

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS
Y EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

TEMA:

“Propuesta para la creación de una empresa que preste servicios de instalaciones eléctricas en la ciudad de Guayaquil”.

AUTOR:

Ponce Merchán, Carmen

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE**

TUTOR:

Castro Peñarreta, Ángel Aurelio

Guayaquil, Ecuador

1 de marzo del 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS
Y EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Ponce Merchán, Carmen**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe**.

TUTOR

f. 
Castro Peñarreta, Ángel Aurelio

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____
CPA. Vélez Barros, Cecilia Isabel Ph.D

Guayaquil, a los 01 del mes de marzo del año 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS
Y EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Ponce, Merchán Carmen**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, “**Propuesta para la creación de una empresa que preste servicios de instalaciones eléctricos en la ciudad de Guayaquil**”, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe**, 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 mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 01 del mes de marzo del año 2021

LA AUTORA

f. _____

Ponce Merchán, Carmen



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS
Y EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

AUTORIZACIÓN

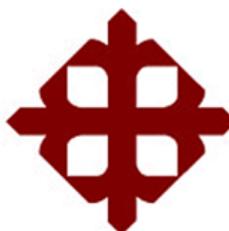
Yo, **Ponce Merchán, Carmen**

Autorizo 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 preste servicios de instalaciones eléctricos en la ciudad de Guayaquil**” cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 01 del mes de marzo del año 2021

LA AUTORA:

f. _____
Ponce Merchán, Carmen



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS
Y EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

REPORTE URKUND

URKUND

Document Information

Analyzed document Trab Titulac CORRECCIÓN 2_03_2021-CPonce Rev ACP 04 Mar 2021.pdf (D97156901)
Submitted 3/4/2021 2:57:00 AM
Submitted by
Submitter email angel.castro@cu.ucsg.edu.ec
Similarity 0%
Analysis address angel.castro.ucsg@analysis.orkund.com

Sources included in the report

03-mar-2021



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS
Y EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____
CASTRO PEÑARRETA, ÁNGEL AURELIO
TUTOR

f. _____
CPA. VELEZ BARROS, CECILIA ISABEL PH.D
DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____
LCDA. ZUMBA CORDOVA, ROSA MARGARITA, PHD.D
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO 1	
DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
1.1. Tema – Título.....	4
1.2. Justificación.....	4
1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio	5
1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio.....	6
1.5. Objetivos de la Investigación.....	7
1.5.1. Objetivo General	7
1.5.2. Objetivos Específicos	7
1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.	7
1.7. Planteamiento del Problema.....	8
1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto.....	9
1.8.1.1. Marco Referencial.....	9
1.8.2. Marco Teórico	10
1.8.2.1. Tipos de incendios	10
1.8.2.2. Tamaño y resultados de un incendio.....	12
1.8.2.3. Medidas preventivas para evitar incendios estructurales.....	13
1.8.2.4. De la idea de negocio a la puesta en marcha del Plan de Negocio	16
1.8.3. Marco Conceptual	20
1.8.4. Marco Lógico	22
1.8.5. Hipótesis y pregunta de investigación.....	23
1.8.6. Cronograma	23
CAPÍTULO 2	
DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	25
2.1. Análisis de la oportunidad.....	25
2.2. Descripción de la Idea de Negocio: Modelo de negocio.....	26
2.3. Misión, Visión y Valores de la Empresa.....	29
2.3.1. Misión.....	29
2.3.2. Visión	29
2.3.3. Valores de la empresa.....	29
2.4. Objetivos de la Empresa.....	29
2.4.1. Objetivo General	29
2.4.2. Objetivos Específicos	30

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA	32
3.1. Aspecto Societario de la Empresa	32
3.1.1. Generalidades (Tipo de Empresa)	32
3.2. Fundación de la Empresa	32
3.3. Capital Social, Acciones y Participaciones	33
3.4. Políticas de Buen Gobierno Corporativo	34
3.4.1. Código de Ética	34
3.5. Propiedad Intelectual	34
3.5.1. Registro de Marca	35
3.5.2. Derecho de Autor del Proyecto	35
3.6. Presupuesto Constitución de la empresa	35

CAPÍTULO 4

AUDITORÍA DE MERCADO	38
4.1. PEST	38
4.1.1. Político	38
4.1.2. Económico	40
4.1.3. Social	42
4.1.4. Tecnológico	43
4.2. La Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria	44
4.3. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado	45
4.4. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter	47
4.4.1. Rivalidad entre Competidores	47
4.4.2. Amenaza de Nuevos Competidores	48
4.4.3. Productos Sustitutos	48
4.4.4. Poder de Negociación de Proveedores	49
4.4.5. Poder de Negociación de los Clientes	49
4.5. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial	50
4.5.1. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación ..	51
4.5.2. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa	52
4.6. Análisis de la Demanda	53
4.6.1. Segmentación de Mercado	53
4.6.2. Criterio de Segmentación	53
4.6.3. Selección de Segmentos	54

4.6.4.	Perfiles de los Segmentos.....	54
4.7.	Matriz FODA	55
4.8.	Investigación de Mercado	55
4.8.1.	Método.....	55
4.8.2.	Objetivos de la Investigación: General y Específicos	56
4.9.	Tamaño de la Muestra	56
4.10.	Técnica de recogida y análisis de datos.....	57
4.11.	Análisis de Datos	57
4.11.1.	Resumen e interpretación de resultados Entrevista.....	57
4.11.2.	Resumen e interpretación de resultados Encuesta.....	63
4.12.	Conclusiones de la Investigación de Mercado	73
4.13.	Recomendaciones de la Investigación de Mercado.....	73
CAPÍTULO 5		
PLAN DE MARKETING		
5.1.	Objetivos: General y Específicos	75
5.1.1.	Mercado Meta.....	75
5.1.2.	Tipo y Estrategias de Penetración	75
5.1.2.1.	Cobertura	77
5.2.	Posicionamiento	77
5.3.	Marketing Mix	78
5.3.1.	Estrategia de Servicios	78
5.3.1.1.	Presentación	78
5.3.1.2.	Amplitud y Profundidad de Línea	81
5.3.1.3.	Marcas y Submarcas	81
5.3.2.	Estrategia de Precios	82
5.3.3.	Precios de la Competencia.....	83
5.3.4.	Poder Adquisitivo del Mercado Meta	83
5.3.5.	Políticas de Precio	83
5.3.6.	Estrategia de Plaza.....	84
5.3.6.1.	Localización de Puntos de Venta.....	84
5.3.6.2.	Distribución del Espacio	85
5.3.6.3.	Sistema de Distribución Comercial	85
5.3.7.	Estrategias de Promoción	87
5.3.7.1.	Promoción de Ventas	87
5.3.7.2.	Venta Personal	87
5.3.7.3.	Publicidad	87
5.3.7.3.1.	Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje.....	87

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO.....	98
6.1. Producción	98
6.1.1. Proceso Productivo	98
6.1.2. Flujogramas de procesos	99
6.1.2.1. Flujogramas de procesos mantenimiento preventivo.....	99
6.1.2.2. Flujogramas de procesos mantenimiento correctivo	100
6.1.2.3. Flujogramas de procesos por puntos.....	101
6.1.3. Infraestructura	102
6.1.4. Mano de Obra.....	102
6.1.5. Capacidad Instalada.....	102
6.1.6. Presupuesto.....	103
6.2. Gestión de Calidad	103
6.2.1. Políticas de calidad	103
6.2.2. Procesos de control de calidad	104
6.2.3. Presupuesto.....	104
6.3. Gestión Ambiental	104
6.3.1. Políticas de protección ambiental.....	104
6.3.2. Procesos de control ambiental	105
6.3.3. Presupuesto.....	105
6.4. Gestión de Responsabilidad Social	106
6.4.1. Políticas de protección social	106
6.4.2. Presupuesto.....	106
6.5. Estructura Organizacional.....	106
6.5.1. Organigrama por cargo.....	107
6.5.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias.....	107
6.5.3. Manual de Funciones.....	111
CAPÍTULO 7	
ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO	122
7.1. Inversión Inicial	122
7.1.1. Tipo de Inversión.....	122
7.1.1.1. Fija	122
7.1.1.2. Diferida	123
7.1.1.3. Corriente	123
7.1.2. Financiamiento de la Inversión	123
7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento	123
7.1.2.2. Tabla de Amortización.....	123

7.1.2.3.	Cronograma de Inversiones	124
7.2.	Análisis de Costos	124
7.2.1.	Costos Fijos	124
7.2.2.	Costos Variables	124
7.3.	Capital de Trabajo	125
7.3.1.	Gastos de Operación	126
7.3.2.	Gastos Administrativos	126
7.3.3.	Gastos de Ventas	126
7.3.4.	Gastos Financieros	127
7.4.	Análisis de Variables Críticas	127
7.4.1.	Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.....	127
7.5.	Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas	128
7.5.1.	Análisis de Punto de Equilibrio	128
7.6.	Entorno Fiscal de la Empresa.....	129
7.7.	Estados Financieros proyectados	129
7.7.1.	Balance General	129
7.7.2.	Estado de Pérdidas y Ganancias	130
7.7.3.	Flujo de Caja Proyectado	130
7.7.4.	Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital	131
7.8.	Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples.....	132
7.9.	Razones Financieras.....	133
7.10.	Conclusión del Estudio Financiero.....	134
CAPÍTULO 8		
	PLAN DE CONTINGENCIA.....	136
8.1.	Principales riesgos.....	136
8.2.	Monitoreo y control del riesgo.....	136
8.3.	Acciones Correctivas	137
CAPÍTULO 9.....		
CONCLUSIONES		
9.1.	Conclusiones	139
CAPÍTULO 10.....		
RECOMENDACIONES		
10.1.	Recomendaciones	142
CAPÍTULO 11		
FUENTES		
11.1.	Trabajos citados.....	144

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Tipos de Incendios.....	11
Figura 2. Categoría de incendios según magnitud.....	12
Figura 3. Revisión de cables.....	13
Figura 4. Control de caja de breakers.....	14
Figura 5. Informativo de personal especializado.....	14
Figura 6. Informativo sobre tomacorrientes.....	14
Figura 7. Informativo sobre salto de fusibles.....	15
Figura 8. Informativo sobre recarga de tomacorrientes.....	15
Figura 9. Informativo de recomendación de manejo de instalaciones eléctricas.....	16
Figura 10. Conceptualización de una Idea de Negocio.....	17
Figura 11. Modelo Metodológico de Negocios CANVAS.....	18
Figura 12. Logo Halpes Servicios Eléctricos S.A.S.....	26
Figura 13. Modelo de Negocios CANVAS. Halpes Servicios Eléctricos S.A.S.....	27
Figura 14. Comportamiento del producto Interno Bruto. Porcentual.....	40
Figura 15. Comportamiento del Empleo en Ecuador. Porcentual. Periodo 2007 – 2019.....	40
Figura 16. Comportamiento de la inflación. Porcentual.....	41
Figura 17. Acceso a internet Ecuador.....	43
Figura 18. Número de clientes regulados por grupo de consumo Fuente: (Agencia de Regulación y Control de Electricidad, 2019).....	44
Figura 19. Ciclo de vida de la empresa.....	45
Figura 20. Segmentación de Mercado.....	53
Figura 21. Sexo seleccionado por los encuestados.....	63
Figura 22. Edad seleccionada por los encuestados.....	63
Figura 23. Ubicación de Vivienda.....	64
Figura 24. Tipo de Vivienda.....	64
Figura 25. Tamaño de la vivienda.....	65
Figura 26. Número de dormitorio en vivienda.....	65
Figura 27. Antigüedad de la vivienda.....	66
Figura 28. ¿En su hogar las instalaciones eléctricas fueron ejecutadas por personal.....	66
Figura 29. ¿En su hogar en los últimos tres meses ha experimentado variaciones de voltaje?.....	67
Figura 30. ¿En su hogar son limitados los conectores e interruptores en función al número de equipos y personas?.....	68
Figura 31. ¿En su hogar existen cables sueltos que conforman el sistema eléctrico?.....	69
Figura 32. ¿Usted prefiere contratar servicios profesionales para solucionar fallos en las instalaciones eléctricas o implementar nuevas conexiones?.....	69
Figura 33. ¿Usted considera que las instalaciones eléctricas defectuosas son un riesgo que puede ocasionar un incendio estructural?.....	70
Figura 34. ¿Usted considera que en su hogar es necesario realizar una revisión preventiva de las instalaciones eléctricas?.....	70
Figura 35. ¿De diagnosticar fallos en las instalaciones eléctricas de su hogar, usted preferiría contratar personal profesional para solucionar los problemas?.....	71

Figura 36. ¿Usted cree necesaria la creación de una entidad ecuatoriana que oferte soluciones (técnicas y profesionales) domiciliarias para corregir fallos eléctricos en los hogares de Guayaquil?	71
Figura 37. ¿Con qué frecuencia da mantenimiento a las instalaciones eléctricas de su domicilio?.....	72
Figura 38. ¿En función a su experiencia, cuánto ha invertido usted para mantener instalaciones eléctricas de su domicilio en buen estado?.....	72
Figura 39. Estrategias comerciales para empresas.	76
Figura 40. Equipamiento de personal.....	80
Figura 41. Recursos y accesorios utilizados para el servicio.....	80
Figura 42. Marca General Halpes Servicios Eléctricos S.A.S.....	81
Figura 43. Submarca Plan Preventivo de Halpes Servicios Eléctricos S.A.S.....	82
Figura 44. Submarca Plan Correctivo de Halpes Servicios Eléctricos S.A.S.....	82
Figura 45. Submarca Plan Correctivo de Halpes Servicios Eléctricos S.A.S.....	85
Figura 46. Servicio a Domicilio de Halpes Servicios Eléctricos S.A.S.....	86
Figura 47. Anuncios en medios escritos contratados por Halpes Servicios Eléctricos S.A.S.....	88
Figura 48. Folletos por Halpes Servicios Eléctricos S.A.S.....	89
Figura 49. Carteles informativos por Halpes Servicios Eléctricos S.A.S.....	89
Figura 50. Participar en medios de comunicación como entrevistados por Halpes Servicios Eléctricos S.A.S.....	90
Figura 51. Redes Sociales Halpes Servicios Eléctricos S.A.S.....	90
Figura 52. Personaje y Activaciones Halpes Servicios Eléctricos S.A.S.....	91
Figura 53. Activación en feria y eventos Halpes Servicios Eléctricos S.A.S.....	92
Figura 54. Proceso productivo Halpes Servicios Eléctricos S.A.S.....	98
Figura 55. Plantilla de Orden de Trabajo Halpes Servicios Eléctricos S.A.S.....	98
Figura 56. Flujogramas de procesos mantenimiento preventivo Halpes Servicios Eléctricos S.A.S.....	99
Figura 57. Flujogramas de procesos mantenimiento correctivo Halpes Servicios Eléctricos S.A.S.....	100
Figura 58. Flujogramas de procesos mantenimiento correctivo Halpes Servicios Eléctricos S.A.S.....	101
Figura 59. Política de calidad Halpes Servicios Eléctricos S.A.S.....	103
Figura 60. Organigrama por cargo de Halpes Servicios Eléctricos S.A.S.....	107

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz Marco Lógico	22
Tabla 2. Cronograma.....	23
Tabla 3. Recomendación participación de accionistas S.A.S.	33
Tabla 4. Cinco Fuerzas Competitivas de Porter	49
Tabla 5. Características de los competidores	51
Tabla 6. Datos de los entrevistados.....	58
Tabla 7. Incendios estructurales son a causa de malas instalaciones eléctricas.....	58
Tabla 8. Implementar instalaciones eléctricas empíricas en sus hogares.....	58
Tabla 9. Servicios eléctricos a personal empírico antes que el personal calificado...	59
Tabla 10. Recomendación de revisar periódicamente las conexiones eléctricas	59
Tabla 11. Presencia de problemas eléctricos.....	60
Tabla 12. Instalación eléctrica en los hogares.....	60
Tabla 13. Servicio eléctrico garantizado y profesional	61
Tabla 14. Servicios eléctricos a bajo costo	61
Tabla 15. Recomendación para fallos en sus instalaciones eléctricas	62
Tabla 16. Recomendación para fallos en sus instalaciones eléctricas	62
Tabla 17. Precios de la Competencia por categoría de ofertante y servicios propuestos	83
Tabla 18. Precios definidos para el servicio Halpes Servicios Eléctricos S.A.S	84
Tabla 19. Precios definidos para el servicio Halpes Servicios Eléctricos S.A.S	92
Tabla 20. Plan de lanzamiento Halpes Servicios Eléctricos S.A.S	95
Tabla 21. Cronograma de Actividades de Promoción Halpes Servicios Eléctricos S.A.S	96
Tabla 22. Presupuesto de Marketing Halpes Servicios Eléctricos S.A.S.....	96
Tabla 23. Presupuesto de Plan de Producción Halpes Servicios Eléctricos S.A.S ..	103
Tabla 24. Presupuesto de Plan de Gestión de Calidad Halpes Servicios Eléctricos S.A.S	104
Tabla 25. Presupuesto de Plan de Gestión Ambiental Halpes Servicios Eléctricos S.A.S	105
Tabla 26. Presupuesto de Plan de Responsabilidad Social Halpes Servicios Eléctricos S.A.S	106
Tabla 27. Director General. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias	107
Tabla 28. Técnicos eléctricos. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias.	108
Tabla 29. Vendedor. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias.....	109
Tabla 30. Marketing. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias.....	109
Tabla 31. Finanzas Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias	110
Tabla 32. Asistente Contable. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias .	110
Tabla 33. Director General. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y Derechos	111
Tabla 34. Técnicos eléctricos. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y Derechos	113
Tabla 35. Venta. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y Derechos.....	114

Tabla 36. Marketing. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y Derechos	116
Tabla 37. Contabilidad. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y Derechos	119
Tabla 38. Detalle de inversión inicial	122
Tabla 39. Estructura de financiamiento de inversión inicial.....	123
Tabla 40. Amortización crédito Bancario de inversión inicial	123
Tabla 41. Detalle de Estructura de gastos de operación.....	124
Tabla 42. Costo de venta proyectado por tipo de servicio	125
Tabla 43. Gasto de operación proyectado por tipo de servicio	126
Tabla 44. Gasto Administrativo proyectado	126
Tabla 45. Gasto de venta proyectado	126
Tabla 46. Gasto Financiero proyectado	127
Tabla 47. Precios definidos para el servicio Halpes Servicios Eléctricos S.A.S	127
Tabla 48. Mark Up y Márgenes de Halpes Servicios Eléctricos S.A.S	128
Tabla 49. Punto de Equilibrio Halpes Servicios Eléctricos S.A.S	128
Tabla 50. Balance General Halpes Servicios Eléctricos S.A.S.....	129
Tabla 51. Estado de Resultados Halpes Servicios Eléctricos S.A.S	130
Tabla 52. Flujo de Efectivo Halpes Servicios Eléctricos S.A.S	130
Tabla 52. Datos para establecer Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital de Efectivo Halpes Servicios Eléctricos S.A.S	131
Tabla 54. Valoración Económica Halpes Servicios Eléctricos S.A.S.....	131
Tabla 55. Supuestos Financieros para proyección de escenarios: Halpes Servicios Eléctricos S.A.S	132
Tabla 55. Ratios Financieros pesimista: Halpes Servicios Eléctricos S.A.S	133
Tabla 57. Ratios Financieros escenario conservador: Halpes Servicios Eléctricos S.A.S	133
Tabla 58. Ratios Financieros optimista: Halpes Servicios Eléctricos S.A.S	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 59. Riesgos existentes: Monitoreo y control del riesgo Halpes Servicios Eléctricos S.A.S	136
Tabla 60. Acciones correctivas: Halpes Servicios Eléctricos S.A.S.....	137

ÍNDICE DE ANEXO

Anexo 1. Plantilla de Entrevista.	152
Anexo 2. Plantilla de Encuesta.	155
Anexo 3. Fotos de proceso recolección de información.....	160

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo desarrollar una propuesta de plan de negocio basado en servicios eléctricos a bajo costo enfocado a las personas que posean casa propia y que vivan en barrios de la ciudad de Guayaquil. Dentro del proceso de investigación se aplicaron entrevistas a expertos, quienes, desde el punto de vista de bomberos y profesionales eléctricos, comentaron que existen grandes riesgos en las viviendas de Guayaquil porque existen domicilios con fallos en las instalaciones eléctricas. El principal problema es que los cabezas de hogar no tienen un proveedor de confianza y contratan personal empírico. Además, no se realizan mantenimientos preventivos para evitar fallos por daños o desgaste de piezas del sistema eléctrico. Esos datos fueron confrontados con los resultados de las encuestas, donde se identificó que el 80% de los encuestados consideran necesaria la creación de una empresa que oferte soluciones eléctricas profesionales de mantenimiento preventivo, correctivo y por puntos, con una propuesta a bajo costo. La investigación de mercados y los resultados financieros obtenidos en las proyecciones presupuestarias; que justifican y validan la factibilidad y viabilidad, en escenarios pesimista, conservador y optimista de la presente propuesta. Consideran como mínimo un retorno interno sobre las inversiones (TIR) mayor al 20%, y un retorno neto de fondos monetarios a valor presente que totalizan USD \$ 9.451,90 dólares norteamericanos.

Palabras Claves: (Instalaciones eléctricas, mantenimiento correctivo y preventivo, plan de negocio, bajo costo).

ABSTRACT

The present research aims to develop a business plan proposal based on low-cost electrical services focused on people who own their own homes and who live in neighborhoods of the Guayaquil city. Within the research process, interviews were applied to experts, who, from the point of view of firefighters and electrical professionals, commented that there are great risks in homes in Guayaquil because there are homes with failures in electrical installations, because they hire empirical personnel since preventive maintenance is not carried out to avoid failures due to damage or wear of parts. These data were compared with the results of the surveys, where it was identified that 80% of those surveyed consider it necessary to create a company that offers professional electrical solutions for preventive, corrective and point maintenance, with a low-cost proposal. Market research and financial results obtained in budget projections; that justify and validate the feasibility and viability, in pessimistic, conservative and optimistic scenarios of this proposal. They consider at least an internal return on investments (IRR) greater than 20%, and a net return on monetary funds at present value that total USD \$ 9.451,90 North American dollars.

Keywords: (Electrical installations, corrective and preventive maintenance, business plan, low cost)

INTRODUCCIÓN

Esta propuesta se direcciona a la creación de una empresa que preste servicios de instalaciones eléctricas en la ciudad de Guayaquil, bajo un concepto de prestaciones de bajo costo y de especialidad, es decir que se ejecuta con profesionales a precios razonables. De lo identificado durante el proceso de investigación se observa que existe una gran oportunidad de mercado, tanto para atender a viviendas antiguas y nuevas. Entre los obstáculos que se evidenciaron para la puesta en marcha se encuentra la poca educación y cultura, que muestra un gran porcentaje de la población, pues según los registros existe una gran cantidad de viviendas que incumplen con las recomendaciones de buenas prácticas de construcción, con grandes riesgos en la estructura e instalaciones eléctricas. Sin embargo, durante el desarrollo de la presente investigación se exponen las estrategias recomendadas para que la puesta en marcha del negocio cumpla con un modelo efectivo para la etapa de lanzamiento, introducción y crecimiento.

El presente documento se divide en diez capítulos que buscan exponer y describir las estrategias en cada factor relevante del plan de negocios. El capítulo I se enfoca en los criterios investigativos, donde se detalla el tema, problema, justificación, y fundamentación del marco teórico. En el Capítulo II se expone la idea de negocio, la visión, misión y valores. En el Capítulo III se detalla la forma jurídica recomendada para la idea de negocio y otros aspectos de constitución.

Cabe señalar que el Capítulo IV presenta un apartado que describe los resultados de la auditoría de mercado, dando una expectativa de la oferta y demanda existente. El Capítulo V plantea las estrategias vinculadas al plan de marketing. En el Capítulo VI se detalla el plan operativo que expone los procesos, protocolos y aspectos claves para la ejecución de las actividades del negocio.

Otro aspecto importantísimo para la fundamentación del plan de negocio es la evaluación de aspectos financiero y económicos, por lo cual el Capítulo VII presenta las proyecciones financieras y escenarios. Posteriormente, se encuentran los capítulos del VIII al X, que presentan el plan de contingencia, las conclusiones y las recomendaciones.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.Tema – Título

“Propuesta para la creación de una empresa que preste servicios de instalaciones eléctricas en la ciudad de Guayaquil”.

1.2.Justificación

Cuando una persona decide construir una vivienda, pueden existir fallos o errores en la infraestructura eléctrica, pues al no contratar una empresa constructora o arquitectos, pueden ahorrar montos monetarios, pero las obras carecerán de buenas prácticas constructivas y eléctricas en general, convirtiéndose en un riesgo para quienes habiten y vivan en zonas periféricas al inmueble (Moreira, 2007).

Desde el año 2009 en Ecuador, existen informes que mencionan que los problemas en instalaciones eléctricas pueden ser ocasionados por la contratación de personal no capacitado, quienes se aprovechan de los altos costos de servicios profesionales para ofertar un menor precio. Y sin conocimiento realizan conexiones que carecen de cumplimiento de protocolos y recomendaciones técnicas, lo cual se identifica como problemas de alto riesgo de incendio (Ñauta & Ulloa, 2009) .

En el año 2009, el Ministerio de Inclusión Económica y Social, expidió el Reglamento de Prevención, Mitigación y Protección contra Incendios, con la finalidad de brindar una vida segura y cumplir con el derecho a una seguridad integral para los ecuatorianos (Ministerio de Inclusión Económica y Social, 2009).

De hecho, en el año 2021, existe una regulación vigente que indica en el artículo # 25, de la ley de Defensa Contra Incendios, que las personas que hicieran instalaciones eléctricas sin estar calificados pueden ser sancionados con medidas preventivas de la libertad y multas.

Acorde a lo expuesto por Correa (2021), en la Norma Ecuatoriana de Construcción, se establece que toda instalación eléctrica debe desarrollarse en estricto cumplimiento a las disposiciones regulatorias vigentes, para asegurar que no suponga riesgos y brinde un fácil y adecuado mantenimiento, permita modificaciones o

ampliaciones de forma profesional y segura. Es por ello por lo que toda infraestructura o diseño eléctrico debe ser supervisado por un profesional de la Ingeniería Eléctrica o Electrónica registrado en Ecuador.

Existen riesgos de incendios en los domicilios debido a malas instalaciones eléctricas, pues según la Unidad de Investigación de Incendios del Cuerpo de Bomberos reveló que mínimo el 25% de los incendios en los últimos 10 se deben problemas de improvisación en infraestructura eléctrica de las viviendas (Unidad de Investigación de Incendios del Cuerpo de Bomberos, 2017).

Uno de los motivos que ocasionan que las familias ecuatorianas ejecuten instalaciones eléctrica empíricas, podría deberse a los altos costos de los servicios eléctricos. Precios que actualmente no se encuentran regulados en el mercado (Vélez, 2019).

Es necesario atender a los propietarios de viviendas nuevas y antiguas, pues son el grupo poblacional a quienes se destinarían los servicios de la presente propuesta. Los problemas mencionados permiten identificar que existe una demanda insatisfecha que requiere de servicio eléctricos accesibles a las condiciones económicas de cada segmento de la población ecuatoriana. Se necesita formalizar este sector por medio del cumplimiento técnico con propuestas a bajo costo. Es decir que se brinde a la población el acceso a profesionales en electricidad, para que puedan tener una infraestructura eléctrica segura y con bajas probabilidades de fallas.

1.3.Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio

Se propone la creación y comercialización de servicios eléctricos a bajo costo enfocado a las personas que posean casa propia.

Propuesta de Negocio: Servicios eléctricos a bajo costo

Sector: Guayaquil, zonas urbanas y rurales.

Alcance: Viviendas nuevas y antiguas

Año: octubre 2020 a febrero de 2021.

Tipo de proyecto: Servicios comunitarios de alcance masivo

¿Cuál es el nivel de aceptación de servicios eléctricos a bajo costo enfocado a las personas que posean casa propia?

1.4.Contextualización del Tema u Objeto de Estudio

La Constitución de la República del Ecuador del año 2008, en el artículo 14, reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y bajo los lineamientos del buen vivir (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

Para ello existe un instrumento de planificación social y económica que se denomina “Plan Todo una Vida”, el cual entre sus ejes de acción establece que Ecuador debe desarrollar una economía al Servicio de la Sociedad. Existen objetivos a los cuales el presente proyecto contribuye: el objetivo 6 que busca desarrollar un entorno para lograr el Buen Vivir. Y el objetivo 8 que busca promover la transparencia y la corresponsabilidad para una nueva ética social (Consejo Nacional de Planificación, 2018)

Se debe tener presente que el Estado es el encargado de garantizar, el desarrollo y uso de prácticas y tecnologías ambientalmente limpias y sanas. Adicionalmente, se debe asegurar la satisfacción del crecimiento de la demanda de energía eléctrica por el incremento de negocios, viviendas e industrias. Constituye la exigencia de nuevas fuentes de abastecimiento de energía y conductas de consumo público y ciudadano, acordes con la magnitud del desafío, disminuyendo el consumo irresponsable de electricidad (Consejo Nacional de Planificación, 2018).

La línea de Sistema de Investigación y Desarrollo (SINDE) de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil propone la integración de dominios con los campos del Conocimiento y Áreas Profesionales, por lo cual el presente documento contribuye al cumplimiento del dominio que busca fomentar una economía para el desarrollo social y empresarial, pues la propuesta de solución busca una mayor ética y responsabilidad social-empresarial en la comercialización de servicios eléctricos (Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, 2020).

1.5.Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General

Diseñar un modelo y plan de negocio basado en servicios eléctricos a bajo costo enfocado a las personas que posean casa propia y que vivan en barrios de Guayaquil.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Identificar la demanda potencial existente en Guayaquil por servicios eléctricos a bajo costo a nivel domiciliario.
- Establecer la necesidad de ofertar servicios eléctricos a bajo costo.
- Evaluar por medio de un estudio financiero el rendimiento financiero de la propuesta y la factibilidad de ponerlo en marcha en el año 2022.

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

El estudio requiere de la aplicación de una investigación exploratoria y descriptiva. Exploratoria debido a que es un servicio nuevo y se conoce muy poco de la demanda potencial que podría existir, por lo cual es necesario obtener información general. Es descriptiva porque en función al objeto de estudio es necesario caracterizar los hallazgos y evaluarlos de manera que se encuentre justificativo para la ejecución de la propuesta de negocio (Bernal, 2010).

Dentro de la investigación exploratoria se recomienda el uso del cuestionario o encuesta como técnica de recolección de datos. Para la investigación descriptiva se aplica la entrevista a expertos, con la finalidad de conocer opiniones y aspectos cualitativos referente al objeto de estudio.

El análisis de la información se ejecuta con la ayuda de un tabulador de datos como lo es Microsoft Excel y la transcripción de textos y cuadros de resúmenes de textos en Microsoft Word, ambas aplicaciones de la empresa Microsoft.

1.7.Planteamiento del Problema

Se estima que en Ecuador existen aproximadamente trecientas mil viviendas con riesgos de incendios por fallas eléctricas, pues presentan conexiones ejecutadas sin soporte técnico (Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil (BCBG), 2011).

Es así como los incendios estructurales en su mayoría se deben a fallas en las instalaciones eléctricas, pues históricamente las personas han decidido apostar por infraestructuras empíricas, que carecen de técnicas y procedimientos que garanticen la aplicación de buenas prácticas de construcción (Ministerio del Interior y Seguridad Pública, 2018).

Anualmente en Ecuador se presentan aproximadamente entre 80 y 150 incendios estructurales; de los cuales solo en la ciudad de Quito se registraron en el año 2018, 50 eventos, de ellos el 50% se deben a fallos eléctricos (Unidad de Investigación de Incendios, 2019).

Un informe del Cuerpo de Bomberos informó que en la inspección ejecutada en una vivienda que se incendió en la ciudad de Guayaquil, se encontró cables colgados en la pared sin seguridad, sin canaletas y cajetines sin tapas, los cuales son grandes riesgos y supusieron las principales causantes del evento que dejó pérdidas materiales y humanas (Recalde, 2020).

Un dato importante que destacar en Guayaquil es que en el año 2020 se registraron 2.270 incendios, de los cuales el 50% se debe a cortocircuitos y recalentamiento en los cables y en las cajas de breakers. Esto es comprensible debido a que las instalaciones eléctricas clandestinas son un problema existente en la ciudad (Huilcapi, 2020)

Las cifras de Huilcapi, guardan relación con las de Peña, pues en el mes de diciembre del año 2019, según el registro del Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, de 404 incendios que se presentaron en la ciudad, aproximadamente el 40% de alarmas fueron por corto circuito (Peña S. , 2020).

Explica el ingeniero eléctrico, Alcívar (2021), que los cortocircuitos son el principal motivador de incendios estructurales, pues las malas conexiones,

especialmente en segmentos poblacionales de extracto socioeconómico bajo, medio bajo y medio; existe la costumbre de contratar personal informal.

Es necesario conocer ¿Por qué los guayaquileños deciden contratar personal no calificado para elaborar las conexiones eléctricas en sus domicilios?

1.8.Fundamentación Teórica del Proyecto

1.8.1.1. Marco Referencial

Los investigadores Vásquez y Yépez (2014), desarrollaron un estudio de “fallas en instalaciones eléctricas domiciliarias y comerciales e implementación de un modelo didáctico para su corrección”, donde indicaron que todo proyecto de construcción destinada a vivienda y comercio debe ser guiada por personal calificado para el desarrollo de las instalaciones eléctricas. Además, concluyeron que las normas nacionales que se direccionan a las buenas prácticas de construcción e instalaciones eléctricas no son puestas en práctica en gran parte de los domicilios y comercios del país y que dichas reglamentaciones no se encuentran actualizadas con las nuevas tecnologías que ya se encuentran en uso en otros países para brindar mayor seguridad en los sistemas eléctricos de viviendas.

Un estudio ejecutado por Sánchez y Cárcel (2015), titulado “Instalaciones eléctricas en edificios de viviendas”, concluyó que el no cumplimiento de las medidas técnicas en las instalaciones eléctricas supone un problema de gran riesgo a nivel mundial, principalmente en países que se encuentran en vías de desarrollo. Los problemas se deben a mal diseño de instalaciones eléctricas, uso de cableado y accesorios de baja calidad, baja capacidad de las instalaciones eléctricas, antigüedad de las instalaciones eléctricas (mayores a 10 años) y falta de mantenimiento de los sistemas eléctricos.

Según Moya (2019), en México, el desconocimiento de la población referente a los riesgos asociados a malas instalaciones eléctricas supone uno de los principales riesgos asociados a la generación de accidentes con distintos niveles de gravedad. Adicionalmente concluye que cualquier instalación eléctrica que tenga más de veinte años de antigüedad, se convierte en peligrosa y ese es otro de los factores que no son identificados por los cabezas de hogar.

A nivel empresarial, existe una compañía española dedicada por más de diez años a brindar instalaciones y montajes eléctricos en baja tensión para la construcción, la industria, el comercio y la vivienda. Oferta soluciones para tableros eléctricos inadecuados, ausencia de dispositivos de protección y prevención, ausencia de puestas a tierra, dimensionamiento incorrecto, sobrecargas eléctricas, cambio de piezas defectuosas, mantenimiento y cambio de conductores eléctricos con características subdimensionadas y falta de mantenimientos preventivos y correctivos. Estos factores son un riesgo para los inmuebles y sus habitantes (Medori, 2021).

Se puede concluir de los estudios y documentos consultados que existe un nivel de cultura inadecuada relacionada a la seguridad eléctrica en la sociedad. El simplemente hecho de usar esta fuente de energía como suministro supone riesgos implícitos que requieren de profesionalismo para garantizar seguridad a los hogares del país. En Ecuador los hallazgos justifican la necesidad de poner en marcha la propuesta de negocio.

1.8.2. Marco Teórico

1.8.2.1. Tipos de incendios

Un incendio es un evento no planificado que se presenta cuando existen proporciones grandes de fuego en un espacio o ambiente, tiene la capacidad de destruir lo que no debería quemarse. Siempre permite la posibilidad de prevenirlo o evitarse (Cabanellas, 2015).

Como se puede evidenciar en la figura # 1, los incendios pueden clasificarse en Tipo A, Tipo B, Tipo C, Tipo D y Tipo K. A continuación, el detalle de cada uno (Centro de Formación, Perfeccionamiento y Especialización de Bomberos, 2019):

		Madera, papel, cartón, tela, plástico etc.
		Pintura, gasolina, petróleo, etc.
		Equipos o instalaciones eléctricas.
		Sodio, potasio, magnesio, aluminio, titanio, etc.
		Grasas y aceites de cocina.

Figura 1. Tipos de Incendios

Fuente: (Centro de Formación, Perfeccionamiento y Especialización de Bomberos, 2019). Elaborado por: Autor.

Tipo A o CLASE A: se relacionan con aquellos incendios en combustible comunes y difícil combustión; que queman en superficie y profundidad. Para frenarlo y extinguirlo se necesita de procedimientos basados en el principio de enfriamiento, con soluciones acuosa y acción del agua (Centro de Formación, Perfeccionamiento y Especialización de Bomberos, 2019) .

Tipo B o CLASE B: este tipo de incendios se originan por la presencia de líquidos inflamables en zonas de alto riesgo. De alta combustión y para frenarlo se requiere del principio de ahogamiento y uso de la espuma. Queman apenas en superficie (Centro de Formación, Perfeccionamiento y Especialización de Bomberos, 2019) .

Tipo C o CLASE C: como se ha expuesto, es uno de los incendios más comunes. Supone incendios por mal instalación o funcionamiento de equipos eléctricos. No suele clasificarse por el tipo de material quemado. Es uno de los más riesgosos pues su extinción se ejecuta bajo el principio de ahogamiento, caracterizado

por los gases inertes y uso de polvos químicos. No se puede usar agua (Centro de Formación, Perfeccionamiento y Especialización de Bomberos, 2019) .

Tipo D o CLASE D: Este tipo de incendios no ocurre comúnmente, pero hace referencia a los incendios en metales. Es muy peligroso y no se puede usar agua para extinguirlo, porque produce explosiones. Requiere de un químico en polvo para el metal que ha originado el fuego (Centro de Formación, Perfeccionamiento y Especialización de Bomberos, 2019) .

Tipo K o CLASE K: en ocasiones el uso de grasas y aceites de cocina podrían ocasionar incendios. Muy común en la industria alimentaria. Supone un gran esfuerzo combatirlos pues es muy difícil de apagar y controlar, debe utilizarse un extintor específico a base de potasio, que es conocido internacionalmente con la letra K (Centro de Formación, Perfeccionamiento y Especialización de Bomberos, 2019) .

