



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE
CHIMBORAZO**

VICERRECTORADO DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

INSTITUTO DE POSGRADO

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA
EMPRESA COMERCIAL IT_CONTROL**

AUTORA:

Lilliam Patricia Parreño Barahona

TUTOR:

Msc. Cesar Moreno

RESUMEN EJECUTIVO.

La empresa de razón social. **Gloffice Global Office Cía. Ltda.** Se dedica a la comercialización al por mayor y menor de equipos informáticos y electrónicos también partes y piezas, A partir de mayo del 2015, abre un nuevo punto de venta con el nombre comercial **It_Control**, dedicada a la venta, instalación, mantenimiento de estaciones de telecomunicaciones de radar, tendido de redes eléctricas, actividades de instalación de video vigilancia y seguridad.

La misión de la empresa It_Control, es brindar soluciones de infraestructura tecnológica, seguridad y automatización, con cobertura a nivel regional, mediante un equipo de profesionales altamente calificados y comprometidos con la generación de valor a nuestro grupo de interés.

Con este punto de venta It_Control, es una empresa innovadora dedicada a brindar soluciones tecnológicas a sus clientes, mediante un equipo de profesionales altamente calificados y comprometidos con la generación de valor a nuestros grupos de interés, pues se brinda seguridad a los bienes inmuebles sin el cobro de cuotas mensuales, el control total lo maneja el propietario, con un dispositivo inteligente (celular), desde cualquier parte en que se encuentre.

Mediante las encuestas realizadas se pudo verificar que el 56% ha sido víctima de la delincuencia, cada día es más latente, una de las estrategias de seguridad que la mayoría considera importante para resguardar su hogar o su local comercial, es con la instalación de cámaras, determina el 50% de los encuestados, la implementación de cercos eléctricos el 10%, este porcentaje del 60% que suman las dos alternativas, nos permite proyectar el crecimiento que lograríamos tener en este segmento del mercado con la implementación de los productos y servicios ofertados por la empresa It_Control.

La mayor parte de personas buscan contar con un sistema de seguridad, que lo puedan controlar ellos mismos, sin la atadura de un pago mensual, pero que a su vez le de la seguridad que ellos requieren, para poder sentirse tranquilos, en cualquier lugar y a cualquier hora.



La empresa It_Control al contar con un plan de negocios que le permita fortalecer su imagen corporativa en el mercado local, se verá fortalecido de esta manera va a permitir un incremento inmediato en las ventas en particular de la línea de seguridad para bienes inmuebles, esto induce sin duda alguna, al aumento en las ventas a largo plazo, con lo cual logrará influenciar en la percepción del público sobre la empresa.

A fin de presentar en forma externa, es necesario cambios internos, por ello se ha implementado un plan administrativo, a la organización, este claramente definida sus acciones a desarrollar por los colaboradores. El plan de marketing se ha planteado en base del marketing mix, lo que fomentara la percepción de la empresa en el público externo, lo que posteriormente serán nuestros potenciales clientes. El plan operativo ha permitido desarrollar procesos de producción (ensamblaje) de los diversos proyectos, con la representación de sus respectivos flujogramas con el fin de determinar tiempos y con ello establecer costos de forma adecuada.

También es importante el plan financiero, pues; este nos permite tener una visión clara referente a los aspectos monetarios, e ir evaluando los resultados con la finalidad de determinar la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa en el tiempo.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CONTENIDO	N° DE PÁGINA
RESUMEN EJECUTIVO.....	II
1. PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA COMERCIAL IT_CONTROL, QUE PERMITA FORTALECER LA IMAGEN CORPORATIVA, EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA EN EL CUARTO TRIMESTRE DEL 2016.....	1
INTRODUCCIÓN.....	1
JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA.....	2
NOMBRE DE LA EMPRESA.....	2
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	3
UBICACIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA.....	3
MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA.....	4
OBJETIVOS DE LA EMPRESA IT_CONTROL.....	5
VALORES DE LA EMPRESA IT_CONTROL.....	5
PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA.....	6
1.1. PLAN ORGANIZACIONAL.....	7
1.1.1. Objetivo.....	7
1.1.2. Estructura Organizacional.....	7
1.1.3. Perfil y funciones específicas del puesto.....	11
1.1.4. Reclutamiento.....	20
1.1.5. Selección.....	21
1.1.6. Contratación.....	22
1.1.7. Inducción.....	22
1.1.8. Evaluación de Desempeño.....	22
1.2. PLAN OPERACIONAL.....	24
1.2.1. Objetivo.....	24
1.2.2. Descripción del proceso de producción de la Empresa It_Control.....	24



1.2.2.1	Descripción del proceso de instalación de cercos eléctricos.	24
1.2.1.1	Descripción del proceso de instalación de cámaras de seguridad.	26
1.2.3	Flujogramas de Procesos.	28
1.2.3.1	Flujograma del proceso de instalación de cercos eléctricos.....	29
1.2.3.2	Flujograma del proceso de instalación de cámaras de seguridad.....	30
1.2.4	Herramientas, Inventario y servicio que se utilizan para la instalación del cerco eléctrico y cámaras de seguridad.	31
1.3.	PLAN DE MARKETING.	32
1.3.1	Objetivo	33
1.3.2	Segmento de Mercado	34
1.3.3	Estrategias de la empresa en función al Marketing Mix.	34
1.3.3.1	Estrategias del producto.	34
1.3.3.2	Estrategias del precio.	34
1.3.3.3	Estrategias de Distribución.	35
1.3.3.4	Estrategias de Promoción	35
1.3.4	Estrategias de Impulso Publicitario.	35
1.3.4.1	Publicidad a través de medios electrónicos.....	38
1.3.4.1.1	Página Web.	38
1.3.4.1.2	Facebook	39
1.3.4.1.3	YouTube.....	40
1.3.5	Publicidad escrita.....	41
1.3.5.1	Valla	41
1.3.5.2	Tarjetas de presentación.....	42
1.3.5.3	Volantes.....	42
1.3.6	Estrategia de Promoción en Venta.....	43
1.3.7	Costo de aplicación.....	45
1.4.	PLAN FINANCIERO.....	45
1.4.1	Análisis de los estados financieros	46
1.4.1.1	Análisis vertical: Balance General 2015.	46
1.4.1.2	Análisis vertical: Estado de Resultados 2015.	51
1.4.1.3	Análisis vertical: Balance General 2016.	52
1.4.1.4	Análisis vertical: Estado de Resultados 2016.	57



1.4.1.5	Análisis horizontal: Balance General.....	58
1.4.1.6	Análisis horizontal: Estado de Resultados 2015-2016.....	62
1.4.2	Aplicación de Indicadores	63

ÍNDICE DE CUADROS

CONTENIDO	Nº DE PÁGINA
Cuadro N° 1. Niveles de la estructura organizacional	9
Cuadro N° 2. Asamblea General.....	11
Cuadro N° 3. Alta Dirección –Dirección General	12
Cuadro N° 4. Dirección Media- Dirección Financiera	13
Cuadro N° 5. Dirección Media- Dirección Comercial	14
Cuadro N° 6. Dirección Media - Dirección Logística It_Control.....	15
Cuadro N° 7. Dirección Media- Centro Técnico	16
Cuadro N° 8. Dirección Intermedio- Coordinadora de Oficina.....	17
Cuadro N° 9. Dirección Intermedio – Coordinador de Campo	18
Cuadro N° 10. Nivel Operativo- Vendedor-Caja.....	19
Cuadro N° 11. Nivel Operativo- Técnicos.....	20
Cuadro N° 12. Evaluación de Desempeño.....	23

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	N° DE PÁGINA
Grafico No.1 Cuentas del Activo Corriente	48
Grafico No.2 Cuentas del Activo Fijo.....	49
Grafico No.3 Cuentas del Pasivo.	49
Grafico No.4 Cuentas del Patrimonio	50
Grafico No.5 Pasivo y Patrimonio	50
Grafico No.6 Estado de Resultados.....	52
Grafico No.7 Cuentas del Activo Corriente.....	54
Grafico No.8 Cuentas del Activo Fijo.....	55
Grafico No.9 Cuentas del Pasivo.	55
Grafico No.10 Cuentas del Patrimonio	56
Grafico No.11 Pasivo y Patrimonio	56
Grafico No.12 Estado de Resultados.....	58
Grafico No.13 Variación del Activo Corriente	60
Grafico No.14 Variación del Activo Fijo.....	60
Grafico No.15 Variación del pasivo.....	61
Grafico No.16 Variación del Patrimonio	61
Grafico No.17 Variación del activo, pasivo y patrimonio.	62
Grafico No.18 Variación de Estado de Resultados.	63

ÍNDICE DE FIGURAS

CONTENIDO	N° DE PÁGINA
Figura No.1 Ubicación de la empresa.	4
Figura No.2 Fachada de la empresa.	4
Figura No.3 Organigrama Estructural	8
Figura No.4 Red Socio empleo.	21
Figura No.5 Proceso de instalación de cercos eléctricos	29
Figura No.6 Proceso de instalación de cámaras de seguridad	30
Figura No.7 Marketing Mix	33
Figura No.8 Logotipo	37
Figura No.9 Fachada Principal.....	37
Figura No.10 Página Web.	39
Figura No.11 Red social Facebook	40
Figura No.12 Video Trabajos efectuados.....	41
Figura No.13 Valla.....	42
Figura No.14 Tarjetas de presentación.....	42
Figura No.15 Volantes	43
Figura No.16 Camisetas	44
Figura No.17 Funda de Compra.....	44

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	N° DE PÁGINA
Tabla N° 1. Herramientas, Inventario y servicio en Instalación de Cerco Eléctrico (10metros)	31
Tabla N° 2. Herramientas, Inventario y servicio en Instalación de Cámara de Seguridad	32
Tabla N° 3. Costo de aplicación.	45
Tabla N° 4. Balance General 2015.	47
Tabla N° 5. Estado de Resultados 2015.....	51
Tabla N° 6. Análisis Vertical del Balance General 2016.	53
Tabla N° 7. Estado de Resultados 2016.....	57
Tabla N° 8. Análisis horizontal del Balance General 2015-2016.....	59
Tabla N° 9. Análisis horizontal: Estado de Resultados 2015-2016.....	62
Tabla N° 10. Índice de liquidez.	64
Tabla N° 11. Índice de Gestión o actividad.	66
Tabla N° 12. Índice de Solvencia, Endeudamiento o Apalancamiento	69
Tabla N° 13. Índice de Rentabilidad.....	71
Tabla N° 14. Proforma de Cámara.....	73
Tabla N° 15. Proforma de Cerco Eléctrico	74
Tabla N° 16. FODA Empresa It_Control	75

1. PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA COMERCIAL IT_CONTROL, QUE PERMITA FORTALECER LA IMAGEN CORPORATIVA, EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA EN EL CUARTO TRIMESTRE DEL 2016

INTRODUCCIÓN

Más del 50% de la población ecuatoriana en la actualidad se siente insegura en sus hogares, locales comerciales y en las calles, lo que ha permitido el desarrollo de empresas que han hecho estudios de mercado para poder coadyuvar a la inseguridad con la instalación de cámaras de video vigilancia, cercos eléctricos para proteger sus viviendas, con ello sentirse seguros.

Según información proporcionada por CEDATOS, nos indica que “El incremento de la delincuencia en el Ecuador ha inquietado a la población, de acuerdo al último estudio de Opinión realizado por la empresa CEDATOS, el 65% ha sido víctima o tiene algún familiar que ha sido víctima de un hecho delictivo” (Cedatos, 2016). En la ciudad de Riobamba en el sector urbano al realizar las encuestas a 293 personas del público en general nos indicaron que el 56% ha sido víctima de la delincuencia.

Con el conocimiento del crecimiento de la inseguridad la empresa It_Control generadora de emprendimientos sostenibles e innovadora ha buscado siempre la seguridad a los bienes inmuebles de la población. Llega para brindar verdaderas soluciones tecnológicas a nuestros clientes, mediante un equipo de profesionales altamente calificados y comprometidos con la generación de valor a nuestros grupos de interés.

La empresa es el primer integrador de soluciones de infraestructura tecnológica, como radio enlaces, servidores, cableado estructurado, en automatización domótica, contamos con instalación de puertas automáticas, iluminación, persianas, audio y en seguridad perimetral contamos con video vigilancia, cercos eléctricos y alarmas, sistemas contra incendios, control de accesos, siempre estamos en busca de mejorar la seguridad con la utilización de la tecnología que día a día crece.

La empresa It_Control, se ha concientizado de la necesidad de la población en la optimización de los recursos, por ello; el servicio brindado por la empresa no está sujeta a un cobro mensual para brindarle seguridad, pues el propietario es dueño absoluto de su equipo de seguridad y tiene el control con un dispositivo inteligente desde cualquier parte del país.

Uno de los retos de It_Control, es fortalecer su imagen corporativa, a través de una adaptación dinámica de las actividades internas con el cumplimiento del plan organizacional, el plan de marketing debe ser en función de la tendencia tecnológica en la que vivimos, que permita sin duda alguna, crear fidelidad entre los clientes actuales, buscar a nuevos potenciales clientes que se sientan respaldados por una empresa seria en el mercado.

JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA.

It_Control con la implementación e instalación de equipos de seguridad a bienes inmuebles, permite contribuir a la sociedad utilizando tecnologías actuales, para que el propietario del local comercial o vivienda y así se sienta más seguro y satisfecho. A fin de que el potencial cliente se sienta respaldado en una empresa seria, se ha desarrollado un plan de negocios que fortalezca en las diversas áreas; procesos y promoción publicitaria que sin duda alguna, esto logrará un fortalecimiento de la imagen corporativa. Lo que permitirá a la compañía generar nuevas plazas de trabajo y contribuir a la economía del país mediante el pago de impuestos, tasas y contribuciones especiales.

NOMBRE DE LA EMPRESA.

El nombre comercial de la empresa es It-Control describe lo siguiente: **Infraestructura, tecnológica de control y seguridad**, lo que se desea con el nombre es identificar este segmento de actividad de la empresa.

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

La empresa de nombre comercial: **It_Control** número de establecimiento **004**, de la Empresa de Razón Social: **Gloffice Global Office Cía. Ltda.** A fin de mejorar sus ventas toma la decisión de crear este punto de venta con el objetivo de enfocarse a la venta de equipos de seguridad para bienes inmuebles, que sean controlados por las personas que adquirieron las soluciones tecnológicas, solo con la utilización de un dispositivo inteligente (celular) con acceso a internet, con ello puede tener el control desde cualquier parte del mundo.

La empresa cuenta con un gerente administrativo, el responsable de esta función se encarga de cotizar y presentar las soluciones tecnológicas adecuadas para cada necesidad, que luego de la aprobación de la cotización coordina con el jefe técnico para la implementación de dicha solución.

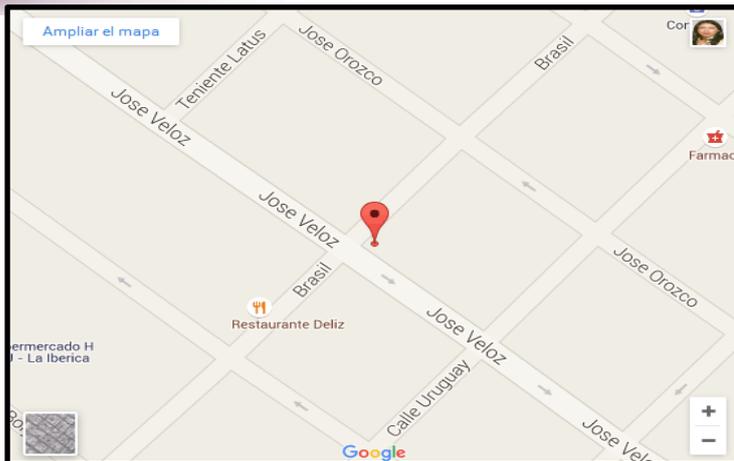
El jefe técnico, en base a la aprobación de la proforma presentada, realiza el ensamblaje al proyecto con la verificación de los respectivos costos, con ello coordina el tiempo y personal adecuado para la implementación de la solución contratada, la respectiva capacitación al cliente que ha adquirido el servicio, a fin de que pueda controlar desde cualquier parte con la aplicación en el dispositivo inteligente de la solución adquirida, lo que le da seguridad al cliente del servicio obtenido.

La empresa se ha enfocado a coadyuvar el problema que afronta la población riobambeña especialmente en sus locales comerciales e invasión a la propiedad privada, que según datos de CEDATOS el 65% de la población ha sido víctima de la delincuencia, por ello esta empresa se encuentra en el macro sector comercial de seguridad a bienes inmuebles.

UBICACIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA.

La empresa It_Control se encuentra ubicada en la parroquia Velasco, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, lugar estratégico para el control de las operaciones realizadas por la empresa, para que se pueda visualizar se ha realizado una captura de la imagen satelital a fin de detectar con facilidad la ubicación de la misma.

Figura No.1 Ubicación de la empresa.



Fuente: <http://itcontrol.ec/contacto/>

Elaborado: Lilliam Parreño.

Figura No.2 Fachada de la empresa.



Fuente: <http://itcontrol.ec/contacto/>

Elaborado: Lilliam Parreño.

MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA.

MISIÓN

Brindar soluciones de infraestructura tecnológica, seguridad y automatización, con cobertura a nivel regional, mediante un equipo de profesionales altamente calificados y comprometidos con la generación de valor a nuestro grupo de interés.



VISIÓN

Ser el primer integrador de soluciones de infraestructura tecnológica, automatización y seguridad electrónica que se posicione en el mercado regional por su enfoque y compromiso con la satisfacción de sus clientes.

OBJETIVOS DE LA EMPRESA IT_CONTROL

- Brindar a nuestros clientes soluciones innovadoras con un asesoramiento personalizado y un respaldo técnico de calidad, que confluyan en una verdadera satisfacción de nuestros clientes.
- Elaborar un plan de marketing que mejore la imagen corporativa de la empresa It-Control.
- Realizar un plan financiero que facilite la evaluación de la rentabilidad, liquidez y solvencia.
- Implementar un plan organizacional, que identifique y defina en forma clara sus funciones y obligaciones a los colaboradores.
- Contribuir efectivamente a mejorar la seguridad de los bienes inmuebles de nuestros clientes, con el asesoramiento personalizado de los colaboradores especializados en el tema.

VALORES DE LA EMPRESA IT_CONTROL

- **Calidad.**- La empresa está comprometida con el cliente, ya que seleccionamos los productos de mejor calidad, a fin de que nuestros servicios sean reconocidos a nivel no solo local sino también a nivel nacional.
- **Responsabilidad.**- Trabajamos para cumplir con los compromisos pactados con los clientes internos y externos, para ello se ha establecido un cronograma de actividades semanales los cuales deben ser revisadas diariamente a fin de cumplir con este valor sin problema, lo que nos permitirá desarrollar las actividades con eficiencia y eficacia.
- **Puntualidad.**- Está ligado al de responsabilidad, ya que conjuntamente se trabaja con el cronograma de actividades, esto nos permite ser puntuales en las actividades



coordinadas semanalmente, esto es una carta de presentación para nuestros clientes internos y externos.

- **Honradez.-** Se ha implementado contratos de entrega de proyectos en los que se especifica claramente el compromiso de la empresa, esto también ha permitido trabajar en equipo con seguridad.

PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA.

La empresa se enfocada en apuntar y fortalecer este establecimiento de It_Control que oferta productos, como:

LightSYS™2.- Es el único sistema de seguridad híbrido que permite ser controlado por el usuario final mediante una aplicación para Smartphone o Web y dispone de una gran flexibilidad de vías de comunicación, así como la posibilidad de instalar detectores cableados, detectores unidireccionales o bidireccionales inalámbricos o detectores en el Bus de .RISCO.

Domótica.- Es un servicio que le proporciona facilidad de conectividad de dispositivos, actividades de gestión y recolección de datos, así como implementaciones de alta escalabilidad y aplicaciones empresariales, y con aplicaciones de software de apalancamiento con características y servicios ilimitados, que le permite tener un control total de su hogar, oficina o cualquier otro lugar importante para usted y su familia, mediante una aplicación para Smartphone o Web.

Cámaras de seguridad.- Estos dispositivos son varios, van de acorde a la necesidad del cliente, en la página web institucional: http://itcontrol.ec/?s=&product_cat=camaras-ip-analogas&post_type=product se ha establecido la lista de las mismas, son de las que más se han instalado.

Cercos Eléctricos.- Son instalados bajo norma Comisión Electrónica Internacional (IEC), con una carga de 8000 voltios de protección.

Video Portero IP.- Con la instalación de este dispositivo, estarás siempre en casa, atendiéndolos desde internet.

Portones Automáticos.- Para ello se instala motor de puertas ya sean en corredizas, Batientes, Levadizas.

