



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACION SOCIAL**

TEMA:

Propuesta para la creación de una empresa que fabrique botones de seguridad en la ciudad de Guayaquil.

AUTORES:

Espín Herrera, Ariel Fernando

Jácome Loja, Rebeca Catalina

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de

Licenciado en Emprendimiento e Innovación Social

TUTOR:

CPA. Vélez Barros, Cecilia, PhD.

Guayaquil, Ecuador

7 de septiembre del 2023



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA

CARRERA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACION SOCIAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Espín Herrera, Ariel Fernando y Jácome Loja, Rebeca Catalina** como requerimiento para la obtención del título de **Licenciatura en Emprendimiento e Innovación Social**.

TUTORA

f. _____

CPA. Vélez Barros, Cecilia, PhD.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth, Mgs.

Guayaquil, a los 14 del mes de agosto del año 2023



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACION SOCIAL
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Nosotros, **Espín Herrera, Ariel Fernando y Jácome Loja,
Rebeca Catalina**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación: **Propuesta para la creación de una empresa que fabrique botones de seguridad en la ciudad de Guayaquil**, previo a la obtención del título de **Licenciatura en Emprendimiento e Innovación Social**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 14 del mes de agosto del año 2023

LOS AUTORES

f.

Espín Herrera, Ariel Fernando

f.

Jácome Loja, Rebeca Catalina



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACION SOCIAL

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Espín Herrera, Ariel Fernando y Jácome Loja,**
Rebeca Catalina

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Propuesta para la creación de una empresa que fabrique botones de seguridad en la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 14 del mes de agosto del año 2023

LOS AUTORES

f.

Espín Herrera, Ariel Fernando

f.

Jácome Loja, Rebeca Catalina

COMPILATION



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magíster

TESIS FINAL ARIEL ESPIN-REBECA JACOME

4%
Similitudes



< 1% Texto entre comillas
< 1% similitudes entre comillas
1% Idioma no reconocido

Nombre del documento: TESIS FINAL ARIEL ESPIN-REBECA
JACOME.docx
ID del documento: 1ac9f59627c1f13454d0e8f795d74f84c607795d
Tamaño del documento original: 6,61 MB

Depositante: Cecilia Isabel Vélez Barros
Fecha de depósito: 27/8/2023
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 27/8/2023

Número de palabras: 21.780
Número de caracteres: 157.829

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.zendesk.com.mx Estrategia de marketing mix: qué es y para qué sirve https://www.zendesk.com.mx/blog/estrategia-marketing-mix/	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (81 palabras)
2	localhost Sistema de gestión de proyectos de investigación para el concurso TEC... http://localhost:8080/umbrales/2017/10/07/11/PEC_BDE_INGL_10_210.pdf	< 1%		

AGRADECIMIENTO

En este momento tan significativo para mí, me gustaría expresar mi sincero agradecimiento por todo el apoyo incondicional que han brindado a lo largo de esta etapa de mi vida académica y la realización de mi tesis.

En primer lugar, a mis amados padres, quiero expresarles mi profunda gratitud. Su amor, sacrificio y constante apoyo han sido fundamentales para mi éxito. Desde mi infancia hasta el día de hoy, han sido mi inspiración y mis guías. Gracias por creer en mí, por alentarme en cada paso del camino y por inculcarme los valores de perseverancia y dedicación. Su confianza en mis habilidades ha sido un motor impulsor en mi búsqueda de lograr mis metas académicas.

A mis estimados profesores, quiero agradecerles por su invaluable conocimiento y por el compromiso que han demostrado al impartir sus enseñanzas. Sus valiosas orientaciones, asesoramiento y retroalimentación han sido cruciales en el desarrollo de mis habilidades académicas y en la concreción de mi tesis. Su dedicación en transmitir su experiencia y su pasión por la educación han sido un factor determinante en mi crecimiento personal y profesional.

A mis amigos, quienes han sido mi apoyo incondicional y mis compañeros en este arduo viaje, muchas gracias. Sus palabras de aliento, su amistad y su disposición para escuchar y brindarme su ayuda han sido un gran respaldo en cada paso que he dado. Sus ánimos y celebraciones durante los momentos de éxito y su contención y apoyo en los momentos difíciles me han impulsado a continuar y a superar los obstáculos.

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo a nuestros queridos padres, quienes han sido nuestros pilares de apoyo incondicional durante todo este proceso. Su amor, aliento y sacrificio han sido fundamentales en nuestro crecimiento personal y académico. Gracias por estar siempre ahí, creyendo en nosotros y motivándonos a alcanzar nuestros sueños. Este logro también es suyo, ya que, sin su guía y amor, no habiéramos llegado hasta aquí. Les agradecemos profundamente por ser nuestros modelos por seguir y por enseñarnos el valor del esfuerzo, la dedicación y la perseverancia



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESAS
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN SOCIAL

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

CPA. Vélez Barros, Cecilia, PhD.

TUTORA

f. _____

Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth, Mgs.

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

Rosa Córdova, Margarita Zumba, PhD.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

ÍNDICE GENERAL

ABSTRACT	XIV
INTRODUCCIÓN.....	2
CAPÍTULO 1	4
1. Descripción de la Investigación	5
1.1 Tema – Título	5
1.2 Justificación.....	5
1.3 Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio	8
1.4 Planteamiento del Problema.....	8
1.5 Contextualización del Tema u Objeto de Estudio	9
1.6 Objetivos de la Investigación	11
1.6.1 Objetivo General	11
1.6.2 Objetivos Específicos	11
1.7 Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.	12
1.8 Fundamentación Teórica del Proyecto	13
1.8.1 Marco Referencial	13
1.8.2 Marco Teórico	15
1.8.3 Marco Conceptual	16
1.8.4 Marco Legal	18
1.9 Formulación de la hipótesis y/o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.....	22
CAPÍTULO 2	23
2. Descripción del Negocio	24
2.1 Análisis de la Oportunidad	24
2.1.1 Descripción de la Idea de Negocio: Modelo de negocio	24
2.2 Misión, Visión y Valores de la Empresa.....	25
2.3 Objetivos de la Empresa.....	27
2.3.1 Objetivo General	27
2.3.2 Objetivos Específicos	27
CAPÍTULO 3	28
3. Análisis de la Industria	29
3.1 PEST.....	29
3.2 Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimiento en la Industria	33
3.3 Análisis del Ciclo de Vida de la Industria.....	34
3.4 Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones	35
3.5 Análisis del mercado	37
3.5.1 Tipo de Competencia.....	37
3.5.2 Tamaño del mercado: TAM, SAM, SOM.	37

3.5.3	Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.....	38
3.5.4	Segmentación de Mercado.....	39
3.6	Matriz FODA.....	40
3.7	Investigación de Mercado.....	41
3.7.1	Método.....	41
3.7.2	Diseño de la Investigación.....	41
3.7.3	Conclusiones de la Investigación de Mercado.....	50
CAPÍTULO 4.....		52
4. Plan de Marketing.....		53
4.1	Objetivos: General y Específicos.....	53
4.1.1	Mercado Meta.....	53
4.2	Posicionamiento.....	55
4.3	Estrategias de Marketing Mix.....	55
4.3.1	Estrategia de Producto o Servicios.....	55
4.3.2	Estrategia de Precios.....	59
4.3.3	Estrategia de Plaza.....	60
4.3.4	Estrategias de Promoción.....	63
CAPÍTULO 5.....		66
5. Plan Operativo.....		67
5.1	Producción.....	67
5.1.1	Proceso Productivo.....	67
5.1.2	Flujogramas de procesos.....	68
5.1.3	Ubicación e Infraestructura.....	71
5.1.4	Mano de Obra.....	72
5.1.5	Capacidad Instalada.....	73
5.1.6	Presupuesto.....	74
5.2	Estructura Organizacional.....	75
5.2.1	Cargos y Perfiles del Equipo Gerencial.....	75
5.2.2	Organigrama.....	76
CAPÍTULO 6.....		77
6. Estudio Económico-Financiero-Tributario.....		78
6.1	Inversión Inicial.....	78
6.1.1	Tipo de Inversión.....	78
6.1.2	Financiamiento de la Inversión.....	80
6.1.3	Cronograma de inversiones.....	82
6.2	Análisis de Costos.....	82
6.2.1	Costos Fijos.....	82
6.2.2	Costos Variables.....	82
6.3	Capital de Trabajo.....	83
6.3.1	Gastos de Operación.....	83
6.3.2	Gastos Administrativos.....	83
6.3.3	Gastos de Ventas.....	84
6.3.4	Gastos Financieros.....	85

6.4	Análisis de Variables Críticas	85
6.4.1	Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.....	85
6.4.2	Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas ..	85
6.4.3	Análisis de Punto de Equilibrio	86
6.5	Estados Financieros proyectados	86
6.5.1	Balance General.....	86
6.5.2	Estado de Pérdidas y Ganancias	87
6.6	Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples....	89
6.6.1	Principales riesgos	89
6.6.2	Mitigación del riesgo	90
6.7	Razones Financieras.....	90
6.7.1	Liquidez	90
6.7.2	Gestión	90
6.7.3	Endeudamiento	91
6.7.4	Rentabilidad	91
6.8	Conclusiones del Estudio Financiero	91
6.9	CONCLUSIONES	93
6.10	RECOMENDACIONES	94
	Bibliografía.....	95
	ANEXOS	99

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Cantidad de homicidios por año.</i>	9
<i>Tabla 2 Accionistas</i>	21
<i>Tabla 3: Características de los competidores.</i>	38
<i>Tabla 4: Variables para segmentación</i>	39
<i>Tabla 5: FODA de Instant Security.</i>	40
<i>Tabla 6: Precios de la competencia.</i>	59
<i>Tabla 7: Cronograma de ejecución de marketing mensual</i>	64
<i>Tabla 8: Cronograma Presupuesto Promocional Mensual</i>	65
<i>Tabla 9: Mano de obra.</i>	72
<i>Tabla 10: Presupuesto de insumos mensuales.</i>	74
<i>Tabla 11 Inversión inicial.</i>	78
<i>Tabla 12 Inversión fija.</i>	79
<i>Tabla 13 Inversión diferida.</i>	79
<i>Tabla 14 Inversión corriente.</i>	80
<i>Tabla 15 Estructura de capital</i>	80
<i>Tabla 16 Tabla de amortización.</i>	81
<i>Tabla 17 Cronograma de inversiones</i>	82
<i>Tabla 18 Costos fijos</i>	82
<i>Tabla 19 Costos variables</i>	83
<i>Tabla 20 Capital de trabajo.</i>	83
<i>Tabla 21 Gasto de operación</i>	83
<i>Tabla 22 Gastos administrativos.</i>	84
<i>Tabla 23 Gastos de ventas</i>	84
<i>Tabla 24 Gasto financieros</i>	85

<i>Tabla 25 Mark up</i>	<i>85</i>
<i>Tabla 26 Pronóstico de ventas</i>	<i>85</i>
<i>Tabla 27 Pronóstico de costos.....</i>	<i>86</i>
<i>Tabla 28 Punto de equilibrio</i>	<i>86</i>
<i>Tabla 29 Balance General</i>	<i>87</i>
<i>Tabla 30 Estado de pérdidas y ganancias.....</i>	<i>87</i>
<i>Tabla 31 Flujo de caja proyectado</i>	<i>88</i>
<i>Tabla 32 Escenario múltiples</i>	<i>89</i>
<i>Tabla 33 Principales riesgos.....</i>	<i>89</i>
<i>Tabla 34 Mitigación de riesgo.....</i>	<i>90</i>
<i>Tabla 35 Liquidez.....</i>	<i>90</i>
<i>Tabla 36 Gestión.....</i>	<i>91</i>
<i>Tabla 37 Endeudamiento.....</i>	<i>91</i>
<i>Tabla 38 Rentabilidad.....</i>	<i>91</i>

RESUMEN

El presente trabajo de titulación analiza una propuesta para crear una empresa especializada en la producción de botones de seguridad para la ciudad de Guayaquil, Ecuador. El objetivo principal del proyecto es proporcionar al público soluciones efectivas y confiables para mejorar la seguridad y el bienestar de la población. Primero, se proporciona un análisis integral de la situación actual de la seguridad civil en Guayaquil. Está claro que los ciudadanos y los municipios están cada vez más preocupados por el alto nivel de criminalidad y la necesidad de implementar medidas preventivas y disuasorias. Se realiza un estudio de mercado detallado para estimar la demanda y el potencial de mercado de Botones de seguridad.

Con el análisis, se desarrolla un plan de negocios que incluye estructura organizacional, costos de producción, estrategias de marketing y ventas y proyecciones financieras. Las alianzas estratégicas con proveedores de materiales locales y el desarrollo de una estrategia de marca pueden ayudar a posicionar la marca de la empresa como sinónimo de calidad y confiabilidad. Luego se realiza el proceso de investigación y diseño para desarrollar un prototipo de botón de seguridad que cumpla con los estándares de calidad y funcionalidad requeridos. Para ello es necesario elegir el material adecuado y realizar una serie de pruebas y ajustes hasta conseguir el mejor resultado. Es necesario desarrollar una estrategia de marketing, que incluya identificar clientes potenciales, asistir a ferias y exposiciones e implementar un sistema de distribución eficaz. Desarrollar planes de seguimiento y atención al cliente para garantizar una experiencia positiva y satisfactoria.

Palabras Claves: Seguridad, Robos, Hurtos, Fuerzas Policial, Botones de pánico, Vida.

ABSTRACT

The following degree project analyze a business proposal to create a company at the production of security buttons for the city of Guayaquil, Ecuador. The main objective of the project is to provide the public with effective and reliable solutions to improve the security and well-being of the population. First, a comprehensive analysis of the current civil security situation in Guayaquil is provided. Citizens and municipalities are increasingly concerned about the high level of crime and the need to implement preventive and deterrent measures. A detailed market study is then carried out to estimate the demand and market potential for Security Buttons. Collect demographic data, crime statistics and conduct surveys and interviews with target groups. The results obtained indicate a high level of acceptance and interest in the purchase of these security devices.

Based on this analysis, a business plan is developed that includes organizational structure, production costs, marketing and sales strategies and financial projections. Strategic alliances with local material suppliers and the development of a branding strategy can help position the company's brand as synonymous with quality and reliability. The research and design process is then undertaken to develop a prototype security button that meets the required standards of quality and functionality. This involves choosing the right material and carrying out a series of tests and adjustments until the best result is achieved. A marketing strategy needs to be developed, including identifying potential customers, attending trade fairs and exhibitions, and implementing an effective distribution system. Develop customer care and follow-up plans to ensure a positive and satisfactory experience.

Key words: Security, Stealing, theft, Police Force, Panic Buttons, Life.

INTRODUCCIÓN

La delincuencia es un problema en muchas ciudades del mundo, incluyendo Guayaquil-Ecuador. Aunque la tasa de criminalidad en Guayaquil ha disminuido en los últimos años, todavía existen ciertos delitos que son comunes en la ciudad, como el robo a mano armada, el robo de vehículos, la extorsión, la violencia de pandillas y el tráfico de drogas.

Las autoridades locales han implementado diversas medidas para tratar de combatir la delincuencia en Guayaquil, incluyendo el aumento de la presencia policial en las calles.

Los problemas de seguridad que surgen hoy en nuestro entorno y tiempo es la sociedad misma la causante, porque allí, es donde los miembros de esta sociedad comienzan a desintegrarse. Sociedad sin siquiera darle la oportunidad a los individuos de ser un miembro válido, productivo, que contribuye a la tarea general principalmente a la falta de empleo y medios de supervivencia. Uno de los objetivos es investigar directamente en Guayaquil el crimen que se apodera de ciudad, identificando los sectores o lugares con mayor frecuencia de delincuencia y hacerlo más seguro con un producto novedoso y sigiloso.

La delincuencia es un problema social que ha afectado a Guayaquil y sus habitantes durante décadas. Esta ciudad es conocida por ser la más grande y poblada de Ecuador, con una amplia diversidad cultural, económica y social. Sin embargo, también es conocido por tener altos índices de criminalidad, lo que ha generado preocupación en la sociedad y en las autoridades encargadas de la seguridad ciudadana (Zibell, 2022).

La delincuencia en Guayaquil se manifiesta en diferentes formas, desde robos y hurtos, hasta secuestros y homicidios. Estos actos delictivos no sólo descienden a los ciudadanos comunes, sino también a las empresas, los comercios y los turistas que visitan la ciudad. Esta problemática ha generado una sensación de inseguridad y temor en la población, lo que ha llevado a la demanda de elementos o equipos electrónicos de

seguridad. Para ello, se realiza la presente investigación de Propuesta para la creación de empresa que fabrique botones de seguridad en la ciudad de Guayaquil. El estudio está organizado bajo el siguiente esquema.

Capítulo I se realiza una revisión bibliográfica sobre el fenómeno estudiado, asimismo, se desarrollan aspectos legales y la delimitación de la problemática.

Capítulo II se desarrolla la propuesta de negocio a partir del análisis de la oportunidad.

Capítulo III se realiza un análisis del entorno tanto interno como externo de la empresa, también se desarrolla una investigación de mercado para conocer los factores que influyen en la propuesta.

Capítulo IV se diseña un plan de marketing por medio de estrategias que logren posicionar la marca de la empresa en el mercado.

Capítulo V se desarrolla un plan operativo del proceso de fabricación para establecer actividades que agreguen valor.

Capítulo VI se determina la factibilidad de la propuesta por medio un análisis financiero.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1. Descripción de la Investigación

1.1 Tema – Título

“Propuesta para la creación de empresa que fabrique botones de seguridad para Guayaquil.”

1.2 Justificación

En la actualidad las personas en Guayaquil se enfrentan diariamente con la muerte, los robos, los estafadores, los asaltos y últimamente las extorsiones o vacunas.

Según los datos disponibles, Ecuador podría ocupar la quinta posición en la lista, aunque aún queda por confirmar la tasa de Belice, de acuerdo con Primicias, se dice que, en Ecuador, el incremento de la violencia criminal, reflejada en las muertes violentas, sería la respuesta de los grupos de delincuencia organizada frente a las acciones de las fuerzas de seguridad que buscan contener la penetración del narcotráfico en el país, según la versión gubernamental (Infobae, 2023).

La ola de violencia ha generado un marcado despunte en el número de asesinatos en el país. En 2021, la tasa de homicidios intencionales alcanzó el 14,04 por cada 100 000 personas (la mayor desde 2011), en comparación con una tasa de 7,8 en 2020. Estas cifras han continuado aumentando en 2022. La zona del país más violenta es la que aglutina a los cantones de Guayaquil, Durán y Samborondón. La misma vio 53 asesinatos entre enero y febrero de 2021 y 162 en el mismo periodo de 2022 (Datosmacro, 2021).

Figura 1: Violencia en Ecuador. Tomado de PRIMICIAS SEC. (2023). Obtenido de PRIMICIAS EC.

Violencia en Ecuador persiste durante primera semana de 2023



Actualmente no deja de a ver un día en que el Ecuador ocurran sucesos catastróficos por crímenes violentos ya que con esto se pueden contar hasta una docena de muertes en Ecuador y se pueden encontrar estos hechos en todo el Ecuador y se expande en zonas como Duran, Manta, Quevedo, Quito. Estos ataques suelen ser a cualquier hora del día a día, en donde varios tipos de criminales como por ejemplo los sicarios o atentados con bombas suelen rondar por las calles, con los objetivos desde una simple tienda hasta un centro judicial donde se lleva al cabo audiencias y las víctimas en su mayoría incluyen niños.