1.8.2.2. Tamaño y resultados de un incendio

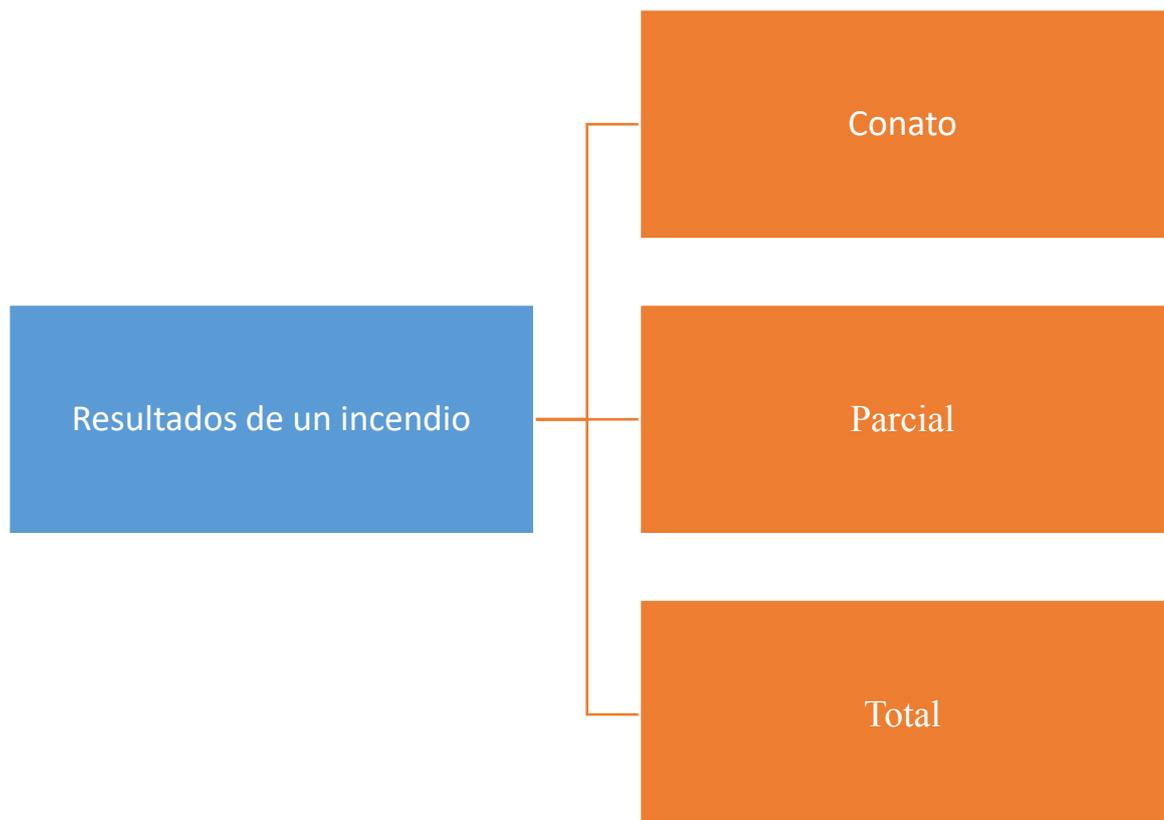


Figura 2. Categoría de incendios según magnitud
Fuente: (LAARCOM CIA. LTDA, 2020)

Según la magnitud del incendio urbano, industrial o forestal, puede medirse sus resultados de la siguiente manera:

Conato: un incendio de proporciones controlables en corto tiempo se encuentra en proceso de expansión y consumir otras áreas (Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda (MIDUVI), 2019).

Parcial: se dice que es parcial cuando el 50% del área ha sido afectada (Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda (MIDUVI), 2019).

Total: es un incendio de gran proporción, identifica la pérdida absoluta del lugar donde se originó el fuego. (MIDUVI, 2019).

1.8.2.3. Medidas preventivas para evitar incendios estructurales

Dentro de las medidas preventivas recomendadas se puede indicar que es necesario:

1. Revisar periódicamente, una vez cada semestre, las instalaciones eléctricas que tengan cables sueltos. Es necesario cubrirlos y verificar que todo funcione adecuadamente (Ministerio del Interior y Seguridad Pública, 2018).



Figura 3. Revisión de cables

Fuente: (Ministerio del Interior y Seguridad Pública, 2018).

2. Revisar que la caja de breakers no salte o recaliente, muchas veces antes de que se ocasione un incendio existen variaciones de energía que podrían alertar un riesgo (Ministerio del Interior y Seguridad Pública, 2018).

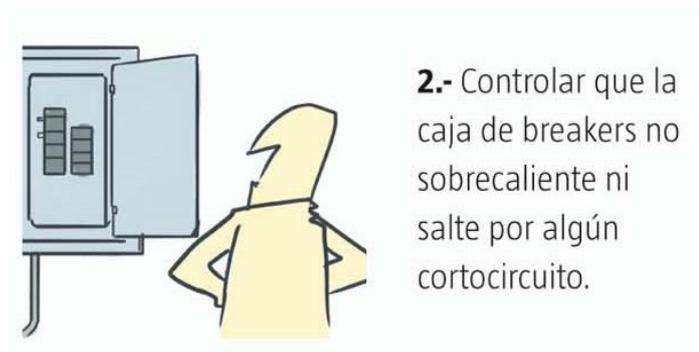


Figura 4. Control de caja de breakers

Fuente: (Ministerio del Interior y Seguridad Pública, 2018).

3. Contrate personal calificado para instalar y reparar instalaciones eléctricas, la falta de cumplimiento de normas técnicas son los principales causantes de incendios en viviendas (Ministerio del Interior y Seguridad Pública, 2018).

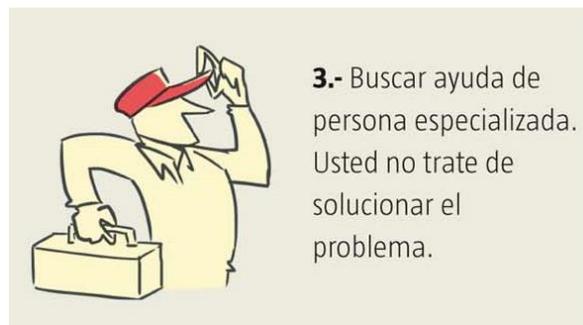


Figura 5. Informativo de personal especializado

Fuente: (Ministerio del Interior y Seguridad Pública, 2018).

4. Asegúrese que cada línea de corriente sea independiente, evite sobrecargas de energía (Ministerio del Interior y Seguridad Pública, 2018).



Figura 6. Informativo sobre tomacorrientes

Fuente: (Ministerio del Interior y Seguridad Pública, 2018).

5. Verifique que el consumo de energía sea estable, en ocasiones las sobrecargas y saltos de breakers son una alerta de que existen averías y ello puede causar incendios y aumento en el consumo eléctrico (Ministerio del Interior y Seguridad Pública, 2018).



Figura 7. Informativo sobre salto de fusibles

Fuente: (Ministerio del Interior y Seguridad Pública, 2018).

6. Considere que cada tomacorriente tiene un nivel de capacidad específica, si usted agrega regletas u otros conectores para aumentar los puntos de conexión, puede sobrecargar y ocasionar cortocircuitos (Ministerio del Interior y Seguridad Pública, 2018).



Figura 8. Informativo sobre recarga de tomacorrientes

Fuente: (Ministerio del Interior y Seguridad Pública, 2018).

7. Cuando no se encuentre en el domicilio es recomendable desenchufar todos los electrodomésticos o dispositivos que no se encuentren en uso (Ministerio del Interior y Seguridad Pública, 2018).

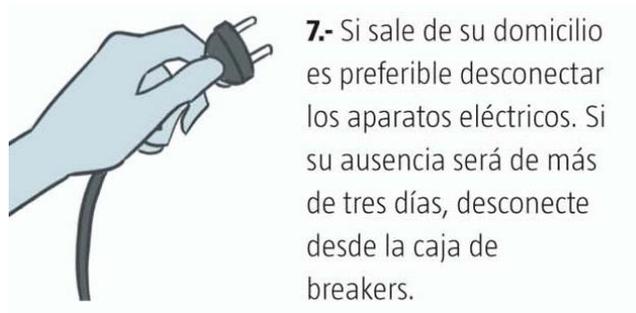


Figura 9. Informativo de recomendación de manejo de instalaciones eléctricas.
Fuente: (Ministerio del Interior y Seguridad Pública, 2018).

Una recomendación ejecutada por el Cuerpo de Bomberos del Ecuador a la ciudadanía expone que es necesario dar mantenimiento a las instalaciones eléctricas, contar con conexiones eléctricas adecuadas a las necesidades energéticas de la vivienda y no sobrecargar los tomacorrientes (Cárdenas, 2015).

Acorde a lo recomendado por Oyarzún (2020), jefe de cuerpo de bomberos de Chile, indica que una forma de prevenir incendios estructurales es dar mantenimiento profesional a las instalaciones eléctricas cada 24 meses, realizar cambio de cableado a medida que se integran nuevos electrodomésticos y equipos al hogar y evitar instalaciones eléctricas empíricas.

1.8.2.4. De la idea de negocio a la puesta en marcha del Plan de Negocio

La literatura disponible y los avances de la Administración de Empresas destacan que la creación de una compañía requiere de varios componentes que aseguren su éxito o fracaso. Lo que supone que un proceso empírico empresarial se refleja con altos niveles de riesgo; mientras un proceso fundamentado en buenas prácticas empresariales supone una mayor probabilidad de éxito (Comisión Europea, 2018).



Figura 10. Conceptualización de una Idea de Negocio.
Fuente: (Stettinius, Doyle, & Colley, 2015)

Dentro del desarrollo de una idea de negocio debe existir un conocimiento global del mercado, una definición integral del producto o servicio a ofertar, la propuesta de valor que se va a ofertar al mercado, conocimiento de la competencia, identificar las necesidades y deseos de los clientes y una adecuada filosofía empresarial (Stettinius, Doyle, & Colley, 2015).

Una idea de negocio se conceptualiza como el producto o servicio que se pretende lanzar al mercado, en un entorno, momento y situación específica. Puede ser una solución innovadora para solucionar un problema o simplemente la posibilidad de atender un mercado que no encuentra lealtad en sus proveedores actuales. Poner en marcha esa idea de negocio requiere de un proceso de estudio y revisión, que permita tomar decisiones adecuadas al momento de su ejecución (Stutely, 2010).

Según Osterwalder y Pigneur (2019), los empresarios, emprendedores y cualquier agente que busque ejecutar un negocio, debe diseñar un modelo de negocio. Para ello es necesario desarrollar el modelo canvas estratégico. Los autores comentan que existen varios modelos y metodología, que pueden ser utilizadas para investigar, plasmar y estructurar un modelo de negocio.

<p>Socios clave </p> <p>¿Quiénes son nuestros socios clave? ¿Quiénes son nuestros proveedores clave? ¿Qué recursos clave estamos adquiriendo de los socios? ¿Qué actividades clave realizan los socios?</p> <p>MOTIVACIONES PARA ASOCIACIONES: Optimización y economía, Reducción de riesgos e incertidumbres, Adquisición de recursos y actividades particulares.</p>	<p>Actividades clave </p> <p>¿Qué actividades clave requieren nuestras propuestas de valor? Nuestros canales de distribución? Nuestras relaciones con los clientes? Nuestros flujos de ingresos?</p> <p>CATEGORIAS: Producción, resolución de problemas, plataforma / red</p> <p>Recursos clave </p> <p>¿Qué recursos clave requieren nuestras propuestas de valor? Nuestros canales de distribución? ¿Relaciones del cliente? ¿Flujos de ingresos?</p> <p>TIPOS DE RECURSOS: físicos, intelectuales (patentes de marca, derechos de autor, datos), humanos, financieros</p>	<p>Propuestas de valor </p> <p>¿Qué valor le ofrecemos al cliente? ¿Qué problemas de los clientes estamos ayudando a resolver? ¿Qué conjuntos de productos y servicios ofrecemos a cada segmento de clientes? ¿Cuáles son las necesidades del cliente que satisfacemos?</p> <p>CARACTERÍSTICAS: Novedad, rendimiento, personalización, "Hacer el trabajo", diseño, marca / estado, precio, reducción de costos, reducción de riesgos, accesibilidad, conveniencia / usabilidad</p>	<p>Relación con clientes </p> <p>¿Qué tipo de relación espera cada uno de nuestros segmentos de clientes que establezcamos y mantengamos con ellos? ¿Cuáles hemos establecido? ¿Cómo se integran con el resto de nuestro modelo de negocio? ¿Qué tan costosos son?</p> <p>Canales </p> <p>A través de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados? ¿Cómo los estamos alcanzando ahora? ¿Cómo se integran nuestros canales? ¿Cuáles funcionan mejor? ¿Cuáles son más rentables? ¿Cómo los estamos integrando con las rutinas de los clientes?</p>	<p>Segmentos de clientes </p> <p>¿Para quién estamos creando valor? ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes? ¿Es nuestra clientela un mercado masivo, un nicho de mercado, una plataforma segmentada, diversificada y multifacética?</p>
<p>Estructura de costos </p> <p>¿Cuáles son los costos más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio? ¿Qué recursos clave son los más caros? ¿Qué actividades clave son más caras?</p> <p>ES SU NEGOCIO MÁS: Cost Driven (estructura de costos más ágil, propuesta de valor de bajo precio, automatización máxima, outsourcing extenso), Value Driven (enfocado en la creación de valor, propuesta de valor premium).</p> <p>CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA: Costos fijos (salarios, alquileres, servicios públicos), Costos variables, Economías de escala, Economías de alcance</p>		<p>Fuente de ingresos </p> <p>¿Por qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes? ¿Para qué pagan actualmente? ¿Cómo están pagando actualmente? ¿Cómo preferirían pagar? ¿Cuánto contribuye cada fuente de ingresos a los ingresos generales?</p> <p>TIPOS: Venta de activos, tarifa de uso, tarifas de suscripción, préstamos / alquileres / leasing, licencias, tarifas de corretaje, publicidad</p> <p>PRECIOS FIJOS: Precio de lista, Depende de las características del producto, Depende del segmento de clientes, Depende del volumen</p> <p>PRECIOS DINÁMICOS: negociación, gestión del rendimiento, mercado en tiempo real</p>		

Figura 11. Modelo Metodológico de Negocios CANVAS.

Fuente: Osterwalder y Pigneur (2019)

Acorde a lo expuesto por Osterwalder y Pigneur (2019), existe una metodología recomendada, posiblemente la más utilizada por consultores empresariales, denominada modelo de negocio, que supone la integración de varios conceptos que permiten valorar el potencial del negocio y su posibilidad de adaptación al mercado en busca de diseñar un plan de negocio exitoso:

Los socios claves: el proceso necesita describir quienes son los socios internos y externos, los recursos que obtenemos de cada uno de ellos y las actividades que se necesitan de cada uno. Un negocio busca socios para la optimización de recursos, reducción de riesgos y adquisición de recursos necesarios (Osterwalder & Pigneur, 2019).

Actividades claves: define con precisión las actividades necesarias para mantener una propuesta de valor ganadora. Integra un análisis previo de los canales de distribución, las relaciones con clientes, los flujos de ingresos. Este punto busca valorar los flujos de producción, la adaptabilidad para resolución de problemas y la necesidad de plataforma o red de comunicación (Osterwalder & Pigneur, 2019).

Recursos claves: requiere de la identificación de aquellos recursos necesarios para mantener la propuesta de valor en óptimas condiciones operativas. Son los activos necesarios para desarrollar el proyecto empresarial. Define con precisión los recursos

necesarios para mantener una propuesta de valor ganadora. Integra un pre análisis de los canales de distribución, las relaciones con clientes, los flujos de ingresos. Este punto busca valorar los flujos de producción, la adaptabilidad para resolución de problemas y la necesidad de plataforma o red de comunicación (Osterwalder & Pigneur, 2019).

Propuesta de valor: este punto siempre evalúa las necesidades de los clientes. Supone un análisis de lo que queremos ofertar. Como atendemos cada segmento de clientes y cuáles son las necesidades en cada uno. Existen varias categorías de valoración como la novedad e innovación de los productos o servicios, el rendimiento, el nivel de personalización. Todo en equilibrio con diseño, marca, precio, costos, riesgos, usabilidad, conveniencia y accesibilidad (Osterwalder & Pigneur, 2019).

Relación con los clientes: es el parámetro que hace consistente la propuesta de valor para el cliente. En los negocios se ha comprobado científicamente que una buena relación genera lealtad y fidelización. Por ello resulta necesario definir el nivel de atención que espera el cliente, la situación actual de confianza y la integración de las estrategias para mejorar este aspecto. Se define que las relaciones con los clientes deben ser equilibradas con cada segmento (Osterwalder & Pigneur, 2019).

Canales: una vez definida la propuesta de valor, la misma debe extenderse a los clientes. Eso significa que debe mantener una adecuada cobertura de los productos y servicios, considerando la distribución, comunicación, ventas y canales estratégicos. Es necesario que se elabore una ruta para que los canales sean eficientes y logren su cometido. Ten presente que es necesario definirlos y medirlos (Osterwalder & Pigneur, 2019).

Segmento de clientes: cuando se analiza este punto en el modelo de negocio se necesita definir el segmento de clientes que atenderá la empresa. Es necesario definir el perfil del cliente idóneo para el bienestar del negocio.

Estructura de Costos: una vez que se han definido los puntos anteriores, es momento de evaluar la estructura de costos. Identificamos los principales costos que integra mantener la propuesta de valor (Osterwalder & Pigneur, 2019).

Estructura de Ingresos: una vez que se han identificado los costos, se realiza una valoración de las fuentes de ingresos en función a la propuesta de valor. Se analiza

la coherencia y estabilidad que debe existir entre estos componentes. Adicionalmente estudia la forma de obtener esos flujos de ingreso, formas de cobro y condiciones del mercado (Osterwalder & Pigneur, 2019).

Posteriormente a la elaboración del modelo de negocio, se recomienda la elaboración de un plan de negocios, el cual es un documento que se encuentra conformado de varios puntos de evaluación y requiere de información confiable y exhaustiva. (Harvard Business Press, 2014).

Para Stettinius, Doyle y Colley (2015), la creación de un plan de negocios se centra en el desarrollo metódico y ordenado de todas las ideas bajo las cuales se desea emprender el negocio. Sirve como instrumento analítico que además de ser el punto de partida del emprendimiento, evalúa y determina las estrategias y procedimientos que se deben seguir para alcanzar la meta y objetivos propuestos por los directivos de la empresa.

Ambos autores concluyen que un plan de negocio debe integrar la descripción del negocio, el plan legal, el plan de mercado, el plan de marketing, el plan operativo y de recursos, el plan de medio ambiente, el plan financiero y plan de contingencia.

1.8.3. Marco Conceptual

Administración: ciencia social que estudia las buenas prácticas empresariales como factor de éxito en los negocios. Tiene funciones y aplicaciones científicamente comprobadas (Comisión Europea, 2018).

Mercado: Lugar físico o virtual donde se comercializan productos y servicios. Interactúan la oferta y la demanda (Sainz de Vicuña, 2015).

Servicio: Se refiere a los bienes intangibles que son comercializados en un mercado (Crespo, 2018).

Producto: Se refiere a los bienes tangibles que son comercializados en un mercado (Harvard Business Press, 2014).

PYMES: Pequeñas y medianas empresas (García, 2010)

MIPYMES: Micro, pequeñas y medianas empresas (Stettinius, Doyle, & Colley, 2015).

Modelo de negocio: herramienta empresarial que permite la trazabilidad y diseño de una idea de negocio (Osterwalder & Pigneur, 2019).

Plan de Negocio: documento que describe con claridad un negocio, empresa o proyecto (Stutely, 2000).

Plan de Marketing: documento que integra el conjunto de estrategias de marketing que se planean desarrollar en una campaña o compañía (Kotler & Lane, 2009).

Plan Legal: documento que detalla con claridad los aspectos legales que se integran a un plan de negocio (Stettinius, Doyle, & Colley, 2015).

Plan Financiero: documento que presenta la evaluación financiera de un plan de negocio, proyecto o empresa (Puerta, Vergará, & Huertas, 2018).

TIR: Tasa Interna de Retorno, que es un indicador de evaluación económica (Abadía, 2010).

VAN: Valor Actual Neto, que es un indicador de evaluación económica que identifica el rendimiento de flujos futuros en el presente (Vargas & Díaz, 2016).

Payback: es un indicador de evaluación económica que permite identificar el periodo de recuperación de una inversión (Reyes, 2012).

Incendios Estructurales: se refiere a los incendios que ocurren en estructura de todo tipo de edificaciones como viviendas, departamentos, suites, oficinas, locales comerciales y edificios, entre otras (Unidad de Investigación de Incendios, 2019).

Vivienda: construcciones de varios tipos destinados al uso de suelo de casas para vivir (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

Servicios Eléctricos: lugar digital donde se almacenan datos de productos, descripción y precio de un bien. Su desarrollo se ejecuta en Internet (Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil (BCBG), 2011).

1.8.4. Marco Lógico

Tabla 1.
Matriz Marco Lógico

OBJETIVOS	INDICADORES	VERIFICADORES	SUPOSICIONES
Diseñar un modelo de negocio basado en servicios eléctricos a bajo costo enfocado a las personas que posean casa propia y que vivan en barrios de Guayaquil	Comparación de precios del mercado.	Verificaremos los costos y precios de ventas para estudiar un rendimiento promedio por cada servicio.	Los servicios eléctricos profesionales son muy costosos.
Identificar la demanda potencial existente en Guayaquil por servicios eléctricos a bajo costo.	Estudiar la demanda frente a servicios eléctricos a bajo costo.	Verificación del nivel de aceptación del mercado por medio de focus group, entrevistas y encuestas	Existe una alta demanda debido a que mantienen instalaciones eléctricas antiguas y empíricas.
Establecer la necesidad de ofertar servicios eléctricos a bajo costo.	Estudio de la competencia	Revisión de servicios actuales ofertados en territorio nacional	Es posible la introducción de un nuevo servicio
Evaluar por medio de un estudio financiero el rendimiento financiero de la propuesta y la factibilidad de ponerlo en marcha en el año 2022.	Evaluar los escenarios financieros	Estudio de estados financieros proyectados	Evaluación económica y de proyección con la tasa Interna de Retorno (TIR), Valor Actual Neto (VAN) y periodo de recuperación de la inversión

Fuente: Elaboración propia.

1.8.5. Hipótesis y pregunta de investigación

La hipótesis de investigación es la siguiente:

Es factible y viable la creación de una empresa que presta servicios de instalación eléctrica a bajo costo para mitigar riesgos de incendios por fallos eléctricos.

Las preguntas de la investigación son:

- ¿Cuál es nivel de aceptación de los Guayaquileños frente a la propuesta de servicios eléctricos a bajo costo para mitigar riesgos de incendios por fallos eléctricos?
- ¿Cuál es la demanda potencial existente en Guayaquil por servicios eléctricos a bajo costo a nivel domiciliario?
- ¿De qué manera se pueden ofertar servicios eléctricos a bajo costo?
- ¿Cuál es la VAN y la TIR para esta propuesta, se debe aceptar o rechazar la misma?

1.8.6. Cronograma

Tabla 2.

Cronograma

CRONOGRAMA	oct-20				nov-20				dic-20				ene-21				feb-21			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ENTREGA CAPÍTULO I	x	x	x	x	x	x	x	x												
ENTREGA CAPÍTULO II, III, IV		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x							
ENTREGA CAPÍTULO V, VI VII									x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
ENTREGA DOCUMENTO COMPLETO																	x	x	x	
ELABORACIÓN DE PRESENTACIÓN																		x	x	
SUSTENTACIÓN PRE DEFENSA																			x	x
SUSTENTACIÓN FINAL																				x

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1. Análisis de la oportunidad

Como se revisó en el marco teórico, existen estadísticas que indican que anualmente los incendios más comunes son los estructurales y de ellos los principales causantes son los fallos eléctricos. Este dato permite identificar un problema de seguridad social, pues se estima que en los barrios de Guayaquil la mayoría de las viviendas tienen deficiencias en sus instalaciones eléctricas (Unidad de Investigación de Incendios, 2019).

Al realizar una observación en distintas zonas de la ciudad y páginas web, se pudo identificar que no existe una empresa que oferte servicios eléctricos a bajo costo, es decir que los ofertantes actuales aplican estrategias comerciales que se direccionan a la atención de grandes proyectos, lo cual ha dejado en abandono al segmento de construcciones individuales, es decir aquellas unidades de vivienda o locales que son construidos con albañiles y cuadrilla; sin direccionamiento profesional y técnico.

Guayaquil en los últimos 30 años experimentó un crecimiento de unidades de viviendas alto, con base en procesos de ocupación y apropiación ilegal de tierras privadas o públicas, urbanas o periféricas; por parte de ecuatorianos provenientes de otras provincias en la mayoría de los casos. Generalmente son de un estrato socioeconómico provenientes del campo y zonas rurales, donde la pobreza es una característica repetitiva (Gobierno de la República del Ecuador, 2012).

Un dato que es necesario evaluar es que existe un mercado del 43% aproximadamente de la población total de Guayaquil que se categoriza como pobre, donde las unidades de vivienda no cumplen con todas las normas técnicas que garanticen bienestar y seguridad (Gobierno de la República del Ecuador, 2012).

En Guayaquil, anualmente se estima el crecimiento de estratos populares es de aproximadamente 5000 familias. Dentro del grupo se combinan personas que llegan desde zonas rurales, hijos de padres guayaquileños que conforman nuevas familias en situación de pobreza, quienes finalmente conforman asentamientos donde puedan cristalizar su sueño de la casa propia, con el apoyo de promotores inmobiliarios informales y de mafias de traficantes de tierras, generalmente respaldados por

dirigentes políticos. Las principales necesidades insatisfechas son: esparcimiento, infraestructura básica, seguridad, salud, educación, transporte y trabajo (Gobierno de la República del Ecuador, 2012).

Sin duda de este grupo, con el pasar de los años, muchos logran mejorar la infraestructura de sus casas. Y es en ese momento donde se debe atender con el servicio propuesto, afianzando una relación de confianza y previniendo a los clientes de posibles eventos catastróficos para la familia, como un incendio que pueda ocasionar pérdidas materiales y; en el peor de los casos, humanas.

2.2.Descripción de la Idea de Negocio: Modelo de negocio

Se plantea una propuesta para la creación y comercialización de servicios eléctricos a bajo costo enfocado a las personas que posean casa propia y que vivan en barrios de Guayaquil.



Figura 12. Logo Halpes Servicios Eléctricos S.A.S
Fuente: Elaboración propia.

Halpes Servicios Eléctricos, nace para brindar soluciones de bajo costo a las familias que actualmente cuentan con instalaciones eléctricas con fallas, pues han sido estructuradas de forma empírica y representan un gran riesgo para la vida. Existen varias posibilidades para evaluar el modelo de negocio, pues se puede contratar por número de puntos, servicios preventivos y servicios correctivos. Uno de los valores más representativos de la cadena de valor es que la empresa contratará con personal técnico calificado.

El modelo de negocio se fundamenta en una relación empresa – cliente, donde el ofertante debe generar motivadores de compra para estimular la contratación del servicio ofertado por parte de los clientes.

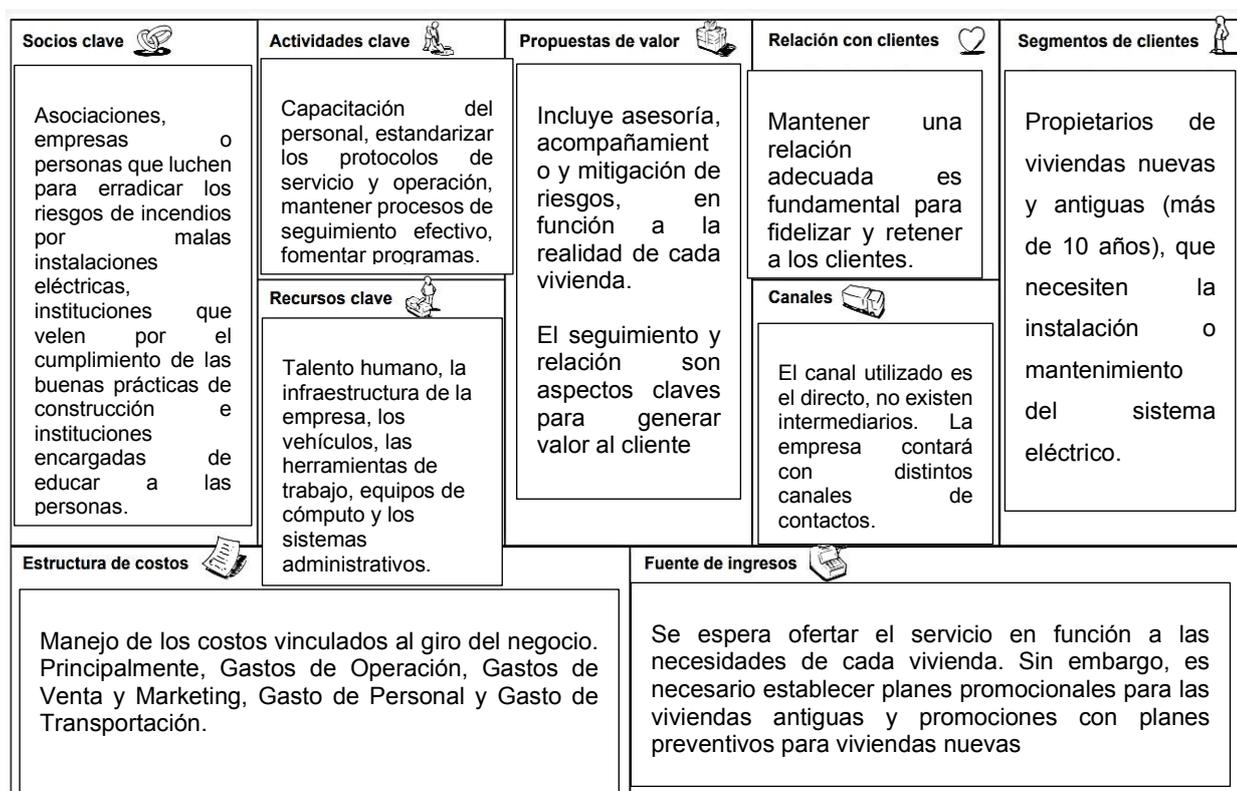


Figura 13. Modelo de Negocios CANVAS. Halpes Servicios Eléctricos S.A.S
Fuente: Osterwalder y Pigneur (2019)

Para describir el modelo de negocio se utiliza el modelo de negocio CANVAS, la cual busca facilitar la estructura basada en nueve puntos clave, los cuales se detallan a continuación:

1. Segmento de clientes. Existe una necesidad que supone un riesgo alto en la vida y seguridad de las familias. El segmento que se busca atender es a propietarios de viviendas nuevas y antiguas (más de 10 años), que necesiten la instalación o mantenimiento del sistema eléctrico.

2. Propuesta de valor. Se propone un servicio integral que incluye asesoría, acompañamiento y mitigación de riesgos, en función a la realidad de cada vivienda. Se necesita de la implementación de un Sistema CRM que permita mantener una adecuada comunicación con los clientes, manteniendo un registro completo del diagnóstico inicial de las necesidades y el plan de trabajo para que pueda en el corto o media plazo dar solución a las fallas o riesgos que presente las instalaciones eléctricas.

El seguimiento y relación son aspectos claves para generar valor al cliente. El servicio al cliente debe ser de excelente calidad.

3. Canales. El canal utilizado es el directo, no existen intermediarios. La empresa contará con distintos canales de contacto, entre los cuales se puede indicar la oficina física, medios web y empresas vinculadas que puedan ofertar el servicio como un valor agregado (tarjetas de crédito y tarjetas de membresía).

4. Relación con los clientes. Mantener una relación adecuada es fundamental para fidelizar y retener a los clientes. Es clave que a partir del primer diagnóstico que se realice en cada vivienda, los procesos de seguimiento permitan concientizar al cliente sobre las posibles soluciones. El cliente es el eje central, por lo cual su nivel de aceptación es fundamental para el éxito del negocio. Se necesita fomentar una relación formal y duradera, entre la empresa y los compradores. Confianza a bajo costo.

5. Flujo de ingresos. Se espera ofertar el servicio en función a las necesidades de cada vivienda. Sin embargo, es necesario establecer planes promocionales para las viviendas antiguas y promociones con planes preventivos para viviendas nuevas. Se debe permitir el pago en efectivo, transferencia o por medio de tarjetas de crédito.

6. Recursos clave. Los recursos claves son el talento humano, la infraestructura de la empresa, los vehículos, las herramientas de trabajo, equipos de cómputo y los sistemas administrativos.

7. Actividades clave. Es fundamental la capacitación del personal, estandarizar los protocolos de servicio y operación, mantener procesos de seguimiento efectivo, fomentar programas para que la población haga conciencia de los riesgos de contratar personal no especializado para el diseño y estructuración de las instalaciones eléctricas y; además, vincular a la empresa con campañas educativas relacionadas al cumplimiento de las normas de construcción e instalaciones eléctricas.

8. Aliados clave. Los aliados claves son aquellas asociaciones, empresas o personas que luchen para erradicar los riesgos de incendios por malas instalaciones eléctricas, instituciones que velen por el cumplimiento de las buenas prácticas de construcción e instituciones encargadas de educar a las personas para que no incumplan con las recomendaciones de convivencia y seguridad.

9. Estructura de costes. El éxito del negocio se fundamenta en un buen manejo de los costos vinculados al giro del negocio. Principalmente, Gastos de Operación, Gastos de Venta y Marketing, Gasto de Personal y Gasto de Transportación.

2.3. Misión, Visión y Valores de la Empresa

2.3.1. Misión

Contribuir a la seguridad de los hogares mediante servicios profesionales y confiables de instalaciones eléctricas.

2.3.2. Visión

Ser la primera empresa en Ecuador preocupada de las instalaciones eléctricas domiciliarias.

2.3.3. Valores de la empresa

Confianza. Es fundamental en el desarrollo del servicio. Trabajamos en función a las normas ecuatorianas de construcción y la legislación nacional.

Seguridad. Ejecutar el servicio basado en las buenas prácticas de construcción y asesoría integral, con proyección a corto, mediano y largo plazos.

Asesoría integral. Contribuir al cuidado de las familias con información oportuna y brindándoles acompañamiento efectivo.

Acompañamiento. Conocemos de los problemas que enfrentamos, por eso fomentamos servicios a bajo costo.

2.4. Objetivos de la Empresa

2.4.1. Objetivo General

Alcanzar niveles de rentabilidad anuales superiores al 15% desde el tercer año de operación.

2.4.2. Objetivos Específicos

- Ejecutar 250 mantenimientos de instalaciones eléctricas domiciliarias al año.
- Diseñar e implementar 250 nuevas instalaciones eléctricas en domicilios al año.
- Alcanzar anualmente el 90% de satisfacción de los clientes atendidos.

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3.1. Aspecto Societario de la Empresa

3.1.1. Generalidades (Tipo de Empresa)

Se propone la creación de una empresa que oferte servicios eléctricos profesionales. Acorde a la legislación actual, es recomendable que el tipo de compañía sea una Sociedad por Acciones Simplificadas, pues se ajusta a las necesidades y tipo de entidad.

Acorde a lo expuesto por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2020), una Sociedad por Acciones Simplificadas se puede constituir por una o varias personas naturales o jurídicas. Propone un trámite simplificado y sin costo en busca de fortalecer la economía mediante la formalización de los emprendimientos. Este tipo de sociedad son sujetas a crédito. Los requisitos para constituir una SAS son los siguientes:

- Acta certificada con firma electrónica de los accionistas en el Banco Central del Ecuador u otra institución autorizada.
- Ejecutar el trámite virtual para la reservación de la denominación.
- Celebración del contrato o acto constitutivo.
- Aprobación de los nombramientos de representante legal.
- Abrir el proceso de registro en el sistema, aceptar políticas de usuario y solicitar la inscripción, adjuntando la información solicitada para el proceso.

Durante todo el proceso, la principal herramienta de comunicación es el correo electrónico, por esta vía se confirmará la finalización del trámite (Superintendencia de Compañías, Bancos y Seguros, 2020).

3.2. Fundación de la Empresa

Se propone la fundación de Halpes Servicios Eléctricos, en la ciudad de Guayaquil en el año 2021. Para ello es necesario obtener certificado electrónico del accionista (Firma Electrónica), la reserva de la denominación, la escritura de constitución, los nombramientos, la solicitud de inscripción para obtener el usuario del

sistema, y copias certificadas de cédula o pasaporte (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2020).

Se estima que el trámite tarda 60 días, su finalización se presenta cuando la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, remite al mail registrado por parte del solicitante, la confirmación de que el proceso fue exitoso. Adjuntan la información referente a la nueva compañía y las razones por las cuales se aprueba la inscripción de Halpes Servicios Eléctricos S.A.S. en el Ecuador.

3.3.Capital Social, Acciones y Participaciones

Toda Sociedad por Acciones Simplificadas puede ser constituida por una o varias personas naturales o jurídicas. La responsabilidad de los socios se mide en función a los aportes accionarios. Se estima que cada acción tiene el valor de un dólar norteamericano. La responsabilidad se extiende limitadamente hasta por el monto de sus respectivos aportes (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2020).

Debido a que se propone un servicio, el nivel de inversión es mucho menor al de una empresa fabricante de productos. Posiblemente la administración es más sencilla y los recursos menores. Por ello es aconsejable que la empresa no tenga más de dos socios accionistas. Un socio mayoritario y uno minoritario. No hay un capital mínimo para las sociedades por acciones simplificadas, pero se realizará con un capital suscrito de USD \$ 500.00 para iniciar las actividades, montos que después pueden aumentar.

Tabla 3.

Recomendación participación de accionistas S.A.S.

Accionista	participación	Monto	número de acciones
1	60%	USD \$ 300	300
2	40%	USD \$ 200	200
	Total	USD \$ 500	500

Fuente: Elaboración propia

Cada acción tiene el valor de un dólar norteamericano. Es recomendable que los accionistas estipulen que durante los primeros diez años de gestión se prohíbe negociar las acciones (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2020).

3.4. Políticas de Buen Gobierno Corporativo

La política corporativa de buen gobierno debe garantizar la seguridad y el bienestar de los trabajadores y clientes. Siempre la empresa mantendrá procesos y procedimientos apegados a los lineamientos constitucionales y leyes vigentes. Los principios son (Turullols, 2015):

- Inspeccionar las instalaciones eléctricas con responsabilidad y buenas prácticas.
- Brindar un servicio en cumplimiento de los protocolos de calidad, servicio y bioseguridad.
- Respetar las leyes, normas y reglamentos vigentes en el Ecuador.
- Trabajar para cumplir con la Normas Ecuatorianas de Construcción.