1.1. PLAN ORGANIZACIONAL.

1.1.1. Objetivo.

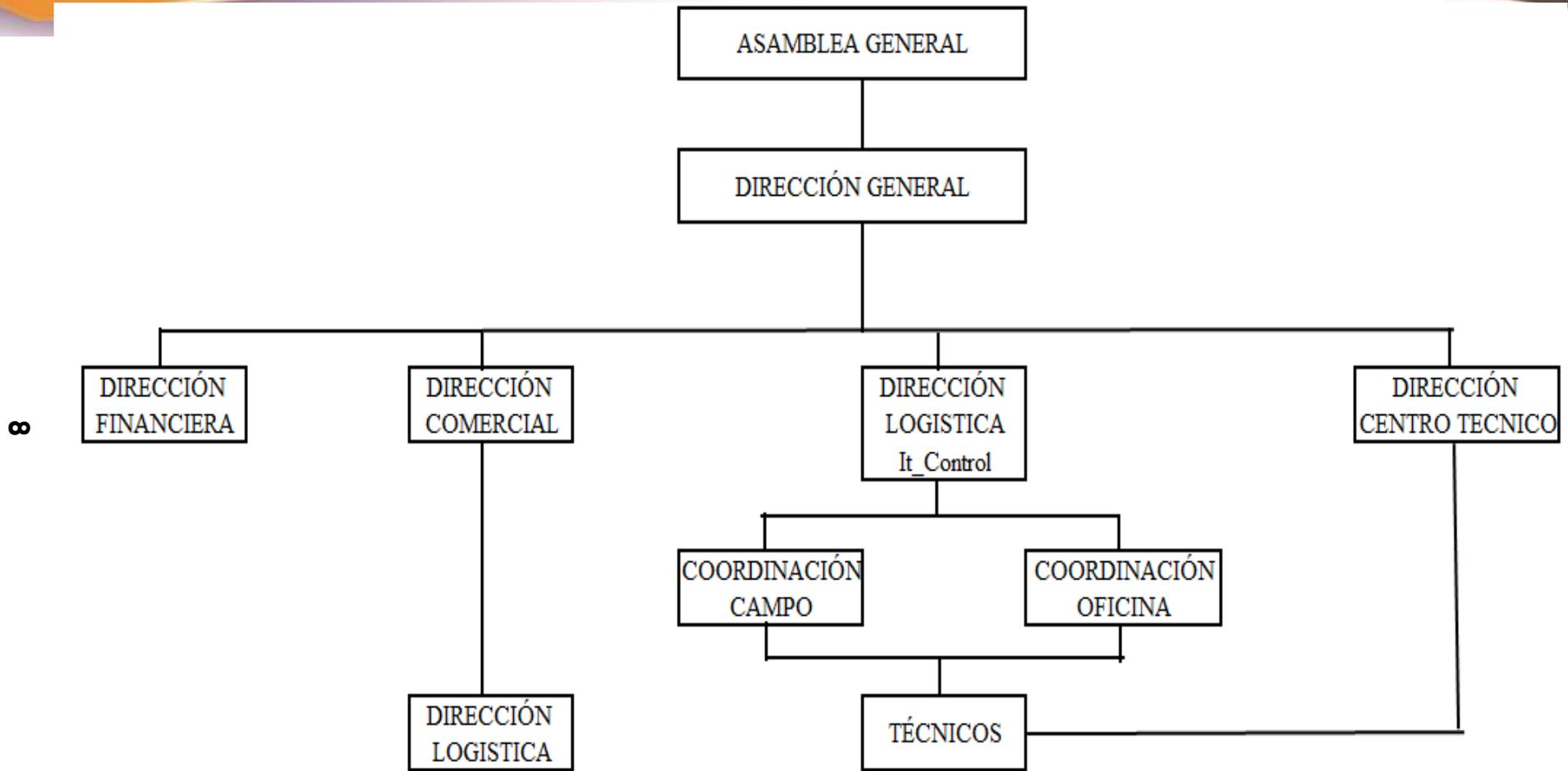
Establecer de acuerdo al orden jerárquico las funciones y responsabilidades de los colaboradores con ello facilitar el desempeño adecuado en cada una de las respectivas áreas departamentales.

1.1.2. Estructura Organizacional.

En la empresa es necesario construir “La estructura organizacional es una disposición intencional de roles, en la que cada persona asume un papel que se espera que cumpla con el mayor rendimiento posible. La finalidad de una estructura organizacional es establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación.” (Gestiopolis, 2015), con esta estructura se pretende establecer autoridad, jerarquía, cadena de mando, organigramas con ello lograr que las actividades desarrolladas en la empresa sean coordinadas de forma adecuada y sobre todo oportuna con ello cumplir con los compromisos adquiridos en el tiempo establecido.

Se va a graficar el organigrama estructural en base a su ámbito, el general en el que se resalta la información importante de una organización hasta cierto nivel jerárquico, como se presenta en el siguiente esquema.

Figura No.3 Organigrama Estructural



Fuente: It_Control.

Elaborado: Lilliam Parreño. 30/09/2016

Este organigrama trata de mostrar quién depende de quién y tiene la particularidad de indicar a los administradores y al personal nuevo la forma como se integra la organización, a fin de que se cumpla adecuadamente las funciones encargadas.

Cuadro N° 1. Niveles de la estructura organizacional

Nivel de Dirección	Gerente General
Nivel de Dirección Media	Financiera. Comercial. Logística It_Control. Centro Técnico.
Nivel de Dirección Intermedia	Coordinador de Campo. Coordinadora de Oficina.
Nivel Operativo	Técnicos Caja

Fuente: It_Control.

Elaborado: Lilliam Parreño.

Dentro del trabajo investigativo se consideró necesario la determinación de funciones de acuerdo al nivel de dirección, para cada escala también es importante reflexionar el perfil que debe tener el nuevo colaborador.

Al momento de la contratación de un nuevo personal, es importante darle a conocer las funciones que tiene a su cargo, mediante un manual, pues la mayor parte de colaboradores especialmente los más antiguos son resistentes a cumplir disposiciones por creer que ya se conocen todos los procesos y tratan de disminuir pasos, que para la empresa es necesario dentro de las políticas de gestión o en su defecto verificación y análisis de posibles errores que se puedan dar en una determinada área departamental, y con ello poder tomar a tiempo una acertada decisión de lo que se debe realizar.

1.1.3. Mapa de Procesos

En la empresa It_Control, se establece el mapa de proceso conocido como un diagrama de valor; en el que se representa gráficamente los procesos de la organización, y está identificada claramente cada una de las áreas departamentales.

Figura No.4 Mapa de Procesos

PROCESO GOBERNANTE - (Nivel Alto)					
DIRECCIÓN GENERAL			ASAMBLEA GENERAL		
VENDEDOR	PROCESOS AGREGADOS DE VALOR (Nivel Operativo)	COORDINACIÓN	PROCESOS HABILITANTES DE APOYO (Nivel Intermedio)	DIRECCIÓN FINANCIERA	PROCESOS HABILITANTES DE APOYO (Nivel Medio)
CAJA		OFICINA		DIRECCIÓN COMERCIAL	
TÉCNICOS		COORDINACIÓN		DIRECCIÓN LOGÍSTICA It_Control	
		CAMPO		DIRECCIÓN CENTRO TÉCNICO	

10

Fuente: It_Control.

Elaborado: Lilliam Parreño. 30/09/2016

1.1.4. Perfil y competencias específicas del puesto.

Es importante señalar los perfiles y competencias necesarias, para cada nivel de la estructura organizacional.

Cuadro N° 2. Asamblea General

I. TITULO DEL PUESTO	
JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS	
LÍDER INMEDIATO	SUPERVISA
Ninguno	A todo el equipo de la Compañía.
II. OBJETIVO DEL PUESTO.	
Determinar políticas, lineamientos y funciones a seguir para el funcionamiento de la compañía limitada.	
III. PERFIL DEL PUESTO.	
TITULO ACADÉMICO: Ninguno.	
EXPERIENCIA: Ninguno.	
IDIOMAS: Ninguno.	
CONOCIMIENTOS: Ninguno.	
IV. COMPETENCIAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Tomar decisiones que favorezcan al crecimiento económico y financiero de la empresa. • Decidir administrativa y financieramente. • Elegir a los representantes de la Asamblea General. • Evaluar la situación de la empresa de acuerdo a los requerimientos legales. • Conocer y aprobar el Balance General, Estado de Pérdidas y Ganancias, Presupuesto de la empresa. • Tomar decisiones adecuadas, oportunas y de control de la empresa, que permita mejorar la rentabilidad y sostenibilidad de la compañía. • Contratar asesores o auditores que contribuyan a la toma de decisiones. 	
V. ESPECIFICACIÓN DE REQUERIMIENTOS	
<ul style="list-style-type: none"> • ESPACIO FÍSICO: Oficina ejecutiva, sala de reuniones, biblioteca • HERRAMIENTAS: Computador portátil, Internet con tiempo ilimitado, Teléfono convencional con salida a celular, Monitor control, suministros de oficina, celular con tiempo ilimitado, agenda. • ACCESORIOS PERSONALES: Celular, Vehículo, Flash memory. • PRESENTACIÓN: Impecable, formal. 	

Fuente: It_Control.

Elaborado: Lilliam Parreño.

Cuadro N° 3. Alta Dirección –Dirección General

I. TITULO DEL PUESTO	
DIRECCIÓN GENERAL	
LÍDER INMEDIATO	SUPERVISA
Junta General de Accionistas	Todo el equipo de la Compañía.
II. OBJETIVO DEL PUESTO.	
Guiar a la organización, hacia la consecución de la visión empresarial, objetivos empresariales, grupales y personales y crear una cultura organizacional solida enmarcada en la calidad de servicio, honestidad y reciprocidad, para lograr una alta competitividad en el mercado.	
III. PERFIL DEL PUESTO.	
TITULO ACADÉMICO: Ingeniero en Administración de empresa o afines.	
EXPERIENCIA: 5 años como mínimo en actividades afines	
IDIOMAS: Español, Ingles Intermedio.	
CONOCIMIENTOS: Administración, finanzas, contables, tributarios, sistemas.	
IV. COMPETENCIAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Planifica el giro de la empresa comercial, la influencia de la empresa en el mercado, con la exposición y presentación del portafolio de productos y/o servicios. • Planifica las políticas y reglamentos internos a implementarse en la empresa. • Organiza la estructura de la documentación guía de la empresa, manuales, procedimientos conjuntamente con los jefes departamentales, en el que se determine claramente funciones y responsabilidades. • Organiza las diferentes áreas para trabajar en equipo. • Organiza y define los presupuestos que regirán para cada ejercicio económico conjuntamente con el jefe financiero. • Organiza la comprobación de la veracidad de la información presentada. • Dirige el debido proceso de selección del personal. • Dirige la elaboración de los presupuestos anuales, revisarlos y aprobarlos. • Dirige el cumplimiento de los objetivos planteados a corto mediano y largo plazo. • Controla el cumplimiento de la planificación presupuestaria, ejecución de los proyectos de instalaciones de seguridad, control periférico, etc. • Controla mensualmente el avance económico de la empresa por centros de costos (sucursales), para determinar políticas a aplicar en las mismas. • Controla y evalúa el desempeño de los colaboradores. 	
V. ESPECIFICACIÓN DE REQUERIMIENTOS	
<ul style="list-style-type: none"> • ESPACIO FÍSICO: Oficina ejecutiva, sala de reuniones, biblioteca • HERRAMIENTAS: Computador portátil, Internet con tiempo ilimitado, Teléfono convencional con salida a celular, Monitor control, suministros de oficina, celular con tiempo ilimitado, agenda. • ACCESORIOS PERSONALES: Celular, Vehículo, Flash memory. • PRESENTACIÓN: Impecable, formal. 	

Fuente: It_Control.

Elaborado: Lilliam Parreño.

Cuadro N° 4. Dirección Media- Dirección Financiera

I. TITULO DEL PUESTO	
DIRECCIÓN FINANCIERA	
LÍDER INMEDIATO	SUPERVISA
Gerente	Todo el área financiera
II. OBJETIVO DEL PUESTO.	
<p>Manejar de manera eficiente y efectiva las operaciones financieras de la empresa, mantener la contabilidad del negocio al día, reporta mensualmente los estados financieros y razones financieras, de acuerdo a las políticas de la compañía y gubernamentales de acuerdo a la NIIFs.</p>	
III. PERFIL DEL PUESTO.	
<p>TITULO ACADÉMICO: Ingeniero(a) en Finanzas, Contador(a) CPA EXPERIENCIA: 3 años como mínimo en actividades afines CONOCIMIENTOS: Finanzas, contables, tributarios, administración, sistemas.</p>	
IV. COMPETENCIAS.	
<ul style="list-style-type: none"> • Planifica todas las actividades del área contable y financiera de la empresa. • Planifica y coordina el pago a proveedores, en base a la liquidez y fechas de vencimiento de facturas, controlando el flujo de efectivo. • Planifica el envío de Cheques y Retenciones a Proveedores. • Organiza las cuentas de fondos en base a estado de cuenta, para facilitar la conciliación bancaria, registro y control de cuentas por cobrar. • Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios, de conformidad con lo establecido por la empresa, en el sistema de Gestión Administrativo contable FÍGARO. • Preparar y presentar informes sobre la situación financiera que exijan los entes de control y mensualmente entregar al Gerente, un Balance de Resultados mensual izado. • Preparar y presentar las declaraciones tributarias del orden gubernamental y nacional, a los cuales la empresa está obligada. • Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes. • Llevar el archivo de su dependencia en forma organizada y oportuna, con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de información tanto internas como externas. • Realizar el pago de impuestos y trámites legales. • Presentar reportes e informes a entidades como: IESS, MT, SRI. SIC, etc. • Demás actividades designadas por el jefe inmediato superior. 	
V. ESPECIFICACIÓN DE REQUERIMIENTOS	
<ul style="list-style-type: none"> • ESPACIO FÍSICO: Oficina ejecutiva, sala de reuniones. • HERRAMIENTAS: Computador, Internet, Teléfono convencional con salida a celular, suministros de oficina, agenda. • ACCESORIOS PERSONALES: Celular, Flash memory. • PRESENTACIÓN: Impecable, formal. 	

Fuente: It_Control.

Elaborado: Lilliam Parreño.

Cuadro N° 5. Dirección Media- Dirección Comercial

I. TÍTULO DEL PUESTO	
DIRECCIÓN COMERCIAL	
LÍDER INMEDIATO	SUPERVISA
Gerente y Jefe financiero	Todo el área Comercial y Bodega Matriz
II. OBJETIVO DEL PUESTO.	
Mantener y aumentar las ventas con el diseño de estrategias de mercado, publicidad, promoción mediante la administración eficiente del recurso humano de ventas disponible y del mercado potencial de clientes en un plazo determinado.	
III. PERFIL DEL PUESTO.	
TÍTULO ACADÉMICO: Ingeniero(a) en Marketing, Finanzas, Administración.	
EXPERIENCIA: 2 años como mínimo en actividades afines	
CONOCIMIENTOS: Finanzas, contables, tributarios, administración, sistemas.	
IV. COMPETENCIAS.	
<ul style="list-style-type: none"> • Planifica todas las actividades del área comercial y registro de inventario de la bodega matriz de la empresa. • Planifica el pronóstico y estrategia de ventas a: distribuidores y corporativos. • Planifica estrategias de promoción y publicidad para incremento de las ventas. • Organiza la entrega de productos a clientes distribuidor y corporativo. • Registra el ingreso de inventario con el lector de código de barras a la bodega matriz, para su debida distribución en base a las necesidades de las áreas. • Evaluar el mercado potencial y analiza el mercado insatisfecho. • Evaluar y Supervisar al personal a su cargo. • Participar en eventos de promoción de nuevos productos. • Evaluar conjuntamente con el gerente, jefe financiero las cuentas por cobrar y la gestión a efectuar. • Revisar y aprobar el informe de ventas por mes, entregado por el departamento financiero. • Actualizar la lista de precios de acuerdo a la lista de precios verificados por gerencia y el área financiera. • Estar pendiente de la entrega de las cotizaciones a tiempo. • Demás actividades designadas por el jefe inmediato superior relacionadas al área de gestión, que sea en beneficio de la compañía. 	
V. ESPECIFICACIÓN DE REQUERIMIENTOS	
<ul style="list-style-type: none"> • ESPACIO FÍSICO: Oficina ejecutiva, almacén matriz, sala de reuniones. • HERRAMIENTAS: Computador, Internet, Teléfono convencional con salida a celular, suministros de oficina, agenda. • ACCESORIOS PERSONALES: Celular, Vehículo, Flash memory. • PRESENTACIÓN: Impecable, formal. 	

Fuente: It_Control.

Elaborado: Lilliam Parreño.

Cuadro N° 6. Dirección Media - Dirección Logística It_Control

I. TÍTULO DEL PUESTO	
DIRECCIÓN JEFE DE LOGÍSTICA IT_CONTROL	
LÍDER INMEDIATO	SUPERVISA
Gerente	Todo el área Comercial y producción It_Control
II. OBJETIVO DEL PUESTO.	
<p>Coordinar la entrega de proyectos de seguridad, que permita incrementar las ventas con el diseño de estrategias de mercado, publicidad, promoción mediante la administración eficiente del recurso humano de ventas disponible y del mercado potencial de clientes en un plazo determinado, que lo puede realizar conjuntamente con el jefe de comercialización.</p>	
III. PERFIL DEL PUESTO.	
<p>TÍTULO ACADÉMICO: Ingeniero(a) en Sistemas, Telecomunicaciones, Redes. EXPERIENCIA: 2 años como mínimo en actividades afines CONOCIMIENTOS: Sistemas, redes, seguridad.</p>	
IV. COMPETENCIAS.	
<ul style="list-style-type: none"> • Planifica todas las actividades del área comercial y producción de It_Control. • Planifica el pronóstico y estrategia de ventas a nuevos clientes que necesitan soluciones de seguridad y/o vigilancia. • Planifica estrategias de promoción y publicidad para incremento de las ventas de seguridad y/o vigilancia. • Organiza conjuntamente con los coordinadores de campo y de oficina los materiales y el equipo necesario para las instalaciones de seguridad y/o vigilancia. • Registra las novedades detectadas en los diversos proyectos a fin de tener una base de datos de novedades, con sus posibles soluciones que sirvan de base para futuras soluciones. • Evaluar el mercado potencial y analiza el mercado insatisfecho. • Evaluar y Supervisar al personal a su cargo. • Participar en eventos de promoción de nuevos productos de seguridad y/o vigilancia. • Verificar el cumplimiento de las órdenes de trabajo en función al proyecto realizado. • Apoyar en las actividades de diseño, programación y capacitación en los sistemas implementados. • Estar pendiente de la entrega de las cotizaciones a tiempo de los proyectos. • Demás actividades designadas por el jefe inmediato superior relacionadas al área de gestión, que sea en beneficio de la compañía. 	
V. ESPECIFICACIÓN DE REQUERIMIENTOS	
<ul style="list-style-type: none"> • ESPACIO FÍSICO: Oficina ejecutiva, sala de reuniones, inspección de campo. • HERRAMIENTAS: Computador, Internet, Teléfono convencional con salida a celular, celular con tiempo ilimitado, suministros de oficina, agenda. • ACCESORIOS PERSONALES: Celular, Vehículo, Flash memory. • PRESENTACIÓN: Impecable, formal. 	

Fuente: It_Control.

Elaborado: Lilliam Parreño.

Cuadro N° 7. Dirección Media- Centro Técnico

I. TÍTULO DEL PUESTO	
DIRECCIÓN CENTRO TÉCNICO	
LÍDER INMEDIATO	SUPERVISA
Gerente, Jefe Comercial, Jefe Logística It_Control.	Toda el área del Centro Técnico y Mantenimiento.
II. OBJETIVO DEL PUESTO.	
Mantener en óptimas condiciones de funcionamiento los equipos de cómputo y apoyar en las actividades de diseño, programación y capacitación en los sistemas implementados, y brindar un servicio al público externo con problemas en sus equipos en hardware y software.	
III. PERFIL DEL PUESTO.	
TÍTULO ACADÉMICO: Ingeniero(a) en Sistemas, redes y telecomunicaciones	
EXPERIENCIA: 2 años como mínimo en actividades afines	
CONOCIMIENTOS: Sistemas, redes, seguridad, diseño, programación.	
IV. COMPETENCIAS.	
<ul style="list-style-type: none"> • Planifica todas las actividades del área del centro técnico y mantenimiento. • Planifica el pronóstico y estrategia de ventas a nuevos clientes que necesitan soluciones de seguridad y/o vigilancia. • Planifica estrategias de promoción y publicidad para incremento de las ventas de seguridad y/o vigilancia. • Organiza conjuntamente con el jefe de logística y coordinador de oficina los materiales y el equipo necesario para las instalaciones de seguridad y/o vigilancia. • Notificar a Jefe de logística sobre novedades detectados en los proyectos instalados. • Verificar el cumplimiento de las órdenes de trabajo en función al proyecto realizado. • Apoyar en las actividades de diseño, programación y capacitación en los sistemas implementados. • Evaluar y Supervisar al personal a su cargo. • Verificar que los sistemas y programas se estén aplicando de acuerdo a las funciones y necesidades de los usuarios. • Proponer los manuales de operación de los nuevos sistemas y programas instalados en los equipos de cómputo. • Estar pendiente del cumplimiento de plazos y tiempos establecidos. • Certificar la correcta instalación y utilización del proyecto contratado. • Demás actividades designadas por el jefe inmediato superior relacionadas al área de gestión, que sea en beneficio de la compañía. 	
V. ESPECIFICACIÓN DE REQUERIMIENTOS	
<ul style="list-style-type: none"> • ESPACIO FÍSICO: Oficina técnica, sala de reuniones. • HERRAMIENTAS: Computador, Internet, Teléfono convencional con salida a celular, celular con tiempo ilimitado, suministros de oficina, agenda. • PRESENTACIÓN: Impecable, informal. 	

