



Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera de Ingeniería en Marketing

Proyecto de Titulación

**PLAN DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO
DE LA EMPRESA "CERCYLUC S.A EN LA CIUDAD
DE GUAYAQUIL**

Tutor

Ing. Patricio Banegas

Autora

Areli Llaguno Abad

Año

2012

Agradecimiento

Agradezco a Dios, ya que me ha dado las fuerzas y sabiduría para realizar cada capítulo me ha guiado y acompañado en cada paso que he dado a lo largo de mi vida. Hoy es un día muy especial para mí porque estoy cumpliendo mi más grande meta la cual no hubiera logrado sin la ayuda del Todopoderoso.

A mis padres por haberme brindado el apoyo necesario en lo económico y moral, impulsándome así cada día a crecer y a creer en mi potencial intelectual.

Siempre me decían que yo era capaz de alcanzar lo que me propusiera, me decían que todo en la vida tiene un costo y que solo los que perseveran alcanzan sus metas.

A mi hermano Eduardo y su familia, porque siempre estuvieron ahí cuando necesite de un abrazo y de una palabra de aliento, en ocasiones en las que sentía desfallecer me animaban a seguir luchando hasta llegar a la meta.

A mi hermano David y su familia, por confiar en mí quien siempre me dijo que nunca deje que nadie me diga que no soy capaz de alcanzar mis metas, que no permitiera que otra persona me diga que hacer. Él dice que verme convertida en una Ingeniera es un triunfo también suyo y de nuestra familia. Gracias por su apoyo económico el cual fue incondicional sin importar la hora ni el lugar podía contar con él siempre.

A mis amigos, los cuales entendían cuando no salía con ellos de viaje por quedarme en casa estudiando y respetaban eso, diciéndome si es por alcanzar tus metas profesionales lo entendemos.

A Alfita Alonso y todos los hermanos de la iglesia, que oraban por mí y mi familia para que Dios derrame de sus bendiciones sobre nuestras vidas.

A mis profesores, ya que compartieron sus anécdotas y conocimientos en mi vida, los cuales se ven reflejados hoy en este proyecto.

Al Ing. Patricio Banegas, por su dedicación y guía a la realización de este proyecto.

TABLA DE CONTENIDO

1. Antecedentes.....	I
A. Justificación	II
B. Problemática.....	III
C. Objetivos.....	III
D. Resultados esperados.....	IV
E. Marco Teórico	IV

CAPÍTULO 1

1. ANALISIS SITUACIONAL.....	1
1.1 Análisis del entorno.....	1
1.1.1 Reseña Histórica.....	1
1.1.2 Misión.....	1
1.1.3 Visión.....	2
1.1.4 Valores Corporativos.....	2
1.1.5 Organigrama General.....	2
1.1.6 Organigrama Departamental.....	3
1.1.7 Cartera de Productos.....	3
1.1.8 Objetivos operacionales.....	3
1.2 ANÁLISIS DE MACRO ENTORNO	
1.2.1 Entorno Económico.....	4
1.2.2 Entorno Político – Legal.....	11
1.2.3 Entorno Socio – Cultural.....	13
1.2.4 Entorno Tecnológico.....	14
1.2.5 Análisis Competencia.....	15
1.3 ANALISIS ESTRATEGICO SITUACIONAL.....	16
1.3.1 Conformación porcentual de ventas.....	16
1.3.2 Histórico de ventas.....	17
1.3.3 Ciclo de Vida del Producto.....	18
1.3.4 Análisis Competitivo.....	20
1.3.5 Analisis de FODA(Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas).....	22
1.3.6 Cadena de Valor.....	23
1.3.6.1 Actividades de Apoyo.....	23
1.3.6.1.1 Abastecimiento.....	23
1.3.6.1.2 Desarrollo de tecnología.....	23

	1.3.6.1.3	Recursos Humanos.....	24
	1.3.6.1.4	Infraestructura.....	24
	1.3.6.2	Actividades Primarias.....	24
	1.3.6.2.1	Logística Interna.....	24
	1.3.6.2.2	Producción y Logística interna...24	
	1.3.6.2.3	Marketing y Ventas.....	25
	1.3.6.2.4	Servicio post venta.....	25
1.3.7		Cinco Fuerzas de Porter.....	25
	1.3.7.1	Poder de Negociación de los Compradores.....	25
	1.3.7.2	Poder de Negociación de los Proveedores.....	25
	1.3.7.3	Amenazas de Nuevos Competidores.....	26
	1.3.7.4	Amenazas de Productos Sustituídos.....	26
	1.3.7.5	Rivalidad entre los Competidores.....	26
2.		INVESTIGACION DE MERCADOS.....	27
	2.1	Metodología.....	27
	2.2	Formulario de Hipótesis.....	27
	2.3	Enfoque.....	27
	2.4	Datos Técnicos Investigativos.....	27
	2.5	Determinación de Objetivos.....	28
	2.6	Muestra.....	28
	2.7	Proceso de Entrevista.....	29
	2.8	Información de las Entrevistas a Profundidad.....	29
	2.9	Resultados de las Entrevistas a Profundidad.....	29
	2.10	Conclusiones de la Investigación.....	32
3.		Plan de Marketing.....	34
	3.1	Objetivos de Marketing.....	34
	3.2	Objetivos de Ventas.....	34
	3.3	Segmentación.....	35
	3.3.1	Macro Segmentación.....	35
	3.3.2	Etapas del proceso de micro segmentación.....	35
	3.3.2.1.1	Análisis de la segmentación.....	35
	3.3.2.1.2	Elección de segmentos objetivos.....	36
	3.3.2.1.3	Elección de posicionamiento.....	37
	3.3.2.1.4	programa de marketing objetivado.....	37
	3.4	Posicionamiento.....	38
	3.4.1	Técnico.....	38
	3.4.2	Publicitario.....	38
	3.4.3	Diferenciado.....	38
	3.5	Cubo Estratégico.....	38
	3.6	Descripción del target.....	40