3.4.1. Código de Ética

El código de ética debe alinearse al compromiso profesional y el cuidado social, frente aspectos económicos. Siempre trabajamos para el bienestar de las familias (Schmidt, 2017). Los principios son:

- Respetar las normas de convivencia
- Respetar el espacio de los demás
- No violar los derechos de las personas
- Cuidar la naturaleza
- Velar por el cumplimiento de buenas normas de gobierno corporativo

3.5. Propiedad Intelectual.

Se recomienda registrar la marca, el lema comercial y los signos o nombres comerciales. Para ello se debe ingresar al portal web del SENADI. Posteriormente se debe direccionar al casillero virtual y llenar la solicitud con los datos requeridos por el

sistema. Es necesario ingresar el número de cédula o número de Registro Único del Contribuyente, que realiza el registro. Este proceso se finaliza con la creación del usuario (correo electrónico, nombre de usuario y clave) que se creó. La confirmación llega vía correo electrónico.

Con la creación del usuario en la plataforma Mi Casillero, se habilita las opciones de Solicitudes en Línea. Se debe generar el comprobante de pago para que se pueda ir a la institución financiera señalada para efectuar el pago de la tasa. Posteriormente llegará al correo un enlace donde debe finalizarse con los formularios para registrar la marca y los signos comerciales. (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales , 2018).

3.5.1. Registro de Marca

Es necesario registrar la marca Halpes Servicios Eléctricos S.A.S, bajo los parámetros de signos distintivos y los datos de la marca (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2021).

3.5.2. Derecho de Autor del Proyecto

Se debe cumplir con los requisitos que se encuentren vigentes para el registro de la marca Halpes Servicios Eléctricos (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2021).

Para el adecuado registro de la marca, logo y signos distintivos, se verificó que no exista similitud con otras propiedades y derechos, dentro de la base de datos de SENADI. Luego se realiza el ingreso de la solicitud adjuntando los documentos que soportan y respaldan la inscripción. Se genera un nuevo comprobantes pago y se acude a la institución financiera a cancelar un monto de aproximadamente 208 dólares norteamericanos. El proceso culmina con el correo que confirma que el proceso de registro fue exitoso.

3.6.Presupuesto Constitución de la empresa

El Presupuesto promedio que se requiere es de USD \$ 2500. Los valores se dividen en los siguientes rubros.

Asesoría para llenado de formularios e información para constituir S.A.S.....USD \$ 250.

Trámite físico y electrónico para ingresar información, presentación de requisitos y firma electrónica.....USD \$ 1000.

Gastos notariales.....USD \$ 250.

Gastos SENADI.....USD \$500.

Honorarios ProfesionalesUSD \$500.

CAPÍTULO 4

AUDITORÍA DE MERCADO

CAPÍTULO 4

AUDITORÍA DE MERCADO

4.1. PEST

Dentro del proceso de auditoría de mercado es necesario aplicar herramientas de evaluación que permitan identificar posibles riesgos u oportunidades, ambas con la finalidad de generar estrategias que permitan el desarrollo normal del negocio. Este análisis pretende involucrar los aspectos a nivel político que podrían influir en el desempeño del negocio; los aspectos económicos que permitan identificar la realidad productiva, empleo y capacidad de compra existente en el mercado; en cuanto al tema social se espera brindar una muestra de las condiciones sociales del país y; finalmente, los factores tecnológicos que pretenden brindar una aproximación de los avances e innovaciones existentes para la industria. En resumen, es una herramienta de mercado que permite valorar los factores externos que pueden tener incidencia en las proyecciones y estimaciones financieras de la empresa (Robbins & DeCenzo, 2016).

4.1.1. Político

Ecuador en el mes de febrero del año 2021 celebrará las elecciones democráticas para presidente de la república y asambleístas de Ecuador un evento que sucede cada cuatro años en el país. Sin duda el periodo en mención tiene un mayor riesgo en comparación a el periodo post elecciones, tiempo en que ya se conocería los lineamientos económicos del gobierno ecuatoriano frente a las modificaciones de la política fiscal y social por problemas que se identificaron antes del COVID – 19 y la deuda que dejará la pandemia, con gran impacto en la calidad de vida de los ecuatorianos (Spurrier, 2020).

Existe una economía de estado basada en los principios de solidaridad y social, que interponen cualquier factor social frente a uno económico. Se garantiza la vida y el bienestar como eje de desarrollo en una nación justa y equitativa. Se fomenta el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa como instrumento de desarrollo. La política fiscal es el principal instrumento de distribución de las riquezas. Existen principios que rigen las normas bajo los criterios del buen vivir, equilibrio ambiental y sostenibilidad (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

Otro factor importante es que en los últimos años se impulsó el fortalecimiento de las Normas Ecuatorianas de Construcción (NEC), con ello se establece como factor de riesgo nacional a las instalaciones eléctricas, nuevas y antiguas, que se encuentran en mal estado. El Gobierno ecuatoriano acepta que las instalaciones eléctricas de una proporción importante de la población deben ser reparadas. (Gobierno de la República del Ecuador, 2012)

Frente a la situación del Ecuador, en el periodo 2020 – 2021, el Gobierno de turno decidió expedir la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, con el justificativo de contribuir a mantener y fortalecer aspectos socioeconómicos. Además de preparar a la economía ecuatoriana frente a los requerimientos que demandan la globalización y apertura de nuevos mercados. Dentro de las estrategias y necesidades actuales, se acepta una nueva forma societaria que viabilice el derecho de asociación con fines económicos, sin las formalidades exigidas para la constitución de compañías en el pasado. Beneficiando así el desarrollo de emprendimientos por medio de Constitución de la sociedad por acciones simplificada y Sociedad de Beneficio e Interés Colectivo (Asamblea Nacional, 2020).

Es así que desde el año 2020, en Ecuador, surge una nueva visión para lo emprendimientos, que fomentan el fortalecimiento y generación de políticas que permitan el emprendimiento e innovación. Dentro de esa tarea existen personas naturales y jurídica, privadas y públicas que interactúan y generan estrategias que permiten el cumplimiento e implementación de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. (Alianza para el Emprendimiento e Innovación, 2021)

Un dato a destacar es que existen varios actores públicos comprometidos con el desarrollo de emprendimientos; en el caso de la ciudad de Santiago de Guayaquil, el Municipio creó el programa para la Iniciativa de Emprendimiento del Municipio de Guayaquil (EPICO), el cual tiene la finalidad de impulsar el fortalecimiento de emprendimientos mediante la integración de la automatización y transformación digital. Centra las recomendaciones en innovación, emprendimiento y competitividad, mediante capacitaciones gratuitas.

Se puede concluir que el factor político puede incidir en las proyecciones del negocio. Resulta complicado predecir el futuro político del Ecuador y por lo tanto el

nivel de incidencia externa de este factor podría ser media. Es recomendable crear modelos de negocios sostenibles y adaptables, y la presente propuesta cumple aspectos técnicos y legales favorables.

4.1.2. Económico

Para tener una perspectiva general de lo que ocurre en la economía ecuatoriana, se puede citar que en el año 2020 el producto Interno Bruto (PIB) mostró un decrecimiento del 8,9 % en comparación al año 2019, donde el PIB fue de 71.909 millones de dólares norteamericanos.

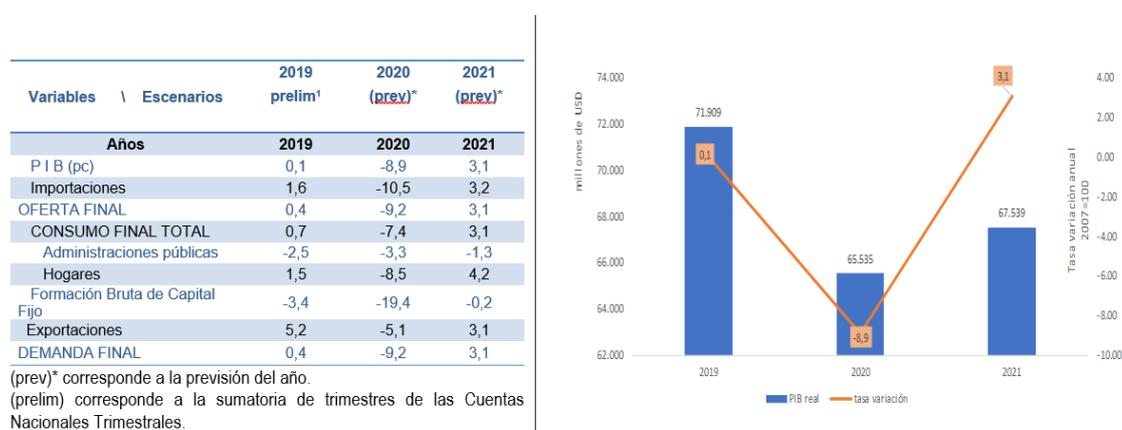


Figura 14. Comportamiento del producto Interno Bruto. Porcentual.

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2021)

Sin embargo, se estima que para el año 2021 la economía experimente un crecimiento del 3,1%, lo cual sitúa al país como una economía de medio riesgo y en recuperación.



Figura 15. Comportamiento del Empleo en Ecuador. Porcentual. Periodo 2007 – 2019.

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2021)

Otro indicador importante es el nivel de empleo, se conoce que en los últimos dos años Ecuador experimentó un aumento en la tasa de desempleo por problemas asociados a las condiciones económicas y por la pandemia del COVID -19. Hasta el año 2020 las estadísticas cerraron con los siguientes porcentajes en relación al 65,3% de la población que pertenece a la población económicamente activa (PEA).

Tasa de Empleo Adecuado: 38,8%.

Tasa de Subempleo: 17,8%

Tasa de Desempleo: 3,8%

Con relación al 65,3% de la población que pertenece a las PEA, se estima que el 95,6% son personas con empleo. Otro indicador alentador es que el Fondo Monetario Internacional estima que, en el año 2021, para Ecuador el Fondo Monetario Internacional estima una tasa de desempleo de 5,6%. La tercera más baja de la región. (Fondo Monetario Internacional, 2020).

La inflación es uno de los grandes problemas que permite controlar la dolarización; es por ello que las variaciones de precios en Ecuador no suelen tener variaciones extremas en el indicador. En promedio se estima una variación del 3% para las proyecciones financieras (Zamora, 2020).

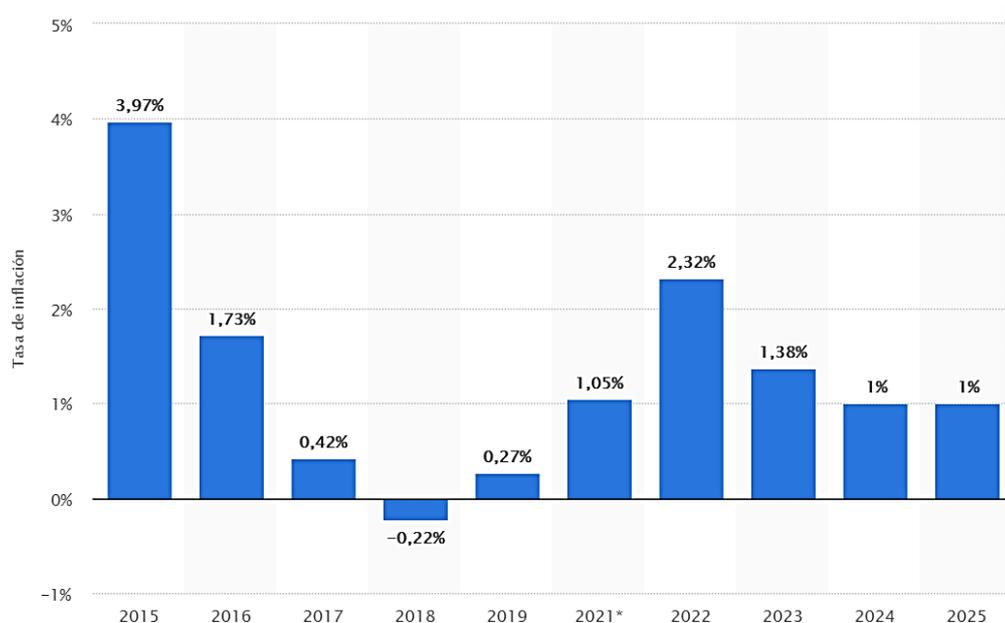


Figura 16. Comportamiento de la inflación. Porcentual.

Fuente: (Banco Mundial, 2021).

Con relación a la actividad de servicios eléctricos, se puede indicar que, en Ecuador, el sector eléctrico es considerado un área estratégica del estado ecuatoriano. Es por ello que la energía eléctrica es considerada como un derecho que el gobierno de turno debe brindar a la ciudadanía. Los sectores y actividades que participan de esta cadena deben ejercer total responsabilidad, pues con la colaboración participativa de toda la sociedad se espera que todos los ecuatorianos tengan acceso al servicio eléctrico, bajo el cumplimiento de protocolos, normas técnicas y estándares de calidad y a precios justos (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

Sin embargo, el país se categoriza como una economía emergente, con un direccionamiento político que por años no ha logrado consolidar un modelo de desarrollo sostenible. Sin embargo, la economía interna es soberana y sostenible. Un grave problema del modelo económico es la dependencia del gasto público frente a los recursos tributarios, lo cual ocasiona que exista una gran carga tributaria para las sociedades y dificulte el desarrollo de emprendimientos que necesitan mínimo 10 años para consolidarse en el mercado. Las variaciones de precios en el mercado es un elemento que se ha podido controlar, eso por la política monetaria actual, donde mantener el dólar ha permitido estabilidad y control de la inflación (Consejo Nacional de Planificación, 2018).

El factor económico es uno de los factores más críticos debido al nivel de incertidumbre, el comportamiento de los indicadores de pobreza y desempleo, son una alarma que asegura impactos en el comportamiento de los distintos segmentos y sectores. Es recomendable que la empresa mantenga una buena gestión financiera para que tenga capacidad de adaptación, en caso de que existan cambios radicales en el comportamiento del Producto Interno Bruto, nivel de empleo e inflación, pues son elementos esenciales para las estimaciones de la oferta y la demanda. La calificación de esta fuerza de mercado tiene un riesgo medio a alto para el presente plan de negocio.

4.1.3. Social

En lo social, se puede destacar que en Ecuador desde el año 2008, acogió en la Constitución una política social y solidaria, con un enfoque adecuado para la ejecución de la presente propuesta de negocio, pues el servicio ofertado lograría dar seguridad a las familias. Se brindaría fuentes de empleo y atendería a sectores vulnerables.

Se estima que existen aproximadamente trecientas mil viviendas en la ciudad de Guayaquil con riesgos de incendios por fallas eléctricas, dado que presentan conexiones ejecutadas sin soporte técnico (Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil (BCBG), 2011).

Sin embargo, la situación que vivió Ecuador a causa del Covid-19 ha ocasionado que los niveles de pobreza y el desempleo aumenten. Se debe tener en cuenta que el país desde el año 2016 enfrenta una crisis interna que ya venían desmejorando los indicadores sociales y económicos. Por lo cual existe un riesgo alto a nivel social.

Se estima que 3.2 millones de ecuatorianos viven en condiciones precarias, lo que significa, que el país ha experimentado niveles que no se presenciaban desde los años ochenta. Se debe tener presente que, hasta diciembre del año 2019, el número total de pobres ya ascendía a casi 5.9 millones de personas. Ahora, la cifra llega a 9,2 millones, lo cual demuestra que aproximadamente el 52% de la población, o dos de cada cuatro ecuatorianos viven en condiciones de pobreza (González, 2021).

4.1.4. Tecnológico

Ecuador en tecnología es un país que no la desarrolla. Se caracteriza por adquirir tecnología extranjera antes de producirla, lo cual nos hace dependientes. Es un componente en el cual el país no toma decisiones.

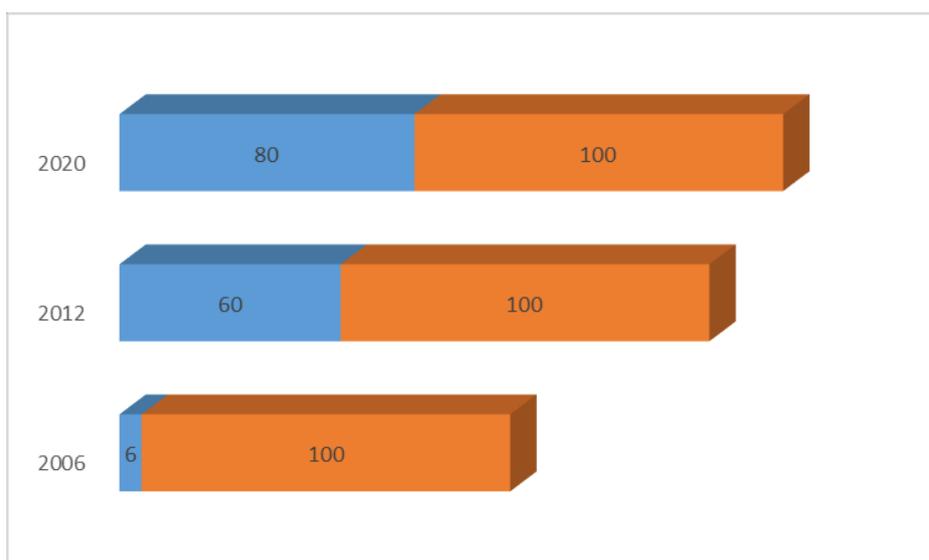


Figura 17. Acceso a internet Ecuador.

Fuente: (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2020)

En el año 2006, la estadística indica que seis de cada cien ecuatorianos tenían acceso a internet. En el año 2012 ese número incremento y se identifica que 60 de cada 100 personas tenía acceso a internet. Finalmente, el año 2020 registra que 80 de 100 ecuatorianos tiene acceso a internet. Ecuador es uno de los países con mayor acceso a internet por persona en la región; el índice de disponibilidad de tecnología en red registra una tendencia favorable para los próximos años. Tampoco presenta obstáculos para el presente plan de negocio. (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2020)

El acceso a las Tecnologías de la Información Comunicación (TIC), el cual en Ecuador constituye un derecho. La forma de cumplirlo es brindando educación, equipos y acceso a internet. El riesgo es bajo.

4.2.La Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria

En Guayaquil la prestación del servicio eléctrico se brinda por parte de la Empresa Eléctrica Pública Estratégica Corporación Nacional de Electricidad (CNEL EP), la cual es una sociedad anónima, desde el año 2008. El 17 de septiembre del año 2014 se incluyó la estación de Guayaquil, la cual es una Unidad de Negocio de la Corporación.



Figura 18. Número de clientes regulados por grupo de consumo
Fuente: (Agencia de Regulación y Control de Electricidad, 2019).

A nivel nacional existen 4.559.192 clientes de tipo residencial o domiciliario, de los cuales el 33% pertenece a la unidad de negocio de Guayaquil y de donde se facturan en promedio anual el 23.15% del total de energía facturada a clientes regulados a nivel nacional. Se estima que existe un promedio de 30% de viviendas no reguladas en la zona de cobertura (Agencia de Regulación y Control de Electricidad, 2019).

Los costos referenciales para estimar el cambio de una instalación eléctrica de un domicilio, supone que en promedio representa entre el 15 y 20% del costo de obra del inmueble. Por ejemplo, una vivienda cuyo costo de construcción fue de USD \$40.000, el cambio del sistema eléctrico tendría un costo promedio ajustable de entre USD \$6.000 y USD \$8.000. En el mercado informal el costo podría llegar a los USD \$ 3.000. Donde el margen de ganancia podría ser de hasta el 40% del total del costo del sistema eléctrico (Zamora, 2020). No existen datos de la industria. Proceso de investigación.

4.3. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

Se entiende que el ciclo de vida del servicio se divide en etapas, las cuales inician con el lanzamiento e introducción en el mercado y culmina con el cierre de la empresa. Es una metodología que permite enlazar cada etapa con las proyecciones financieras, describiendo el comportamiento en cada una de ellas (Ambrosio, 2016).

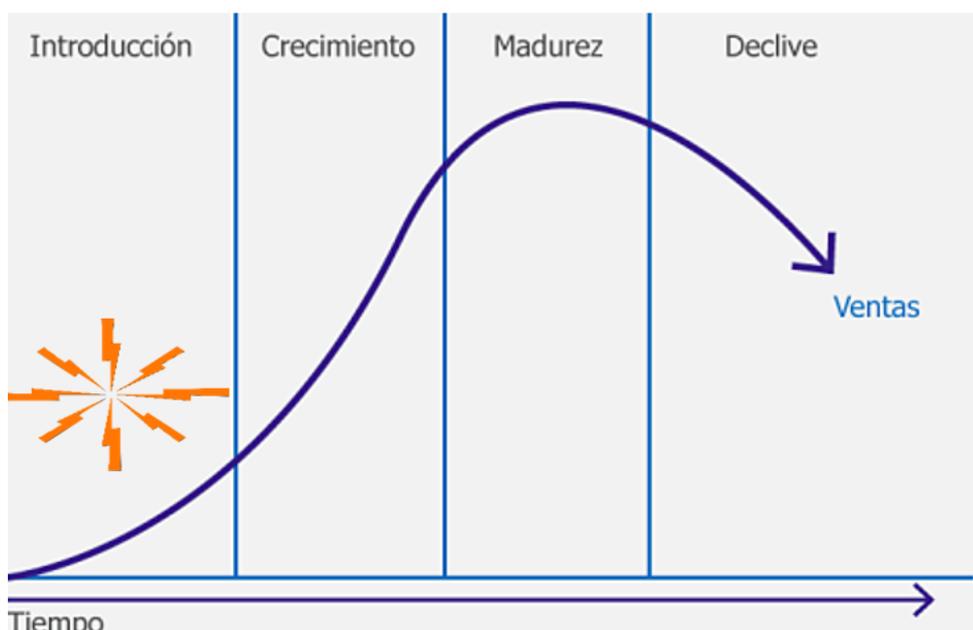


Figura 19. Ciclo de vida de la empresa.

Fuente: Elaboración propia.

El ciclo de vida de la presenta propuesta se inicia desde la etapa de introducción y culmina su proyección en la etapa de crecimiento. Es fundamental los resultados de la investigación de mercado para desarrollar las estrategias necesarias que permitan el cumplimiento de los objetivos comerciales y financieros.

Etapa de introducción (0 a 2 años): es necesario mantener campañas agresivas de difusión que permitan mantener un mayor alcance de la oferta de los servicios. Una métrica de Facebook establece que por cada dólar invertido en publicidad se estima que se alcance a 1.000 personas en el segmento que deseado. Por lo cual se debe planificar un presupuesto mínimo anual en publicidad de usd \$12.000 (Comisión Europea, 2018). La empresa debe ser eficiente en costos durante la etapa de introducción, pues las ventas suelen ser bajas durante este proceso. La publicidad debe ser informativa, para dar a conocer el producto.

Etapa de crecimiento (3 a 6 años): luego de experimentar y consolidar las primeras ventas o contratos, la empresa comienza a ganar posicionamiento y recomendaciones. Las ventas suelen ser más sostenidas y equilibradas todos los meses. En esta etapa se espera existan contratos en ejecución que brinden una rentabilidad mínima anual del 12%.

Etapa de madurez (7 a 15 años): al llegar al año de gestión de la empresa, seguramente las estrategias aplicadas brindarán la oportunidad de que la empresa se consolide en el mercado. Se espera tener mayor cobertura del servicio en otras ciudades que permitan un flujo constante de clientes. Es necesario y recomendable realizar activaciones de marca y estrategias de posicionamiento que genere lealtad y compromiso por parte de los clientes.

Etapa de declive (16 a 25 años): la etapa de declive puede comenzar cuando las ventas comiencen a demostrar un decrecimiento de las variaciones de los resultados anuales, tanto de ingresos por explotación, como de disminución en los indicadores de eficiencia y rendimiento empresarial. Es necesario mantener una constante exploración de nuevos nichos, de tal manera que, frente a un cambio en el mercado, la empresa pueda adaptar nuevos servicios para su reactivación.

4.4. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter

El modelo estratégico de las cinco fuerzas competitivas del mercado permite conocer la competitividad que existe frente a la ejecución de un proyecto o puesta en marcha de un negocio. Permite identificar las amenazas y oportunidades existente en una industria (Porter, 2016).

La industria a la cual pertenece la empresa propuesta, según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIUU) es el número 4321, que hace referencia a la actividad económica de Instalaciones Eléctricas. Se estima que existen 10.115 unidades de negocios registradas en esta actividad económica (Banco Central del Ecuador, 2020).

4.4.1. Rivalidad entre Competidores

El número de competidores en el sector es diverso, existe un mercado informal activo que podrían alcanzar las 300 personas en Guayaquil, mismas que brindan servicios eléctricos a nivel domiciliario. Adicionalmente existen profesionales de carreras afines que podrían constituir nuevas empresas. Finalmente, las empresas o personas jurídicas que podrían adaptar sus planes de negocio para atender al segmento de viviendas antiguas para cambiar sistema eléctrico. (Agencia de Regulación y Control de Electricidad, 2019)

El nivel de rivalidad entre competidores es medio, pues existe un sector informal que oferta este servicio, pero son quienes han originado los problemas de fallos eléctricos, debido a que ejecutan instalaciones empíricas. Existe una demanda insatisfecha y un gran mercado por atender. Eso supone que el nivel de rentabilidad del sector es alto. Se recomienda aplicar estrategias que permitan experimentar una economía de escala y estrategia de cobertura para lograr el liderato en ventas del sector. (Porter, 2016).

Se puede concluir que es un mercado poco desarrollado y masivo, por lo cual es recomendable liderar en costos y tener cobertura del servicio para llegar a cualquier punto de la ciudad, adaptando las tarifas a las realidades económicas de las familias ecuatorianas. No se evidencian estrategias o publicidad de otras empresas en la

actualidad, por lo cual se puede considerar que el sector se encuentra en etapa de desarrollo.

4.4.2. Amenaza de Nuevos Competidores

Esta fuerza de mercado evalúa las dificultades existentes para ingresar al mercado de las instalaciones eléctricas. Se considera que el éxito se relaciona con las barreras de entrada. Es decir que, si existen estrictas regulaciones, conocimiento previo necesario y tecnologías específicas de alto costo, entonces el riesgo de fracaso aumenta.

Se puede destacar que no se identifican barreras para poder ingresar el sector; sin embargo, al ser un servicio técnico especializado si se necesita de profesionales que garanticen los servicios eléctricos. Con relación a la lealtad de los clientes, se puede indicar que es un factor en el cual se debe trabajar desde el departamento de marketing y servicio al cliente, pues las instalaciones eléctricas necesitan de mantenimiento periódico, lo cual motiva un proceso de recompra.

Debido a que los servicios ofertados se brindan en un segmento masivo y de crecimiento como son la construcción de viviendas e instalaciones eléctricas, se estima que los ofertantes peleen por calidad de servicio, valor agregado, cobertura y costos. La barrera de ingreso de nuevos competidores es baja, pero puede ser media en el mediano plazo. La amenaza de nuevos entrantes es media y puede llegar a calificarse como alta. Sin embargo, existen grandes oportunidades durante el desarrollo de esta actividad económica.

4.4.3. Productos sustitutos

La teoría establece que cuando el valor de un servicio no es relevante en función a su valor agregado, entonces el riesgo de que existan sustitutos es alto. Sin embargo, cuando el servicio se encuentra en proceso de regulación, suelen desaparecer los servicios que no cumplen con los requerimientos y exigencias puntuales de una industria.

El principal sustituto es la instalación hecha por gente con poca experiencia y que desconoce de electricidad y las normas de seguridad. Actualmente esta oferta es

baja. El sector informal se encuentra en regulación por lo que su tendencia es desaparecer o regularizar a los ofertantes actuales del mercado. Esta fuerza de mercado puede calificarse como media, con tendencia a disminuir a baja.

4.4.4. Poder de Negociación de Proveedores

El poder de negociación de los proveedores no afecta la intensidad de la competencia del sector. Pueden generarse alianzas para afianzar el uso de productos con certificados de calidad y que piensen en el bienestar de las familias como estrategia de introducción. El servicio propuesto no depende del nivel de negociación con los proveedores, pero puede aplicarse acciones que permitan asociaciones de marca. No existe posibilidad de que los proveedores puedan convertirse en la competencia de la empresa en el mediano plazo. En Ecuador existen varios proveedores con productos de calidad, por lo cual se estima que no tiene incidencia en el desarrollo del negocio. Se considera que la fuerza es baja.

4.4.5. Poder de Negociación de los Clientes

Cuando los clientes están muy concentrados, son muchos o compran grandes volúmenes, su poder de negociación representa una fuerza importante que afecta la intensidad de la competencia en un sector. Eso es lo que puede ocurrir en el corto plazo, por lo cual ser líderes en costos resulta ser un factor estratégico clave. Al existir pocos ofertantes y un gran número de demandantes, entonces la fuerza es baja.

Tabla 4.
Cinco Fuerzas Competitivas de Porter

FUERZA DE MERCADO	ACTUAL			FUTURA		
	ALTA	MEDIA	BAJA	ALTA	MEDIA	BAJA
Rivalidad Entre Competidores			X		X	
Amenaza De Nuevos Competidores			X		X	
Productos Sustitutos		X				X
Poder De Negociación De Proveedores			X			X
Poder De Negociación De Los Clientes			X			X

Fuente: Elaboración propia.

Se recomienda que es necesario mantener un control sobre las estrategias que aplique la competencia. Es un sector que podría llegar a ser muy competitivo por lo que es necesario liderar en cobertura, calidad de servicio y costos.

La presencia de nuevos competidores puede llegar afectar el comportamiento de las ventas, por lo cual se debe ser muy efectivo en las campañas publicitarias que se ejecuten.

Con relación a los productos sustitutos pueden presentarse el ingreso de nuevas tecnologías y es necesario mantener el personal calificado para nuevos requerimientos del mercado, adaptando los servicios a las nuevas exigencias y condiciones que se presenten.

Se recomienda mantener una relación cercana con proveedores de equipo e insumos, pues si son casas de representación pueden otorgar capacitaciones y asesoría especializada, para brindar mejor servicio a los ecuatorianos. Se debe oferta un servicio integral a los clientes, trabajar en estrategias de posicionamiento y lealtad de los clientes.

Los análisis de la industria por medio de las fuerzas competitivas del mercado permiten concluir que la industria según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIUU) número 4321, es atractiva.

4.5. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial

El mercado potencial es de 800.000 viviendas en Guayaquil, las cuales se estiman se encuentra con deficiencias en las instalaciones eléctricas (Moya, 2019).

El mercado real se compone de aquellas personas que actualmente cuentan con una situación económica estable, se estima que el 40% del total de hogares.

Es decir que el mercado potencial seria de 320.000 viviendas. Se estima un promedio de 2.500 usuarios al año (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2020).

4.5.1. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación

Dentro de las características de los competidores se puede indicar que el sector tiene dos tipos de ofertantes, formales e informales. El sector formal siempre ha direccionado su oferta a los nuevos proyectos de construcción. Los ofertantes informales se han dedicado a la atención de aquellos que deciden construir viviendas por su propia cuenta y viviendas antiguas por medio de la contratación de maestros, albañiles y en su parte eléctrica por gente no preparada (Correa, 2021).

Tabla 5.
Características de los competidores

COMPETENCIA	NOMBRE	LIDERAZGO	ANTIGÜEDAD
DIRECTA	Global Energy S.A.	Bajo	7 años
	Wircablessa S.A.	Bajo	8 años
	SICAL Ingeniería	Bajo	3 años
	Consultoría & Servicios Eléctricos JY	Medio	12 años
	GLOBAL SOLUTIONS A&S	Medio	10 años
	VECOVA CIA. LTDA.	Alto	43 años
	Ayuda Eléctrica y Comercio Cia.Ltda	Alto	30 años
	INDIRECTA	Trabajadores Informales	Medio

Fuente: Se presenta el nombre de los competidores directos e indirectos. (Superintendencia de Compañías, Bancos y Seguros, 2020)

Los competidores directos suelen tener altos niveles de rentabilidad. Los ofertantes informales suelen ser más competitivos por precio, pero la calidad del servicio es muy baja, de hecho, la falta de control ha ocasionado el incumplimiento a la Normas de Construcción Ecuatoriana, de mantenerse en la oferta podrían ser sancionados (Huilcapi, 2020).

Los ofertantes informales suelen concentrarse en lugares de alto tránsito, no tienen oficina propia o establecimiento, es decir que la calle es el lugar de contacto. En otras ocasiones existen albañiles que atienden las demandas de su comunidad, donde el domicilio del ofertante es el lugar de contacto. Ambos ejemplos son muestra de la informalidad del sector (Oyarzún, 2020).

La antigüedad de este servicio se remonta a las primeras construcciones en el país. Eso quiere decir que desde 1824 no se logra solucionar los problemas en las

instalaciones eléctricas, pues hasta el año 2021, 197 años después no se logró solucionar dichos aspectos.

4.5.2. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa

Al ser pioneros es necesario mantener un presupuesto alto de marketing para una rápida captación y liderar en costos para mantener una presencia agresiva en el mercado. Es necesario brindar un servicio de calidad y cobertura.

Estrategias aplicadas por la competencia informal:

- Se ubican en lugares céntricos y cercanos a zonas de gran concentración de viviendas antiguas. Estrategia de cobertura.
- Disponibilidad para movilizarse.
- Oferta de servicio basada en costos o posibilidades de negociación en sitio.

Estrategias aplicadas por la competencia formal:

- Plan de venta enfocado a constructoras y generadores de proyectos inmobiliarios.
- Disponibilidad de maquinarias y equipos.
- Presencia en ferias de construcción.
- Infraestructura empresarial.
- Cobertura a gran escala.
- Participación en compras públicas.

Estrategias recomendadas:

- Activaciones en zonas que concentren gran porcentaje de casas antiguas.
- Cobertura y facilidad de contacto.
- Presencia en principales motores de búsqueda y medios web.
- Difusión del servicio en medios tradicionales.
- Servicio a domicilio.

- Plan de venta enfocado a viviendas antiguas y personas que decidan construir por su cuenta.

4.6. Análisis de la Demanda

4.6.1. Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado permite que las estrategias que se desarrollen tengan un resultado más efectivo, pues direcciona todas las actividades de forma directa al grupo objetivo (Ardura, 2016).

Ecuador existen 1,371,182 unidades de viviendas, de las cuales se estima que el 42% son viviendas que no necesitan mantenimiento o cambio del sistema eléctrico. Sin embargo, existe una proporción del total de viviendas que tienen infraestructura con más de 10 años de implementación, eso significa que obligatoriamente necesitan realizar mantenimiento (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2020).



Figura 20. Segmentación de Mercado

Fuente: Elaboración propia.

Del grupo de viviendas antiguas, existe un 37,5% que se encuentran dentro de los parámetros de alto riesgo de daños o fallos eléctricos.

4.6.2. Criterio de Segmentación

Demográfica: hombres y mujeres cabezas de hogar.

Geográficas: zonas urbanas y rurales del cantón Guayaquil.

Nivel socioeconómico: Medio Típico (C+), Medio Bajo (C-) y Bajo (D).

Psicográficas: que deciden construir sus viviendas sin arquitecto, ingenieros civiles e ingenieros eléctricos, que tengan viviendas nuevas o antiguas.

Riesgos potenciales: Viviendas con más de 10 años de vida útil. Alto riesgo de daños o fallos eléctricos.

Adicionalmente son persona que tienen las siguientes preferencias o características.

- Que piensen en el bienestar familiar
- Que vean sus bienes como una inversión a mediano y largo plazo
- Que busquen seguridad
- Que tengan temor de los incendios
- Que tengan viviendas nuevas o antiguas
- Que estén conectados a la red eléctrica del Ecuador
- Que tengan medidores activos y operativos

4.6.3. Selección de Segmentos

El segmento de mercado totaliza un global potencial de 800.000 cabezas de hogar, de los cuales se atenderá a quienes tengan viviendas con más de 10 años de antigüedad, que incluye casos con medio y alto riesgo de presentar fallos eléctricos.

4.6.4. Perfiles de los Segmentos

Características de los clientes: Personas preocupada por la seguridad de la familia, responsables con la sociedad, que piensen en el cuidado de sus inversiones, y con deseos de superación personal y familiar.

Antigüedad de vivienda: vivienda con más de 10 años de construcción, pues eso significa que obligatoriamente necesitan realizar mantenimiento

Tipo de vivienda: Construcciones mixtas y de hormigón armado.

Género: Todos los géneros, representantes de hogar.

Edad: Viviendas cuyo cabeza de hogar tenga entre 40 a 75 años.

Nacionalidad: La nacionalidad del representante de cada vivienda es indistinta.

Sectores: Zonas urbanas y rurales de la ciudad de Guayaquil.

Estabilidad económica: Hogares que se encuentren en una situación económica estable, con capacidad de ahorro mensual mínima de USD \$ 100,00.

4.7. Matriz FODA

FORTALEZAS (FACTOR INTERNO):

1. Profesionales calificados
2. Pioneros en ofertar un concepto basado en costos bajos.
3. Leyes que fomenta la creación de prestación de servicios eléctricos profesionales
4. Líderes en costos.

OPORTUNIDADES (FACTOR EXTERNO)

1. Gran porcentaje de viviendas con conexiones eléctricas empíricas
2. Incremento de construcción de viviendas en Guayaquil.
3. Trabajar en conjunto con entidades reguladoras

DEBILIDADES (FACTOR INTERNO)

1. No tenemos trayectoria
2. Desconocimiento de los clientes del servicio
3. Nivel de cobertura nacional en desarrollo

AMENAZAS (FACTOR EXTERNO)

1. Presencia de profesionales eléctricos que podrían emprender en esta actividad
2. Condiciones económicas de las familias que demandan mejorar las instalaciones eléctricas
3. Condiciones culturales de los clientes
4. Poco control del gobierno frente al diseño de instalaciones eléctricas empíricas

4.8. Investigación de Mercado

4.8.1. Método

La presente propuesta necesita para su desarrollo la aplicación de una investigación de tipo exploratoria, descriptiva y documental, basada bajo los parámetros del método científico. Se requiere de la aplicación de los criterios evaluativos bajo un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo). Debido a que los

recursos disponibles es necesario obtener opiniones y respuestas que brinden una comprensión real del objeto de estudio. Se necesita explorar el mercado y describir las condiciones existentes que permitan una adecuada ejecución del plan de negocio.

El enfoque cualitativo necesita para su fundamentación del levantamiento de información. El cual se logra a partir de la aplicación de focus group, entrevistas a expertos y encuestas a clientes potenciales. Estas herramientas deben ser complementadas con la revisión de fuentes científicas documentales que hagan referencia al problema estudiado, por medio de informes y estadísticas que permitan una comparación de los resultados entre fuentes primarias y secundarias, validando de esa manera el proceso de investigación de mercados (Bernal, 2010).