Fuente: It_Control.

Elaborado: Lilliam Parreño.

Cuadro N° 8. Dirección Intermedio- Coordinadora de Oficina

I. TITULO DEL PUESTO	
COORDINADORA DE OFICINA	
LÍDER INMEDIATO	SUPERVISA
Gerente, Jefe de Logística It_Control.	Todo el área Comercial y producción It_Control
II. OBJETIVO DEL PUESTO.	
Coordinar la entrega de equipos y materiales de proyectos de seguridad de acuerdo a los proyectos establecidos.	
III. PERFIL DEL PUESTO.	
TITULO ACADÉMICO: Ingeniero(a) en Sistemas, Telecomunicaciones, Redes.	
EXPERIENCIA: 2 años como mínimo en actividades afines	
CONOCIMIENTOS: Sistemas, redes, seguridad, programación, diseño.	
IV. COMPETENCIAS.	
<ul style="list-style-type: none"> • Planifica todas las actividades del área comercial y producción de It_Control. • Planifica el pronóstico y estrategia de ventas a nuevos clientes que necesitan soluciones de seguridad y/o vigilancia. • Organiza conjuntamente con el jefe de logística y coordinador de campo los materiales y el equipo necesario para las instalaciones de seguridad y/o vigilancia. • Entrega los materiales y equipos en base a las órdenes de trabajo. • Controla la entrega de equipos a la oficina por parte de los técnicos. • Notifica al Jefe de logística sobre el inventario, para nuevos pedidos y cumplir con lo establecido en los proyectos. • Control de la Caja Chica de It_Control, para suplir cualquier necesidad urgente en materiales para los proyectos, que no sean de valores altos. • Entrega de materiales y/o refrigerios en proyectos extensos. • Proponer los manuales de operación de los nuevos sistemas y programas instalados en los equipos de cómputo. • Realiza los ensamblajes (orden de producción) por cada proyecto, verificando el costo de los mismos. • Facturación al cliente, el momento de recibir la certificación del mismo por parte del coordinador de campo. • Ingresos de cobros y gestión de cuentas por cobrar. • Demás actividades designadas por el jefe inmediato superior relacionadas al área de gestión, que sea en beneficio de la compañía. 	
V. ESPECIFICACIÓN DE REQUERIMIENTOS	
<ul style="list-style-type: none"> • ESPACIO FÍSICO: Oficina ejecutiva, sala de reuniones, inspección de campo. • HERRAMIENTAS: Computador, Internet, Teléfono convencional con salida a celular, celular con tiempo ilimitado, suministros de oficina, agenda. • ACCESORIOS PERSONALES: Celular, Vehículo, Flash memory. • PRESENTACIÓN: Impecable, formal. 	

Fuente: It_Control.

Elaborado: Lilliam Parreño.

Cuadro N° 9. Dirección Intermedio – Coordinador de Campo

I. TITULO DEL PUESTO	
COORDINADOR DE CAMPO	
LÍDER INMEDIATO	SUPERVISA
Gerente, Jefe de Logística It_Control.	Todo el área Comercial y producción It_Control
II. OBJETIVO DEL PUESTO.	
Coordinar la entrega de equipos y materiales de proyectos de seguridad de acuerdo a los proyectos y vigilancia directamente donde el cliente, a fin de inspeccionar y supervisar el trabajo de los técnicos, que se cumpla con lo establecido en la proforma del proyecto y respectivo contrato.	
III. PERFIL DEL PUESTO.	
TITULO ACADÉMICO: Ingeniero Comercial, Finanzas, Administración.	
EXPERIENCIA: 6 meses como mínimo en actividades afines	
CONOCIMIENTOS: Sistemas, redes, seguridad, programación, diseño.	
IV. COMPETENCIAS.	
<ul style="list-style-type: none"> • Planifica todas las actividades del área comercial y producción de It_Control. • Organiza conjuntamente con el jefe de logística y coordinador de oficina los materiales y el equipo necesario para las instalaciones de seguridad y/o vigilancia. • Organiza conjuntamente con el jefe de logística y la coordinadora de oficina los materiales y el equipo necesario para las instalaciones de seguridad y/o vigilancia. • Verifica la entrega los materiales y equipos en base a las órdenes de trabajo. • Controla que se cumplan con las normas establecidas para la instalación del equipo de seguridad o vigilancia. • Proponer los manuales de operación de los nuevos sistemas y programas instalados en los equipos de cómputo. • Evaluar y Supervisar al personal a su cargo. • Verificar el cumplimiento de las órdenes de trabajo en función al proyecto realizado. • Apoyar en las actividades de diseño, programación y capacitación en los sistemas implementados. • Certifica, la entrega y funcionamiento del proyecto al cliente, amparado en la firma del contrato. • Demás actividades designadas por el jefe inmediato superior relacionadas al área de gestión, que sea en beneficio de la compañía. 	
V. ESPECIFICACIÓN DE REQUERIMIENTOS	
<ul style="list-style-type: none"> • ESPACIO FÍSICO: Oficina ejecutiva, sala de reuniones, inspección de campo. • HERRAMIENTAS: Computador, Internet, Teléfono convencional con salida a celular, celular con tiempo ilimitado, suministros de oficina, agenda. • ACCESORIOS PERSONALES: Celular, Vehículo, Flash memory. • PRESENTACIÓN: Impecable, formal. 	

Fuente: It_Control.

Elaborado: Lilliam Parreño.

Cuadro N° 10. Nivel Operativo- Vendedor-Caja

I. TITULO DEL PUESTO	
VENDEDOR- CAJA	
LÍDER INMEDIATO	SUPERVISA
D. Comercial, D. Financiera. D. Logística.	Todo el área Comercial
II. OBJETIVO DEL PUESTO.	
Promover y atender a los clientes de una manera profesional, con un énfasis en la calidad de atención, que permita la fidelidad de los mismos.	
III. PERFIL DEL PUESTO.	
TITULO ACADÉMICO: Tecnólogo(a) Comercial, Contabilidad, Finanzas.	
EXPERIENCIA: 6 meses como mínimo en actividades afines	
CONOCIMIENTOS: Atención al cliente, Partes y funciones de equipos electrónicos.	
IV. COMPETENCIAS.	
<ul style="list-style-type: none"> • Atender a los clientes de una manera profesional, con un énfasis en la calidad de servicio. • Estudiar la situación del cliente, a fin de darle una solución oportuna. • Asegurar la venta de productos y servicios de la empresa. • Registrar al cliente en el sistema de gestión administrativo contable. • Verificar el estado de cuenta del cliente, para hacer el seguimiento de las cuentas por cobrar o retenciones pendientes. • Realizar cotizaciones a clientes. • Cuadre diario de caja de acuerdo al centro de costo que pertenezca. • Hacer un seguimiento a los clientes, a fin de determinar cómo están con el servicio o producto recibido por la empresa. • Entrega de productos a las Instituciones públicas o privadas considerados como clientes distribuidor o corporativos. • Verificación de inventario, por familia de productos. • Las demás actividades sugeridas por su jefe inmediato superior.. 	
V. ESPECIFICACIÓN DE REQUERIMIENTOS	
<ul style="list-style-type: none"> • ESPACIO FÍSICO: Oficina. • HERRAMIENTAS: Computador, Internet, Teléfono convencional con salida a celular, suministros de oficina, agenda. • ACCESORIOS PERSONALES: Celular, Flash memory. • PRESENTACIÓN: Impecable, semiformal. 	

Fuente: It_Control.

Elaborado: Lilliam Parreño.

Cuadro N° 11. Nivel Operativo- Técnicos

I. TITULO DEL PUESTO	
TÉCNICOS	
LÍDER INMEDIATO	SUPERVISA
D. Logística It_Control, D. Centro Técnico	Toda el área de Logística y Centro Técnico.
II. OBJETIVO DEL PUESTO.	
Proporcionar de manera adecuada el servicio de instalación, mantenimiento y reparación de equipos de seguridad y vigilancia en bienes inmuebles, a fin de crear fidelidad en los clientes hacia la empresa.	
III. PERFIL DEL PUESTO.	
TITULO ACADÉMICO: Ingeniero(a) en Sistemas, Telecomunicaciones, Redes.	
EXPERIENCIA: 1 años como mínimo en actividades afines	
CONOCIMIENTOS: Sistemas, redes, seguridad, programación, diseño.	
IV. COMPETENCIAS.	
<ul style="list-style-type: none"> • Atender a los clientes de una manera profesional, con un énfasis en la calidad de servicio, conjuntamente con el Coordinador de campo. • Estudiar la situación del cliente, y comunicar al coordinador de campo a fin de darle una solución oportuna. • Asegurar la venta de productos y servicios de la empresa. • Realizar las instalaciones de acuerdo a la orden de trabajo programado por la Dirección de Logística. • Hacer un seguimiento a los clientes, a fin de determinar cómo están con el servicio o producto recibido por la empresa. • Entrega de informe de actividades diarias, a la coordinadora de oficina, con la firma del coordinador de campo. • Las demás actividades sugeridas por su jefe inmediato superior.. 	
V. ESPECIFICACIÓN DE REQUERIMIENTOS	
<ul style="list-style-type: none"> • ESPACIO FÍSICO: Oficina, casillero de materiales. • HERRAMIENTAS: Computador, Teléfono convencional con salida a celular, suministros de oficina, agenda, celular con tiempo limitado. • ACCESORIOS PERSONALES: Celular. • PRESENTACIÓN: semiformal. 	

Fuente: It_Control.

Elaborado: Lilliam Parreño.

1.1.5. Reclutamiento.

La empresa a fin de contar con una plataforma, para la contratación de personal calificado y apto para sus necesidades, se ha suscrito a los servicios ofertados por la Red Socio Empleo, que facilita este proceso, en esta página se ha dado apertura también al sector privado, para lo cual la empresa tiene una cuenta habilitada, en esta página electrónica, el momento de requerir personal se determina el cargo a cubrir, perfil requerido, años de experiencia y referencias, en este último aspecto se pone énfasis,

para posteriormente hacer el llamado para las entrevistas respectivas de acuerdo a los mejores perfiles encontrados. Se captura la imagen de la cuenta en socio empleo.

Figura No.5 Red Socio empleo.



Ministerio del Trabajo

Red Socio Empleo

14 de octubre de 2016

Bienvenido: GLOBAL OFFICE CIA LTDA # 0691736407001 <<Página inicial | Modificar contraseña | X Cerrar sesión

No. de oferta: Cargo solicitado: 

Fecha desde: Fecha hasta:

<< Primero < Anterior Siguiente > Último >> 1 Total: 19 registros, Pag. actual: 1, Total páginas: 2

No. de oferta	Cargo	Días publicada	Asesor asignado	Ver	Copiar oferta
OFERTA-00005855-2016	TÉCNICO EN SEGURIDAD ELECTRÓNICA	172	GENESIS ALEXANDRA VALLEJO MARTINEZ	<input type="button" value="Ver"/>	
OFERTA-00005781-2016	TECNICO DE REDES Y TELECOMUNICACIONES	175	GENESIS ALEXANDRA VALLEJO MARTINEZ	<input type="button" value="Ver"/>	
			GENESIS ALEXANDRA	<input type="button" value="Ver"/>	

Fuente: It_Control.

Elaborado: Lilliam Parreño.

La empresa da la oportunidad a los estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo y de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo de las carreras de Sistemas, Electrónica y Telecomunicaciones, a realizar las prácticas pre-profesionales, y a los mejores practicantes se le llama si existe alguna vacante.

1.1.6. Selección.

Para seleccionar a la persona idónea al cargo requerido, se procede de la siguiente manera.

- Revisión de la hoja de vida en el sistema de socio empleo, de acuerdo al porcentaje de cumplimiento con el requerimiento para el cargo.
- Análisis de los perfiles que cumplieron los requerimientos, llamamos a las referencias laborales y personales a fin de indagar sobre el postulante (a), su forma de laborar, su carácter.
- Una vez seleccionada las mejores carpetas, se procede a llamar a una entrevista de trabajo con el Gerente General.
- Al pasar este filtro se le hace una evaluación de conocimientos básicos, por parte de la Dirección que requiere el personal.

- La mejor o el mejor puntuado se lo llama porque cumplió con todos los requerimientos establecidos por la empresa.

1.1.7. Contratación.

Los contratos se lo realizaran en base a la normativa vigente emitida por el Ministerio de Trabajo, en el que se especifica claramente los deberes y obligaciones que debe cumplir el nuevo colaborador, y los deberes y obligaciones que la empresa tiene con el nuevo colaborador, al incumplimiento por cualquiera de las partes se puede dar por terminado el contrato.

1.1.8. Inducción.

Este proceso lo realiza la Dirección General a cargo del Ing. Luis Lara, quien también es accionista de la empresa y conoce a profundidad todos los procesos de la misma, a la vez de acuerdo al área se apoya con los colaboradores a cargo de la dirección del área al que va a ingresar para ello se sigue el siguiente proceso.

- Presentación de la empresa y sus actividades comerciales: misión, visión, valores y objetivos. Dirección General.
- Determinación de funciones y responsabilidades del puesto a ocupar y los resultados a alcanzar. Dirección General.
- Dar a conocer sobre el reglamento interno de la empresa, a fin de lograr un trabajo responsable y con empoderamiento. Dirección General.
- Capacitar en el uso de los sistemas de gestión administrativa contable, implementos tecnológicos utilizados por la empresa en base al área requerida. Jefe del Área Departamental.
- Evaluación sobre puntos básicos del sistema de gestión administrativa contable, implementos tecnológicos utilizados por la empresa en base al área requerida. Jefe del Área Departamental.

1.1.9. Evaluación de Desempeño.

La empresa ha analizado que es necesario realizar una autoevaluación del colaborador, a fin de que nos indique sobre ciertos aspectos como se califica, considerando al puntaje 5 como el máximo, para que exista una comparación a esta evaluación la segunda etapa lo

realizará el Jefe departamental al que pertenezca el colaborador, una vez analizado estas dos calificaciones se va a determinar un análisis de los resultados y con ello también las conclusiones y recomendaciones. Este proceso se lo va a realizar cada tres meses, a fin de ir evaluando el desempeño y actitud de los colaboradores.

Cuadro N° 12. Evaluación de Desempeño.

Fecha							Evaluador:					
Colaborador:							Cargo:					
Nota.- La evaluación se lo realiza en base a las políticas internas de la empresa por favor realizarla, con la sinceridad requerida para el proceso.												
Descripción	Autoevaluación						Heteroevaluación					
	1	2	3	4	5	Total	1	2	3	4	5	Total
Habilidad para decidir												
Acepta cambios												
Acepta Dirección												
Acepta Responsabilidades												
Actitud												
Cumplimiento de Reglas												
Cooperación												
Iniciativa Personal												
Soporta estrés y presión												
Conocimiento del trabajo												
Calidad del Trabajo												
Prácticas de Seguridad												
Planeación y organización												
Cuidado del patrimonio												
Total Puntaje						0						0
Sumatoria Autoevaluación y Heteroevaluación												
Análisis y Resultados:												
Conclusión y Recomendación:												
Firma Colaborador				Firma Evaluador				Firma D. Gerencia				

Fuente: It_Control.

Elaborado: Lilliam Parreño.

1.2. PLAN OPERACIONAL.

1.2.1 Objetivo.

Determinar la forma correcta de efectuar el proceso de instalación de equipos de seguridad e instalación de cámaras de seguridad.

1.2.2 Descripción del proceso de producción de la Empresa It_Control.

En el proceso de productos y servicios ofertados por la empresa se va a considerar dos servicios que en estos seis meses se han realizado con mayor frecuencia.

1.2.2.1 Descripción del proceso de instalación de cercos eléctricos.

a. Recepción de requerimiento del cliente.

El cliente que haya visitado la empresa o en su defecto fue visitado por el equipo de comercialización de la empresa, y después de la presentación del servicio de instalación de cercos eléctricos, se ha interesado por el mismo, se llena el requerimiento del cliente en un comprobante denominado pre-proforma, en el que debe especificarse los metros a ser cubiertos, las condiciones de la vivienda, oficina o en general del bien inmueble a fin de que se considere los materiales a utilizarse, misma que se completa con el siguiente punto.

b. Visita al cliente por parte del Coordinador de Campo.

Es necesario que exista la visita del coordinador de campo, al lugar en donde se va a efectuar la instalación a fin de confirmar el metraje a ser colocado, las condiciones del bien inmueble para que la pre proforma, se convierta en proforma y poder determinar el valor a cobrar al cliente a pesar de tener un valor estándar el precio por metro de \$13.50 mismo que puede variar en función a los metros es decir a mayor metraje se le hace un descuento de hasta del 12%. En toda instalación en necesario un Kit Energizado que su precio de venta al público está en \$214.00 y como mínimo 8 horas se servicio de instalación a un precio de \$1.75 por hora. La visita del coordinador de campo ha permitido que el futuro cliente se sienta respaldado y abrigue confianza por un trabajo profesional y de calidad que se va a efectuar. En el caso de instalaciones fuera de la



ciudad, se solicita al cliente que nos envíe fotos del bien inmueble a fin de observar de manera indirecta las condiciones de dicho bien inmueble.

c. Elaboración de proforma por la Coordinadora de Oficina o Jefe de Logística.

Con el detalle más claro sobre las condiciones del bien inmueble, se procede a realizar la proforma, que será entregado al cliente a fin de que acepte o no y poder continuar con el siguiente proceso. En caso de no existir todos los productos en stock se hace una orden de pedido de productos a Gerencia General quién solicita a nuestros proveedores fijos el envío de tal requerimiento, es 24 horas llega para que la Jefe de Bodega, proceda al ingreso de stock requerido, para el ensamblaje.

d. Ensamblaje de materiales Coordinadora de Oficina

Con el detalle de la proforma se hace el ensamblaje en el sistema de gestión administrativo contable a fin de verificar los costos de materiales, y confirmar lo de la proforma, y con este proceso se disminuye del inventario para poder formar un artículo diferente denominado instalación de cerco eléctrico y con ello entregar posteriormente la factura.

e. Entrega de Factura por la Coordinadora de Oficina.

Hace la entrega de la factura para poder receiptar el 50% de la misma, y poder iniciar los trabajos de instalación, y el otro 50% debe ser cancelado al concluir el proyecto.

f. Servicio de instalación de Cerco Eléctrico.

Con la orden de la coordinadora de oficina, el coordinador de campo traslada los materiales utilizados en el ensamblaje a fin de proceder con el proceso de la instalación, para ello los técnicos son los encargados del trabajo.

g. Verificación de instalación por el Jefe de Logística.

Una vez concluido por los técnicos la instalación, el Jefe de Logística, conjuntamente con el coordinador de campo realizan la verificación y buen funcionamiento del servicio instalado.

h. Certificación de la instalación del Coordinador de Campo.

Con la comprobación del adecuado funcionamiento el coordinador de campo emite una certificación de la instalación del servicio realizado, mismo que también es firmado por el cliente, indicando la aceptación del servicio realizado, con ello puede proceder a cancelar el cliente el 50% faltante de la factura.

1.2.1.1 Descripción del proceso de instalación de cámaras de seguridad.

El proceso es casi similar al de la instalación de los cercos eléctricos, con la diferencia que no tienen un costo fijo debido a que el tipo de cámara va a ser de acuerdo a las necesidades de los clientes.

a. Recepción de requerimiento del cliente.

