacionadas con la volatilidad de precios
---	---

Debilidades	<i>Estrategias para D O</i>	<i>Estrategias para D A</i>
D1 Dependencia de proveedores externos	D1 02 Ofrecer productos y servicios actualizados que superen a la competencia	D2 A1 Concretar alianzas con los proveedores de los equipos.
D3 Limitaciones presupuestarias Competencia intensa	D1 02 Desarrollar publicidad digital para obtener visibilidad	D03 A3 Realizar capacitaciones al personal que permitan estar preparados al accionar de la competencia D3 A3 Fomentar una cultura de innovación en la empresa y búsqueda constantemente sobre nuevas ideas y soluciones

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

Tabla 7
Orden de importancia de las estrategias

<i>Estrategias</i>		<i>Fecha</i>			<i>Relevancia</i>		
		<i>2024</i>			<i>Alta</i>	<i>Media</i>	<i>Baja</i>
FO1	Realizar un análisis exhaustivo de las necesidades y deseos de los clientes potenciales y ofrecer soluciones a medida que se ajusten a sus requerimientos.	Trimestral			x		
FO2	Identificar nichos de mercado y ofrecer servicios integrales acordes a los avances tecnológicos.	Semestral	x				
FO3	Buscar organizaciones que compartan valores similares, y tengan una visión compatible y estén dispuestas a colaborar de manera mutua con promover la eficiencia energética.	Semestral	x				
AF1	Entregar diferentes opciones y niveles de personalización para que los clientes puedan elegir la solución que mejor se adapte a ellos	Mensual	x				
AF2	Informar sobre los beneficios que la domótica brinda con respecto al ahorro energético en comparación a los sustitutos	Trimestral	x				
DO1	Ofrecer productos y servicios actualizados que superen a la competencia	Mensual	x				
DO2	Desarrollar publicidad digital para obtener visibilidad	Trimestral	x				
DA1	Concretar alianzas con los proveedores de los equipos	Anual	x				
DA2	Realizar capacitaciones al personal que permitan estar preparados al accionar de la competencia	Trimestral	x				
DA3	Fomentar una cultura de innovación en la empresa y búsqueda constantemente sobre nuevas ideas y soluciones	Mensual	x				

Nota. Elaborado por el autor

2.7. Análisis PESTEL

Político: Los cambios en la política de importación y exportación podrían afectar de manera significativa, ya que los materiales para la ejecución de la obra no son producidos en el país. Incremento en los impuestos dará un perjuicio a los negocios, ya que las tarifas cambiarían y por efecto incrementaría afectando las ventas del negocio

Económico: La economía actual del país según las estadísticas actuales, permite que las personas puedan acceder a asesoramientos personalizados según el presupuesto general que una persona de clase media pueda costear ya que los ingresos son menores a la de los gastos permitiendo tener rubros en muchos casos destinados para esto

Social: la sociedad en general tiene una visión clara de que el diseño de interiores es solo dirigido a las personas con mucho poder adquisitivo perjudicando de manera general al negocio, ya que este no solo es dirigido a esta clase social, sino que también incluye a la clase social media y media alta

Tecnológico: la tecnología tiene un claro impacto de forma perjudicial para el negocio ya que los clientes eligen utilizar esta herramienta para recopilar ideas y ejecutar por cuenta propia diseños de decoración sin tener que acudir a un interiorista para su asesoramiento

Ecológico: Las leyes ambientales pueden llegar a ser un gran problema ya que la producción de elementos y piezas realizadas con madera, bambú y fibras naturales tienen normas para la elaboración por la tala indiscriminada de árboles y emanación de gases químicos al tratar las piezas con acabados naturales. La demanda de estos tipos de decoraciones es muy alta gracias a la tendencia, pero no se puede ejecutar por apoyar a la conciencia ecológica

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

Legal: La actividad empresarial se encuentra sujeta a determinado ordenamiento jurídico en el cual se rigen bajo leyes en el cumplimiento de la empresa a nivel de impuestos y divisas para importaciones lo cual puede afectar al negocio ya que el alto valor puede derivar parte de las ganancias al cumplimiento económico

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

Tabla 8.
PESTEL

<i>Político</i>	<i>Económico</i>	<i>Social</i>	<i>Tecnológico</i>	<i>Ambiental</i>	<i>Legal</i>
Cambio de estrategia de gobierno	Banco central prevé un crecimiento de 3.31% en el año 2023	Conflictos internos como manifestaciones	Acceso a las tecnologías de la información comunicación (TICs) Crecimiento del e-commerce	Cambios climáticos Mal manejo de residuos tecnológicos Ahorro energético	Derechos de propiedad intelectual. Seguridad Laboral Aspectos medioambientales
Inversiones tecnológicas	Tasa de inflación 3.47%	Inseguridad física	Incremento del 32.7% en la cantidad de hogares con acceso tecnológico.		
Inestabilidad política	Tasas de interés bastante favorables para créditos tipo emprendimiento	Tasa de informalidad del 55% Tasa de desempleo 3.8%			

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

Tabla 9.
Ponderación PESTEL

Factor	Aspecto		Tiempo (Años)			Tipo De Impacto		
			Corto (1-2)	Med (5)	Largo (5+)	Positivo	Negativo	Indiferencia
Político	Aspecto P1	Cambio de estrategia de gobierno			x		x	
	Aspecto P2	Inversiones tecnológicas		x		x		
	Aspecto P3	Inestabilidad política			x		x	
Económico	Aspecto E1	Banco central prevé un crecimiento 3.31% en el año 2023		x				x
	Aspecto E2	Tasa de inflación 3.47%		x			x	
	Aspecto E3	Tasas de interés bastante favorables para créditos tipo emprendimiento	x			x		
Social	Aspecto S1	Conflictos internos como manifestaciones		x			x	
	Aspecto S2	Inseguridad física		x			x	
	Aspecto S3	Tasa de informalidad del 55%			x		x	
	Aspecto S4	Tasa de desempleo 3.8%			x		x	
Tecnológico	Aspecto T1	Acceso a las tecnologías de la información comunicación (TICs)			x	x		

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

	Aspecto T2	Crecimiento del e commerce		x		x
	Aspecto T3	Incremento del 32.7% en la cantidad de hogares con acceso tecnológico		x		x
Ambiental	Aspecto A1	Cambios climáticos	x			x
	Aspecto A2	Mal manejo de residuos tecnológicos	x			x
	Aspecto A3	Ahorro energético		x		x
Legal	Aspecto L1	Derechos de propiedad intelectual	x			x
	Aspecto L2	Seguridad Laboral	x			x
	Aspecto L3	Aspectos Medioambientales	x			x

Nota. Elaborado por la autora

2.8. Estructura Organizacional

El siguiente organigrama estructural representa la totalidad de las áreas de la empresa, es decir, como están conformados los departamentos de “Domotic Advance”

Figura 3. Organigrama de áreas de la empresa

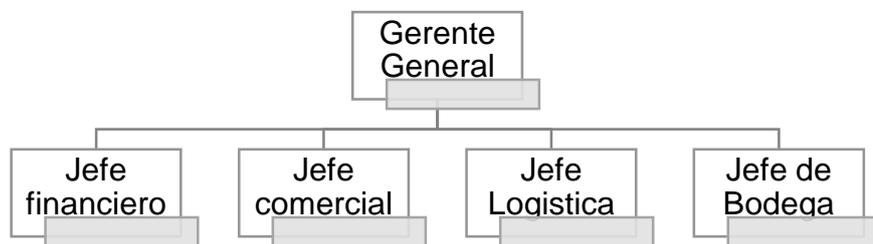
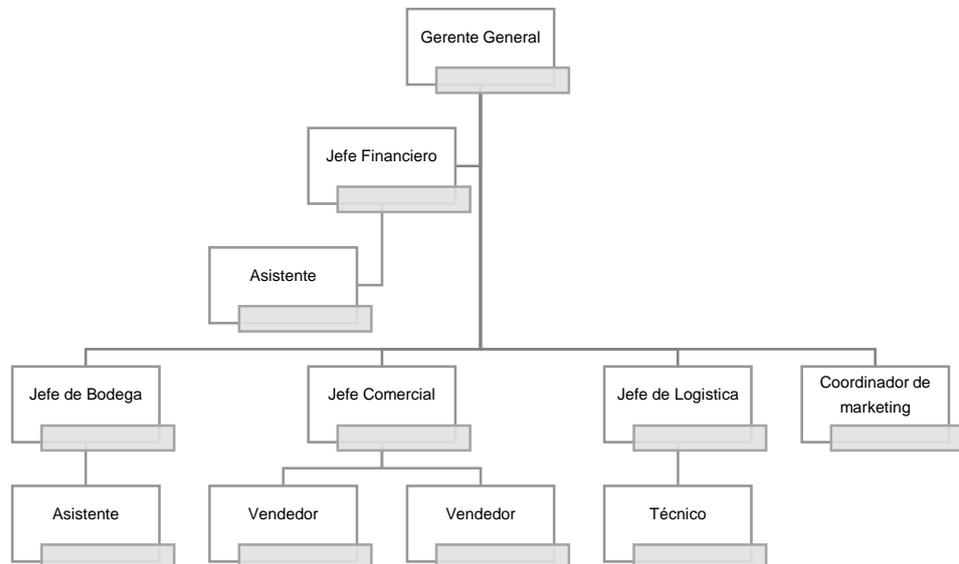


Figura 4. Organigrama de áreas de la empresa



2.9. Plan de Marketing

a) Contexto general del mercado

En la actualidad, existe una creciente conciencia sobre la eficiencia energética y la sostenibilidad: Los consumidores están cada vez más interesados en adoptar soluciones domóticas que les permitan reducir el consumo de energía y contribuir a la protección del medio ambiente.

Aumento de la demanda de viviendas inteligentes: Existe una creciente demanda de viviendas equipadas con tecnología inteligente que permita el control remoto de sistemas como iluminación, climatización, seguridad y electrodomésticos.

Avances tecnológicos: Los avances en tecnología han mejorado la accesibilidad y la funcionalidad de las soluciones domóticas, haciendo que sean más asequibles y fáciles de utilizar para los consumidores.

Tamaño del mercado:

El mercado de soluciones domóticas en la ciudad de Machala se encuentra en crecimiento. A medida que más personas buscan mejorar la comodidad, la seguridad y la eficiencia energética en los hogares y edificios, la demanda de soluciones domóticas ha aumentado significativamente.

El mercado de soluciones domóticas en Machala se compone de diferentes segmentos, incluyendo propietarios de viviendas, empresas y constructores. Cada segmento tiene necesidades y preferencias específicas, por lo que es importante adaptar las soluciones y estrategias de marketing para satisfacer los requisitos individuales.

La domótica es una tecnología capaz de integrar aparatos eléctricos con la finalidad de tener todo conectado de forma centralizada. Esta tecnología la usan para hacer inteligentes las casas, edificios y ciudades.

La domótica es capaz de receptar información desde los sensores y dar órdenes a los aparatos electrónicos para que realicen una o varias tareas a la vez. Este tipo de sistema brinda mayor bienestar a los integrantes de una vivienda, ya que también puede ser accedido mediante una aplicación móvil teniendo mayor control de su hogar.

Los sistemas energéticos están conectados entre sí mediante cables o de forma inalámbricas. Todo este sistema converge a un centro de control único, siendo el cerebro de la domótica. Este cerebro de la domótica es aquel que permite acceder uno a uno a los diferentes dispositivos, aparatos, calefacción del hogar.

Para lograr hacer inteligente un hogar, se necesita de programación al dispositivo y de enviar órdenes a los sensores que tiene conectado el cerebro.

Mediante los sistemas domóticos y sensores, benefician en el ahorro de la energía utilizando los recursos de la naturaleza. Además, es de fácil uso esta tecnología, permitiendo un servicio de autoservicio para personas con discapacidad.

La domótica permite abrir y cerrar puertas, garajes, ventanas; encender y apagar la cocina, aires acondicionados, activar o desactivar alarmas, permitiendo un hogar más confortable mediante todos los dispositivos que estén en el hogar.