4.8.2. Objetivos de la Investigación: General y Específicos

- Determinar la factibilidad y viabilidad de la creación de la empresa Halpes Servicios Eléctricos S.A.S que brinda servicios eléctricos a bajo costo enfocado a las personas que posean casa propia y que vivan en barrios de Guayaquil
 - Estimar la demanda potencial existente en Guayaquil de servicios eléctricos a bajo costo
 - Conocer si existen ofertas de servicios eléctricos a bajo costo
 - Identificar cuáles serían los principales motivadores de compra
 - Realizar un estudio financiero que permita evaluar escenarios y condiciones de proyecto

4.9. Tamaño de la Muestra

La población en estudio suma un total de 4,6 millones de viviendas particulares en Ecuador, de las cuales se estima que 800.000 pertenecen a la ciudad de Guayaquil, según estadísticas del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2020). Eso quiere decir que existen 800.000 cabezas de hogar. Por ese motivo se recomienda la aplicación de una fórmula para cálculo de muestras mayores a 100,000 habitantes:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Cada variable significa lo siguiente y los valores son estándares: cuando se trabaja en un nivel de confiabilidad del 95%

z:	Nivel de confianza	1,96
q:	Es la probabilidad de que el evento no ocurra	0,50
p:	Es la probabilidad de que el evento ocurra	0,50
e:	Es el máximo error permisible	0,05

El tamaño de la muestra es de 384 cabezas de hogar.

4.10. Técnica de recogida y análisis de datos

Entrevista a expertos. Formulario que contiene diez preguntas abiertas con la finalidad de conocer y establecer la opinión de expertos: bomberos y profesionales en el área eléctrica. La entrevista se realizó vía telefónica y el tiempo máximo de aplicación fue de 10 minutos. Ver plantilla en Anexo # 1.

Encuesta. Es un cuestionario de opción múltiple o de escala de Likert. Mantiene 20 aspectos de análisis que buscan fundamentar el problema e identificar el nivel de aceptación del servicio propuesto. Los participantes son cabezas de hogar que mantienen viviendas con más de 10 años de construcción. El instrumento fue aplicado vía on line y física, del 10 al 20 de febrero del año 2021, donde participaron 384 personas. Ver plantilla en Anexo # 2.

4.11. Análisis de Datos

A continuación, se presentan el análisis de los resultados obtenidos a partir de la recolección de información. Se presentan los resultados de las entrevistas y encuestas.

4.11.1. Resumen e interpretación de resultados Entrevista

A continuación, se presenta una tabla con las interpretaciones más importantes de cada entrevista. Los expertos

Tabla 6.
Datos de los entrevistados

NOMBRE ENTREVISTADO	CARGO O FUNCIÓN DEL ENTREVISTADO	AÑOS DE EXPERIENCIA
RICARDO YÉPEZ	Tec. Sip.Ref.Industrial	31
DARÍO MEDINA	Supervisor CNEL	10
MARLON SÁNCHEZ	Servidor público CNEL	8
WILLIAM WAGNIO	Bombero aeronáutico	24
GUSTAVO GONZABAY	Bombero voluntario	11

Fuente: Entrevista a expertos, aplicada entre enero y febrero de año 2021.

Tabla 7.
Incendios estructurales son a causa de malas instalaciones eléctricas

Nombre Entrevistado	1. ¿Qué opinión le merece el conocer que la mayoría de los incendios estructurales son a causa de malas instalaciones eléctricas?
Ricardo Yépez	Es una realidad y existen grandes riesgos en Ecuador en tema de seguridad eléctrica.
Darío Medina	Que una de las principales causas es que las personas no buscan ayuda profesional para las instalaciones.
Marlon Sánchez	generalmente los ecuatorianos buscan ahorrar y no pagar servicios profesionales. Es un error
William Wagnio	Falta de mantenimiento de las redes eléctricas y la poca importancia a normas de seguridad. Falta de control de autoridades y poca responsabilidad de las personas.
Gustavo Gonzabay	Por contratar personal sin experiencia, hay quienes hacen instalaciones sin precaución y mitigación de riesgos.

Fuente: Entrevista a expertos, aplicada entre enero y febrero de año 2021.

Tabla 8.
Implementar instalaciones eléctricas empíricas en sus hogares

Nombre Entrevistado	2. ¿Según su experiencia a qué se debe que los cabezas de hogar obtén por implementar instalaciones eléctricas empíricas en sus hogares?
Ricardo Yépez	Quieren evitar los gastos de pagar a un profesional. Se tiene la idea, que es extremadamente caro. No ven el beneficio a largo plazo. Ni la seguridad de sus bienes.
Darío Medina	A la falta de recursos económicos. Pero también falta de educación.
Marlon Sánchez	Pará ahorrar dinero.
William Wagnio	Por tratar de economizar, ahorrarse unos dólares ponen en riesgo la seguridad de sus familias y bienes.
Gustavo Gonzabay	Por economizar y otras veces porque es complicado encontrar técnicos disponibles.

Fuente: Entrevista a expertos, aplicada entre enero y febrero de año 2021.

Tabla 9.***Servicios eléctricos a personal empírico antes que el personal calificado***

Nombre Entrevistado	3. ¿Por qué se prefiere contratar para servicios eléctricos a personal empírico antes que el personal calificado?
Ricardo Yépez	Sus costos.
Darío Medina	Bajo costo.
Marlon Sánchez	Por el desconocimiento. Muchas personas no conocen proveedores del servicio.
William Wagnio	Economía, poca importancia a la seguridad del hogar e instalaciones eléctricas.
Gustavo Gonzabay	Por economía.

Fuente: Entrevista a expertos, aplicada entre enero y febrero de año 2021.

Tabla 10.**Recomendación de revisar periódicamente las conexiones eléctricas**

Nombre Entrevistado	4. ¿Qué opina acerca de la recomendación de revisar periódicamente las conexiones eléctricas de los domicilios?
Ricardo Yépez	Que es necesario, Sobre todo los reajustes y las variaciones de las cargas eléctricas.
Darío Medina	Que es imprescindible para evitar accidentes. Deberían ejecutarse.
Marlon Sánchez	Para estar más seguros y es necesario.
William Wagnio	Por norma no solo revisar, también reemplazar accesorios y componentes.
Gustavo Gonzabay	Es necesario dado que las piezas eléctricas siempre sufren desgaste. Existen productos de mala calidad.

Fuente: Entrevista a expertos, aplicada entre enero y febrero de año 2021.

Tabla 11.
Presencia de problemas eléctricos.

Nombre Entrevistado	5. Si en su hogar se presentan problemas eléctricos ¿Qué hace usted?
Ricardo Yépez	Lo reparo, tengo la capacitación de la CNEL. Licencia eléctrica. Las personas sin experiencia deben buscar profesionales.
Darío Medina	Llamar a un experto en electricidad.
Marlon Sánchez	Llamar a alguien que sepa de electricidad.
William Wagnio	Llamar a un profesional.
Gustavo Gonzabay	Ir al cajetín de braker, desconectar todo y llamar a un profesional.

Fuente: Entrevista a expertos, aplicada entre enero y febrero de año 2021.

Tabla 12.
Instalación eléctrica en los hogares

Nombre Entrevistado	6. Toda instalación eléctrica en los hogares es indispensable que la hagan personas capacitadas y de mucha experiencia ¿Qué opina usted?
Ricardo Yépez	Es necesario, tomemos en cuenta, la vida, luego los bienes y el dinero.
Darío Medina	Totalmente de acuerdo. Se debe mantener instalaciones eléctricas en óptima calidad.
Marlon Sánchez	Muy cierto. Puede garantizar un ahorro.
William Wagnio	Con la seguridad no se juega ni se improvisa, el trabajo de un profesional garantiza la integridad de los bienes.
Gustavo Gonzabay	Personal con mucha experiencia en la materia y calificada.

Fuente: Entrevista a expertos, aplicada entre enero y febrero de año 2021.

Tabla 13.
Servicio eléctrico garantizado y profesional

Nombre Entrevistado	7. ¿Por qué existen ciudadanos que prefieren poner en riesgo la vida de sus familiares, antes que pagar un servicio eléctrico garantizado y profesional?
Ricardo Yépez	Nuestra ignorancia como sociedad. La falta de control permite irregularidades.
Darío Medina	Bajos recursos económicos. Existen tendencias que relacionan el dinero y la calidad de instalaciones eléctricas.
Marlon Sánchez	Piensan que el sistema eléctrico no representa un riesgo para el bien. Y prefieren ahorrar en esos rubros.
William Wagnio	Por tratar de ahorrar algo de dinero y desconocimiento de normas de seguridad.
Gustavo Gonzabay	Por economizar la mano de obra y costo de insumos y materiales. Personal empírico generalmente usas los peores insumos..

Fuente: Entrevista a expertos, aplicada entre enero y febrero de año 2021.

Tabla 14.
Servicios eléctricos a bajo costo

Nombre Entrevistado	8. ¿Cuál es la importancia social de una propuesta para la creación y comercialización de servicios eléctricos a bajo costo?
Ricardo Yépez	Imprescindibles para la realidad de Ecuador.
Darío Medina	Que exista mayor seguridad en los hogares de bajos recursos. Es necesario.
Marlon Sánchez	Para personas de bajos recursos sería muy necesario.
William Wagnio	Tarifas justas, económicas, y si a esto se le suma la asesoría de profesionales para evitar riesgos, se hablaría de un servicio competitivo
Gustavo Gonzabay	Es necesario generar propuestas n esta área, se ayudaría a las personas para que mantengan instalaciones eléctricas seguras.

Fuente: Entrevista a expertos, aplicada entre enero y febrero de año 2021.

Tabla 15.
Recomendación para fallos en sus instalaciones eléctricas

Nombre Entrevistado	9. ¿Cuál sería su recomendación para los cabezas de hogar que mantiene fallos en sus instalaciones eléctricas?
Ricardo Yépez	Invertir en la seguridad de su familia, es necesario.
Darío Medina	Llamar a un experto y reparar lo antes posible.
Marlon Sánchez	Buscar a profesionales y evitar mayores riesgos de eventos peligrosos.
William Wagnio	Llamar a profesionales y solucionar lo más pronto posible.
Gustavo Gonzabay	Que busque técnico y no arriesgar la vida de familiares u vecinos en el barrio.

Fuente: Entrevista a expertos, aplicada entre enero y febrero de año 2021.

Tabla 16.
Recomendación para fallos en sus instalaciones eléctricas

Nombre Entrevistado	10. ¿Cuál sería su recomendación para la aplicación de una propuesta para la creación y comercialización de servicios eléctricos a bajo costo enfocado a las personas que posean casa propia y que vivan en barrios de Guayaquil?
Ricardo Yépez	Buscar los medios necesarios, crear campañas, coordinar visitas de la CNEL. Y o de personal capacitado. Venderles la idea de forma en que se destaque la seguridad.
Darío Medina	Que brinden servicios a bajo costo y con recomendaciones continuas a los hogares.
Marlon Sánchez	Que traten de capacitar a las personas sobre el peligro y tenga mucha presencia en proyectos sociales.
William Wagnio	Encuestas para saber el grado de conformidad con el servicio que mantiene actualmente. Conocer las inconformidades para poder superarlas. Dar a conocer los beneficios del servicio a ofertar. Mantener comunicación constante con los clientes. Garantizar la solución de problemas de manera eficaz, oportuna y en el menor tiempo posible.
Gustavo Gonzabay	Ayudaría a las personas con bajo presupuesto. Y hacer una instalación correcta. Buscar los medios necesarios.

Fuente: Entrevista a expertos, aplicada entre enero y febrero de año 2021.

4.11.2. Resumen e interpretación de resultados Encuesta

A continuación, se presenta las respuestas obtenidas con la aplicación de la encuesta. Se describe cada pregunta con su respectivo gráfico y análisis interpretativo de los resultados.

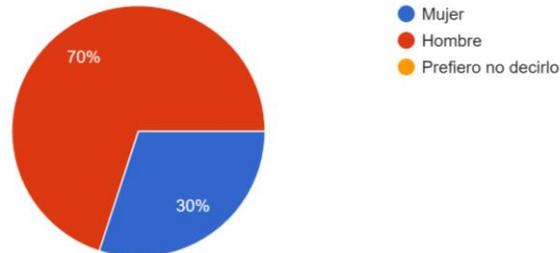


Figura 21. Sexo seleccionado por los encuestados.

Fuente: Elaboración propia.

Se puede identificar que el 70% de la muestra son hombres y el 30% son mujeres. Esta tendencia es muy coherente pues en Ecuador la mayoría de cabezas de hogar son los ciudadanos de sexo masculino.

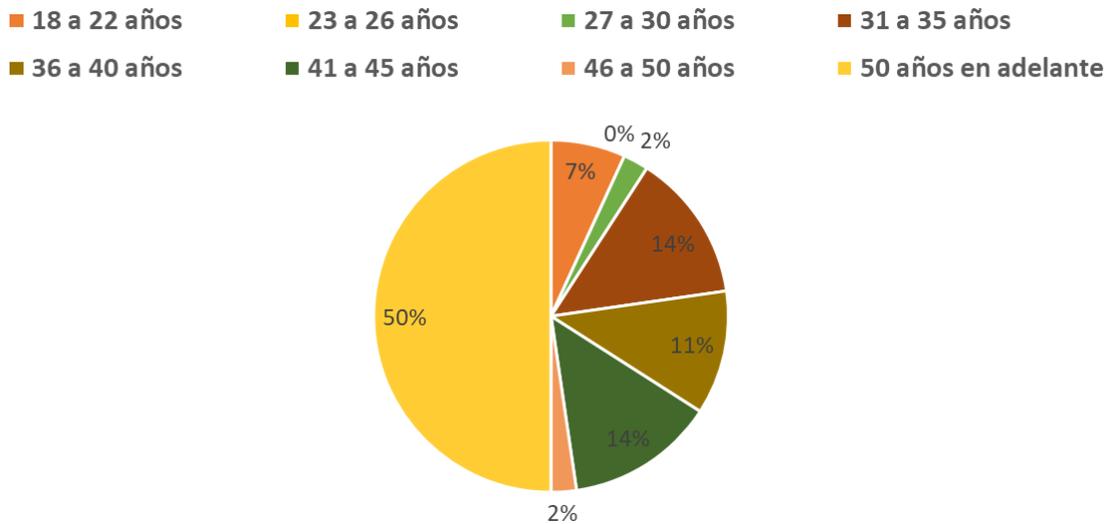


Figura 22. Edad seleccionada por los encuestados.

Fuente: Elaboración propia.

Un dato importante es que más del 50% de los cabezas de hogar se encuentran en un rango superior a los 31 años, es congruente pues es una etapa donde la mayoría de personas pueden llegar a conformar una familia, comprar una vivienda y contratar mantenimientos preventivos y correctivos.

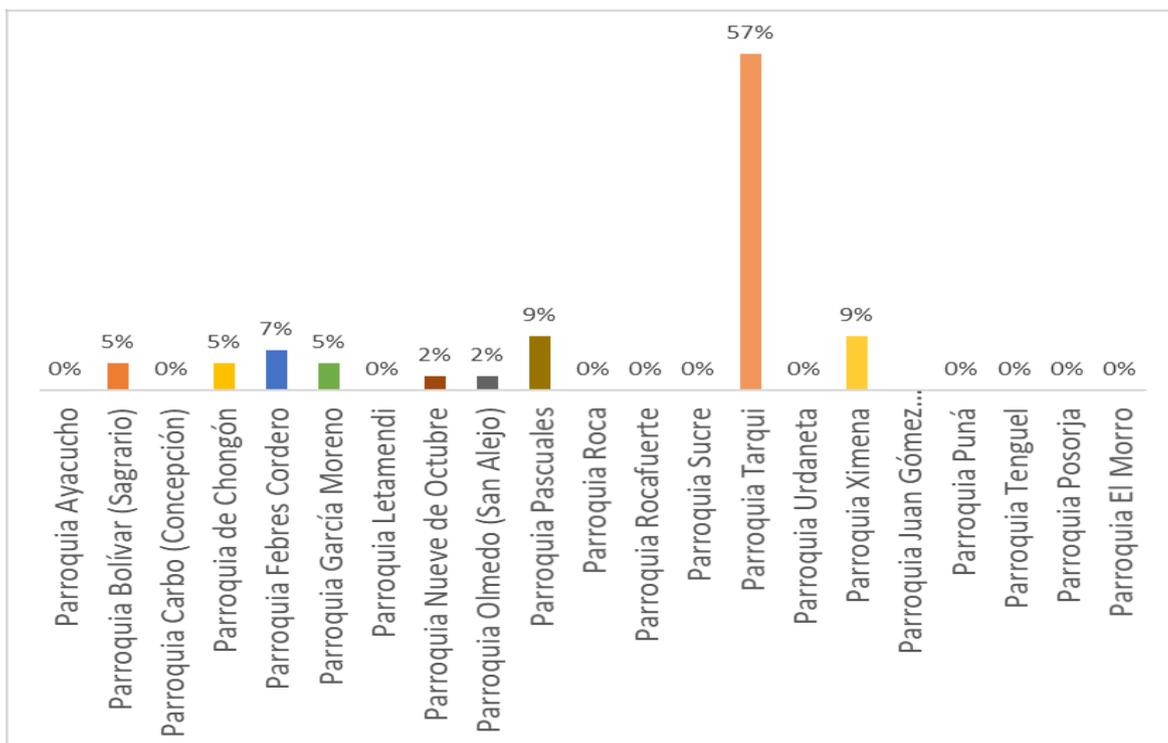


Figura 23. Ubicación de Vivienda.

Fuente: Elaboración propia.

Guayaquil se divide en parroquias, como se observa en la figura anterior se han obtenido datos de las más importantes que son Tarqui, Ximena, Pascuales y Febres Cordero. Todas las parroquias incluyen viviendas antiguas dentro de las distintas ciudadelas que las componen.

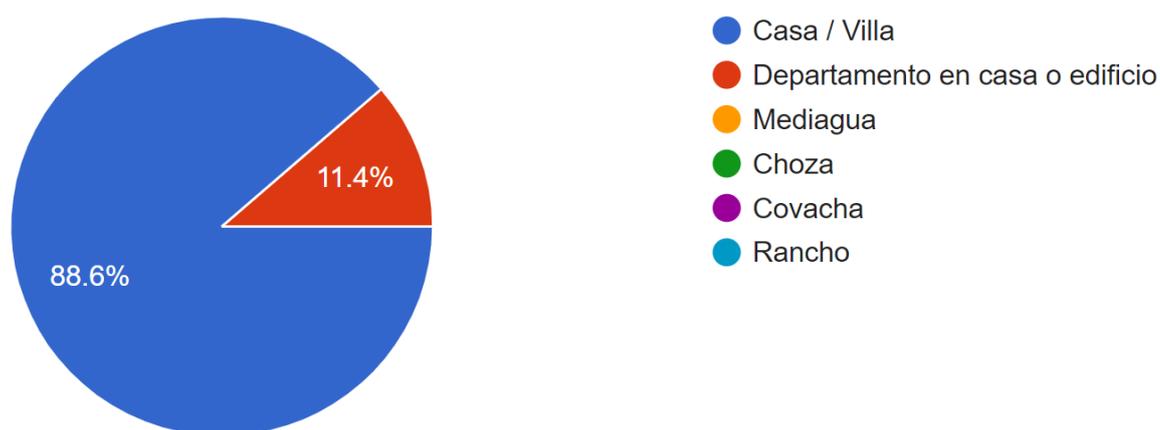


Figura 24. Tipo de Vivienda.

Fuente: Elaboración propia.

Dentro del proceso de levantamiento de información era necesario confirmar el tipo de vivienda de los encuestados, se notó que el 86,6% vive en casa o villas y el 11,4% en departamento dentro de un condominio o edificio.

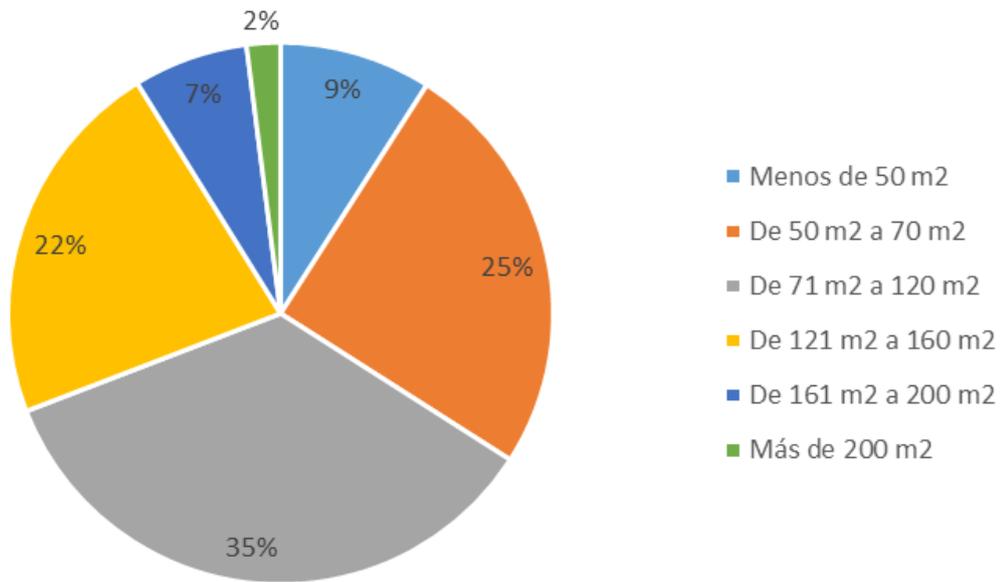


Figura 25. Tamaño de la vivienda.
Fuente: Elaboración propia.

El tamaño promedio de las viviendas de los encuestados se concentra en un 82% entre 50 m² y 160 m², con una tendencia superior en aquella casa de 71 m² y 120 m².

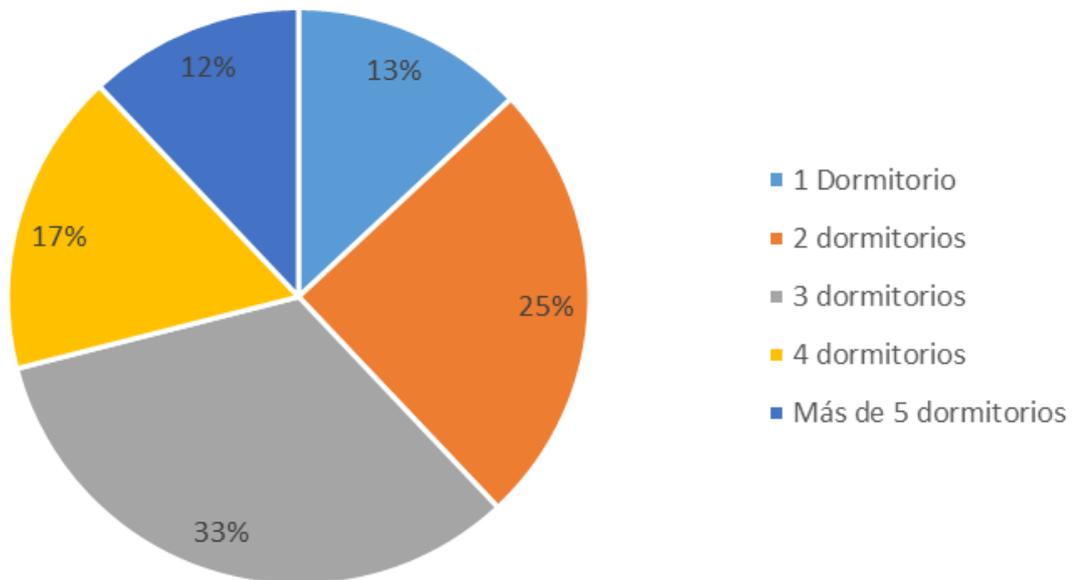


Figura 26. Número de dormitorio en vivienda
Fuente: Elaboración propia.

Las respuestas obtenidas ponen en evidencia que el 33% de encuestados tienen viviendas con tres dormitorios, seguidos del 25% que tienen dos dormitorios y un 17%

que describe tener cuatro dormitorios. Finalmente existen personas que tienen un dormitorio y totalizan un 13% y 12% más de cinco dormitorios.

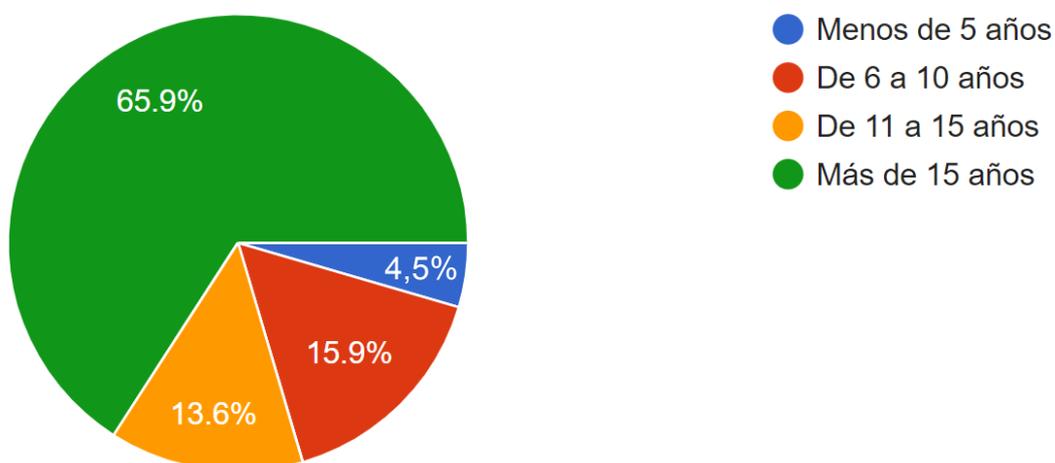


Figura 27. Antigüedad de la vivienda
Fuente: Elaboración propia.

El 79% de los encuestados indicó que habitan en viviendas cuyos años de construcción son mayores a diez años, grupo que representa a un criterio de segmentación del presente servicio. Se identifica un 4,5% de cabezas de hogar que tienen viviendas con menos de cinco años de construcción y un 15,9% de 6 a 9 años, futuros posibles clientes.

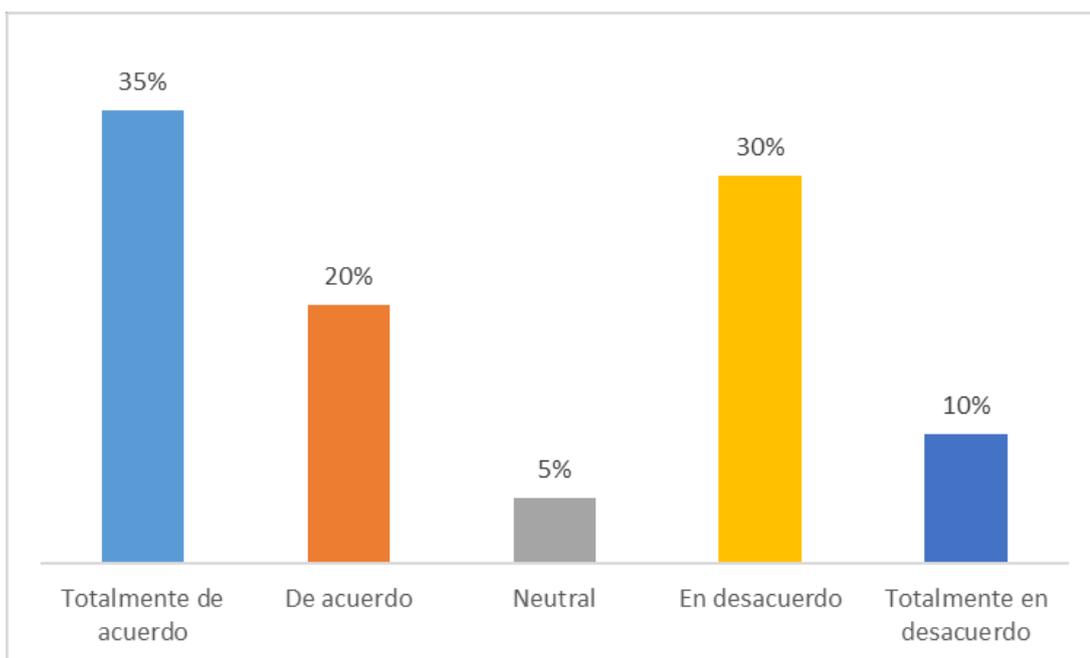


Figura 28. ¿En su hogar las instalaciones eléctricas fueron ejecutadas por personal calificado y profesional?
Fuente: Elaboración propia.

El 55% de los encuestados confirmaron que las instalaciones eléctricas de sus domicilios fueron diseñadas por técnicos o profesionales que pueden garantizar que son adecuadas y seguras. Sin embargo, existe un 40% de cabezas de hogar que mencionaron que contrataron personal empírico o informal. Un 5% duda de la efectividad de sus instalaciones eléctricas. En conclusión, un 45% de las viviendas suponen un alto riesgo de fallos eléctricos o en mal estado; grupos que conforman nuestra cartera de clientes potenciales.

El grupo que respondió que las instalaciones eléctricas de sus domicilios fueron diseñadas por técnicos o profesionales se conforma de aquellos ecuatorianos que tienen viviendas menores a diez años y los que la diferencia de personas que siempre buscan seguridad en las inversiones que mantienen.

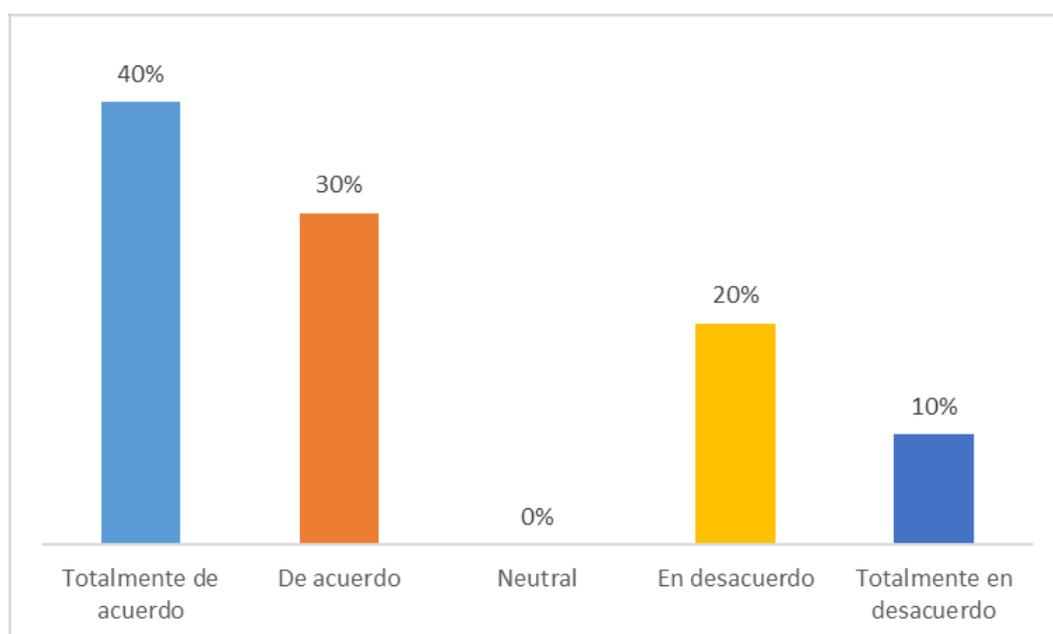


Figura 29. ¿En su hogar en los últimos tres meses ha experimentado variaciones de voltaje?

Fuente: Elaboración propia.

Al consultar a los encuestados acerca de la evidencia de variaciones de voltaje, se encontró que en el periodo del mes de octubre 2020 al mes enero de 2021, el 70% de los cabezas de hogar aseguró que suceden en su hogar, lo cual confirma que existe un alto porcentaje de viviendas con fallos eléctricos. Un 30% de los participantes indicaron no presenciarlos.

Las variaciones eléctricas son una de las evidencias físicas visibles que permiten identificar un problema en el sistema eléctrico. En una revisión profesional son una de las características que buscan destacarse frente a fallos o daños de equipos.

El problema puede deberse a factores externos o internos de la vivienda; sin embargo, siempre existen soluciones para proteger la vida y bienes de las familias.

La sobrecarga de conectores e interruptores es un evento que supone adicionar regletas o tomacorrientes de forma empírica, dejando de lado las recomendaciones técnicas. Las respuestas obtenidas confirman que aproximadamente 6 de cada 10 viviendas no cuentan con puntos de corriente acorde al número de habitantes y equipos de uso domiciliario. A continuación, la evidencia.

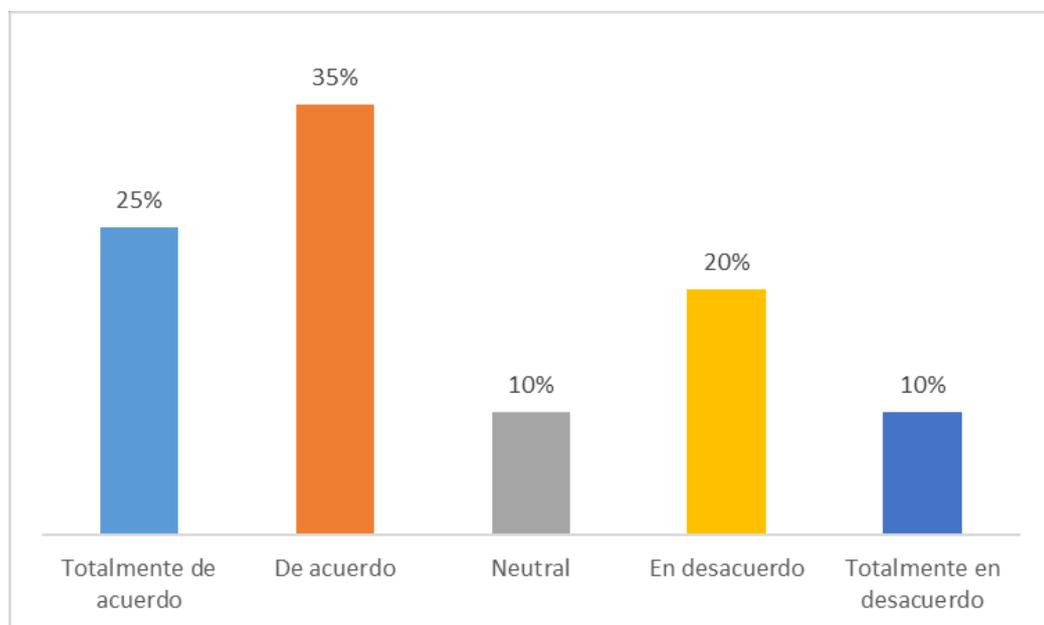


Figura 30. ¿En su hogar son limitados los conectores e interruptores en función al número de equipos y personas?

Fuente: Elaboración propia.

Se confirma que un 60% de los hogares necesitarían complementar más puntos de conexiones eléctricas seguras dentro de cada domicilio. Existe un 30% de los encuestados que indica no tener problemas con la cantidad de conectores disponibles, lo que significa que las instalaciones eléctricas suplen la demanda actual de los habitantes y sus equipos.

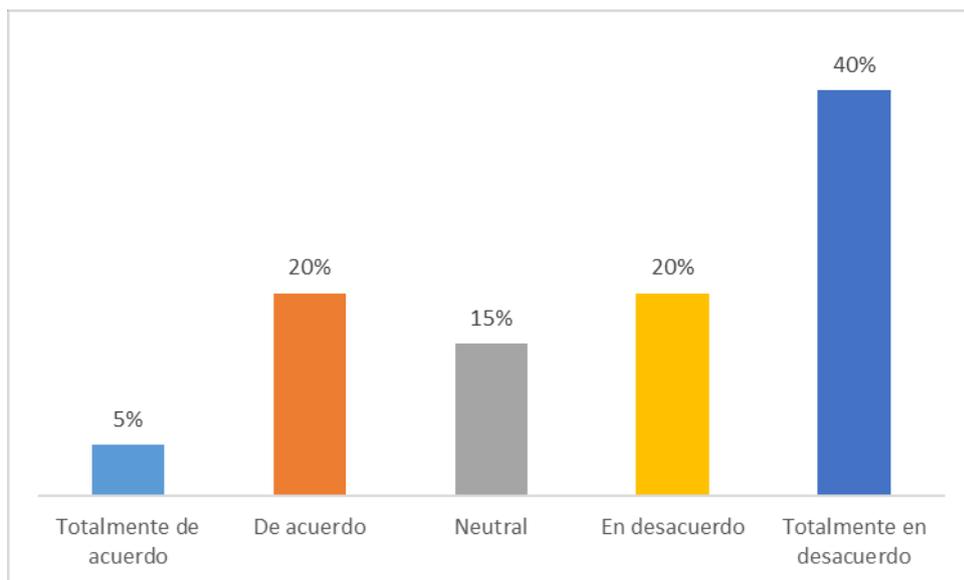


Figura 31. ¿En su hogar existen cables sueltos que conforman el sistema eléctrico?
Fuente: Elaboración propia.

Un 25% de los encuestados indicaron mantener cables sueltos en sus instalaciones eléctricas, lo cual supone un peligro de cortocircuito o en la salud de quienes habitan en el inmueble por quedar electrocutados. Un 15% si los tiene, pero no los considera peligrosos. Un 60% indica no tener cables sueltos y sin protección.

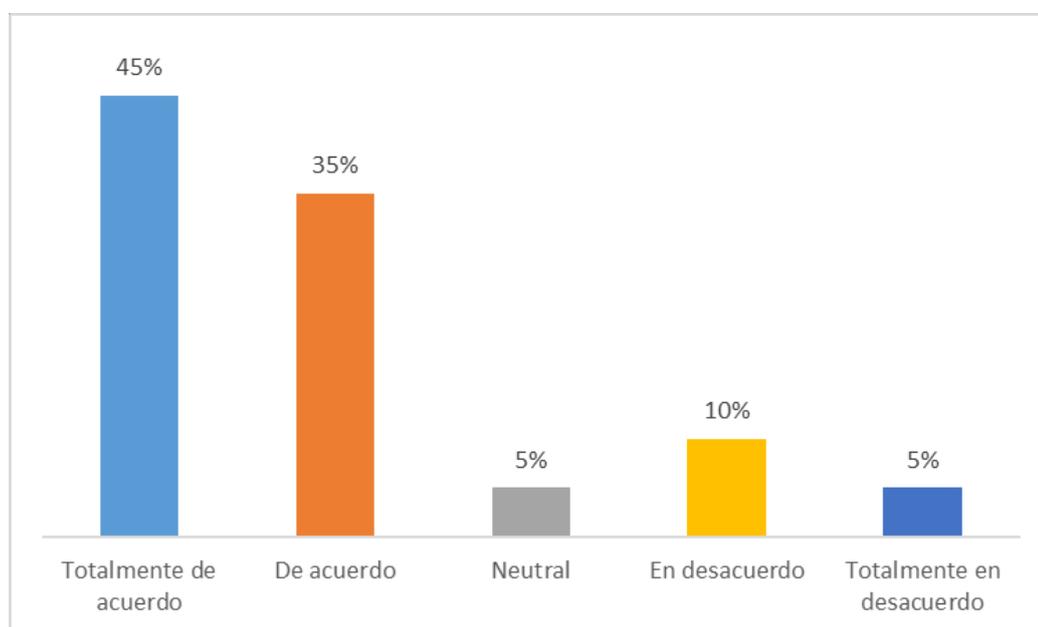


Figura 32. ¿Usted prefiere contratar servicios profesionales para solucionar fallos en las instalaciones eléctricas o implementar nuevas conexiones?
Fuente: Elaboración propia.