El cliente que haya visitado la empresa o en su defecto fue visitado por el equipo de comercialización de la empresa, y después de la presentación del servicio de instalación de cámaras de seguridad, se ha interesado por el mismo, se llena el requerimiento del cliente en un comprobante denominado pre-proforma, en el que debe especificarse los metros a ser cubiertos, las condiciones de la vivienda, oficina o local comercial, a fin de que se considere los materiales a utilizarse, misma que se completa con el siguiente punto.

b. Visita al cliente por parte del Coordinador de Campo.

Es necesario que exista la visita del coordinador de campo, al lugar en donde se va a efectuar la instalación a fin de confirmar las condiciones del bien inmueble para que la

pre proforma, se convierta en proforma y poder determinar el valor a cobrar al cliente que va a depender del perímetro a cubrir, el tipo de cámara a utilizar.

c. Elaboración de proforma por la Coordinadora de Oficina o Jefe de Logística.

Con el detalle más claro sobre las condiciones del lugar a ser instalado, se procede a realizar la proforma, que será entregado al cliente a fin de que acepte o no y poder continuar con el siguiente proceso. Las cámaras que se han instalado en la mayoría de locales comerciales o viviendas es el denominado: **Kit de alarma Smart nuevo Ip Lightsys** que su precio es de \$500. En caso de no existir todos los productos en stock se hace una orden de pedido de productos a Gerencia General quién solicita a nuestros proveedores fijos el envío de tal requerimiento, es 24 horas llega para que la Jefe de Bodega, proceda al ingreso de stock requerido, para el ensamblaje.

d. Ensamblaje de materiales Coordinadora de Oficina

Con el detalle de la proforma se hace el ensamblaje en el sistema de gestión administrativo contable a fin de verificar los costos de materiales, y confirmar lo de la proforma, y con este proceso se disminuye del inventario para poder formar un artículo diferente denominado Kit de alarma Smart nuevo Ip Lightsys y con ello entregar posteriormente la factura.

e. Entrega de Factura por la Coordinadora de Oficina.

Hace la entrega de la factura para poder receiptar el 50% de la misma, y poder iniciar los trabajos de instalación, y el otro 50% debe ser cancelado al concluir el proyecto.

f. Servicio de instalación de cámaras de seguridad.

Con la orden de la coordinadora de oficina, el coordinador de campo traslada los materiales utilizados en el ensamblaje a fin de proceder con el proceso de la instalación, para ello los técnicos son los encargados del trabajo.

g. Verificación de instalación por el Jefe de Logística.

Una vez concluido por los técnicos la instalación, el Jefe de Logística, programa en el celular inteligente del cliente la aplicación para el acceso al control de la cámara instalada, luego conjuntamente con el coordinador de campo realizan la verificación y buen funcionamiento del servicio instalado.

h. Certificación de la instalación del Coordinador de Campo.

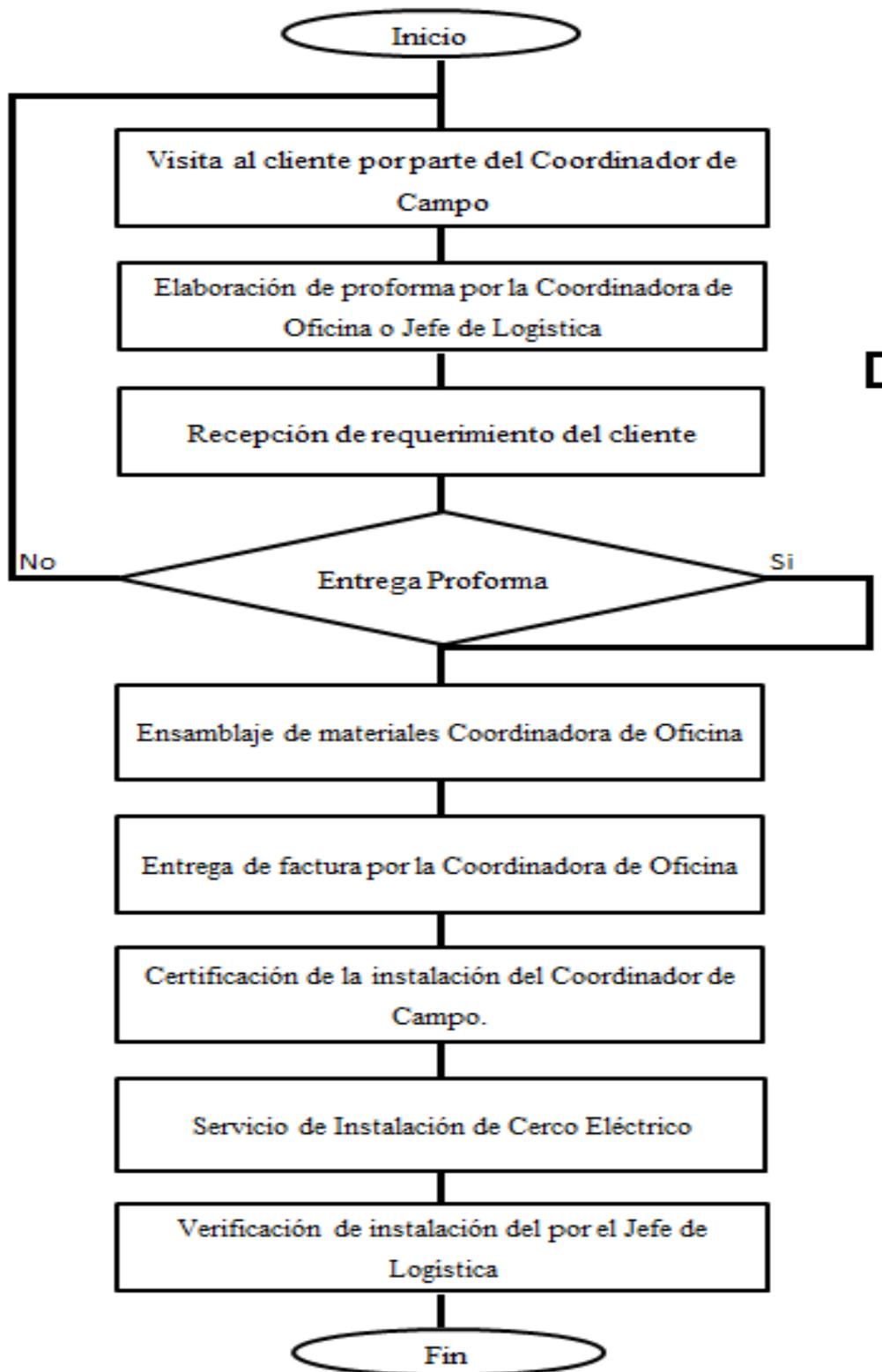
Con la comprobación del adecuado funcionamiento el coordinador de campo emite una certificación de la instalación del servicio realizado, mismo que también es firmado por el cliente, indicando la aceptación del servicio realizado, con ello puede proceder a cancelar el cliente el 50% faltante de la factura.

1.2.3 Flujogramas de Procesos.

Es una forma de describir y analizar el proceso del servicio dado por la empresa mediante la utilización de diagramas de flujo, es decir con la simbología detallada podemos sintetizar el proceso que debe seguir el personal de esta área en la empresa.

1.2.3.1 Flujograma del proceso de instalación de cercos eléctricos.

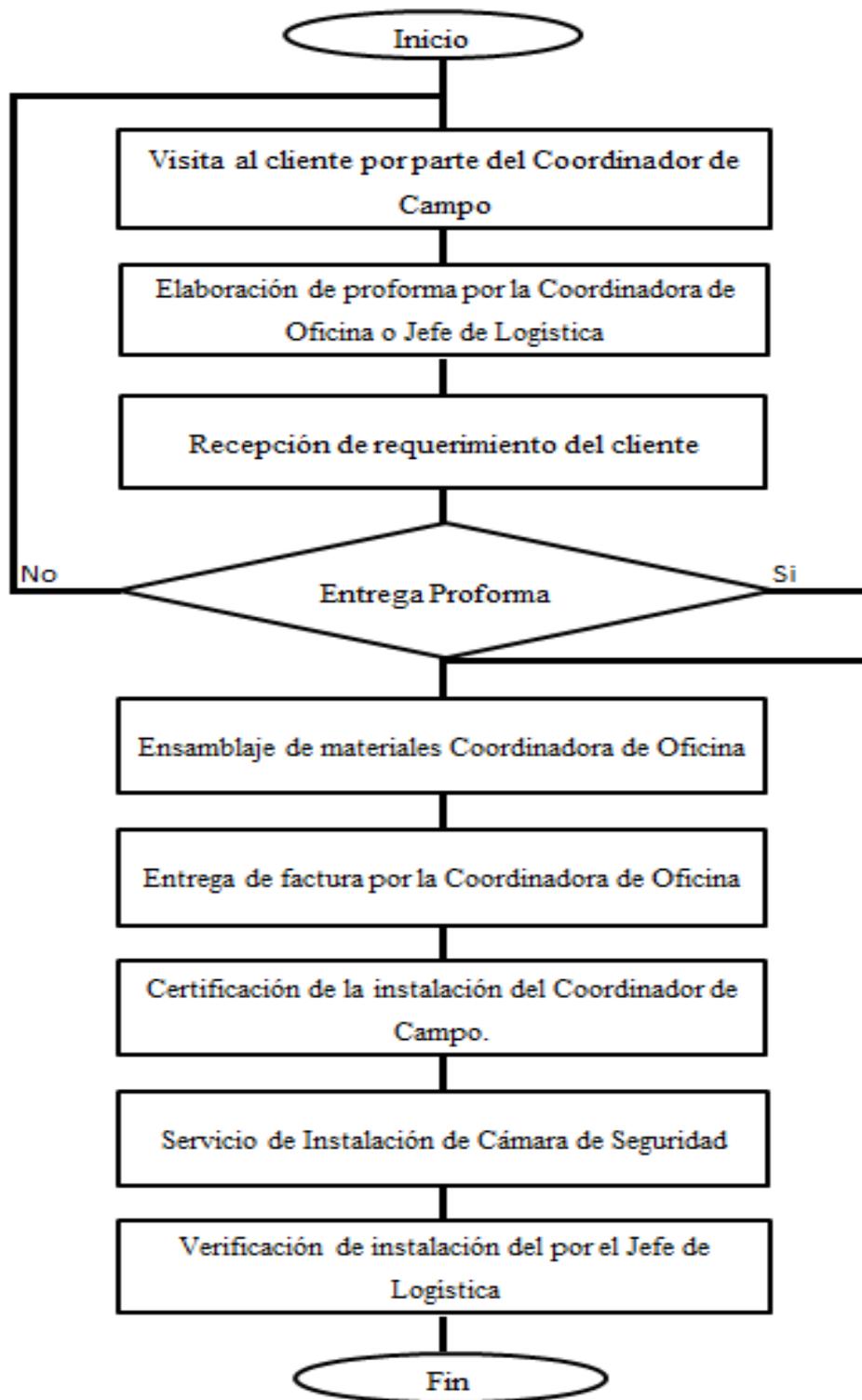
Figura No.6 Proceso de instalación de cercos eléctricos



Fuente: It_Control.
Elaborado: Lilliam Parreño.

1.2.3.2 Flujograma del proceso de instalación de cámaras de seguridad

Figura No.7 Proceso de instalación de cámaras de seguridad



Fuente: It_Control.
 Elaborado: Lilliam Parreño.

1.2.4 Herramientas, Inventario y servicio que se utilizan para la instalación del cerco eléctrico y cámaras de seguridad.

Dentro de los servicios que se ha considerado en el plan de operación son los de mayor demanda existente por parte de los clientes, por consiguiente vamos a indicar los productos del ensamblaje (inventario), en base a ello tener en consideración los precios base referenciales.

Tabla N° 1.Herramientas, Inventario y servicio en Instalación de Cerco Eléctrico (10metros)

Cantida	Artículo	Concepto	Precio. Uni.	Total
Inventario				
14,00	4510010007	TUBO GALVANIZADO 1.1/4 60CM 3 LINEAS	0,35000	04,90
6,00	4510010030	AISLADOR N°1 Plano	0,43860	02,63
36,00	4510010031	TEMPLADOR N°2 Plano	0,43860	15,79
60,00	4510010040	REMACHE ALUMINIO CERCO	0,14912	08,95
4,00	4510010060	ANILLOS PASANTES CERCO	0,47368	01,89
14,00	4510010020	REGATON OBLICUO	0,17544	02,46
1,00	4510010101	VARILLA COPERWELL 1/2X120M C/CONECTO	11,57895	11,58
90,00	4510010010	ALAMBRE ACERADO 2.2 X METROS	1,00000	90,00
4,00	4510010104	VARILLA CONSTRUCCION 8MM X METRO	0,61404	02,46
6,00	4510010105	VARILLA CONSTRUCCION 10MM X METRO	0,92000	05,52
15,00	4510010201	ELECTRODOS AGA X UNIDAD	0,16543	02,48
5,00	5101050001	BARRA DE SILICONA GRUESA	0,51000	02,55
6,00	1610110253	CABLE CONDUCTOR FLEXIBLE #16 V/COLOR	0,24000	01,44
28,00	1610110203	CABLE CONDUCTOR GEMELO 2X22	0,18000	05,04
10,00	4510010320	TACO FISCHER #6	0,02000	00,20
10,00	4510010340	TORNILLO NEGRO MDF 8X1 RG	0,02000	00,20
1,00	1609050120	TAIPE ELECTRI TEMPLEX 20Y BLANCO	0,71000	00,71
3,00	4510010070	CABLE BUJIA X METROS	0,31740	00,95
6,00	4510010302	MANGUERA ANILLADA GRIS 3/4 (19MM)	0,29000	01,74
1,00	4501030001	ENERGIZADOR TEM-8000V 124-220V 50-60GHZ	59,50000	59,50
1,00	4010100203	SIRENA TUREON TS-116S 20W	6,20000	06,20
1,00	4010110002	CAJA METALICA CM20 PINTURA	6,90000	06,90
1,00	4010010001	BATERIA TUREON iB4-12 12VDC 4 AMPH	8,89000	08,89
Herrameintas				
1,00		Escalera extensible	85,00000	85,00
1,00		Par de Guantes	2,15000	02,15
1,00		Gafas Visor	2,50000	02,50
1,00		Taladro	80,00000	80,00
1,00		Moladora	95,00000	95,00
5,00		Alicates	2,86000	14,30
Mano de Obra				
16,00		Hora de Servicio de Instalación	2,15000	34,40
Observación: Se Considera para una Instalación para 10 metros				556,33

Fuente: It_Control.

Elaborado: Lilliam Parreño.

Tabla N° 2. Cuadro No. 1 Herramientas, Inventario y servicio en Instalación de Cámara de Seguridad

Cantida	Artículo	Concepto	Precio. Uni.	Total
Inventario				
1,00	4001250001	KIT DE ALARMA LIGHTSYS2 8Z TEC+CJA+FT	112,5	112,50
1,00	4010010001	BATERIA TUREON iB4-12 12VDC 4 AMPH	8,89	08,89
1,00	4010110002	CAJA METALICA CM20 PINTURA	9,6	09,60
1,00	4010100203	SIRENA TUREON TS-116S 20W	6	06,00
1,00	4010020501	TAMPER SECO-LARM SS-072Q	1,75	01,75
1,00	4001020101	LIGHTSYS PLUG-IN TCP/IP AGILITY 132IP	89,77	89,77
1,00	4010020010	MAGNETICO ADHESIVO MINIATURA B/N	1,4	01,40
1,00	4001030001	DETECTOR INFR. RISCO COMET PIR 12M	10,05	10,05
Herramientas				
1,00		Escalera extensible	85,00000	85,00
1,00		Par de Guantes	2,15000	02,15
1,00		Gafas Visor	2,50000	02,50
1,00		Taladro	80,00000	80,00
1,00		Moladora	95,00000	95,00
5,00		Alicates	2,86000	14,30
Mano de Obra				
8,00		Hora de Servicio de Instalación	2,15000	17,20
Observación: Se Considera para la instalación de 3 cámaras				536,11

Fuente: It_Control.

Elaborado: Lilliam Parreño.

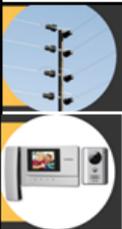
1.3. PLAN DE MARKETING.

La empresa It_Control tiene presencia en el mercado local, desde mayo del 2015, como una nueva actividad comercial de la empresa de razón social Gloffice Global Office Cia. Ltda., por lo que esta nueva actividad, se considera como una empresa en crecimiento, por ello, es fundamental un plan de marketing, que permita fortalecer la imagen corporativa de este punto de venta dentro del mercado en la zona centro.

“El objetivo táctico fundamental del marketing es el de producir una reacción en el mercado que permita alcanzar, mantener o disminuir la participación de mercado de los productos o servicios de la empresa” (Kloter, 2010).

Es importante considerar dentro del marketing mix la intervención de alguna manera en algún elemento de los cuatro que señalamos como es producto, precio, plaza y promoción, es necesario a fin de que la empresa en forma estratégica promociones lo que posee, y pueda mantenerse en el mercado y/o crecer.

Figura No.8 Marketing Mix

PRODUCTO	PLAZA
 <p>La empresa It_Control combina bienes y servicios como: instalación de cerco eléctrico, cámaras de seguridad, automatización de acceso domótica (puertas automáticas)</p> <p>¿Qué Vendo?</p> 	 <p>La empresa está ubicada en la Veloz 36-15 y Brasil, presenta las soluciones de acuerdo a la necesidad del cliente, que luego es instalado en el lugar que requiera el mismo.</p>  <p>¿Cómo se los haré llegar?</p>
PRECIO	PROMOCIÓN
 <p>El precio se lo determina de acuerdo a la necesidad del cliente, pues la solución a aplicar va a variar.</p> <p>Se maneja descuentos como: Pago en efectivo: 12% Pago con tarjeta de crédito: 3%</p> <p>Pago 60% de entrada y diferencia contra entrega.</p> <p>¿Cuánto pagarán por él?</p>	 <p>La empresa para aquellos clientes que accedan a varios servicios, se les determina un descuento especial del 30%</p> <p>¿Cómo lo conocerán?</p>

Fuente: It_Control.
Elaborado: Lilliam Parreño.

1.3.1 Objetivo

Lograr fortalecer la imagen corporativa de la empresa, que nos permita posteriormente lograr los más altos niveles de competitividad en el mercado local en lo que concierne seguridad y vigilancia.

1.3.2 Segmento de Mercado

El segmento de mercado elegido para la comercialización en el corto plazo es el sector económico (productivo, comercio y servicios) de la ciudad de Riobamba, considerando como clientes potenciales a los siguientes:

Viviendas, locales comerciales, negocios o cualquier centro de actividad productiva, que requiera contar con un servicio de seguridad y vigilancia sin el pago de cuotas mensuales.

Características del segmento de mercado

- Locales comerciales que deseen protección y seguridad para actividad.
- Negocios que requieran seguridad para actividad económica
- Viviendas que necesiten seguridad y protección.

1.3.3 Estrategias de la empresa en función al Marketing Mix.

La empresa considera importante tomar en cuenta y evaluar cada tres meses las siguientes estrategias.

1.3.3.1 Estrategias del producto.

- Se investiga sobre nuevas aplicaciones de control de seguridad y vigilancia que de confianza al cliente y lo pueda efectuar desde cualquier lugar del mundo sin dificultad alguna.
- Los coordinadores de campo y de oficina realizan una revisión trimestral a los servicios brindados, con ello le aseguramos a nuestros clientes que no están solos, pues la empresa los respalda en todo momento.

1.3.3.2 Estrategias del precio.

- Los precios establecidos por la empresa, son competitivos en relación al mercado local, esto ha permitido que más clientes confíen en nosotros y nos refieran no solo en el mercado local sino también nacional.

1.3.3.3 Estrategias de Distribución.

El sistema de distribución que se realiza a la ciudad de Riobamba y el centro del país, está a cargo de la propia empresa It_Control.

- Los servicios a instituciones públicas y privadas tienen un precio denominado corporativo que es un 8% menos al precio de venta al público.
- La misma consideración tienen aquellos clientes que contratan este tipo de servicio para su vivienda y local comercial.
- Se ha establecido descuentos especiales a aquellos constructores de conjuntos habitacionales cerrados, pues el servicio ofertado a estos lugares son varios y la distribución realizada es de forma directa.

1.3.3.4 Estrategias de Promoción

- Se ha establecido promociones de descuentos, para las personas que realizan una contratación del servicios de cerco eléctrico, video vigilancia, es decir el servicio para vigilar a tú familia, tú hogar en tiempo real, para estos clientes se les entrega una cámara gratis y un descuento del 30%.

1.3.4 Estrategias de Impulso Publicitario.

- La publicidad de los servicios ofertados por la empresa se lo efectúa es a través de internet, radio y publicidad escrita.