3.6.1	Matriz Roles y Motivos.....	40
3.6.2	Modelo de Implicación Foote, Cone, Belding.....	43
3.7	Análisis de la competencia.....	44
3.7.1	Tipo de Industria.....	44
3.7.2	Matriz EFI (matriz de evaluación de factores internos).....	45
3.7.3	Matriz McKensey.....	47
3.8	Estrategias.....	48
3.8.1	Estrategias Básicas de Desarrollo.....	48
3.8.2	Estrategia Global.....	48
3.8.3	Estrategia de Crecimiento.....	49
3.8.4	Estrategia de Marca.....	50
3.8.5	Modelo Estratégico del Negocio.....	51
3.8.6	Propuesta de Valor.....	52
3.8.6.1	Targeting.....	52
3.8.6.2	Cadena de Suministros.....	52
3.8.6.3	Vías de contacto.....	52
3.9	Plan de Acción.....	53
3.9.1.1	Decisiones en cuanto a los atributos.....	53
3.9.1.2	decisiones en cuanto a la marca.....	54
3.9.1.3	Logo de la empresa.....	54
3.9.1.4	Decisiones en cuanto a otros atributos.....	55
3.9.1.5	Diagrama de Flor.....	55
3.9.1.6	Desarrollo del Diagrama de Flor.....	55
3.9.2	Precio.....	57
3.9.3.1	Tabla de precios.....	58
3.9.2.4	Túnel de Precios.....	60
3.9.3	Plaza.....	61
3.9.3.1	Ubicación Geográfica.....	61
3.9.3.2	Canal de Distribución.....	61
3.9.3.3	Canal de distribución Empresa Pública.....	62
3.9.4	Promoción.....	62
3.9.4.1	Accesorios Publicitarios.....	62
3.9.4.1.1	Esferos.....	63
3.9.4.1.2	Agendas.....	64
3.9.4.2	Carta de presentación.....	65
3.9.4.3	Revistas.....	69
3.9.4.4	Feria Hábitat.....	72
3.9.4.5	Estrategias para el personal interno.....	72
3.9.4.5.1	Cursos de Capacitación continua.....	72
3.9.4.5.2	Cursos de Relaciones Humanas.....	73

3.9.4.6	Creación de la fuerza de Ventas.....	73
3.9.4.6.1	Objetivos de la F.V.....	73
3.9.4.6.2	Diseño de la Estrategia.....	73
3.9.4.6.3	Reclutamiento y selección.....	73
3.9.4.6.4	Capacitación.....	74
3.9.4.6.5	Supervisión a los vendedores....	74
3.9.4.6.6	Evaluación de los vendedores....	74
3.10	Plan de Medios.....	74
3.11	Cronogramas de actividades.....	76
4.	Análisis Financiero.....	78
4.1	Reporte de ventas.....	78
4.2	Costos.....	79
4.2.1	Costos Fijos.....	79
4.2.2	Costos Variables.....	80
4.3	Gastos.....	82
4.3.1	Gastos Administrativos.....	82
	Tabla 18: Gastos Administrativos.....	82
4.3.2	Gastos de Ventas.....	83
4.3	Propuesta.....	83
4.3.1	Accesorios Publicitarios.....	84
4.3.2	Feria Construcción y Vivienda.....	84
4.3.3	Cartas de presentación.....	84
4.3.4	Tarjetas de Presentación.....	85
4.3.5	Revistas.....	85
4.3.6	Cursos de Capacitación al Personal.....	85
4.3.7	Cursos de Relaciones Humanas.....	86
4.3.8	Creación de Fuerzas de Ventas.....	86
4.3.9	Logo.....	86
4.4	Financiación.....	86
4.5	Modelo del Negocio.....	87
4.5.1	Periodo de Recuperación.....	93
4.6	Marketing ROI.....	94
5.	Control y Monitoreo del Proyecto.....	98
5.1	Análisis de Satisfacción al cliente.....	98
5.2	Análisis de Marketing y Ventas.....	98