Se puede destacar que un 80% de los cabezas de hogar de la ciudad de Guayaquil preferirían contratar personal profesional para solucionar fallos eléctricos.

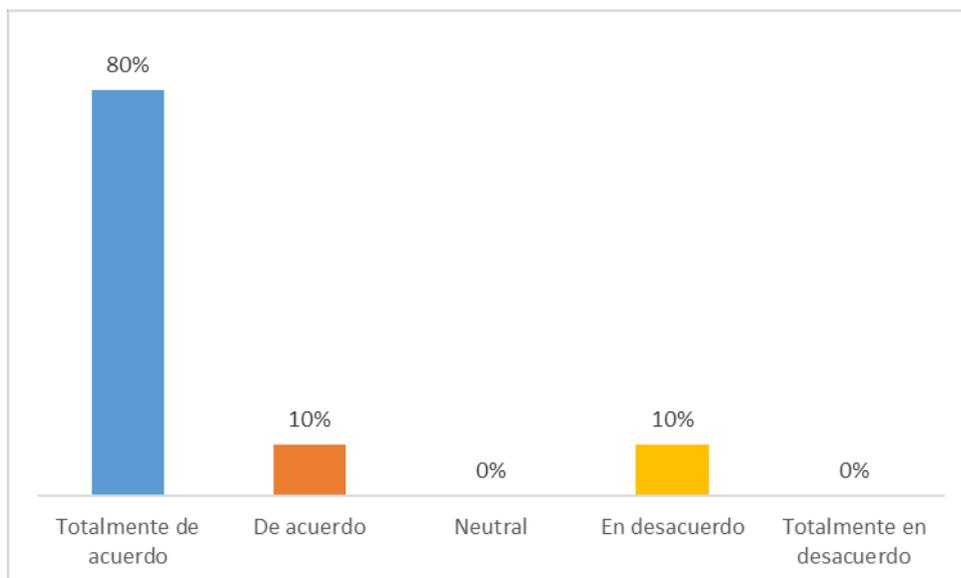


Figura 33. ¿Usted considera que las instalaciones eléctricas defectuosas son un riesgo que puede ocasionar un incendio estructural?

Fuente: Elaboración propia.

Se puede confirmar que los guayaquileños son conscientes de que un fallo en el sistema eléctrico puede ocasionar incendios, El 90% de los encuestados lo confirmaron que es un riesgo real.

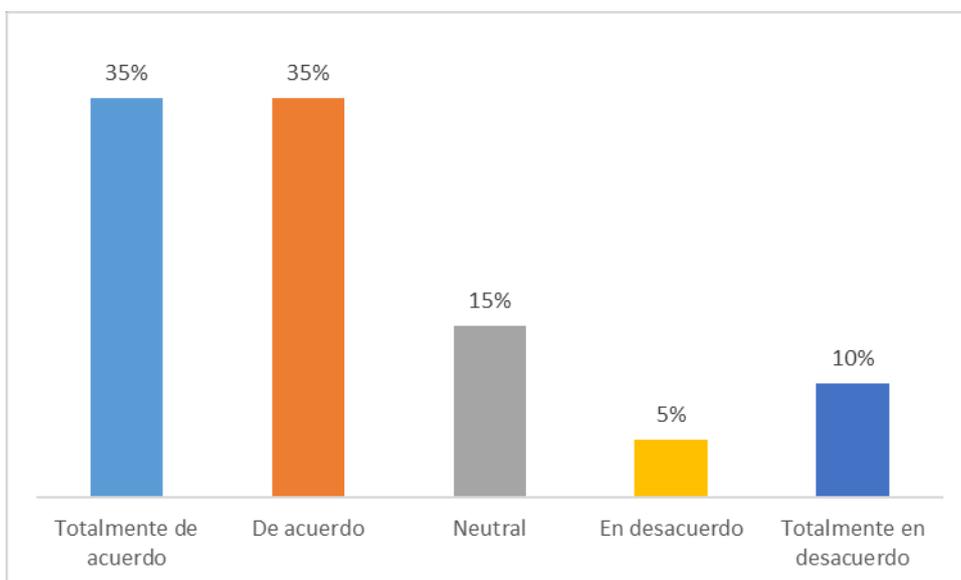


Figura 34. ¿Usted considera que en su hogar es necesario realizar una revisión preventiva de las instalaciones eléctricas?

Fuente: Elaboración propia.

Se puede confirmar que 7 de cada 10 cabezas de hogar consideran necesario realizar mantenimientos preventivos a las viviendas. Se confirma que los fallos eléctricos y variaciones de energía que pueden existir son una preocupación real dentro de las familias.

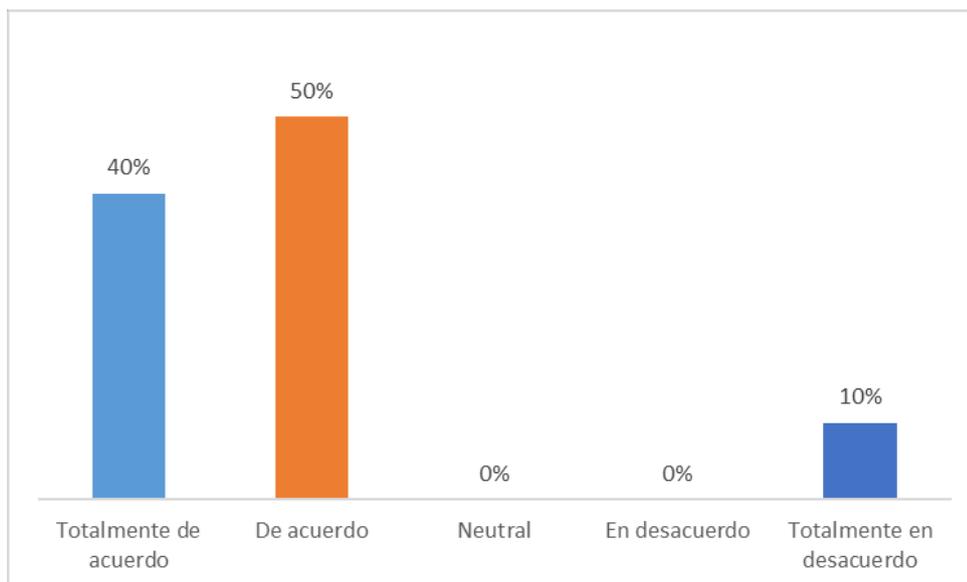


Figura 35. ¿De diagnosticar fallos en las instalaciones eléctricas de su hogar, usted preferiría contratar personal profesional y calificado para solucionar los problemas?
Fuente: Elaboración propia.

Se destaca que el 90% de personas que tienen viviendas propias frente a la presencia de fallos en las instalaciones eléctricas de su hogar preferirían contratar personal profesional y calificado para solucionar los problemas existentes.

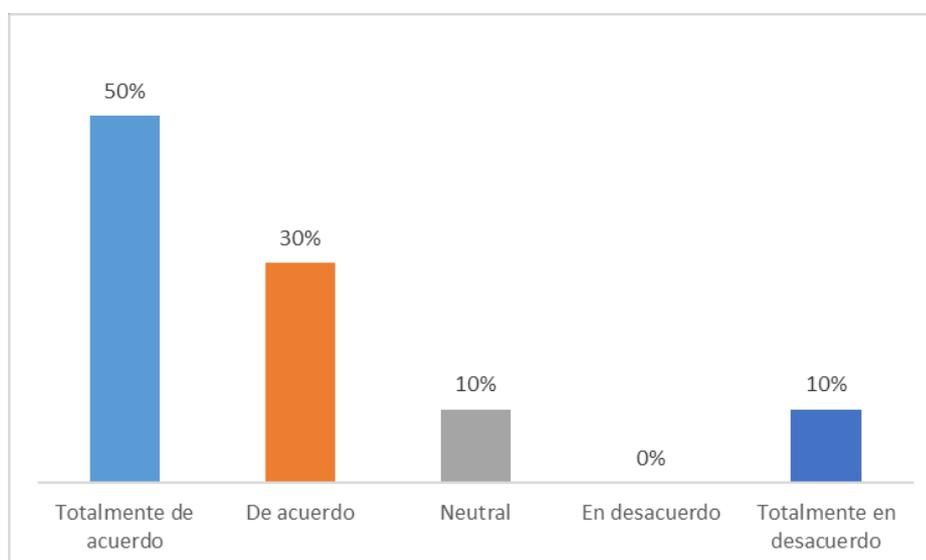


Figura 36. ¿Usted cree necesaria la creación de una entidad ecuatoriana que oferte soluciones (técnicas y profesionales) domiciliarias para corregir fallos eléctricos en los hogares de Guayaquil?
Fuente: Elaboración propia.

Es importante destacar que aproximadamente 8 de cada 10 ecuatorianos que tienen vivienda propia cree necesaria la existencia de una entidad ecuatoriana que oferte soluciones (técnicas y profesionales) domiciliarias para corregir fallos eléctricos en los hogares.

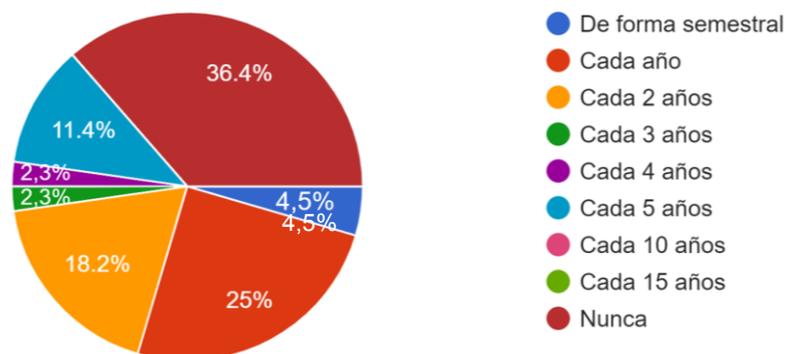


Figura 37. ¿Con qué frecuencia da mantenimiento a las instalaciones eléctricas de su domicilio?

Fuente: Elaboración propia.

Se puede destacar que aproximadamente el 36% de encuestados no ha realizado nunca una revisión del sistema eléctrico. Dentro de ese porcentaje un 20% no se encuentra en la necesidad de realizarlo porque las viviendas tienen menos de 10 años. En los casos más responsables en mantener controles de seguridad para evitar fallos eléctricos se identificó que un 4,5% de guayaquileños realiza chequeos de forma semestral. Un 25% lo hace anualmente, lo cual es bastante recomendable. Y un 18% indica realizar cada dos años. El porcentaje restante lo hace entre tres a cinco años.

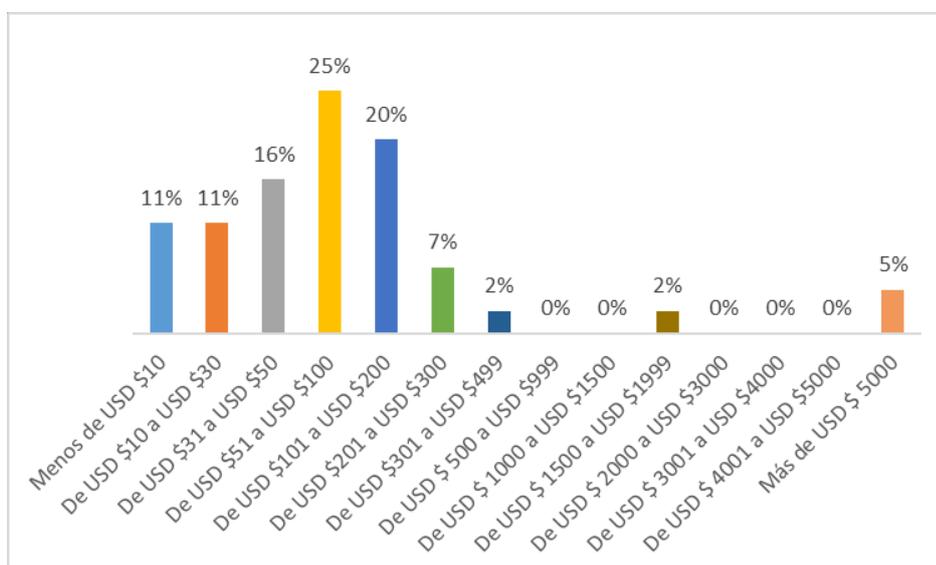


Figura 38. ¿En función a su experiencia, cuánto ha invertido usted para mantener instalaciones eléctricas de su domicilio en buen estado?

Fuente: Elaboración propia.

En función a los resultados se puede indicar que un 38% de los encuestados indico gastar menos de 50 dólares. Este grupo se compone de los inmuebles con menos de 10 años de construcción y quienes nunca han realizado un mantenimiento preventivo o correctivo profesional.

También se identifica un 50% de los encuestados que ha realizado mantenimientos correctivos con un presupuesto promedio de 51 dólares a 300 dólares. Con una tendencia central en menores a los 200 dólares con un 45% del total de respuestas obtenidas.

4.12. Conclusiones de la Investigación de Mercado

Se puede concluir que es evidente que las viviendas con más de 10 años representan un riesgo de incendio estructural, pues la mayoría de encuestados afirmaron tener problemas en el sistema eléctrico. No existe una cultura de mantenimiento preventivo. Los participantes indican que si contratarían el servicio propuesto.

4.13. Recomendaciones de la Investigación de Mercado

Se recomienda ejecutar un plan de negocios basado en venta directa del servicio, cuyo propósito es crear una entidad líder en costos y servicio de calidad. Existe un nivel alto de viviendas en riesgo por mantener problemas en instalaciones eléctricas. Existe un mercado activo, donde el 70% aseguró que necesita un mantenimiento preventivo de las instalaciones eléctricas y un 80% válida la creación de la empresa propuesta.

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

5.1. Objetivos: General y Específicos

El objetivo general del Plan de Marketing es: Brindar soluciones efectivas a bajo costos para los hogares que deban ejecutar mantenimientos preventivos y correctivos en las instalaciones eléctricas.

El plan requiere de la consecución de los siguientes objetivos específicos:

- Captar 100.000 leads anuales.
- Contribuir a concretar 1.000 contratos anuales.
- Alcanzar una participación del 30% del mercado total durante los próximos cinco años.

5.1.1. Mercado Meta

Existen dos variables que son fundamentales para que la campaña de introducción y crecimiento de la marca logre concretar sus objetivos comerciales. Estas son el nivel de compromiso que asuma la ciudadanía para disminuir riesgos de fallos de sus instalaciones eléctricas y la socialización de los beneficios y seguridad que brindan las instalaciones eléctricas ejecutadas bajo las normas de buenas prácticas.

Mercado potencial: 800.000 viviendas en Guayaquil, las cuales se estiman se encuentran con deficiencias en las instalaciones eléctricas (Moya, 2019).

Mercado real: 320.000 viviendas. Se estima un promedio de 2.500 usuarios al año.

Mercado Meta: 24.000 viviendas. Se estima un promedio de 2.000 usuarios al año.

5.1.2. Tipo y Estrategias de Penetración

Aplicar estrategias de penetración de mercado resulta ser muy favorable para un buen desempeño comercial de una empresa. Dentro de esta área existen distintos

tipos de penetración y estrategias que se pueden aplicar en cada etapa del ciclo de vida de una marca o servicio. (Fernández, 2015)

Al indicar penetración de mercado, se asume una posición competitiva por parte de la empresa. El resultado será el nivel de participación que alcance frente a otros ofertantes, el reconocimiento y la audiencia que pueda generar.

		PRODUCTOS	
		Actuales	Nuevos
M E R C A D O S	Actuales	Estrategias de penetración de mercados HALPES SERVICIOS ELÉCTRICOS	Estrategias de desarrollo de productos
	Nuevos	Estrategias de desarrollo de mercados	Estrategias de diversificación

Figura 39. Estrategias comerciales para empresas.
Fuente: (Corma, 2019)

Dada las condiciones del producto y el mercado, el presente plan de negocio se ubica en una Estrategia de Penetración de Mercado. Dentro de ella existen distintos modelos que se pueden aplicar. La finalidad es generar un mayor consumo en los mercados actuales. Aplica planes que le permitan ganar participación de mercado. Las estrategias recomendadas son:

Precio competitivo. Se sacrifica margen de ganancia por mayor número de clientes. Propuesta de servicios profesionales a bajo costo.

Desarrollo de planes promocionales para fomentar la fidelización. Es necesario que los cabezas de hogar contraten servicios anuales para aplicar planes preventivos en las instalaciones eléctricas.

Programa de lealtad. Debido a que la naturaleza del servicio se caracteriza por revisiones de instalaciones eléctricas permanentes, a lo largo de la vida del inmueble, es necesario aplicar planes de lealtad.

Campaña de marketing social. El marketing debe ocasionar un cambio en el comportamiento y hábitos de los compradores. Debe facilitar la gestión de venta, siempre fomentando un buen manejo de objeciones.

Gestión de ventas. La gestión de ventas requiere de un trabajo de cobertura y fomentar activaciones en canales de alto alcance: físicos y virtuales.

La idea es llegar a más propietarios de inmuebles del segmento seleccionado, generando competitividad y asesorándolos de ser necesario. Quien sea ejecutivo de venta debe tener capacidades de convencimiento, pues el beneficio del servicio es tan alto que existen pocos motivadores de deserción.

Aplicar estrategias de engagement. Es necesario generar espacios para que la empresa pueda crear vínculos con los clientes potenciales. Se puede aplicar acciones que fortalezcan la relación con cliente y empresa. Por ejemplo, realizar concursos en redes sociales de revisiones gratuitas para ganar seguidores, crear contenido interactivo y educativo en formato vídeo. Otra estrategia es direccionar a la audiencia a las redes social por medio del uso de direcciones y hashtags.

5.1.2.1. Cobertura

El plan de cobertura supone el siguiente cronograma:

AÑO 1: Guayas, cantón Guayaquil, Parroquia Tarqui.

AÑO 2: Guayas, cantón Guayaquil, Parroquia Ayacucho, Bolívar (Sagrario), Carbo (Concepción), García Moreno, Letamendi, Febres Cordero.

AÑO 3: Guayas, cantón Guayaquil, Ximena, Olmedo y Nueve de Octubre.

AÑO 4: Guayas, cantón Guayaquil, Parroquia Juan Gómez Rendón

AÑO 5: A Guayas, cantón Guayaquil, Parroquia Pascuales.

5.2. Posicionamiento

Para la presente propuesta es necesario destacar los atributos del servicio la responsabilidad social que tiene la empresa con la ciudadanía. Para ello es necesario

que el plan de marketing contribuya a promover una oferta específica y directa, que se logra solo con el contacto con los clientes y prospectos (Ardura, 2016).

Posicionamiento por atributo. Es necesario destacar las características del producto. El mensaje debe ser directo.

Posicionamiento por beneficios. El servicio ofertado soluciona problemas graves que el ciudadano no los identifica como riesgo. Sin embargo, se debe destacar que nuestras soluciones pueden salvar vidas y bienes.

Posicionamiento por vinculo. Es aplicable debido a la naturaleza del servicio, pues identifica los deseos de los consumidores con la oferta de la empresa. Todos piensan en el bienestar y seguridad familiar.

Es por ello que Halpes Servicios Eléctricos S.A.S., busca ser reconocida como una empresa con altos estándares de servicio, que aseguran la calidad, seguridad y mitigación de riesgos en temas eléctricos domiciliarios, ofertando soluciones a bajo costo y con profesionalismo.

5.3. Marketing Mix

5.3.1. Estrategia de Servicios

5.3.1.1. Presentación

El servicio es un producto intangible que busca destacar por la imagen, seguridad y aceptación que tenga su propuesta de valor (Chaffey, 2015). La presente propuesta integra la oferta de:

Mantenimiento Preventivo Residencial. También llamado “Plan Preventivo de Halpes Servicios Eléctricos S.A.S”, es un servicio que integra un chequeo del sistema eléctrico completo y que comprende:

- Inspección a la acometida de entrada (110 – 220 VAC).
- Medición de carga en el panel de circuitos (Voltajes y corrientes estén acorde al cableado de la acometida)
- Revisión, limpieza y ajustes al panel de circuitos eléctricos.

- Revisión del estado de cada uno de los breakers (comprobar que estén considerados para la carga que aplica).

- Revisión de circuitos secundarios (tomacorrientes – alumbrados en voltajes de 110 y 220 VAC).

- Comprobación del estado de las placas de tomacorrientes e interruptores (determinar si se debe de reemplazar alguna pieza):
 - Análisis del estado del cableado eléctrico en toda la residencia.
- Medición de cargas en las líneas de entrada para comprobar que las cargas estén balanceadas entre fases y mejorar el consumo eléctrico.
- Identificar el punto de aterrizaje en el inmueble, considerar la medición del punto a tierra este permitido bajo las normas vigentes.
- Con estas mediciones y ajustes se debe de levantar un informe del estado del sistema eléctrico en la residencia. Considerando las mejoras o reemplazos de equipos o materiales para un mejor desempeño y seguridad del inmueble y personas.
- Asesoría y acompañamiento para dar a conocer a la ciudadanía la importancia de tener un sistema eléctrico de calidad para evitar daños en los equipos, daños a la propiedad en caso de cortocircuito, electrocución a las personas.
- Se considera la mano de obra, materiales y equipos que se requieran para este servicio

Mantenimiento Correctivo Residencial. El servicio denominado “Plan Correctivo de Halpes Servicios Eléctricos S.A.S”, comprende la corrección y remplazo de instalaciones eléctricas defectuosas o inservibles. Puede variar considerando los daños o anomalías encontradas, así como la urgencia de realizarla o planificar su reparación. Generalmente se trabaja bajo proyecto, incluye:

- Reemplazo de cables en mal estado, reinstalación por calibres mal implementados, piezas como breakers que cumplen con vida útil o por estar fuera de rango (corriente). Incluye insumos, conectores y piezas eléctricas pequeñas (cable, fusibles, mano de obra y transporte).
- Diseño e instalación del sistema puesta a tierra que es muy importante en todo sistema eléctrico por más pequeño que sea el circuito.

Trabajo por Punto Residencial. Es un trabajo denominado pequeño, que incluye puntos de iluminación (1500 W), puntos de fuerza (2000 W) y puntos especiales con cargas mayores (1 KW).

Cabe destacar que Halpes Servicios Eléctricos S.A.S, debe destacar los siguientes factores:

Imagen: es un servicio profesional y técnico, la imagen de los trabajadores es importante:



Figura 40. Equipamiento de personal.
Fuente: Elaboración propia.

Casco, cubre bocas, guantes, chalecos, gafas y botas son esenciales dentro del equipamiento que debe tener el personal.

Recursos: para la prestación de un servicio de instalaciones eléctricas se necesitan equipamiento y accesorios, los cuales se ofertan dentro de los planes preventivos y correctivos:



Figura 41. Recursos y accesorios utilizados para el servicio
Fuente: Elaboración propia.

Contar con los equipos e insumos correctos garantizan un servicio de calidad, por ello el servicio incluye:

- Herramientas de mano
- Breakers
- Tomacorrientes
- Piezas eléctricas pequeñas.
- Panel de circuitos eléctricos
- Fuente de Energía
- Medidor de carga
- Multímetro
- Soldador o cautín y estaño
- Protoboard
- Líquidos de limpieza
- Tablet con software
- Caja general de protección

5.3.1.2. Amplitud y Profundidad de Línea

El servicio ofertado aplica a tres tipos que son estructuras eléctricas nuevas, mantenimientos preventivos y mantenimientos correctivos de instalaciones eléctricas.

5.3.1.3. Marcas y Submarcas

Las marcas de cada tipo de segmento que se puede atender son las siguientes:



Figura 42. Marca General Halpes Servicios Eléctricos S.A.S
Fuente: Elaboración propia.

Se desarrollan dos submarcas para los servicios de mantenimiento preventivo y para servicios de mantenimiento correctivo.



Figura 43. Submarca Plan Preventivo de Halpes Servicios Eléctricos S.A.S
Fuente: Elaboración propia.

El plan prevenir fomenta el control permanente por desgaste de piezas.



Figura 44. Submarca Plan Correctivo de Halpes Servicios Eléctricos S.A.S
Fuente: Elaboración propia.

El plan correctivo aplica para cambios y reparaciones integrales del sistema eléctrico.

5.3.2. Estrategia de Precios

En el mercado se identifican tres tipos de servicios que son el servicio de mantenimiento preventivo, el servicio de mantenimiento correctivo y el trabajo por puntos de conexión. No existen precios regulados por ninguna institución gubernamental para los servicios propuestos. Es un mercado que a la actualidad define los precios por oportunidad de cada negocio. Sin embargo, a continuación, se presenta una lista de precio promedio, realizada a partir de cotizaciones solicitadas en el año 2021:

5.3.3. Precios de la Competencia

La siguiente tabla presenta cada tipo de servicio con el precio más bajo cotizado y el más alto, de tres tipos de ofertantes que son el empírico o informal, el formal que es brindado por un profesional independiente y el precio ofertado por empresas legalmente constituidas en Ecuador.

Tabla 17.
Precios de la Competencia por categoría de ofertante y servicios propuestos

SERVICIO	Informal		Formal		Empresa	
	Precio más Bajo	Precio más Alto	Precio más Bajo	Precio más Alto	Precio más Bajo	Precio más Alto
Mantenimiento preventivo	USD \$ 150	USD \$ 200	USD \$ 180	USD \$ 300	USD \$ 290	USD \$ 400
Mantenimiento correctivo	USD \$ 200	USD \$ 400	USD \$ 300	USD \$ 500	USD \$ 400	USD \$ 700
Trabajo por punto	USD \$ 15	USD \$ 20	USD \$ 25	USD \$ 40	USD \$ 35	USD \$ 60

Fuente: Elaboración propia.

5.3.4. Poder Adquisitivo del Mercado Meta

El poder adquisitivo de mercado meta es variable, debido a que basados en un razonamiento general, quienes actualmente mantienen una vivienda son personas que posiblemente han mantenido un periodo prolongado de ahorro e inversión. Son ciudadano que laboran y mantienen los medios de subsistencia familiar. Se presenta en el nivel socioeconómico: Medio Típico (C+), Medio Bajo (C-) y Bajo (D).

5.3.5. Políticas de Precio

La política general de precios es ofertar servicios profesionales y técnicos a bajo costo, eso se logra con una investigación constante de las necesidades del mercado.

En función a la investigación de mercado, se define la siguiente lista de precios:

Tabla 18.
Precios definidos para el servicio Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

SERVICIO	PRECIOS PROPUESTOS		
	Precio Recomendado	Precio más Alto	Precio de Introducción
Mantenimiento preventivo	USD \$ 150	USD \$ 200	USD \$100
Mantenimiento correctivo	USD \$ 200	USD \$ 400	USD \$200
Trabajo por punto	USD \$ 15	USD \$ 20	USD \$15

Fuente: Elaboración propia.

Entre las principales políticas están:

- Celebrar un acuerdo por escrito que sustente la ejecución del trabajo, sea en una proforma u orden de trabajo.
- El pago de los servicios se ejecuta con un 50% al inicio del contrato y el 50% previa entrega del trabajo culminado. Máximo cinco días.
- El mantenimiento preventivo debe ejecutarse anualmente.
- Todo trabajo correctivo tiene una garantía de tres años en insumos eléctricos.
- Mantener un control adecuado de los costes y gastos.
- Mantener un nivel de venta adecuado para alcanzar el punto de equilibrio y maximizar la rentabilidad.
- Mantener una lista de precios que se pueda mantener en el tiempo en función a los costes y gastos relacionados.
- Direccionar los servicios a viviendas con alto riesgo en las instalaciones eléctricas, cuyos familiares mantengan una fuente de ingreso que les permita mejorar o planificar la reparación.
- Que el margen de contribución bruto sea superior al 50%.

5.3.6. Estrategia de Plaza

5.3.6.1. Localización de Puntos de Venta

El punto de venta inicial es la oficina ubicada en la ciudad de Guayaquil, parroquia Tarqui.

5.3.6.2. Distribución del Espacio

La oficina que se requiere puede ser de 80 m², cuya distribución del área sería la siguiente:

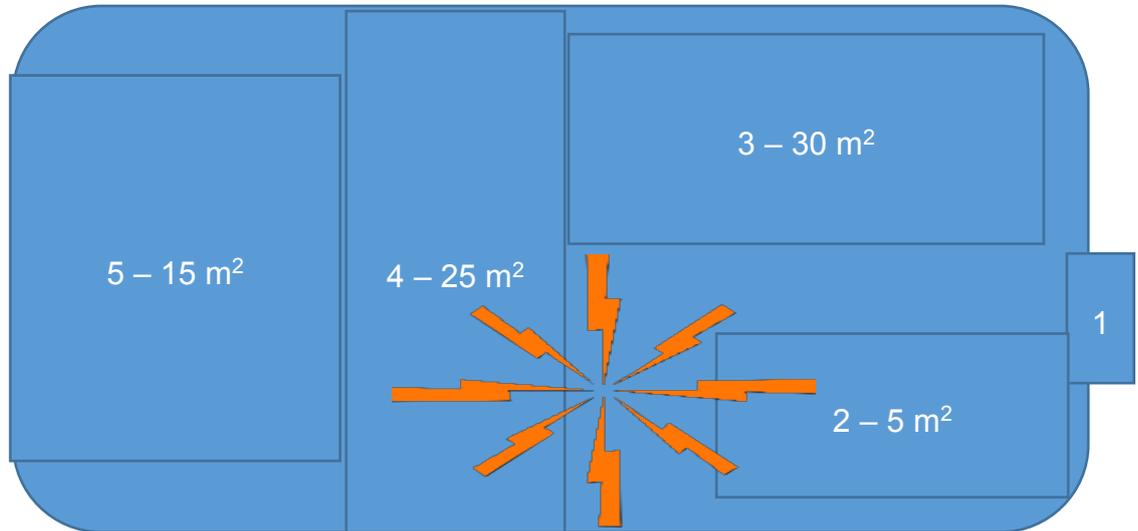


Figura 45. Submarca Plan Correctivo de Halpes Servicios Eléctricos S.A.S
Fuente: Elaboración propia.

1. Ingreso.
2. Recepción.
3. Oficina 1.
4. Oficina 2.
5. Bodega.

5.3.6.3. Sistema de Distribución Comercial

El sistema de distribución es directo, desde el ofertante al cliente que demanda los servicios para brindar la asesoría técnica y ejecución especializada en el punto de mantenimiento o reparación. Se debe contar con un vehículo que permita llegar al punto de trabajo.



Figura 46. Servicio a Domicilio de Halpes Servicios Eléctricos S.A.S
Fuente: Elaboración propia.

Para la ejecución de un sistema directo Se necesita ejecutar las actividades de marketing directo, con la finalidad de cumplir con las metas de venta:

1. Correo directo: enviar información por medio de base de datos.
2. Catálogos: enviar catalogo informativos a las personas que soliciten mayor información.
3. Telemarketing: ejecutar llamadas promocionales a clientes potenciales.
4. Quioscos o stand: participar en ferias y eventos relacionado a la actividad económica de la presente propuesta.
5. Tecnologías digitales: ofertar los servicios en plataforma digitales de mayor audiencia en la ciudad de Guayaquil.
6. Online marketing: Utilizar medios web para brindar información a clientes.
7. Ventas personales (Con vendedores): ejecutar acciones comerciales por medio de un proceso de venta personal, donde un ejecutivo hace contacto directo con el cliente.

5.3.7. Estrategias de Promoción

5.3.7.1. Promoción de Ventas

La promoción principal busca enfatizar en el precio, acompañamiento y asesoría incluida. Aplica a descuentos por referidos, por compartir información y por descuentos adicionales posterior a un mantenimiento correctivo. La presente propuesta se enfoca en la oferta de un servicio preventivo y continuo de las instalaciones eléctricas, por lo cual se plantea que los clientes tengan la opción de contratar un cheque anual que les garantice seguridad y ahorro de energía. La promoción de introducción se fundamenta en una mezcla de servicio promocional a bajo costo, por lo cual se plantea un servicio de mantenimiento preventivo de USD \$ 96,00. La promoción requiere de la ejecución de las siguientes estrategias:

5.3.7.2. Venta Personal

Es necesario mantener la venta personal, directa, en la que se espera que un vendedor puerta a puerta visite o recorra varios sectores de la ciudad de Guayaquil. Se espera participar en ferias y realizar activaciones en empresas como la Corporación Nacional de Electricidad (CNEL) que permitan poner un stand y brindar asesoría a los usuarios. Lo más importante es mantener un nivel alto de captación.

5.3.7.3. Publicidad

La propuesta publicitaria relaciona los riesgos existentes por defectos y cumplimiento de vida útil de la instalación eléctrica con la seguridad familiar y del inmueble. Incluye estrategias ATL y BTL.

5.3.7.3.1. Elaboración de Diseño y Propuesta

Publicitaria: Concepto, Mensaje

a) Estrategias ATL

Dentro de las estrategias ATL, es recomendable aplicar lo siguiente:

- **Difusión de oferta en radio, periódicos, entrega de folletos y letreros publicitarios:** el mensaje debe destacar los riesgos existentes en la ciudad de Guayaquil en vivienda con más de 10 años de construcción.

Se busca que las personas hagan conciencia para que no realicen reparaciones o cambios eléctricos empíricos.

Las campañas deben concientizar en que el dinero es lo menos importante cuando se evalúa seguridad y protección de familia y bienes. Las campañas publicitarias deben impactar de forma positiva en las familias, para que identifiquen los riesgos existentes y decidan cambiar los comportamientos de compra.



Figura 47. Anuncios en medios escritos contratados por Halpes Servicios Eléctricos S.A.S
Fuente: Elaboración propia.

El periódico es un buen medio de comunicación, debe incluirse dentro de las alternativas de medios de comunicación para ejecución de plan de marketing. Los medios actuales permiten tener espacio en físico y digital, dentro de las plataformas existentes. Puede contratarse espacios en los diarios la Metro, La Extra y Qué. Se plantea la contratación de seis pautas al año, potencialmente dirigido a suscriptores que contabilizan aproximadamente 50.000 visualizaciones del anuncio.



Figura 48. Folletos por Halpes Servicios Eléctricos S.A.S
Fuente: Elaboración propia.

La entrega de folletos en domicilios es uno de los factores más importantes para generar contacto con los cabezas de hogar; por tal motivo esta actividad debe ser constante durante todos los años de gestión de la empresa. Su objetivo es crear un vínculo de protección desde el ofertante a sus clientes. Se espera entregar 12.000 folletos al año en distintos sectores de la ciudad de Guayaquil.



Figura 49. Carteles informativos por Halpes Servicios Eléctricos S.A.S
Fuente: Elaboración propia.

El uso de carteles publicitarios son un factor fundamental para exponer la oferta de la empresa. Se debe aplicar de manera continua en distintos puntos de la ciudad. Se espera contratar 60 días de publicidad con un alcance esperado de un millón de personas.



Figura 50. Participar en medios de comunicación como entrevistados por Halpes Servicios Eléctricos S.A.S
Fuente: Elaboración propia.

Participar en programas radiales es una gran alternativa, muchos de estos espacios pueden ser gratuitos o por intercambio, lo cual no generaría un impacto financiero agresivo. Es necesario que sirvan para activación de marca. Entre los programas que se recomienda se encuentran emisoras como La Bruja, Diblu y Caravana, con un alcance esperado de 100.000 televidentes.

b) Estrategias BTL

Difusión de oferta en medios web, activaciones y ferias: Es necesario que se utilicen medios no convencionales como herramientas de difusión que faciliten una adecuada captación de clientes, se recomienda que se desarrollen de la siguiente manera:



Figura 51. Redes Sociales Halpes Servicios Eléctricos S.A.S
Fuente: Elaboración propia.

Se recomienda utilizar Facebook, Instagram y WhatsApp Business como herramientas de promoción y contacto con los posibles clientes. La empresa debe mantener activas las redes sociales con videos, fotos y mensajes que permitan generar motivadores de compra en los clientes. Permite mantener una adecuada segmentación y comunicación directa con los interesados. Facilita el proceso de venta cuando se lo gestiona como canal de venta o contratación. Se recomienda mínimo una publicación diaria en cada plataforma activa.



Figura 52. Personaje y Activaciones Halpes Servicios Eléctricos S.A.S
Fuente: Elaboración propia.

Un elemento fundamental de la publicidad es que el cliente cree un vínculo de asociación con un personaje, el de Halpes Servicios Eléctricos S.A.S es un personaje de extintor. Ellos mantendrán contacto en ferias y eventos relacionados, son quienes brindaran información de contacto a los clientes potenciales. Son un pilar fundamental para generar conciencia en la ciudadanía. Se recomienda participar en:

- Ferias de viviendas.
- Ferias de emprendimiento
- Ferias de construcción.
- Ferias de instituciones de Gobierno.
- Ferias de seguridad familiar.



Figura 53. Activación en feria y eventos Halpes Servicios Eléctricos S.A.S
Fuente: Elaboración propia.

Participar de eventos que busque crear conciencia, educación y cultura son el vínculo directo entre la empresa y los ciudadanos, es fundamental tener participación activa en este tipo de programas. Se recomienda mínimo participar en tres ferias al año.

c) Promociones

La promoción principal es un descuento en el precio de cada servicio durante la etapa de introducción. Posteriormente en la etapa de crecimiento existirá un descuento adicional para planes anuales. Se recomienda que antes de iniciar una promoción con precio se establezcan los precios vigentes y condiciones del mercado. Solo aplica para mantenimientos preventivos.

Tabla 19.

Precios definidos para el servicio Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

Planes toda una vida	PRECIOS PROPUESTOS		
	Precio Recomendado Anual	Precio más Alto Anual	Precio Promoción mensual x 12 meses
Mantenimiento preventivo	USD \$ 150	USD \$ 200	USD \$8

Fuente: Elaboración propia.