Retrocederemos y veremos el desarrollo o la evolución de las personas desde el núcleo familiar. Es ahí sus primeras palabras, sus primeros pasos y valores. Ahora bien, no se pueden evaluar igual, ni ver de la misma forma. Cada uno en su distinto ambiente o escenario carece de algo que lo lleva al punto de cometer un delito. (Morales, 2015)

Los jóvenes con la falta de acceso a las oportunidades, la deserción escolar, la desintegración familiar, el consumo de sustancias ilícitas y el alcohol se ven encaminado a caer en la delincuencia con el fin de satisfacer sus necesidades. (Morales, 2015)

La delincuencia que se produce en las calles o barrios es producto de un grupo de delincuentes o pandillas, que se convierte en un problema serio tanto para las autoridades competentes como los ciudadanos. La participación de jóvenes adolescentes se da por una deserción escolar alta y al igual que el

problema en el núcleo familiar y esto lo vuelve vulnerables a ingresar al mundo de la delincuencia.

La presente investigación se relaciona con la Tecnología y sistemas productivos y a su vez con la economía para el desarrollo social y empresarial. (para el desarrollo de una buena economía y financiamiento para los equipos), la presente investigación se relaciona con los modelos de desarrollo económico que Abarca investigaciones sobre los variados modelos económicos, sean estos conceptuales, matemáticos, estadísticos, que son utilizados para los sistemas económicos y realizar predicciones.

También está relacionado con la organización y gestión de la empresa, que es la organización de la empresa, la herramienta de gestión más importante, y si se aprecia bien puede hacer que la empresa sea competitiva, siempre que exista una división del trabajo. Dinámico, colaborativo, fomentando la innovación y la creatividad. El propósito de esta línea es marcar la dirección y el rumbo futuro de la empresa. Es responsable de coordinar y combinar los recursos materiales y humanos para poner orden en la organización. La gerencia es responsable de planificar el futuro de la empresa con una perspectiva a largo plazo. Para ello, se encarga de coordinar e integrar los medios materiales y humanos que componen la empresa. Por tanto, implica la realización de acciones conjuntas de los diversos componentes de la empresa que les den objetivos y valores comunes. Para lograr esto, la gerencia debe realizar las funciones de control de la empresa en las áreas relevantes de planificación, organización, gestión del talento y gestión de marketing, ventas, operaciones, marketing, etc.

Adicional, la puesta la práctica de los conocimientos adquiridos en la Carrera de Emprendimiento en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG) mediante el análisis mercado, planes estratégicos y financiero de la propuesta, además este estudio busca ser referente para otras investigaciones.

1.3 Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio

La presente investigación se realizó entre el periodo de mayo hasta agosto de 2023 en la ciudad de Guayaquil tomando en cuenta las zonas o sectores más peligrosos y habitados como se muestra en la Figura 2. Para ello, se desarrolla la investigación considerando aspectos tales como: legal, marketing, financiero, dando soporte a la propuesta de la investigación.

Figura 2: Violencia por sector. Tomado de Primicias. (07 de 06 de 2023). Obtenido de PRIMICIAS EC:



1.4 Planteamiento del Problema

¿Qué está pasando actualmente en Guayaquil? En la fecha del 1 de enero y el 23 de abril del 2023 el distrito de guayaquil metropolitano pudo capturar una cifra de 729 casos de muertes, en donde podemos comparar el mismo periodo del año 2022 donde se reportó incluso 437 casos de muertes. Si analizamos existe un incremento del 66.82%

Tal como se muestra en la Figura 3 y Tabla 1, con 100 muertes violentas, enero de 2022 ya triplicó la cifra de este tipo de muertes respecto de años anteriores. En 2010 por ejemplo, a inicios del proceso de zonificación, se reportaron en el primer mes del año 61 muertes violentas. Para enero de 2019, en tiempos de prepandemia covid-19, se había reducido a solo 18 asesinatos (Primicias, 2023).

Figura 3: Homicidios intencionales en Ecuador Tomado de Primicias. (07 de 06 de 2023). Obtenido de PRIMICIAS EC.

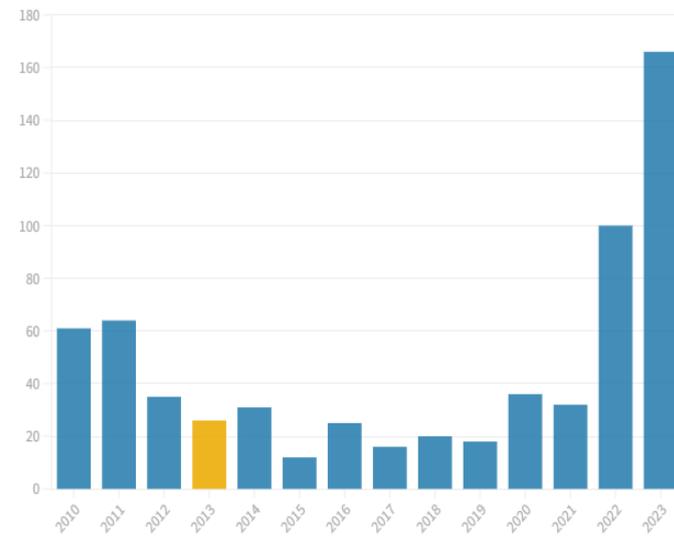


Tabla 1:

Cantidad de homicidios por año.

Año	Cantidad
2010	60
2011	61
2012	40
2013	30

Nota: Tomado de Primicias. (07 de 06 de 2023). Obtenido de PRIMICIAS EC:

1.5 Contextualización del Tema u Objeto de Estudio

La investigación se contextualiza en el Plan de Creación de Oportunidades en el eje primero de Economía y generación de empleo (Secretaría Nacional de Planificación, SNP, 2021). El busca promover la inversión y generación de

emprendimiento y empleo a través de políticas económicas y tributarias. También este objetivo plantea la importancia del capital humano y mejora de la capacidades. Además, estudio se contextualiza con los objetivos del SINDE de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Específicamente con:

- Generar actividades relacionadas a la innovación y el emprendimiento que den respuestas a las necesidades del Subsistema de Investigación del Conocimiento, el Vicerrectorado de investigación y Posgrado, a la comunidad universitaria, y la sociedad en general, aprovechando sus estructura constitutiva (UCSG, 2023).

La delincuencia violenta se ha incrementado en Ecuador en las últimas semanas, particularmente en las ciudades de Quito y Guayaquil. Alrededor del 80% de los asesinatos en el país andino están relacionados con drogas ilegales, según funcionarios encargados de hacer cumplir la ley. ¿Qué están haciendo el presidente Guillermo Lasso y las fuerzas de seguridad para frenar la creciente violencia en el país? ¿Cómo han afectado las preocupaciones de seguridad la percepción pública de la administración Russo, que se acerca a su primer aniversario en mayo?

La violencia criminal en Ecuador está aumentando peligrosa y aparentemente sin fin. Después de una década violenta, la tasa de homicidios en 2021 es de más de 14 por cada 100.000 habitantes, más de 8 puntos porcentuales más que en 2018. El número de asesinatos en enero de 2022 se ha triplicado en comparación con enero de 2021. La policía ecuatoriana afirma que el 80% de los delitos son el resultado de disputas entre pandillas por el control territorial del micro y narcotráfico de estupefacientes. En consecuencia, la delincuencia y la inseguridad se han convertido en grandes problemas para los ecuatorianos. A nivel gubernamental, la guerra contra las drogas se ha convertido en una estrategia clave para enfrentar el problema. Pero el historial de incautaciones del gobierno en 2021 contrasta fuertemente con el alto número de muertos que ha causado esta guerra.

Eje de seguridad integral

Lo que se buscó en esta investigación es dar una solución al problema actual por el que pase Guayaquil que es la inseguridad a nivel local donde cada día sufren más pérdidas, más robos, más asesinatos, con el fin de disminuir el porcentaje de peligro por el cual está pasando Guayaquil y se relaciona con el Eje de Seguridad integral ya que nos habla sobre la defensa nacional, en donde la protección interna y el orden público son una competencia con gran exclusividad en el estado que asegura una relación pacífica y totalmente segura hacia los ciudadanos. Esto previo tiene el fin de poder evitar toda forma de violencia y la posible discriminación, ya que con esta seguridad integral lo que busca es poder garantizar una protección de los derechos de las personas mediante acciones legales y políticas.

1.6 Objetivos de la Investigación

1.6.1 Objetivo General

Determinar la factibilidad y viabilidad de la propuesta para la creación de una empresa que fabrique botones de seguridad para Guayaquil.

1.6.2 Objetivos Específicos

- Realizar una revisión bibliográfica sobre el fenómeno estudiado a fin de conocer el contexto de la problemática.
- Analizar la oportunidad de mercado a fin de determinar la propuesta de valor y descripción de la idea de negocio.
- Analizar el contexto interno y externo de la empresa con el fin de determinar factores influyentes en el comportamiento de compra y los cambios el entorno.

- Diseñar un plan de marketing por medio de estrategias con el fin de lograr un posicionamiento eficaz.
- Diseñar un plan operativo con actividades y procesos que agreguen valor al producto.
- Realizar un análisis financiero a través de estructuras financieras con el fin de conocer la viabilidad de la propuesta.

1.7 Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.

Esta es un tipo de investigación aplicada conocida como “investigación práctica o empírica”, la cual se caracteriza por la búsqueda de la aplicación o aprovechamiento de los conocimientos adquiridos, mientras que el resto del conocimiento se obtiene luego de la implementación y sistematización de la práctica basada en la investigación.

Para implementar los botones de seguridad para las personas de bajo y medio recursos económicos. Según el alcance la investigación es exploratoria, que consta de darnos una referencia de la temática escogida, como descriptiva, que buscan desarrollar una imagen o fiel representación del fenómeno estudiado a partir de sus características (Grajales, 2000), porque se busca identificar de manera concisa la necesidad del público al que va dirigido, indagando a fondo la cantidad de personas que requieren seguridad, pero no cuentan con grandes recursos económicos.

Siguiendo enfoque de la investigación resulta en un enfoque mixto; es decir, cualitativa orientándose a la producción de datos descriptivos, como son las palabras y los discursos de las personas, quienes los expresan de forma hablada y escrita, además, de la conducta observable (Taylor, S.J. & Bogdan R, 1986) y cuantitativa, en donde se basan en teorías que ya existen a partir de una hipótesis

que nacen de la idea, donde es necesario captar una muestra y que esta sea en forma aleatoria, pero que sea representativa de una población de estudio.

1.8 Fundamentación Teórica del Proyecto

1.8.1 Marco Referencial

La presente investigación sustenta su teoría en investigaciones que se han generado en los últimos años; durante el proceso de investigación del tema se identificó diferentes estudios recopilando investigaciones, las cuales sirvieron como guía para el correcto planteamiento de la idea.

Según Leon (2019) en su proyecto de investigación “Diseño de un botón de pánico para adultos para el monitoreo a través del sistema ECU911.” Realizo un estudio exhaustivo del sector en donde se centra su proyecto en donde nos indica que actualmente en el Ecuador aumento el número de denuncias sobre temas de desaparición de personas en un rango de edad aleatorio sin especificaciones de una edad exacta, pero a su vez se observan datos estadísticos presentados en el 911, en donde podemos tomar en cuenta que la edad de estas personas que más sufren de este caso son las de 45 años en adelante, lo cual en este proyecto se propone un diseño del prototipo con un botón de pánico en donde este mismo requiera el servicio de auxilio del 911, con las coordenadas actuales de las personas, en donde será vigilada las 24 horas del día por cualquier caso de emergencia que se presente al usuario.

Actualmente existen dispositivos en el mercado, pero el inconveniente de esos es que no están diseñados acorde a las necesidades del usuario y que por ende tiene un precio muy elevado y es un poco menos accesible para ciertas personas familiares.

En estadísticas encontradas, Ecuador sufre una espiral grave sobre la actual delincuencia durante los últimos 20 meses, incluso en el 2022 llego a la

conclusión que el registro de la violencia, que tuvo una tasa de 25 homicidios por cada 100.000 personas no ha mejorado en este 2023. con esto concluyó que el sistema de pánico es bastante efectivo respecto a los tiempos de respuesta puesto que no existe retardo al momento de enviar alguna notificación desde el celular inteligente hacia el servidor de la UDLA, también al no ser un proyecto de recaudación monetaria obtuvo un gran impacto social ya que el poder tener un aparato o poder evitar que las cosas se lleguen a robar o perder fue algo muy llamativo para la mayoría de las personas.

Otros estudios realizados fueron de la autora Guamán (2020) con el proyecto de “Desarrollo de un botón de socorro en una plataforma móvil” donde se relata sobre la inseguridad en general que se ha convertido en uno de los principales problemas de la ciudad de Quito. Menciona que existen varios tipos de emergencias como maltrato familiar, maltrato infantil, robos en locales comerciales, secuestros, acosos, etc. Por otro lado, la poca eficacia a la atención de los llamados de emergencia por parte de la policía ha generado en los ciudadanos un efecto de inseguridad constante dentro y fuera de su domicilio. En la actualidad los dispositivos móviles han brindado un impacto positivo en dicha sociedad, su uso hoy en día no tiene límite de edad, lo que permite una fácil adaptación a aplicaciones con finalidades ilimitadas. Dicho trabajo se centra en la seguridad de los ciudadanos en la ciudad de Quito, y tiene como objetivo principal mejorar la eficacia en la atención a los llamados de emergencia mediante la elaboración de un botón de pánico.

Se concluyó que el proyecto tiene potencial, pero los recursos tales como la parte del software se pueden observar que en su mayoría son de adquisición gratuita a lo cual no presenta gran dificultad para su obtención en la parte del hardware son características mínimas y capaces de adaptarse a un equipo si se es necesario por lo cual no es necesario presentar inconvenientes y se puede determinar la factibilidad de la idea.

1.8.2 Marco Teórico

Emprendimiento

Proceso por el cual se identifica, donde se crea y se pone en acción una nueva idea o proyecto con el fin de poder generar un valor hacia las personas.

Innovación

Creación, desarrollo y la puesta en marcha de ideas nuevas o que sean aun mejores que crean valor. Donde esto implica varios cambios y ajustes a los productos, los servicios o los procesos del negocio en donde se pueda satisfacer un problema del mercado de una forma fácil y efectiva.

Adaptabilidad

Capacidad que tiene una idea o proyecto para poder crecer o expandirse de una forma eficaz e incluso con desafíos que sirven en el momento, sea esto algo personal, profesional o incluso empresarial. Donde esto nos hace ser flexibles, pero abiertos al poder aprender del error o los problemas y poder tomar acción inmediata a situaciones de problemas.

Paciencia

Es la capacidad de una persona en saber manejarse bajo presión a dificultades o contratiempo sin poder perder la calma o la motivación necesaria para poder mantener un positivismo en situaciones que lo requieran.

Escalabilidad

Capacidad que tiene un proyecto o negocio en poder crecer y poder abrirse al mercado de una forma efectiva.

Plan de Seguridad Integral

Busca crear las condiciones adecuadas, que faciliten la toma anticipada de decisiones y permitan que la seguridad en el país alcance un estado final deseado.

1.8.3 Marco Conceptual

¿Qué es un plan de negocios?

Estrategia documentada sobre los objetivos y planes de una empresa. Describe el plan de comercialización, proyecciones financieras, investigación de mercado, propósito comercial y la declaración de misión. También puede incluir el personal clave para lograr los objetivos y un cronograma.

¿Qué es protección?

Acción de resguardar a alguna persona, objeto, animal, situación, etc. con el fin de que no sufra daño. Pero también con esta palabra se hace referencia a lo que ejerce la acción de proteger.

¿Por qué se considera importante un plan de negocios?

Es importante el plan de negocio ya que es una herramienta fundamental para un emprendedor ya que nos ayuda con la definición de la visión y objetivos, nos ayuda a evaluar la viabilidad del negocio, también facilita la obtención de un financiamiento, nos brinda estrategias para el negocio, nos permite un monitoreo y mejora continua en nuestro negocio. Con lo que es un elemento fundamental para el éxito y para que el negocio sea sostenible.

Estructura de un plan de negocio

Resumen ejecutivo

El resumen ejecutivo es un recorte de los aspectos que tiene más importantes del proyecto o la idea, plan o un informe. Que nos ayuda a obtener una breve descripción generalizada de los objetivos, los resultados y las estrategias. Con la finalidad de poder captar a los lectores y poder darles una visión general, concisa y clara.

Análisis interno

Es un método detallado o en otras palabras es el FODA de la empresa o la organización. En donde este análisis se obtiene para poder obtener la posición interna que se encuentra la empresa a través de una evaluación y al mismo tiempo poder identificar áreas en donde se puedan realizar mejores o encontrar ventajas competitivas.

Estudio de mercado

Recopilación y análisis relevante de información, donde se detalla la operabilidad de la empresa en el mercado. A su vez este método también incluye un análisis de la demanda, el público objetivo, tendencias, precios y varios factores relacionados a la empresa con el fin de poder obtener decisiones informadas.

Plan de operaciones

Este plan es un documento detallado en donde nos proporciona información en la cual se llevarán al cabo una serie de actividades y procesos necesarios para que la idea, proyecto o negocio se lleve al cabo de la mejor manera. Esto nos incluye aspectos relevantes como por ejemplo una planificación de producción, temas relacionados con el inventario, cadenas de distribución, operaciones diarias entre otros.

1.8.4 Marco Legal

Para poder realizar el botón de seguridad hay que tomar en cuenta las siguientes normativas:

- Constitución de la república Art. 85, 163, 227

Art. 85.- La formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas y servicios públicos que garanticen los derechos reconocidos por la Constitución, se regularán de acuerdo con las siguientes disposiciones:

1. Las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos se orientarán a hacer efectivos el buen vivir y todos los derechos, y se formularán a partir del principio de solidaridad.
2. Sin perjuicio de la prevalencia del interés general sobre el interés particular, cuando los efectos de la ejecución de las políticas públicas o prestación de bienes o servicios públicos vulneren o amenacen con vulnerar derechos constitucionales, la política o prestación deberá reformularse o se adoptarán medidas alternativas que concilien los derechos en conflicto.
3. El Estado garantizará la distribución equitativa y solidaria del presupuesto para la ejecución de las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos. En la formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios (Constitución de la república del Ecuador, 2008).

Art. 163.- La Policía Nacional es una institución estatal de carácter civil, armada, técnica, jerarquizada, disciplinada, profesional y altamente especializada, cuya misión es atender la seguridad ciudadana y el orden público, y proteger el libre ejercicio de los derechos y la seguridad de las personas dentro del territorio nacional. Los miembros de la Policía Nacional tendrán una formación basada en derechos humanos, investigación especializada, prevención, control y prevención del delito y utilización de medios de disuasión y conciliación como alternativas al uso de la fuerza. Para el desarrollo de sus tareas la Policía Nacional coordinará sus

funciones con los diferentes niveles de gobiernos autónomos descentralizados (Constitución de la república del Ecuador, 2008)

Art. 227.- La administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación (Constitución de la república del Ecuador, 2008).

- Plan Nacional del Buen Vivir, objetivo 6

Objetivo 6. Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas

- Ley de Seguridad Pública y del Estado

Art. 5.- Del sistema de seguridad pública y del Estado. - El sistema de seguridad pública y del Estado está conformado por la Presidencia de la República, quien lo dirige, las entidades públicas, las políticas, los planes, las normas, los recursos y los procedimientos, con sus interrelaciones, definidos para cumplir con el objeto de la presente ley; y, las organizaciones de la sociedad que coadyuven a la seguridad ciudadana y del Estado. Los organismos e instituciones responsables del Sistema de Seguridad Pública y del Estado están sujetos al control de los organismos superiores de las funciones del Estado, legislativo, judicial y de Control y Transparencia social (Asamblea Nacional, 2014).

- Ley orgánica de la Policía Nacional

Art. 2.- La Policía Nacional es una Institución profesional y técnica, depende del Ministerio de Gobierno, con personería jurídica, autonomía administrativa y financiera, organizada bajo el sistema jerárquico disciplinario, centralizada y única. Tiene por misión fundamental garantizar el orden interno y la seguridad individual y social. El personal que la conforma, así como sus organismos, se sujetarán a la presente Ley, a la Ley de Personal de la Policía Nacional y más legislación especial.