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. ORGANIGRAMA ORGANIZACIONAL.....	2
2. ORGANIGRAMA DEPARTAMENTAL.....	3
3. PRODUCTO INTERNO BRUTO.....	6
4. INFLACION ACUMULADA EN ENERO DE CADA AÑO.....	7
5. CONTRIBUCIÓN DE LAS INDUSTRIAS A LA VARIACIÓN TRIMESTRAL DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO PIB.....	8
6. VARIACIÓN DEL VAB (VALOR AGREGADO BRUTO.....	9
7. COMPORTAMIENTO DE LAS REMESAS RECIBIDAS.....	10
8. PARTICIPACION DE VENTAS.....	16
9. HISTORICO DE VENTAS.....	17
10. CICLO DE VIDA DE PRODUCTO.....	18
11. CAUSAS POR LAS QUE SUBCONTRATAN SERVICIOS ELECTRICOS.....	29
12. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS ELECTRICOS (CONSTRUCTORAS.....	30
13. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS ELECTRICOS (EMPRESA ELECTRICA).....	31
14. ¿CONOCE LA EMPRESA CERCYLUC S.A?.....	31
15. FACTORES POR LOS QUE SUBCONTRATAN A CERCYLUC S.A.....	32
16. LAS 3 DIMENSIONES DE LA MACROSEGMENTACION.....	35
17. CUBO ESTRATEGICO.....	39
18. MATRIZ FOOTE, CONE, BELDING.....	47
19. MATRIZ ESTRATEGIAS BASICAS DE DESARROLLO.....	48
20. MATRIZ ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO INTENSIVO Y DIVERSIFICADO.....	49
21. MARCA	50
22. MODELO ESTRATEGICO DE NEGOCIO.....	51
23. LOGO DE LA EMPRESA.....	54
24. DIAGRAMA DE FLOR	56
25. TUNEL DEL PRECIO.....	60
26. UBICACIÓN GEOGRAFICA DE LA EMPRESA.....	61
27. CANAL DE DISTRIBUCIÓN (CONSTRUCTORAS).....	61
28. CANAL DE DISTRIBUCIÓN (EMPRESA ELECTRICA).....	62

29. ACCESORIOS PUBLICITARIOS ESFEROS.....	63
30. ACCESORIOS PUBLICITARIOS AGENDAS.....	64
31. CARTA DE PRESENTACIÓN TIRO (PLANA).....	65
32. CARTA DE PRESENTACIÓN RETIRO (PLANA).....	66
33. CARTA DE PRESENTACION TRIPTICO.....	67
34. TARJETA DE PRESENTACIÓN TIRO.....	68
35. TARJETA DE PRESENTACIÓN RETIRO.....	69
36. DISEÑO DE REVISTA 1.....	70
37. DISEÑO DE REVISTA 2.....	71
38. STAND DE LA FERIA.....	72

INDICE DE TABLAS

1. CRECIMIENTO DEL PIB (PRODUCTO INTRENO BRUTO) POR SECTOR.....	5
2. HISTORICO DE VENTAS.....	17
3. MATRIZ EFI (EVALUACION DE FACTORES INTERNOS).....	20
4. MATRIZ EFE (EVALUACION DE FACTORES EXTERNOS)....	21
5. ANALISIS FODA (FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES, AMENAZAS).....	22
6. VINCULACION DE OBJETIVOS.....	34
7. MATRIZ ROLES Y MOTIVOS (CONSTRUCTORAS).....	41
8. MATRIZ ROLES Y MOTIVOS (EMPRESA ELECTRICA).....	42
9. MATRIZ EFI (EVALUACION DE FACTORES INTERNOS).....	45
10. MATRIZ EFE (EVALUACION DE FACTORES EXTERNOS)....	46
11. TABLA DE PRECIOS.....	58
12. FORMATO HOJA DE REPORTE DIARIO.....	75
13. PLAN DE MEDIOS.....	76
14. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	78
15. REPORTE DE VENTAS 2011.....	78
16. COSTOS FIJOS.....	79
17. COSTOS VARIABLES.....	80
18. GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	82
19. GASTOS DE VENTA.....	83
20. PROPUESTA DE MARKETING.....	83
21. ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS.....	88
22. PERIODO DE RECUPERACIÓN PROPUESTA.....	93
23. PROPUESTA 1.....	94
24. PROPUESTA 2.....	95
25. PROPUESTA 3.....	96

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: FORMATO DE LA ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

ANEXO 2: INFORMACIÓN DE LAS ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

ANEXO 3: RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD (POR PREGUNTAS)

ANEXO 4: FORMATO DEL ANUNCIO

ANEXO 5: FORMATO DE HOJA DE REPORTE DIARIO

ANEXO 6: COTIZACIONES LOGO – ESFEROS

ANEXO 7: COTIZACIÓN AGENDAS

ANEXO 8: COTIZACIÓN CURSOS DE RELACIONES HUMANAS

ANEXO 9: REVISTA DEL COLEGIO DE INGENIEROS ELÉCTRICOS DEL LITORAL

ANEXO 10: COTIZACIÓN DE REVISTA TÉCNICA “CONSTRUCCIÓN Y DESARROLLO”

ANEXO 11: COTIZACION FERIA

ANEXO 12: FORMATO DE LA ENCUESTA (CONTROL Y MONITOREO)

RESUMEN EJECUTIVO

En el desarrollo de este proyecto se ha considerado todos los indicadores macro económicos, con la finalidad de medir el nivel de influencia que estos tienen y la forma en que afectan al cumplimiento del mismo, actualmente se ofertan en el mercado un sin número de servicios entre los cuales podemos mencionar los de peluquerías, lavanderías, decorativos entre otros, todos los mencionados anteriormente afectan de manera directa al desarrollo de la economía del país viéndose reflejado en el Producto Interno Bruto (PIB).

Actualmente existe más explotación al tema de los servicios eléctricos, ya que se ha aumentado el número de empresas que prestan estos servicios, pero en los diferentes segmentos enfocándose en las macro constructoras ya que las mismas les dan mayores utilidades. Entre las mismas buscan diferenciarse en la calidad de servicios que prestan.