Objetivos

- Lograr reconocimiento en el mercado local por los beneficios que brinda el servicio que ofrece la empresa.
- Poder fortalecer su imagen corporativa interna y externamente.
- Incrementar la cartera de clientes ampliando el servicio a una mayor participación en el mercado.



Responsables

Departamento de Comercialización de la Empresa.

Alcance

Los segmentos seleccionados de la ciudad de Riobamba y el centro del país.

Periodicidad

La estrategia planteada, tendrá una duración de ejecución de seis meses, en lo referente a la publicidad escrita, pero la de medios electrónicos será siempre.

Política de funcionamiento

- Se utilizara la identidad diseñada para cada producto, pues esta se presentara a los clientes potenciales.
- La publicidad como afiches se ubicara en lugares de afluencia masiva, ferias y eventos, con el fin de llegar a un mayor número de personas.
- También se utilizara credenciales para la fuerza de ventas, con esto se podrá identificar a los personeros de la empresa en cualquier parte.
- Página web institucional en donde se promocione todos los servicios que la empresa ofrece con el link a las redes sociales.
- La finalidad de utilizar las redes sociales como el Facebook, es con el propósito de tener un acercamiento más personalizado con los clientes de la empresa.

La importancia de la publicidad radica en que busca llenar necesidades del público a partir de determinadas ofertas de los anunciantes. A los primeros proporciona información útil sobre productos y servicios, en un esquema de opciones que fomenta la competencia. A los segundos les incrementa ventas, lo cual reduce costos y precios por volúmenes crecientes, a la vez que genera empleos para su fabricación distribución y administración.

Las estrategias a aplicar, están desarrolladas en relación al plan de promoción, publicidad y propaganda en los medios de comunicación analizados en el estudio de

mercado de este trabajo, que permita fortalecer la imagen corporativa, para ello vamos a detallar cada uno de los impulsos publicitarios efectuados.

- a. **Logotipo.-** Nos permite que los clientes nos identifiquen solo con ver la imagen de nuestra empresa, y puedan relacionar con el tipo de servicio ofertado.

Figura No.9 Logotipo



Elaborado por: Lilliam Parreño.

- b.- **Fachada.-** Es la presentación de la empresa hacia los clientes quienes a través de las encuestas efectuadas nos han manifestado estar de acuerdo con el color seleccionado.

Figura No.10 Fachada Principal



Elaborado por: Lilliam Parreño.

1.3.4.1 Publicidad a través de medios electrónicos.

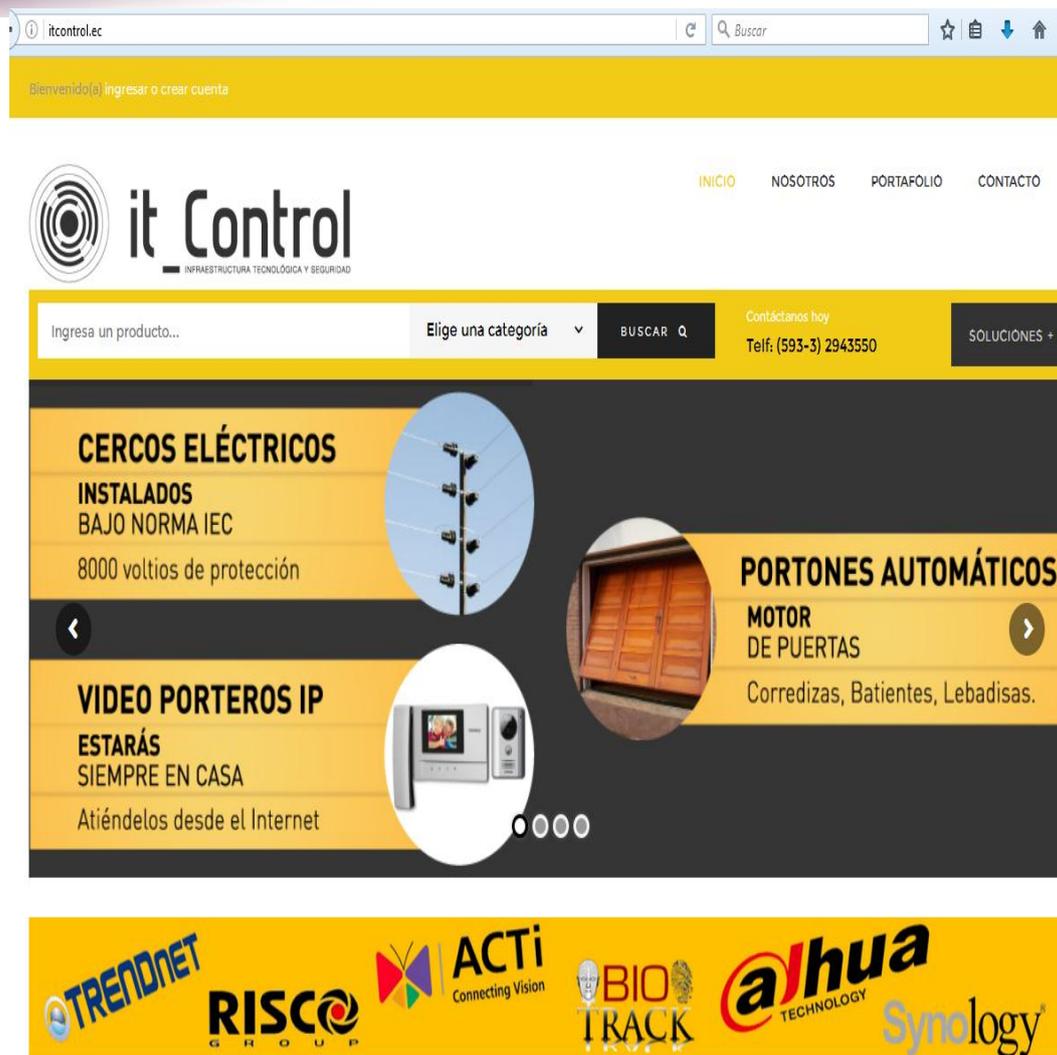
Se ha considerado como un proceso estratégico, cuyo manejo reposa en el tratamiento de la información a través de las posibilidades que ofrece la web, esto permite tener un “crecimiento en audiencia sin precedentes y otros soportes “analógicos” o “digitales” para contenidos y tratamientos persuasivos”. (Fernández A, Josué D y Gómez, Carlos Alaricio., 2016)

1.3.4.1.1 Página Web.

El desarrollo de la página web, tiene como finalidad publicitar a la empresa que es una fuerza vital en la comunicación de servicios que tienen soportes tecnológicos, en el que no solo publicitamos sino también damos información sobre los equipos utilizados en los diversos servicios que ofertamos lo que permitirá una comunicación efectiva, convirtiéndose en un fortalecimiento corporativo. Para ello ingresamos al siguiente link <http://itcontrol.ec>. En donde se detalla los accesos a este sitio web.

- **Inicio.-** En esta parte se promociona todos los servicios ofertados como se puede apreciar en la Figura No. 10. También se puede visualizar las marcas con las que trabajamos e imágenes de los productos de oferta del mes.
- **La Empresa.-** En esta sección se ha detallado la Misión y Visión de la empresa y el compromiso empresarial.
- **Portafolio.-** En esta sección se ha detallada los servicios y productos ofertados con sus especificaciones técnicas y funciones de los mismos. Desde cualquier sección en la página web se ha creado una aplicación de búsqueda de producto con el filtro de selección de categoría.
- **Contacto.-** A más de la presentación inicial tenemos una sección de contactos, a fin de facilitar la interacción con los futuros clientes.

Figura No.11 Página Web.



OFERTAS DEL MES

Elaborado por: Lilliam Parreño.

1.3.4.1.2 Facebook

Está enfocada a publicitar el producto a través de un medio de difusión social, considerando su alcance y costo reducido para ello hacemos la invitación al siguiente link <https://www.facebook.com/ITControl-658703464240727/?ref=ts&fref=t> o simplemente busca a It_Control, para que nos envíes una invitación y seas miembro de esta empresa que busca le aceptemos como un amigo y pueda conocer de promociones y servicios.

Figura No.12 Red social Facebook



Elaborado por: Lilliam Parreño.

1.3.4.1.3 YouTube.

La forma en que los clientes actuales y futuros clientes conozcan de cerca, sobre los servicios instalados en la ciudad de Riobamba, a través de un video corporativo en donde se demuestra los trabajos efectuados por It_Control, con esto deseamos que más personas conozcan, palpen el trabajo eficiente que realiza en empresa, siempre cautelando la seguridad de los ciudadanos, este video se le efectuó con un ingeniero en diseño gráfico mismo que dura 2 minutos 40 segundos, este se lo subió a YouTube para que no solo la población de la ciudad de Riobamba conozcan sobre los trabajos realizados, pues vamos a detallar los objetivos propuestos con la realización de este video:

- Transmitir de forma más dinámica y eficaz sobre los servicios ofertados de la empresa.
- Crear una diferenciación entre nuestros competidores.
- Mejorar el SEO (Search Engine Optimization - Optimización de motores de búsqueda) en la web.

- Incrementar el nivel de ventas.

Como no se puede presentar el vídeo se ha procedido a captura una imagen en donde se puede visualizar al fondo de la imagen, la instalación de un cerco eléctrico y la instalación de la automatización en una puerta corrediza.

Figura No.13 Video Trabajos efectuados.



Elaborado por: Lilliam Parreño.

1.3.5 Publicidad escrita.

La comunicación publicitaria y la propaganda, independientemente de los propósitos perseguidos con cada una de ellas, son partes de un proceso estratégico cuyo manejo reposa en el tratamiento de la información a través de las posibilidades que ofrecen las vallas, hojas volantes, tarjetas de presentación.

1.3.5.1 Valla

Se utilizaran dos Vallas publicitarias en los principales lugares de mayor circulación de la ciudad, el cual es una manera atractiva y de impacto, para realizar publicidad de este tipo.

Figura No.14 Valla



Elaborado por: Lilliam Parreño.

1.3.5.2 Tarjetas de presentación.

Se utiliza este tipo de tarjetas para la presentación de nuestros Coordinadores de la empresa, como se puede ver.

Figura No.15 Tarjetas de presentación.



Elaborado por: Lilliam Parreño.

1.3.5.3 Volantes.

Esta publicidad ésta dirigido a los clientes que han tenido algún tipo de contacto con nuestros productos y servicios, estos clientes pueden dar alguna referencia sobre nuestra empresa.

Figura No.16 Volantes



Elaborado por: Lilliam Parreño.

1.3.6 Estrategia de Promoción en Venta.

Objetivo

Motivar al uso de los accesorios recibidos, como estrategia de promoción en ventas por parte de los clientes, que han adquirido los servicios de la empresa.

Responsable

Coordinadora de Oficina

Periodicidad

La estrategia planteada tendrá un tiempo de duración de seis meses.

a. Camisetas

Las camisetas se entregara a clientes de la empresa, que hayan adquirido nuestros servicios de instalación de cámaras de seguridad, y de instalación de cercos eléctricos, el uso de las camisetas por parte de los clientes será una estrategia de publicidad de la empresa, ya que personas que nos conocen y confían en la empresa por el servicio recibido va a portar una prenda que promocióne a la empresa.

Figura No.17 Camisetas



Elaborado por: Lilliam Parreño

b. Funda de Compra.

Este artículo se entregara a clientes de la empresa, que hayan adquirido nuestros servicios de instalación de cámaras de seguridad, pues esto permitirá promocionar a la empresa.

Figura No.18 Funda de Compra.



Elaborado por: Lilliam Parreño

1.3.7 Costo de aplicación.

Para tener una clara idea de los costos en la aplicación de plan de marketing, se ha presupuestado en base a proformas, pero publicidad ya desarrollada se presenta los costos en base a factura entregada por los servicios recibidos, cabe indicar que los costos para la publicidad en medios electrónicos no es alta, ya que contamos con técnicos que son ingenieros en Sistemas y también en Diseño Gráfico.

Tabla N° 3.Costo de aplicación.

Cant.	Descripción	Prec. Un	Prec. Final.
Identificación de la empresa			
1	Logotipo Diseño	10,00	10,00
1	Fachada Principal	250,00	250,00
Subtotal identificación de la empresa			260,00
Publicidad Medios Electrónicos			
1	Desarrollo Página web	50,00	50,00
1	YouTube	60,00	60,00
Subtotal medios electrónicos			110,00
Publicidad Medios Escrita			
2	Vallas	380,00	760,00
1000	Tarjetas de Presentación	0,12	120,00
3000	Volantes	0,15	450,00
Subtotal medios escritos			1330,00
Promociones en Ventas			
24	Camisetas	5,00	120,00
100	Funda de Compra	0,80	80,00
Subtotal promoción de ventas			200,00
Total Costo Plan de Marketing			1900,00

Elaborado por: Lilliam Parreño

1.4. PLAN FINANCIERO.

Este plan es la cuantificación en términos monetarios del planteamiento estratégico del negocio.

Es el estudio que refleja la estimación del resultado de explotación de la empresa, así como el origen de sus recursos (propios y ajenos). Se trata de estudiar “apriori”: por un lado, la rentabilidad económica del proyecto (si genera por sí mismo los recursos necesarios que le permitan desarrollar su actividad en el futuro); por otro, la rentabilidad

financiera (si la plusvalía que genera la inversión compensa el esfuerzo realizado). (Almoguera San Martín, 2009)

Se realizará un análisis de la situación actual de la empresa a fin de determinar las variaciones entre los años 2015 y 2016, es fundamental considerar la representatividad de cada subcuenta en relación a las cuentas principales y se aplicará indicadores para conocer su rentabilidad, liquidez y endeudamiento.

1.4.1 Análisis de los estados financieros

Toda la información que se encuentra en los estados financieros básicos es muy importante para todas las partes interesadas en la toma de decisiones, ya que permite tener medidas relativas de la eficiencia operativa de la empresa, las razones financieras consiste en el cálculo e interpretación para analizar y observar.

En el presente trabajo se ha considerado la información enviada al Servicio de Rentas Internas y a la Superintendencia de Compañía del año 2015, para el año 2016 en base a la información del sistema de Gestión Administrativo Contable Fígaro, enmarcado en la presentación del formulario 101, es decir que no estas detalladas de manera minuciosa sino más bien sumado los valores en función a los requerimientos de los organismos de control.

La información requerida para el proceso de Balances del 2016, está respaldada en la información bajada del sistema a Excel, necesario para la comparación y análisis de los estados financieros necesarios en nuestro estudio.

1.4.1.1 Análisis vertical: Balance General 2015.

En análisis vertical, se lo realiza principalmente, para determinar que tanto participa un rubro dentro de un total global. Indicador que nos permite establecer igualmente que tanto ha crecido o disminuido la participación de ese rubro en el total global, esto nos permite saber en qué cuenta se encuentra el mayor porcentaje.

Para una mejor comprensión de lo expuesto se presenta a continuación el Balance General de la empresa del año 2015.

Tabla N° 4. Balance General 2015.

CUENTA			%	%
ACTIVO	SUBVALOR	VALOR	Sub Cuenta	CUENTA
ACTIVO CORRIENTE				93,21%
Efectivo y Equivalentes		10420,41	5,92%	
Cts x Cobrar Relacionados		52250,55	29,67%	
Credi Tributario IVA		5278,08	3,00%	
Credi Tributario Imp. Renta		5012,10	2,85%	
Inv. Producto Terminado		91182,78	51,78%	
TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTES		164143,92		
ACTIVO NO CORRIENTE				6,79%
Muebles y Enseres		9316,25	5,29%	
Depr. Acumul Muebles y Enseres	-1068,73			
Equipo de Computación		2647,44	1,50%	
Depr. Acumul Equipo de Computo	-900			
TOTAL DE ACTIVO NO CORRIENTE		11963,69		
TOTAL DE ACTIVOS		176107,61		100,00%
PASIVO CORRIENTE				87,99%
Ctas por Pagar Relacionados Locales		112305,26	64,43%	
Ctas por Pagar Accionistas.		16819,66	9,65%	
Obligaciones con Inst. Financiera		24243,01	13,91%	
TOTAL PASIVO CORRIENTE		153367,93		
TOTAL DE PASIVOS		153367,93		
PATRIMONIO		20939,68		12,01%
Capital Suscrito y/o Asignado		1200,00	0,69%	
Aportes de socios, Accionistas		16600,00	9,52%	
Utilidad Ejercicio		3139,68	1,80%	
TOTAL DE PATRIMONIO		20939,68		
TOTAL DEL PASIVO MÁS PATRIMONIO		174307,61		100,00%

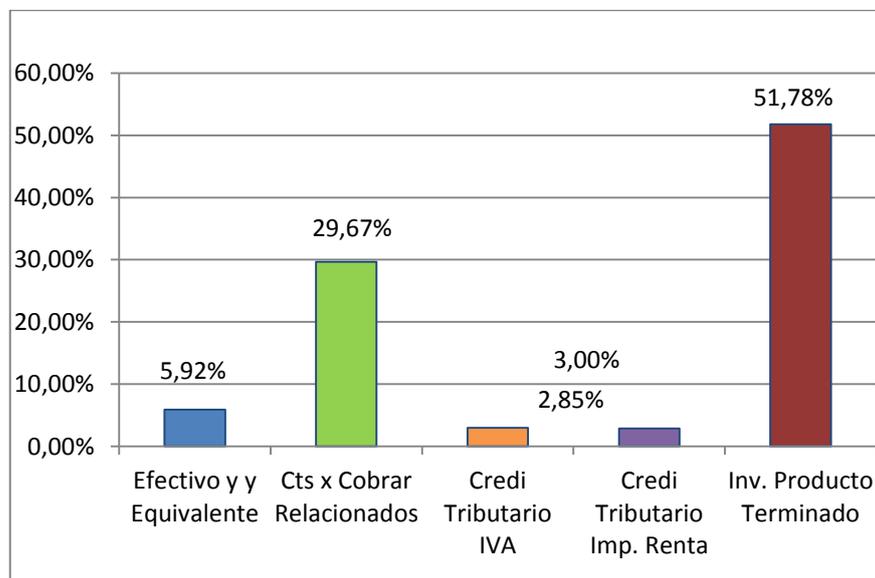
Fuente: It_Control.

Elaborado: Lilliam Parreño.

Se hace un análisis gráfico de los tres grupos de cuentas que representan el Balance General.

Análisis del Activo.

Gráfico No.1 Cuentas del Activo Corriente

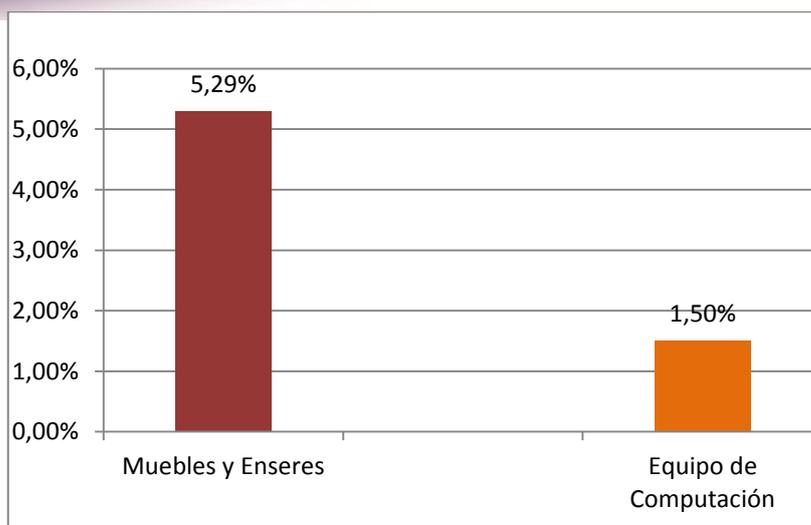


Fuente: Tabla No. 4

Elaborado: Lilliam Parreño.

Análisis e interpretación.- Se puede apreciar en el gráfico que un poco más del 50% del activo, está concentrado en el inventario ya que para la comercialización de los servicios se requiera de productos para el ensamblaje y también se comercializa productos sin ninguna transformación, la cuenta por cobrar es del 29.67% por lo que se interpreta que la empresa maneja políticas crediticias, es decir tiene clientes que les dan crédito, en el del efectivo o sus equivalentes no es muy alto, ya que se debe cubrir las obligaciones adquiridas.

Grafico No.2 Cuentas del Activo Fijo.