Además, mediante esta tecnología de la domótica permite crear o personalizar ambiente, por ejemplo:

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

- Levantarse por la mañana: Encender la ducha, levantar las persianas, prenderse la cocina, cafetera y, encender la televisión para ver las noticias.
- Para cenar: Bajar la intensidad de la luz, música de fondo con un volumen mínimo.
- Estudiar: Levantar las persianas, apagar música y televisor.
- Descanso: Apagar cocina, televisor y música; encender cámaras, encender el sensor de movimientos para seguridad.
- Reuniones familiares: Música con un volumen intermedio, luces encendidas con intensidad máxima, aire acondicionado encendido.

Por otra parte, la domótica, que se refiere a la automatización del hogar, ha ganado popularidad en todo el mundo en los últimos años, incluido el mercado ecuatoriano. A medida que la tecnología avanza y los dispositivos inteligentes se vuelven más accesibles, muchas personas en Ecuador están adoptando soluciones de domótica para mejorar la comodidad, la seguridad y la eficiencia energética en sus hogares.

En el mercado ecuatoriano, se pueden encontrar una variedad de productos y sistemas de domótica disponibles para los consumidores. Estos incluyen:

Control de iluminación: Los sistemas de domótica permiten el control inteligente de las luces, lo que permite a los usuarios programar horarios, ajustar la intensidad de la iluminación y controlar las luces de forma remota.

Control de temperatura: Los termostatos inteligentes son populares en Ecuador, ya que permiten a los usuarios ajustar la temperatura de sus hogares desde cualquier lugar a través de una aplicación móvil. Esto puede ayudar a ahorrar energía y reducir los costos de calefacción y refrigeración.

Seguridad: Los sistemas de seguridad inteligentes, como cámaras de vigilancia, sensores de movimiento y cerraduras electrónicas, son cada vez más utilizados en Ecuador para proteger los hogares. Estos sistemas pueden enviar alertas a los teléfonos móviles de los propietarios en caso de intrusión o situaciones de emergencia.

Gestión de energía: La domótica también puede ayudar a optimizar el consumo de energía en los hogares ecuatorianos. Los sistemas de gestión de energía permiten monitorear y controlar el uso de energía de los electrodomésticos y otros dispositivos, lo que puede ayudar a reducir los costos de electricidad y promover la sostenibilidad.

Es importante destacar que, si bien la domótica está disponible en el mercado ecuatoriano, su adopción puede variar dependiendo de la ubicación geográfica y el nivel socioeconómico de los consumidores. Algunas áreas urbanas y hogares de mayor poder adquisitivo pueden estar más avanzados en la implementación de soluciones de domótica.

En resumen, la domótica ha encontrado su lugar en el mercado ecuatoriano, brindando a los consumidores la oportunidad de mejorar la comodidad, la seguridad y la eficiencia en sus hogares a través de la automatización y el control inteligente de los dispositivos.

b) Perfil del cliente

Propietarios de viviendas: Los propietarios de viviendas son uno de los principales segmentos de clientes para las soluciones domóticas en la ciudad de Machala. Estos clientes pueden ser tanto propietarios de viviendas unifamiliares como de apartamentos en edificios residenciales. Buscan mejorar la comodidad, seguridad y eficiencia energética de los hogares.

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

Empresas: Las empresas de diversos sectores, como oficinas, restaurantes, hoteles y comercios minoristas, también son clientes potenciales para las soluciones domóticas. Buscan optimizar la gestión de sus espacios y mejorar la eficiencia operativa a través de la automatización de sistemas como iluminación, climatización, seguridad y control de accesos.

Constructores y desarrolladores inmobiliarios: Los constructores y desarrolladores inmobiliarios son otro segmento importante del mercado. Estos clientes buscan integrar soluciones domóticas en sus proyectos de construcción para ofrecer viviendas y edificios inteligentes y atractivos para los compradores.

Ubicación geográfica:

Los clientes potenciales se encuentran en la ciudad de Machala y sus alrededores. Esto incluye tanto áreas urbanas como suburbanas, donde se concentran propiedades residenciales y comerciales.

Los clientes potenciales están interesados en adoptar soluciones domóticas que les brinden comodidad, seguridad y ahorro de energía. Algunos pueden estar familiarizados con los conceptos de la domótica y buscar activamente opciones en el mercado, mientras que otros pueden necesitar educación sobre los beneficios y las posibilidades que ofrecen estas soluciones.

Los clientes suelen estar dispuestos a invertir en tecnología que mejore su calidad de vida y les proporcione un mayor control sobre sus entornos. Buscan soluciones personalizadas que se adapten a sus necesidades y preferencias individuales.

El consumo de soluciones domóticas puede variar, desde compras únicas para la automatización de sistemas específicos hasta proyectos más amplios que abarquen múltiples aspectos de una propiedad. Los clientes pueden optar por

adquirir productos y servicios directamente de proveedores de domótica o pueden involucrar a contratistas y proveedores de servicios para la instalación y configuración de sistemas más complejos.

Es esencial comprender el perfil del cliente, su ubicación y su comportamiento de consumo para adaptar las estrategias de marketing y alcanzar de manera efectiva a los clientes potenciales en la ciudad de Machala.

Los consumidores en Machala están cada vez más familiarizados con las soluciones domóticas y reconocen los beneficios que pueden aportar a sus hogares y negocios. Existen algunos competidores en el mercado local que ya ofrecen soluciones domóticas, lo que indica que hay una demanda existente y una competencia en el sector. Sin embargo, todavía hay un amplio margen para el crecimiento y la captación de nuevos clientes debido al aumento de la conciencia sobre la domótica.

En resumen, el mercado de soluciones domóticas en la ciudad de Machala se encuentra en crecimiento, impulsado por factores como la conciencia sobre la eficiencia energética, la demanda de viviendas inteligentes y los avances tecnológicos. Existe un perfil de consumidor que reconoce los beneficios de la domótica, aunque la competencia ya está presente en el mercado. Es importante tener en cuenta estos factores al desarrollar estrategias de marketing para captar la atención de los clientes y diferenciarse de la competencia.

c) Características de producto

Se procederá a comercializar al mercado Machaleño una amplia gama de soluciones domóticas, incluyendo sistemas de iluminación inteligente, seguridad, climatización, control de energía, entre otros, donde adicionalmente, también se

ofertarán servicios de consultoría, diseño e instalación personalizada de sistemas domóticos, adaptados a las necesidades específicas de cada cliente.

Soluciones domóticas inteligentes y personalizadas: Los productos ofrecen soluciones domóticas que están diseñadas para adaptarse a las necesidades específicas de cada cliente. Entregar un enfoque personalizado para crear sistemas que satisfagan sus requerimientos de automatización, control y comodidad en el hogar o en el negocio.

Integración de sistemas: la integración de diferentes sistemas domóticos en una plataforma centralizada. Esto incluye sistemas de iluminación, climatización, seguridad, control de accesos, gestión de energía y entretenimiento. Los clientes pueden controlar y monitorear todos estos aspectos a través de una interfaz intuitiva, ya sea desde una aplicación móvil o una pantalla de control en la vivienda o el edificio.

Automatización y programación inteligente: se debe entregar productos que cuenten con capacidades de automatización y programación inteligente. Los clientes pueden establecer horarios, escenas y acciones automáticas que se ajusten a sus rutinas diarias. Por ejemplo, pueden programar el encendido y apagado de luces, ajustar la temperatura de la climatización según la hora del día, o activar la alarma de seguridad al salir de casa.

Conectividad y control remoto: las soluciones domóticas están diseñadas para ser compatibles con la conectividad inalámbrica, lo que permite a los clientes controlar y supervisar sus sistemas desde cualquier lugar a través de dispositivos móviles o computadoras. Esto brinda comodidad y tranquilidad, ya que los usuarios pueden verificar el estado de su hogar o edificio y realizar ajustes necesarios incluso cuando no están presentes físicamente.

d) Estrategia de Precio

La estrategia de precios se basa en ofrecer un valor competitivo y atractivo para los clientes en el mercado de soluciones domóticas en la ciudad de Machala. Consideramos diferentes factores al establecer precios, incluyendo los costos de producción, la demanda del mercado y el valor percibido por los clientes. Entre las estrategias se proponen las siguientes:

- Establecer precios competitivos basados en el valor percibido de nuestras soluciones y servicios.
- Ofrecer opciones de financiamiento o paquetes de soluciones para facilitar la adopción de la domótica por parte de los clientes.

A continuación, se sugieren algunos rangos de precios para diferentes categorías de productos y servicios:

- Sistemas de automatización residencial básicos: Desde USD \$500.00 a USD \$1,500.00, dependiendo de la complejidad y el alcance de la automatización requerida en el hogar del cliente. Estos sistemas pueden incluir control de iluminación, climatización y seguridad básica.
- Sistemas de automatización residencial avanzados: Desde USD 2.000.00 a USD 5.000,00 dependiendo de la extensión y las características personalizadas del sistema. Estos sistemas pueden incluir integración de múltiples sistemas, control remoto, programación inteligente y monitoreo de energía.
- Soluciones domóticas para empresas: Los precios variarán según el tamaño y los requisitos específicos de la empresa. Se pueden ofrecer paquetes personalizados con precios a partir de USD 5.000.00 Estos

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

paquetes pueden incluir sistemas de control de iluminación, climatización, seguridad, gestión de energía y control de acceso.

Es importante destacar que estos rangos de precios son solo sugerencias y pueden variar dependiendo de las necesidades individuales de cada cliente. Además, se podría ofrecer descuentos especiales para proyectos a gran escala o contratos de mantenimiento a largo plazo.

Además de los precios competitivos, también se implementará estrategias de promoción y descuentos puntuales para incentivar la adopción de nuestras soluciones domóticas. Esto puede incluir promociones de lanzamiento, descuentos por referidos, paquetes de productos y servicios, y ofertas especiales en eventos o temporadas específicas.

La intención es ofrecer un precio justo y competitivo en relación con la calidad y el valor de nuestras soluciones domóticas, brindando a los clientes una opción atractiva que se ajuste a sus necesidades y presupuestos. Considerando siempre las tendencias y cambios en el mercado para ajustar la estrategia de precios de manera flexible y asegurar una propuesta de valor sólida para los clientes en Machala.

e) Estrategia de Distribución

La estrategia de distribución se centra en asegurar la disponibilidad y accesibilidad de los productos y servicios domóticos en la ciudad de Machala. Para ello, se utilizará una combinación de canales de distribución para llegar de manera efectiva a los clientes objetivos. A continuación, se describen los enfoques clave de nuestra estrategia de distribución:

- Alianzas con distribuidores locales: Estableceremos alianzas estratégicas con distribuidores locales de productos electrónicos y

tecnológicos en Machala. Estos distribuidores podrán ofrecer los productos domóticos en sus tiendas físicas y en línea, brindando mayor visibilidad y acceso a los clientes potenciales.

- Tienda en línea: se pondrá a disposición de los clientes una tienda en línea donde podrán explorar, seleccionar y adquirir los productos domóticos de manera conveniente. La tienda en línea estará respaldada por un sistema de pago seguro y ofrecerá opciones de entrega a domicilio para garantizar una experiencia de compra sin problemas.
- Showroom y centro de experiencia: se establecerá un showroom y un centro de experiencia en Machala donde los clientes podrán experimentar de primera mano las soluciones domóticas. Este espacio servirá como un lugar de demostración y asesoramiento, permitiendo a los clientes conocer las características y beneficios de los productos antes de tomar una decisión de compra.
- Asociaciones con constructores y profesionales del sector: se asociará con constructores y profesionales del sector inmobiliario para integrar nuestras soluciones domóticas en proyectos de construcción y renovación. Se trabajará de cerca con ellos desde las etapas iniciales para ofrecer opciones de automatización que se ajusten a las necesidades y preferencias de los futuros propietarios.
- Servicios de instalación y soporte técnico: se contará con un equipo de instaladores y técnicos capacitados para brindar servicios de instalación profesional y configuración de los productos domóticos. También se proporcionará soporte técnico postventa para garantizar

que los clientes obtengan el máximo rendimiento de sus sistemas y solucionar cualquier problema que pueda surgir.

- Establecer alianzas estratégicas con empresas constructoras, arquitectos y firmas de diseño de interiores para integrar nuestras soluciones domóticas en proyectos residenciales y comerciales.
- Mantener una tienda física donde los clientes puedan experimentar de primera mano nuestras soluciones y recibir asesoramiento experto.