Según los análisis realizados dentro del proyecto de titulación se establece que el sector de la Construcción fue una de las industrias que aportó al Producto Interno Bruto en el 2011 con el 6 % dado que fue una de las industrias que se mantuvo en mayor crecimiento debido a los grandes proyectos urbanísticos realizados por las empresas privadas y el sector público, el cual busca dar facilidades a los ecuatorianos para mejorar su nivel de vida dentro del territorio nacional.

Por lo cual se ha encontrado en Cercyluc S.A una oportunidad de crecimiento en el mercado Guayaquileño ya que esta empresa se encuentra dentro de la industria de la Construcción, la cual ha tenido un repunte considerable en los 10 últimos años siendo una de las que actualmente tienen gran aporte en la economía ecuatoriana.

El principal objetivo de "Cercyluc S.A" como empresa prestadora de servicios de: Instalaciones de alta y baja tensión, Circuito cerrado, Cableado estructurado, Sistemas de alarmas contra incendio, Corte y re conexión; es seguir cumpliendo con su servicio de calidad que lo ha caracterizado a lo largo de estos 10 años como empresa prestadora de servicios eléctricos, se ha diferenciado entre sus competidores en base a su respuesta justo a tiempo (inmediata), garantía en los trabajos realizados, precios asequibles a sus clientes y la atención adecuada por parte de sus empleados.

Basada en la investigación de mercado he podido darme cuenta de varias ventajas competitivas que posee la empresa como son el tiempo de repuesta y precios asequibles a su clientes, su segmento de mercado es selecto, ya que sus servicios no están dirigidos a todo el mercado sino a nichos de mercados, cuenta con un personal activo y proactivo, que posee buena actitud ante el trabajo.

Con la finalidad de dar a conocer los servicios que la empresa brinda en el mercado de los micros constructores ubicados en la ciudad de Guayaquil, se utilizarán estrategias comunicacionales en medios como: Revistas especializadas Revista de la Cámara de la Construcción y Colegio de Ingenieros Eléctricos del Litoral.

Adicional a las estrategias comunicacionales que se mencionaron con anterioridad se consideran otras que van enfocadas directamente al personal interno, ya que se busca que trabajen en conjunto para alcanzar los objetivos trazados por la empresa y los trazados en el proyecto.

La empresa maneja precios que varían de acuerdo a los servicios que se soliciten por las micro constructoras, estos se dan en base al número de casas con las que cuente el proyecto a realizarse y los servicios que brinden dentro de la misma, en la Eléctrica de Guayaquil se manejan con precios ya estándar. En las micro constructoras los precios están distribuidos de la siguiente manera: Sub urbanización de 100 viviendas (contempla infraestructura eléctrica exterior e interior) y los cuatro servicios que son: Instalaciones de alta y baja tensión. Cableado estructurado, circuito cerrado y Alarmas contra incendio **\$ 500 000,00**. Sub urbanización de 200 viviendas (contempla infraestructura eléctrica exterior e interior) y los cuatro servicios Instalaciones de alta y baja tensión. Cableado estructurado, circuito cerrado, alarmas contra incendio **\$ 1 000 000**. El Costo del corte es de \$ 7,00 y el costo de re conexión es de \$ 10,00 Corte y Re conexión **\$ 442 000,00**.

Con estos cambios se tiene proyectado alcanzar un posicionamiento del 20 % en la mente de los clientes al cabo de los 5 años en el mercado guayaquileño, esto dado con la finalidad de alcanzar un 25 % de incremento en las utilidades al final de los 5 años proyectados, proyectando que las ventas crecen un 4 % anual y el crecimiento de las utilidades será anual el 5 %.

PLAN DE MARKETING PARA EL
POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA
"CERCYLUC S.A EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL

1. Antecedentes

En el Ecuador actualmente se están desarrollando grandes proyectos de construcción tales como edificios, puentes, carreteras, escuelas, colegios, debido a que el gobierno actual busca mejorar los niveles de calidad de vida de los ecuatorianos, ofreciéndoles bienes y servicios que le brinden la comodidad y confort necesarios.

La actividad del sector de la construcción (pública y privada), presentó un incremento del 25,9 % en este año con relación al segundo trimestre del 2010, incremento que se originó por el desempeño de nuevas edificaciones por parte del gobierno y empresas privadas. Siendo la industria que más contribuyó al crecimiento del PIB con 2,45 % del total del mismo, tomadas en cuenta hasta el segundo trimestre del año en curso.

Por lo cual se puede decir que la empresa desenvuelve sus actividades en una industria de alta rentabilidad y crecimiento económico, debido a que la mayoría de los seres humanos buscan satisfacer sus necesidades en cuanto a vivienda, educación, salud, seguridad, y también la de reconocimiento social. Hoy en día existe una sociedad consumista que incita a los consumidores a poseer siempre lo mejor que hay en el mercado, por esto se da el desarrollo de urbanizaciones privadas que les dan reconocimiento, prestigio y roces sociales distintos que los hacen diferentes de los demás.

Hoy en día si la empresa no adapta los bienes y servicios al entorno actual corre el riesgo de fallecer o dejar de existir en el medio. Es por esto que Cercyluc S.A a pesar de ser una empresa con variedad de servicios dentro de una industria, nadie la recuerda como tal y es allí donde se evidencia como la falta de comunicación de la existencia de la misma, la ha llevado a que sus ventas actuales bajen en relación con los años pasados.