Se constituirá, además, fuerza auxiliar de las Fuerzas Armadas, de conformidad con lo dispuesto en la Constitución Política de la República y en la Ley de Seguridad Nacional (Congreso Nacional, 2008).

1.8.4.1 Aspecto Societario de la Empresa

1.8.4.1.1 Generalidades (Tipo de Empresa)

La razón social con la cual se denominará a la empresa Instant Security S.A.S. (Sociedad Anónima Simplificada), considerando que su actividad se enfoca en la creación de un botón de seguridad a través de los distritos establecidos en la ordenanza municipal. Condensándose como una S.A.S por medio de la Ley Modelo sobre la Sociedad por Acciones Simplificadas.

1.8.4.2 Fundación de la Empresa

Instant Security estará registrada por medio del Registro Mercantil de la ciudad de Guayaquil con base al artículo #5 de la Ley Modelo sobre la Sociedad por Acciones Simplificada.

Art. 5. Contenido del Documento de Constitución. - La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, en el cual se expresará cuando menos lo siguiente:

1. Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas
2. Nombre de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
3. El domicilio de la sociedad
4. El término de duración, si éste no fuere indefinido

5. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita, con ánimo de lucro.
6. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse
7. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos una persona encargada de representar a la sociedad ante terceros o representante legal.

En ningún caso se exigirá el requisito de escritura pública o cualquier otra formalidad adicional, para la constitución de la sociedad por acciones simplificada (Asamblea General , 2017).

1.8.4.3 Capital Social, Acciones y Participaciones

Instant Security ha establecido que la empresa requiere un capital social que sea óptimo siendo necesario el valor de \$1000. El valor marcado en las acciones de la empresa, es decir, 1000 acciones se verán evidenciado en la cantidad igual del valor del capital social de Instant Security teniendo un precio de \$1 cada acción. A continuación, se detalla el porcentaje y número de acciones.

Tabla 2
Accionistas

Accionistas	Aportes	Número de Acciones	% Participación
Ariel Espín	\$400	400	40%
Rebeca Jácome	\$400	400	40%
Jaime Villavicencio	\$200	200	20%
Total	\$1000	1000	100%

1.8.4.4 Permisos

La empresa Instant Security al ser una empresa que se dedicará a la creación de botones de seguridad en la ciudad de Guayaquil debe obtener permisos para que los camiones distribuidos no se vean afectados por autoridades municipales o viales, siempre y cuando cada camión distribuido cuente con los requisitos establecidos por la Alcaldía de Guayaquil.

1.9 Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.

Las preguntas de la investigación de las cuales se establecerán los objetivos son:

- ¿Será factible realizar la investigación de mercado que permita conocer los factores que influyen en el comportamiento de compra?

- ¿Cuál es el marco normativo para una propuesta de negocio de botones de seguridad?

- ¿Cuáles estrategias de marketing permitirán lograr un posicionamiento de marca de forma eficiente?

- ¿Cuáles procesos y actividades generarán valor agregado al producto?

- ¿El estudio financiero reflejara la viabilidad de la propuesta desarrollada?

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN	DEL
NEGOCIO	

2. Descripción del Negocio

2.1 Análisis de la Oportunidad

El análisis de la oportunidad es uno de los pasos de mayor importancia en el momento que un emprendedor quiere poner en marcha su negocio. Muchos emprendedores se les dificulta reconocer o captar una oportunidad incluso cuando el problema es bastante claro. Sin embargo, es importante que un emprendedor sea capaz de poder identificar y dar solución a cualquier oportunidad de negocio que tengamos en nuestras posibilidades de realizar (IEBS, 2020).

La propuesta aprovecha la oportunidad de crear un negocio debido a la inseguridad por la que esta pasando actualmente Guayaquil y en especial en sectores como Durán y Sauces hace que el proyecto sea viable puesto que ayuda a mejorar la problemática y a su vez ayuda a crear un incentivo económico al proyecto del botón de seguridad. La población general en la ciudad de Guayaquil es de 2'698.077 habitantes considerando que dentro de esta cantidad de personas solo los que tengan entre 25 años y más podrán ser partidarios de poder adquirir un botón de seguridad puesto que entre ese rango de edad son personas con mayor seriedad al momento de adquirir un botón de uso extremadamente delicado.

Los botones de seguridad van dirigido a las personas de 25 a más años siendo un publico de 2.698.007 personas en este rango pero nos enfocaremos solo en la ciudad de Guayaquil en sectores como Durán y Sauces lo que lo convierte en un 600.000 de personas que están en el rango, sin embargo, se estima que sólo podra adquirir el producto siendo un total de 60.000 personas (GEM Ecuador, 2019).

2.1.1 Descripción de la Idea de Negocio: Modelo de negocio

La idea es crear una empresa que brinde botones de seguridad para todo tipo de personas de bajo, medio y alto recursos económico para poder reducir el porcentaje robos, los asaltos, las muertes en la mayoría de los sectores.

Con el fin de que las personas que salgan de casa se sientan seguras y sin problemas al salir ya que gracias a la delincuencia que hoy en día se vive en Guayaquil mucha gente decide no salir, decide hacer todo en línea con esto se puede aumentar el porcentaje de seguridad en las personas y que sepan que pueden ir seguros a cualquier lado.

Figura 4: Lienzo de modelo de negocio

Problem Aumento de muertes Crecimiento del 25% Inseguridad	Solution Previene lugares peligrosos Notifica al 911 y UPC	Unique Value Proposition Mejora la seguridad de las personas al momento de ir a algún lugar llevando consigo un producto que les puede salvar la vida	Unfair Advantage Facil de transportar Eficaz Difícil de detectar por ladrones	Customer Segments Gente de 15 a 65 años que vivan en zonas peligrosas
Existing Alternatives Evitan salir Llamando al 911 Buscan ayuda cercana	Key Metrics Ventas mensuales Suscripciones Clientes mensuales	High-Level Concept Instant security = Virtual UPC	Channels Whatsapp Local físico Venta online	Early Adopters - Personas de 15 a 65 años - Trabajos en zonas peligrosas. - Horarios de salida tarde
Cost Structure Empleados Publicidad en redes sociales Mantenimientos mensual de la app		Revenue Structure Pago por compra del producto Suscripciones mensuales Renovaciones de equipo en hogar		

2.2 Misión, Visión y Valores de la Empresa

Misión

Ofertar un producto de seguridad confiable, portable y cómodo de calidad que brinde seguridad en momentos de peligrosidad.

Visión

Ser una de las primeras opciones en seguridad para las personas y prevenir la mayor cantidad de accidentes, robos.

Valores de la empresa

Honestidad

Ser honestos con nuestros clientes mostrando la eficacia y funcionalidad nuestro producto.

Confidencialidad

Resguardar la información personal de cada cliente que adquiera el botón de seguridad; sus datos como nombre, dirección, entre otros.

Trabajo en equipo.

Trabajar en equipo para lograr las metas y reducir el porcentaje de robos en la ciudad de Guayaquil.

Servicio y protección.

Ofrecer a los ciudadanos una buena calidad de servicio y la protección con un buen producto portátil.

Compromiso con los resultados.

Ser nítidos y transparentes en logros y metas de la empresa, viendo siempre diferentes formas seguir obteniendo resultados positivos.

Responsabilidad

Ejecutar con cada objetivo planteado para cumplir con las metas de la empresa.

Integridad.

Ser siempre una empresa que cumpla con todos sus valores hacia nuestros clientes para ofrecer la mejor calidad de servicios posible.

2.3 Objetivos de la Empresa

2.3.1 Objetivo General

Ofrecer un producto de seguridad confiable, cómodo y ligero que brinde soporte a nuestros clientes en momentos de peligrosidad.

2.3.2 Objetivos Específicos

- Aumentar en 1% la participación de mercado en la empresa para el segundo año de operatividad.
- Conseguir un payback al tercer año de operatividad.
- Diseñar estrategias de marketing del alto impacto y bajo costo.
- Diseñar campañas de marketing que socialicen sobre el impacto ambiental y el beneficio de la aplicación por medio de social media.

CAPÍTULO 3

ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

3. Análisis de la Industria

3.1 PEST

PEST (también conocido como PESTEL) se lo reconoce como una herramienta que logra facilitar la investigación ayudando a compañías a definir su entorno, analizando factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos, inclusive en algunos casos dos factores más, Ecológico y Legal (Martín, 2018).

Factores Políticos

En el Ecuador en nivel de seguridad ha crecido en los últimos años debido a los diferentes problemas sociales que existen, según registros del ministerio del interior en los 365 días de 2022 hubo 4603 homicidios. El país registró 1.061 muertes violentas entre enero y el 6 de julio de 2021, un aumento de 41% frente al mismo periodo de 2020, un año de confinamiento por la pandemia de Covid-19, cuando ocurrieron 618 asesinatos.

Mientras en lo que va del año del 2023, el promedio diario es de 17,4 casos, si esta media se mantiene, se podría cerrar el año con más de 6.300 crímenes y una tasa de 34 casos por cada 100.000 habitantes.

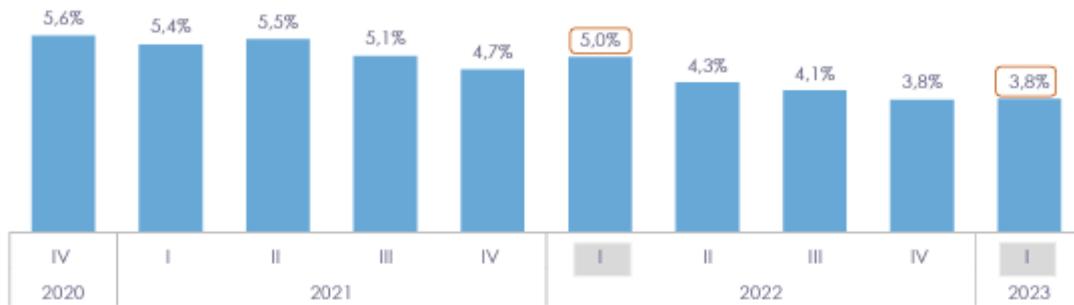
La promesa de mano dura del Gobierno ecuatoriano y de ganar la guerra que declaró contra el crimen organizado hace dos años, después de tres masacres carcelarias que cobraron la vida de 200 presos, cambió con el reciente anuncio del presidente Guillermo Lasso de autorizar la tenencia y porte de armas a civiles para defensa personal, llamando al combate a todos (Mella, 2023).

Factores Económicos

Tal como se muestra en la Figura 5, la tasa de desempleo en el Ecuador presenta un comportamiento descendente. Marcando los puntos altos en 2020 con 5.6% y en primer

trimestre del 2022 5%, desde entonces se ha manifestado un descenso continuó llegando 3.8% para el primer trimestre del 2023.

Figura 5: Tasa anual de desempleo. INEC. (2023). Boletín Técnico N° 01-2023-IPC. Guayaquil: Instituto Nacional de Estadística y Censos.



Desde el 2019 hasta noviembre del 2022, la administración de Cynthia Viteri dio cuenta de una inversión de \$ 306'650.780 a través de la Corporación para la Seguridad Ciudadana de Guayaquil (CSCG), la Agencia de Tránsito y Movilidad (ATM), el Cuerpo de Agentes de Control Metropolitano, otras direcciones y entidades involucradas en acciones de orden y control, seguridad y prevención del delito (El Universo, 2023).

Figura 6: Inflación. Tomando de INEC. (2023). Boletín Técnico N° 01-2023-IPC. Guayaquil: Instituto Nacional de Estadística y Censos.



Así consta en la página web del cabildo porteño, y se desprenden de ese monto \$134.130,000 invertidos por la CSCG en la adquisición de la central de llamadas 911 Guayaquil; el proyecto Perla Élite con 63 camionetas negras, su respectivo equipamiento, combustible; aplicación de seguridad AlertApp Guayaquil con 100 alarmas comunitarias en Miraflores, Urdesa, Los Ceibos, Garzota, entre otros sectores (El Universo, 2023).

Parte de esta inversión abarca, además, las 24.000 cámaras para 6.000 vehículos (4 instaladas por cada automotor), botones de auxilio (dos por carro), el Centro de Control Integrado de Tránsito y Transporte (CCITT) y el servicio de vigilancia y Seguridad Privada con arma no letal en el sistema Metrovía. Otro rubro que se contabiliza en los más de \$ 300 millones es el de \$ 8 millones de enero a octubre de 2022 en el financiamiento de herramientas para la Policía Nacional. Sin embargo, desde el 2019 hubo aportes como 55 motocicletas, 117 balizas (camionetas y motos), 1.800 baterías, 200 radios portátiles, 10 vehículos para investigaciones, alquiler de 65 camionetas blancas manejadas por policías, cámaras de videovigilancia portátil, 100 celulares, 4 drones. Además, 100 cascos, alimentación y combustible (El Universo, 2023).

Desde enero del 2022, existe un plan de fortalecimiento de 1.200 Millones que se invirtieron al cabo de 3 años por temas de seguridad que actualmente la ejecución de ese plan está en manos del actual ministro interior Ing. Juan Zapata. (PRIMICIASSEC, 2023)

Factores Socioculturales

La disminución de la educación en ciertos sectores o lo que muchos jóvenes no han podido estudiar, ha hecho que la población crezca en porcentaje de personas sin estudiar, así como también el desempleo que son factores que influyen ya que gracias a esto pueden llevar a muchas personas a realizar actividades ilícitas para poder solventarse económicamente y empeorar la seguridad.

En encuestas realizadas reflejo que los hogares de Ecuador se dividen en cinco estratos, el 1,9% de los hogares se encuentra en estrato A, el 11,2% en nivel B, el 22,8% en nivel C+, el 49,3% en estrato C- y el 14,9% en nivel D (INEC, 2021).

El desempleo en Ecuador bajó de manera estadísticamente significativa al pasar de 424.826 ciudadanos desempleados en el primer trimestre del 2022, a 324.904 en el primer trimestre del 2023. Las cifras representan una caída de 5% a 3,8% (El Universo, 2023).

Pese a los mejores indicadores laborales, la encuesta del INEC también revela que hay un mayor nivel de informalidad en el mercado. Así según el INEC, en el primer trimestre del 2023 el sector informal representó el 53,5%, mientras en igual periodo del año anterior se registraba un 51,1% de personas informales (El Universo, 2023).

De acuerdo con el INEC, el empleo en el sector informal se define operativamente como el conjunto de personas que trabajan en unidades productivas de menos de 100 trabajadores que no tienen Registro Único de Contribuyentes (RUC), entre tanto, el empleo en el sector formal se define como las personas que trabajan en establecimientos que tienen RUC (El Universo, 2023).

Las entradas y salidas internacionales de ecuatorianos y extranjeros han crecido en similar proporción hasta el año 2018. Sin embargo, en el año 2021, la brecha de movimientos internacionales de ecuatorianos y extranjeros se reduce. Las entradas internacionales de extranjeros en el 2021 alcanzan un valor de 590.006 movimientos mientras que para los ecuatorianos esta cifra es de 786.215 entradas. (Q., 2021)

Factores Tecnológicos

Hoy en día, los sistemas de videovigilancia y el mapeo de delitos y violencias han generado una extensa herramienta de masivo control e investigación en casos de delitos menores (hurtos, robos) añadiendo delitos de agresión, violencia u asesinato (homicidio en primer, segundo y tercer grado). El uso de cámaras y el mapeo del delito logra controlar estabilizar el control no solo de la seguridad en caso de robos o intentos en contra de la voluntad de ciudadanos, aporta a la seguridad integral de cada uno; monitoreando día a día actividades cotidianas de personas, accidentes en vías públicas o de transporte,

Los centros e instituciones gubernamentales incluyen los sistemas de videovigilancia y mapeo de delitos y violencia a su plan para interpretar el papel de actor principal en el diagnóstico de derechos de los ciudadanos. La incorporación a políticas de seguridad ha traído consigo desafíos. Su uso debe diseñarse racionalmente, como resultado de diagnósticos basados en la información y el conocimiento, y con objetivos claros, respetando los derechos de las personas.

Las ventajas y desafíos de los sistemas de videovigilancia y del análisis geoespacial, intentan desterrar mitos, así como sistematizar algunas lecciones aprendidas a partir del uso de ambas herramientas (Banco de desarrollo de America Latina, 2021).

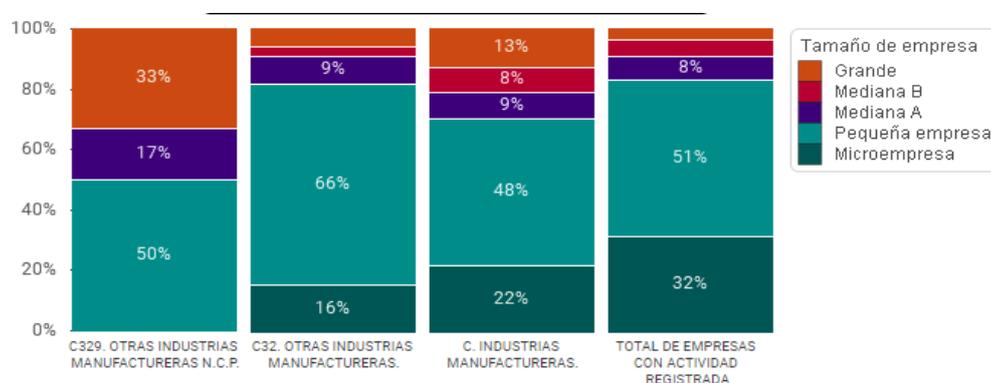
3.2 Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimiento en la Industria

La industria a la que pertenece la empresa es Fabricación de equipo de protección y seguridad: ropa ignífuga y otras prendas de protección, cinturones de seguridad para instaladores y celadores de líneas telefónicas y de electricidad y otros cinturones de uso ocupacional, salvavidas de corcho, cascos de plástico y otro equipo personal de seguridad de plástico (por ejemplo, cascos para deportes), ropa de protección para bomberos, cascos de metal y otro equipo personal de seguridad de metal, taponos para los oídos y la nariz (por ejemplo, para nadar o para protegerse del ruido), máscaras de gas (Ayala, 2019).

En el Ecuador solo hay 784 compañías de seguridad, de las cuales 503 están con su permiso vigente y cerca del 12 % están en proceso de renovar su permiso de operación (Ministerio de Gobierno, 2017). En guayas, tal como se muestra en Figura 7.

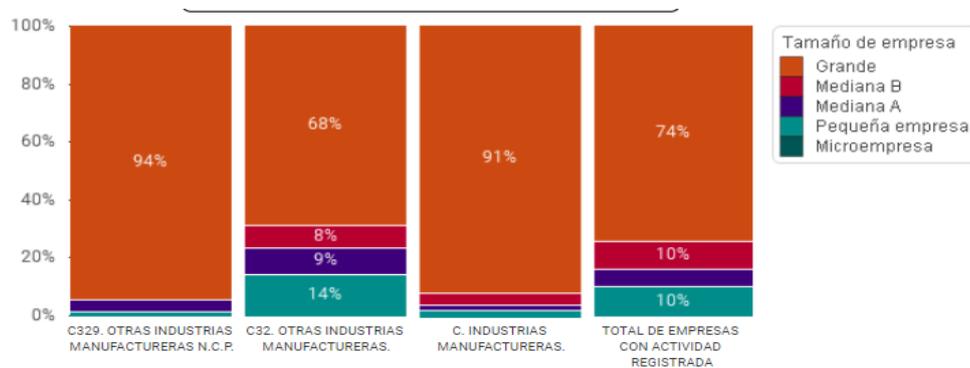
Figura 7: Distribución de empresas según tamaño por Grupo de actividad económica. Tomado de INEC. (2019)

Industria



Las empresas Grandes ocupan el 33% del mercado, las Medianas A el 17%, y las Pequeñas empresas el 50%.