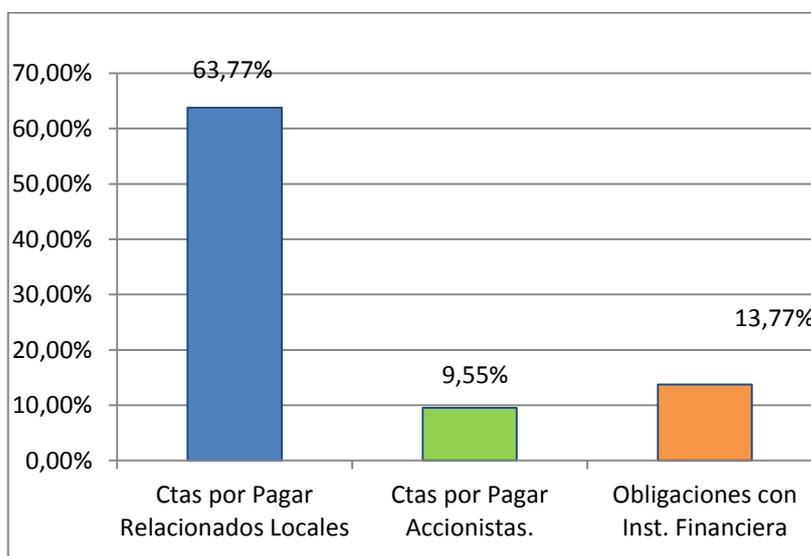
Fuente: Tabla No. 4

Elaborado: Lilliam Parreño.

Análisis e interpretación.- En activos fijos la empresa solo cuenta con el 6.59% de lo que posee la empresa, para atender a los clientes es lo básico.

Análisis del Pasivo.

Grafico No.3 Cuentas del Pasivo.



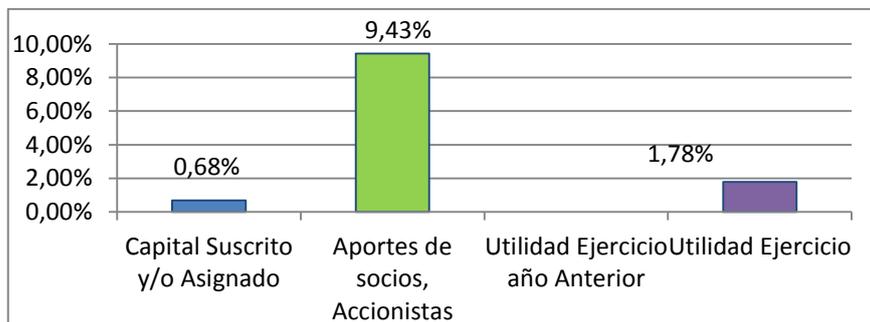
Fuente: Tabla No. 4

Elaborado: Lilliam Parreño.

Análisis e interpretación.- La empresa tiene obligaciones con los proveedores de inventario en un 64.43%, considerada como las más alta del pasivo, es por su inventario, pues es específicamente para cumplir con el crédito recibido.

Análisis del Patrimonio.

Grafico No.4 Cuentas del Patrimonio

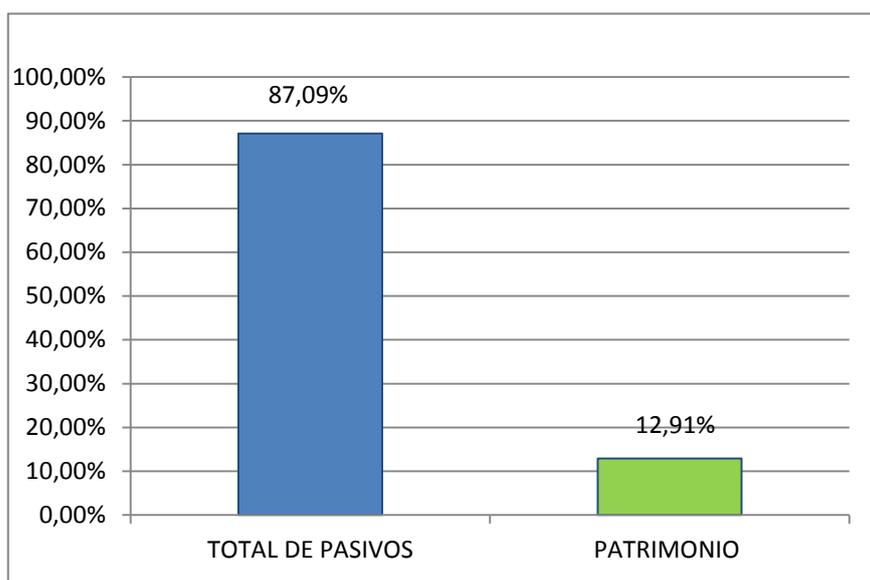


Fuente: Tabla No. 4

Elaborado: Lilliam Parreño.

Análisis e interpretación.- Se puede observar que el patrimonio los bienes propios de la empresa le corresponde el 12.01% de los cuales, el 9.52% que es el rubro más alto corresponde al aporte de los socios accionistas.

Grafico No.5 Pasivo y Patrimonio



Fuente: Tabla No. 4

Elaborado: Lilliam Parreño.

Análisis e interpretación.- Se puede observar que en la estructura de estos dos grupos de cuentas el que tiene mayor peso es el del pasivo, es decir que la empresa tiene obligaciones pendiente a terceros, específicamente con los proveedores de inventario, tan solo el 12.01% corresponde o es propiedad de los accionistas.

1.4.1.2 Análisis vertical: Estado de Resultados 2015.

En el estado de resultados expuesto a fin de que la interpretación sea más clara y precisa se ha procedido a detallar las cuentas principales.

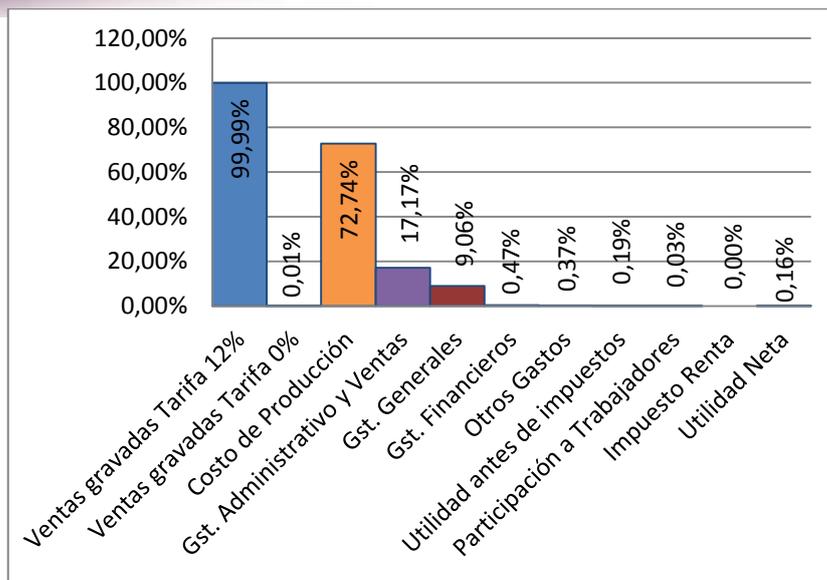
Tabla N° 5. Estado de Resultados 2015.

CUENTA	VALOR	PORCENTAJE
INGRESOS		
Ventas gravadas Tarifa 12%	767418,98	99,99%
Ventas gravadas Tarifa 0%	77,20	0,01%
TOTAL DE INGRESOS	767496,18	100,00%
COSTOS Y GASTOS		
Costo de Producción	558248,73	72,74%
Gst. Administrativo y Ventas	131769,74	17,17%
Gst. Generales	69527,92	9,06%
Gst. Financieros	3635,07	0,47%
Otros Gastos	2837,07	0,37%
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS	766018,53	99,81%
Utilidad antes de impuestos	1477,65	0,19%
Participación a Trabajadores	221,65	0,03%
Impuesto Renta	0,00	0,00%
Utilidad Neta	1256,00	0,16%

Fuente: It_Control

Elaborado: Lilliam Parreño.

Grafico No.6 Estado de Resultados



Fuente: Tabla No. 5

Elaborado: Lilliam Parreño.

Análisis e interpretación.- Como se puede apreciar en el gráfico, notamos que la cuenta que mayor peso tiene en relación a las ventas, es el costo de producción con un 72,74%, esta cifra nos da la pauta que la empresa maneja como política una utilidad del 27% por producto, los gastos de administración y ventas representan el 17.17%, la empresa en gastos generales en el 2015 ha pagado en relación a las ventas el 9.06% , por estos gastos la Utilidad neta de la empresa es apenas del 0.16%, por ello es fundamental que la empresa considere oportuno la aplicación de un plan de marketing a fin de fortalecer la imagen corporativa, que su efecto será un mejor posicionamiento, prestigio, credibilidad, autoestima y sin descartar el que se mejore las oportunidades de mercado para la empresa.

1.4.1.3 Análisis vertical: Balance General 2016.

Como se analizó anteriormente este tipo de análisis vertical, se lo realizó para, determinar que tanto participa un rubro dentro de un total global.

Para una mejor comprensión de lo expuesto se presenta a continuación el Balance General de la empresa del año 2016. Mismo que se lo ha podido efectuar gracias al apoyo del departamento financiero de la empresa, que tenía conocimiento sobre la importancia de presentarlo los primeros días del año 2017.

Tabla N° 6. Análisis Vertical del Balance General 2016.

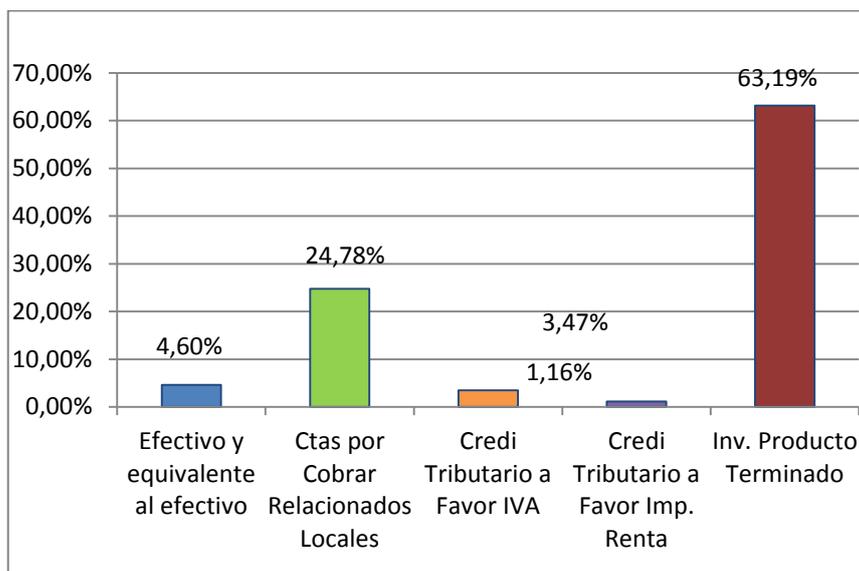
CUENTA			%	%
ACTIVO	SUBVALOR	VALOR	Sub Cuenta	CUENTA
ACTIVO CORRIENTE				97,20%
Efectivo y equivalente al efectivo		25087,91	4,60%	
Ctas por Cobrar Relacionados Locales		134994,52	24,78%	
Credi Tributario a Favor IVA		18909,43	3,47%	
Credi Tributario a Favor Imp. Renta		6319,86	1,16%	
Inv. Producto Terminado		344275,14	63,19%	
TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTES		529586,86		
ACTIVO NO CORRIENTE				2,80%
Muebles y Enseres		8311,99	1,53%	
Depr. Acumul Muebles y Enseres	-1068,73			
Equipo de Computación		861,47	0,16%	
Depr. Acumul Equipo de Computo	-900			
Vehículo		4800	0,88%	
Depr. Acumul Vehículo	-200			
Maquinaria , equipo, instalaciones		1291,22	0,24%	
Depr. Acumul Maquinaria	-13,04			
TOTAL DE ACTIVO FIJO		15264,68		
TOTAL DE ACTIVOS		544851,54		100,00%
PASIVO CORRIENTE				89,46%
Ctas por Pagar Relacionados Locales		366261,98	81,08%	
Ctas por Pagar Accionistas.		0	0,00%	
Obligaciones con Inst. Financiera		13763,87	3,05%	
Obligaciones con el IESS		6506,02	1,44%	
Cts por Pagar Beneficios Sociales		13759,01	3,05%	
Obligaciones Tributarias		3845,37	0,85%	
TOTAL PASIVO CORRIENTE		404136,25		
TOTAL DE PASIVOS		404136,25		
PATRIMONIO				10,54%
Capital Suscrito y/o Asignado		17860,97	3,95%	
Aportes de socios, Accionistas		26600,00	5,89%	
Utilidad Ejercicio año Anterior		3139,68	0,70%	
Utilidad Ejercicio Actual			0,00%	
TOTAL DEL PATRIMONIO	0,00	47600,65		
TOTAL DEL PASIVO MÁS PATRIMONIO	0,00	451736,90		100,00%

Fuente: It_Control.

Elaborado: Lilliam Parreño.

Análisis del Activo.

Grafico No.7 Cuentas del Activo Corriente.

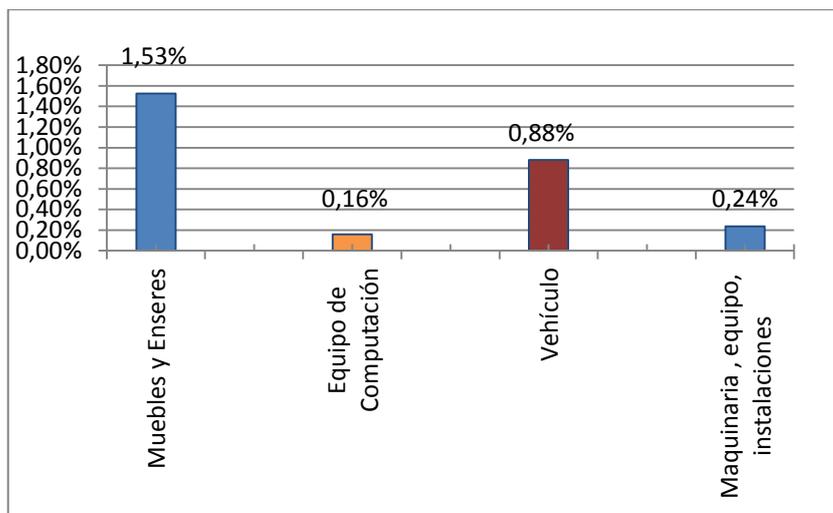


Fuente: Tabla No. 6

Elaborado: Lilliam Parreño.

Análisis e interpretación.- Se puede apreciar en el gráfico que un poco más del 50% del activo, está concentrado en el inventario con un 63.19% debido a que la comercialización de los servicios se requiera de productos para el ensamblaje y también se mercadea productos sin ninguna transformación, la cuenta por cobrar es del 24.78% por lo que se interpreta que la empresa sigue maneja políticas crediticias, pues se tiene clientes denominados corporativos y distribuidores a quienes se les otorga crédito, en el del efectivo o sus equivalentes no es muy alto, pues se debe cumplir con las obligaciones adquiridas para el incremento del inventario.

Gráfico No.8 Cuentas del Activo Fijo.



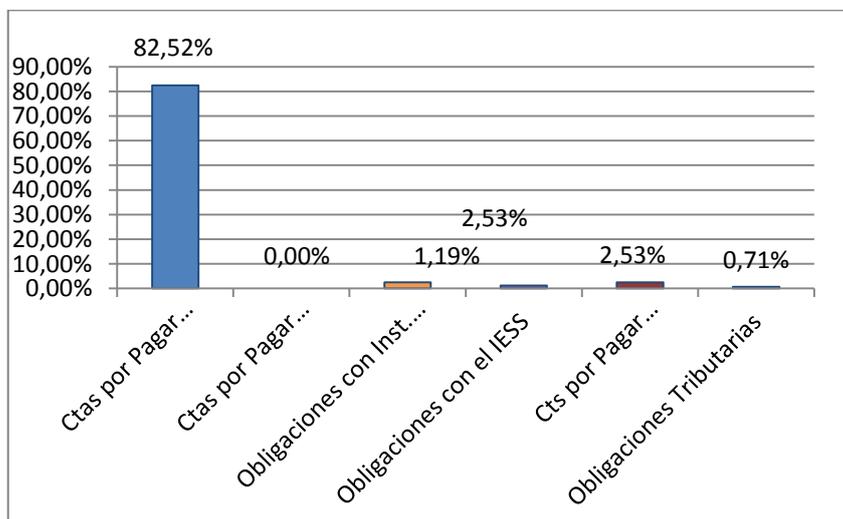
Fuente: Tabla No. 6

Elaborado: Lilliam Parreño.

Análisis e interpretación.- En activos fijos la empresa solo cuenta con el 2.80% de lo que posee la empresa, para atender a los clientes es lo básico, no ha invertido algún bien inmueble.

Análisis del Pasivo.

Gráfico No.9 Cuentas del Pasivo.



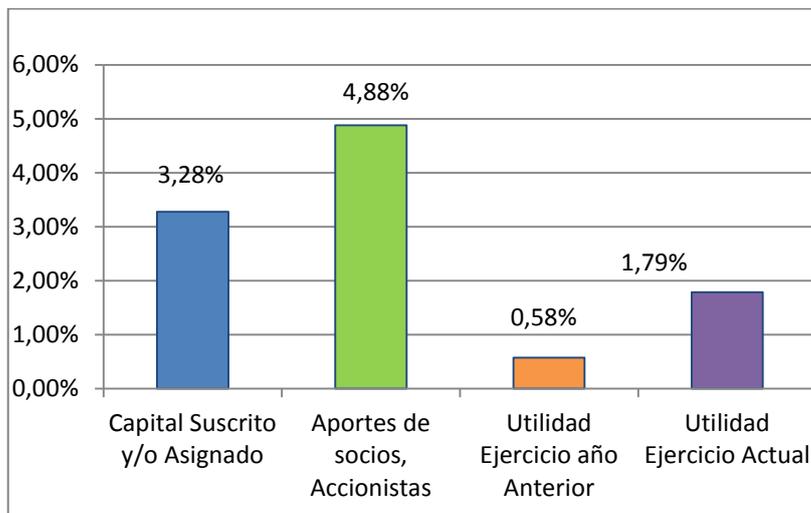
Fuente: Tabla No. 6

Elaborado: Lilliam Parreño.

Análisis e interpretación.- La empresa tiene obligaciones con los proveedores de inventario en un 82.52%, que son contratados a un plazo no mayor a cuatro meses, se considerada como las más alta del pasivo, es por su inventario.

Análisis del Patrimonio.

Grafico No.10 Cuentas del Patrimonio

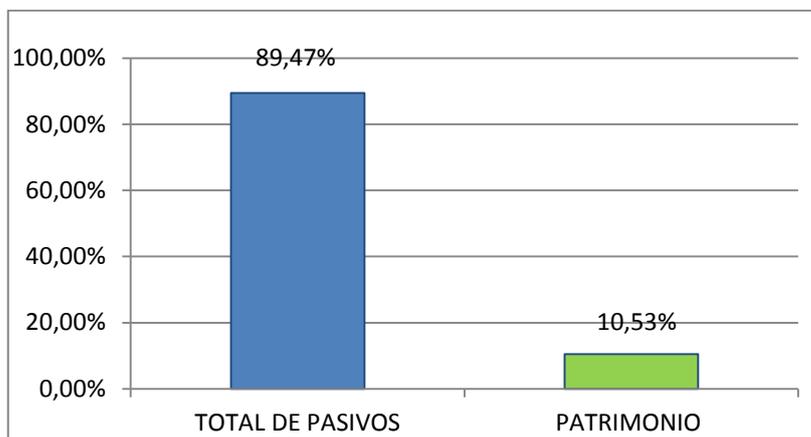


Fuente: Tabla No. 6

Elaborado: Lilliam Parreño.

Análisis e interpretación.- Se puede observar que el patrimonio los bienes propios de la empresa le corresponde el 10.54% de los cuales, el 4.88% que es el rubro más alto pertenece al aporte de los socios accionistas, el porcentaje de utilidad del ejercicio actual es de 1.79% que es un porcentaje bajo.

Grafico No.11 Pasivo y Patrimonio



Fuente: Tabla No. 6

Elaborado: Lilliam Parreño.

Análisis e interpretación.- El gráfico muestra la estructura de estos dos grupos de cuentas el que tiene mayor peso es el pasivo, es decir que la empresa tiene obligaciones pendiente a terceros, específicamente con los proveedores de inventario, tan solo el 10.53% corresponde o es propiedad de los accionistas.

1.4.1.4 Análisis vertical: Estado de Resultados 2016.

En el estado de resultados expuesto a fin de que la interpretación sea más clara y precisa se ha procedido a detallar las cuentas principales.