Es por esto que mediante la implementación del Marketing de Servicios, se busca establecer los parámetros que consideran los clientes al decidir entre un servicio y otro a través del conocimiento de sus percepciones analizando el comportamiento del consumidor frente al momento de la verdad (compra del servicio). Todas estas van tomadas de la mano de una exhaustiva investigación de mercados para así conocer las pautas a seguir en cuanto a la comunicación

que se debe utilizar para lograr el debido posicionamiento de la empresa en el mercado.

Esperando después de todos los pasos a seguir antes mencionados alcanzar los objetivos trazados y anhelados al momento de plantear el tema a desarrollarse, es decir esperando diseñar la comunicación adecuada de los servicios en el mercado. Dándoles a conocer a los consumidores la existencia de la empresa en el mercado y lo capaz que es para satisfacer sus necesidades de la manera mas confortable y cómoda. Enfocándose en cuan importante es para que su servicio se cumpla en el tiempo justo.

Plan de Marketing para el Posicionamiento de la empresa Cercyluc S.A, en la ciudad de Guayaquil

A. Justificación

Actualmente la industria de la construcción se encuentra en crecimiento, esto gracias al apoyo que tiene por parte del Gobierno en su afán por desarrollar proyectos urbanísticos en beneficio de los ecuatorianos.

En el mercado ecuatoriano existen competidoras dentro de la misma categoría de Cercyluc S.A de origen nacional e internacional, las cuales tienen un posicionamiento bien claro.

La empresa Cercyluc S.A a pesar de contar con una trayectoria de 10 años en el mercado, no tiene un reconocimiento dentro del mismo, nadie por cuenta propia se acerca hasta la empresa a requerir sus servicios, ya que su dueño se maneja con un perfil bajo consiguiendo clientes entre su círculo de amistades.

Por lo cual se realizará un plan de marketing integral para la empresa Cercyluc S.A debido a que la empresa no está posicionada en el mercado de las micro constructoras y esto hace que sus ventas se vean afectadas directamente ocasionando cada vez más bajas en las mismas.

Con dicho plan antes mencionado se busca un incremento directo en participación de mercado diferenciándose de la competencia en cuanto a su rapidez en servicios y sus procesos de garantía, logrando así preferencia entre los compradores de los servicios.

B. Problemática

La empresa Cercyluc S.A siempre ha manejado una política de captación de nuevos clientes no suficiente dentro del Sector que se desenvuelve y dentro de su categoría. Esto se daba porque sus ventas en años anteriores eran altas, debido a que no tenía mayor competencia dentro de la misma categoría, minimizó a sus competidores no dándoles la debida importancia e influencia que éstos merecían dentro del mercado.

Nunca se trabajó sobre un plan de acciones para dar a conocer la empresa, siempre basaron la captación de clientes por medio de las influencias que maneja el Presidente de la misma, actualmente cuenta con 4 clientes potenciales los cuales a su vez tienen grandes contratos con empresas públicas y privadas.

La empresa no está posicionada, muy a pesar de contar con el personal idóneo para los trabajos realizados, la infraestructura adecuada, la materia prima que se requiera en el momento indicado para el desarrollo del servicio, dejando así una brecha abierta para que la competencia se aproveche de esta situación y gane ventaja sobre la empresa, se dice que no esta posicionada en base a su cartera de clientes la cual esta conformada por una empresa del sector público y las otras dos pertenecientes al sector privado.

C. Objetivos

GENERAL

“Elaborar un Plan de Marketing integral, considerando Ventas y Comunicación, en el mercado Guayaquileño”

Específicos

- ❖ Diagnosticar ¿Qué se conoce de la empresa en el mercado?
- ❖ Establecer los medios comunicacionales idóneos.
- ❖ Elaborar el concepto de la campaña comunicacional.
- ❖ Analizar la factibilidad del proyecto, para comprobar que la inversión será recuperada.

D. Resultados Esperados

Mediante la información obtenida en la investigación de mercados se pudo determinar que la empresa no está posicionada en el nicho de las micro constructoras, debido al poco interés por parte de dueño de la misma en comunicar la empresa en la ciudad de Guayaquil.

Con la implementación de las estrategias comunicacionales del marketing y la motivación hacia los empleados se espera en los 5 años haber alcanzado el 20 % de posicionamiento en la mente de los consumidores, a su vez incrementando las utilidades en un 25 % al finalizar los 5 años, todo esto logrado a través del incremento que se proyecta en ventas que asciende al 4 % anual.

E. Marco Teórico

Marketing de Servicios

1.- Diferencia entre los bienes y los servicios

Según (Hoffman & Baterson, 2005) al momento de diferenciar los bienes y los servicios las empresas no lo tienen claro en la mente ya que un servicio no es siempre puro al cien por ciento, debido a que dentro del servicio siempre se incluye un bien tangible. Por lo cual no se puede separar al bien del servicio y al servicio del bien ambos van de la mano en casi todos los casos por no decirlo en todos.