La finalidad de las estrategias de distribución se enfoca en asegurar que los productos domóticos estén fácilmente disponibles para los clientes en Machala, de forma rápida por medio de la compra de tienda en línea o asociaciones estratégicas con otros actores del mercado. Buscar brindar una experiencia de compra y adopción conveniente, respaldada por los servicios profesionales y el soporte técnico para así garantizar la satisfacción y el éxito de los clientes.

Finalmente, es ideal establecer colaboraciones y alianzas estratégicas se deberá buscar asociaciones con otras empresas o profesionales relacionados con la domótica, como instaladores de sistemas eléctricos o constructores de viviendas inteligentes para establecer acuerdos mutuamente beneficiosos, como promocionar sus servicios a cambio de que ellos promocionen los productos de Domotic Advance. Esta colaboración permitirá a la empresa llegar a una audiencia más amplia y aumentar la credibilidad.

f) Estrategia de Promoción

Se aplicará una estrategia de marketing digital, incluyendo la creación de un sitio web atractivo, presencia en redes sociales y campañas de publicidad en línea para generar conciencia y atraer clientes potenciales.

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

La participación en eventos y ferias comerciales relacionados con la tecnología y la construcción tener exposición de la marca permitirá conectar directamente con potenciales clientes, establecer contactos con otros profesionales del sector y generar interés en la marca.

Establecer programas de fidelización para premiar la lealtad de los clientes con descuentos en futuras compras, actualizaciones gratuitas de productos y servicios, y acceso exclusivo a nuevas funcionalidades.

Mantener una comunicación regular con los clientes a través de boletines informativos, contenido relevante y seguimiento personalizado.

Medición y análisis de resultados:

Establecer métricas clave de desempeño, como el número de nuevos clientes, la tasa de retención, el volumen de ventas y la satisfacción del cliente.

Utilizar herramientas de análisis web y encuestas de satisfacción para recopilar datos y retroalimentación de los clientes, y utilizar esta información para mejorar continuamente nuestras estrategias de marketing.

Las actividades diseñadas para dar a conocer nuestro servicio tienen como principal objetivo el acercamiento directo con el cliente, quien luego nos recomendará a sus amigos, familiares y conocidos. Para que el negocio ingrese al mercado de manera gradual pero segura, es importante tener en cuenta una estrategia de promoción, en la que se ha enfatizado varios puntos clave:.

Se utilizarán volantes, folletos y otros materiales publicitarios tradicionales en las áreas donde se inician los proyectos de vivienda.

La publicidad digital implica principalmente el desarrollo de un sitio web que estará lleno de todos los servicios y soluciones que ofrece la empresa, así como imágenes de los trabajos y proyectos que la empresa ha completado. También

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

contendrá toda la información de contacto para que los clientes hablen directamente con el personal de la empresa y un enlace donde pueden enviar consultas. Para encontrar clientes potenciales, se requerirá el nombre, la ciudad donde reside, el número de teléfono móvil y el correo electrónico. Esto habilitará una base activa donde tendremos la oportunidad de llegar al mercado objetivo a través de anuncios publicitarios enviados directamente al correo electrónico proporcionado en la página. Un programador de citas también estará disponible.

La creación de una cartera de proyectos permitirá al cliente ver todo el trabajo realizado por la empresa, tanto digital como físicamente, en las oficinas y espacios comerciales donde opera.

Multimedia: la producción de videos promocionales, y principalmente las experiencias de los clientes que han tratado con el negocio. Se elegirán los clientes más significativos y se realizarán entrevistas grabadas. Durante estas entrevistas, los clientes podrán compartir sus experiencias trabajando con la empresa. Cómo se enteraron del negocio, cómo se sintieron con respecto al servicio y otros factores.

Las ferias inmobiliarias son donde encontrarás mucha gente interesada en proyectos inmobiliarios y compra de vivienda. Estarás allí con stands listos para anunciar tu servicio. Incluirá una lista donde los clientes pueden registrar su información para una rifa que les brindará asesoramiento gratuito en el futuro, así como una obra de arte. De esta manera, una vez más recopilaremos información de clientes potenciales y futuros.

Adicionalmente, se enviarán invitaciones a periódicos locales para la creación de un próximo artículo en ellos y a personas del medio televisivo, lo que permitirá la promoción en redes sociales para dar visibilidad a la marca. Para la

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

apertura de oficinas se realizarán relaciones públicas, eventos como una exposición de pintura y arte.

Tarjetas de presentación: Todo colaborador de la empresa contará con una tarjeta de presentación que contendrá su nombre, datos de contacto, así como el teléfono de la empresa, extensión, correo electrónico institucional y página web.

Según los datos recopilados en los stands, ferias y sitios web, los empleados recibirán algún tipo de bonificación adicional por las ventas que se canalicen a través de nuestro centro de llamadas. El equipo de ventas dispondrá de un lugar donde poder contactar con estos clientes para hacer un seguimiento de colocando el servicio.

g) Estrategia de Personas

Lo ideal para la compañía será contar con un staff de personas dispuestas a crecer y ganar experiencia profesional, como empresa se sabe que el cliente interno es el más importante, ya que de esto dependerá el rumbo de esta. Contar con empleados capacitados, felices y motivados es una de nuestras prioridades como organización.

Un factor muy importante es entender que el equipo de trabajo son personas, y no máquinas, valorar el esfuerzo y reconocerlo permitirán que se sientan valorados y que su aporte a la empresa sea significativo.

Otorgarle al cliente interno las acomodaciones necesarias, así como también implementos como materiales de oficina, computadoras, escritorios y sillas cómodas para su uso.

La empresa tendrá en cuenta factores claves que permitirán que nuestro equipo de trabajo del 100% en sus actividades diarias

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

- Establecer un sueldo justo de acuerdo con sus especialización y rol en la empresa
- Reconocer los logros ya sea en captación de clientes o innovación en diseños
- Flexibilidad con los horarios, vacaciones y ofrecer ciertas facilidades que serán aprobadas por superiores dependiendo del contexto de la situación

De igual manera es importante diseñar estrategias de atención al cliente que hagan crecer nuestro negocio es esencial para mantener un proyecto de éxito y ampliar nuestra cartera de contactos. La atención y servicio al cliente es uno de nuestros pilares básicos que este plan de negocio posee, ya que es de esta forma en que crearemos valor agregado, diferenciándonos de la competencia. La empresa no solo se enfocará en las ventas si no en las post-ventas. Creando un vínculo directo con el consumidor.

Una de las principales estrategias principales es transmitir los valores principales en los que se basa la empresa los cuales son:

- Calidad: no solo en el servicio sino también el producto ofrecido
- Pasión: Transmitir compromiso en todas las etapas del proceso de asesoría para diseño y decoración de interiores.
- Confianza y seguridad: El cliente tendrá la seguridad que se encuentra en buenas manos, ya que la asesoría que recibe es de personal calificado, transmitir sus necesidades serán satisfechas, y que sus dudas u opiniones siempre serán resueltas en la brevedad posible

Dicho esto, también se consideran los siguientes puntos importantes como estrategia de servicios al cliente.

Ayudar de forma activa a nuestros clientes, ya sea por medio de contacto por correo electrónico constitucional, teléfonos de la compañía, entre otros, siendo así, se estará atentos a cualquier consulta, cotización, quejas y demás.

Gestión oportuna de los requerimientos, el cliente más valora es la rapidez en la que se resuelven las dudas o quejas, se dará prioridad correspondiente a estas gestiones

Seguimiento de los indicadores de satisfacción una de las principales características de la página web, es que posee un sistema de puntuación en la satisfacción del cliente hacia la empresa, Con medición trimestral, lo cual nos permitirá ver si estamos en el porcentaje objetivo de la compañía

h) Estrategia de Procesos

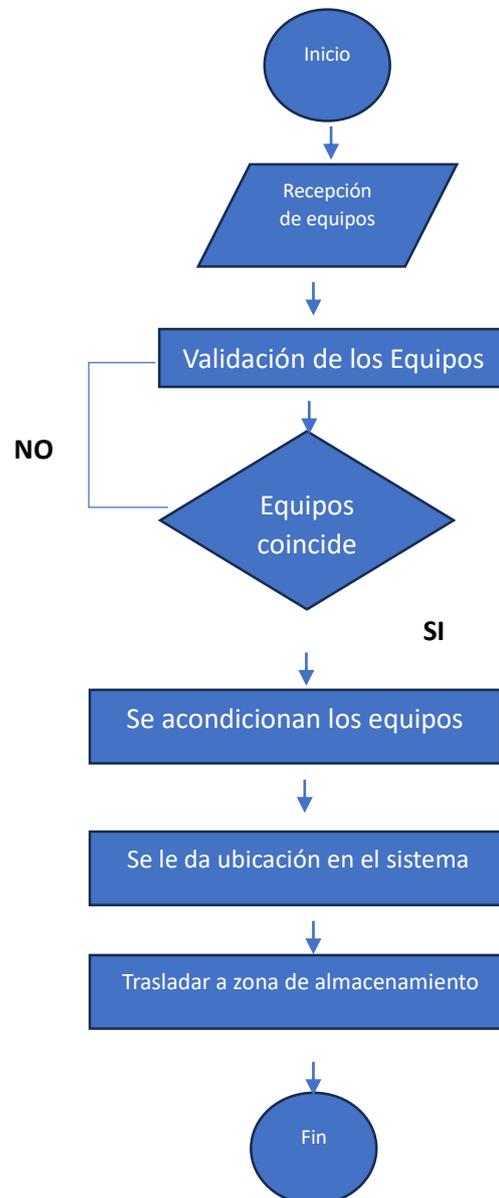
La estrategia de procesos efectiva busca optimizar los procesos internos de una organización para lograr una mayor eficiencia y satisfacción del cliente. Esto implica identificar los procesos clave, analizarlos, mejorarlos de manera continua, utilizar la tecnología de manera efectiva, capacitar a los empleados y medir el rendimiento para garantizar resultados positivos y sostenibles.

Este negocio establece flujogramas para los procesos de inventarios del área de bodega y sobre quejas y reclamos de clientes en el departamento de servicio al cliente.

Proceso de inventario: para Domotic Advance este proceso representa su cadena de suministro cuya actividad permitirá contar, registrar y verificar todos los bienes de la empresa, que ayudará a verificar la disponibilidad del producto en

bodega y así no tener problemas con los clientes con respecto al estado de la mercadería durante la entrega.