El plan preventivo mensual solo aplica para contratos anuales e incluye:

- Servicio técnico especializado.
- Central de atención de emergencia y consultas
- Control de piezas y variaciones eléctricas por desgaste

d) Campañas publicitarias

La campaña publicitaria debe planificar de manera trimestral, es decir que existirán 4 campañas durante cada año. En cada trimestre se espera potencializar un factor esencial del servicio, trabajando en concordancia con el plan de medios. Debe integrar las recomendaciones propuestas en ATL y BTL, las cuales suponen:

ATL: Uso de medios de comunicación y redes sociales para ejecutar acciones de marketing tradicional.

BTL: De aplicación integral en eventos donde pueda mantenerse un contacto directo con el cliente. Sorpresas promocionales en ferias y activaciones presenciales.

e) Marketing externo

Se recomienda que la empresa contrate personal externo para la gestión de medios web, contratación de influencers y promoción en páginas con alto tránsito. Se recomienda:

- Contratar cuatro influencers al año para mejorar el posicionamiento en redes sociales. Entre los recomendados se encuentran Genio Demente, El Guayaquileño Batraco, Samara Montero y Raúl Cabrera, con un rubro anual de \$1.000.
- Diseñar seis videos para redes sociales destinados a prevenir incendios por malas instalaciones eléctricas.

f) Relaciones públicas

El Director General será quien durante los primeros cinco años sea relacionista público y portavoz de la empresa. Entre las actividades que se recomiendan ejecutar, se detallan la siguientes:

- Portavoz de las recomendaciones que se ejecutan en redes sociales.
- Conversatorios con entes que regulan el sector de la construcción.
- Representante en eventos públicos y ferias en la que se participe.
- Ejecutor de 12 historias en vivo en Instagram, justificando de forma técnica la necesidad de contratar los servicios.
-

g) Marketing directo

Se aplican estrategias de marketing directo basada en comunicación bidireccional, por lo cual se creará un Whatsapp de contacto permanente con usuarios que contraten plan anual preventivo. Entre las actividades que se recomienda ejecutar se encuentran:

Telemarketing: 10 llamadas telefónicas al día, a una lista de contactos de clientes potenciales.

Email Marketing Directo: 100 mensajes diarios por correo electrónico a clientes potenciales.

h) Eventos

Es necesario que la empresa tenga participación en eventos públicos organizados por instituciones que brinden servicios sociales como CNEL, Cuerpo de Bomberos, Ministerios o Fundaciones.

Generalmente se ejecutan treinta (30) eventos a nivel nacional, de los cuales se recomienda participar en:

Feria Seguridad Primero: una vez al año en el mes de mayo.

Feria Inmobiliaria BIESS: una vez al año en el mes de agosto.

Feria Raíces: una vez al año en el mes de octubre.

i) Redes sociales

El uso de redes sociales y medios web es muy necesario para la captación de clientes, por ello se recomienda utilizar Facebook, Instagram, Tik Tok, You Tube, correo electrónico y WhatsApp, como herramientas de difusión y contacto.

Facebook: una Publicación diaria.

Instagram: una Publicación diaria.

Tik Tok: una Publicación Semanal.

You Tube: una Publicación mensual.

Correo electrónico: 100 reenvíos diarios por correo electrónico.

Whatsapp y Messenger: contestación a consulta de clientes, se estima 50 consultas diarias.

j) Estrategia de Lanzamiento

La estrategia de lanzamiento debe cumplir la siguiente planificación y debe mantenerse como un rubro obligatorio:

Tabla 20.

Plan de lanzamiento Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

ESTRATEGIA DE LANZAMIENTO	TIPO	COSTO ANUAL	ALCANCE
MEDIOS WEB	Redes sociales	\$ 2.400,00	200.000
	Página Web	\$ 600,00	100.000
RADIO	Entrevistas	\$ 600,00	80.000
	Cuñas	\$ 120,00	50.000
FERIAS Y EVENTOS	Stand informativo	\$ 1.800,00	500.000
AFICHES	Letreros y volanteo	\$ 2.400,00	2.070.000
TOTAL		\$ 7.920,00	3.000.000

Fuente: Elaboración propia.

Medios Web: Se utiliza Facebook, Instagram, Tik Tok, You Tube.

Radio: Programas todo público de radio Canela, Sucre y Diblu.

Ferias y eventos: organizados por instituciones públicas como GAD municipal de Guayaquil, Biess y Ministerio de la Construcción.

Afiches: En distintos puntos de la ciudad, con entrega de folletos y afiches publicitarios.

Se incluyen estrategias de marketing por medios físicos y virtuales. También la implementación del sitio web y redes sociales que permitan un proceso de conversión de cliente potenciales a compra. Que estimulen los pagos en línea, transferencia bancaria o en efectivo.

k) Cronograma de Actividades de Promoción

Tabla 21.

Cronograma de Actividades de Promoción Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

Rubros	MES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Gestión de Redes Sociales	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Pautas Pagadas	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Campañas de activación mensual	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Entrega de Flyers	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Inversión en medios Radio, Periodico y Revistas		x		x		x		x		x		x

Fuente: Elaboración propia.

5.4.Presupuesto de Marketing

Tabla 22.

Presupuesto de Marketing mensual Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

Rubros	Valor estimado mensual	
Gestión de Redes Sociales	\$	200,00
Pautas Pagadas (alcance 200.000 personas al mes)	\$	200,00
Campañas de activación mensual	\$	200,00
Entrega de Flyer (3.000 mensual)	\$	150,00
Inversión en medios Radio, Periódico y Revistas	\$	200,00
Presupuesto Total Mensual	\$	950,00

Fuente: Elaboración propia.

Dentro del presupuesto financiero se estima un rubro por marketing anual de \$6.960,00 y en sueldo de \$12.262,38, totalizando una inversión total de \$19.222,00 anuales.

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO

6.1. Producción

6.1.1. Proceso Productivo

El proceso productivo del presente servicio inicia con el diagnóstico de las necesidades del cliente, el cual debe prepararse por medio de un informe escrito que se denomina “Solicitud de Trabajo o Cliente”, el cual permite identificar las fallencias existentes en el sistema eléctrico de cada vivienda.



Figura 54. Proceso productivo Halpes Servicios Eléctricos S.A.S
Fuente: Elaboración propia.

Posteriormente se diseña un plan de trabajo o producción que se debe ejecutar durante el mantenimiento preventivo o correctivo y; además, en el trabajo por puntos de conexión. Dentro del proceso que origina el trabajo se establece como documento inicial, la Orden de trabajo.

 ORDEN DE TRABAJO	F: MEI S 1	FECHA: 13/10/09
	REV: 00	PAG: 1 DE 1
0001 ORDEN N°		
FECHA DE SOLICITUD: 13/10/2009 DIRECCION: SENA GIRON TELEFONO: EXT IP MANTENIMIENTO: INTERNO: <input checked="" type="checkbox"/> EXTERNO: <input type="checkbox"/> PRIORIDAD: EMERGENCIA: <input type="checkbox"/> URGENCIA: <input checked="" type="checkbox"/> RUTINA: AREA DE MANTENIMIENTO: SOLDADURA TIPO DE MANTENIMIENTO: ELECTRICO RESPONSABLE AREA: PROFESOR DE SOLDADURA RESPONSABLE DE MTO: MEI 23278		
DESCRIPCION DE LA SOLICITUD TRABAJO A REALIZAR:		
Reemplazo de cables en mal estado, reinstalación por calibres mal implementados, piezas como breakers que cumplen con vida útil o por estar fuera de rango (corriente). Incluye insumos, conectores y piezas eléctricas pequeñas (Cable, Fusibles, Mano de Obra y Transporte).		

Figura 55. Plantilla de Orden de Trabajo Halpes Servicios Eléctricos S.A.S
Fuente: Elaboración propia.

Una vez que se ejecute la reparación, cambio o mantenimiento en el sistema eléctrico; es necesario entregar al cliente un informe con el trabajo ejecutado (factura), con las siguientes visitas de control programadas. Finalmente, en base al plan de trabajo de seguimiento propuesto se realiza el servicio post venta y seguimiento continuo.

6.1.2. Flujogramas de procesos

Existen condiciones claves que dan apertura a cada proceso de servicio como el preventivo, el correctivo y por puntos de conexión.

6.1.2.1. Flujogramas de procesos mantenimiento preventivo

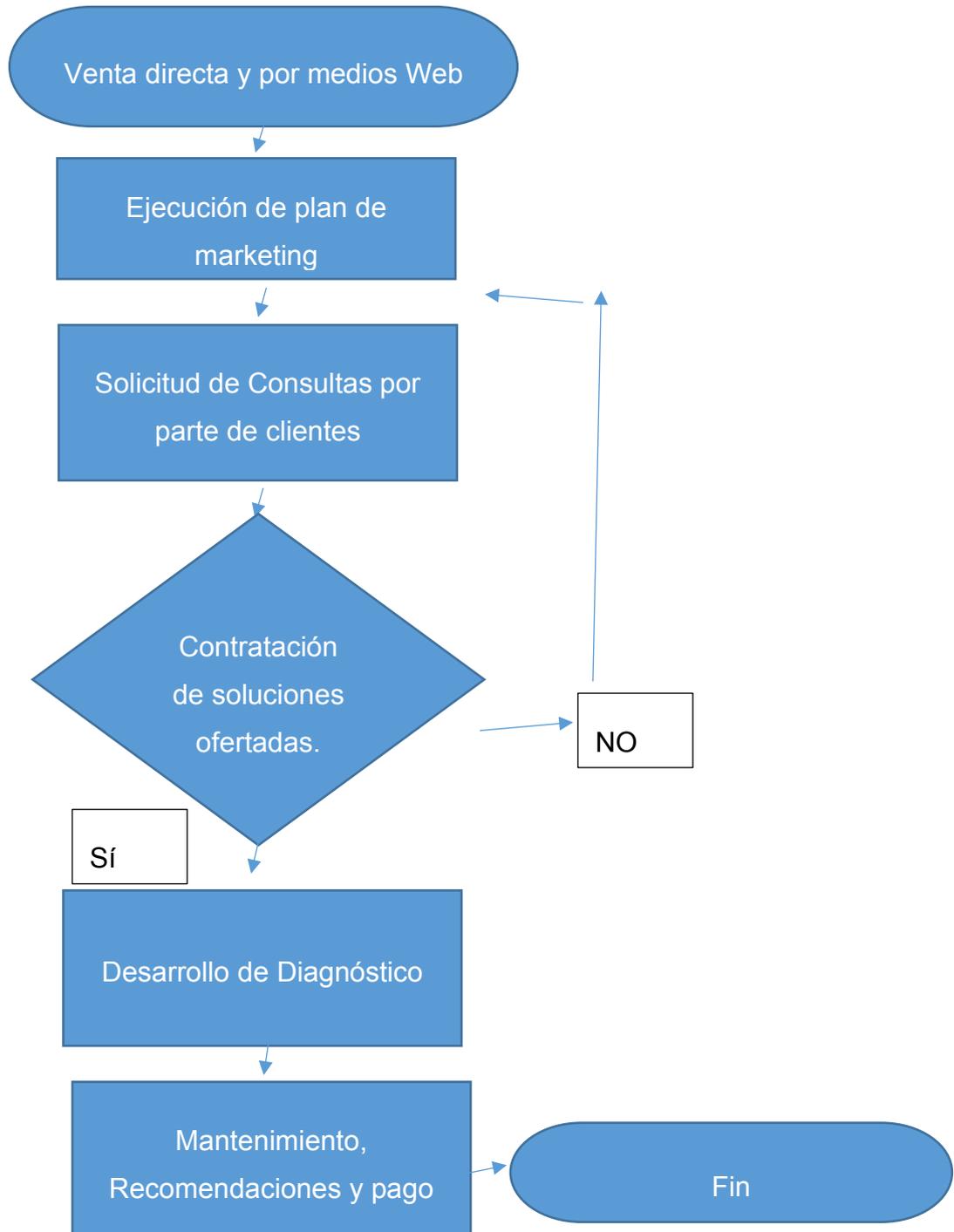


Figura 56. Flujogramas de procesos mantenimiento preventivo Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

Fuente: Elaboración propia.

6.1.2.2. Flujogramas de procesos mantenimiento correctivo

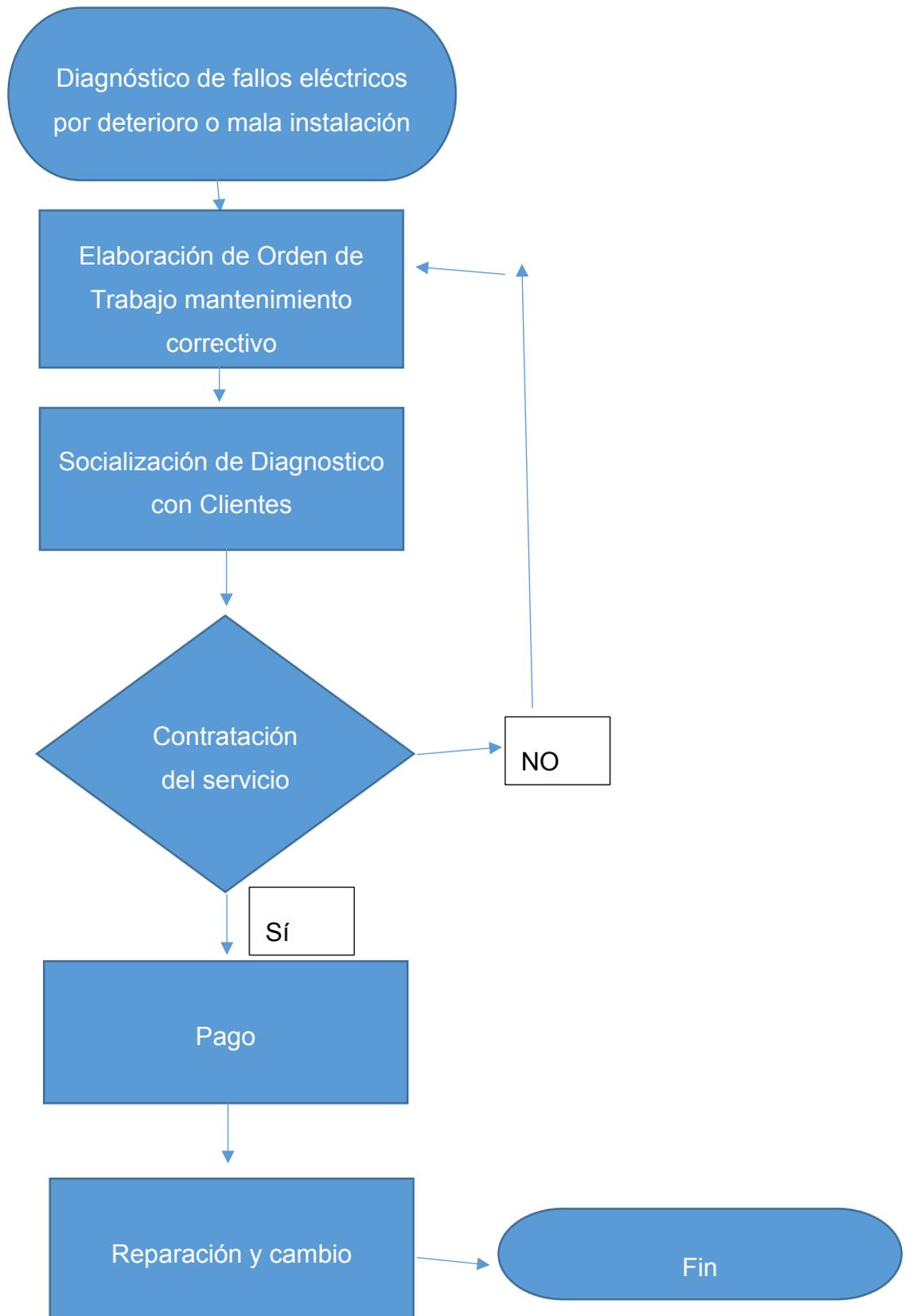


Figura 57. Flujogramas de procesos mantenimiento correctivo Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

6.1.2.3. Flujogramas de procesos por puntos

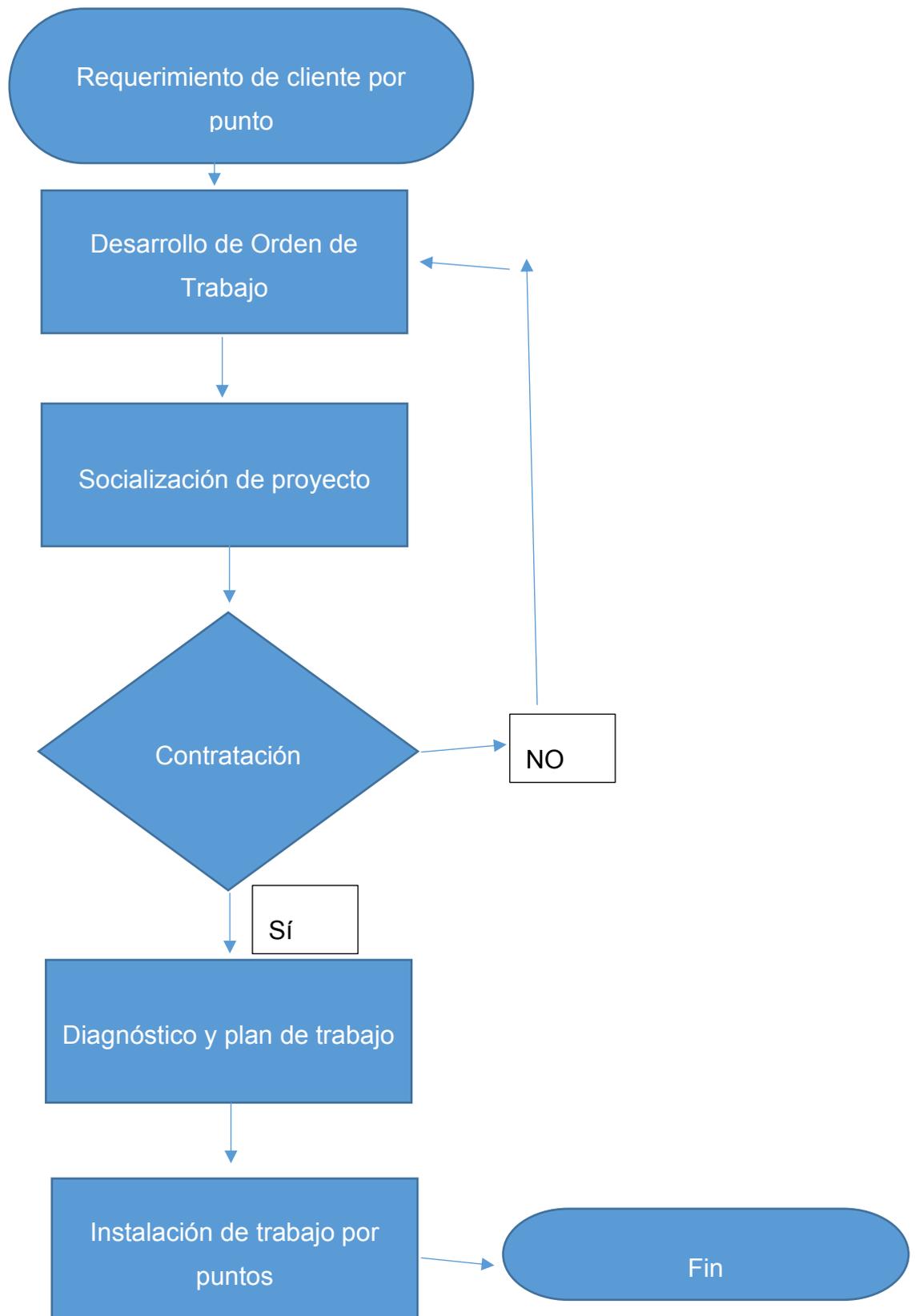


Figura 58. Flujogramas de procesos mantenimiento correctivo Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

6.1.3. Infraestructura

La infraestructura principal de la empresa son las oficinas habilitadas en la ciudad de Guayaquil, el vehículo, los equipos de diagnóstico, los insumos y herramientas para ejecutar servicio eléctrico, el CRM de facturación y seguimiento cliente.

6.1.4. Mano de Obra

La mano de obra directa considera a los técnicos que realizarán el trabajo en sitio de mantenimiento preventivo, correctivo o instalaciones por puntos. Se estima mantener en el primer año una cantidad de cinco técnicos disponibles para atender la demanda existente.

6.1.5. Capacidad Instalada

La capacidad instalada se mide en función a la disponibilidad de técnicos y el plan de cobertura que se ejecute para atender a todos los clientes. En resumen, se puede indicar los siguiente:

Basados en la capacidad de producción por técnico se puede indicar que en un escenario donde existan siete trabajadores para la ejecución del servicio, la capacidad de atención individual sería la siguiente:

- Total de servicios preventivo al año = $(2 * 240) = 480$ mantenimientos preventivos al año.

Un servicio correctivo al día.

- Total de servicio correctivo al año = $(1 * 240) = 240$ mantenimientos correctivos al año.

Cinco puntos de conexión al día.

- Total conexiones por punto al año = $(5 * 240) = 1.200$ puntos de conexión.

Posteriormente para calcular la capacidad instalada se considera que los técnicos se dividen de la siguiente forma para brindar un servicio oportuno.

Para los servicios preventivo se destinarán 2 técnicos que tienen una capacidad de atención anual máxima de 960 mantenimientos preventivos al año.

Para los servicios correctivos se destinarán 4 técnicos que tienen una capacidad de atención anual máxima de 960 mantenimientos correctivos al año.

Para los servicios de puntos se destinará un técnico que tienen una capacidad de atención anual máxima de 1.200 puntos al año.

6.1.6. Presupuesto

Tabla 23.

Presupuesto de Plan de Producción Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

Rubros	Valor Estimado mensual
Infraestructura	\$ 200,00
Mano de Obra Directa	\$2000,00
Varios	\$ 300,00
Presupuesto Total Mensual	\$2500,00

Fuente: Elaboración propia.

6.2. Gestión de Calidad

6.2.1. Políticas de calidad



Figura 59. Política de calidad Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

Fuente: Elaboración propia.

La política de calidad de Halpes Servicios Eléctricos S.A.S se orienta a mantener procesos de servicio con estándares de calidad, evitando diagnósticos errados o empíricos. Brinda soluciones efectivas y seguras a los clientes. Genera bienestar y seguridad a las familias ecuatorianas y contribuyen al cumplimiento de las normas de construcción ecuatoriana, sección instalaciones eléctricas.

6.2.2. Procesos de control de calidad

Para garantizar un efectivo control de calidad en el proceso de ejecución del servicio se aplica una encuesta de satisfacción que permita:

- Conocer si el trabajo ejecutado cumple con lo recomendado en el diagnóstico inicial.
- identificar si el servicio prestado fue formal y profesional, cumpliendo tiempos, horarios y condiciones requeridas por el cliente.
- Comprobar que el trabajo ejecutado se ejecutó en fiel cumplimiento a las normas técnicas y buenas prácticas.
- Establecer el nivel de satisfacción del cliente frente al servicio prestado.

6.2.3. Presupuesto

Tabla 24.
Presupuesto de Plan de Gestión de Calidad Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

Rubros	Valor Estimado Anual
Capacitación personal	\$ 50,00
Seguimiento clientes	\$200,00
Varios	\$250,00
Presupuesto Total Anual	\$500,00

Fuente: Elaboración propia.

6.3. Gestión Ambiental

6.3.1. Políticas de protección ambiental

Las políticas de gestión ambiental en la empresa buscan crear un equilibrio sostenible entre las actividades de explotación de la compañía y medidas de protección del medio ambiente. En ese sentido las políticas recomendadas son las siguientes:

- Gestionar los desechos responsablemente y clasificar en sitio aquellos que puedan ser reciclados.
- Utilizar maquinarias, insumos y equipos apegadas a las recomendaciones del fabricante, evitando emisiones de gases, fluidos u otro tipo de contaminantes por mala utilización.
- Fomentar el uso de tecnologías y productos amigables con el medio ambiente. Incluye seleccionar proveedores con programas ambientales activos.
- Evitar el uso excesivo de recursos, basarse siempre en recomendaciones técnicas del proveedor.

6.3.2. Procesos de control ambiental

El proceso de control ambiental se puede basar en dos grandes aspectos:

- Disminución de consumo de energía: un beneficio real cuando un cabeza de hogar ejecuta mantenimiento y reparación en las instalaciones eléctricas, es la disminución del consumo de energía. Dicho elemento es un eje fundamental para el cuidado del medio ambiente.
- Reciclaje de insumos o piezas en mal estado: es necesario fomentar el reciclaje de desechos, ello se cumple con el programa de clasificación y control de desechos.

6.3.3. Presupuesto

Tabla 25.
Presupuesto de Plan de Gestión Ambiental Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

Rubros	Valor Estimado anual
Capacitación personal	\$ 30,00
Programa de reciclaje	\$ 30,00
Varios	\$ 40,00
Presupuesto Total Anual	\$ 100,00

Fuente: Elaboración propia.

6.4. Gestión de Responsabilidad Social

La responsabilidad social es un eje fundamental en la presente propuesta, pues la idea de negocio se origina a partir de un riesgo real que atenta contra el bienestar y la calidad de vida.

6.4.1. Políticas de protección social

Todo trabajador debe:

- Utilizar de manera responsable los equipos, insumos y herramientas de trabajo.
- Utilizar equipamiento de bioseguridad.
- Comprobar que el trabajo ejecutado se finalizó de forma adecuada y en cumplimiento de las normas de Buenas Prácticas.
- Cumplir con las obligaciones laborales estipuladas en el Código Orgánico Laboral.
- Frente a cualquier duda o problema se debe notificar inmediatamente al Gerente General de la empresa.
- Cumplir con las condiciones contractuales y el diagnóstico aprobado.

6.4.2. Presupuesto

Tabla 26.

Presupuesto de Plan de Responsabilidad Social Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

Rubros	Valor Estimado Anual
Capitación personal	\$ 30,00
Equipamiento (Casco, Vestimenta, Guantes, Gafas)	\$150,00
Varios	\$ 20,00
Presupuesto Total Anual	\$200,00

Fuente: Elaboración propia.

6.5. Estructura Organizacional

Para la ejecución del presente plan de negocio, se estima que Halpes Servicios Eléctricos S.A.S requiere de la siguiente estructura organizacional.

6.5.1. Organigrama por cargo

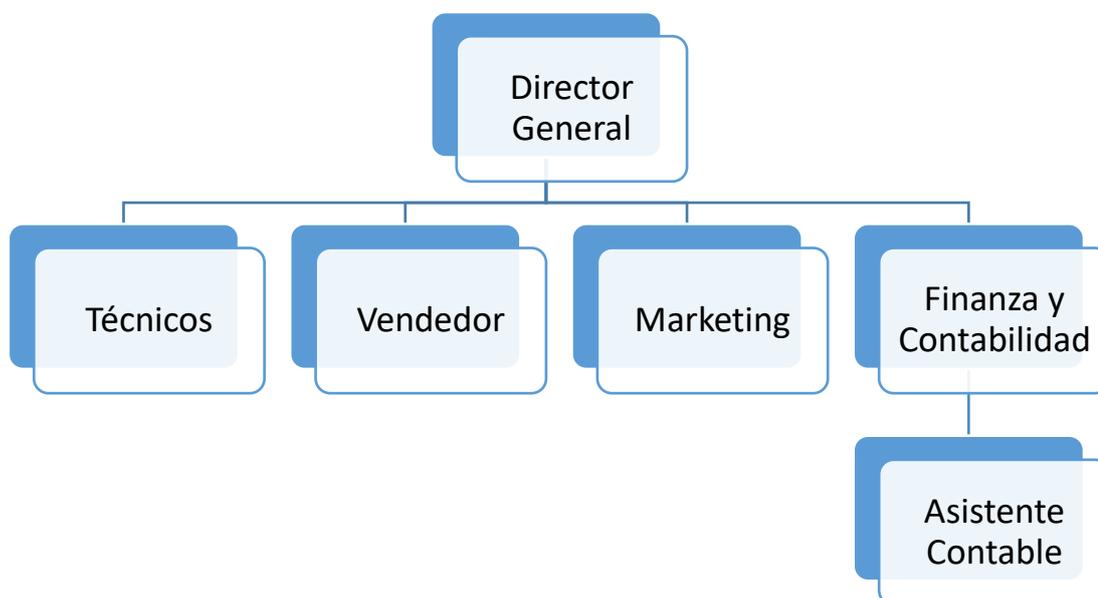


Figura 60. Organigrama por cargo de Halpes Servicios Eléctricos S.A.S
Fuente: Elaboración propia.

La estructura recomendada considera un Director General, seis técnicos, dos vendedores y una persona de Marketing, un profesional en contabilidad y un asistente contable. Un total de 12 trabajadores.

6.5.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

Tabla 27.
Director General. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

Cargo	Director General
Perfil Profesional	Experiencia en Gerencia, con mínimo 2 años en empresas del sector eléctrico.
Habilidades imprescindibles	Planificación estratégica, toma de decisiones manejo de empresas, administración y manejo de personal.
Formación	Ingeniero Eléctrico o carreras afines con formación en Administración de Empresas.

Competencias

Manejo de Utilitarios (Excel, Word, PowerPoint, Outlook)
Balance Score Card y CRM
Excelente redacción y ortografía
Facilidad de expresión verbal y escrita
Asegurar la calidad y mejoramiento continuo
Autocontrol y Autodesarrollo
Búsqueda de la excelencia
Capacidad de análisis, de negociación, de planificar, de delegar.
Desarrollo de estrategias empresariales
Dirección de personas
Empoderamiento
Conocimiento técnico profesional
Liderazgo
Manejo de tecnologías de información y comunicación
Orientación al usuario
Pensamiento crítico
Planificación y gestión de proyectos
Relación con el entorno y articulación de redes
Relaciones humanas y comprensión interpersonal
Relaciones públicas, comunicaciones y protocolo
Respeto de normas y probidad
Responsabilidad
Sensibilidad medioambiental
Sentido Común
Toma de decisiones
Trabajo bajo presión
Trabajo en equipo
Visión estratégica

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 28.

Técnicos eléctricos. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

Cargo	Director General
Perfil Profesional	Experiencia mínima de 1 año en actividades asociadas.
Habilidades imprescindibles	Instalación y mantenimiento preventivo de servicios de electricidad. Uso de equipamiento eléctrico. Interpretación de dibujos técnicos y planos de construcciones. Aislamiento de sistemas. Reparación y mantenimiento de sistema eléctrico. Normas de seguridad y buenas prácticas.
Formación	Técnico o Tecnólogo Eléctrico o carreras afines titulado en Ecuador.
Competencias	Manejo de Utilitarios (Excel, Word, PowerPoint, Outlook) Conocimiento técnico profesional

Manejo de tecnologías de información y comunicación
Orientación al usuario
Respeto de normas y probidad
Responsabilidad
Sentido Común
Toma de decisiones
Trabajo bajo presión
Trabajo en equipo

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 29.
Vendedor. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

Cargo	Director General
Perfil Profesional	Experiencia mínima de 1 año en actividades asociadas.
Habilidades imprescindibles	Habilidades de ventas Habilidades de negociación Atención al cliente Orientación al usuario Planificación comercial
Formación	Técnico o ingeniero en ventas
Competencias	Manejo de Utilitarios (Excel, Word, PowerPoint, Outlook) Conocimiento técnico profesional Manejo de tecnologías de información Orientación al usuario y respeto de normas Responsabilidad Habilidades de ventas Sentido Común Toma de decisiones Trabajo bajo presión y Trabajo en equipo

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 30.
Marketing. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

Cargo	Director General
Perfil Profesional	Experiencia mínima de 1 año en actividades asociadas.
Habilidades imprescindibles	Diseño de Plan de Marketing. Diseño gráfico. Audiovisuales. Habilidades de ventas. Habilidades de negociación. Atención al cliente.
Formación	Ingeniero en marketing o carreras afines.
Competencias	Manejo de Utilitarios (Excel, Word, PowerPoint, Outlook) Conocimiento técnico profesional Manejo de tecnologías de información y comunicación Orientación al usuario Respeto de normas y probidad

Responsabilidad
Sentido Común
Toma de decisiones
Trabajo bajo presión
Trabajo en equipo

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 31.
Finanzas y contabilidad. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

Cargo	Director General
Perfil Profesional	Experiencia mínima de 1 año en actividades asociadas.
Habilidades imprescindibles	Recopilar, clasificar y registrar sistemáticamente, ordenada y oportunamente los hechos económicos de acuerdo a los principios contables y normas legales y tributarias vigentes en el Ecuador, con el propósito proporcionar a la Gerencia información financiera real, razonable y oportuna con el fin de facilitar los controles, análisis y toma de decisiones.
Formación	Contador Público Autorizado
Competencias	Manejo de Utilitarios (Excel, Word, PowerPoint, Outlook) Conocimiento técnico profesional Manejo de tecnologías de información y comunicación Orientación al usuario Respeto de normas y probidad Responsabilidad Sentido Común Trabajo bajo presión Trabajo en equipo

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 32.
Asistente Contable. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

Cargo	Director General
Perfil Profesional	Experiencia mínima de 1 año en actividades asociadas.
Habilidades imprescindibles	Recopilar, clasificar y registrar sistemáticamente, ordenada y oportunamente los hechos económicos de acuerdo a los principios contables y normas legales y tributarias vigentes en el Ecuador, con el propósito proporcionar a la Gerencia información financiera real, razonable y oportuna con el fin de facilitar los controles, análisis y toma de decisiones.
Formación	Estudiante carrera de Contador Público Autorizado
Competencias	Manejo de Utilitarios (Excel, Word, PowerPoint, Outlook) Conocimiento técnico profesional

Manejo de tecnologías de información y comunicación
 Orientación al usuario
 Respeto de normas y probidad
 Responsabilidad
 Sentido Común
 Trabajo bajo presión
 Trabajo en equipo

Fuente: Elaboración propia.

6.5.3. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y Derechos

Tabla 33.

Director General. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, responsabilidades y Derechos

1. RELACIÓN DIRECTA CON OTRAS DEPENDENCIAS	
<pre> graph LR DG[Director General] --- C[Contador] DG --- VM[Ventas y marketing] DG --- CO[Contabilidad] </pre>	
2. OBJETIVOS DEL CARGO	
<p>Liderar la gestión estratégica, dirigiendo y coordinando a las distintas áreas para asegurar la competitividad, continuidad y sustentabilidad de la empresa, cumpliendo con los lineamientos estratégicos y las normativas y reglamentos vigentes.</p>	
3. FUNCIONES A DESEMPEÑAR:	

- a) Dirigir, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de la empresa
- b) Liderar la gestión estratégica en todas las áreas de la empresa
- c) Liderar la formulación y aplicación de la planificación anual
- d) Alinear a las distintas gerencias en función de la planificación anual y necesidades de la compañía
- e) Alinear las políticas generales de funcionamiento de la empresa y las funciones de cada departamento o área
- f) Dirigir y velar por el buen desempeño y funcionamientos de los departamentos o áreas de la empresa
- g) Tomar decisiones estratégicas que permitan mejorar la productividad de la compañía
- h) Ser el representante legal de la empresa y cumplir con todas las obligaciones que le confieran a este cargo
- i) Velar por el cumplimiento de las normativas y reglamentos vigentes en Ecuador que tengan influencia en la empresa (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, Servicio de Rentas Internas, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Ministerio de Trabajo, Servicio Nacional de Contratación Pública, Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, Ministerios de Salud, Superintendencia de Bancos y Seguros y otras que le permitan realizar la gestión adecuada del negocio)
- j) Actuar en coherencia con los valores organizacionales y liderar a los distintos departamentos de la organización en base a los objetivos propuestos en la planificación anual
- k) Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también las funciones y los cargos necesarios para el buen desempeño de la compañía
- l) Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias para ejecutar actividades correctivas y tomar decisiones de mejora con las distintas gerencias declaradas dentro del organigrama de la compañía
- m) Coordinar con el departamento comercial estrategias para aumentar el número y calidad de clientes, velando por el cumplimiento de las metas de ventas mensuales
- n) Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo declarado en el organigrama
- o) Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo y comercial, para ejecutar planes de mejora que salvaguarden el bienestar de la compañía

p) Aprobar planes de trabajo y ejecución de tareas de Gerencia Administrativa y Gerencia Comercial

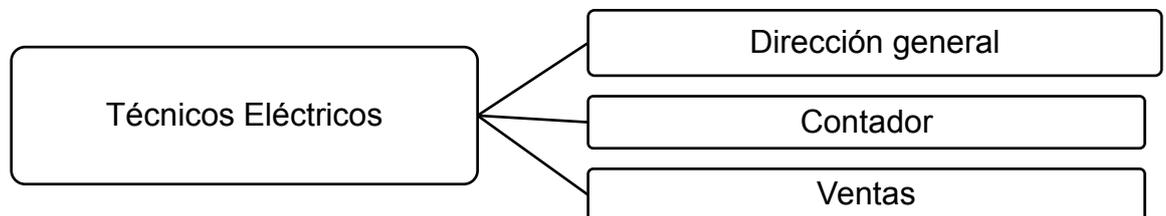
4. INDICADORES DE GESTIÓN

- Nivel de ventas
- Rentabilidad
- Retención/satisfacción de clientes y empleados

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 34.
Técnicos eléctricos. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y Derechos

1. RELACIÓN DIRECTA CON OTRAS DEPENDENCIAS



<p>2. OBJETIVOS DEL CARGO</p>
<p>Ejecutar los mantenimientos preventivos, correctivos e instalaciones por puntos aplicando protocolos de buenas prácticas y ética profesional.</p>
<p>3. FUNCIONES POR DESEMPEÑAR:</p>
<p>a) Ejecutar los planes de trabajo y actividades. b) Realizar diagnóstico de trabajo c) Ejecutar el mantenimiento preventivo, correctivo o instalación de puntos. d) Interpretar y documentar los dibujos técnicos y planos para decidir cómo instalar el cableado, el lugar de los enchufes, interruptores., etc. e) Aislamiento de sistemas eléctricos con las medidas de seguridad f) Reparación de aparatos y equipos eléctricos domésticos o industriales.</p>
<p>4. INDICADORES DE GESTIÓN</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Número de no conformidades • Retención/satisfacción de clientes • Reclamos

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 35.