2.- Proceso de decisión del consumidor en el marketing de servicios

Según (Hoffman et al, 2005) dicho proceso conlleva 6 etapas importantes dentro de la elección del cliente por un servicio y estas son: estímulo,

conciencia del problema, búsqueda de información, evaluación de alternativas, elección, evaluación después de la compra. Cada una de estas fases dentro del proceso tiene una definición:

- ❖ **Estímulo.**- son varias actividades que sirven para que la persona se vea incitada a la posibilidad de una compra.
- ❖ **Conciencia del problema.**- en esta etapa es donde el cliente analiza si en verdad necesita el producto o servicio, o solamente se trata de un deseo generado por el estímulo.
- ❖ **Búsqueda de información.**- en esta fase, luego de haber reconocido que tiene una necesidad o deseo, el consumidor comienza a buscar información referente o relevante de acuerdo con lo que éste necesita.
- ❖ **Evaluación de las alternativas.**- aquí es el momento donde el cliente empieza a analizar quién le ofrece mejores beneficios a un costo bajo, además analiza muchos aspectos como, status del lugar, comodidad, accesibilidad, etc.
- ❖ **Elección.**- después de haber analizados los factores relevantes para el, procede a decidirse si se queda en el lugar A o B.
- ❖ **Evaluación después de la compra.**- luego de estar haber consumido el servicio los clientes tienden a tener dudas sobre el mismo, por lo cual las empresas actúan de manera rápida dándoles la sensación de haber tomado la mejor elección, lo hacen a través de garantías, cartas, obsequios, llamadas, etc.

1.- Diferencia entre los bienes y los servicios

Según (Ildefonso Grande, 2005) los bienes son los resultados tangibles, los servicios son una prestación, un esfuerzo o una acción. Por lo cual se puede decir que un bien y un servicio siempre están estrechamente ligados.

2.- Valorar las opciones de posicionamiento

Según (Ildefonso Grande, 2005) manifiesta que las empresas pueden elegir de que manera posicionarse, éstas pueden ser:

- ❖ **Posicionarse por las características del servicio.-** al momento de comunicar un servicio se debe seguir el enfoque de comunicarlo como lo que es, un servicio no un enfoque en base a un producto, esto lleva al fracaso a las empresas de servicio.
- ❖ **Reforzar la posición.-** consiste en valorar la imagen actual como un punto fuerte para diferenciarse de los competidores.
- ❖ **Ocupar un nicho libre.-** esta estrategia consiste en encontrar un atributo que no caracterice a ningún competidor y conseguir que se asocie a la empresa.
- ❖ **Posicionamiento basado en los beneficios.-** las empresas deben buscar que es lo que quiere el mercado y conseguirlo.
- ❖ **Reposicionarse.-** el reposicionamiento consiste en una estrategia de diferenciación basada en destacar nuevos atributos.

Todos los puntos antes mencionados son los que el autor menciona como la forma de ganar u obtener un posicionamiento en el mercado, ya que el mismo no es fácil de lograr debido a la gran cantidad de competidores que se incrementan en el mercado día a día. Los mismos que por ser nuevos en el segmento buscar ingresar de manera agresiva a competir.

Si se toma en cuenta todos los temas analizados en cuanto al marketing de servicios, se debe decir que la importancia del marketing dentro de esta categoría ha tenido un crecimiento alto en los últimos años, ya que los esfuerzos de las empresas ya no solo están basados en brindar el mejor producto destacando la calidad del mismo, sino que ahora conlleva un proceso más largo, debido a que van de la mano la venta del producto con la prestación del servicio.

Los autores en sus afirmaciones anteriores concuerdan en que no se puede decir que un servicio es puro al cien por ciento, ni tampoco que un producto lo sea al cien por ciento; ya que siempre se va a necesitar del servicio de cualquier persona para la comercialización del producto, es decir un producto por si solo no puede comercializarse, ej.: si se tiene una empresa que comercialice carteras en un local comercial, se debe contar con personas que asesoren a los clientes en la compra de las mismas, que destaquen su materiales de elaboración, su durabilidad, etc. entonces queda claro que no se los puede separar el uno del otro.

Muy a pesar de dejar clara la diferencia de los dos, hay quienes confunden que si solo distribuyen productos no deben tener mayor interés o importancia en sus departamentos de servicios, cuando en el mercado se ve que hay empresas que cuentan con productos de primera calidad en cuanto a materiales y procesos de fabricación, pero han decaído sus ventas porque no tienen el personal adecuado para brindar el soporte necesario a los consumidores.

Cuando éstos se dirigen a las tiendas a comprar son atendidos de mala gana, con malas caras y si se procede a preguntar por la utilidad de uno u otro producto tienen la prosa de decirle solo si va a comprar se le baja y se le muestra el producto porque sino lo va a hacer no los haga pasar tiempo por gusto. No se dan cuenta que su función ahí es la atender al cliente cuantas veces requiera la misma, sin importar si ya se lo atendió o no, ya que a la final la empresa dependerá de las compras que este haga y el tiempo de recompra que tenga con la empresa.

Poder diferenciar entre los bienes y servicios, dentro del proyecto de titulación aportará para la realización de planes de acción enfocados no a la separación de los dos, sino al apoyo que debe darle el uno al otro, este tema tiene que ver con los servicios. Pero en la prestación de dichos servicios también se entrega un producto en varias ocasiones y dependiendo del tipo de trabajo que se solicite realizar.

En un sistema de circuito cerrado se tendrá que añadir el producto al servicio, ya que se deberá incluir cámaras para la prestación del mismo, aunque en ocasiones el cliente provee las cámaras, cables, etc.