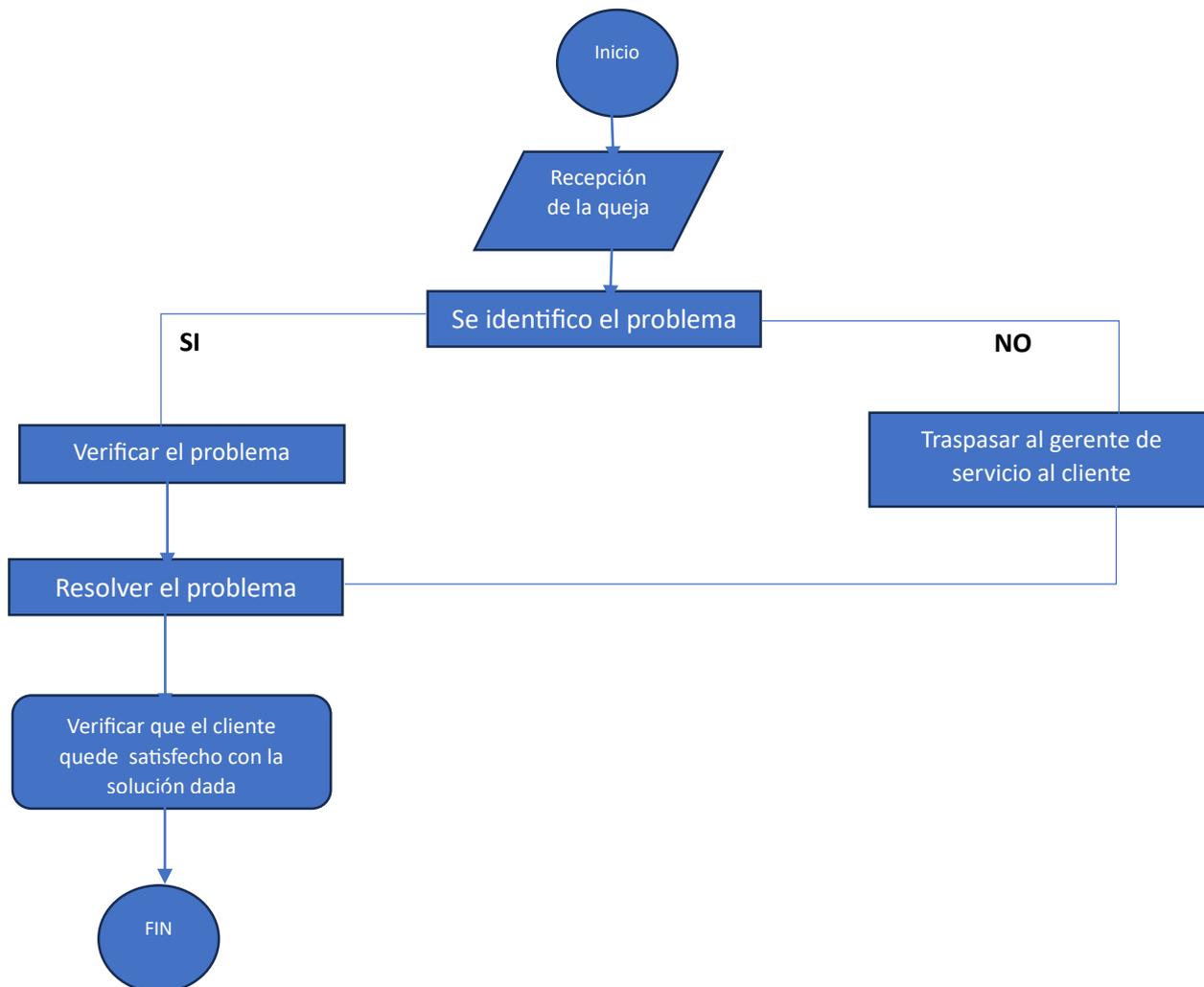
Figura 5 Flujograma de inventario



En el proceso establecido en la empresa Domotic Advance será en desde recibir, investigar y resolver las preocupaciones, insatisfacciones o inconvenientes planteados por los clientes, usuarios o partes interesadas para conseguir que una solución adecuada.

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

Figura 6 Flujograma de quejas y reclamos de usuarios insatisfechos



i) Estrategia de Evidencia Física

El nombre y logo de la empresa está inspirado en los colores y las formas, se ha decidido escoger este logo ya que va acorde a la imagen corporativa de la institución.

El logo de Domotic Advance representa de manera general un hogar relacionado con tecnología a la cual la hace inteligente y ecológica debido al ahorro energético es ahí el color verde que muestra la imagen.

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

Figura 7 Logo de la empresa



Figura 8 Domotización en hogares y edificios



Figura 9 Interruptores inteligentes marca “Domotic Advance”



Figura 10 Cerraduras inteligentes marca “Domotic Advance”



Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

Figura 11 Tomacorrientes inteligentes marca “Domotic Advance”



Figura 12 Sistema y control marca “Domotic Advance”



Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

2.10. Plan de acción

Tabla 10.

Plan de acción objetivo 1

OBJETIVO 1: Lograr el 30% de participación de mercado

MEDIOS	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	F E C	H A	RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN	DE
Promocionar marca en stands o show rooms	Conseguir captar al cliente de forma directa	Gerente general Jefe comercial	Enero 2024	Junio 2024	Permiso por parte de la inmobiliaria para participar en el evento	#de clientes que otorgaron sus datos como interesados # de citas agendadas para una asesoría	
Aumentar ADS publicitarios a nivel de la web	Llegar a segmentos donde se ha detectado interés	Gerente general Jefe comercial	Enero 2024	Junio 2024	Fondos para contratación de Ads Equipo de cómputo para seguimiento	#de personas que dieron Click en el Ad	
Realizar venta por call center	Captar a clientes interesados en la marca.	Gerente general Jefe comercial	Enero 2024	Junio 2024	Teléfonos Diademas de comunicación	# de llamadas telefónicas # número de personas que aceptaron	
Impartir pequeñas charlas desde redes sociales	Atraer al cliente con interactivas charlas sobre diseño lo que permitirá interesarse en el producto.	Gerente general Jefe comercial	Enero 2024	Junio 2024	Red social iluminación Dispositivo electrónico para la grabación en vivo	Promedio de asistentes	
Incluir nuevos servicios adicionales que le brinden al cliente un mayor disfrute del servicio	Obtener buenos comentarios de las personas	Gerente general Jefe comercial	Enero 2024	Junio 2024	Tiempo, persona	Porcentaje comentarios positivos por descuentos	

Nota: Elaborado por la autora

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

Tabla 11.

Plan de acción objetivo 2

OBJETIVO 2: Obtener el 80% de satisfacción al cliente

MEDIOS	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	F E C	H A	RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
Capacitar al personal de atención al cliente	Abordar las consultas y preocupaciones de los clientes de manera profesional y empática	Jefe comercial Jefe Servicio al cliente	Enero 2024	Junio 2024	Sala para capacitación Contratación de coach de servicio al cliente Cursos	Porcentajes de quejas Porcentaje de clientes satisfechos
Brindar servicio postventa y seguimiento a antiguos clientes.	Lograr que el cliente se sienta atendido en todo momento	Jefe comercial Jefe Servicio al cliente	Enero 2024	Junio 2024	Personal CRM Capacitaciones	tasa de retención de clientes
Implementar programas de lealtad y recompensas	Incentivar a los clientes a seguir comprando	Jefe comercial Jefe Servicio al cliente	Enero 2024	Junio 2024	Equipo de cómputo para seguimiento Sistema de gestión (plataforma) Base de datos de clientes	Incremento en las ventas tasa de retención de clientes
Establecer canales de comunicación claros y accesibles para los clientes.	Mejorar la comunicación	Jefe comercial Jefe Servicio al cliente	Enero 2024	Junio 2024	Sitio web Formularios de contacto Personal	tiempo de respuesta promedio
Obtener retroalimentación sobre el servicio	Identificar áreas de mejora y realizar cambios necesarios en los productos, servicios o procesos.	Jefe comercial Jefe Servicio al cliente	Enero 2024	Junio 2024	Red social Encuestas Sistemas de tickets y soporte al cliente	porcentaje de satisfacción del cliente índice de recompra o fidelización de clientes

Nota: Elaborado por la autora

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

Tabla 12.*Plan de acción objetivo 3***OBJETIVO 3: Aumentar ingresos en ventas en un 15% para el año 2024**

MEDIOS	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	F E C	H A	RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
Desarrollar alianzas con empresas estratégicas	expandir la cartera de clientes ya que entraríamos en contacto con otra empresa	Gerente General Jefe de Ventas	Enero 2024	Junio 2024	Relacionista publico Fondos para contratación de R.P	# empresas en alianzas con la compañía Es en base al resultado
Ofrecer al público objetivo Demostraciones y pruebas gratuitas	Permitir al público objetivo ver y experimentar cómo funcionan los productos en la vida real.	Gerente General Jefe de Ventas	Enero 2024	Junio 2024	Ferias Acercamientos con inmobiliarias que permitan usar sus casas modelos	Volúmenes de ventas Incremento de clientes
Realizar de campañas de mailing dirigidas a empresarios	Minimizar el riesgo de perdida	Jefe Financiero Gerente General	Enero 2024	Junio 2024	Dinero, persona, email	Porcentaje de dinero ahorrado en gastos
Capacitar al equipo de ventas	Adquirir las habilidades y conocimientos necesarios para ser efectivo en el proceso de venta y superar las objeciones de los clientes Incrementar ventas	Gerente General / Comercial	Enero 2024	Junio 2024	Cursos Capacitador	# de metas alcanzadas en el mes
Implementar Campaña de referidos	Conseguir que los clientes logren referir a dos o más personas obtendrán beneficios	Gerente General / Comercial	Enero 2024	Junio 2024	Fondos para Promoción de la campaña Agencia de Marketing Asesor	Promedio de referidos por mes

Nota: Elaborado por la autora

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

Tabla 13

Plan de acción objetivo 4

OBJETIVO 4: Obtener un 15% de fidelización con clientes

MEDIOS	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	F E C	H A	RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN	DE
Atender de forma oportuna los reclamos a través del portal web o por chat interactivo	Obtener una atención al cliente 24/7	Jefe de ventas Jefe Servicio al cliente	Enero 2024	Junio 2024	Portal Web	# de reclamos solucionados	
Realizar promociones	Atraer nuevos clientes	Jefe de ventas Gerente General	Enero 2024	Junio 2024	Plataformas digitales Material Promocional	# de clientes que entraron a las oficinas	
Realizar Merchandising	Permitir que el cliente tenga siempre presente la marca	Jefe de ventas Gerente General	Enero 2024	Junio 2024	Fondos para la creación de souvenirs	# fotos subidas a redes sociales con algún hashtag	
Otorgar Descuentos	Ofrecer al cliente descuentos por trabajar más de dos veces con nuestra compañía	Jefe de ventas Gerente General	Enero 2024	Junio 2024	Política descuento Capacitación personal	de # de clientes que han trabajado más de una vez del	
Segmentar la base de clientes	Optimizar los recursos	Jefe de ventas Gerente General	Enero 2024	Junio 2024	Agencia marketing	de Comportamiento de compra	

Nota: Elaborado por La autora

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

Tabla 14.

Plan de acción objetivo 5

OBJETIVO 5: Recuperar por lo menos el 50% de la inversión inicial en el primer año.

MEDIOS	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	F E C	H A	RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
Importar equipos de domótica de alta calidad	Evitar pagar el valor alto de los productos en el país	Jefe de Bodega Jefe de logística	Enero 2024	Junio 2024	Dinero, asesoramiento, persona, tiempo	Porcentaje de ahorro en compras
Evaluar posibles sociedades con marcas reconocidas de equipos domóticos	Lograr que marcas de renombre quieran colocar publicidad en nuestro local	Gerente General Jefe de Logística	Enero 2024	Junio 2024	Tiempo, persona, asesoramiento	Número de marcas asociadas
Evitar gastos innecesarios realizando un presupuesto que se deba cumplir a cabalidad	Minimizar el riesgo de pérdida	Jefe financiero Gerente General	Enero 2024	Junio 2024	Dinero, persona, presupuesto	Porcentaje de dinero ahorrado en gastos
Ofertar servicios en empresas a través de la visita puerta a puerta por parte de los vendedores	Generar atractivo en personas con un buen nivel económico	Jefe de Ventas Gerente General	Enero 2024	Junio 2024	Tiempo, persona, viáticos	Número de clientes empresariales
Realizar una vez al mes asesoramiento y charlas gratuitas	Captar más clientes	Jefe servicio al cliente Jefe de ventas	Enero 2024	Junio 2024	Tiempo, persona	Número de clientes captados por clase gratuita

Nota: Elaborado por La autora

Capítulo 3: Análisis Financiero del Proyecto.

3.1. Principales supuestos financieros

Antes de empezar con la realización de la respectiva proyección financiera, es necesario, en primer lugar, identificar los supuestos financieros, en este punto, se expondrán la inflación y los sueldos básicos unificados proyectados para los próximos cinco años, esta información fue obtenida del Banco Central del Ecuador, calculando un promedio de inflación y de salario básico de los últimos cinco años, siendo así, se presentan los supuestos a continuación:

Tabla 15
Supuestos financieros

Inflación proyectada	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salarios básicos proyectados	475,00	500,00	525,00	550,00	575,00
Incremento anual de sueldos		5%	5%	5%	5%
Comportamiento de la demanda esperada		1%	1%	1%	1%
Comportamiento de los gastos		8%	8%	8%	8%

Elaborado por: Adriana Carvajal

En lo que respecta al capital de inversión, para la empresa se han establecido los siguientes activos a invertir:

- Equipos de computación
- Muebles y enseres
- Equipos de oficina

En lo que respecta a los equipos de computación, la inversión es de \$2.600, el detalle de la inversión en este activo se muestra a continuación:

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

Tabla 16

Inversión en equipos de computación

Descripción De Activos Fijos	Tipo De Activo Fijo	Unidades	Costo Unitario	Costo Total
Computadoras	Equipos de cómputo	4	500	\$2.000,00
Impresoras	Equipos de cómputo	2	300	\$600,00

Elaborado por: Adriana Carvajal

En lo que respecta a los muebles y enseres, la inversión es de \$4.475, el detalle de la inversión en este activo se muestra a continuación:

Tabla 17

Inversión en muebles y enseres

Descripción De Activos Fijos	Tipo De Activo Fijo	Unidades	Costo Unitario	Costo Total
Escritorios	Muebles & enseres	4	450	\$1.800,00
Sillas	Muebles & enseres	5	75	\$375,00
Anaqueles	Muebles & enseres	2	350	\$700,00
Exhibidores	Muebles & enseres	4	400	\$1.600,00

Elaborado por: Adriana Carvajal

En lo que respecta a los equipos de oficina, la inversión es de \$1.500, el detalle de la inversión en este activo se muestra a continuación:

Tabla 18

Inversión en equipos de oficina

Descripción De Activos Fijos	Tipo De Activo Fijo	Unidades	Costo Unitario	Costo Total
Acondicionador de aire	Equipos de oficina	2	750,00	\$1.500,00

Elaborado por: Adriana Carvajal

Para terminar con lo que es la inversión inicial, a los rubros antes mencionados, se les debe añadir también el valor del capital de trabajo y de los

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

gastos necesarios antes de iniciar con las operaciones de la empresa, que son necesarios para legalizar la empresa. (Anexo 1).