Figura 8: Distribución de empresas según ventas por Grupo de actividad económica



En cuanto a las ventas, tal como se muestra en la Figura 8, en Guayas la predominancia lo tiene las empresas Grandes con el 94% del total de las ventas, las Medianas A 4% y las Pequeñas Empresas 2%. Así mismo existen alrededor de 166 empresas que se dedican a venta de equipos de seguridad según un informe proporcionado por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (Jurado, 2016)

El valor total de los productos de seguridad física a precios de fábrica en 2020 fue de US\$31.700 millones, lo que significó una disminución de más del 7% en comparación con 2019. Las ventas disminuyeron en los 4 trimestres como resultado del COVID -19. En junio de 2020, el Banco Mundial publicó un pronóstico de referencia que preveía una contracción del 5,2% del PIB mundial en 2020 (IP UserGroup, 2021).

3.3 Análisis del Ciclo de Vida de la Industria

El análisis del ciclo de vida (ACV) es una herramienta útil para evaluar los impactos ambientales y sociales de un producto o servicio a lo largo de su ciclo de vida, desde la extracción de materias primas hasta su disposición final. En este proyecto, se realizará un

análisis del ciclo de vida de una industria de un botón de seguridad, con la finalidad de evaluar los impactos sociales del producto.

La industria relacionada con los botones de seguridad se refiere a un conjunto de empresas que ofrecen botones de seguridad a personas, organizaciones y gobiernos. Los botones incluyen la protección de personas, propiedades, información y otros activos. La industria de seguridad está en constante evolución debido a la creciente demanda de sus servicios y la necesidad de adaptarse a los cambios tecnológicos y sociales.

3.4 Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones

La empresa Instant Security forma parte del sector de seguridad en empresas ecuatorianas fabricando y comercializando botones de seguridad para el mercado objetivo, por consiguiente, se analizará las cinco fuerzas de Porter.

1. Rivalidad entre competidores existentes: Al existir empresas del mismo sector de seguridad la competencia en el mercado resultará en una rivalidad con fuerza alta puede provocar una disminución de los precios y una reducción de los márgenes de beneficio.

2. Amenaza de nuevos entrantes: La amenaza de nueva competencia entrante se considera baja, debido la empresa requiere una fuerte inversión inicial, las barreras existentes y regímenes que cumplir para que nuevas empresas de seguridad logren ingresar al mercado enfocado en el sector de seguridad.

3. Amenaza de productos o servicios sustitutos: La amenaza de los productos de la competencia establecidos en el mercado es media debido a que la policía nacional se encarga de verificar y activar el producto teniendo que seguir una serie de pasos para su solicitud.

4. Poder de negociación de los proveedores: Los proveedores tienen una alta fuerza de negociación ya que pueden imponer precios más altos o condiciones

desfavorables a las empresas compradoras por ser proveedores de la materia prima para la fabricación del botón de seguridad sin facilidad de obtener nuevos proveedores en corto tiempo.

5. Poder de negociación de los clientes: El poder de negociación de los clientes se la considera como una fuerza de alto poder de negociación porque, al ser nuevos en el mercado, la empresa analiza a la competencia en el costo de sus productos, sin embargo, los clientes pueden exigir precios más bajos o condiciones más favorables para los compradores.

Conclusión: En el análisis desarrollado como se verifica en la figura 7, concluyó que la idea de negocio es ligeramente atractiva. En Ecuador, el sector de seguridad a pesar de que se ha implementado botones de pánico por parte de la policía nacional no es muy factible el uso de los botones cuando una persona desea salir a pasear o disfrutar con su familia, esto debido a la falta movilidad, que la empresa desea implementar.

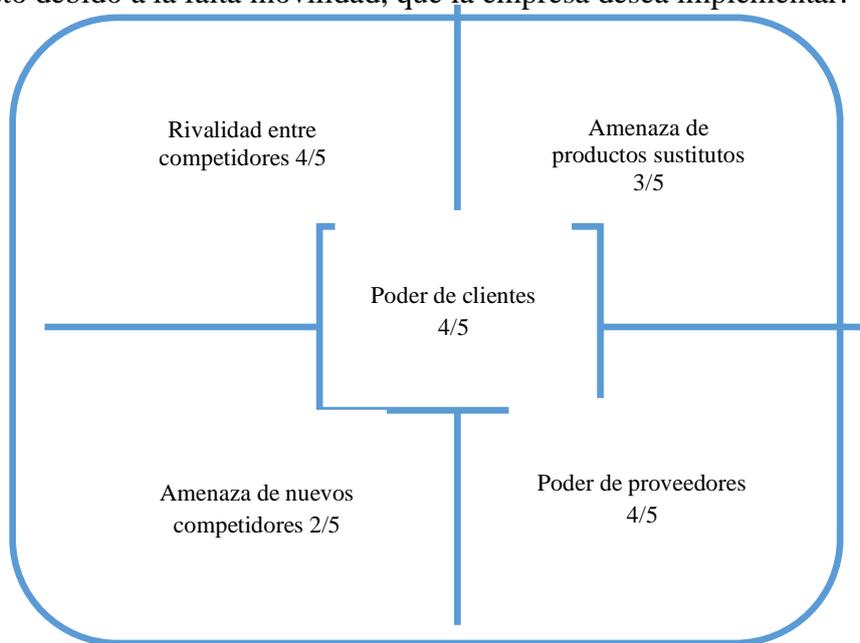


Figura 9: Resumen en análisis de Porter

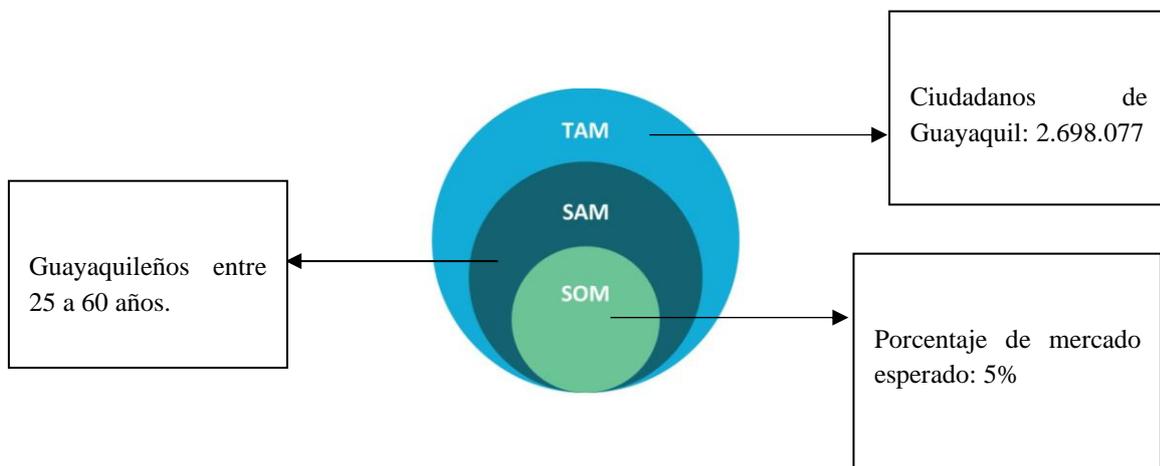
3.5 Análisis del mercado

3.5.1 Tipo de Competencia

En el presente proyecto de creación de un botón de seguridad se presentó 2 tipos de competencias; competencia directa y competencia indirecta. En la investigación se determinó que la competencia directa de Instant Security son empresas de seguridad debido a que su sistema cumple la misma función que el producto analizado. Por otro lado, la competencia indirecta se la representa en marcas que solo brindan seguridad como Pranainc Controles y Alarmas además de Optiseq ofreciendo productos y servicios de vigilancia para hogares u empresas.

3.5.2 Tamaño del mercado: TAM, SAM, SOM.

Figura 10: Modelo TAM, SAM, SOM



TAM: Mercado total posible (Total Addressable Market) utilizada para medir el potencial comercial de un producto o servicio en un mercado determinado (Armetrics). El tamaño de mercado que enfatizará el presente trabajo de titulación propone el sector de la provincia del Guayas, ciudad Guayaquil; con una población de 2.698.077 ciudadanos.

SAM: Volumen de mercado al que podemos queremos servir (Serviceable Available Market), refiriéndose al número máximo de unidades que el modelo de negocio es capaz de vender anualmente (Raquel Sanz, 2020). Un rasgo para que la población forme parte de nuestro mercado objetivo es la consideración del rango de edad, el cual, se plantea entre 25 a 60 años.

SOM: Mercado que podemos conseguir (Serviceable Obtainable Market) permite estimar qué volumen de mercado podemos conseguir a corto o medio plazo (Santander, 2021). Por lo que, Instant Security, estima que el 5% del mercado desee adquirir el producto.

3.5.3 Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.

Tabla 3: Características de los competidores

Empresa	Liderazgo	Antigüedad	Ubicación	Producto	Precios
Policía Nacional	Alto	85 años	Nacional	Botón de Seguridad	Sin Costo
Pranainc Controles y Alarmas	Medio Alto	38 años	Guayaquil	Accesorios en sistemas de alarmas	Altos
Optiseg	Alto	10 años	Guayaquil	Alarmas de accesos	Medios

3.5.4 Segmentación de Mercado

SECTOR GEOGRÁFICO: Residentes y ciudadanos de la ciudad de Guayaquil.

SECTOR SOCIOECONÓMICO: Sin embargo, el mercado está enfocado en un ambiente económico medio-bajo, específicamente en los estratos B, C+, C-.

SECTOR PSICOGRÁFICO: El manejo u control de los botones de seguridad debe ser regulado por personas adultas que logren manejar con cautela y discreción productos de seguridad personal o familiar y que se proponga a mantenerse a salvo en caso de robos o ataques con mano armada.

SECTOR DEMOGRÁFICO: Se estimó que el rango indicado para el control de los botones de seguridad es en personas adultas maduras, ya sea, hombre o mujer, específicamente de 25 a 60 años.

Tabla 4:
Variables para segmentación

<i>SEGMENTACIÓN DE MERCADO</i>					
<i>GEOGRÁFICA</i>	Sector	Guayaquil;	zona	<i>PSICOGRÁFICA</i>	Adultos que deseen estar prevenidos en casos de ataques.
	Sauce.				
<i>SOCIOECONÓMICA</i>		Estrato Económico B, C+, C-		<i>DEMOGRÁFICA</i>	Hombres – Mujeres de 25 a 60 años.

3.6 Matriz FODA

Tabla 5:

FODA de Instant Security

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">- Producto seguro y simple.- -Empresa enfocada en el bienestar.- Producto portable	<ul style="list-style-type: none">- Marca nueva en el mercado.- Expandirse al sector enfocado en la seguridad.- Falta de materia prima y proveedores.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">- Asociaciones con la policía nacional.- Crecimiento de compra de productos de seguridad- El incremento de delincuencia, los robos, hacia posibles clientes	<ul style="list-style-type: none">- Productos sustitutos.- Áreas con frecuencia de robos excesivas.- Aumento por costo de producción.

3.7 Investigación de Mercado

3.7.1 Método

Los métodos de investigación son las herramientas que los investigadores utilizan para obtener y analizar los datos. Estas incluyen el muestreo, los cuestionarios, las entrevistas, los estudios de casos, el método experimental, los ensayos y grupos de enfoque (Fernandes, 2023).

El método de investigación a utilizar será el cuantitativo ya que se requerirá de un muestreo de datos de nuestro público y la opinión de la idea del producto con ello nos vamos a ayudar de herramientas como las entrevistas, como los cuestionarios, formularios en si para poder obtener estadísticas y datos numéricos que ayuden más a profundidad a la elaboración de la idea y del proyecto.

3.7.2 Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación es de tipo no experimental de corte transversal.

3.7.2.1 Objetivos de la Investigación: General y Específicos

Objetivo general

Identificar los factores que influyen en comportamiento de compra de un botón de seguridad y que satisfagan las necesidades.

Objetivos específicos

- Evaluar la efectividad de los botones de seguridad para brindar lo mejor al mercado.

- Identificar las necesidades de seguridad específicas de diferentes industrias.
- Desarrollar nuevas funcionalidades para los botones de seguridad y que las personas tengan nuevas formas de estar seguras.
- Evaluar la satisfacción del cliente con los botones de seguridad.

3.7.2.2 Tamaño de la Muestra

El tamaño de la muestra que se presenta en el proyecto de titulación determina la población de la ciudad de Guayaquil; 2.698.077, por lo que se procede a desglosar variables para obtener el tamaño de muestra preciso. No obstante, es requerido otras variables para un resultado preciso, datos de margen de error estimado en 5% pero también del nivel de confianza en 90%. Se adjunta la formula requerida para la resolución del cálculo.

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

N: población total

z: nivel de confianza (95%)

p: probabilidad de ocurrencia

q: probabilidad de no ocurrencia

e: margen de error (5%)

Figura 11: Tamaño de la muestra.

The image shows a web-based sample size calculator interface. At the top, it is titled "Calculadora de muestra". Below the title, there are four input fields: "Nivel de confianza:" with radio buttons for "95%" (selected) and "99%"; "Margen de Error:" with a text input field containing the value "5"; "Población:" with a text input field containing the value "2698077"; and "Tamaño de Muestra:" with a text input field containing the value "385". There are two buttons: a yellow "Limpiar" button and a blue "Calcular Muestra" button.

El resultado dado según la figura 11 precisa que se debe realizar 385 encuestas.

3.7.2.3 Técnica de recogida y análisis de datos

Las técnicas que se llevarán al cabo en el proyecto como se ha mencionado anteriormente son cualitativa y cuantitativa.

1. Entrevistas (Cualitativa)

Se desarrollo una serie de preguntas para lograr entrevistar a un policía de rango superior aportando información fundamental para el correcto proceso y fabricación del botón de seguridad. Se detalla el nombre, rango, distrito y posición de la persona entrevista además del análisis a las preguntas presentadas en la entrevista.

ENTREVISTADO

Luis Revelo Aguilera.

Sargento Segundo

Distrito Pedro Carbo

Jefe de Patrulla del Circuito: La Estacada

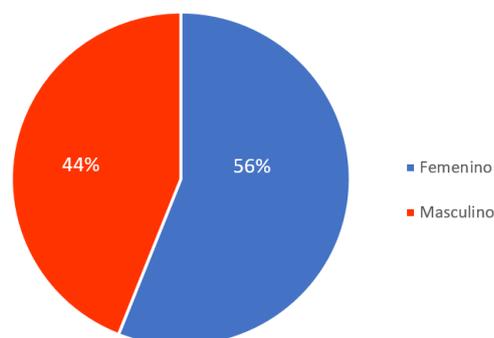
Según las respuestas dadas por el entrevistado da a entender que los botones de seguridad siguen funcionando con regularidad, no obstante, para lograr utilizar era necesario contar con la disponibilidad de llamadas lo cual no todos los ciudadanos cuentan con la disponibilidad debido a que gran parte de la población con celular se conecta a internet para poder estar al pendiente de noticias recientes, por lo que actualmente ya no es necesario. La ayuda recibida por medio del personal policial y el manejo de la situación se lo considera como prueba de éxito de los botones de seguridad funcionando hasta la actualidad en todos los distritos establecidos. La utilidad del botón de seguridad si se validó debido a testimonios anónimos se facilitó el usar el botón de seguridad a llamar al servicio de emergencias 911. El tiempo de estimación a llegada por parte de la policía nacional es de 5 minutos sin embargo existen diversas circunstancias que pueden evitar que no se cumpla con exactitud el tiempo, pero logra solucionar.

3.7.2.4 Análisis de Datos

A continuación, se presentará el análisis de datos y su respectiva tabulación en base a resultados presentados en las encuestas realizadas a 385 personas.

1. ¿Cuál es su género?

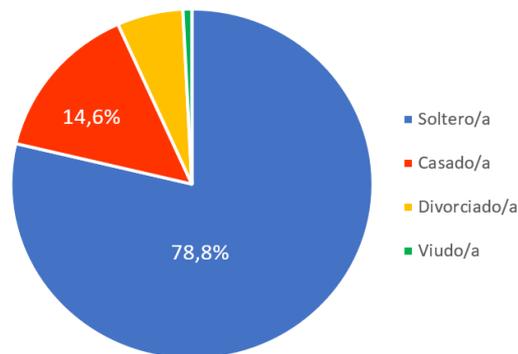
Figura 12: Género - Encuestados



El (56%) de personas encuestadas fueron mujeres, entre tanto, el (44%) restante representa a hombres, presentando una leve diferencia del 12% entre ambos géneros.

2. ¿Cuál es su estado civil?

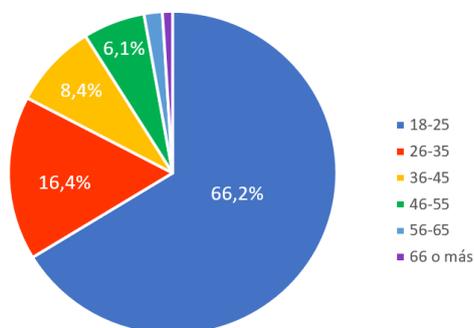
Figura 13: Estado civil - Encuestados



Se determinó establecer el estado civil de los encuestados para tener información acerca de quién podría adquirir el botón de seguridad. Representado el mayor porcentaje (78,8%) las personas solteras, abarcando más de la mitad de los encuestados; el (14,6%) personas casadas, (5,9%) personas divorciadas y (0,8%) personas viudas.

3. ¿Cuál es su edad?

Figura 14: Edad - Encuestados



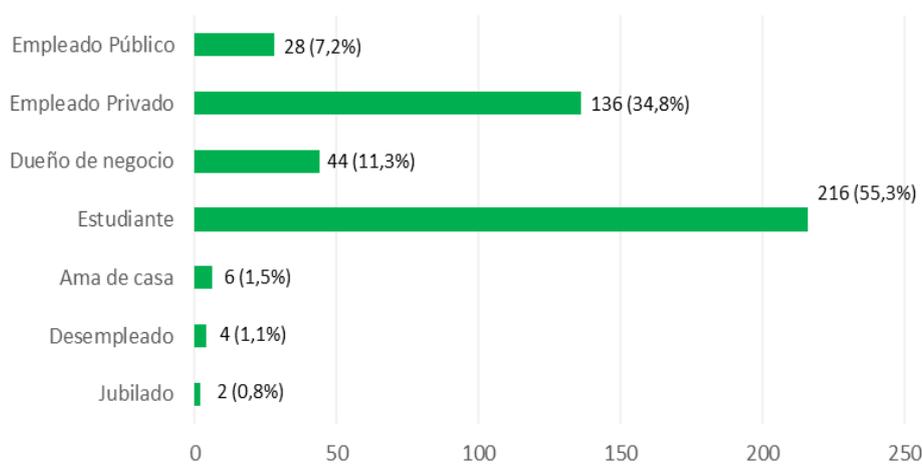
Se estableció seis rangos de edades para la tabulación de las encuestados, entre los rangos se ubicó que gran parte de los encuestados poseen entre 18 a 25 años (66,2%); por lo que el resto de los rangos de edad comparten menos porcentaje; 26 a 35 años

(16,4%), 36 a 45 años (8,4%), 46 a 55 años (6,1%), 56 a 65 años (1,8%) y 66 o más años (1,0%).

5. Indique su situación laboral

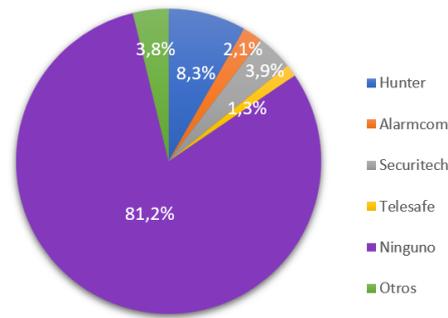
La situación laboral se la considera importante debido a los ingresos que genera la persona, considerando su capacidad para poder comprar el producto. Se determinaron diferentes opciones siendo: estudiantes; que mayor porcentaje ha obtenido por los encuestados con (55,3%), seguido de empleado público (34,8%), dueño de negocios (11,3%), empleado privado (7,2%). Mientras, la minoría de las personas encuestadas selecciono: ama de casa (1,5%), desempleado (1,1%) y persona jubilada (0,8%).