Conocer que etapas influyen en el momento de la verdad, ya que estas marcarán pautas a seguir en cuanto al servicio, permitirá determinar que tipo de información acerca de los servicios se debe mostrar o tener disponible para los consumidores, ya que éstos son exigentes y ahí factores mínimos que ellos analizan antes de comprar un servicio, lo hacen de manera mas minuciosa en relación con la compra de productos.

Al momento de adquirir el servicio mucha influencia va a tener la atención que se tuvo con el cliente en cada una de las fases, ya que si se comporto indiferente con el este se irán de la empresa y no le importará dejar de comprar este servicio.

Luego de haberles entregado los servicios, se debe trabajar en estrategias que permitan hacerles sentir que hizo la mejor decisión en haber elegido esta empresa de servicios, para que no se genere la duda y la incertidumbre en su mente, ya que de esta manera se garantizará a la empresa la recompra por parte de ese cliente.

El proyecto de titulación también aportará para generar acciones que permitan posicionar un servicio, ya que no es lo mismo que se hable de posicionar un producto que el de un servicio, porque al producto se lo puede posicionar destacando sus atributos físicos y tangibles para el consumidor.

Cuando se habla de un servicio hay que tener claro que se debe lograr que éste pueda percibirse haciéndolo tangible de alguna forma, se lo puede hacer buscando un nicho libre; es decir basándose en una estrategia que los identifique como única, destacando un atributo del servicio que no lo tenga ninguno de los competidores.

Comportamiento del Consumidor

1.- ¿Qué es el comportamiento del consumidor?

Según (W. L. Wilkie, 1994) es el conjunto de actividades que realizan las personas cuando seleccionan, compran, evalúan y utilizan bienes y servicios,

con el objeto de satisfacer sus necesidades y deseos, actividades en las que están implicados procesos mentales y emocionales, así como acciones físicas.

2.- Diferencia entre consumidor y cliente

Según (Mollá, 2006) existe una diferencia entre cliente y consumidor, ya el cliente es el que compra para realizar una posterior venta, en cambio el consumidor es aquel que compra para su uso personal dicho producto o servicio.

3.- Los grupos y su influencia sobre el consumidor, tipos de grupos

Gráfico A: Grupos de Referencia



Fuente: <http://betoalonso.wordpress.com/>

Según (Mollá, 2006) existen dos tipos de grupos claramente definidos entre los consumidores y son: los de pertenencia y los de no pertenencia.

Los grupos de pertenencia pueden subdividirse en: primarios y secundarios, dentro de los primarios están la familia, los amigos son las personas que mantienen una relación estrecha y de constante comunicación entre ellos. Por otro lado los grupos de no pertenencia pueden subdividirse también en: aspiracionales. Estos tienen un grado de influencia mínima sobre el consumidor pero que si la ejercen con frecuencia.

¿Qué es el comportamiento del consumidor?

Según (Rivera, Arellano y Molero, 2000) el es estudio de cómo y por qué compran los consumidores.

Diferencia entre consumidor y cliente

Según (Rivera et al, 2000) el cliente es: quien compra periódicamente en una tienda y el consumidor es: quien consume el producto para obtener su beneficio central o utilidad.

Tabla A: Teorías del Comportamiento Del Consumidor

TEORÍA	CONCEPTO	USO EN MARKETING
ECONOMICA	Maximizar beneficios. Se compra lo más rentable.	La prueba del calendario, es más económico.
PSICOANALISIS	Lo que usa la gente es por eros o thanatos.	Dos Donuts, Prohibido para menores
APRENDIZAJE	Se aprende o modifica la conducta por repetición	Publicidad de Cervezas, Coca
PSOCIOSICOLOGICA	La gente actúa por influencia de grupos de referencia.	No dejen que se lo lleven Nueve de cada diez lo usan Lo usan las estrellas.

Fuente: Jaime Rivera Camino, Rolando Arellano Cueva, Víctor Manuel Molero Ayala (año 2000)

Teoría Económica.- en esta teoría según (Rivera et al, 2000) el consumidor escoge de acuerdo a sus necesidades y a la relación calidad-precio, es decir que el consumidor elige entre muchas alternativas antes ya consideradas y luego decide cual es la que le va a brindar la mayor satisfacción a un menor precio, . Se puede decir entonces que se trata de una compra racional en la que se analiza mucho el precio del bien o el servicio que se esta adquiriendo, dentro de la cual encajan las ofertas, rebajas y promociones. Pero sin embargo también dice que no describe como se forman las preferencias de un producto o marca.

Teoría Psicoanálisis.- en esta teoría según (Rivera et al, 2000) el consumidor aquí ya no se comporta de manera racional frente a la compra sino que lo hace de manera impulsiva. Estos impulsos tienen dos formas: el sexual y el agresivo, éstos se manifiestan de forma oculta ya que en la sociedad ecuatoriana no son bien visto, por ende no se les puede dar un reconocimiento pleno en público; es aquí donde más influye la presencia de la publicidad subliminal, la cual no le dice directamente que haga algo pero muy por debajo le incita a hacerlo.