3.2. Financiamiento del proyecto

Se cuenta con una inversión inicial de \$88.650,00 donde el 70% es de aporte propio de la gerencia y accionistas de la empresa y el 30% es por aporte de terceros, por parte de una institución bancaria, más específicamente con el BanEcuador bajo la condición de presentar un garante, considerando una tasa de interés del 16% y un plazo de pago de la deuda de 5 años. (Anexo 2)

Tabla 19

Composición de la inversión inicial

Financiamiento	Valor	%
Aportes propios	\$65.502,50	70%
Aportes de terceros (Bancos)	\$28.072,50	30%
Total financiamiento		
Tasa a pagar	16,00%	
Plazo de deuda (años)	5	

Elaborado por: Adriana Carvajal

Por otra parte, la demanda del producto ha sido calculada conforme al histórico de ventas que se presenta en la empresa, las cuales se muestran a continuación:

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

Tabla 20
Demanda proyectada

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 1 (cantidad de productos/servicios que se esperan vender cada mes)

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
CERRADURAS DIGITAL	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100	101	1.146
CERRADURAS RECONOCIMIENTO FACIAL	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	846
TOMACORRIENTES INTELIGENTES	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	846
INTERRUPTORES INTELIGENTES	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	846
SERVICIO DE AUTOMATIZACION TOTAL	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	300
TOTAL	310	314	318	322	326	330	334	338	342	346	350	354	3.984

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 2

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
CERRADURAS DIGITAL	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	113	1.290
CERRADURAS RECONOCIMIENTO FACIAL	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	990
TOMACORRIENTES INTELIGENTES	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	990
INTERRUPTORES INTELIGENTES	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	990
SERVICIO DE AUTOMATIZACION TOTAL	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	300
TOTAL	358	362	366	370	374	378	382	386	390	394	398	402	4.560

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 3

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
CERRADURAS DIGITAL	114	115	116	117	118	119	120	121	122	123	124	125	1.434
CERRADURAS RECONOCIMIENTO FACIAL	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100	1.134
TOMACORRIENTES INTELIGENTES	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100	1.134
INTERRUPTORES INTELIGENTES	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100	1.134
SERVICIO DE AUTOMATIZACION TOTAL	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	300
TOTAL	406	410	414	418	422	426	430	434	438	442	446	450	5.136

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 4

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
CERRADURAS DIGITAL	126	127	128	129	130	131	132	133	134	135	136	137	1.578
CERRADURAS RECONOCIMIENTO FACIAL	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	1.278
TOMACORRIENTES INTELIGENTES	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	1.278
INTERRUPTORES INTELIGENTES	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	1.278
SERVICIO DE AUTOMATIZACION TOTAL	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	300
TOTAL	454	458	462	466	470	474	478	482	486	490	494	498	5.712

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 5

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
CERRADURAS DIGITAL	138	139	140	141	142	143	144	145	146	147	148	149	1.722
CERRADURAS RECONOCIMIENTO FACIAL	113	114	115	116	117	118	119	120	121	122	123	124	1.422
TOMACORRIENTES INTELIGENTES	113	114	115	116	117	118	119	120	121	122	123	124	1.422
INTERRUPTORES INTELIGENTES	113	114	115	116	117	118	119	120	121	122	123	124	1.422
SERVICIO DE AUTOMATIZACION TOTAL	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	300
TOTAL	502	506	510	514	518	522	526	530	534	538	542	546	6.288

Elaborado por: Adriana Carvajal

Las ventas surgen de la multiplicación de las unidades vendidas por el precio unitario de cada una de ellas, es necesario tener en cuenta que, para el cálculo de los años posteriores al año de introducción, se usara la información de los supuestos, en lo que respecta a la inflación, de esta manera se expone el precio de venta.

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

Tabla 21*Precio de venta proyectada*

Oferta productos o servicios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cerraduras digital	145,00	152,25	159,86	167,86	176,25
Cerraduras reconocimiento facial	310,00	325,50	341,78	358,86	376,81
Tomacorrientes inteligentes	30,00	31,50	33,08	34,73	36,47
Interruptores inteligentes	70,00	73,50	77,18	81,03	85,09
Servicio de automatización total	1.000,00	1.050,00	1.102,50	1.157,63	1.215,51

Elaborado por: Adriana Carvajal

El costo operativo se deduce de los ingresos para llegar a los ingresos operativos y se refleja en el estado de resultados de la empresa, bajo estas condiciones este son los precios por el servicio:

Tabla 22*Costos de venta proyectados*

Oferta productos o servicios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cerraduras digital	120,00	123,60	127,31	131,13	135,06
Cerraduras reconocimiento facial	300,00	309,00	318,27	327,82	337,65
Tomacorrientes inteligentes	25,00	25,75	26,52	27,32	28,14
Interruptores inteligentes	60,00	61,80	63,65	65,56	67,53
Servicio de automatización total	900,00	927,00	954,81	983,45	1.012,96

Elaborado por: Adriana Carvajal

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

En este rubro se expone los costos que traen consigo la operación, tomando como base, los productos que se ofrecerán en el mismo, en este se detallan por ejemplo que costos le trae a la empresa.

Tabla 23
Gastos proyectados

GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 1

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	TOTAL AÑO 1
SUELDOS	1.524,97	1.524,97	1.524,97	1.524,97	1.524,97	1.524,97	1.524,97	1.524,97	1.524,97	1.524,97	1.524,97	1.524,97	18.299,60
ALQUILER	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	9.600,00
LIMPIEZA	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
SERVICIOS BÁSICOS	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	2.100,00
SEGURIDAD	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
PUBLICIDAD	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
CAPACITACIÓN	800,00			800,00			800,00			800,00			3.200,00
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	800,00												800,00
MOVILIZACIÓN	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	2.160,00
SUMINISTROS DE OFICINA	150,00			150,00			150,00			150,00			600,00
COMISIONES	647,00	652,55	658,10	663,65	669,20	674,75	680,30	685,85	691,40	696,95	702,50	708,05	8.130,30
TOTAL	6.176,97	4.432,52	4.438,07	5.393,62	4.449,17	4.454,72	5.410,27	4.465,82	4.471,37	5.426,92	4.482,47	4.488,02	58.089,90

GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 2

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	TOTAL AÑO 2
SUELDOS	1.706,42	1.706,42	1.706,42	1.706,42	1.706,42	1.706,42	1.706,42	1.706,42	1.706,42	1.706,42	1.706,42	1.706,42	20.477,08
ALQUILER	864,00	864,00	864,00	864,00	864,00	864,00	864,00	864,00	864,00	864,00	864,00	864,00	10.368,00
LIMPIEZA	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00	2.592,00
SERVICIOS BÁSICOS	189,00	189,00	189,00	189,00	189,00	189,00	189,00	189,00	189,00	189,00	189,00	189,00	2.268,00
SEGURIDAD	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	6.480,00
PUBLICIDAD	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00	5.184,00
CAPACITACIÓN	864,00	-	-	864,00	-	-	864,00	-	-	864,00	-	-	3.456,00
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	864,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	864,00
MOVILIZACIÓN	194,40	194,40	194,40	194,40	194,40	194,40	194,40	194,40	194,40	194,40	194,40	194,40	2.332,80
SUMINISTROS DE OFICINA	162,00	-	-	162,00	-	-	162,00	-	-	162,00	-	-	648,00
COMISIONES	749,28	755,11	760,94	766,76	772,59	778,42	784,25	790,07	795,90	801,73	807,56	813,38	9.375,98
TOTAL	6.781,10	4.896,93	4.902,76	5.934,59	4.914,41	4.920,24	5.952,07	4.931,90	4.937,72	5.969,55	4.949,38	4.955,21	64.045,86

GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 3

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	TOTAL AÑO 3
SUELDOS	1.791,74	1.791,74	1.791,74	1.791,74	1.791,74	1.791,74	1.791,74	1.791,74	1.791,74	1.791,74	1.791,74	1.791,74	21.500,93
ALQUILER	933,12	933,12	933,12	933,12	933,12	933,12	933,12	933,12	933,12	933,12	933,12	933,12	11.197,44
LIMPIEZA	233,28	233,28	233,28	233,28	233,28	233,28	233,28	233,28	233,28	233,28	233,28	233,28	2.799,36
SERVICIOS BÁSICOS	204,12	204,12	204,12	204,12	204,12	204,12	204,12	204,12	204,12	204,12	204,12	204,12	2.449,44
SEGURIDAD	583,20	583,20	583,20	583,20	583,20	583,20	583,20	583,20	583,20	583,20	583,20	583,20	6.998,40
PUBLICIDAD	466,56	466,56	466,56	466,56	466,56	466,56	466,56	466,56	466,56	466,56	466,56	466,56	5.598,72
CAPACITACIÓN	933,12	-	-	933,12	-	-	933,12	-	-	933,12	-	-	3.732,48
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	933,12	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	933,12
MOVILIZACIÓN	209,95	209,95	209,95	209,95	209,95	209,95	209,95	209,95	209,95	209,95	209,95	209,95	2.519,42
SUMINISTROS DE OFICINA	174,96	-	-	174,96	-	-	174,96	-	-	174,96	-	-	699,84
COMISIONES	809,22	815,52	821,81	828,10	834,40	840,69	846,98	853,28	859,57	865,87	872,16	878,45	10.126,05
TOTAL	7.272,40	5.237,49	5.243,79	6.358,16	5.256,37	5.262,67	6.377,04	5.275,25	5.281,55	6.395,92	5.294,14	5.300,43	68.555,21

GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 4

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	TOTAL AÑO 4
SUELDOS	1.881,12	1.881,12	1.881,12	1.881,12	1.881,12	1.881,12	1.881,12	1.881,12	1.881,12	1.881,12	1.881,12	1.881,12	22.573,48
ALQUILER	1.007,77	1.007,77	1.007,77	1.007,77	1.007,77	1.007,77	1.007,77	1.007,77	1.007,77	1.007,77	1.007,77	1.007,77	12.093,24
LIMPIEZA	251,94	251,94	251,94	251,94	251,94	251,94	251,94	251,94	251,94	251,94	251,94	251,94	3.023,31
SERVICIOS BÁSICOS	220,45	220,45	220,45	220,45	220,45	220,45	220,45	220,45	220,45	220,45	220,45	220,45	2.645,40
SEGURIDAD	629,86	629,86	629,86	629,86	629,86	629,86	629,86	629,86	629,86	629,86	629,86	629,86	7.558,27
PUBLICIDAD	503,88	503,88	503,88	503,88	503,88	503,88	503,88	503,88	503,88	503,88	503,88	503,88	6.046,62
CAPACITACIÓN	1.007,77	-	-	1.007,77	-	-	1.007,77	-	-	1.007,77	-	-	4.031,08
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	1.007,77	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.007,77
MOVILIZACIÓN	226,75	226,75	226,75	226,75	226,75	226,75	226,75	226,75	226,75	226,75	226,75	226,75	2.720,98
SUMINISTROS DE OFICINA	188,96	-	-	188,96	-	-	188,96	-	-	188,96	-	-	755,83
COMISIONES	873,96	880,76	887,55	894,35	901,15	907,95	914,74	921,54	928,34	935,13	941,93	948,73	10.936,14
TOTAL	7.800,23	5.602,53	5.609,33	6.812,85	5.622,92	5.629,72	6.833,24	5.643,31	5.650,11	6.853,64	5.663,71	5.670,50	73.392,10

GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 5

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	TOTAL AÑO 5
SUELDOS	1.974,76	1.974,76	1.974,76	1.974,76	1.974,76	1.974,76	1.974,76	1.974,76	1.974,76	1.974,76	1.974,76	1.974,76	23.697,15
ALQUILER	1.088,39	1.088,39	1.088,39	1.088,39	1.088,39	1.088,39	1.088,39	1.088,39	1.088,39	1.088,39	1.088,39	1.088,39	13.060,69
LIMPIEZA	272,10	272,10	272,10	272,10	272,10	272,10	272,10	272,10	272,10	272,10	272,10	272,10	3.265,17
SERVICIOS BÁSICOS	238,09	238,09	238,09	238,09	238,09	238,09	238,09	238,09	238,09	238,09	238,09	238,09	2.857,03
SEGURIDAD	680,24	680,24	680,24	680,24	680,24	680,24	680,24	680,24	680,24	680,24	680,24	680,24	8.162,93
PUBLICIDAD	544,20	544,20	544,20	544,20	544,20	544,20	544,20	544,20	544,20	544,20	544,20	544,20	6.530,35
CAPACITACIÓN	1.088,39	-	-	1.088,39	-	-	1.088,39	-	-	1.088,39	-	-	4.353,56
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	1.088,39	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.088,39
MOVILIZACIÓN	244,89	244,89	244,89	244,89	244,89	244,89	244,89	244,89	244,89	244,89	244,89	244,89	2.938,66
SUMINISTROS DE OFICINA	204,07	-	-	204,07	-	-	204,07	-	-	204,07	-	-	816,29
COMISIONES	943,88	951,22	958,56	965,90	973,24	980,58	987,92	995,26	1.002,60	1.009,95	1.017,29	1.024,63	11.811,03
TOTAL	8.367,40	5.993,88	6.001,22	7.301,03	6.015,91	6.023,25	7.323,05	6.037,93	6.045,27	7.345,08	6.059,95	6.067,29	78.581,26

Elaborado por: Adriana Carvajal

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

La proyección de sueldos únicamente estará calculada en base a los once trabajadores de la empresa, el sueldo de estas personas es variado y recibirán todos los beneficios de la ley como afiliación al IESS, vacaciones, decimos terceros y decimos cuartos.

Por su parte, para el segundo año, el cálculo del sueldo se lo realizara en base a un incremento de acuerdo a la inflación proyectada, tal como se lo hizo en la proyección de ingresos, costos y gastos.

Tabla 24
Sueldos personal administrativo

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 1						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo		Aporte Patronal 12,15%	Total
Administrador	\$600,00	\$50,00	\$39,58		\$72,90	\$762,48
vendedor	\$600,00	\$50,00	\$39,58		\$72,90	\$762,48
Total mensual	\$1.200,00	\$100,00	\$79,17		\$145,80	\$1.524,97

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 2						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Administrador	\$630,00	\$52,50	\$41,67	\$52,50	\$76,55	\$853,21
vendedor	\$630,00	\$52,50	\$41,67	\$52,50	\$76,55	\$853,21
Total mensual	\$1.260,00	\$105,00	\$83,33	\$105,00	\$153,09	\$1.706,42

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 3						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Administrador	\$661,50	\$55,13	\$43,75	\$55,13	\$80,37	\$895,87
vendedor	\$661,50	\$55,13	\$43,75	\$55,13	\$80,37	\$895,87
Total mensual	\$1.323,00	\$110,25	\$87,50	\$110,25	\$160,74	\$1.791,74

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 4						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Administrador	\$694,58	\$57,88	\$45,83	\$57,88	\$84,39	\$940,56
vendedor	\$694,58	\$57,88	\$45,83	\$57,88	\$84,39	\$940,56
Total mensual	\$1.389,15	\$115,76	\$91,67	\$115,76	\$168,78	\$1.881,12

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 5						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Administrador	\$729,30	\$60,78	\$47,92	\$60,78	\$88,61	\$987,38
vendedor	\$729,30	\$60,78	\$47,92	\$60,78	\$88,61	\$987,38
Total mensual	\$1.458,61	\$121,55	\$95,83	\$121,55	\$177,22	\$1.974,76

Elaborado por: Adriana Carvajal

Plan de negocio para la creación de una empresa doméstica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

Tabla 25

Sueldos personal operativo

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 1						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo		Aporte Patronal	Total
Operario 1	\$600,00	\$50,00	\$39,58		\$72,90	\$762,48
Total mensual	\$600,00	\$50,00	\$39,58		\$72,90	\$762,48

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 2						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Total
Operario 1	\$630,00	\$52,50	\$41,67	\$52,50	\$76,55	\$853,21
Total mensual	\$630,00	\$52,50	\$41,67	\$52,50	\$76,55	\$853,21

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 3						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Total
Operario 1	\$661,50	\$55,13	\$43,75	\$55,13	\$80,37	\$895,87
Total mensual	\$661,50	\$55,13	\$43,75	\$55,13	\$80,37	\$895,87

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 4						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Total
Operario 1	\$694,58	\$57,88	\$45,83	\$57,88	\$84,39	\$940,56
Total mensual	\$694,58	\$57,88	\$45,83	\$57,88	\$84,39	\$940,56

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 5						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Total
Operario 1	\$729,30	\$60,78	\$47,92	\$60,78	\$88,61	\$987,38
Total mensual	\$729,30	\$60,78	\$47,92	\$60,78	\$88,61	\$987,38

Elaborado por: Adriana Carvajal

3.3. Análisis de estados financieros

Antes de presentar y analizar los estados financieros proyectados, es necesario conocer el comportamiento de la demanda mensual durante los cinco años de proyección. (Anexo 3). De la misma manera, hay que tener en cuenta el precio de los productos y servicios de la empresa y sus ingresos. Para conocer el precio de cada uno de los servicios (Anexo 4); por su parte para conocer la proyección de ingresos anuales (Anexo 5).

Para conocer los costos anuales que trae consigo el servicio (Ver anexo 6). Entre los principales gastos operacionales, se tiene la publicidad, los sueldos de

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

los trabajadores contratados, entre otros. Los gastos anuales se exponen en la siguiente tabla, antes es preciso mencionar que al igual que con los costos y los ingresos, las proyecciones de los años venideros son obtenidas en base a la inflación. Para observar el comportamiento de los gastos en lo que respecta a la empresa (Ver anexo 7).

Ahora bien, ya continuando con los estados financieros, es necesario mencionar que estos son registros escritos que transmiten las actividades comerciales y el desempeño financiero de una empresa. En el caso de la empresa se analizarán los siguientes estados financieros:

- Estado de flujo de efectivo
- Estado de situación financiera

A continuación, se presenta el flujo de efectivo proyectado

Tabla 26
Flujo de caja proyectado

	0	1	2	3	4	5
Ventas		813.030,00	937.597,50	1.072.589,18	1.218.736,02	1.376.816,08
- Costo de Ventas		742.379,80	840.367,04	942.931,47	1.050.896,28	1.164.493,40
Utilidad Bruta en Ventas		70.650,20	97.230,46	129.657,71	167.839,74	212.322,68
- Gastos desembolsables		58.089,90	64.045,86	68.555,21	73.392,10	78.581,26
- Gastos no desembolsables		6.464,17	1.464,17	1.464,17	1.464,17	1.464,17
Utilidad Operacional		6.096,13	31.720,44	59.638,33	92.983,48	132.277,25
- Gastos financiamiento +/- Ing/Eg. No operacionales		4.207,81	3.521,44	2.716,84	1.773,62	667,92
Utilidad antes de Reparto a Trabajadores		1.888,33	28.199,00	56.921,49	91.209,86	131.609,33
- 15% Reparto Ut. Trabajadores		283,25	4.229,85	8.538,22	13.681,48	19.741,40
Utilidad antes de Impuesto Renta		1.605,08	23.969,15	48.383,27	77.528,38	111.867,93
- 25% Impuesto Renta		401,27	5.992,29	12.095,82	19.382,09	27.966,98

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

RESERVA LEGAL UTILIDADES RETENIDAS	120,38	1.918,07	5.546,81	11.361,44	19.751,54
	1.083,43	17.262,60	49.921,31	102.252,96	177.763,82
PATRIMONIO PASIVOS + PATRIMONIO	65.502,50	66.706,31	84.683,17	120.970,62	179.116,90
	93.575,00	91.479,11	114.323,00	155.547,17	219.704,58
				263.017,85	310.726,24

Elaborado por: Adriana Carvajal

El análisis del estado de situación financiera ayuda a percibir la posición financiera de la empresa en un punto específico en el tiempo, es decir, sirve para identificar el estatus de los activos (derechos de cobro), pasivos (obligaciones de pago) y el capital (patrimonio de la empresa) donde en base al análisis expuesto en la tabla anterior se concluye que la empresa contara con buena situación financiera en sus primeros cinco años de actividades.

3.4. Evaluación del proyecto

La evaluación financiera del proyecto, expone que, poner en marcha la empresa es viable puesto que la Tasa Interna de Retorno de la inversión es del 39.50%, un valor actual neto de \$24.615,06, con un periodo de recuperación de la inversión es de cuatro años y un mes. (Ver anexo 8)

Con relación al TIR, el proyecto arroja una tasa de rendimiento del 39.50% y la requerida es del 35%, por lo que, al ser superior a dicha tasa, se puede considerar como un proyecto aceptado.

El análisis del VAN indica que el proyecto arroja un valor actual neto de \$24.615,06, es un valor positivo, superior a 1, esto expone que el proyecto es rentable.

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

El payback es el período de tiempo requerido para recuperar el capital inicial utilizado en el proyecto, en este caso el período de recuperación está al cuarto año de operaciones.

El WACC, cuyas siglas en español son Coste promedio ponderado de capital es la tasa que se utiliza para descontar los flujos de caja futuros, a la hora de evaluar un proyecto. En este caso el WACC es de 28%.

En lo que respecta al punto de equilibrio, se observa que la empresa llegara a su punto de equilibrio cuando logre obtener un ingreso de \$791.299,45, puesto que en ese monto, los ingresos serán iguales a la suma de los costos y gastos.

Tabla 28
Punto de equilibrio proyectado

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO FIJO	\$ 68.761,87	\$ 69.031,46	\$ 72.736,21	\$ 76.629,89	\$ 80.713,35
VENTAS - COSTO VARIABLE	\$ 70.650,20	\$ 97.230,46	\$ 129.657,71	\$ 167.839,74	\$ 212.322,68
% Equilibrio	97%	71%	56%	46%	38%
VENTAS	\$ 813.030,00	\$ 937.597,50	\$ 1.072.589,18	\$ 1.218.736,02	\$ 1.376.816,08
COSTOS VARIABLES	\$ 742.379,80	\$ 840.367,04	\$ 942.931,47	\$ 1.050.896,28	\$ 1.164.493,40
COSTOS FIJOS	\$ 68.761,87	\$ 69.031,46	\$ 72.736,21	\$ 76.629,89	\$ 80.713,35
UTILIDAD	\$ 1.888,33	\$ 28.199,00	\$ 56.921,49	\$ 91.209,86	\$ 131.609,33
VERIFICACIÓN					
VENTAS	\$ 791.299,45	\$ 665.673,36	\$ 601.707,97	\$ 556.433,19	\$ 523.389,38
COSTOS VARIABLES	\$ 722.537,58	\$ 596.641,89	\$ 528.971,76	\$ 479.803,31	\$ 442.676,03
COSTOS FIJOS	\$ 68.761,87	\$ 69.031,46	\$ 72.736,21	\$ 76.629,89	\$ 80.713,35
UTILIDAD	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Elaborado por: Adriana Carvajal

3.5. Ratios financieros

Las razones financieras son cálculos básicos que utilizan datos cuantitativos de los estados financieros de una empresa. Se utilizan para obtener perspectivas e información importante sobre el desempeño, la rentabilidad y la salud financiera

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

de la empresa. A continuación, en la tabla se proceden a exponer los ratios financieros proyectados.