Figura 15: Situación laboral – Encuestados



6. ¿Ha utilizado los siguientes dispositivos como medio de seguridad personal o en su vivienda?

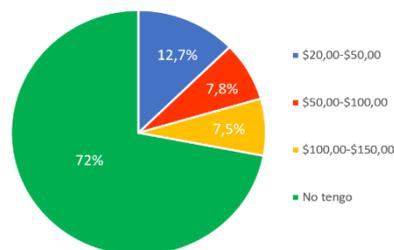
Figura 16: Dispositivos de emergencia - Encuestados



El 81,2% de los encuestados no posee ningún tipo o medio de seguridad para el mismo ni para su familia por lo que se puede enfocar en ese punto para poder comercializar el producto y que logre generar mayor impacto, sin embargo, otra parte de las personas encuestadas posee dispositivos de otras empresas como: Hunter (8,3%); Alarmcom (2,1%), Securitech (3,9%) y Telesafe (1,3%) mientras que el (3,8%) usa otros dispositivos no mencionados en la encuesta.

7. Los siguientes dispositivos que usted ha utilizado se encuentra en un rango de precios:

Figura 17: Rango de precios - Encuestados

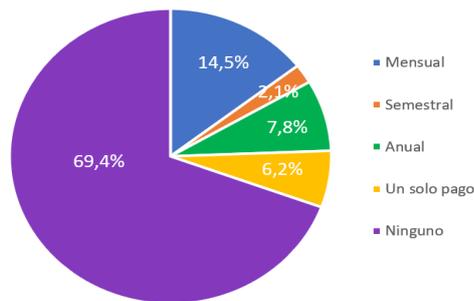


Acorde a la anterior pregunta; se concordó estimar el rango de precios que las personas encuestadas han podido pagar por un producto que ofrezca seguridad. El (72%) al no tener ningún dispositivo de seguridad compone la mayor parte de los encuestados ofreciendo una oportunidad de poder ingresar al mercado y ofrecer el producto, el (12,7%) paga un rango entre \$20,00 a \$50,00, (7,8%) y el (7,5%) logra pagar un rango superior

desde \$100,00 a \$150,00. Se puede obtener como resultado que la mayoría de encuestados son estudiantes universitarios.

8. Entre los servicios de seguridad que ha utilizado. ¿Cuántas son su frecuencia de pago?

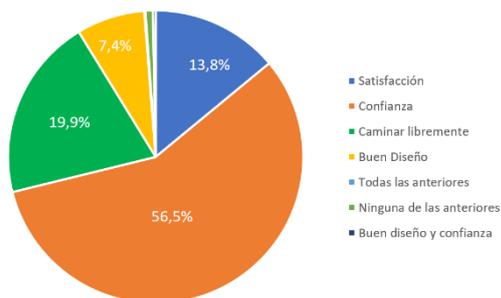
Figura 18: Frecuencia de pago – Encuestados



Las frecuencias de pago dadas por diferentes servicios o productos se dividen entre cuatro opciones para facilitar el pago del cliente en diferentes tipos de empresas. Por lo tanto, el (69,4%) al no poseer ningún producto selecciono la opción: ninguno, causando una gran diferencia entre con las frecuencias de pago; el (14,5%) mensual, (7,8%) anual, (6,2%) un solo pago y el (2,1%) en pago semestral.

9. Te gustaría que el dispositivo proporcione:

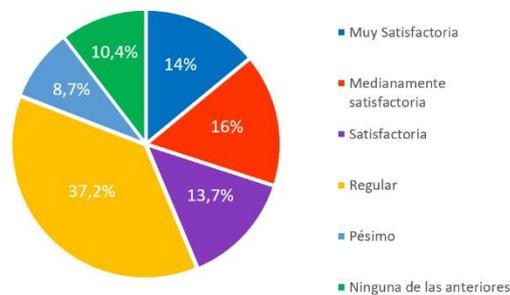
Figura 19: Características del dispositivo – Encuestados



De acuerdo con los resultados, la confianza como característica del dispositivo generó un 56.5% llegando a ser parte de una característica vital que tendrá que generar el dispositivo; caminar libremente (19,9%), satisfacción (13,8%), buen diseño (7,4%). Se detalló la opción otros durante la encuesta entre las cuales se especificó que el dispositivo generara buen diseño y confianza obtuvo (0,3%) mientras que para todas las opciones anteriores (0,12%) y ninguna de las anteriores (0,8%) resultando el menor porcentaje entre las opciones.

10. Según su percepción: ¿Cómo calificaría el servicio de Seguridad Privada que brindan las empresas existentes en la Ciudad?

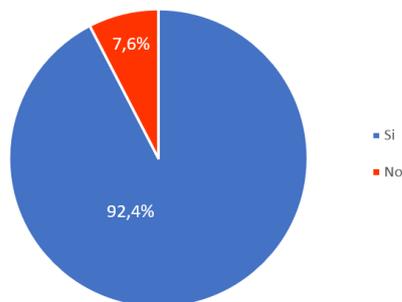
Figura 20: Nivel de seguridad privada de empresas existentes - Encuestados



Con base en la pregunta se precisa conocer acerca del servicio de seguridad de empresas privadas; en donde regular obtuvo mayor porcentaje (37,2%) limitando la calidad del servicio de empresas privadas hacia sus clientes; medianamente satisfactoria (16%), muy satisfactoria (14%), satisfactoria (13,7%), ninguna de las opciones anteriores (10,4%) y pésimo (8,7%) obteniendo un menor porcentaje a diferencia de las opciones anteriores.

¿A usted le interesaría adquirir el dispositivo de seguridad?

Figura 21: Diseño personalizado – Encuestados



Uno de los factores principales para el desarrollo de los botones de seguridad es el diseño personalizado de los dispositivos por lo que se desarrolló esta pregunta en base al tema obteniendo la opción Si (92,4%) abarcando mayor parte de los encuestados, identificando la decisión de los clientes de adquirir el dispositivo con diseño personalizado, sin embargo, la opción No resultó con un porcentaje menor (7,6%).

3.7.3 Conclusiones de la Investigación de Mercado

En conclusión, la investigación de mercado realizada sobre la oferta de un botón de pánico en Guayaquil arrojó resultados favorable sobre la viabilidad del proyecto y ha brindado resultados valiosos para la empresa. A través de esta investigación, obteniendo información clave que permitirá tomar decisiones estratégicas informadas y desarrollar estrategias de comercialización efectivas para llegar al mercado objetivo.

En primer lugar, se ha identificado una demanda latente en Guayaquil de dispositivos de seguridad personal, especialmente en segmentos como mujeres que caminan solas por la ciudad, estudiantes universitarios y profesionales que trabajan en áreas de riesgo. Esta demanda se basa en la necesidad de contar con una herramienta que brinde seguridad y tranquilidad en situaciones de peligro o emergencia. Además, de identificar que los consumidores en Guayaquil están dispuestos a invertir en dispositivos

de seguridad personal, siempre y cuando sean confiables, fáciles de usar y estén respaldados por un buen servicio al cliente. Esto proporciona una oportunidad única para satisfacer esta demanda con nuestro botón de pánico, brindando no solo un producto de calidad, sino también una experiencia de compra y uso satisfactoria.

Otro hallazgo, es la preferencia de los consumidores guayaquileños por adquirir este tipo de dispositivos a través de tiendas físicas o portales de compras en línea locales. Esto establecerá alianzas estratégicas con minoristas de la zona y explorar opciones de venta en línea, adaptándolos a las preferencias y hábitos de compra de los clientes potenciales.

Finalmente, se identificó aspectos clave para tener en cuenta en la elaboración de nuestra estrategia de comercialización, como la importancia de la difusión y promoción del producto a través de campañas de marketing local enfocadas, así como la implementación de un servicio de atención al cliente eficiente que brinde asesoramiento técnico y resuelva cualquier duda o inconveniente que pueda surgir.

En resumen, la investigación de mercado realizada sobre la creación de una empresa enfocada en la creación de un botón de pánico en Guayaquil ha brindado información valiosa sobre la demanda, preferencias y necesidades de los consumidores locales. Estos hallazgos permitirán desarrollar una estrategia de comercialización efectiva que diferencie al dispositivo en el mercado, satisfaciendo las necesidades de seguridad personal de los clientes.

CAPÍTULO 4

PLAN DE MARKETING

4. Plan de Marketing

4.1 Objetivos: General y Específicos

Objetivo General

Posicionar la marca estableciendo estrategias de penetración de mercado y publicidad que permita captar a los usuarios potenciales.

Objetivos Específicos

- Ser una de las primeras opciones de los usuarios cuando piensen en su seguridad ofreciendo un producto de fácil manejo y transporte en cualquier parte de la ciudad.
- Implementar varias estrategias de marketing para llegar a los clientes potenciales.
- Implementar campañas de publicidad del producto para poder captar clientes potenciales.
- Realizar estudios de mercado para establecer las zonas con mayores clientes potenciales.

4.1.1 Mercado Meta

4.1.1.1 Tipo y Estrategias de Penetración

El tipo de estrategia que se llevará al cabo en el proyecto será la de “Adoptar una estrategia de precios de penetración” (Pulido, 2018).

Instant Security puede implementar una estrategia de precios de penetración en el mercado tomando en cuenta los siguientes factores:

- Investigación de mercado: Se debe realizar un estudio exhaustivo del mercado para conocer a los competidores, los precios de los productos similares y las preferencias de los clientes.
- Establecer un precio inicial bajo: La empresa debe fijar un precio inicial más bajo que el de la competencia para atraer a los clientes y generar demanda. Esto puede ayudar a captar la atención de los consumidores y generar interés en el producto.
- Promoción intensiva: La empresa debe llevar a cabo una campaña de marketing intensiva para dar a conocer su producto a los clientes potenciales. Esto incluye publicidad en diferentes plataformas, promociones, descuentos y otras estrategias para crear conciencia y generar interés en el producto.
- Generar lealtad de los clientes: Una vez que los clientes prueben los botones de seguridad a precios bajos, la empresa deberá garantizar que la calidad del producto sea excelente y cumpla con las expectativas. Esto generará lealtad de los clientes y los incentivos a seguir comprando luego de que los precios se ajusten al mercado.

Es importante tener en cuenta que la estrategia de precios de penetración puede ser una estrategia a corto plazo para ingresar al mercado, pero es esencial evaluar continuamente el desempeño y los resultados para ajustar la estrategia según sea necesario.

Al implementar los factores mencionados se pueden obtener ventajas muy favorables a la empresa como son:

- Obtención de nuevos clientes
- Ganancias a largo plazo

- Interrupción del mercado
- Volumen de negocios

4.1.1.2 Cobertura

Para la presente propuesta se especifica el sector norte de la ciudad de Guayaquil, enfocado a ciudadanos con estrato socioeconómico B, C+ y C-. La distribución será exclusiva, es decir, será los canales propios de la empresa y cierto elegidos bajo la evaluación de la compañía.

4.2 Posicionamiento

Instant Security se posicionará como una marca que busca garantizar la seguridad de los ciudadanos logrando ser una sencilla alternativa para solicitar respaldo de los agentes policiales cuando el cliente este bajo una situación de peligro, sin que los agresores tengan conocimiento del uso del producto debido a los diseños de cada botón para cada cliente.

4.3 Estrategias de Marketing Mix

4.3.1 Estrategia de Producto o Servicios

La fase de extracción de materias primas para la industria de seguridad incluye la obtención de los materiales necesarios para la fabricación de los productos y equipos de seguridad, como botones de seguridad para el hogar y uso personal.

Los materiales utilizados en la fabricación de los productos de seguridad incluyen plásticos, metales, vidrio y componentes electrónicos. La extracción de metales y otros minerales puede tener un impacto ambiental significativo debido a la minería a gran escala y el uso de sustancias químicas dañinas en el proceso de extracción. Por lo tanto,

es importante trabajar en conjunto con sus proveedores para asegurar que los materiales utilizados en la fabricación de sus productos sean obtenidos de manera responsable y sostenible.

La fase de fabricación de estos botones de seguridad implica la transformación de las materias primas en productos finales. Durante esta fase, se utilizan grandes cantidades de energía y recursos para producir los productos y equipos de seguridad. La energía utilizada en la fabricación de los productos de seguridad proviene de fuentes no renovables, como el petróleo y el gas natural. El uso de energía no renovable genera emisiones de gases de efecto invernadero que contribuyen al cambio climático y otros impactos ambientales.

Además, la fabricación de productos de seguridad puede generar residuos y emisiones tóxicas que pueden tener efectos negativos en la salud humana y el medio ambiente. Por lo tanto, es importante que estas industrias de seguridad implemente prácticas sostenibles de producción para reducir su impacto ambiental.

La fase de distribución y uso de la industria de los botones de seguridad incluye la instalación de los productos y equipos de seguridad en los lugares donde se utilizarán.

4.3.1.1 Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado

Instant Security estableció su presentación por medio de posibles clientes por medio de un botón de seguridad con una cubierta a su elección, además de la correa ajustado a la muñeca de cada cliente potencial.

El botón de seguridad estará reposado en un pequeño paquete de cartón reciclable con facilidad de apertura para que el producto se mantenga resguardado hasta que el cliente decida utilizarlo.

Figura 22: Botón de seguridad sin correa



Figura 23: Interior del botón de seguridad

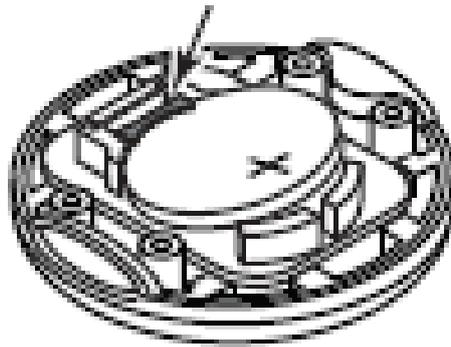


Figura 24: Empaque de Instant security



Parte lateral izquierda de paquete de presentación

- Nombre de la empresa
- Logo

Parte Posterior de paquete de presentación

- Indicaciones

4.3.1.2 Amplitud y Profundidad de Línea

La amplitud de la mezcla de productos se refiere al número de líneas de productos que ofrece una compañía. La profundidad de la línea de productos es el número de productos unitarios en una línea de productos (Islas, 2010).

Instant Security S.A. se enfocara en la produccion y comercialización de botones de seguridad diseñado como pulsera o brazaletes tanto para el público femenino como masculino. Se estima la amplitud y profundidas de la linea de productos en un futuro no mayor a cinco años.

4.3.1.3 Marcas y Submarcas

Instant Security comercializara un producto que espera brinde seguridad a sus clientes, no originando submarcas para la empresa.

Figura 25: Logo



4.3.2 Estrategia de Precios

4.3.2.1 Precios de la Competencia

Instant Security tiene competidores en el mercado, por lo cual, se realizó una tabla comparativa de precios con la competencia desglosando la empresa, el producto que ofrece además del precio del producto y los planes que tendrá para mayor seguridad del usuario.

Tabla 6:

Precios de la competencia.

Empresa	Producto	Precio de producto	Frecuencia de pago
Policía Nacional	Botón de Seguridad	Gratuito	-
Alarcom	Sistema de alarma contra robo u asalto.	\$30,00	Mensual
Laarcom	Sistema de alarma	\$245,00	Un pago

4.3.2.2 Poder Adquisitivo del Mercado Meta

El poder adquisitivo del mercado meta será conformando por personas adultas; hombres o mujeres con un rango de edad de 25 a 60 años que formen parte del estrato socioeconómico B, C+, C- que residan en la ciudad de Guayaquil.

4.3.2.3 Políticas de Precio

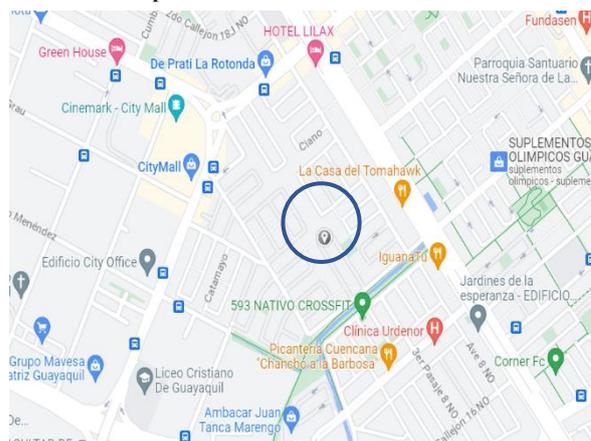
Para determinar la política de precio de Instant Security, se analizará el punto de vista del mercado encuestado, fijando que el precio de venta de un botón de seguridad portátil, optando con una frecuencia de pago única; detallando gastos para la fabricación de cada botón de seguridad además del porcentaje de margen de ganancia del 25% aproximadamente.

4.3.3 Estrategia de Plaza

4.3.3.1 Localización de Puntos de Venta

Ubicación de la empresa

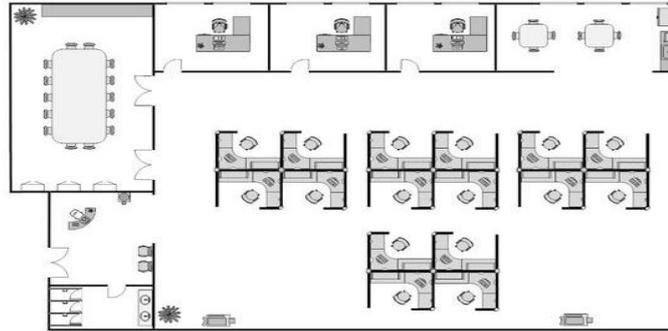
Figura 25: Localización de punto de venta



4.3.3.1.1 Distribución del Espacio

La empresa contará con una oficina de una planta distribuyendo el área de fabricación; área técnica, área de ventas y sus oficinas administrativas.

Figura 26: Distribución de empresa



4.3.3.1.2 Merchandising

La adquisición del botón de seguridad de Instant Security es por medio de las oficinas de la empresa ubicadas en el norte de la ciudad de Guayaquil. Por lo cual, para que se logre dar a conocer se establecieron diferentes tácticas u técnicas de merchandising adaptadas al producto.

- Participación de simulacros donde los clientes que asistan aprenderán a manejar el producto de manera correcta.
- Charlas en oficinas de Instant Security acompañados por policías debido a un convenio entre ambas partes.
- Presentaciones anónimas de casos de éxitos del producto.
- Diseñar botones de seguridad portátiles adaptados a cada persona.

4.3.3.2 Sistema de Distribución Comercial

La empresa tiene un canal de distribución compuesto por diferentes elementos clave:

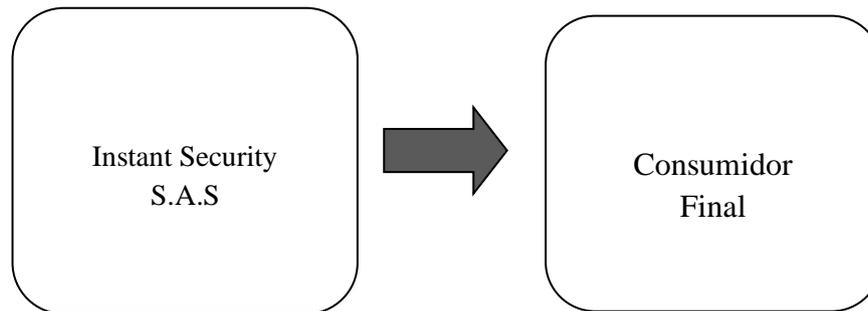
- **Fabricación:** La empresa cuenta con una planta de fabricación donde se producen los botones de pánico. Aquí se lleva a cabo todo el proceso de producción, desde la adquisición de las materias primas hasta el ensamblaje final de los productos.
- **Tienda online:** La empresa también cuenta con una plataforma de venta online, donde los clientes pueden adquirir los botones de pánico de manera directa. A través de esta tienda online, la empresa garantiza un acceso cómodo y rápido a sus productos, sin importar la ubicación geográfica del cliente.
- **Servicio de atención al cliente:** La empresa cuenta con un departamento de atención al cliente, donde los consumidores pueden realizar consultas, recibir asesoramiento técnico y resolver cualquier eventualidad que pueda surgir en relación con los botones de pánico. Este servicio se encuentra disponible tanto para clientes mayoristas como minoristas, así como para los compradores que adquieran los productos a través de la tienda online.