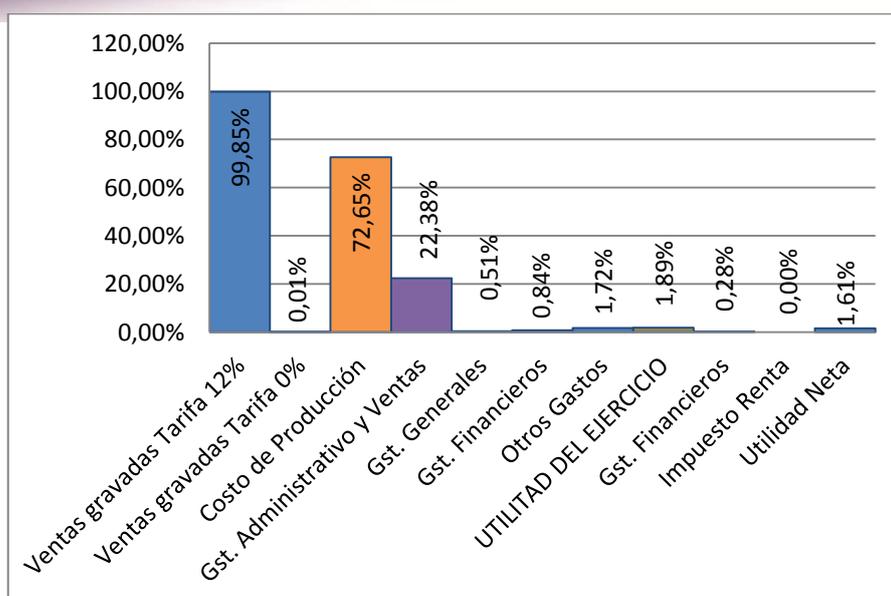
Tabla N° 7. Estado de Resultados 2016.

CUENTA	VALOR	PORCENTAJE
INGRESOS		
Ventas gravadas Tarifa 12%	515019,06	99,85%
Ventas gravadas Tarifa 0%	57,40	0,01%
Otros Ingresos	706,91	0,14%
TOTAL DE INGRESOS	515783,37	100,00%
COSTOS Y GASTOS		
Costo de Producción	374726,90	72,65%
Gst. Administrativo y Ventas	115440,62	22,38%
Gst. Generales	2634,00	0,51%
Gst. Financieros	4347,57	0,84%
Otros Gastos	8885,86	1,72%
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS	506034,95	98,11%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	9748,42	1,89%
Participación Trabajadores	1462,26	0,28%
Impuesto Renta	0,00	0,00%
Utilidad Neta	8286,16	1,61%

Fuente: It_Control.

Elaborado: Lilliam Parreño.

Grafico No.12 Estado de Resultados



Fuente: Tabla No. 7

Elaborado: Lilliam Parreño.

Análisis e interpretación.- Como se puede apreciar en el gráfico notamos que la cuenta que mayor peso tiene en relación a las ventas, es el costo de producción con un 72,65%, esta cifra nos da la pauta, de que la empresa maneja como política una utilidad del 27.35% por producto, los gastos de administración y ventas representan el 22.38%, la empresa en gastos generales en el 2016 ha pagado en relación a las ventas el 0.51% , por estos gastos; la Utilidad neta de la empresa es apenas del 1.89%, por ello es fundamental que la empresa considere oportuno la aplicación de un plan de marketing a fin de fortalecer la imagen corporativa, que su efecto será un mejor posicionamiento, prestigio, credibilidad, autoestima y sin descartar el que se mejore las oportunidades de mercado para la empresa, y con ello incrementar el porcentaje de utilidad.

1.4.1.5 Análisis horizontal: Balance General.

El método busca determinar la variación absoluta o relativa, que haya sufrido cada cuenta contable en los estados financieros en un período respecto a otro, es decir se debe evaluar entre dos períodos que puede ser del mismo año o entre años.

Una vez que se haya determinado cual fue el crecimiento o decrecimiento de una cuenta en un periodo dado, se puede llegar a la conclusión de determinar el comportamiento de la empresa en un período fue bueno, regular o malo.

Tabla N° 8. Análisis horizontal del Balance General 2015-2016.

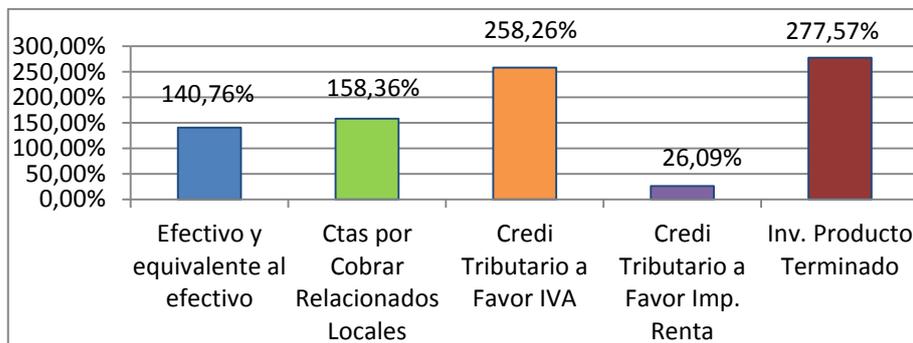
CUENTA			Aa- Ab	VA/Ab
ACTIVO	Total 2015	Total 2016	V. ABSOLUTA	V. RELATIVA
ACTIVO CORRIENTE				
Efectivo y equivalente al efectivo	10420,41	25087,91	14667,50	140,76%
Ctas por Cobrar Relacionados Locales	52250,55	134994,52	82743,97	158,36%
Credi Tributario a Favor IVA	5278,08	18909,43	13631,35	258,26%
Credi Tributario a Favor Imp. Renta	5012,10	6319,86	1307,76	26,09%
Inv. Producto Terminado	91182,78	344275,14	253092,36	277,57%
TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTES	164143,92	529586,86	365442,94	222,64%
ACTIVO NO CORRIENTE	0,00	0,00	0,00	
Muebles y Enseres	9316,25	8311,99	-1004,26	-10,78%
Depr. Acumul Muebles y Enseres	0,00	0,00	0,00	
Equipo de Computación	2647,44	861,47	-1785,97	-67,46%
Depr. Acumul Equipo de Computo	0,00	0,00	0,00	
Vehículo	0,00	4800,00	4800,00	
Depr. Acumul Vehículo	0,00	0,00	0,00	
Maquinaria , equipo, instalaciones	0,00	1291,22	1291,22	
Depr. Acumul Maquinaria	0,00	0,00	0,00	
TOTAL DE ACTIVO FIJO	11963,69	15264,68	3300,99	
TOTAL DE ACTIVOS	176107,61	544851,54	368743,93	209,39%
PASIVO CORRIENTE				
Ctas por Pagar Relacionados Locales	112305,26	449628,20	337322,94	300,36%
Ctas por Pagar Accionistas.	16819,66	0,00	-16819,66	-100,00%
Obligaciones con Inst. Financiera	24243,01	13763,87	-10479,14	-43,23%
Obligaciones con el IESS		6506,02	6506,02	
Cts por Pagar Beneficios Sociales		13759,01	13759,01	
Obligaciones Tributarias		3845,37	3845,37	
TOTAL PASIVO CORRIENTE	153367,93	487502,47	334134,54	
TOTAL DE PASIVOS	153367,93	487502,47	334134,54	217,86%
PATRIMONIO				
Capital Suscrito y/o Asignado	1200,00	17860,97	16660,97	1388,41%
Aportes de socios, Accionistas	16600,00	26600,00	10000,00	60,24%
Utilidad Ejercicio año Anterior	1800,00	3139,68	1339,68	74,43%
Utilidad Ejercicio Actual	3139,68	9748,42	6608,74	210,49%
TOTAL DEL PATRIMONIO	22739,68	57349,07	28000,65	123,14%
TOTAL DEL PASIVO MÁS PATRIMONIO	176107,61	544851,54	334134,54	189,73%

Fuente: It_Control.

Elaborado: Lilliam Parreño.

Variación del Activo.

Grafico No.13 Variación del Activo Corriente

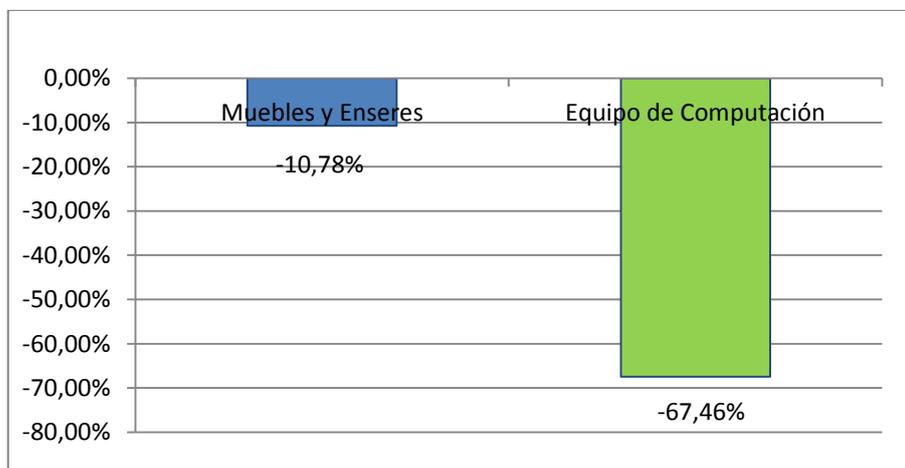


Fuente: Tabla No. 8

Elaborado: Lilliam Parreño.

Análisis e interpretación.- Como se puede apreciar todas las cuentas del Activo Corriente tiene una variación positiva, el Inventario tiene una variación del 277.57% esto nos indica que la empresa ha comprado más inventario en el 2016, esto sin duda alguna ha provocado que se incremente el crédito tributario del IVA en un 258.26%, por ello en forma general el incremento positivo ha sido del 222.64%, lo que implica que es un crecimiento bueno.

Grafico No.14 Variación del Activo Fijo



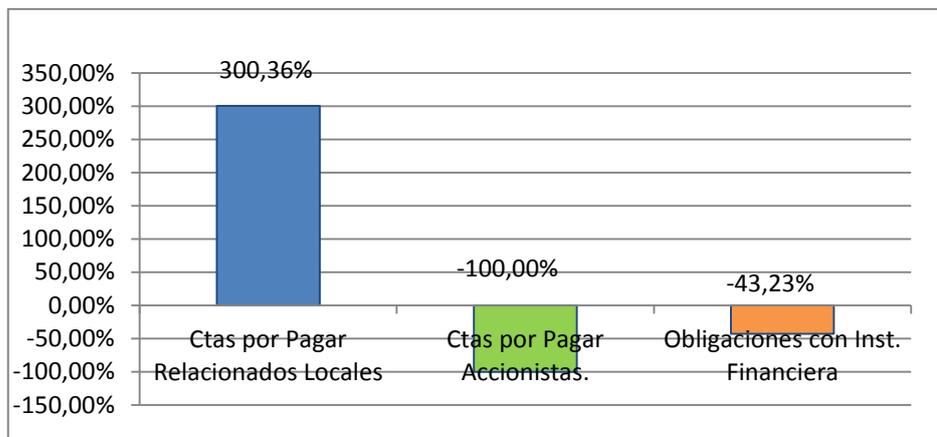
Fuente: Tabla No. 8

Elaborado: Lilliam Parreño.

Análisis e interpretación.- Como se aprecia en el gráfico notamos que existe una variación negativa en los equipos de cómputo de -67.46% lo que implica que disminuyeron los valores por el concepto de depreciación y productos dados de baja por estar totalmente depreciados, los muebles y enseres tiene un decremento del -10.78% que es por el valor de la depreciación.

Variación del pasivo

Grafico No.15 Variación del pasivo



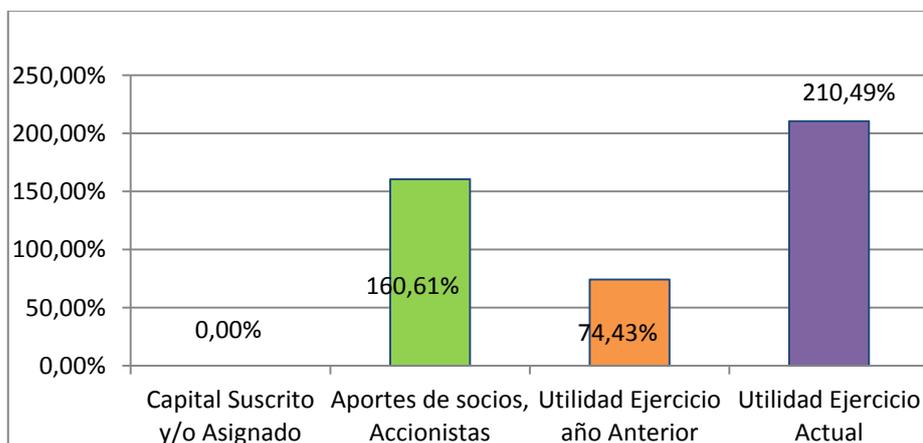
Fuente: Tabla No. 8

Elaborado: Lilliam Parreño.

Análisis e interpretación.- Existe una variación en más en lo referente a las cuentas por pagar relacionados, que está estrechamente relacionado con el incremento del inventario, en este año se ha disminuido la obligaciones con Instituciones del sistema financiero, la obligación con los accionistas ha sido cubierta en su totalidad.

Variación del Patrimonio.

Grafico No.16 Variación del Patrimonio



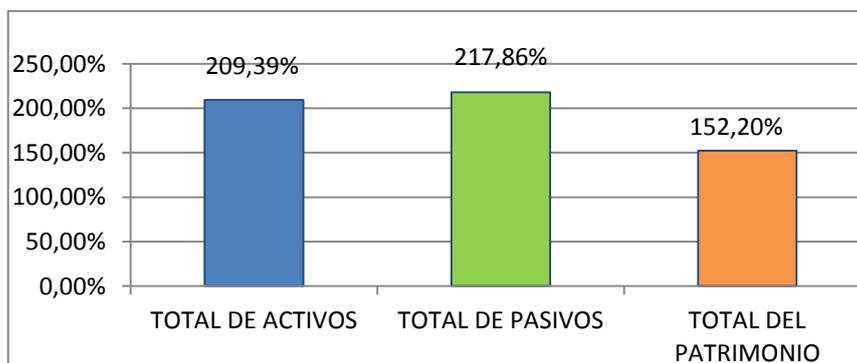
Fuente: Tabla No. 8

Elaborado: Lilliam Parreño.

Análisis e interpretación.- Se nota un incremento en tres cuentas, en utilidad del ejercicio actual de 210.49%, en aportes de los socios y accionistas, pues el capital suscrito no va a tener variación de acuerdo a la normativa de la ley.

Variación del activo, pasivo y patrimonio.

Grafico No.17 Variación del activo, pasivo y patrimonio.



Fuente: Tabla No. 8

Elaborado: Lilliam Parreño.

Análisis e interpretación.- Se puede apreciar que se ha incrementado en todas las cuentas en relación al año 2015, esto se refleja por el incremento en compras en compras que afecta de manera directa al inventario que es parte del activo, y sin duda alguna la contraparte que es el pasivo especialmente en cuentas por pagar, el patrimonio se ha incrementado por producto de falta de liquidez para asumir ciertas obligaciones.

1.4.1.6 Análisis horizontal: Estado de Resultados 2015-2016.

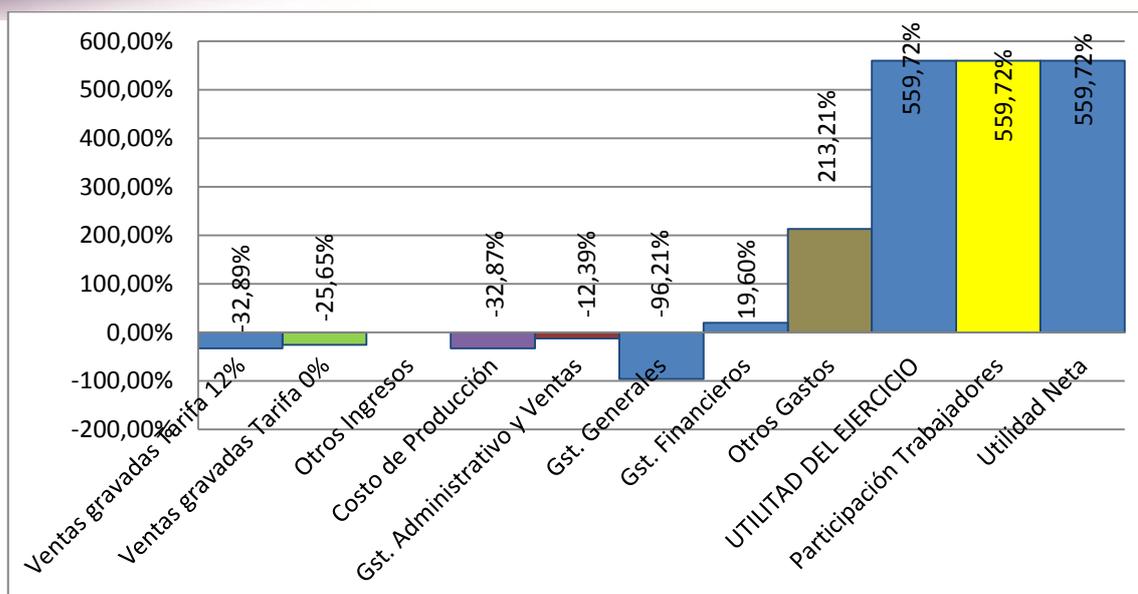
Tabla N° 9. Análisis horizontal: Estado de Resultados 2015-2016.

CUENTA	Total 2015	Total 2016	Aa- Ab	VA/Ab
			V. ABSOLUTA	V.RELATIVA
INGRESOS				
Ventas gravadas Tarifa 12%	767418,98	515019,06	-252399,92	-32,89%
Ventas gravadas Tarifa 0%	77,20	57,40	-19,80	-25,65%
Otros Ingresos	0,00	706,91	706,91	
TOTAL DE INGRESOS	767496,18	515783,37	-251712,81	-32,80%
COSTOS Y GASTOS	0,00	0,00	0,00	
Costo de Producción	558248,73	374726,90	-183521,83	-32,87%
Gst. Administrativo y Ventas	131769,74	115440,62	-16329,12	-12,39%
Gst. Generales	69527,92	2634,00	-66893,92	-96,21%
Gst. Financieros	3635,07	4347,57	712,50	19,60%
Otros Gastos	2837,07	8885,86	6048,79	213,21%
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS	766018,53	506034,95	-259983,58	-33,94%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	1477,65	9748,42	8270,77	559,72%
Participación Trabajadores	221,65	1462,26	1240,62	559,72%
Utilidad Neta	1256,00	8286,16	7030,15	559,72%

Fuente: It_Control.

Elaborado: Lilliam Parreño

Grafico No.18 Variación de Estado de Resultados.



Fuente: Tabla No. 09

Elaborado: Lilliam Parreño

Análisis e interpretación.- Como se puede apreciar la mayor parte de las cuentas nos indica una variación negativa, lo que implica que se ha vendido menos, igual ciertos gastos también has disminuido, pero a pesar de que exista una disminución en ventas se puede detectar que existe un incremento en la Utilidad del Ejercicio económico, y por ello el incremento de las cuentas que se despliega como Participación trabajadores y Utilidad Neta, en lo referente a Impuesto a la Renta no se tiene ningún valor pues la utilidad es inferior a la base imponible del 2016 que es de 11.200 dólares.

1.4.2 Aplicación de Indicadores

Para determinar la gestión efectuada por la administración es necesario que se evalúe la empresa a través de indicadores de gestión, para ello se ha construido una plantilla en Excel a fin de que solo vaya determinando los valores en función a las operaciones de la empresa, para ello es fundamental que los valores reflejados en los estados financieros sean reales y confiables.

Se presenta la base de datos en Excel que es una plantilla muy fácil de manejar, ya que está considerado incluso con bases de análisis.

Tabla N° 10. Índice de liquidez.

Tipo de Índice	Fórmula	Valor		Resultado	Resultado	Valor	Aplicación	Semáforo				
		2015	2016	2015	2016			Rojo	Amarillo	Verde	Rojo	Amarillo
Índice de Liquidez General												
Razón Corriente	Activo Corriente	164143,92	529586,86	1,07	1,09	\$	Trimestral	< \$1	\$1 - \$ 1,50	\$1,50- \$ 2	> \$ 2	> \$ 3
	Pasivo Corriente	153367,93	487502,47									
Prueba ácida	Activo Corriente - Inventario	72961,14	185311,72	0,48	0,38	\$	Trimestral	< \$1	\$1 - \$ 1,50	\$1,50- \$ 2	> \$ 2	> \$ 3
	Pasivo Corriente	153367,93	487502,47									
Razón Efectiva	Caja Bancos	10420,41	25087,91	6,79	5,15	%	Trimestral	< 100	90 - 70%	50%	> 40%	Observación.- Mide la capacidad de la empresa para operar con sus activos más líquidos sin recurrir a la venta en el corto plazo, como se observa lamentablemente no podemos cubrir imprevistos.
	Pasivo Corriente	153367,93	487502,47									
Capital de Trabajo	Activo Corriente - Pasivo Corriente	164143,92	529586,86	10775,99	42084,39	\$	Trimestral	< \$1	\$1 - \$ 1,50	\$1,50- \$ 2	> \$ 2	> \$ 3
		153367,93	487502,47									
Cuentas por Cobrar	Ventas anuales al crédito	1059067,53	711781,05	20,27	5,27	veces	Anual	< 1	1 - 1,50	1,50- 2	> 2	> 3
	Cuentas por Cobrar	52250,55	134994,52									

Elaborado: Lilliam Parreño.