Tabla 29
Ratios financieros

RATIOS FINANCIEROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZÓN CORRIENTE	\$ 123,25	\$ 10,63	\$ 7,34	\$ 6,48	\$ 6,43
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 83.683,76	\$ 98.454,20	\$ 130.730,63	\$ 181.322,68	\$ 259.163,69
ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL	\$ 8,89	\$ 8,20	\$ 6,90	\$ 5,55	\$ 4,43
ENDEUDAMIENTO	\$ 0,27	\$ 0,26	\$ 0,22	\$ 0,18	\$ 0,15
LEVERAGE TOTAL	\$ 0,37	\$ 0,35	\$ 0,29	\$ 0,23	\$ 0,18
COBERTURA PASIVO FINANCIERO	\$ 0,03	\$ 0,02	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,00
COBERTURA GASTO FINANCIERO	\$ 1,45	\$ 9,01	\$ 21,95	\$ 52,43	\$ 198,04
MARGEN BRUTO	\$ 0,09	\$ 0,10	\$ 0,12	\$ 0,14	\$ 0,15
MARGEN OPERATIVO	\$ 0,01	\$ 0,03	\$ 0,06	\$ 0,08	\$ 0,10
MARGEN NETO	\$ 0,00	\$ 0,02	\$ 0,03	\$ 0,04	\$ 0,05
ROA	\$ 0,01	\$ 0,14	\$ 0,21	\$ 0,24	\$ 0,24
ROE	\$ 0,02	\$ 0,19	\$ 0,27	\$ 0,29	\$ 0,29

Elaborado por: Adriana Carvajal

Como se puede observar en la tabla, los ratios financieros, exponen un equilibrio para la empresa la empresa, la razón corriente, llega a 6.43 en el quinto año, esto muestra que la empresa, tendrá liquidez, asimismo se puede observar que el capital de trabajo de la empresa es mayor que las deudas que se presentan, la rotación del activo total al finalizar este periodo de proyección es de 4.43 esto expone que existirá eficiencia por parte de la empresa para generar ingresos a partir de los activos, el nivel de endeudamiento, al finalizar el quinto año es inferior comparado al primer año, esto se traduce como la capacidad que tendrá la empresa para pagar sus deudas en el periodo de tiempo.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Los resultados de la investigación de mercado indican una necesidad específica y creciente en el área de los servicios y productos de domótica que la empresa ofrece al mercado al que atenderá. La estrategia de mercado se basará en un enfoque rentable para alcanzar este mercado objetivo claramente definido. Aunque la población objetivo es de menos de 100.000 personas, el mercado tiene una cantidad significativa de hogares que son conscientes de la apariencia y la sensación de su hogar y oficinas.

El enfoque para promover esta empresa será mediante el establecimiento de relaciones con personas clave en la comunidad y luego mediante actividades de referencia una vez que se establezca una base de clientes significativa. El negocio se centrará en desarrollar relaciones sólidas y leales con los clientes ofreciendo soluciones de diseño basadas en el gusto, el presupuesto, el uso y los objetivos del espacio del cliente. La selección adicional, la accesibilidad del producto, los servicios de diseño y los precios basados en el valor diferenciarán a la empresa de las otras opciones en el área.

De acuerdo a los indicadores financieros expuestos, el plan de negocios para la creación de una empresa de asesoría y diseño de interiores es factible y rentable, pues se encuentra con una tasa de retorno interno que es mayor que la respectiva tasa de descuento óptima, teniendo un valor actual neto positivo con un periodo de recuperación de la inversión favorable y permite a la larga considerar más inversiones que provocarán la expansión de la compañía.

Recomendaciones

Desarrollar métodos publicitarios que informen de los diversos servicios que ofrece la empresa y que éstos se pongan al alcance de las pymes, generando la concientización para el cumplimiento de las normativas legales vigentes.

Explorar las necesidades del cliente potencial con el único propósito de proporcionar un servicio de acuerdo con sus expectativas. También se recomienda mantener los estándares de calidad tanto en el servicio y seguimiento continuo al cliente, ya que estos aspectos asegurarán la permanencia en el mercado para lograr los objetivos.

Se recomienda para aumentar el valor del producto que se incluyan servicios al cliente, adicionalmente, darle al cliente la oportunidad de tener acceso a productos para complementar los servicios de consultoría de diseño, incluidos muebles, tanto nuevos como antiguos, telas de decoración y accesorios para el hogar y la oficina.

Se debe dar una atención personalizada a través del proceso de diseño y también brinda recursos y productos de diseño a sus clientes a través de compras especiales de muebles, telas y accesorios. La experiencia total se proporciona de una manera para informar, inspirar y ayudar a las personas a través del proceso de transformación de su hogar o entorno empresarial para convertirse en una expresión única y personalizada de ellos mismos y aumentar su disfrute de ese espacio interior.

Bibliografía

- Bizarro, W., Sucari, W., & Quispe-Coaquira, A. (2019). Evaluación formativa en el marco del enfoque por competencias. *Revista Innova Educación*, 1(3), 374-390.
- Blacutt Olmos, J. A. (2019). Las Nuevas tendencias de la Administración Estratégica. Un enfoque basado en la orientación a las competencias centrales, al mercado o a las actividades estratégicas. *Revista Perspectivas*, 43, 135-148.
- Cabarcas, D. M., & Quintana, M. C. (2020). Consumo responsable, práctica de una ciudadanía ambiental. *Revista Sextante*, 22, 25-32.
- Calvo Rojas, J., Pelegrín Mesa, A., & Gil Basulto, M. S. (2018). Enfoques teóricos para la evaluación de la eficiencia y eficacia en el primer nivel de atención médica de los servicios de salud del sector público. *Retos de la Dirección*, 12(1), 96-118.
- Campoverde Saenz, K. A., & Franco Escalante, A. G. (2021). *Plan de negocios de empresa que ofrece servicios de automatización de hogares en la ciudad de Guayaquil*. Universidad de Guayaquil.
- Capote Pérez, R., Torres Paez, C. C., & del Castillo Sánchez, L. (2022). Modelo para la gestión del financiamiento del desarrollo local a escala municipal en Cuba. *Cooperativismo y Desarrollo*, 10(3), 653-678.
- Cárdenas-Mero, B. S., Solís-Cedeño, V., Moreira-Roca, J., & Villafuerte-Muñoz, W. (2021). Estrategias Low Cost como Factor Determinante de Competitividad de las Pymes Manufactureras de Manta–Ecuador. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*, 6(5), 3-15.

- Casas-Toris, U. J., Carrillo-Arteaga, A. N., & Rodríguez-Aguilar, R. M. (2020). Revisión crítica de sustentabilidad o sostenibilidad, en literatura sobre ciudades inteligentes. *Revista CoPaLa. Construyendo Paz Latinoamericana*, 9, 67-90.
- Ceseña, M. A. (2019). Factores de la satisfacción del cliente: perspectivas en restaurantes de comida rápida. *Revista Sinapsis*, 11(1), 70-87.
- Cevallos-Ponce, Á. A. (2019). Evaluación financiera de proyectos de inversión para la PYMES. *Domino de las Ciencias*, 5(3), 375-390.
- Chico, A. J., Ayala, J. F., Navarrete, E. G., & Morán, J. M. (2022). Sistema integrado modular para seguridad y confort de Viviendas Inteligentes basado en Internet de las Cosas. *Journal of Science and Research*, 7(CININGEC II), 721-735.
- Cobián Puebla, Á., Rosales Adame, J. J., & Fernandez Andrés, A. D. (2021). Indicadores del Balance Social Cooperativo para el sector de ahorro y préstamo mexicano. *Cooperativismo y Desarrollo*, 9(3), 831-855.
- Collado, N., Himpe, E., González, D., & Rueda, L. (2019). Retos para una definición de "Edificios de consumo energético casi nulo". *Revista ingeniería de construcción*, 34(3), 321-329.
- Cortés, A. (2019). El control interno como proceso administrativo para las PYMES. *Revista FAECO sapiens*, 2(2), 13-26.
- De Oca, H. A. (2019). Planes de negocios: el comercio electrónico y la gestión de empresas en Costa Rica. *Revista Nacional de Administración*, 10(2), 121-134.
- del Toro Cabrera, A. (2019). La concepción de cliente y su repercusión en la calidad del servicio en el restaurante. *Res Non Verba Revista Científica*, 9(2), 1-16.

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

- Díaz, R. R., & Pérez, L. A. (2021). PYMES en América Latina: clasificación, productividad laboral, retos y perspectivas. *CIID Journal*, 2(1), 1-39.
- Díaz-Hincapié, F. I., Melgarejo-Molina, Z. A., & Vera-Colina, M. A. (2021). Relación entre innovación y crecimiento empresarial en la pyme de la industria de alimentos y bebidas de Bogotá, Colombia. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 11(3), 493-506.
- Elizalde Marín, L. K. (2018). *Automatización contable como herramienta tecnológica para simplificar procesos de contabilidad en organizaciones*. Contribuciones a la Economía, (julio).
- Fontalvo-Herrera, T., De-la-Hoz-Granadillo, E., & Mendoza-Mendoza, A. (2019). Los Procesos Logísticos y La Administración de la Cadena de Suministro. *Saber, Ciencia y Libertad*, 14(2), 102-112.
- Galarza, G. D., Izquierdo, N. C., & Bustamante, R. Y. (2021). El marketing mix como estrategia de posicionamiento en las MIPYMES ecuatorianas. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 6(3), 2045-2069.
- García, I. C., Gil, A. F., Gil, R., Estrada, M. V., David, J., & Gómez, A. (2019). Domótica Inclusiva y el relevo generacional en el campo, mediante Sistemas Inteligentes. *Revista Teinnova*, 4(1), 71-76.
- García, M. M., & Marulanda, W. C. (2020). Contenidos digitales: aporte a la definición del concepto. *Kepes*, 17(22), 256-276.
- García, V. K., Pérez, O. C., Hernández, J. C., de León Vázquez, I. I., Díaz, D. V., & Castillo, D. I. (2020). El análisis financiero como herramienta para la toma de decisiones. *XIKUA Boletín científico de la Escuela Superior de Tlahuelilpan*, 8(15), 25-31.

- González-Cabrera, C., & Trelles-Arteaga, K. (2021). Etnocentrismo del consumidor e intención de compra en países en desarrollo. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(21), 165-180.
- Guerrero, M. S., Fiallos, B. G., & Merlo, O. J. (2022). Tendencias del emprendimiento joven: caso Emprende Joven Ecuador 2021. *Universidad y Sociedad*, 14(S2), 215-221.
- Hernández, H. G., Niebles, W. A., & Fera, J. J. (2020). Creación de empresas y políticas públicas para la promoción del emprendimiento en Colombia. *Revista ESPACIOS*, 798(1015).
- Hernández, S. D. (2020). La fidelización del cliente y retención del cliente: Tendencia que se exige hoy en día. *Gestión en el tercer milenio*, 23(45), 5-13.
- Huerta, A. R. (2019). Capacidad institucional: revisión del concepto y ejes de análisis. *Documentos y Aportes en Administración Pública y Gestión Estatal: DAAPGE*, 19(32), 81-107.
- Jácome Carvajal, G. S. (2022). *Propuesta de plan de negocio para la implementación de la domótica en viviendas de urbanizaciones privadas del DMQ*. PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR-MATRIZ.
- Jiménez, A. L., & Rojas, S. Á. (2019). Inversión sostenible: un asunto de rentabilidad. *Revista Fasecolda*, 176, 106-109.
- Jiménez, D. L. (2023). Reseña: Vivienda inteligente: domótica, inteligencia artificial y regulación legal (2022) de Francisca Ramón Fernández. *Revista de Derecho*, 27.