En resumen, el Sistema de Distribución Comercial de esta empresa se basa en la fabricación de los botones de pánico, su distribución a través de mayoristas y tiendas minoristas, la venta directa a través de una tienda online y el ofrecimiento de un servicio de atención al cliente integral.

4.3.3.2.1 Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.

El canal de distribución del presente trabajo es por medio de canal directo, es decir, el producto será fabricado y distribuido en las oficinas de Instant Security, garantizando la seguridad de los clientes, guardando datos e información de quienes compran el botón de seguridad. Por lo cual, el consumidor deberá acercarse al establecimiento para adquirir el producto.

Figura 27: Canal de distribución directo.



4.3.4 Estrategias de Promoción

4.3.4.1 Mix Promocional

Se definió que el presente proyecto utilice las herramientas posteriormente mencionadas para lograr promocionar el producto de Instant Security:

Marketing Directo: Engloba una visión del marketing que pone al cliente en el centro de la estrategia y utiliza todas sus disciplinas, tanto Above the Line como Below de Line, pero siempre con el objetivo de identificar prospectos y fomentar la respuesta entre la empresa y el cliente (Fuentes, 2022).

Ventas Personales: Técnica de marketing que implica una interacción directa y cara a cara con los clientes potenciales. Esta técnica no sólo construye relaciones, sino que también mejora la satisfacción del cliente, genera confianza y ayuda a crear conciencia de marca. La venta personal implica la comunicación entre dos personas, la cual requiere habilidades y conocimientos interpersonales para convencer a los clientes potenciales de que compren productos y servicios.

Promoción de ventas: Una estrategia de marketing que una empresa utiliza para despertar el interés de los consumidores y crear demanda por sus productos, servicios y ofertas mediante campañas a corto plazo (Santos, 2023).

4.3.4.2 Cronograma y presupuesto promocional

Tabla 7: Cronograma de ejecución de marketing mensual

<i>CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DE M.</i>						
	11	22	33	44	55	56
<i>Presencia en Facebook e Instagram</i>						
<i>Eventos u ferias</i>						
<i>Calificar diseño de producto en redes sociales</i>						
<i>Marketing en promociones</i>						
<i>Campañas publicitarias</i>						

El cronograma de ejecución de marketing anual (tabla 7) detalla las actividades que se llevara a cabo por parte de la empresa de manera anual, explicando cada actividad mensual durante cada año.

Tabla 8: Cronograma Presupuesto Promocional Mensual

PRESUPUESTO PROMOCIONAL										
11	22	33	4	5	6	7	8	9	10	11
	\$			\$	\$			\$		\$
	300		300	300	300		300		300	300
		\$					\$	\$	\$	\$
		150				150	150	150	150	
\$	\$	\$	\$			\$			\$	\$
275	275	275	275			275			275	275
		\$			\$		\$	\$		\$
		200			200		200	200		200
\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$575	\$	\$	\$	\$
275	575	625	575	500			350	650	425	650
										575

El cronograma de presupuesto para realizar las promociones (tabla 8) detalla la cantidad exacta de dinero que se asignara a cada actividad para realizarla de manera correcta.

CAPÍTULO 5

PLAN
OPERATIVO

5. Plan Operativo

5.1 Producción

5.1.1 Proceso Productivo

Para la empresa Instant Security es importante llevar un buen procesos producto en base a sus estrategias de ventas y el desarrollo del producto que sea lo mejor para el usuario por eso hay una serie de procesos que se van a seguir en este proyecto:

Adquisición de materiales:

- Identificación de proveedores confiables y competitivos.
- Compra de componentes y materiales necesarios para la fabricación de los botones de pánico.

Fabricación y ensamblaje:

- Preparación de los componentes según las especificaciones de diseño.
- Ensamblaje de los botones de pánico, asegurando su correcto funcionamiento.
- Realización de pruebas de calidad y seguridad.

Instalación y configuración:

- Convenio con empresas de seguridad para la instalación de los botones de pánico en diferentes ubicaciones.

- Configuración de los botones de pánico según las necesidades del cliente (contactos de emergencia, sistema de monitoreo, etc.).

Embalaje y logística:

- Empaque seguro y adecuado para garantizar la protección durante el transporte.
- Coordinación de la logística para la entrega y distribución de los botones de pánico a los clientes.

Servicio postventa y soporte técnico:

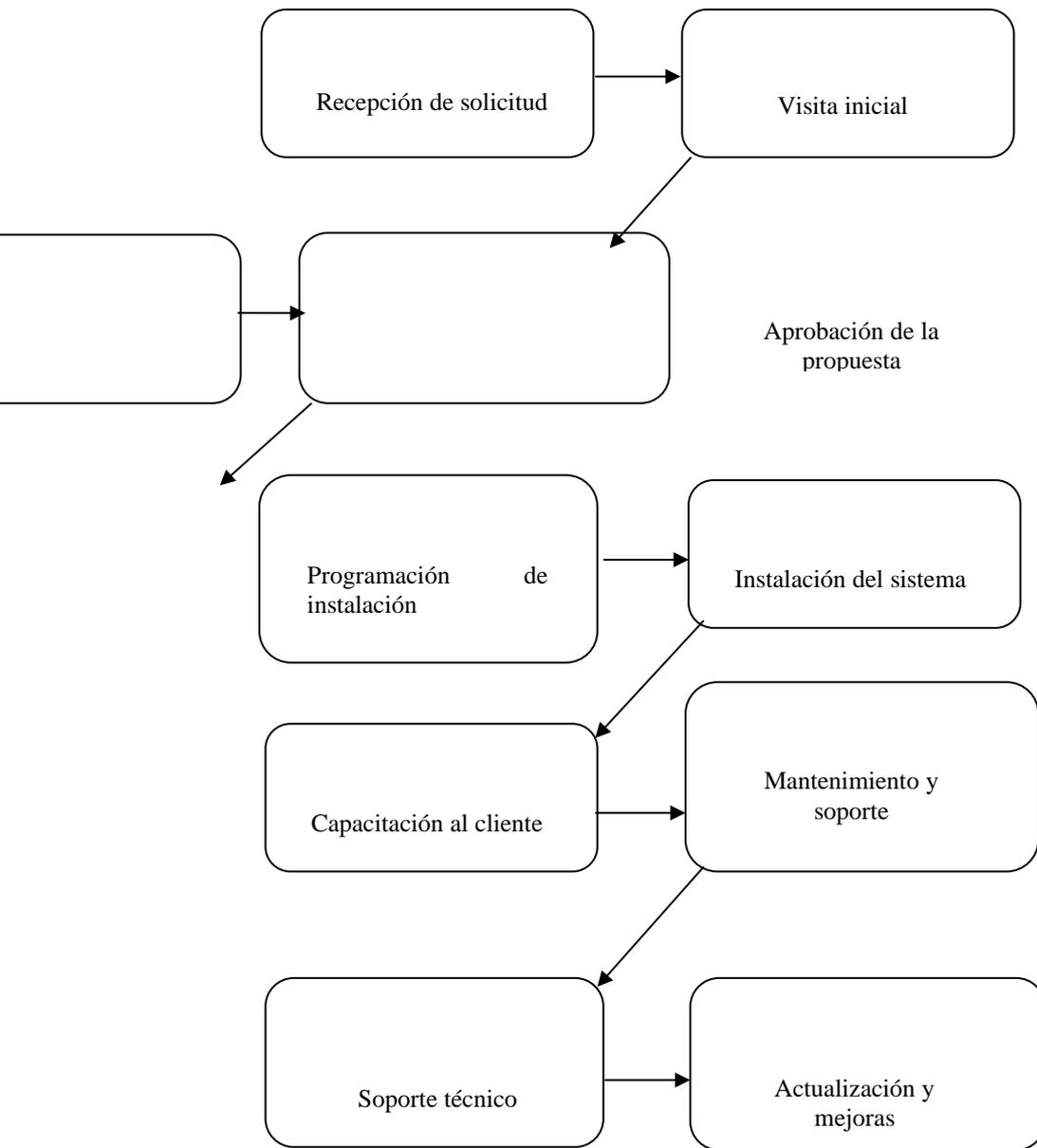
- Capacitación a los clientes sobre el uso de los botones de pánico.
- Atención al cliente para resolver consultas y brindar soporte técnico.

5.1.2 Flujogramas de procesos

Un diagrama de flujo de trabajo, también conocido como flujograma, ofrece un resumen gráfico de un sistema o proceso de negocio (Raeburn, 2022).

Se detalla cada proceso; desde la solicitud u llegada a los establecimientos de la empresa hasta el envío del botón de seguridad y servicio postventa.

Figura 27: Flujograma



Recepción de solicitud: La empresa recibe una solicitud de un cliente interesado en adquirir un botón de pánico para su hogar o negocio en Guayaquil.

Visita inicial: Un representante de ventas se comunica con el cliente para programar una visita inicial. Durante esta visita, se recopilan los datos necesarios para

evaluar las necesidades de seguridad del cliente y determinar la ubicación óptima del botón de pánico.

Cotización y propuesta: Con base en la información recopilada durante la visita inicial, el equipo de ventas prepara una cotización y propuesta personalizada para el cliente. Esta incluye el costo del sistema de botón de pánico, detalles de instalación y servicios adicionales disponibles.

Aprobación de la propuesta: El cliente revisa la cotización y propuesta y, si está de acuerdo, procede a firmar y aprobar el documento.

Programación de instalación: Una vez aprobada la propuesta, el departamento de programación se encarga de coordinar una fecha y hora conveniente con el cliente para la instalación del botón de pánico.

Instalación del sistema: Un equipo de técnicos altamente capacitados se dirige al lugar donde se instalará el botón de pánico. Durante esta etapa, se realizan las tareas de cableado, configuración y pruebas necesarias para garantizar la funcionalidad correcta del sistema.

Capacitación al cliente: Una vez instalado el botón de pánico, los técnicos brindan una capacitación al cliente sobre cómo utilizarlo correctamente, explicando los procedimientos de activación y las acciones a seguir en caso de emergencia.

Mantenimiento y soporte: La empresa ofrece servicios de mantenimiento periódico para asegurar el correcto funcionamiento del botón de pánico. Esto incluye visitas de seguimiento, actualizaciones de software y reparaciones en caso de fallas.

Soporte técnico: En caso de que el cliente necesite asistencia técnica adicional o tenga alguna duda o problema con el botón de pánico, puede contactar al departamento de soporte técnico, que brindará el apoyo necesario para resolver cualquier situación.

Actualización y mejoras: La empresa se mantiene actualizada con los avances tecnológicos y las nuevas características de seguridad. Ofrece opciones de actualización y mejoras a los sistemas de botones de pánico existentes, para garantizar que los clientes siempre tengan acceso a la última tecnología de seguridad.

5.1.3 Ubicación e Infraestructura

Ubicación

Instant Security se ubicará en la alborada sexta etapa. Concordando a la (figura 20)

Infraestructura física

- Oficina administrativa: Un área de oficina para actividades administrativas y de gestión.
- Área de producción: Un espacio destinado a la fabricación y ensamblaje de los botones de pánico.
- Almacén: Un área de almacenamiento para mantener los componentes y materiales necesarios para la fabricación de los botones de pánico, así como para el almacenamiento de los productos terminados.
- Sala de reuniones: Un espacio adecuado para realizar reuniones con clientes, realizar demostraciones de los productos y presentar propuestas de servicios.
- Área de recepción: Un espacio acogedor y profesional para recibir a los visitantes y atender sus consultas.

Infraestructura tecnológica

- Conexión a Internet rápida y confiable para facilitar las comunicaciones internas para realizar tareas administrativas, diseño gráfico, gestión de inventario y otros procesos operativos.

5.1.4 Mano de Obra

Para iniciar la fabricación se contratarán tres técnicos para la construcción de los botones agregando, dos artesanos encargados en el diseño de cada cliente. Sin embargo, se planea contratar a un jefe de operaciones, jefe de almacén, jefe de marketing y contador. Además del personal general que se encargara de supervisar y controlar cada aspecto y departamento que resulte en un proceso vital para la empresa durante el período de fabricación de botones.

Tabla 9: *Mano de obra*

<i>Personal</i>	<i>Función</i>
Gerente General	Determinar estrategias, establecer normativas, supervisar a sus colaboradores diarios, entre otros.
Jefe de Operaciones	Supervisar inventario diario, su fabricación y correcto uso de equipos.
Jefe de marketing	Analizar a profundidad que busca el mercado, realizar campañas promocionales, entre otros.

Contador	Realizar y analizar gastos y costos de la empresa, asientos financieros; brindar asesoría en reportes mensuales.
Técnicos	Crear chip de rastreo, botón requerido y su soporte.
Obrero Artesanal	Revisar diseño de cliente, realizar diseño a mano u equipos, añadir al soporte.
Jefe de almacén	Encargado de supervisar y llevar registro de inventarios por llegar al almacén.

5.1.5 Capacidad Instalada

En este punto se detallará la maquinaria requerida para producir los botones de seguridad, durante cada mes para añadir al informe de productividad mensual. Por lo cual para crear el soporte del botón de seguridad se requiere lo siguiente:

- 1) Botón – pulsador.
- 2) Placa de desarrollo.
- 3) Cables y conectores.

4) Batería de botón.

5) Carcasa para relojes de pulsera.

Debido a esto, se estima la producción de diez botones de seguridad diariamente por lo que al mes se produciría al menos 320 botones de seguridad.

5.1.6 Presupuesto

Se detalla el presupuesto requerido para la maquinaria e insumos. Estos permitirán crear el producto y conocer su producción, cantidad, valor por unidad y el total.

Tabla 10:
Presupuesto de insumos mensuales

Maquinaria/Insumos	Cantidad	Total
Botón Pulsador	200	\$168,00
Placa de desarrollo	200	\$3.932,00
Cable Jumper	500	\$88,40
Baterías de botón	200	\$645,45
Carcasa.	200	\$200
Hilos de bordar	100	\$30,00
Cordones de cuero	100	\$36,50
TOTAL	1500	\$1305.932

5.2 Estructura Organizacional

5.2.1 Cargos y Perfiles del Equipo Gerencial

Gerente General: Profesional con carreras afines a administración con título de tercer o cuarto nivel entre 35 a 45 años, experiencia reflejada en ambiente de trabajo, actitud y habilidades de liderazgo organizando y delegando tareas y funciones a cada trabajador de la empresa. Encargado de supervisar el área operativa y financiera, cumpliendo y acatando las normas de la empresa.

Jefe de Operaciones: Profesional en carreras afines a administración con título de tercer nivel entre 25 a 40 años, experiencia de mínimo 2 años con actitud positiva y liderazgo reflejado en ambiente laboral.

Jefe de marketing: Profesional graduado en carrera de marketing y ventas agregado con título de tercer nivel entre 25 a 40 años, experiencia mínima de 2 años con capacidad en análisis de datos y trabajo en equipo con creatividad para desarrollar propuestas de marketing. Conocimiento para realizar y desarrollar estudios de mercado u estrategias, supervisar las estrategias y verificar resultados en publicidad.

Jefe de almacén: Profesional graduado de carreras administrativas o afines, título de 3 nivel con experiencia en el campo de alrededor 3 años con capacidad cognitiva de reconocer el inventario aterrizado en la empresa.

Contador: Profesional graduado en carreras contables, administrativas o afines. Título de tercer nivel entre 25 a 40 años y experiencia mínima de 3 años en negocios u empresas. Destreza en contabilidad general y matemáticas, realizar informes contables cada mes, detallando y verificando datos reales de la empresa. Capacidad de concentración y aptitud analítica.

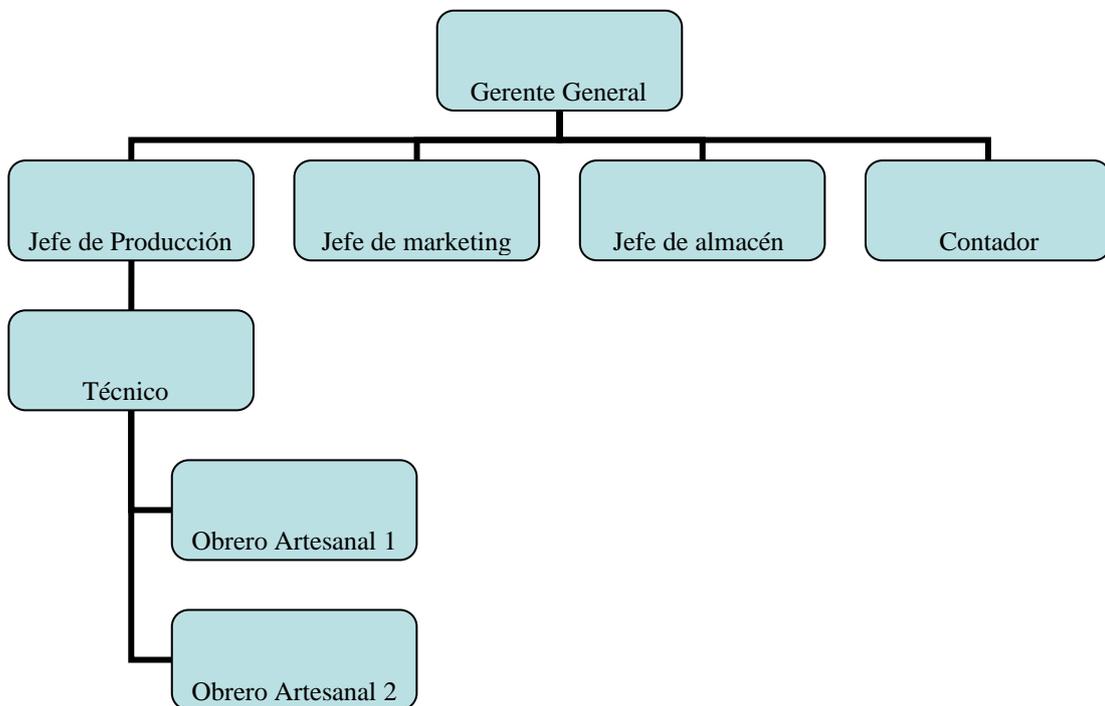
Técnico: Profesional graduado en carreras afines a técnico en mecánica o afines con título de tercer nivel, en rango de edad entre 22 a 30 años, experiencia mínima de 2

años. Habilidad y conocimiento en procedimientos técnicos necesarios para brindar diagnósticos además de reparaciones; actitud positiva y creativa. Capacidad de cumplir normas de seguridad y salud. Ejecutar funciones y tareas para dar vida al producto. Notificar el gasto de piezas en el stock y apoyar en el informe mensual.

Obrero Artesanal: Artesano con experiencia mínima de 3 años cuyo rango de edad varía entre 30 a 45 años y conocimientos en el área artesanal. Ejecutar diseño seleccionados por los clientes en un periodo máximo de 2 días. Agregar diseño a soporte técnico.

5.2.2 Organigrama

Figura 28: Organigrama Instant Security



CAPÍTULO 6

ESTUDIO ECONÓMICO
FINACIERO-TRIBUTARIO

6. Estudio Económico-Financiero-Tributario

6.1 Inversión Inicial

La inversión inicial es de \$39.603,00 y está distribuida en inversión fija \$6.969,00, Activos intangibles \$2.241,00, Preoperacionales \$1.800,00 y Capital de trabajo \$28.593,00.