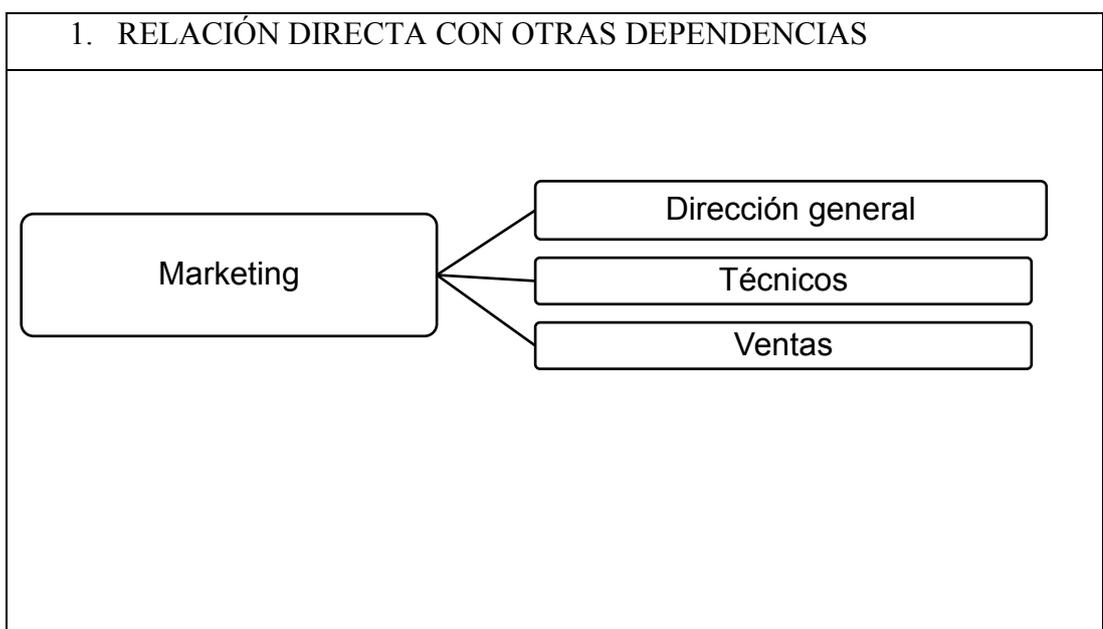
Ventas. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y Derechos

1. RELACIÓN DIRECTA CON OTRAS DEPENDENCIAS
<pre>graph LR; A[Venta] --- B[Dirección general]; A --- C[Técnicos]; A --- D[Marketing];</pre>
2. OBJETIVOS DEL CARGO
Ejecutar la gestión comercial en base al presupuesto de ventas cumpliendo con los lineamientos estratégicos, las normativas y reglamentos de la empresa.
3. FUNCIONES POR DESEMPEÑAR:
a) Alcanzar metas establecidas en el presupuesto de ventas de la empresa, manteniendo de forma activa las relaciones con el cliente y logrando una fidelización permanente del mismo.
b) Contribuye a consolidar la imagen corporativa de la organización, por medio de la visita a clientes
c) Conocer íntegramente las líneas de productos y productos que la empresa oferta, con la finalidad de que la información que proporcione a los clientes asesoría adecuada en la compra de productos
d) Crea su propia base de datos de cartera de clientes potenciales y la gestiona diariamente
e) Mantiene relaciones continuas con el público en general, a fin de ejecutar lo relativo a la actividad comercial
f) Brinda información completa al cliente, con la finalidad de brindar una orientación integral de los productos y servicios que oferta la empresa, creando el interés de los clientes
g) Busca nuevos clientes, tales como hospitales públicos, clínicas privadas, policlínicos y médicos en general, dentro y fuera de la ciudad

<p>h) Confirma los datos exactos y correctos para una adecuada facturación</p> <p>i) Visita continuamente a las instituciones, médicos y clientes finales para oferta las líneas de productos y productos de la empresa</p> <p>j) Gestiona el proceso de venta, desde la preventa hasta la postventa</p> <p>k) Asesora de manera oportuna y objetiva a los clientes, pensando en sus necesidades</p> <p>l) Aplica estrategias comerciales para mantener una búsqueda constante de nuevos clientes (instituciones de salud, médicos y clientes finales)</p> <p>m) Se encarga de confirmar con el cliente el recibo de la mercancía facturada</p> <p>n) Realiza un reporte diario de ventas y visitas realizadas a clientes</p> <p>o) Realiza cualquier otra tarea afin que le sea asignada por Gerencia Comercial</p> <p>p) Entrega cotizaciones o proformas a los clientes</p>
<p>4. INDICADORES DE GESTIÓN</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de ventas en base al presupuesto • Retención/satisfacción de clientes y empleados.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 36.
Marketing. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y Derechos



2. OBJETIVOS DEL CARGO

Formular, dirigir y coordinar las actividades de marketing con el fin de influir en los clientes para que elijan los productos de la organización frente a los de la competencia

3. FUNCIONES POR DESEMPEÑAR:

- a) Desarrolla estrategias de marketing a corto, mediano y largo plazos
- b) Diseña e implementa el Plan de Marketing (Producto, Precio, Promoción, Plaza) de la organización
- c) Define las estrategias de marketing para la oferta de los productos que comercializa la empresa
- d) Desarrolla el presupuesto de marketing en función al plan de marketing anual con desembolsos mensuales
- e) Analiza el entorno (macro y micro) para aportar a la gerencia comercial datos relevantes que permitan aprovechar las oportunidades existentes y mejorar el posicionamiento de los productos frente a los de la competencia
- f) Desarrolla y ejecuta estrategias de marketing directo con la finalidad de dar una comunicación mucho más personalizada al cliente acerca de los productos que oferta la compañía
- g) Se encarga de desarrollar la imagen de cada producto que oferta la empresa, para lo cual toma fotos y diseña piezas gráficas que destaquen el producto y sus características, enfocados al cliente que se pretende captar
- h) Realiza cobertura de eventos con contenido multimedia y presenta un informe a Gerencia de las actividades desarrolladas
- i) Desarrolla las piezas gráficas necesarias para comunicar las promociones de la empresa
- j) Desarrolla las piezas graficas que se alineen a la imagen corporativa de la compañía
- k) Desarrolla las piezas graficas que permitan socializar los comunicados internos en la compañía
- l) Desarrolla y ejecuta estrategias de marketing digital con la finalidad de promocionar los productos en medios web

- m) Desarrolla artes web y textos informativos para página web, redes sociales, correos electrónicos y otras herramientas informáticas
- n) Gestiona y monitorea página web, redes sociales y otras herramientas informáticas
- o) Desarrolla informes de gestión y resultados de las campañas de marketing ejecutadas
- p) Crea y comparte contenidos de la compañía a los clientes potenciales por medio de las herramientas existentes
- q) Establece relaciones con clientes, prescriptores e influencers del sector al que pertenece la compañía
- r) Mantiene una relación directa con los clientes por medios web (página web, redes sociales y otros medios)
- s) Envía al departamento de facturación los datos de clientes que cotizan o realizan una compra
- t) Brinda servicios de atención al cliente por medio de los canales sociales web
- u) Monitoriza el posicionamiento de la compañía y de cada producto que comercializa
- v) Ejecuta investigaciones de mercado en función a las necesidades de la compañía
- w) Desarrolla y mantiene una base de datos de clientes potenciales
- x) Desarrolla documentos con información comercial

4. INDICADORES DE GESTIÓN

- Nivel de ventas en base al presupuesto de marketing
- Efectividad de las campañas de marketing
- Crecimiento de número de clientes
- Atención de clientes por medios web
- Efectividad de promociones
- Alcance de usuarios únicos

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 37.

Contabilidad. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y Derechos

1. RELACIÓN DIRECTA CON OTRAS DEPENDENCIAS	
<pre>graph LR; A[Contabilidad] --- B[Dirección general]; A --- C[Técnicos]; A --- D[Ventas]; A --- E[Marketing];</pre>	
2. OBJETIVOS DEL CARGO	
<p>Recopilar, clasificar y registrar sistemáticamente, ordenada y oportunamente los hechos económicos de acuerdo con los principios contables y normas legales y tributarias vigentes en el Ecuador, con el propósito proporcionar a la Gerencia información financiera real, razonable y oportuna con el fin de facilitar los controles, análisis y toma de decisiones.</p>	
3. FUNCIONES POR DESEMPEÑAR:	
<ul style="list-style-type: none">a) Responsable de la planificación, dirección, supervisión y control de las operaciones contables de la empresa, velando por mantener actualizados sus estados financieros, y cumplir con las obligaciones tributarias y las disposiciones legales emitidas por los organismos de controlb) Crear políticas contables de la empresa y velar por el cumplimiento de estas.c) Emitir estados financieros oportunos, confiables y de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados y otras disposiciones vigentesd) Desarrollar e implantar la nueva estructura contable y procedimientos de control que fortalezcan la actividad económica de la empresae) Elaborar y revisar reportes o estados financieros y demás documentos contables que sean solicitados por Gerencia Administrativaf) Analizar saldos de cuentas contables de años anteriores requerido por organismos financieros de controlg) Supervisar, evaluar y controlar la emisión de órdenes de pago	

- h) Revisar conciliaciones bancarias y declaraciones de impuestos, para emitir informe a Gerencia Administrativa
- i) Realiza arquezos de caja en todas las dependencias que manejen fondos de efectivo
- j) Ingreso y modificación de inventarios en el sistema de la compañía
- k) Diseño e implantación de reportes gerenciales que faciliten la interpretación correcta de la información contable financiera
- l) Revisar contratos de proveedores y clientes para asegurar que las condiciones de negociación se den acorde a las políticas de la empresa
- m) Atender requerimientos de información de organismos de control externo a la compañía.
- n) Mantener reuniones periódicas con el personal a su cargo para delegar y controlar cumplimiento de objetivos del departamento
- o) Cumplir y hacer cumplir las normas, procedimientos y demás disposiciones regulatorias para el manejo económico y control adecuado de la empresa
- p) Velar por el cumplimiento de metas de crédito y cobranza, inventarios, ventas, costos y gastos
- q) Firmar las declaraciones mensuales y anuales de impuestos y estados financieros para presentar a organismos de control

4. INDICADORES DE GESTIÓN

- Errores en el registro de las transacciones contables
- Demora en la entrega de estados financieros

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO 7



ESTUDIO ECONÓMICO- FINANCIERO- TRIBUTARIO

CAPÍTULO 7

ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

7.1. Inversión Inicial

7.1.1. Tipo de Inversión

La inversión inicial hace referencia a los montos que los accionistas deben inyectar para estructurar el capital inicial, capital de trabajo y activos necesarios para ejecutar el plan de negocio propuesto:

Tabla 38.
Detalle de inversión inicial

DESCRIPCIÓN DE ACTIVOS FIJOS	TIPO DE ACTIVO FIJO	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
	ACTIVO			
Capital de Trabajo	CORRIENTE	1	\$ 10.000,00	\$10.000,00
Gastos Pre Operativo	OTROS ACTIVOS	1	\$ 2.500,00	\$2.500,00
Computadora y Servidor	EQUIPO DE COMPUTO	4	\$ 600,00	\$2.400,00
Base de teléfono	EQUIPO DE COMPUTO	2	\$ 50,00	\$100,00
Equipo de impresión Inyect	EQUIPO DE COMPUTO	2	\$ 200,00	\$400,00
Escritorios de trabajo	MUEBLES & ENSERES	6	\$ 200,00	\$1.200,00
Muebles y sillas	MUEBLES & ENSERES	12	\$ 50,00	\$600,00
Equipos e insumos para servicio eléctricos	EQUIPOS DE TRABAJO	6	\$ 600,00	\$3.600,00
Maquinaria soldadura	EQUIPOS DE TRABAJO	2	\$ 300,00	\$600,00
Acondicionador de ambiente	EQUIPO DE OFICINA	2	\$ 540,00	\$1.080,00
Repisas y perchas	MUEBLES & ENSERES	5	\$ 70,00	\$350,00
Automóvil	VEHÍCULO	2	\$ 18.000,00	\$36.000,00
Adecuaciones infraestructura	EDIFICIO	1	\$ 10.000,00	\$10.000,00
INVERSIÓN TOTAL				\$68.830,00

Fuente: Elaboración propia.

En función a la inversión inicial se puede indicar que se necesitan aproximadamente USD \$68.830,00 dólares norteamericanos. Este monto es el recomendado para todos los escenarios financieros.

7.1.1.1. Fija

Hace referencia a los activos fijos, en total el proyecto requiere de una inversión de USD \$ 58.7830,00 dólares norteamericanos.

7.1.1.2. Diferida

La inversión diferida hace referencia aquellos rubros que son necesarios para iniciar el negocio pero que podrían diferirse en el futuro, por ejemplo, la inversión en patentes y permisos que pueden ser amortizados. Se estima una inversión diferida de USD \$ 2.500,00 dólares norteamericanos por estructuración legal.

7.1.1.3. Corriente

La inversión corriente es de USD \$ 10.000,00 dólares norteamericanos que se utilizan como monto inicial de capital de trabajo.

7.1.2. Financiamiento de la Inversión

7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento

Para financiar la inversión inicial se utilizarán tres fuentes que son el aporte del accionista 1, el accionista 2 y un prestamos bancario.

Tabla 39.

Estructura de financiamiento de inversión inicial

Accionista	participación	Monto
Accionista 1	30%	\$20.640,00
Accionista 2	30%	\$20.640,00
Sector Financiero	40%	\$27.532,00
Total		\$68.830,00

Fuente: Elaboración propia

7.1.2.2. Tabla de Amortización

Tabla 40.

Amortización crédito Bancario de inversión inicial

Rubro	Valor					
Préstamo						\$27.532
Tasa anual						16,07%
Pagos por año						12
Tasa por período						1,34%
Plazo Deuda (años)						5
Cuotas						60
Dividendo						-\$670,48
RUBRO/AÑO	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Interés		\$4.144,00	\$3.468,92	\$2.677,03	\$1.748,12	\$658,49
Capital						
Pagado		\$3.901,71	\$4.576,79	\$5.368,69	\$6.297,59	\$7.387,22
Dividendos		\$8.045,71	\$8.045,71	\$8.045,71	\$8.045,71	\$8.045,71
Saldo	\$27.532,00	\$23.630,29	\$19.053,50	\$13.684,81	\$7.387,22	\$0,00

Fuente: Elaboración propia

Se estima que el 40% de la inversión total será financiera con una línea de crédito para emprendimiento, a un plazo de cinco años y una tasa financiera del 16,06%

7.1.2.3. Cronograma de Inversiones

Se pronostica una sola inyección de dinero al inicio de la puesta en marcha, con reinversiones cada seis años para mejoras y cambios de activos en mal estado o que hubiesen cumplido su vida útil.

7.2. Análisis de Costos

7.2.1. Costos Fijos

Los costos fijos son clasificados según su naturaleza como aquellos que deben cancelarse, existan o no ventas dentro de los presupuestos mensuales.

Tabla 41.
Detalle de Estructura de gastos de operación

GASTOS OPERACIONALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios Básicos	\$2.350,00	\$2.470,82	\$2.540,67	\$2.580,18	\$2.602,24
Gastos de Marketing	\$6.960,00	\$7.317,83	\$7.524,72	\$7.641,71	\$7.707,05
Gasto de Alquiler	\$7.350,00	\$7.727,88	\$7.946,36	\$8.069,91	\$8.138,91
Movilización	\$1.800,00	\$1.892,54	\$1.946,05	\$1.976,31	\$1.993,20
Mantenimiento	\$3.600,00	\$3.785,08	\$3.892,10	\$3.952,61	\$3.986,41
Servicio de limpieza	\$955,00	\$1.004,10	\$1.032,49	\$1.048,54	\$1.057,51
Servicio Capacitación	\$715,00	\$751,76	\$773,01	\$785,03	\$791,74
Sueldos y salarios	\$89.512,69	\$97.939,78	\$100.379,09	\$102.879,17	\$105.441,51
TOTAL	\$113.242,69	\$122.889,78	\$126.034,50	\$128.933,46	\$131.718,58

Fuente: Elaboración propia

Durante el primer año de gestión se pronostica un gasto o costo fijo que debe asumir la empresa de USD \$113.242,69 dólares norteamericanos. En el año cinco se estima que este rubro totalice USD \$131.718,58 dólares norteamericanos, es decir un incremento global del 16% durante los primeros cinco años de gestión.

7.2.2. Costos Variables

Para estimar el costo variable se calculó el porcentaje proporcional de Mano de Obra Directa, Materiales Directos y Costos Indirectos, totalizando una carga promedio del 25% sobre el precio de venta de cada servicio. Adicionalmente, se plante los beneficios de manejar una economía de escala que es posible debido a la naturaleza

del servicio y a partir del ajuste de valores de insumos, de rendimiento del trabajo por hora, de productividad y de eficiencia.

Tabla 42.
Costo de venta proyectado por tipo de servicio

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento preventivo	\$11.600,00	\$12.667,20	\$13.832,58	\$15.105,18	\$16.494,86
Mantenimiento correctivo	\$32.000,00	\$34.944,00	\$38.158,85	\$41.669,46	\$45.503,05
Trabajo por punto	\$2.346,00	\$2.561,83	\$2.797,52	\$3.054,89	\$3.335,94
COSTO DE VENTA TOTAL	\$45.946,00	\$50.173,03	\$54.788,95	\$59.829,53	\$65.333,85

Fuente: Elaboración propia

El costo de venta representa aproximadamente el 25% de cada dólar vendido. Los valores aumentan anualmente debido al incremento de las unidades vendidas.

7.3. Capital de Trabajo

El capital de trabajo es un indicador y herramienta financiera fundamental en la gestión de empresa. Una adecuada política permite el fortalecimiento de las ventajas competitivas, pues brinda disponibilidad de fondos para equilibrar la gestión de corto plazo. Ello brinda tranquilidad y facilidad para la toma de decisiones.

El capital de trabajo en función a los gastos fijos que debe afrontar la compañía en el corto plazo sería mínimo de USD \$ 10.000,00 dólares norteamericanos. La evaluación comprende que en el primer año de gestión las necesidades monetarias son de aproximadamente USD \$ 60.000,00 dólares norteamericanos anuales. Es decir, de aproximadamente USD \$ 5.000,00 dólares norteamericanos mensuales. Se recomienda provisionar el valor de dos meses.

A continuación, se detalla cada gasto asociado al giro del negocio para estimar el nivel de fondos requeridos hasta que la empresa pueda estabilizarse financieramente.

7.3.1. Gastos de Operación

Tabla 43.

Gasto de operación proyectado por tipo de servicio

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos Operacionales	\$121.552,36	\$128.699,44	\$131.844,17	\$133.776,46	\$136.561,58
Gastos	\$113.242,69	\$122.889,78	\$126.034,50	\$128.933,46	\$131.718,58
Depreciacion	\$5.809,67	\$5.809,67	\$5.809,67	\$4.843,00	\$4.843,00
Gastos Pre - Operacionales	\$2.500,00	\$-	\$-	\$-	\$-

Fuente: Elaboración propia

El gasto de operación integra la valoración de aquellos rubros que se relacionan de forma directa con la operación y funcionamiento de la SAS. Se considera la liquidación de los pre operacionales en el año 1. Esta figura aceptada por la Norma Internacional de Información Financiera (NIIF) obliga a devengar el gasto en un solo año y no diferirlo a cinco.

7.3.2. Gastos Administrativos

Tabla 44.

Gasto Administrativo proyectado

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios Básicos	\$2.350,00	\$2.470,82	\$2.540,67	\$2.580,18	\$2.602,24
Gasto de Alquiler	\$7.350,00	\$7.727,88	\$7.946,36	\$8.069,91	\$8.138,91
Movilización	\$1.800,00	\$1.892,54	\$1.946,05	\$1.976,31	\$1.993,20
Mantenimiento	\$3.600,00	\$3.785,08	\$3.892,10	\$3.952,61	\$3.986,41
Servicio de limpieza	\$955,00	\$1.004,10	\$1.032,49	\$1.048,54	\$1.057,51
Servicio Capacitación	\$715,00	\$751,76	\$773,01	\$785,03	\$791,74
Sueldos y salarios	\$89.512,69	\$97.939,78	\$100.379,09	\$102.879,17	\$105.441,51

Fuente: Elaboración propia

Los gastos administrativos forman parte de los rubros necesarios para la operación del negocio, incluye el pago de servicios e insumos necesarios para la operatividad organizativa de la compañía. Generalmente involucra todos los presupuestos de gastos dentro de esta categoría.

7.3.3. Gastos de Ventas

Tabla 45.

Gasto de venta proyectado

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gasto de venta proyectado Marketing	\$45.946,00	\$50.173,03	\$54.788,95	\$59.829,53	\$65.333,85
	\$6.960,00	\$7.317,83	\$7.524,72	\$7.641,71	\$7.707,05

Fuente: Elaboración propia

El gasto de venta hace referencia aquellos rubros que se originan a partir de la venta de un servicio.

7.3.4. Gastos Financieros

Tabla 46.
Gasto Financiero proyectado

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos Financieros	\$4.144,00	\$3.468,92	\$2.677,03	\$1.748,12	\$658,49

Fuente: Elaboración propia

El gasto financiero se origina de la tasa de interés que se debe cancelar al banco por el préstamo solicitado proyectado a cinco años.

7.4. Análisis de Variables Críticas

7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.

Como se expuso en el plan de marketing es necesario ingresar al mercado con precios promocionales que contribuyan a una adecuada introducción de los servicios propuestos. De forma estratégica se recomienda que el mantenimiento preventivo tenga un P.V.P. promocional de USD \$ 80,00 dólares norteamericanos, el mantenimiento correctivo de USD \$ 200,00 dólares norteamericanos y el trabajo por puntos de USD \$ 15,00 dólares norteamericanos.

Tabla 47.
Precios definidos para el servicio Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

SERVICIO	PRECIOS PROPUESTOS		
	Precio Recomendado	Precio más Alto	Precio de Introducción
Mantenimiento preventivo	\$ 150,00	\$ 200,00	\$80,00
Mantenimiento correctivo	\$ 200,00	\$ 400,00	\$200,00
Trabajo por punto	\$ 15,00	\$ 20,00	\$15,00

Fuente: Elaboración propia.

La estrategia cumple la finalidad que es posicionar a la marca como un proveedor de bajo costos y de alta calidad. Siempre respetando la política de precio que supone que el margen de ganancia bruto mínimo es del 50%. La estrategia de precio supone fomentar la contratación de mantenimientos preventivos y que a partir de ese proceso de servicio se generen recomendaciones o proyectos anexos.

Tabla 48.
Mark Up y Márgenes de Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

SERVICIO	Precio de Introducción	Costo de Venta	Utilida Bruta	Margen Bruto	% COSTO DE VENTA
Mantenimiento preventivo	\$ 80,00	\$ 25,00	\$ 55,00	69%	31%
Mantenimiento correctivo	\$ 200,00	\$ 60,00	\$ 140,00	70%	30%
Trabajo por punto	\$ 15,00	\$ 3,47	\$ 11,53	77%	23%

Fuente: Elaboración propia.

Los pronósticos financieros estiman que los márgenes brutos en los diferentes servicios ofertados son para mantenimiento preventivo en el año 1, del 69%, el mantenimiento correctivo del 70% durante el año 1 y; finalmente, el trabajo por puntos con el 77% en primer año.

7.5. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas

A continuación, se presenta la proyección de costos variables, costos fijos e ingresos.

Tabla 49.
Punto de Equilibrio Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO FIJO	\$ 125.696,36	\$ 132.168,36	\$ 134.521,19	\$ 135.524,58	\$ 137.220,07
VENTAS - COSTO VARIABLE	\$ 138.654,00	\$ 153.348,47	\$ 169.593,50	\$ 187.552,12	\$ 207.404,42
% Equilibrio	90,7%	86,2%	79,3%	72,3%	66,2%
VENTAS	\$ 184.600,00	\$ 203.521,50	\$ 224.382,45	\$ 247.381,66	\$ 272.738,27
COSTOS VARIABLES	\$ 45.946,00	\$ 50.173,03	\$ 54.788,95	\$ 59.829,53	\$ 65.333,85
COSTOS FIJOS	\$ 125.696,36	\$ 132.168,36	\$ 134.521,19	\$ 135.524,58	\$ 137.220,07
UTILIDAD	\$12.957,64	\$21.180,11	\$35.072,31	\$52.027,54	\$70.184,35
VERIFICACIÓN					
VENTAS	\$ 167.348,57	\$ 175.411,62	\$ 177.979,67	\$ 178.757,22	\$ 180.445,35
COSTOS VARIABLES	\$ 41.652,21	\$ 43.243,26	\$ 43.458,47	\$ 43.232,64	\$ 43.225,29
COSTOS FIJOS	\$ 125.696,36	\$ 132.168,36	\$ 134.521,19	\$ 135.524,58	\$ 137.220,07
UTILIDAD	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-

Fuente: Elaboración propia.

7.5.1. Análisis de Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es un instrumento que permite identificar en qué momento la empresa alcanza una situación financiera en la que no pierde, pero tampoco gana.

Es decir que los ingresos que genera solventan las obligaciones necesarias para operar y para la ejecución de cada actividad planificada.

Se puede notar que en el año 1 el punto de equilibrio se alcanza cuando los ingresos son de USD \$ 166.833,77 dólares norteamericanos.

7.6. Entorno Fiscal de la Empresa

La empresa Halpes Servicios Eléctricos S.A.S, es una compañía con sede en Ecuador y debe cumplir con las obligaciones tributarias vigentes y cuyo organismo de control es el Servicio de Rentas Internas (SRI).

La actividad económica se fundamenta en los principios del Régimen Tributario Interno, donde se establece el pago de Impuesto a la Renta a Sociedades tiene una tarifa fija (de 25% o de 22% si se trata de una micro o pequeña empresa).

Adicionalmente, existe una reforma que indica que pueden gozar de la exoneración del Impuesto a la Renta durante tres años contados a partir del primer ejercicio fiscal en el que se generen ingresos operacionales (Asamblea Nacional, 2013).

7.7. Estados Financieros proyectados

7.7.1. Balance General

Tabla 50.

Balance General Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

BALANCE GENERAL	Balance Inicial	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos	\$ 68.830,00	\$ 77.885,93	\$ 89.792,10	\$ 111.817,94	\$ 144.834,17	\$ 188.771,32
Activos corrientes	\$ 10.000,00	\$ 27.365,60	\$ 45.081,43	\$ 72.916,94	\$ 110.776,17	\$ 159.556,32
Efectivo	\$ 10.000,00	\$ 27.365,60	\$ 45.081,43	\$ 72.916,94	\$ 110.776,17	\$ 159.556,32
Documentos por cobrar						
Activos No Corrientes	\$ 56.330,00	\$ 50.520,33	\$ 44.710,67	\$ 38.901,00	\$ 34.058,00	\$ 29.215,00
EDIFICIO	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 2.900,00	\$ 2.900,00	\$ 2.900,00	\$ 2.900,00	\$ 2.900,00	\$ 2.900,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00
MUEBLES & ENSERES	\$ 2.150,00	\$ 2.150,00	\$ 2.150,00	\$ 2.150,00	\$ 2.150,00	\$ 2.150,00
OTROS ACTIVOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
VEHÍCULO 2	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00
Depreciación acumulada		\$ (5.809,67)	\$ (11.619,33)	\$ (17.429,00)	\$ (22.272,00)	\$ (27.115,00)
Otros Activos	\$ 2.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de constitución	\$ 2.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pasivos	\$ 27.532,00	\$ 28.327,44	\$ 26.731,28	\$ 26.398,52	\$ 26.247,20	\$ 25.441,83
Pasivos Corrientes	\$ 3.901,71	\$ 9.273,94	\$ 13.046,47	\$ 19.011,30	\$ 26.247,20	\$ 25.441,83
Préstamo bancario C/P	\$ 3.901,71	\$ 4.576,79	\$ 5.368,69	\$ 6.297,59	\$ 7.387,22	\$ -
15% Reparto Trabajadores		\$ 1.943,65	\$ 3.177,02	\$ 5.260,85	\$ 7.804,13	\$ 10.527,65
25% impuesto a la renta				\$ 7.452,87	\$ 11.055,85	\$ 14.914,18
Pasivos No Corrientes	\$ 23.630,29	\$ 19.053,50	\$ 13.684,81	\$ 7.387,22	\$ -	\$ -
Préstamo bancario L/P	\$ 23.630,29	\$ 19.053,50	\$ 13.684,81	\$ 7.387,22	\$ -	\$ -
Patrimonio	\$ 41.298,00	\$ 49.558,50	\$ 63.060,81	\$ 85.419,41	\$ 118.586,97	\$ 163.329,49
Capital social	\$ 41.298,00	\$ 41.298,00	\$ 41.298,00	\$ 41.298,00	\$ 41.298,00	\$ 41.298,00
Utilidad Ejercicio		\$ 7.434,45	\$ 12.152,09	\$ 20.122,74	\$ 29.850,80	\$ 40.268,27
Utilidades años anteriores			\$ 7.434,45	\$ 19.586,53	\$ 39.709,27	\$ 69.560,07
Reserva Legal		\$ 826,05	\$ 2.176,28	\$ 4.412,14	\$ 7.728,90	\$ 12.203,15

Fuente: Elaboración propia.

El balance general es un estado financiero que muestra la situación real de la empresa al finalizar cada periodo fiscal. Consolida las cuentas de activos, pasivos y patrimonio, mostrando su evolución y comportamiento. (Puerta, Vergará, & Huertas, 2018).

Dentro de los activos es necesario destacar el comportamiento de los activos corrientes, los activos fijos y la depreciación. En los pasivos el comportamiento y efecto de la deuda en el corto y largo plazos. Y finalmente el patrimonio con el comportamiento del capital, las reservas y la utilidad.

7.7.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 51.

Estado de Resultados Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

PÉRDIDAS Y GANANCIAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 184.600,00	\$ 203.521,50	\$ 224.382,45	\$ 247.381,66	\$ 272.738,27
Costo de Ventas	\$ 45.946,00	\$ 50.173,03	\$ 54.788,95	\$ 59.829,53	\$ 65.333,85
Utilidad Bruta	\$ 138.654,00	\$ 153.348,47	\$ 169.593,50	\$ 187.552,12	\$ 207.404,42
Gastos Operacionales	\$ 121.552,36	\$ 128.699,44	\$ 131.844,17	\$ 133.776,46	\$ 136.561,58
Gastos	\$ 113.242,69	\$ 122.889,78	\$ 126.034,50	\$ 128.933,46	\$ 131.718,58
Depreciacion	\$ 5.809,67	\$ 5.809,67	\$ 5.809,67	\$ 4.843,00	\$ 4.843,00
Gastos Pre - Operacionales	\$ 2.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Operacional	\$ 17.101,64	\$ 24.649,02	\$ 37.749,34	\$ 53.775,66	\$ 70.842,85
Gastos Financieros	\$ 4.144,00	\$ 3.468,92	\$ 2.677,03	\$ 1.748,12	\$ 658,49
Utilidad antes de repartición a trabajadores	\$ 12.957,64	\$ 21.180,11	\$ 35.072,31	\$ 52.027,54	\$ 70.184,35
15% repartición a trabajadores	\$ 1.943,65	\$ 3.177,02	\$ 5.260,85	\$ 7.804,13	\$ 10.527,65
Utilidad antes de impuestos	\$ 11.013,99	\$ 18.003,09	\$ 29.811,46	\$ 44.223,41	\$ 59.656,70
25% impuesto a la renta	\$ 2.753,50	\$ 4.500,77	\$ 7.452,87	\$ 11.055,85	\$ 14.914,18
Utilidad antes de Reserva Legal	\$ 8.260,50	\$ 13.502,32	\$ 22.358,60	\$ 33.167,56	\$ 44.742,53
10% Reserva Legal	\$ 826,05	\$ 1.350,23	\$ 2.235,86	\$ 3.316,76	\$ 4.474,25
Utilidad neta	\$ 7.434,45	\$ 12.152,09	\$ 20.122,74	\$ 29.850,80	\$ 40.268,27

Fuente: Elaboración propia.

A partir de la proyección de los ingresos, costos y gastos se puede establecer el rendimiento financiero de la empresa. El nivel de aceptación del mercado y la alta demanda se refleja en los resultados obtenidos en cada año, donde desde el primer año de gestión se pronostican ganancias.

7.7.3. Flujo de Caja Projectado

Las proyecciones de flujo de efectivo demuestran que es necesaria un correcto manejo del efectivo, dado que se estima una disponibilidad de efectivo que puede utilizarse para generar nuevas estrategias o activaciones en cada periodo.

Tabla 52.
Flujo de Efectivo Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

FLUJO DE CAJA PROYECTADO	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo Inicial		\$ 10.000,00	\$ 27.365,60	\$ 45.081,43	\$ 72.916,94	\$ 110.776,17
Ingresos						
Ingresos por ventas		\$ 184.600,00	\$ 203.521,50	\$ 224.382,45	\$ 247.381,66	\$ 272.738,27
Aportes propios	\$ 41.298,00	\$ -				
Préstamo	\$ 27.532,00	\$ -				
Total Ingresos:	\$ 68.830,00	\$ 184.600,00	\$ 203.521,50	\$ 224.382,45	\$ 247.381,66	\$ 272.738,27
Egresos						
Costos		\$ 45.946,00	\$ 50.173,03	\$ 54.788,95	\$ 59.829,53	\$ 65.333,85
Gastos		\$ 113.242,69	\$ 122.889,78	\$ 126.034,50	\$ 128.933,46	\$ 131.718,58
Dividendos		\$ 8.045,71	\$ 8.045,71	\$ 8.045,71	\$ 8.045,71	\$ 8.045,71
Inversión	\$ 56.330,00	\$ -				
Pre-operacionales	\$ 2.500,00	\$ -				
15% Participación de Trabajadores		\$ -	\$ 1.943,65	\$ 3.177,02	\$ 5.260,85	\$ 7.804,13
25% Impuesto a la Renta		\$ -	\$ 2.753,50	\$ 4.500,77	\$ 7.452,87	\$ 11.055,85
Total Egresos:	\$ 58.830,00	\$ 167.234,40	\$ 185.805,66	\$ 196.546,95	\$ 209.522,42	\$ 223.958,12
Saldo Final	\$ 10.000,00	\$ 27.365,60	\$ 45.081,43	\$ 72.916,94	\$ 110.776,17	\$ 159.556,32

Fuente: Elaboración propia.

7.7.4. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

En el escenario propuesto, los resultados de valoración de rendimiento suponen los siguientes datos:

Tabla 53.
Datos para establecer Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital de Efectivo Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

RUBRO	0	1	2	3	4	5
FLUJO	-\$ 68.830,00	\$ 17.365,60	\$ 17.715,84	\$ 27.835,50	\$ 37.859,23	\$ 48.780,15
VALOR PRESENTE FLUJO	-\$ 68.830,00	\$ 14.957,89	\$ 13.143,86	\$ 17.788,56	\$ 20.839,83	\$ 23.128,43
PAYBACK	-\$ 68.830,00	-\$ 53.872,11	-\$ 40.728,25	-\$ 22.939,69	-\$ 2.099,86	\$ 21.028,57
% Tasa de retorno esperada	20%		% Aportes Propios	60%		
% Interes del Banco	16,07%		% Aportes otros	40%		
Impuestos	36,25%		WACC	16%		

Fuente: Elaboración propia.

El flujo se obtiene del resultado del flujo de efectivo anual para cada año proyectado. El interés del banco por el préstamo financiero es del 16,07%, y la carga impositiva del 36,25% en promedio. La tasa de retorno mínima esperada por los accionistas es del 20%. El costo de capital ponderado en la industria de servicio eléctrico es de 16%.

Tabla 54.
Valoración Económica Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

Ratio	Resultado
TIR	26,24%
VAN	\$ 21.028,57
PAYBACK	Año 5
COSTO/BENEFICIO	1,51

Fuente: Elaboración propia.

Al calcular la Tasa Interna de Retorno (TIR) considerando los flujos futuros proyectados y calculando los mismos a valor presente se obtuvo un retorno esperado de la inversión del 26,24%. Lo cual es positivo y confirma que el proyecto cumple con las expectativas de los inversionistas. Es una industria competitiva con altos niveles de rentabilidad. La tasa mínima de retorno que esperaban los accionistas era del 20% en función a las condiciones actuales del mercado.

El Valor Actual Neto también confirma el beneficio económico de la presente propuesta, manifiesta en sus resultados que el retorno en dólares esperados de los flujos proyectados se calcula en USD \$ 20.857,53 dólares norteamericanos. El periodo de recuperación técnica proyectada se da en el año 5.

7.8. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

El análisis de sensibilidad del presente documento se fundamenta en la aplicación de tres escenarios que son el pesimista, el conservador y el optimista

Tabla 55.

Supuestos Financieros para proyección de escenarios: Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

Escenario	Rubro	Contratos año 1	Precio unit.	Costo Venta	TIR	VAN
Escenario pesimista	Mantenimiento preventivo	560	\$ 80,00	\$ 20,00		
	Mantenimiento correctivo	625	\$ 200,00	\$ 50,00	20,78%	\$ 9.622,94
	Trabajo por punto	640	\$ 15,00	\$ 3,45		
Escenario Conservador	Mantenimiento preventivo	580	\$ 80,00	\$ 20,00		
	Mantenimiento correctivo	640	\$ 200,00	\$ 50,00	26,24%	\$ 21.028,56
	Trabajo por punto	680	\$ 15,00	\$ 3,45		
Escenario Optimista	Mantenimiento preventivo	660	\$ 80,00	\$ 20,00		
	Mantenimiento correctivo	710	\$ 200,00	\$ 50,00	48,01%	\$ 67.827,55
	Trabajo por punto	745	\$ 15,00	\$ 3,45		

Fuente: Elaboración propia.

En el presenta caso el mercado real es amplio, por lo que se decide realizar estimaciones bajo los siguientes parámetros:

- Se estima una variación por las cantidades de servicios vendidos. Es el único rubro que varía entre los tres escenarios planteados.
- El precio de venta de los servicios, costos y gastos son iguales en los tres escenarios.
- Las variables de crecimiento de costos, gastos e ingresos son iguales en los tres escenarios.

7.9. Razones Financieras

Tabla 56.

Ratios Financieros escenario pesimista: Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

RATIOS FINANCIEROS	FÓRMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIQUIDEZ						
RAZÓN CORRIENTE	ACT. C. / PAS. C.	\$ 2,99	\$ 3,33	\$ 3,64	\$ 3,99	\$ 6,09
CAPITAL DE TRABAJO	ACT. C - PAS. C.	\$ 15.597,76	\$ 26.782,91	\$ 45.603,31	\$ 72.853,45	\$ 118.708,79
RENTABILIDAD						
MARGEN BRUTO	UT. BR/ VENTAS	75,11%	75,34%	75,58%	75,81%	76,04%
MARGEN OPERATIVO	UT. OP. /VENTAS	7,35%	10,27%	15,12%	20,17%	24,52%
MARGEN NETO	UT. NE. /VENTAS	2,89%	4,89%	7,97%	11,15%	13,93%
ENDEUDAMIENTO						
ENDEUDAMIENTO	PASIVOS /ACTIVOS	36,38%	30,33%	24,23%	18,54%	13,62%
LEVERAGE TOTAL	PASIVO/ PATRIMONIO	\$0,57	\$0,44	\$0,32	\$0,23	\$0,16
COBERTURA GASTO FINANCIERO	UT. OP. / GTO. FIN.	\$3,18	\$5,86	\$12,31	\$27,74	\$98,70
ROTACIÓN						
ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL	VENTAS/ ACTIVOS	2,43	2,38	2,14	1,83	1,55
ROA	UT NE/ ACTIVOS	7,02%	11,65%	17,07%	20,43%	21,55%
ROE	UT NE. /PATRIMONIO	11,03%	16,73%	22,53%	25,08%	24,95%

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados exponen que la empresa mantiene niveles adecuados de liquidez, endeudamiento y rotación. Sin embargo, en el escenario pesimista la rentabilidad en el año 1 es un parámetro que debe controlarse constantemente.