- Jiménez-Marín, G., Bellido-Pérez, E., & López-Cortés, Á. (2019). Marketing sensorial: el concepto, sus técnicas y su aplicación en el punto de venta. *Vivat Academia*, 148, 121-147.
- Leonard, Y. G., & Rodríguez, R. A. (2020). La teoría de los recursos y capacidades como fundamento metodológico para el estudio de la gestión de la innovación empresarial. *Revista Científica Ecociencia*, 7, 1-15.
- López-Escolano, C., & Pueyo-Campos, Á. (2019). Medidas básicas de accesibilidad territorial. Enfoques, evolución y utilidades. *Bitácora Urbano Territorial*, 29(3), 49-58.
- Lora Guerrero, D. (2020). *Diseño y análisis de indicadores de gestión en las áreas de finanzas, marketing y ventas para una microempresa del sector de la tecnología: DOMOTICA SOLUCIONES SAS*. Universidad EIA.
- Machín Hernández, M. M., Sánchez Vignau, B. S., & Rodríguez, M. L. (2020). Análisis y proyecciones de la gestión de los servicios públicos en el entorno local. *Economía y desarrollo*, 163(1).
- Maraza, A. C., Gomez, M. S., Limache, A. M., & Mamani, E. F. (2019). Estrategias del marketing viral y el posicionamiento de marca en los restaurantes turísticos de la Región de Puno. *Comuni@cción: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 10(1), 70-80.
- Martín, M. A. (2022). Gestión del conocimiento en sistemas domóticos. *Vetec. Revista Académica de Investigación, Docencia y Extensión de las Ciencias Veterinarias*, 3(3), 71-72.
- Martín, M. A. (2022). Gestión del conocimiento en sistemas domóticos. *Vetec. Revista Académica de Investigación, Docencia y Extensión de las Ciencias Veterinarias*, 3(3), 71-72.

- Miranda-Torrez, J. (2021). Acciones competitivas y desempeño organizacional en la perspectiva dinámica competitiva. *Investigación administrativa*, 50(127).
- Moina-Sánchez, P., Morales-Carrasco, L., & Córdova-Pacheco, A. (2020). Crecimiento económico en una región emprendedora en el Ecuador. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(19), 65-80.
- Muñoz-Munguía, A. M., Borbón-Morales, C. G., & Laborín-Álvarez, J. F. (2019). Economía del Comportamiento: un campo fértil para la investigación de aplicaciones en política pública para México. *Estudios sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, 29(53).
- Nieto, B. C. (2020). El derecho de retención. *Anuario de Derecho*, 49, 33-46.
- Ocampo-Murillo, H. F., & Quintero-Garzón, M. L. (2020). Selección de proveedores de insumos críticos en términos de sostenibilidad, a través de la metodología multicriterio, en una empresa del sector azucarero. *Entramado*, 16(2), 24-44.
- Oyola, N. P., & Ayala, A. C. (2022). Las 4 ces del marketing y su relación con el posicionamiento de marca. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 24(2), 384-396.
- Palacios Rodríguez, M. Á. (2020). Planeación Estratégica, instrumento funcional al interior de las organizaciones. *Revista Nacional de Administración*, 11(2).
- Porras Velásquez, N. R., & Parra D'aleman, L. C. (2019). La felicidad en el trabajo: entre el placer y el sentido. *Equidad y desarrollo*, 1(34), 181-197.
- Portillo, A. G., & Arroyo, G. J. (2020). Las políticas de inclusión social en Andalucía desde la perspectiva discursiva y lexicométrica. Un análisis comparativo del discurso técnico-político. *EMPIRIA. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*, 45, 75-111.

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

- Ramírez, J. L. (2020). Impacto de factores del desarrollo cultural organizacional, en la rentabilidad empresarial. *Revista Científica Orbis Cognita*, 4(2), 140-157.
- Ríos-Baquero, S. A. (2020). *Plan de negocio para la creación de la empresa Smart aura especializada en la comercialización e instalación de equipo domótico en la ciudad de Bogotá*. Universidad Católica de Colombia.
- Rivera, C. A., & Ccuro, F. E. (2019). La nulidad del acto administrativo en la legislación administrativa general. *Lex-revista de la facultad de derecho y ciencias políticas*, 16(22), 193-224.
- Rodriguez, V. H. (2021). Percepción de la calidad de servicio de los usuarios de las entidades públicas de la ciudad de Jaén. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(4), 4707-4719.
- Romero, D., Sánchez, S., Quintero, Y. R., & Silva, M. R. (2020). Estrategia y ventaja competitiva: Binomio fundamental para el éxito de pequeñas y medianas empresas. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(4), 465-475.
- Romero, D., Sánchez, S., Quintero, Y. R., & Silva, M. R. (2020). Estrategia y ventaja competitiva: Binomio fundamental para el éxito de pequeñas y medianas empresas. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(4), 465-475.
- Salazar, R. L. (2019). Bienestar y desarrollo: evolución de dos conceptos asociados al bien vivir. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 21(2), 288-312.
- Serrano Macoillo, C. A., & Zavaleta Solorzano, G. A. (2020). *Plan de negocio para determinar la viabilidad de una empresa dedicada a la automatización de viviendas dirigida a los NSE A y B de los distritos de Lima Top*. Universidad ESAN .

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

- Soledispa, M. L., Bozada, S. P., & Cercado, M. D. (2020). El Marketing Mix y su incidencia en el posicionamiento comercial de las Pymes. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 5(12), 309-324.
- Tacuri, A. E., & Ortega, M. J. (2021). Gestión de operaciones para la mejora continua en Organizaciones. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 6(12), 334-365.
- Tejeda Briceño, C. A. (2022). *Plan de negocio de una empresa de instalación de domótica lowcost*. Universidad Politécnica de Cataluña.
- Travieso Martín, C. (2022). La productividad y las teorías de crecimiento económico. *Cofin Habana*, 16(1).
- Ubilla, M. A., Barreno, E. R., Freire, F. O., & Sánchez, M. T. (2019). Fundamentos de calidad de servicio, el modelo Servqual. *Revista empresarial*, 13(2), 1-15.
- Valle Núñez, A. P. (2020). La planificación financiera una herramienta clave para el logro de los objetivos empresariales. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(3), 160-166.

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

ANEXOS

Anexo 1 inversión inicial

DESCRIPCIÓN	TIPO DE ACTIVO	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
CAPITAL DE TRABAJO	1. ACTIVO CORRIENTE	1	80000	\$80.000,00
GASTOS PRE-OPERATIVOS	2. OTROS ACTIVOS	1	5000	\$5.000,00
COMPUTADORAS	EQUIPOS DE CÓMPUTO	4	500	\$2.000,00
IMPRESORAS	EQUIPOS DE CÓMPUTO	2	300	\$600,00
ESCRITORIOS	MUEBLES & ENSERES	4	450	\$1.800,00
SILLAS	MUEBLES & ENSERES	5	75	\$375,00
ANAQUELES	MUEBLES & ENSERES	2	350	\$700,00
EXHIBIDORES	MUEBLES & ENSERES	4	400	\$1.600,00
ACONDICIONADOR DE AIRE	EQUIPOS DE OFICINA	2	750	\$1.500,00
INVERSIÓN TOTAL				93.575,00

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

Anexo 2 Financiamiento

Préstamo	\$28.072,50
Tasa anual	16,00%
Pagos por año	12
Tasa por período	1,33%
Plazo Deuda (años)	5
Cuotas	60
Dividendo	\$682,67

Periodos anuales	0	1	2	3	4	5
Interés		\$4.207,81	\$3.521,44	\$2.716,84	\$1.773,62	\$667,92
Capital Pagado		\$3.984,22	\$4.670,58	\$5.475,19	\$6.418,40	\$7.524,11
Dividendos		\$8.192,02	\$8.192,02	\$8.192,02	\$8.192,02	\$8.192,02
Saldo	\$28.072,50	\$24.088,28	\$19.417,70	\$13.942,51	\$7.524,11	\$0,00

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

Anexo 3 Demanda

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CERRADURAS DIGITAL	1.146	1.290	1.434	1.578	1.722
CERRADURAS RECONOCIMIENTO FACIAL	846	990	1.134	1.278	1.422
TOMACORRIENTES INTELIGENTES	846	990	1.134	1.278	1.422
INTERRUPTORES INTELIGENTES	846	990	1.134	1.278	1.422
SERVICIO DE AUTOMATIZACION TOTAL	300	300	300	300	300
	3.984	4.560	5.136	5.712	6.288

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

Anexo 4 Precio de venta

OFERTA PRODUCTOS SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CERRADURAS DIGITAL	145,00	152,25	159,86	167,86	176,25
CERRADURAS RECONOCIMIENTO FACIAL	310,00	325,50	341,78	358,86	376,81
TOMACORRIENTES INTELIGENTES	30,00	31,50	33,08	34,73	36,47
INTERRUPTORES INTELIGENTES	70,00	73,50	77,18	81,03	85,09
SERVICIO DE AUTOMATIZACION TOTAL	1.000,00	1.050,00	1.102,50	1.157,63	1.215,51

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

Anexo 5 Proyección de ingresos por venta

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CERRADURAS DIGITAL	166.170,00	196.402,50	229.242,83	264.876,18	303.499,76
CERRADURAS RECONOCIMIENTO FACIAL	262.260,00	322.245,00	387.572,85	458.627,87	535.819,47
TOMACORRIENTES INTELIGENTES	25.380,00	31.185,00	37.507,05	44.383,34	51.853,50
INTERRUPTORES INTELIGENTES	59.220,00	72.765,00	87.516,45	103.561,13	120.991,49
SERVICIO DE AUTOMATIZACIÓN TOTAL	300.000,00	315.000,00	330.750,00	347.287,50	364.651,88
TOTAL	813.030,00	937.597,50	1.072.589,18	1.218.736,02	1.376.816,08

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

Anexo 6 Costos

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CERRADURAS DIGITAL	137.520,00	159.444,00	182.559,67	206.918,78	232.575,14
CERRADURAS RECONOCIMIENTO FACIAL	253.800,00	305.910,00	360.918,18	418.951,53	480.142,06
TOMACORRIENTES INTELIGENTES	21.150,00	25.492,50	30.076,52	34.912,63	40.011,84
INTERRUPTORES INTELIGENTES	50.760,00	61.182,00	72.183,64	83.790,31	96.028,41
SERVICIO DE AUTOMATIZACION TOTAL	270.000,00	278.100,00	286.443,00	295.036,29	303.887,38
SUELDOS	9.149,80	10.238,54	10.750,47	11.286,74	11.848,58
TOTAL	742.379,80	840.367,04	942.931,47	1.050.896,28	1.164.493,40

Plan de negocio para la creación de una empresa domótica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

Anexo 7 Gastos

GASTOS OPERACIONALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDOS	18.299,60	20.477,08	21.500,93	22.573,48	23.697,15
ALQUILER	9.600,00	10.368,00	11.197,44	12.093,24	13.060,69
LIMPIEZA	2.400,00	2.592,00	2.799,36	3.023,31	3.265,17
SERVICIOS BÁSICOS	2.100,00	2.268,00	2.449,44	2.645,40	2.857,03
SEGURIDAD	6.000,00	6.480,00	6.998,40	7.558,27	8.162,93
PUBLICIDAD	4.800,00	5.184,00	5.598,72	6.046,62	6.530,35
CAPACITACIÓN	3.200,00	3.456,00	3.732,48	4.031,08	4.353,56
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	800,00	864,00	933,12	1.007,77	1.088,39
MOVILIZACIÓN	2.160,00	2.332,80	2.519,42	2.720,98	2.938,66
SUMINISTROS DE OFICINA	600,00	648,00	699,84	755,83	816,29
COMISIONES	8.130,30	9.375,98	10.126,05	10.936,14	11.811,03
TOTAL	58.089,90	64.045,86	68.555,21	73.392,10	78.581,26

Plan de negocio para la creación de una empresa doméstica ubicada en la ciudad de Machala, a partir del año 2024

Anexo 8 Indicadores financieros

	0	1	2	3	4	5
FLUJO	-\$ 65.502,50	\$ 4.368,28	\$ 24.308,06	\$ 42.688,33	\$ 63.021,58	\$ 92.485,82
VALOR PRESENTE FLUJO	-\$ 65.502,50	\$ 3.424,49	\$ 14.938,99	\$ 20.566,75	\$ 23.802,97	\$ 27.384,36
PAYBACK	-\$ 65.502,50	-\$ 62.078,01	-\$ 47.139,02	-\$ 26.572,27	-\$ 2.769,30	\$ 24.615,06

% Tasa de retorno esperada	35%
% Interes del Banco	16,00%

% Aportes Propios	70%
% Aportes otros	30%

Impuestos	36,25%
-----------	--------

WACC	28%
------	-----

TIR	39,50%
VAN	\$ 24.615,06
PAYBACK	4 años 1 meses

TIEMPO	VALOR
4	-2.769
n = ?	CERO
5	24.615

1	27.384
n - 4	2.769

$$n = 4,10$$

AÑOS	4
MESES	1