Tabla 11

Inversión inicial

INVERSION INICIAL				
RESUMEN DE INVERSION POR AREA				
INVERSION INICIAL	ADM	VTAS	PROD	TOTAL
INVERSION FIJA	5,759.00	150.00	1,060.00	6,969.00
ACTIVOS INTANGIBLES	2,241.00	-	-	2,241.00
PREOPERACIONALES	1,800.00	-	-	1,800.00
CAPITAL DE TRABAJO	28,593.00			28,593.00
TOTAL INVERSION INICIAL	38,393.00	150.00	1,060.00	39,603.00

6.1.1 Tipo de Inversión

6.1.1.1 Fija

La inversión fija es de \$5.569,00 y está distribuida por Equipos de cómputo \$2.120,00, entre otros.

Tabla 12

Inversión fija

INVERSION INICIAL		
DETALLE DE INVERSION POR TIPO		
INVERSION FIJA		
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPOS		
NO DEPRECIABLES		
CEP	CONSTRUCCIONES EN PROCESO	-
T	TERRENOS	-
TOTAL NO DEPRECIABLE		-
DEPRECIABLES		
ED	EDIFICIOS	-
MAQ	MAQUINARIA	600.00
EQ	EQUIPOS	1,054.00
ME	MUEBLES Y ENSERES	2,795.00
VE	VEHICULOS	-
EDP	EQUIPOS DE COMPUTO	2,120.00
TOTAL DEPRECIABLE		6,569.00
TOTAL INVERSION FIJA		6,569.00

6.1.1.2 Diferida

La inversión diferida es de \$2.241,00 para activos intangibles y \$1.800,00 para preoperacionales básico \$1.800,00.

Tabla 13

Inversión diferida

INVERSION INICIAL		
DETALLE DE INVERSION POR TIPO		
ACTIVOS INTANGIBLES		
LS	LICENCIAS & SOFTWARE	2,000.00
RP	REGISTROS DE PRODUCTOS	-
IEPI	REGISTRO DE MARCA - IEPI	241.00
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES		2,241.00
PREOPERACIONALES - OTROS ACTIVOS CORRIENTES		
BASICOS		
CC	CREACION DE EMPRESA	1,100.00
CB	CUERPO DE BOMBEROS	300.00
MG	MUNICIPIO DE GUAYAQUIL	400.00
TOTAL BASICOS		1,800.00

6.1.1.3 Corriente

La inversión corriente es de \$28.595,00 distribuida entre costos fijos \$7.557,07 y costos variables \$21.038,55.

Tabla 14

Inversión corriente

CAPITAL DE TRABAJO	
COSTOS FIJOS	7,557.07
COSTOS VARIABLES	21,038.55

TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	28,595.00

6.1.2 Financiamiento de la Inversión

6.1.2.1 Fuentes de Financiamiento

Las fuentes de financiamiento están distribuidas por 50% préstamo bancario y el otro 50% los accionistas.

Tabla 15

Estructura de capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL		
DETALLE DE INVERSIONISTAS		
DETALLE	% PESO	MONTO
PRÉSTAMO BANCARIO	50%	19,801.50
ACCIONISTA 1	35%	13,861.05
ACCIONISTA 2	7.5%	2,970.23
ACCIONISTA 3	7.5%	2,970.23
TOTAL ESTRUCTURA DE CAPITAL	100%	39,603.00

6.1.2.2 Tabla de Amortización

Tabla 16 Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACION				
	CAPITAL	19,801.50		
	TASA DE INTERÉS CFN	0.84% MENSUAL		
	NÚMERO DE PAGOS	60		
	CUOTA MENSUAL	421.89		
Pago	Capital	Amortización	Interés	Pago
0	19,801.50	-	-	-
1	19,546.60	254.90	166.99	421.89
2	19,289.55	257.05	164.84	421.89
3	19,030.33	259.22	162.68	421.89
4	18,768.93	261.40	160.49	421.89
5	18,505.32	263.61	158.28	421.89
6	18,239.49	265.83	156.06	421.89
7	17,971.41	268.07	153.82	421.89
8	17,701.08	270.33	151.56	421.89
9	17,428.46	272.61	149.28	421.89
10	17,153.55	274.91	146.98	421.89
11	16,876.32	277.23	144.66	421.89
12	16,596.75	279.57	142.32	421.89
13	16,314.82	281.93	139.97	421.89
14	16,030.51	284.31	137.59	421.89
15	15,743.81	286.70	135.19	421.89
16	15,454.69	289.12	132.77	421.89
17	15,163.13	291.56	130.33	421.89
18	14,869.11	294.02	127.88	421.89
19	14,572.62	296.50	125.40	421.89
20	14,273.62	299.00	122.90	421.89
21	13,972.10	301.52	120.37	421.89
22	13,668.04	304.06	117.83	421.89
23	13,361.41	306.63	115.27	421.89
24	13,052.20	309.21	112.68	421.89
25	12,740.38	311.82	110.07	421.89
26	12,425.93	314.45	107.44	421.89
27	12,108.83	317.10	104.79	421.89
28	11,789.05	319.78	102.12	421.89
29	11,466.58	322.47	99.42	421.89
30	11,141.39	325.19	96.70	421.89
31	10,813.45	327.93	93.96	421.89
32	10,482.75	330.70	91.19	421.89
33	10,149.26	333.49	88.40	421.89
34	9,812.96	336.30	85.59	421.89
35	9,473.83	339.14	82.76	421.89
36	9,131.83	342.00	79.90	421.89
37	8,786.95	344.88	77.01	421.89
38	8,439.16	347.79	74.10	421.89
39	8,088.43	350.72	71.17	421.89
40	7,734.75	353.68	68.21	421.89
41	7,378.09	356.66	65.23	421.89
42	7,018.42	359.67	62.22	421.89
43	6,655.71	362.70	59.19	421.89
44	6,289.95	365.76	56.13	421.89
45	5,921.10	368.85	53.05	421.89
46	5,549.14	371.96	49.93	421.89
47	5,174.05	375.10	46.80	421.89
48	4,795.79	378.26	43.63	421.89
49	4,414.34	381.45	40.44	421.89
50	4,029.67	384.67	37.23	421.89
51	3,641.76	387.91	33.98	421.89
52	3,250.58	391.18	30.71	421.89
53	2,856.10	394.48	27.41	421.89
54	2,458.29	397.81	24.09	421.89
55	2,057.13	401.16	20.73	421.89
56	1,652.59	404.55	17.35	421.89
57	1,244.63	407.96	13.94	421.89
58	833.23	411.40	10.50	421.89
59	418.37	414.87	7.03	421.89
60	(0.00)	418.37	3.53	421.89
		19,801.50	5,512.11	25,313.61

6.1.3 Cronograma de inversiones

A continuación, se muestra la tabla de inversiones de la inversión inicial considerando 3 meses.

Tabla 17 Cronograma de inversiones

INVERSION INICIAL					
CALENDARIO DE INVERSIONES					
CALENDARIO DE INVERSIONES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	TOTAL
INVERSION FIJA	2,323.00	2,323.00	2,323.00		6,969.00
ACTIVOS INTANGIBLES	747.00	747.00	747.00		2,241.00
PREOPERACIONALES	600.00	600.00	600.00		1,800.00
CAPITAL DE TRABAJO	9,531.00	9,531.00	9,531.00		28,593.00
TOTAL INVERSION INICIAL	13,201.00	13,201.00	13,201.00	-	39,603.00

6.2 Análisis de Costos

6.2.1 Costos Fijos

A continuación, se detallan los costos fijos.

Tabla 18 Costos fijos

COMPONENTES		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS	FIJO	107,238.87	111,515.76	114,503.61	117,605.97	120,827.00
COSTOS VARIABLES	VAR	254,112.59	280,033.50	311,181.64	342,940.83	377,949.26
TOTALES		361,351.46	391,549.27	425,685.25	460,546.79	498,776.26

6.2.2 Costos Variables

A continuación, se detallan los costos variables.

Tabla 19 Costos variables

COMPONENTES		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS	FIJO	107,238.87	111,515.76	114,503.61	117,605.97	120,827.00
COSTOS VARIABLES	VAR	254,112.59	280,033.50	311,181.64	342,940.83	377,949.26
TOTALES		361,351.46	391,549.27	425,685.25	460,546.79	498,776.26

6.3 Capital de Trabajo

El capital de trabajo considera 1 mes de operativa. El valor de \$28.595.

Tabla 20 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
COSTOS FIJOS	7,557.07
COSTOS VARIABLES	21,038.55
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	
	28,595.00

6.3.1 Gastos de Operación

Los gastos de operación consideran los salarios de mano de obra directa.

Tabla 21 Gasto de operación

NOMBRE	TIPO	T AÑO 1	T AÑO 2	T AÑO 3	T AÑO 4	T AÑO 5
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		24,464.50	26,559.64	27,171.18	27,799.72	28,445.86
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	FIJO	23,757.00	25,822.14	26,402.18	26,997.64	27,609.06
GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADOS	FIJO	-	-	-	-	-
DEPRECIACIÓN PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	FIJO	107.50	107.50	107.50	107.50	107.50
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	FIJO	-	-	-	-	-
SUMINISTROS MATERIALES Y REPUESTOS	FIJO	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30

6.3.2 Gastos Administrativos

A continuación, se detallan los gastos administrativos, se consideran elementos como alquiler, salarios, entre otros.

Tabla 22 Gastos administrativos

NOMBRE	TIPO	Y	T AÑO 1	T AÑO 2	T AÑO 3	T AÑO 4	T AÑO 5
GASTOS ADMINISTRATIVOS			66,399.30	68,193.31	70,637.83	73,187.61	75,847.59
SUELDOS, SALARIOS Y DEMAS REMUNERACIONES	FIJO		22,200.00	22,644.00	23,096.88	23,558.82	24,029.99
APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (incluido fondo de reserva)	FIJO		2,475.30	4,411.81	4,500.04	4,590.04	4,681.84
BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	FIJO		4,275.00	4,420.50	4,572.51	4,731.38	4,897.46
GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADOS	FIJO		-	-	-	-	-
HONORARIOS, COMISIONES Y DIETAS A PERSONAS NATURALES	FIJO		-	-	-	-	-
REMUNERACIONES A OTROS TRABAJADORES AUTÓNOMOS	FIJO		-	-	-	-	-
HONORARIOS A EXTRANJEROS POR SERVICIOS OCASIONALES	FIJO		-	-	-	-	-
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	VAR		600.00	630.00	661.50	694.58	729.30
ARRENDAMIENTO OPERATIVO	FIJO		31,500.00	33,075.00	34,728.75	36,465.19	38,288.45
COMISIONES	FIJO		-	-	-	-	-
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	FIJO		-	-	-	-	-
COMBUSTIBLES	VAR		-	-	-	-	-
LUBRICANTES	VAR		-	-	-	-	-
SEGUROS Y REASEGUROS (primas y cesiones)	FIJO		-	-	-	-	-
TRANSPORTE	FIJO		-	-	-	-	-
GASTOS DE GESTIÓN (agasajos a accionistas, trabajadores y clientes)	FIJO		-	-	-	-	-
GASTOS DE VIAJE	VAR		-	-	-	-	-
AGUA, ENERGÍA, LUZ, Y TELECOMUNICACIONES	VAR		900.00	945.00	992.25	1,041.86	1,093.96
NOTARIOS Y REGISTRADORES DE LA PROPIEDAD O MERCANTILES	VAR		360.00	378.00	396.90	416.75	437.58
IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y OTROS	VAR		150.00	150.00	150.00	150.00	150.00
DEPRECIACIONES: PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	FIJO		1,090.80	1,090.80	1,090.80	1,090.80	1,090.80
AMORTIZACIONES INTANGIBLES	FIJO		448.20	448.20	448.20	448.20	448.20
AMORTIZACIONES OTROS ACTIVOS	FIJO		1,800.00	-	-	-	-
OTROS GASTOS	FIJO		600.00	-	-	-	-

6.3.3 Gastos de Ventas

A continuación, se detallan los gastos de ventas, se consideran elementos como salarios, entre otros.

Tabla 23 Gastos de ventas

NOMBRE	TIPO	Y	T AÑO 1	T AÑO 2	T AÑO 3	T AÑO 4	T AÑO 5
GASTOS DE VENTA			16,767.10	17,599.64	18,017.49	18,472.97	18,969.18
SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES	FIJO		5,400.00	5,508.00	5,618.16	5,730.52	5,845.13
APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (incluido fondo de reserva)	FIJO		602.10	1,073.14	1,094.60	1,116.50	1,138.83
BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	FIJO		1,175.00	1,218.50	1,264.07	1,311.82	1,361.88
GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADOS	FIJO		-	-	-	-	-
HONORARIOS, COMISIONES Y DIETAS A PERSONAS NATURALES	VAR		-	-	-	-	-
REMUNERACIONES A OTROS TRABAJADORES AUTÓNOMOS	FIJO		-	-	-	-	-
HONORARIOS A EXTRANJEROS POR SERVICIOS OCASIONALES	FIJO		-	-	-	-	-
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	FIJO		360.00	378.00	396.90	416.75	437.58
ARRENDAMIENTO OPERATIVO	FIJO		-	-	-	-	-
COMISIONES	FIJO		-	-	-	-	-
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	FIJO		6,200.00	6,242.00	6,306.26	6,394.51	6,509.24
COMBUSTIBLES	VAR		-	-	-	-	-
LUBRICANTES	VAR		-	-	-	-	-
SEGUROS Y REASEGUROS (primas y cesiones)	FIJO		-	-	-	-	-
TRANSPORTE	FIJO		2,400.00	2,520.00	2,646.00	2,778.30	2,917.22
GASTOS DE GESTIÓN (agasajos a accionistas, trabajadores y clientes)	FIJO		-	-	-	-	-
GASTOS DE VIAJE	VAR		-	-	-	-	-
AGUA, ENERGÍA, LUZ, Y TELECOMUNICACIONES	FIJO		-	-	-	-	-
NOTARIOS Y REGISTRADORES DE LA PROPIEDAD O MERCANTILES	VAR		240.00	252.00	264.60	277.83	291.72
IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y OTROS	VAR		-	-	-	-	-
DEPRECIACIONES PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	FIJO		30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
AMORTIZACIONES INTANGIBLES	FIJO		-	-	-	-	-
AMORTIZACIONES OTROS ACTIVOS	FIJO		-	-	-	-	-
OTROS GASTOS	FIJO		360.00	378.00	396.90	416.75	437.58

6.3.4 Gastos Financieros

A continuación, se detallan los gastos de financieros proyectado a 5 años.

Tabla 24 Gasto financieros

NOMBRE	TIPO	T AÑO 1	T AÑO 2	T AÑO 3	T AÑO 4	T AÑO 5
GASTOS FINANCIEROS		1,857.97	1,518.17	1,142.35	726.68	266.94
INTERESES	FIJO	1,857.97	1,518.17	1,142.35	726.68	266.94

6.4 Análisis de Variables Críticas

6.4.1 Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.

A continuación, se detalla el Mark up.

Tabla 25 Mark up

MARK UP POR CANAL					
BASADO EN COSTOS Y PRECIOS PROMEDIOS					
	COSTO	% MARGEN	PRECIO CANAL	%MARGEN CANAL	P.V.P.
PRODUCTO A	12.82	25%	17.09	15%	20.00

6.4.2 Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas

A continuación, se detalla el pronóstico de ventas proyectado a 5 años.

Tabla 26 Pronóstico de ventas

PRONOSTICO DE VENTAS					
VENTAS EXPRESADO EN DÓLARES					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONSOLIDADO PRODUCTOS					
PRODUCTO A	368,436	405,651	447,850	490,879	538,257
TOTAL VENTAS EN US\$	368,436	405,651	447,850	490,879	538,257

A continuación, se detalla el pronóstico de costos proyectado a 5 años.

Tabla 27 Pronóstico de costos

PRONOSTICO DE COSTOS					
COSTOS EXPRESADO EN DÓLARES					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONSOLIDADO PRODUCTOS					
PRODUCTO A	276,327	304,238	335,888	368,160	403,693
TOTAL COSTO DE VENTAS EN US\$	276,327	304,238	335,888	368,160	403,693

6.4.3 Análisis de Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio para el primer año es de 14.929, para el segundo 13.026, el tercero 11.240 y, el último 8.627.

Tabla 28 Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUNTO DE EQUILIBRIO PRODUCTO A	14,929	13,026	11,240	9,807	8,627
% PESO	100%	100%	100%	100%	100%
COSTOS FIJOS	107,238.87	111,515.76	114,503.61	117,605.97	120,827.00
PRECIO	20.00	22.00	24.20	26.62	29.28
COSTO VARIABLE	12.82	13.44	14.01	14.63	15.28
CONTRIBUCION MARGINAL	7.18	8.56	10.19	11.99	14.01

6.5 Estados Financieros proyectados

6.5.1 Balance General

A continuación, se detalla el pronóstico el balance general proyectado a 5 años.

Tabla 29 Balance General

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE						
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	25,622.78	(13,650.23)	(8,363.75)	2,340.45	17,989.60	39,132.52
CUENTAS POR COBRAR	-	147,374.45	162,260.34	179,140.04	196,351.75	215,302.70
INVENTARIOS	-	-	-	-	-	-
SEGUROS Y OTROS PAGOS ANTICIPADOS	-	-	-	-	-	-
OTROS ACTIVOS CORRIENTES	1,800.00	-	-	-	-	-
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	27,422.78	133,724.22	153,896.60	181,480.49	214,341.35	254,435.22
ACTIVOS NO CORRIENTES						
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	6,969.00	6,969.00	6,969.00	6,969.00	6,969.00	6,969.00
DEPRECIACION ACUMULADA PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	-	1,228.30	2,456.60	3,684.90	4,913.20	6,141.50
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO NETOS	6,969.00	5,740.70	4,512.40	3,284.10	2,055.80	827.50
ACTIVO INTANGIBLE						
PLUSVALIAS	-	-	-	-	-	-
MARCAS, PATENTES, DERECHOS DE LLAVE, CUOTAS PATRIMONIALES	2,241.00	2,241.00	2,241.00	2,241.00	2,241.00	2,241.00
AMORTIZACION ACUMULADA ACTIVOS INTANGIBLES	-	448.20	896.40	1,344.60	1,792.80	2,241.00
ACTIVO INTANGIBLE NETO	2,241.00	1,792.80	1,344.60	896.40	448.20	-
TOTAL ACTIVOS	36,632.78	141,257.72	159,753.60	185,660.99	216,845.35	255,262.72
PASIVOS						
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	-	100,745.04	111,071.40	123,486.55	136,143.93	150,098.68
PORCION CORRIENTE OBLIGACIONES BANCARIAS	3,204.75	3,544.55	3,920.37	4,336.04	4,795.79	-
OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES	-	2,387.53	4,752.24	7,469.55	10,222.08	13,304.92
TOTAL PASIVO CORRIENTE	3,204.75	106,677.11	119,744.01	135,292.15	151,161.79	163,403.60
OBLIGACIONES BANCARIAS A LARGO PLAZO	16,596.75	13,052.20	9,131.83	4,795.79	-	-
TOTAL PASIVOS	19,801.50	119,729.31	128,875.84	140,087.94	151,161.79	163,403.60
PATRIMONIO						
Capital Social	16,831.28	16,831.28	16,831.28	16,831.28	16,831.28	16,831.28
Utilidad del Ejercicio	-	4,697.13	9,349.36	14,695.29	20,110.50	26,175.56
Utilidades Retenidas	-	-	4,697.13	14,046.49	28,741.78	48,852.28
Total de Patrimonio	16,831.28	21,528.40	30,877.76	45,573.05	65,683.56	91,859.12
Pasivo más Patrimonio	36,632.78	141,257.72	159,753.60	185,660.99	216,845.35	255,262.72
CUADRE	→					

6.5.2 Estado de Pérdidas y Ganancias

A continuación, se detalla el estado de pérdidas y ganancias proyectado a 5 años.

