

Tabla de Contenido

Introducción.....	1
Capítulo I.- Planteamiento Plan de Negocios.....	4
1.1 Propuesta de Negocio.....	4
1.1.1 Descripción de la Empresa	4
1.1.2 Descripción del Negocio	4
1.2 Preguntas Claves de Investigación.....	6
1.2.1 Pregunta principal	6
1.2.2 Preguntas específicas.....	6
1.3 Objetivos de la investigación	7
1.3.1 Objetivo general.....	7
1.3.2 Objetivos específicos	7
1.4 Alcance de la Propuesta	7
1.4.1 Justificación de la propuesta.....	7
1.5 Hipótesis	7
1.5.1 Resultados Esperados	7
1.6 Marco Conceptual.....	8
1.7 Metodología	8
Capitulo II.- Antecedentes y Estado del Arte	10
2.1 Descripción de la industria.....	10
2.1.1 Funcionamiento básico de una alarma de seguridad.....	10
2.1.2 Comunicación entre una alarma de seguridad y una central de monitoreo.....	11
2.1.3 Historia de los sistemas de alarmas monitoreadas en Chile.....	13
2.1.4 Cadena de distribución y categorización de los clientes.....	14
2.2 Análisis de las 5 fuerzas de Porter.....	17

2.2.1 Poder de negociación de los clientes.....	18
2.2.2 Poder de negociación de los proveedores	18
2.2.3 Amenaza de ingreso de nuevos competidores	19
2.2.4 Amenaza de productos sustitutos	20
2.2.5 Rivalidad Entre Competidores	21
2.2.6 Resumen y conclusiones del análisis de las 5 fuerzas de Porter.....	22
2.3 Análisis PESTEL	23
2.3.1 Factor Político	23
2.3.2 Factor Económico	24
2.3.3 Factor Socio Cultural	24
2.3.4 Factor Tecnológico	25
2.3.5 Factor Ecológico	27
2.3.6 Factor Legal	27
2.4 Conclusión Análisis Pestel y Context Canvas©	30
2.5 Estado actual de la empresa y el mercado.....	30
2.5.1 Historia y estado actual de la empresa ClickSolutions.....	30
2.5.2 Estado actual del servicio de monitoreo.....	31
2.6 Benchmarking: Principales competidores y sus ofertas técnico-comerciales.....	32
2.6.1 Benchmarking: Introducción.....	32
2.6.2 Conclusiones y Resultados del Benchmarking.	32
2.7 Nuevas tendencias tecnológicas del mercado de alarmas y seguridad electrónica.....	33
Capítulo III.- Análisis y Presentación de Resultados	35
3.1 Análisis de la Industria.....	35
3.1.1 Introducción del estudio de mercado	35
3.2 Mercado Potencial	35

3.3 Estrategia y Factibilidad	36
3.3.1 Instrumentos de recolección de información.....	36
3.3.1.1 Confección de la encuesta.....	36
3.3.2 Validez del estudio de mercado	37
3.3.3 Demografía del estudio.....	37
3.4.3.1 Clientela actual.....	40
3.4.3.2 Clientela antigua.....	44
3.4.3.3 Potenciales clientes de alarmas	46
3.4.4 Evaluación y Conclusiones Estudio de Mercado	50
3.5 Diseño técnico y comercial de una propuesta de solución para el servicio de monitoreo de alarmas	50
3.5.1 Elección técnica de los dispositivos a utilizar en las propiedades de los clientes	50
3.5.2 Diseño del equipamiento de sala de monitoreo	51
3.6 Balance Financiero de Operaciones	54
3.6.1 Costos del equipamiento de sala de monitoreo y operación mensual	54
3.6.2 Cálculo de recursos humanos requeridos para el proyecto	55
3.6.3 Cálculo de costos asociados por cliente y operación mensual recurrente	59
3.6.4 Cálculo de punto de equilibrio.....	62
3.7 Diseño de una oferta comercial.....	63
3.8 Plan de Marketing	63
3.9 Definición de STP	64
3.9.1 Segmentación y Targeting (focalización)	64
3.9.1.1 Geográfica.....	64
3.9.1.2 Socioeconómica	64

3.9.1.3 Por tipo de vivienda.....	65
3.9.1.4 Otras segmentaciones	65
3.9.1 Posicionamiento.....	66
3.10 Realización del análisis de las 7P (Marketing Mix).....	66
3.10.1 Producto.....	66
3.10.2 Precio.....	67
3.10.3 Plaza	67
3.10.4 Promoción.....	67
3.10.5 Procesos	68
3.10.6 Personas.....	69
3.10.7 Posicionamiento.....	69
3.11 Análisis FODA de la solución propuesta.....	69
3.12 Planes Pre- Operacional y Operacional.....	71
3.12.1 Plan Pre-Operacional.....	71
3.12.2 Plan Operacional	71
3.13 Plan Recursos humanos.....	74
3.14 Plan económico y financiero	75
3.14.1 Ingresos y costos	75
3.14.1.1 Ingresos	75
3.14.1.2 Costos Fijos.....	76
3.14.1.3 Costos Variables	77
3.14.1.4 Costos No Operacionales	77
3.14.2 Inversiones requeridas.....	77
3.14.2.1 Inversión inicial.....	77
3.14.2.2 Inversiones posteriores	78
3.14.2.3 Otras necesidades de financiamiento	78

3.14.3 Inversiones requeridas.....	78
3.14.4 Estados financieros proyectados	78
3.14.5 Indicadores financieros	79
3.14.5.1 WACC	80
3.14.5.2 VAN.....	81
3.14.5.3 TIR	82
Capítulo IV.- Conclusión	83
4.1 Conclusión	83
4.2 Recomendaciones	85
Bibliografía.....	86
Anexos	92
Anexo 1.- Benchmarking por Empresa.....	92
1.1.- Benchmarking: ADT.....	92
1.2.- Benchmarking: Verisure.....	98
1.3.- Benchmarking: Prosegur	109
1.4.- Benchmarking: TePillé	112
Anexo 2: Tabla Pago Crédito.....	115
Anexo 3: Simulación Flujo de caja a 60 meses.....	116