Tabla 57.

Ratios Financieros escenario conservador: Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

RATIOS FINANCIEROS	FÓRMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIQUIDEZ						
RAZÓN CORRIENTE	ACT. C. / PAS. C.	\$ 2,95	\$ 3,46	\$ 3,84	\$ 4,22	\$ 6,27
CAPITAL DE TRABAJO	ACT. C - PAS. C.	\$ 18.091,66	\$ 32.034,96	\$ 53.905,63	\$ 84.528,97	\$ 134.114,49
RENTABILIDAD						
MARGEN BRUTO	UT. BR/ VENTAS	75,11%	75,35%	75,58%	75,81%	76,05%
MARGEN OPERATIVO	UT. OP. /VENTAS	9,26%	12,11%	16,82%	21,74%	25,97%
MARGEN NETO	UT. NE. /VENTAS	4,03%	5,97%	8,97%	12,07%	14,76%
ENDEUDAMIENTO						
ENDEUDAMIENTO	PASIVOS /ACTIVOS	36,37%	29,77%	23,61%	18,12%	13,48%
LEVERAGE TOTAL	PASIVO/ PATRIMONIO	\$0,57	\$0,42	\$0,31	\$0,22	\$0,16
COBERTURA GASTO FINANCIERO	UT. OP. / GTO. FIN.	\$4,13	\$7,11	\$14,10	\$30,76	\$107,58
ROTACIÓN						
ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL	VENTAS/ ACTIVOS	2,37	2,27	2,01	1,71	1,44
ROA	UT NE/ ACTIVOS	9,55%	13,53%	18,00%	20,61%	21,33%
ROE	UT NE. /PATRIMONIO	15,00%	19,27%	23,56%	25,17%	24,65%

Fuente: Elaboración propia.

En el escenario conservador los ratios financieros demuestran que existe una buena salud financiera. Un aspecto fundamental es el control de la liquidez, pues puede presentarse exceso de dinero, el cual puede direccionarse a otras estrategias que permitan un mejor rendimiento financiero.

Tabla 58.**Ratios Financieros escenario optimista: Halpes Servicios Eléctricos S.A.S**

RATIOS FINANCIEROS	FÓRMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIQUIDEZ						
RAZÓN CORRIENTE	ACT. C. / PAS. C.	\$ 2,88	\$ 3,75	\$ 4,37	\$ 4,88	\$ 6,78
CAPITAL DE TRABAJO	ACT. C - PAS. C.	\$ 28.324,01	\$ 53.584,12	\$ 87.970,49	\$ 132.434,89	\$ 197.326,59
RENTABILIDAD						
MARGEN BRUTO	UT. BR/ VENTAS	75,11%	75,35%	75,58%	75,81%	76,04%
MARGEN OPERATIVO	UT. OP. /VENTAS	16,10%	18,67%	22,92%	27,35%	31,17%
MARGEN NETO	UT. NE. /VENTAS	8,08%	9,84%	12,54%	15,33%	17,76%
ENDEUDAMIENTO						
ENDEUDAMIENTO	PASIVOS /ACTIVOS	36,35%	28,16%	21,91%	17,01%	13,10%
LEVERAGE TOTAL	PASIVO/ PATRIMONIO	\$0,57	\$0,39	\$0,28	\$0,20	\$0,15
COBERTURA GASTO FINANCIERO	UT. OP. / GTO. FIN.	\$8,00	\$12,22	\$21,43	\$43,18	\$144,04
ROTACIÓN						
ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL	VENTAS/ ACTIVOS	2,19	1,93	1,64	1,38	1,17
ROA	UT NE/ ACTIVOS	17,72%	18,97%	20,51%	21,09%	20,73%
ROE	UT NE. /PATRIMONIO	27,84%	26,40%	26,27%	25,41%	23,86%

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, el escenario optimista demuestra que los resultados son bastantes positivos. Un aspecto fundamental es el control de la liquidez y la posibilidad de crecer constantemente en cobertura.

7.10. Conclusión del Estudio Financiero

Se puede concluir que los tres escenarios proyectados muestran resultados positivos para la puesta en marcha del plan de negocios propuestos para Halpes Servicios Eléctricos S.A.S. Es factible y viable la ejecución del presente proyecto en base a las proyecciones realizadas.

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTINGENCIA

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTINGENCIA

8.1. Principales riesgos

Existen los siguientes riesgos existentes, que puede afectar al cumplimiento de las metas financieras y presupuestos proyectados, los cuales son:

Incumplimiento de contratos: supone que por cualquier motivo no se pueda ejecutar la planificación de trabajo. En Ecuador existen problemas por paros nacionales, irresponsabilidad de los trabajadores y desastres naturales.

Deserción del Servicio: las condiciones económicas de las familias podrían ser un obstáculo al momento de concretar una venta; motivo por el cual hay un nivel de deserción existente que debe ser planificado por gerencia y ventas.

Accidentes laborales: existe un riesgo bastante alto con relación a accidentes laborales por mal manipulación de instalaciones eléctricas. Se concibe como un riesgo medio.

8.2. Monitoreo y control del riesgo

El plan de control de contingencias considera necesaria la aplicación de Encuesta de Satisfacción Servicio y formulario de informe de trabajo culminado.

Tabla 59.

Riesgos existentes: Monitoreo y control del riesgo Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

Riesgos	Supervisión	Control
Incumplimiento de contratos	Director General	Encuesta de satisfacción servicio e informe de trabajo
Deserción del Servicio	Venta	Número de servicio preformados contra contratos efectivos
Accidente laborales	Director General	Cumplimiento de protocolos y afiliación al seguro social

Fuente: Elaboración propia.

También supone la implementación de un control constante de la efectividad del departamento comercial para convertir a los prospectos en clientes reales, eso significa que se cierren por lo menos el 80% de contratos cotizados.

Finalmente necesita controlar que los técnicos cumplan con los protocolos que garanticen un servicio de calidad. Así también la empresa debe brindarles la seguridad necesaria para que desempeñen las labores en un ambiente adecuado y con las protecciones que amerite cada plan de trabajo.

8.3. Acciones Correctivas

Tabla 60.

Acciones correctivas: Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

Riesgos	Acciones Correctivas
Incumplimiento de contratos	Plan de Garantía de servicio
Deserción del Servicio	Seguimiento y acompañamiento
Accidente laborales	Afiliación al seguro social y cumplimiento de requisitos de ley.

Fuente: Elaboración propia.

En función a los riesgos existentes, se recomienda aplicar un plan de garantía de servicio, proceso de seguimiento y acompañamiento, promoción de afiliación al seguro social y cumplimiento de requisitos de ley para los trabajadores.

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

9.1. Conclusiones

En fundamento al estudio y diseño de un plan de negocio basado en servicios eléctricos a bajo costo enfocado a las personas que posean casa propia y que vivan en barrios de Guayaquil, se puede concluir que los resultados obtenidos durante el proceso de valoración de mercado, comercial, legal, operativa y financiera justifican la ejecución de la propuesta.

Con relación a la demanda potencial existente en Guayaquil por servicios eléctricos a bajo costo a nivel domiciliario. Se puede concluir que existe un mercado potencial superior al 80% que están dispuestos a comprar los servicios propuestos como se evalúa en la investigación de mercado. La situación diagnóstica identifica que existen grandes riesgos por fallos y mal funcionamiento de los sistemas eléctricos. Además, que las viviendas con más de 10 años de construcción necesitan un mantenimiento anual o cambio parcial o completo por desgaste de piezas. Esto supone un nicho bastante importante para generar la presente propuesta de negocio.

Con relación a la oportunidad de ofertar servicios eléctricos a bajo costo, se puede destacar que el tamaño de mercado es suficientemente grande y atractivo para la puesta en marcha del plan de negocio. El mercado potencial es de 800.000 viviendas en la ciudad de Guayaquil, quienes demandan servicios de mantenimiento preventivo, correctivo y por puntos.

Al evaluar el rendimiento financiero de la propuesta y la factibilidad, la evaluación de ingresos, costos y gastos proyectados demuestran que es recomendable la ejecución del negocio en el año 2022, tal y como se expuso en el Capítulo 7.

Las proyecciones financieras demuestran que los beneficios económicos pueden alcanzar niveles de rentabilidad anuales superiores al 15% desde el tercer año de operación. Que es posible ejecutar más de 250 mantenimientos de instalaciones eléctricas domiciliarias al año, diseñar e implementar más de 250 nuevas instalaciones

eléctricas en domicilios al año y alcanzar anualmente el 90% de satisfacción de los clientes atendidos.

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

10.1. Recomendaciones

Es necesario mantener un control profundo de las necesidades y comportamiento del mercado, pues no existe una empresa líder y Halpes Servicios Eléctricos S.A.S puede serlo. Liderar el mercado supone un buen manejo de economía de escala, efectividad y productividad laboral; elementos que deben estimularse constantemente para el éxito del modelo de negocio. Es recomendable que el director general que este liderando la ejecución del presente plan de negocio, controle los indicadores y ratios expuestos como metas en los escenarios financieros.

Debido a que el negocio se desarrolla en un mercado en exploración, en etapa de introducción y crecimiento, es necesario mantener un plan de marketing efectivo. Por tal motivo, la dirección de la empresa debe trabajar en factores como la confianza y lealtad de los clientes que garanticen un buen proceso de introducción y crecimiento de la empresa. Existen muchos demandantes y por ello el plan de marketing debe ser efectivo.

Es recomendable que la dirección de la empresa pueda analizar el comportamiento del mercado en otras ciudades del país, pues se prevé una gran oportunidad para brindar atención a nivel nacional, pues se estima que las condiciones que fundamentan el presente problema son similares en la provincia de Santa Elena, Manabí, Los Ríos, El Oro, Azuay, Pichincha y otras provincias en todo Ecuador.

Las proyecciones financieras demuestran que es recomendable ejecutar el presente plan de negocio.

CAPÍTULO 11

FUENTES

CAPÍTULO 11

FUENTES

11.1. Trabajos citados

- Abadía, L. (2010). *La crisis ninja y otros misterios* (Primera ed.). Madrid, España: Grupo Planeta.
- Agencia de Regulación y Control de Electricidad. (2019). *Sector Eléctrico Ecuatoriano* (Primera ed.). Quito, Ecuador: ATLAS.
- Alcivar, J. (2021). *Cortocircuitos son la primera causa de incendios* (Primera ed.). Quito, Ecuador: El Diario.
- Ambrosio, V. (2016). *'Plan de Marketing paso a paso'* (Segunda ed.). Bogotá, Colombia: Pearson Educacion.
- Ardura, I. R. (2016). *Principios y estrategias de marketing* (Primera ed.). (S. Eureka Media, Ed.) Madrid, España: UOC.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución del Ecuador* (Registro Oficial 449 ed.). Quito: Asamblea Nacional Constituyente.
- Banco Central del Ecuador. (2020). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CIIU Rev. 4.0)* (Primera ed.). Quito, Ecuador: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Banco Central del Ecuador. (2021). *Banco Central del Ecuador presenta la primera revisión a la estimación de crecimiento económico* (Primera ed.). Quito, Ecuador: BCE.
- Banco Mundial. (2021). *El Banco Mundial estima que la economía del Ecuador crecerá un 3,5% en el 2021* (Primera ed.). Ginebra, Suiza: El Comercio.
- Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil (BCBG). (2011). *Hay 80.000 hogares expuestos a incendios por cortocircuitos* (Primerqa ed.). Guayaquil, Ecuador: El Telegrafo.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de Investigación* (Primera ed.). (P. Hall, Trad.) Bogotá, Colombia: Pearson Education.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación* (Tercera edición ed.). Bogotá, Colombia: PEARSON EDUCACIÓN.
- Cabanellas, G. (2015). *Diccionario Jurídico Elemental* (Undécima edición ed.). Quito, Ecuador: EDITORIAL HELIASTA S.R.L. .
- Cárdenas, E. (2015). *Incendios estructurales* (Primera ed.). (E. Telegrafo, Ed.) Quito, Ecuador: Asesor técnico del Cuerpo de Bomberos.
- Centro de Formación, Perfeccionamiento y Especialización de Bomberos. (2019). *Clasificación de los Incendios* (Primera ed.). Quito, Ecuador: Cuerpo de Bomberos

del Ecuador. Obtenido de <https://www.embaep.gob.ec/clasificacion-de-los-incendios/>

- Chaffey, D. (2015). *Marketing digital: estrategia, implementación y práctica* (Primera ed.). México DF, México: Pearson.
- Comisión Europea. (2018). *Plan de acción sobre emprendimiento 2020* (Primera ed.). Madrid, España: UE.
- Consejo Nacional de Planificación. (2018). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida*. (Primera ed.). Quito, Ecuador: SITEAL. Obtenido de https://www.siteal.iiep.unesco.org/sites/default/files/sit_accion_files/siteal_ecuador_0244.pdf
- Corma, F. (2019). *The Business Model Canvas* (Primera ed.). Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=oh9zDwAAQBAJ&dq=LIBRO+CANVAS+PDF&source=gbs_navlinks_s
- Correa, R. (2021). *Norma Ecuatoriana de Construcción* (Decreto Ejecutivo N° 705 ed.). Quito, Ecuador : NEC. Obtenido de <https://www.ecp.ec/wp-content/uploads/2017/09/NECINSTALACIONESELECTROMECHANICAS2013.pdf>
- Crespo, L. (2018). *Qué es emprendimiento y sus características* (Segunda ed.). Bogotá, Colombia: Santos y Santos.
- Cuatrecasas, L. (2012). *Gestión de la calidad total: Organización de la producción y dirección de operaciones* (Primera ed., Vol. 1). Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Fernández, A. (2015). *Dirección y Planificación Estratégica En Las Empresas y Organizaciones*. Madrid, España : Díaz De Santos. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=_LnnKTPZONGC&printsec=frontcover&dq=planificacion+estrategica&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi_gubcgLiAhUOrVkkHVYCCG8Q6AEILTAB#v=onepage&q&f=false
- Flórez, A. J. (2007). *Cómo crear y dirigir la nueva empresa* (tercera ed.). (2. ECOE EDICIONES, Ed.) Bogota: ECOE EDICIONES, 2007.
- Fondo Monetario Internacional. (2020). *El FMI pronostica que Ecuador tendrá la tercera tasa de desempleo más baja en la región* (Primera ed.). Quito, Ecuador: El Comercio.
- Fred, D. (2003). *Conceptos de administración estratégica* (Novena ed.). México, México: Pearson Educación.
- García, H. (2010). *Business Lifestyle. Emprendimiento & Marketing*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Espíritu Santo.
- Gobierno de la República del Ecuador. (2012). *Programa Nacional de Desarrollo Urbano, Fase 1* (Primera ed., Vols. EC-L1099). (BID, Ed.) Guayaquil, Ecuador: Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda. Obtenido de <https://www.habitatyvivienda.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/01/6.-Intervenci%C3%B3n-Urbana-Integral-NO-Guayaquil.pdf>

- González, J. (2021). *La crisis desatada por la propagación de la Covid-19 ha provocado un retroceso de 30 años en los niveles sociales y económicos*. (Primera ed.). Quito, Ecuador: UNICEF en Ecuador.
- Harvard Business Press. (2014). *Crear un plan de negocios* (Primera ed., Vol. 1). Santiago de Chile, Chile: Impact Media Comercial.
- Huilcapi, V. (2020). *La buena conexión eléctrica evita incendios (Infografía)* (Primera ed.). (C. d. Salesiana, Ed.) Guayaquil, Ecuador: El Telegrafo. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/1/la-buena-conexion-electrica-evita-incendios-infografia>
- Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos. (2020). *Censo de población y vivienda* (Primera ed.). Quito, Ecuador: INEC. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2011/09/01/1/1355/guayaquil-2291158-habitantes.html>
- Jobs, S. (10 de mayo de 2014). *Desarrollo de negocios marketing*, (Primera ed.). New York, Estados Unidos: Anegocios. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/calidad-concepto-y-filosofia>
- Kotler, K. (2014). *Dirección de Marketing* (15 ed.). New York, Estados Unidos: Pearson Ed.
- Kotler, P. (6 de mayo de 2017). Obtenido de <https://www.reasonwhy.es/reportaje/philip-kotler-padre-marketing-moderno>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing* (sexta ed.). (P. Educación, Ed., & R. E. Garcia, Trad.) Mexico DF, México: Pearson Education.
- Kotler, P., & Lane, K. (2009). *'Dirección de marketing'* (Duodécima Edición ed.). México D.F., México: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Lane, K. (2009). *Dirección del Marketing* (Duodécima ed.). México: Pearson Educación. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=CoHT8SmJVDQC&printsec=frontcover&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- LAARCOM CIA. LTDA. (2020). *Seguridad Electrónica* (Primera ed.). Guayaquil, Ecuador: LAARCOM ed. Obtenido de <https://www.laarcom.com/tipos-de-incendio>
- Medori, J. (2021). *MEDORI ELECTRICIDAD* (Primera ed.). Islas Baleares, España: Medori el.
- Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda (MIDUVI). (2019). *Manual de Incendios Estructurales* (Primera ed.). Quito, Ecuador: Norma Ecuatoriana de la Construcción (NEC).
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2009). *Reglamento de Prevención, Mitigación y Protección contra Incendios* (Primera Vigente ed., Vol. Registro Oficial Edición Especial 114). Quito, Ecuador: Asamblea Nacional. Obtenido de <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2019-11/REGLAMENTO%20DE%20PREVENCION%2C%20MITIGACION%20Y%20PROTECCION%20CONTRA%20INCENDIOS.pdf>

- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2020). *Ecuador continúa creciendo en tecnología* (Primera ed.). Quito, Ecuador: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Ministerio del Interior y Seguridad Pública. (2018). *Plan Nacional de Protección Civil - Incendios Estructurales* (Primera ed.). Santiago de Chile, Chile: ONEMI. Obtenido de http://repositoriodigital.onemi.gov.cl/bitstream/handle/2012/1764/diptico_incendio_estructural_Final.pdf?sequence=8
- Monferrer, D. (2019). *Fundamentos de Marketing* (Primera ed.). Roma, Italia: Codis d'assignatura PU0919.
- Moreira, Á. (2007). *Prevención de incendios: Reglas técnicas* (Primera ed.). Quito, Ecuador: FUNPIPE. Obtenido de <https://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/57714-las-fallas-electricas-son-las-principales-causas-de-incendios/>
- Moya, S. (2019). *Seguridad en las Instalaciones Eléctricas* (Primera ed.). México DF, México: Revista InTech México Automatización.
- Ñauta, S., & Ulloa, M. (2009). *Prevención de incendios provocados por causas eléctricas en centros comerciales* (Primera ed.). Guayaquil, Ecuador: Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2019). *Business Model Generation* (Primera ed.). New York, Estados Unidos: Business Model Canvas. Obtenido de https://miro.com/templates/business-model-canvas/?utm_source%3Dgoogle%26utm_medium%3Dcpc%26utm_campaign%3DDSA|GOO|NB|Tier4|N|EN-EN|Exp%26utm_adgroup=%26utm_custom%3D11859956810%26utm_content%3D476074421244%26utm_term%3D%26matchtype=b%26device=c%26location
- Oyarzún, C. (2020). *Fallas y descuidos son principales causas de incendios estructurales* (Primera ed.). Punta Arenas, Chile: Patagonica Publicaciones S.A.
- Peña, S. (2020). *Incendios en las bodegas de la Bahía son más frecuentes durante el mes de diciembre* (Primera ed.). Guayaquil, Ecuador: Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.
- Peña, S., & Ramírez, G. (2015). *Evaluación de una estrategia de fidelización de clientes* (Primera ed.). Medellín, Colombia: Revista Ingenierías Universidad de Medellín.
- Philip Kotler y Gary Armstrong. (2013). *Fundamentos de marketing* (sexta ed.). (2. Pearson Educación, Ed., & R. E. Garcia, Trad.) Mexico.
- Porter, M. (2016). *Ser Competitivo* (Novena ed., Vol. Harvard Business School Press). Madrid, España: Grupo Planeta (GBS).
- Puerta, F., José, V., & Netty, H. (2018). *Análisis financiero: enfoques en su evolución*. Bogotá, Colombia: Universidad Libre.
- Raldon, A. (21 de Septiembre de 2014). *El precio de un producto*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/el-precio-de-un-producto/>
- Ramjee, P. (1 de febrero de 2018). *Cómo redactar un acuerdo de comercialización* (Primera ed.). Madrid, España: Dinero. Obtenido de un acuerdo de comercialización:

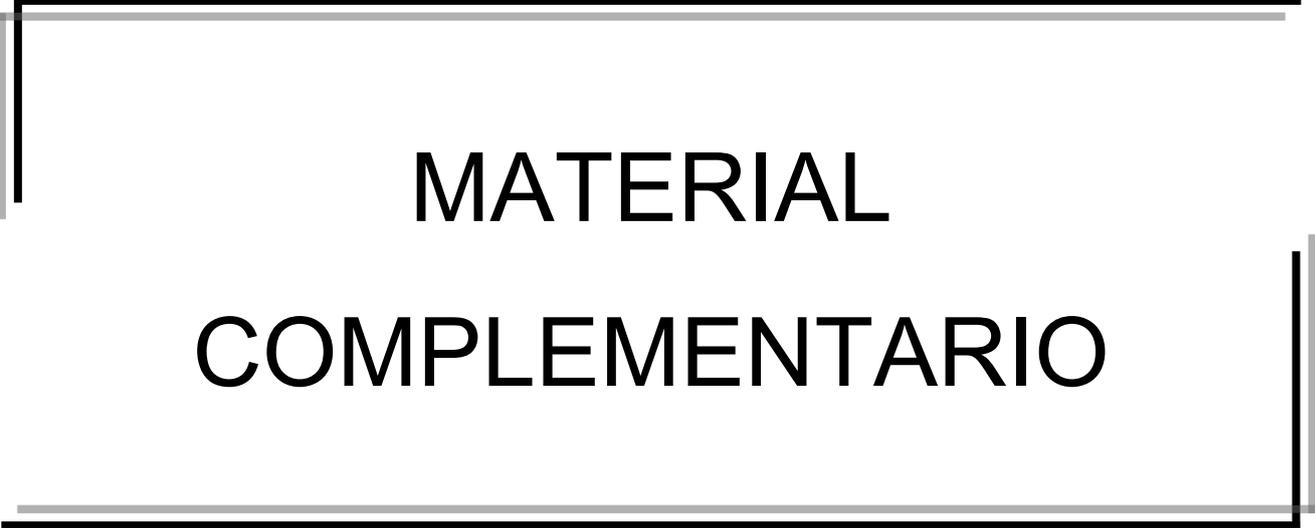
<https://www.cuidatudinero.com/13159867/como-redactar-un-acuerdo-de-comercializacion>

- Recalde, M. (2020). *Falla eléctrica, primera causa de incendios* (Primera ed.). Quito, Ecuador: Cuerpo de Bomberos. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/quito/falla-electrica-primera-causa-de.html>
- Reyes, O. (2012). *Planeacion Estrategica Para Alta Direccion*. Mexico DF.
- Robben, X. (2016). *La Cadena De Valor De Michael Porter: Identifique y Optimice Su Ventaja Competitiva*. México: 50Minutos.es. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=W3AODAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Robbins, S., & DeCenzo, D. (2016). *Fundamentos de Administracion: Conceptos Esenciales y Aplicaciones* (Octava ed.). New York, Estados Unidos: Pearson Educación.
- Rodríguez Ardura , I. (2015). *Principios y Estrategias De Marketing: (Incluye Web)* (Primera ed.). Barcelona, España : UOC. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=-3j-OkJ4lBYC&pg=PA58&dq=mision+definicion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwim0Muih-LiAhVkvFkKHeEWBOsQ6AEILDAB#v=onepage&q=mision%20definicion&f=false>
- Sainz de Vicuña , J. M. (2015). *El Plan Estratégico En La Práctica*. Madrid, España : ESIC. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=CHC8pAtauOQC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Salas, C. (2012). *Las contrucciones en tierra* (Primera ed., Vols. Vol. 7, Núm. 16). Quito, Ecuador: revista Invi. Obtenido de <http://revistainvi.uchile.cl/index.php/INVI/article/view/156/651#:~:text=En%20el%20Ecuador%2C%20el%2057,pared%20de%20mano%20y%20otros>
- Sampieri, R. (2013). *Metodologia de la investigacion*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Sánchez, J., & Cárcel, J. (2015). *Instalaciones eléctricas en edificios de viviendas. Proyecto de un edificio* (Primera ed.). Bogotá, Colombia: 3 ciencia.
- Schmidt, E. (2017). *Ética y negocios para América Latina* (Tercera ed.). Lima, Perú: Universidad del Pacífico.
- Segovia, C., Sánchez, M., Marín, M., Gázquez, J., & Jiménez, D. (2014). *Casos de marketing y estrategia* (Primera ed.). Barcelona, España: Editorial UOC.
- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales . (2018). *Ley de Propiedad Intelectual* (Registro Oficial No 320 ed.). Quito, Ecuador: LEXUS. Obtenido de <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec103es.pdf>
- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. (2021). *¿Cómo registro una marca?* (Primera ed.). Quito, Ecuador: GRE ed. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>

- Simonato, F. (2018). *Marketing de fidelización : estrategias para construir e incrementar la rentabilidad del cliente a largo plazo* (Primera ed.). México DF, México: Prentice-Hall. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/262603733_Marketing_de_fidelizacion_estrategias_para_construir_e_incrementar_la_rentabilidad_del_cliente_a_largo_plazo
- Spurrier, W. (2020). *La incertidumbre es la marca del año 2021* (Primera ed.). Guayaquil, Ecuador: El Comercio. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/entrevista-incertidumbre-ecuador-economia-pandemia.html>
- Stettinius, W., Doyle, J., & Colley, J. (2015). *Plan de negocio. Cómo diseñarlo e implementarlo: Todos los pasos desde el diseño a la puesta en marcha y revisión* (IV ed.). Barceloma, España: Profit Editorial.
- Stutely, R. (2000). *Plan de negocios: la estrategia inteligente* (Primera ed.). (P. Hall, Ed.) México: Pearson Educación.
- Stutely, R. (2010). *Plan de negocios: la estrategia inteligente* (Primera ed.). (P. Hall, Ed.) New York, Estados Unidos: Pearson Educación.
- Superintendencia de Compañías, Bancos y Seguros. (2020). *Guía de Constitución de Sociedades por Acciones Simplificadas* (Primera ed.). Quito, Ecuador: SCBV.
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2020). *Guía de Constitución de Sociedades por Acciones Simplificadas* (Primera ed.). Quito, Ecuador: SCVS.
- Turullols, E. (2015). *Guía del buen gobierno corporativo* (Primera ed.). México DF, México: Editorial Almuzara.
- Unidad de Investigación de Incendios. (2019). *84 incendios estructurales se han registrado en Quito durante el 2018* (Primera ed.). Quito, Ecuador: Cuerpo de Bomberos de Quito (CBQ).
- Unidad de Investigación de Incendios del Cuerpo de Bomberos. (2017). *Falla eléctrica, primera causa de incendios* (Primera ed.). Quito, Ecuador: El Comercio. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/enfermera-calazans-primera-vacunada-brasil.html>
- Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. (2020). *Dominios de Investigación SINDE* (Primera ed.). Guayaquil, Ecuador: UCSG INVESTIGA. Obtenido de <https://www.ucsg.edu.ec/sinde/>
- Vargas, G., & Díaz, M. (2016). *Las crisis financieras y la evolución del paradigma en la práctica de las finanzas* (Vol. DOI: 10.22395/seec.v19n40a2). Medellín, Colombia: Universidad de Medellín. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/seec/v19n40/2248-4345-seec-19-40-00053.pdf>
- Vargas, O. L. (2018). *Definición Científica De Competencia: Visión Multidisciplinar*. Lambayeque, Perú : Biblioteca Nacional Del Perú. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=agdEDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

- Vásquez, R., & Yépez, M. (2014). *“Estudio de fallas en instalaciones eléctricas domiciliarias y comerciales e industriales (Primera ed.)*. Ibarra, Ecuador: Universidad Técnica del Norte.
- Vélez, F. (2019). *Análisis técnico de las causas que originan inconformidad en la facturación de suministro eléctrico por fallas en instalaciones eléctricas residenciales en hogares de la Coop. 31 de octubre, parroquia Tarqui al noroeste de Guayaquil*. (Primera ed.). Guayaquil, Ecuador: UCSG. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12748/1/T-UCSG-PRE-TEC-IEM-217.pdf>
- Zamora, R. (2020). *Presupuesto, Análisis de Costos y Precios*. (Primera ed.). Guayaquil, Ecuador: Colegio de Ingeniero Civiles del Guayas.

CAPÍTULO 12



MATERIAL COMPLEMENTARIO

ANEXOS

PLATILLA ENTREVISTA EXPERTOS

Anexo 1. Plantilla de Entrevista.

Halpes Servicios Eléctricos S.A.S

ENTREVISTA: "PROPUESTA PARA LA CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS ELÉCTRICOS A BAJO COSTO ENFOCADO A LAS PERSONAS QUE POSEAN CASA PROPIA Y QUE VIVAN EN BARRIOS DE GUAYAQUIL"

ENTREVISTA A EXPERTOS

BOMBEROS CON EXPERIENCIA EN INCENDIOS ESTRUCTURALES - PROFESIONALES SERVICIO ELÉCTRICO

Nombre del Entrevistado *

Texto de respuesta breve

Cargo o Función del Entrevistado *

Texto de respuesta breve

Años de Experiencia *

Texto de respuesta breve

1. ¿Qué opinión le merece el conocer que la mayoría de los incendios estructurales son a causa de malas instalaciones eléctricas? *

Texto de respuesta largo

2. ¿Según su experiencia a qué se debe que los cabezas de hogar obtén por implementar instalaciones eléctricas empíricas en sus hogares? *

Texto de respuesta largo

3. ¿Por qué se prefiere contratar para servicios eléctricos a personal empírico antes que el personal calificado? *

Texto de respuesta largo

4. ¿Qué opina acerca de la recomendación de revisar periódicamente las conexiones eléctricas de los domicilios? *

Texto de respuesta largo

5. Si en su hogar se presentan problemas eléctricos ¿Qué hace usted? *

Texto de respuesta largo

6. Toda instalación eléctrica en los hogares es indispensable que la hagan personas capacitadas y de mucha experiencia ¿Qué opina usted? *

Texto de respuesta largo

7. ¿Por qué existen ciudadanos que prefieren poner en riesgo la vida de sus familiares, antes que pagar un servicio eléctrico garantizado y profesional? *

Texto de respuesta largo

8. ¿Cuál es la importancia social de una propuesta para la creación y comercialización de servicios eléctricos a bajo costo? *

Texto de respuesta largo

8. ¿Cuál es la importancia social de una propuesta para la creación y comercialización de servicios eléctricos a bajo costo? *

Texto de respuesta largo

9. ¿Cuál sería su recomendación para los cabezas de hogar que mantiene fallos en sus instalaciones eléctricas? *

Texto de respuesta largo

10. ¿Cuál sería su recomendación para la aplicación de una propuesta para la creación y comercialización de servicios eléctricos a bajo costo enfocado a las personas que posean casa propia y que vivan en barrios de Guayaquil? *

Texto de respuesta largo

PLANTILLA DE ENCUESTA

Anexo 2. Plantilla de Encuesta.

Genero *

- Mujer
- Hombre
- Prefiero no decirlo

Rango de Edad *

- 18 a 22 años
- 23 a 26 años
- 27 a 30 años
- 31 a 35 años
- 36 a 40 años
- 41 a 45 años
- 46 a 50 años
- 50 años en adelante

Parroquia ubicación vivienda *

- Parroquia Ayacucho
- Parroquia Bolívar (Sagrario)
- Parroquia Carbo (Concepción)
- Parroquia de Chongón

- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> Parroquia Febres Cordero | X |
| <input type="radio"/> Parroquia García Moreno | X |
| <input type="radio"/> Parroquia Letamendi | X |
| <input type="radio"/> Parroquia Nueve de Octubre | X |
| <input type="radio"/> Parroquia Olmedo (San Alejo) | X |
| <input type="radio"/> Parroquia Pascuales | X |
| <input type="radio"/> Parroquia Roca | X |
| <input type="radio"/> Parroquia Rocafuerte | X |
| <input type="radio"/> Parroquia Sucre | X |
| <input type="radio"/> Parroquia Tarqui | X |
| <input type="radio"/> Parroquia Urdaneta | X |
| <input type="radio"/> Parroquia Ximena | X |
| <hr/> | |
| <input type="radio"/> Parroquia Roca | X |
| <input type="radio"/> Parroquia Rocafuerte | X |
| <input type="radio"/> Parroquia Sucre | X |
| <input type="radio"/> Parroquia Tarqui | X |
| <input type="radio"/> Parroquia Urdaneta | X |
| <input type="radio"/> Parroquia Ximena | X |
| <input type="radio"/> Parroquia Juan Gómez Rendón (Progreso) | X |
| <input type="radio"/> Parroquia Puná | X |
| <input type="radio"/> Parroquia Tenguel | X |
| <input type="radio"/> Parroquia Posorja | X |
| <input type="radio"/> Parroquia El Morro | X |
| <input type="radio"/> Agregar una opción o agregar "Otros" | |

Tipo de vivienda *

- Casa / Villa
- Departamento en casa o edificio
- Mediagua
- Choza
- Covacha
- Rancho

Tamaño de la vivienda (m2) metro cuadrado de construcción *

- Menos de 50 m2
- De 50 m2 a 70 m2
- De 71 m2 a 120 m2
- De 121 m2 a 160 m2
- De 161 m2 a 200 m2
- Más de 200 m2

Número de Cuartos *

- 1 Dormitorio
- 2 dormitorios
- 3 dormitorios
- 4 dormitorios
- Más de 5 dormitorios

Antigüedad de la vivienda *

- Menos de 5 años
- De 6 a 10 años
- De 11 a 15 años
- Más de 15 años

Diagnostico Sistema Eléctrico

	Totalmente de ...	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Totalmente en ...
¿En su hogar la...	<input type="checkbox"/>				
¿En su hogar so...	<input type="checkbox"/>				
¿En su hogar en...	<input type="checkbox"/>				
¿Usa regletas p...	<input type="checkbox"/>				
¿En su hogar ex...	<input type="checkbox"/>				
¿Usted prefiere ...	<input type="checkbox"/>				
¿Usted conside...	<input type="checkbox"/>				
¿Usted conside...	<input type="checkbox"/>				
¿De diagnostica...	<input type="checkbox"/>				
¿Usted cree nec...	<input type="checkbox"/>				

¿Con qué frecuencia da mantenimiento a las instalaciones eléctricas de su domicilio? *

- De forma semestral
- Cada año
- Cada 2 años
- Cada 3 años
- Cada 4 años
- Cada 5 años
- Cada 10 años
- Cada 15 años
- Nunca

¿En función a su experiencia, cuánto ha invertido usted para mantener instalaciones eléctricas de su domicilio en buen estado? *

- Menos de USD \$10
 - De USD \$10 a USD \$30
 - De USD \$31 a USD \$50
 - De USD \$51 a USD \$100
 - De USD \$101 a USD \$200
 - De USD \$201 a USD \$300
 - De USD \$301 a USD \$499
 - De USD \$ 500 a USD \$999
 - De USD \$ 1000 a USD \$1500
 - De USD \$ 1500 a USD \$1999
 - De USD \$ 2000 a USD \$3000
 - De USD \$ 3001 a USD \$4000
 - De USD \$ 4001 a USD \$5000
 - Más de USD \$ 5000
-

Anexo 3. Fotos de proceso recolección de información





DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Ponce Merchán Carmen**, con C.C: # **0919938738** autor/a del trabajo de titulación: **“Propuesta para la creación de una empresa que preste servicios de instalaciones eléctricas en la ciudad de Guayaquil”** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe** 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, **01 de marzo de 2021**

f. _____

Nombre: **Ponce Merchán, Carmen**

C.C: **0919938738**



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 preste servicios de instalaciones eléctricas en la ciudad de Guayaquil"		
AUTOR(ES)	Carmen, Ponce Merchán		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ángel Aurelio, Castro Peñarreta		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Empresariales		
CARRERA:	Carrera de Emprendimiento		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	01 de marzo de 2021	No. DE PÁGINAS:	178
ÁREAS TEMÁTICAS:	Electricidad, mantenimiento, incendios		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Instalaciones eléctricas, mantenimiento correctivo y preventivo, plan de negocio, bajo costo, prevención		
<p>RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): La presente investigación tiene como objetivo desarrollar una propuesta de plan de negocio basado en servicios eléctricos a bajo costo enfocado a las personas que posean casa propia y que vivan en barrios de la ciudad de Guayaquil. Dentro del proceso de investigación se aplicaron entrevistas a expertos, quienes, desde el punto de vista de bomberos y profesionales eléctricos, comentaron que existen grandes riesgos en las viviendas de Guayaquil porque existen domicilios con fallos en las instalaciones eléctricas. El principal problema es que los cabezas de hogar no tienen un proveedor de confianza y contratan personal empírico. Además, no se realizan mantenimientos preventivos para evitar fallos por daños o desgaste de piezas del sistema eléctrico. Esos datos fueron confrontados con los resultados de las encuestas, donde se identificó que el 80% de los encuestados consideran necesaria la creación de una empresa que oferte soluciones eléctricas profesionales de mantenimiento preventivo, correctivo y por puntos, con una propuesta a bajo costo. La investigación de mercados y los resultados financieros obtenidos en las proyecciones presupuestarias; que justifican y validan la factibilidad y viabilidad, en escenarios pesimista, conservador y optimista de la presente propuesta. Consideran como mínimo un retorno interno sobre las inversiones (TIR) mayor al 20%, y un retorno neto de fondos monetarios a valor presente que totalizan USD \$ 9.451,90 dólares norteamericanos.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-984711075	E-mail: carmenponcem@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Zumba Córdova, Rosa Margarita		
	Teléfono: +593-9-994131446		
	E-mail: mr_zumba@yahoo.com		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			