Tabla 30 Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
VENTAS	368,436.12	405,650.86	447,850.09	490,879.38	538,256.74	
COSTO DE VENTAS	276,327.09	304,238.14	335,887.57	368,159.53	403,692.56	
UTILIDAD BRUTA	92,109.03	101,412.71	111,962.52	122,719.84	134,564.19	
% Margen Bruto	25%	25%	25%	25%	25%	
1 GASTOS ADMINISTRATIVOS	66,399.30	68,193.31	70,637.83	73,187.61	75,847.59	
1 GASTOS DE VENTAS	16,767.10	17,599.64	18,017.49	18,472.97	18,969.18	
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	83,166.40	85,792.95	88,655.33	91,660.58	94,816.77	
UTILIDAD OPERATIVA (EBIT)	8,942.63	15,619.77	23,307.20	31,059.26	39,747.42	
% Margen Operativo	2%	4%	5%	6%	7%	
3 GASTOS FINANCIEROS	1,857.97	1,518.17	1,142.35	726.68	266.94	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (EBT)	7,084.66	14,101.59	22,164.85	30,332.58	39,480.48	
% Margen antes impuestos	2%	3%	5%	6%	7%	
PARTICIPACION DE UTILIDADES	1,062.70	2,115.24	3,324.73	4,549.89	5,922.07	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	6,021.96	11,986.35	18,840.12	25,782.70	33,558.41	
IMPUESTO A LA RENTA	1,324.83	2,637.00	4,144.83	5,672.19	7,382.85	
UTILIDAD DISPONIBLE	4,697.13	9,349.36	14,695.29	20,110.50	26,175.56	
% Margen Disponible	1%	2%	3%	4%	5%	

6.5.2.1 Flujo de Caja Proyectado

A continuación, se detalla el flujo de caja proyectado a 5 años.

Tabla 31 Flujo de caja proyectado

Flujo de Efectivo - EBITDA					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad antes Imptos Renta	7,084.66	14,101.59	22,164.85	30,332.58	39,480.48
(+) Gastos de Depreciación/Amortización	3,476.50	1,676.50	1,676.50	1,676.50	1,676.50
(-) Inversiones en Activos	-	-	-	-	-
(-) Amortizaciones de Deuda	-	-	-	-	-
(-) Aumento del capital del trabajo	-	-	-	-	-
(-) Pagos de Impuestos	-	2,387.53	4,752.24	7,469.55	10,222.08
Flujo Anual	10,561.16	13,390.56	19,089.11	24,539.53	30,934.90
Flujo Acumulado	10,561.16	23,951.72	43,040.83	67,580.36	98,515.26
Pay Back del flujo	(29,041.84)	(15,651.28)	3,437.83	27,977.36	58,912.26

6.5.2.1.1 Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

6.5.2.1.1.1 TMAR

El TMAR es de 17.44%

6.5.2.1.1.2 VAN

El VAN del proyecto es de \$17.639,42

6.5.2.1.1.3 TIR

La TIR del proyecto es de 32.21%

6.5.2.1.1.4 PAYBACK

El Payback del proyecto es de 2 años y 9 meses.

6.6 Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

Considerando escenario pesimista con incremento del 10% para materia prima y gastos administrativos se obtiene como VAN \$119.730,03 y una TIR de 104.80%; mientras con escenario optimista de disminución del -10% en costos indirectos de fabricación y gastos administrativos se obtiene como VAN \$47.991,58 y una TIR de 51.63%.

Tabla 32 Escenario múltiples

PESIMISTA AÑO 0	OPTIMISTA AÑO 0
(39,603.00)	(39,603.00)
14.20%	14.20%
119,730.03	47,991.58
104.80%	51.63%

6.6.1 Principales riesgos

Los principales riesgos son:

Tabla 33 Principales riesgos

Criterio	Concepto
Materia prima	Calidad de los productos
Técnico	Falta de conocimiento de normas
Humano	Falta de conocimiento

6.6.2 Mitigación del riesgo

Tabla 34 Mitigación de riesgo

Criterio	Concepto
Materia prima	Inspección y revisión de calidad de los productos
Técnico	Respetar reglas y normas
Humano	Capacitación del personal

6.7 Razones Financieras

6.7.1 Liquidez

El ratio de liquidez es de 1.3 veces por cada dólar, es decir, la empresa tiene la capacidad para endeudarse y cubrir sus deudas.

Tabla 35 Liquidez

Indicadores Financieros						
RATIOS FINANCIEROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ratios de Liquidez						
Liquidez o Razón Corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente	en veces	1.3	1.3	1.3	1.4	1.6
Liquidez Seca o Prueba Ácida = (Activo Corriente - Inventarios) / Pasivo Corriente	en veces	1.3	1.3	1.3	1.4	1.6
Capital de Trabajo	en dinero	27,047	34,153	46,188	63,180	91,032
Riesgo de Illiquidez = 1 - (Activos Corrientes / Activos)	en porcentaje	5%	4%	2%	1%	0%

6.7.2 Gestión

El ratio de gestión para el primer año es de 2.6 y para el año quinto es de 2.1, es decir, se mejora el uso de los activos.

Tabla 36 Gestión

Indicadores Financieros						
RATIOS FINANCIEROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RATIOS DE GESTION (Uso de Activos)						
Rotación de Activos = Ventas / Activos	en veces	2.6	2.5	2.4	2.3	2.1

6.7.3 Endeudamiento

El ratio de endeudamiento es de 4.8 veces, es decir, tiene capacidad para cubrir sus deudas.

Tabla 37 Endeudamiento

Indicadores Financieros						
RATIOS FINANCIEROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RATIOS DE ENDEUDAMIENTO						
Endeudamiento o Apalancamiento = Pasivo / Activo	en porcentaje	85%	81%	75%	70%	64%
Pasivo Corriente / Pasivo	en porcentaje	89%	93%	97%	100%	100%
Estructura del capital Pasivo / Patrimonio	en veces	5.6	4.2	3.1	2.3	1.8
Cobertura Gastos financieros = Utilidad Operativa / Gastos Financieros	en veces	4.8	10.3	20.4	42.7	148.9
Cobertura 2 = (Flujo de Efectivo + Servicio de Deuda) / Servicio de Deuda		3.1	3.6	4.8	5.8	7.1

6.7.4 Rentabilidad

El ratio de rentabilidad es de 22% y este indicador va en aumento y para el quinto año es 28%.

Tabla 38 Rentabilidad

Indicadores Financieros						
RATIOS FINANCIEROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ratios de Rentabilidad						
Margen Bruto = Utilidad Bruta / Ventas Netas	en porcentaje	25%	25%	25%	25%	25%
Margen Operacional = Utilidad Operacional / Ventas Netas	en porcentaje	2%	4%	5%	6%	7%
Margen Neto = Utilidad Disponible / Ventas Netas	en porcentaje	1%	2%	3%	4%	5%
ROA = Utilidad Neta / Activos	en porcentaje	3%	6%	8%	9%	10%
ROE = Utilidad Neta / Patrimonio	en porcentaje	22%	30%	32%	31%	28%

6.8 Conclusiones del Estudio Financiero

Las conclusiones del Estudio Financiero son:

- La inversión inicial es de \$39.603,00.
- La inversión fija es de \$5.569,00 y está distribuida por Equipos de cómputo \$2.120,00,
- La inversión corriente es de \$28.595,00.
- Las fuentes de financiamiento están distribuidas por 50% préstamo bancario y el otro 50% los accionistas.
- La TMAR es de 17.44%, el VAN de \$17.639,42 y una TIR de 32.21%

6.9 CONCLUSIONES

Las conclusiones de la investigación son:

- Se logró revisar sobre el concepto de seguridad a fin de conocer aspectos que envuelven el contexto del fenómeno estudiado.
- Se logró identificar la necesidad latente en el mercado y determinando la propuesta de valor que satisfagan las necesidades del mercado.
- Se determinó que la empresa pertenece “Fabricación de equipo de protección y seguridad: ropa ignífuga y otras prendas de protección, cinturones de seguridad para instaladores.”.
- En guayas, la distribución de las empresas según su tamaño Grandes ocupan el 33% del mercado, las Medianas A el 17%, y las Pequeñas empresas el 50%.
- El 92.4% de los encuestado muestran interés por el producto del proyecto. Entre los factores que influyen en la compra del producto son caminar libremente (19,9%), satisfacción (13,8%), buen diseño (7,4%). Se detalló la opción otros durante la encuesta entre las cuales se especificó que el dispositivo generara buen diseño y confianza obtuvo (0,3%) mientras que para todas las opciones anteriores (0,12%) y ninguna de las anteriores (0,8%) resultando el menor porcentaje entre las opciones.
- Se determinó que la estrategia penetración de mercado es de ingreso con bajo precio en relación con la competencia.
- Se logró diseñar estrategias de marketing para posicionar la marca de forma eficiente.

- Se logró diseñar un procesos eficiente y efectivo.
- El análisis financiero determinó que el proyecto es viable y factible con un VAN de \$17.639,42 un TIR de 32.21% y una TMAR de 17.44%.

6.10 RECOMENDACIONES

Las recomendaciones del proyecto de investigación.

- Se recomienda posicionar la marca en redes sociales.
- Se recomienda ampliar la investigación de mercado a fin de que puedan conocer nuevos factores de influyen en el proyecto.

Bibliografía

- Alcaldía de Guayaquil. (2022). Obtenido de <https://www.guayaquil.gob.ec/wp-content/uploads/2022/07/Manual-Tecnico-para-la-Operacion-de-Vehiculos-o-Remolques-Gastronomicos.pdf>
- Ambit. (2021). Obtenido de <https://www.ambit-bst.com/blog/que-es-sam-y-como-empezar>
- Armetrics. (s.f.). Obtenido de <https://www.armetrics.com/glosario-digital/tam-tamano-de-mercado>
- Asamblea General . (2017) Obtenido de https://www.oas.org/es/sla/cji/docs/informes_culminados_recientemente_Sociedad_por_Acciones_Simplificada_Ley_Modelo.pdf
- Asamblea Nacional. (2014). Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic5_ecu_panel5_sercop_1.3._ley_seg_publica.pdf
- Ayala, E. D. (2019).
- Congreso Nacional. (2008). Obtenido de <https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/03/Ley-Organica-De-La-Policia-Nacional.pdf>
- Constitución de la república del Ecuador. (2008). Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Corichi García & Arlen Cerón. (2010). Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/LI_PosOrgMerc/alejandra_corichi/1.pdf#:~:text=Las
- Datosmacro. (2021). *Socio-demografía*. Obtenido de Datosmacro: <https://datosmacro.expansion.com/demografia/homicidios/>
- El Universo. (2023). *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/> ecuador
- El Comercio. (2023). *Violencia*. Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/seguridad/guayaquil-registro-enero-mas-violento-asesinatos.html>
- noticias/seguridad/balance-en-materia-de-seguridad-de-la-administracion-de-cynthia-viteri-en-guayaquil-nota/#:~:text=Desde-el-2019-hasta-noviembre,Metropolitano-otras-direcciones-y-entidades
- Fernandes, A. Z. (2023). Obtenido de <https://www.todamateria.com/metodos-de-investigacion/>

- Fuentes, O. (2022). Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/marketing-directo-interactivo-comercio-ventas/#:~:text=El>
- Gallagher, K. P. (25 de 03 de 2023). *thedialogue*. Obtenido de thedialogue: <https://www.thedialogue.org/analysis/que-esta-impulsando-el-aumento-de-crimen-en-ecuador/#:~:text=Segun-la-Policia-del-Ecuador,principal-problema-para-los-ecuatorianos>.
- GeoBlink. (15 de 08 de 2020). *GeoBlink*. Obtenido de GeoBlink: <https://www.geoblink.com/es/blog/ejemplos-penetracion-de-mercado/>
- Grajales, T. (2000). Obtenido de <https://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1RM1F0L42-VZ46F4-319H/871.pdf>
- Guaman, G. E. (10 de 2020). Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/18985/1/UPS-TTS055.pdf>
- IEBS. (2020). Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/oportunidades-de-negocio-creacion-empresas/>
- INEC. (2019). *Industria Manufacturera*. Obtenido de https://produccion.ecuadorencifras.gob.ec/geoqlik/proxy/QvAJAXZfc/opensdoc.htm?document=empresas_test.qvw&host=QVS%40virtualqv&anonymous=true
- INEC. (2021). *INEC*. Obtenido de INEC: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-estratificacion-del-nivel-socioeconomico/>
- INEC. (2023). *Boletín Técnico N° 01-2023-IPC*. Guayaquil: Instituto Nacional de Estadística y Censos.
- Infoautonomos. (14 de 05 de 2022). *Infoautonomos*. Obtenido de Infoautonomos: <https://www.infoautonomos.com/estudio-de-mercado/breve-guia-para-estudio-de-mercado/#:~:text=Un-estudio-de-mercado-es,un-producto-o-un-servicio>.
- Infobae. (2023). *América latina*. Obtenido de Infobae.
- IPUserGroup.(2021). Obtenido de <https://www.ipusergrouplatino.com/articles/article/8845868/194362.htm>
- Leon, J. A. (03 de 2019). Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/17180/1/UPS-CT008213.pdf>
- Martín, J. (15 de 05 de 2018). *Global Business School*. Obtenido de Global Business School: <https://www.cerem.ec/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el>

- Mella, C. (2023). Obtenido de <https://elpais.com/internacional/2023-04-09/guayaquil-la-ciudad-ecuatoriana-donde-cunde-el-terror-del-crimen-organizado.html>
- MELLA, C. (15 de 05 de 2023). *EL PAIS*. Obtenido de EL PAIS: <https://elpais.com/internacional/2023-04-09/guayaquil-la-ciudad-ecuatoriana-donde-cunde-el-terror-del-crimen-organizado.html#:~:text=En-el-2022-los-homicidios,25%-crimenes-cada-100.000-habitantes.>
- Ministerio de defensa Nacional. (s.f.). Obtenido de <https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/07/plan-matriz-web.pdf>
- Ministerio de Gobierno. (26 de Junio de 2017).
- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Neiva: Facultad de Ciencias Sociales y Humanas.
- Morales, N. (2015). Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/64537756/Investigacion_Exploratoria-libre.pdf?1601263412=&response-content-disposition=inline+filename-Investigacion_Exploratoria_Tipos_Metodol.pdf&Expires=1674520966&Signature=WWGdxkc2IsuV1R8UkFyXpKOCQGP-9l
- Murillo. (2008). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>
- Primicias. (07 de 06 de 2023). Obtenido de PRIMICIAS EC: <https://www.primicias.ec/noticias/politica/seguridad-concretar-inversion-reto-2023/>
- Pulido, R. (2018). Obtenido de <https://www.geoblink.com/es/blog/ejemplos-penetracion-de-mercado/>
- Q., V. C. (2021). *Boletín Técnico*. Obtenido de Boletín Técnico: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Migracion/2021/Documentos_ESI_CGTPE/Boletin-Tecnico-ESI-2021.pdf
- Raeburn, A. (2022). Obtenido de <https://asana.com/es/resources/workflow-diagram>
- Raquel Sanz. (2020). Obtenido de <https://www.dynamicgc.es/tam-sam-som-calculamos-el-tamano-del-mercado/>
- Rodriguez, J. (15 de 10 de 2022). *HubSpot*. Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/sales/estrategia-precios-de-penetracion>

- Santander. (2021). Obtenido de <https://www.becas-santander.com/es/blog/tam-sam-som.html>
- Santos, D. (2023). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/promocion-de-ventas#:~:text=La>
- Silva, D. d. (1 de 09 de 2020). *Zendesk*. Obtenido de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/estrategia-marketing-mix/>
- SNP. (2021). *Secretaría Nacional de Planificación* . Obtenido de Plan creación de oportunidades 2021-2025: <https://www.planificacion.gob.ec/plan-de-creacion-de-oportunidades-2021-2025/>
- Tamayo. (2007). Obtenido de https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia_cuantitativa.html#:~:text=La-metodologia-cuantitativa-de-acuerdo,o-fenomeno-objeto-de-estudio.
- Taylor, S.J. & Bogdan R. (1986). Obtenido de <file:///C:/Users/rebec/Downloads/2574-Texto-del-articulo-9360-1-10-20201226.pdf>
- Tello, M. A. (05 de 2019). Obtenido de <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/10912/1/UDLA-EC-TIRT-2019-02.pdf>
- UCSG. (2023). *SINDE*. Obtenido de Objetivos: <https://www.ucsg.edu.ec/sinde/objetivos/#:~:text=El-SINDE-tiene-como-proposito,que-permitan-conseguir-dicho-proposito>.
- William Vinicio Raurado Jurado . (2016). Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11630/Trabajo-de-Titulacion-William-Vinicio-Raura-Jurado.pdf?sequence=1>

ANEXOS

Tengo entendido que anteriormente había unos botones de pánico barriales la pregunta es ¿Sigue en funcionamiento esos botones?

¿Cuáles fueron las ventajas o desventajas de ese servicio del botón de pánico barrial?

Si actualmente sigue funcionando ¿cuál es el éxito de esos botones?

Si no sigue funcionando ¿cuáles fueron las causas de que ya no siga en funcionamiento el botón?

¿Fue un botón útil o no?

¿Cuál era el tiempo de reacción al momento de gestionarse ese botón?



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Espín Herrera, Ariel** con C.C: # **0931857726** y **Jácome Loja, Rebeca Catalina** con C.C: # **0932283443** autores del trabajo de titulación: **Propuesta para la creación de una empresa que fabrique botones de seguridad en la ciudad de Guayaquil**, previo a la obtención del título de **Licenciados en Emprendimiento e Innovación Social** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 7 de septiembre del 2023

f. _____

Espín Herrera, Ariel Fernando
C.C: **0931857726**

Jácome Loja, Rebeca Catalina
C.C: # **0932283443**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Propuesta para la creación de una empresa que fabrique botones de seguridad en la ciudad de Guayaquil		
AUTOR(ES)	Espín Herrera, Ariel Fernando; Jácome Loja, Rebeca Catalina		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	CPA. Vélez Barros, Cecilia, PhD.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Economía y Empresa		
CARRERA:	Carrera de Emprendimiento e Innovación Social		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciatura en Emprendimiento e Innovación Social		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	7 de septiembre del 2023	No. DE PÁGINAS:	99
ÁREAS TEMÁTICAS:	Seguridad, Emprendimiento, Marketing.		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Botones de seguridad, Robos, Hurtos, Fuerza policial, Gobierno Seguro, Ciudadanos desprotegidos.		

RESUMEN:

Este trabajo analiza una propuesta para crear una empresa especializada en la producción de botones de seguridad para la ciudad de Guayaquil, Ecuador. El objetivo principal del proyecto es proporcionar al público soluciones efectivas y confiables para mejorar la seguridad y el bienestar de la población. Primero, se proporciona un análisis integral de la situación actual de la seguridad civil en Guayaquil. Está claro que los ciudadanos y los municipios están cada vez más preocupados por el alto nivel de criminalidad y la necesidad de implementar medidas preventivas y disuasorias. Luego se realiza un estudio de mercado detallado para estimar la demanda y el potencial de mercado de Botones de seguridad. Recopile datos demográficos, estadísticas sobre delitos y realice encuestas y entrevistas con grupos objetivo. Los resultados obtenidos indican un alto nivel de aceptación e interés en la compra de estos dispositivos de seguridad. Con base en este análisis, se desarrolla un plan de negocios que incluye estructura organizacional, costos de producción, estrategias de marketing y ventas y proyecciones financieras. Las alianzas estratégicas con proveedores de materiales locales y el desarrollo de una estrategia de marca pueden ayudar a posicionar la marca de la empresa como sinónimo de calidad y confiabilidad.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593 939731966; +593 963894271	E-mail: Ariel.espin@cu.ucsg.edu.ec ; rebeca.jacome@cu.ucsg.edu.ec
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: CPA. Vélez Barros, Cecilia, PhD.	
	Teléfono: +593 99 942 1709	
	E-mail: cecilia.velez@cu.ucsg.edu.ec	

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	