Fuente: It_Control.

Índices de liquidez.

Evalúan capacidad de la empresa para atender sus compromisos de corto plazo, análisis en base a la Tabla No.9

Razón Corriente:- Como se puede observar en la Tabla No. 10 la empresa en el año 2015 ha manejado una liquidez dentro moderada, pues dentro de la semaforización se encuentra en el color amarillo que estamos cerca de caer a rojo, lo que implicaría complicaciones para la empresa, de la misma manera en el año 2016 que significa que para cubrir \$1 dólar de deuda cuento con 1.09.

Prueba ácida.- Se puede observar en la tabla que tanto para el año 2015 como el 2016 la empresa no cuenta con recursos de forma inmediata, pues se cae dentro del semáforo en rojo, esto quiere decir que si la empresa no logra vender el inventario, no podemos cumplir a tiempo con las obligaciones adquiridas.

Razón efectiva.- En este ratio la empresa tiene graves complicaciones, tanto en el año 2015 como el año 2016, está por debajo de uno, es decir no cuenta con recursos para cubrir sus obligaciones, la empresa el momento que vende dispone del efectivo para solventar sus pasivos, provocado el tener que recurrir a créditos con costos muy altos.

Capital de Trabajo.- En este ratio la empresa para el año 2015 contaba con un capital de trabajo de \$10775.95, mientras en el 2016 es de 42084.39, esto nos indica que la empresa cuenta con recursos para cubrir sus obligaciones.

Cuentas por cobrar.- Notamos que en el año 2015, la rotación que existe en cuentas por cobrar al año es de 20.27 veces, mientras que en el 2016 es de 5.27 veces, es decir que mayor ventas a crédito fue en el 2015, que en el año 2016.

Tabla N° 11. Índice de Gestión o actividad.

Índices de Gestión o Actividad												
Tipo de Índice	Fórmula	Valor		Resultado		Valor	Aplicación	Semáforo				
		2015	2016	2015	2016			Rojo	Amarillo	Verde	Rojo	Amarillo
Índice de Gestión o Actividad												
Rotación de Cartera	Ctas x Cobrar promedio x días en	24499153,80	6391497,60	31,92	12,39	días	Anual	< 20	15 a 20	6 a 12	>30	...
	Ventas Anuales	767496,18	515783,37	11,28	29,05	veces	Observación.-	Se debe considerar que mientras más rote, será mejor para la empresa, pues el dinero de la misma estará girando y generando más recursos				
Rotación de Inventario	Inventario promedio x días en e	35227913,40	78382425,60	63,10	148,01	días	Anual	< 20	15 a 20	6 a 12	>30	...
	Costo de Ventas	558248,73	529586,86	5,70	2,43	veces	Observación.-	Cuantifica el tiempo de demora la inversión en inventarios hasta convertirse en efectivo. los activos están siendo utilizados con eficiencia Cuantas veces se repone				
Período pago a proveedores	Ctas x Pagar promedio x días en	35227913,40	78382425,60	55,54	200,67	días	Anual	< 5	1	2 a 4	>1	...
	Compras a Proveedores	634248,79	390594,33	6,48	1,79	veces	Observación.-	Se debe considerar que mientras más rote, será mejor para la empresa, pues significará que los activos están siendo utilizados con eficiencia				
Rotación de Caja y Bancos	Caja y Bancos x días en el año	3751347,60	9031647,60	4,89	17,51	días	Anual	< 20	15 a 20	6 a 12	>30	...
	Ventas anuales	767496,18	515783,37				Observación.-	Dan una idea sobre la magnitud de la caja y bancos para cubrir días de venta				
Rotación de Activos Totales	Ventas	767496,18	515783,37	4,36	0,95	veces	Anual		5	2 a 4	>1	...
	Activos Totales	176107,61	544851,54				Observación.-	Mide la actividad en ventas de la empresa, es decir cuantas veces puede colgar entre sus clientes un valor igual a la inversión realizada				

65

Elaborado: Lilliam Parreño.

Fuente: It_Control.

Índices de Gestión o actividad

Miden la utilización del activo y comparan la cifra de ventas con el activo total, el inmovilizado material, el activo circulante o elementos que los integren, ver tabla No. 11

Rotación de cartera (Cuentas por Cobrar):- Miden la frecuencia de recuperación de las cuentas por cobrar. Esto nos permite medir el plazo promedio de créditos otorgados a los clientes y, evaluar la política de crédito y cobranza, en el año 2015 la empresa convierte en efectivo sus cuentas por cobrar en 31, 92 días o rotan 11.28 veces, mientras que en el 2016 se convierte en efectivo en 12.39 días o rotan 29.05 veces en el período.

Rotación de Inventarios:- Cuantifica el tiempo que demora la inversión en inventarios hasta convertirse en efectivo y permite saber el número de veces que esta inversión va al mercado, en un año y cuántas veces se repone, por lo que en el año 2015 el inventario va al mercado 63.10 días al año 5.70 veces, en el 2016 148.01 días 2.43 veces al año, es importante que a mayor rotación mayor movilidad del capital invertido en inventarios y más rápida recuperación de la utilidad que tiene cada unidad de producto terminado, en este aspecto mejor fue el año 2015.

Período de pago a proveedores:- Nos permite tener indicios de comportamiento del capital de trabajo. Mide específicamente el número de días que la empresa, en cancelar sus obligaciones a los proveedores le han otorgado. Una buena es que sea mayor el número de días, pero sin que afecte a las políticas crediticias otorgadas, pues si trabajamos con dinero ajeno es mejor. En el año 2015 fue de 55.54 días una rotación de 6.48 veces en el 2016, es de 200.67 días con 1.79 veces, pero esto se ha logrado por las políticas crediticias obtenidas con los proveedores.

Rotación de caja bancos:- Dan una idea sobre la magnitud de la caja y bancos para cubrir días de venta. Lo obtenemos multiplicando el total de Caja y Bancos por 360 (días del año) y dividiendo el producto entre las ventas anuales, por lo que en el año 2015 contamos con una liquidez de 4.89 días, mientras que en el 2016 contamos con una liquidez de 17.51 días de venta.



Rotación de activos totales:- Tiene como objeto medir la actividad en ventas de la empresa, a fin de determinar cuántas veces pudo colocar entre sus clientes un valor igual a la inversión realizada, en el 2015 coloca 4.36 veces, en el 2016 solo 0.95 veces.

Tabla N° 12. Índice de Solvencia, Endeudamiento o Apalancamiento

Índice de Solvencia o Endeudamiento												
Tipo de Índice	Fórmula	Valor		Resultado	Resultado	Valor	Aplicación	Semáforo				
		2015	2016	2015	2016			Rojo	Amarillo	Verde	Rojo	Amarillo
Índice de Solvencia, endeudamiento o apalancamiento												
Estructura del Capital (Deuda Patrimonio)	Pasivo Total	153367,93	487502,47	6,74	8,50	%	Trimestral	< 2,5	2	1,5	>1,5	...
	Patrimonio	22739,68	57349,07									
Observación.- Se muestra el grado de endeudamiento con relación al patrimonio. Este ratio evalúa el impacto del pasivo total con relación al patrimonio lo ideal es 1,50, pero si es 1,5 talves la empresa posee demiado activo corriente, si es menor no posee solvencia												
Endeudameinto	Pasivo Total	153367,93	487502,47	0,87	0,89		Trimestral	< 60%	51 a 60%	40 a 50%	> 40%	
	Activo Total	176107,61	544851,54	87,08762	89,47437	%						
Observación.- Se determina el % de participación de los acreedores, ya sea en el C/p o L/P, en los activos > 40% puede estar incurriendo en capital ocioso < 60% La empresa soporta un excesivo endeudamiento.												
Cobertura de Gastos Financieros	Utilidades antes de Intereses	5112,72	14095,99	1,41	3,24	veces	Trimestral		2	1,5	>1,5	...
	Gastos Financiero	3635,07	4347,57									
Observación.- Nos indica hasta qué punto puede disminuir las utilidades sin poner en riesgo a la empresa, para cubris sus gastos financieros.												
Cobertura de Gastos Fijos	Utilidad Bruta	209247,45	141056,47	1,01	1,07	veces	Trimestral		2	1,5	>1,5	...
	Gastos Fijos	207769,80	131308,05									
Observación.- Va a depender del giro de la empresa, en pero nos indica la capacidad de supervivencia, endeudamiento y también medir la capacidad de la empresa para asumir su carga de costos fijos												

Elaborado: Lilliam Parreño.

Fuente: It_Control.

Índices de Solvencia, endeudamiento o apalancamiento.

Ratios que relacionan recursos y compromisos, muestran la cantidad de recursos que son obtenidos de terceros para el negocio. Permiten conocer que tan estable o consolidada es la empresa en términos de composición de los pasivos y su peso relativo con el capital y el patrimonio, en base a la Tabla No. 11.

Estructura de Capital:- Nos indica el grado de endeudamiento con relación al patrimonio. Este ratio evalúa el impacto del pasivo total con relación al patrimonio, pues en el 2015 su ratio fue de 6.74% mientras que en el 2016 es de 8.50% notamos que en estos dos años de relación y análisis la empresa no posee la solvencia necesaria para hacer frente a sus pagos a corto plazo, esto se debe también a las políticas crediticias con los proveedores.

Endeudamiento:- Representa el porcentaje de fondos de participación de los proveedores o acreedores, que puede ser en el corto plazo o largo plazo, con esto mido el % de aportación de los proveedores, se nota que en el 2015 fue de 87.08% y en el 2016 es de 89.47%, notamos que la empresa tiene un alto porcentaje de endeudamiento, pues en el 2016 si se desea liquidar los activos totales a precio en libros le quedaría un saldo de 10.52% de su valor, después del pago de las obligaciones vigentes.

Cobertura de Gastos Financieros:- Este ratio nos indica hasta qué punto puede disminuir las utilidades sin poner a la empresa en una situación de dificultad para pagar su gastos financieros en el 2015 fue de 1.41 y en el 2016 fue de 3.24 veces, es decir un financiamiento con una institución financiera no complica a la empresa.

Cobertura de Gastos Fijos:- Nos permite visualizar la capacidad de supervivencia endeudamiento y también medir la capacidad de la empresa para asumir su carga de costos fijos, en el 2015 fue de 1.01 veces y en el 2016 es de 1.07 veces.

Tabla N° 13. Índice de Rentabilidad

Índice de Rentabilidad												
Tipo de Índice	Fórmula	Valor		Resultado	Resultado	Valor	Aplicación	Semáforo				
		2015	2016	2015	2016			Rojo	Amarillo	Verde	Rojo	Amarillo
Índice de Rentabilidad												
Rendimiento sobre el Patrimonio	Utilidad Neta	1256,00	8286,16	0,06	0,14		Trimestral	< 6%	< 6,43%	>6,43%		...
	Patrimonio	22739,68	57349,07				Observación.- Se debe considerar, que este indicador mientras más alto mejor, y permitirá controlar la rentabilidad de la empresa.					
				5,523396	14,44863	%						
Rendimiento sobre la inversión	Utilidad Neta	1256,00	8286,16	0,01	0,02		Trimestral	< 6,19%	< 7,19%	>7,19%
	Activo Total	176107,61	544851,54				Observación.- Se debe considerar, que este indicador mientras más alto mejor, y permitirá controlar la rentabilidad de la empresa sobre la inversión					
				0,713202	1,52081	%						
Margen Neto de Utilidad	Utilidad Neta	1256,00	8286,16	0,0016	0,0161		Trimestral	< 40,10%	<41,10%	> 40,10%	> 41,10%	...
	Ventas netas	767496,18	515783,37				Observación.- Se debe considerar que mientras más alto mejor, y permitirá controlar la rentabilidad de la empresa en relación a las ventas, considerando que es una empresa comercial					
				0,163649	1,606519	%						

Elaborado: Lilliam Parreño.

Fuente: It_Control.

Índices de Rentabilidad

Miden la capacidad de la empresa para generar riqueza(rentabilidad económica y financiera) en base a la Tabla No. 12

Rendimiento sobre el patrimonio:- Esta razón nos indica que por cada dólar, que el dueño en el 2015 mantiene un 5.52% sobre el patrimonio, en el 2016 mantiene en 14.44%, es decir que la empresa ha incrementado en un 8.92% para generar utilidad a favor de los propietarios.

Rendimiento sobre la Inversión:- Esta razón nos indica la efectividad total de la administración y producir utilidades sobre los activos totales disponibles, notamos que en el 2015 por un dólar invertido se produjo un rendimiento de 0.71%, mientras que en el 2016 fue de 1.52%, esto nos indica que existió una mejor gestión administrativa.

Margen Neto de utilidad.- Relaciona la Utilidad líquida con el nivel de las ventas netas. Mide el porcentaje de cada dólar de ventas que queda después de que todos los gastos, incluyendo los impuestos, han sido deducidos, notamos que en el 2015 el esfuerzo se tradujo en un 0.16% solamente, pero en el 2016 subió 1.44% a pesar de haber vendido menos se obtuvo una mayor utilidad por ello en el 2016 fue de 1.61%

ANEXOS

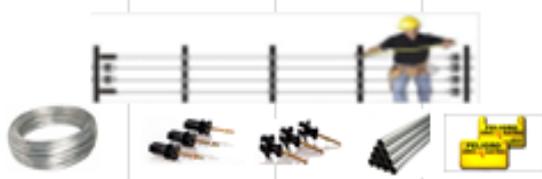
Tabla N° 14. Proforma de Cámara

0984581877 (03)2943550 ventas@itcontrol.ec Veloz y Brill (Eco)		 it_Control		
PROFORMA N° it.Cam 1707				
Cliente :	Ing. Lilliam Parreño	Fono:	032 930 121 /0997879210	
Dirección:	Alausi	Email:	elrincondeisabel@yahoo.com	
Fecha:	26/01/2017			
DESCRIPCION		CANT	V. UNIT	V. TOTAL
Kit HD tri-ibrido Tecnología HD ISS-IT-4GH/AHD TVI-ECO 				
Modo de grabación: Manual, automática, detección de movimiento, detector. Monitor: en vivo, grabación, reproducción, backup y acciona remota. Operación remota: Monitor, reproducción, ajuste del sistema, descarga de archivos, información de registro		1	\$ 122,81	\$ 122,81
(1) Disco de 1TB Púrpura de Seguridad		1	\$ 109,65	\$ 109,65
Cámaras análogas HD 720P a 25 metros Dia/Noche Domo interiores		3	\$ 74,56	\$ 223,68
Video baluns (parejas)		3	\$ 16,50	\$ 49,50
Conectores Machos		3	\$ 1,50	\$ 4,50
Conectores Hembras		3	\$ 1,50	\$ 4,50
Adaptadores de energía		3	\$ 7,59	\$ 22,76
Instalación de cámaras de seguridad (No incluye cableado)		3	\$ 35,00	\$ 105,00
Cable FTP (para cámara exteriores) - <i>por confirmar en liquidación de materiales</i>				
Variedad de cámaras para diferentes propósitos, ideal para su proyecto			Subtotal	\$ 642,40
			IVA 14%	\$ 89,94
Condiciones:			TOTAL	\$ 732,34
<ul style="list-style-type: none"> * Garantía de 1 año - Certificado de Total Satisfacción por 30 días. * Entrada 60% Saldo contra entrega. * Tiempo estimado de entrega: 2 días (Alimentación del personal técnico a cargo del cliente) 				
Descuento especial				
Efectivo 12%		\$ 87,88	\$ 644,46	
Tarjeta 3%		\$ 21,97	\$ 710,37	
<i>Nota: Los materiales de instalación y equipos adicionales son detallados en liquidación posterior a la instalación realizada</i>				
Ing. Daysi Alvarez. S				
it_Control				
Telefono PBX: (032)943 550 ext 101 dalvarez@globaloffice.com.ec dalvarez@itcontrol.ec				

Fuente: It_Control.

Elaborado: Lilliam Parreño

Tabla N° 15. Proforma de Cerco Eléctrico

PROFORMA N° it.CE 170104												
Cliente :	Ing. Lilliam Parreño	Teléfono:	323025207									
Dirección:	Venezuela y Comandante Jimenez	Validez:	15 días									
Fecha:	10/01/2017	E-mail:	cburgos2738@hotmail.com									
DESCRIPCION	CANT	V. UNIT	V. TOTAL									
CERCO ELECTRICO DE 5 Hilos x metros Superficie Regular + desniveles + líneas adicionales Tubos Galvanizados , Pasantes, Templadores, Remaches de aluminio , Regatones oblicuos, Cable Acerado , remaches acerados, canaletas decorativas, Rótulos de advertencia.	10	\$ 16,23	\$ 162,28									
												
ENERGIZADOR 1.2 KMTS con control remoto Incluye: Bateria de 4 amp, Control remoto, Cable Gemelo N°14, Cable bujia (10 mtros), Sirena 20w + caja de protección	1	\$ 220,00	\$ 220,00									
												
Condiciones:		Subtotal	\$ 382,28									
<ul style="list-style-type: none"> * Garantía: de 1 año - Certificado de Total Satisfacción por 30 días. * Entrada 60%, Saldo contraentrega. * Proforma no incluye viáticos del personal técnico 		IVA 14%	\$ 53,52									
		TOTAL	\$ 435,80									
<i>Gracias por preferirnos...</i>												
Ing. Daysi Alvarez 	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">Descuento</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Efectivo 14%</td> <td>\$ 61,01</td> <td>\$ 374,79</td> </tr> <tr> <td>Tarjeta 3%</td> <td>\$ 13,07</td> <td>\$ 422,73</td> </tr> </tbody> </table>			Descuento			Efectivo 14%	\$ 61,01	\$ 374,79	Tarjeta 3%	\$ 13,07	\$ 422,73
Descuento												
Efectivo 14%	\$ 61,01	\$ 374,79										
Tarjeta 3%	\$ 13,07	\$ 422,73										
Teléfono PBX: (032)943 550 ext 101 dalvarez@globaloffice.com.ec												

Fuente: It_Control.
 Elaborado: Lilliam Parreño

Tabla N° 16.FODA Empresa It_Control

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
INTERNAS	<p>Ubicación.- Se considera estratégico, debido a que estamos en una zona de crecimiento continuo con la necesidad de tener un control de sus bienes inmuebles.</p> <p>Tecnología.- Siempre a la vanguardia de innovación, pues esta actividad lo requiere.</p> <p>Recursos Humanos.- Comprometido con los requerimientos de los clientes.</p> <p>Crédito.- Al tener el respaldo de Global Office, Cia. Ltda, se ha podido acceder a líneas de crédito directo con los proveedores de inventario.</p>	<p>Estructural.- Las áreas departamentales no están determinadas en base funciones y obligaciones.</p> <p>Capacitación.- Poca capacitación en video vigilancia, solo dependen de un técnico para este segmento.</p> <p>Carencia de Imagen Corporativa.- Al tener un poco más de un año en el mercado, la empresa no es conocida en el mercado local.</p> <p>Gestión de Cobranza.- No se cuenta con el personal especializado para efectuar esta gestión por lo que ha dificultado que se lo realice en el plazo establecido.</p>
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
EXTERNAS	<p>Ventas Potenciales.- Gracias a la actividad de la empresa Global Office, Cia. Ltda, se cuenta con la base de datos clientes distribuidores y corporativos.</p> <p>Nueva línea de negocio.- Según información de CEDATOS el 65% de las familias ecuatorianas ha sido víctima de la delincuencia, por ello la apertura a instalaciones de seguridad computarizada.</p> <p>Control vía Internet.- El sistema de seguridad a ser instalado, puede ser monitoreado y controlado desde cualquier lugar del mundo.</p>	<p>Riesgo del Inventario.- Al ser una actividad relacionada con el avance tecnológico, no se puede tener en stock varias cámaras, pues cada 3 meses existe innovación.</p> <p>Competencia Directa.- Existen empresas que ofertan estos servicios, a costos más bajos que los de la empresa It_Control, pero sin el servicio post-venta.</p> <p>Políticas Gubernamentales.- El establecer aranceles a equipos tecnológicos, que hace que los costos de los mismos suban.</p>

Fuente: It_Control.

Elaborado: Lilliam Parreño