Teoría del Aprendizaje.- según (Rivera et al, 2000) dice que luego que el consumidor ya ha experimentado o ya ha consumido con anterioridad un producto creará una fidelización a la marca o producto, debido a que no está dispuesto a experimentar cambios en sus consumos porque estos le pueden causar algún tipo de malestar. Puesto que ya conoce el producto o marca que consume y no está dispuesto a invertir otra vez tiempo en conocer otro producto nuevo. Esta teoría ayuda mucho a tener clientes fieles a la empresa, porque el consumo que ha tenido del producto que ha probado le ha resultado satisfactorio lo ha ayudado a cubrir sus necesidades. No quiere cambiarse así sea que el producto que le ofrezcan parezca mejor, no desea experimentar un nuevo proceso en la compra, este tipo de consumidores les gustan que se le den muestras gratuitas, ellos se arriesgan a probar algo sin gastar dinero, es decir sino satisface las necesidades no importa porque no tuvo ningún costo.

Teoría Social.- según (Rivera et al, 2000) hoy en día el comportamiento de consumo en cuanto a bienes y servicios es diferente en relación con años atrás, ya que anteriormente los consumidores buscaban satisfacer sus necesidades y no contaban con variedad de alternativas, actualmente los consumidores adoptan comportamientos de consumo y lo hacen porque quiere pertenecer a los grupos sociales que se manejan en la sociedad. Los cuales buscan destacarse entre ellos mismos para dejar en claro cual tiene más poder, más amistades o más influencias, ya que buscan identificarse con sus líderes de referencia o de opinión. Muchas veces compran un producto solo porque quieren pertenecer a un grupo para sentirse identificados, a pesar de no necesitar realmente el producto.

Si se reflexiona en los temas analizados en cuanto al Comportamiento del Consumidor, se puede decir que es de suma importancia conocer los consumidores del servicio, ya que no es tan sencillo como parece, sino se

conoce quien compra los servicios, no se sabrá realmente hacia quien va dirigido el servicio, no se podrá determinar con exactitud el plan a seguir para satisfacer las necesidades de este mercado.

Se dice que los autores en sus afirmaciones llegan a la misma conclusión que primero se debe analizar porqué compran los consumidores, cuales son las motivaciones o en que basan sus deseos y necesidades, de adquirir x o y producto, marca o servicio.

No todos los clientes son consumidores, ni todos los consumidores son clientes, en ocasiones se confunden ambos términos y se termina mezclándolos y afirmando que es lo uno igual que lo otro, cuando no es así, ya que se puede tener un sin número de clientes pero que no son consumidores de los productos o servicios; es decir realiza la compra pero no le da un claro concepto del confort y comodidad que se brindó en el servicio ya que solo pago pero no hizo uso del mismo, sino que se lo dio a otra persona.

Es por esto que se debe tener claro en la investigación de mercado, a quien se dirige la investigación y esta debe ser a los consumidores y no cliente, los consumidores darán el estado real del nivel de satisfacción que existe entre ellos en cuanto a los servicios que se brindan.

Para el proyecto de titulación se determina que el aporte del comportamiento del consumidor ayudará a definir quien esta comprando los servicios y que lo esta motivando a la compra, tomando en cuenta que existen dos tipos de grupos que influyen en dicha decisión, los de pertenencia y los de no pertenencia; en el primero la influencia de terceros es bastante directa sobre el decisor de compra, mientras que en el segundo no influyen mucho, ya que estos son influyentes indirectos, dentro de este proyecto de titulación se puede decir que ambos grupos entran. Ya que este servicio va dirigido a empresas y personas naturales dentro de las empresas se cuenta con micro constructoras que son reconocidas como de prestigio con un estatus en el mercado.

También se consideran las teorías para analizar en cual de ellas se encuentran estos consumidores o cual influye en su compra, permitiéndole a

la empresa encaminar las estrategias comunicacionales que se efectuarán para lograr los objetivos trazados, con anterioridad.

Branding (Posicionamiento)

Según (Trout & Rivkin, 2000) las cosas solo pueden empeorar debido a que mientras más opciones hayan de elegir, mayor a va a tener que ser el esfuerzo del departamento creativo, porque los consumidores tendrán mayor alternativas entre las cuales elegir.

Se debe ser muy cuidadoso y no dejar de prestarle atención a las pequeñas cosas que los hacen únicos, a veces se trata de conseguir consumidores de la manera menos adecuada, tratando de ofrecer de todos los servicios para todos los consumidores perdiendo así el enfoque del segmento y del servicio.

También dice que el mundo es un lugar que no perdona a los débiles, si la empresa se empieza a desenfocar estará cavando su propia tumba, y que de estas debilidades se aprovechara la competencia para tomar ventaja sobre la marca, producto o servicio que se comercialice.

Según (Trout et al, 2000) dice que para entender la emoción y la elección se debe ir al fondo del asunto, hay que entrar en el contexto de la psicología, solo así se entiende como influyen en la capacidad para tomar decisiones.

Según (Trout et al, 2000) no sólo se trata de ser creativo, brillante e imaginativo. Todo es cuestión de lógica una ciencia que tiene que ver con las reglas y pruebas del conocimiento correcto. Por lo cual se toma en cuenta varios pasos para proceder a la diferenciación:

1.- Tener sentido dentro del contexto.- los argumentos no se generan en el vacío. Siempre hay competidores cerca que intentan crear sus propios argumentos. El mensaje debe tener sentido en el contexto de la categoría a que se dirige.

2.- Encontrar la idea diferenciadora.- ser diferente significa no ser igual. Ser único significa que no existe nadie como uno. Por lo que la diferencia no esta presente en el producto sino en el servicio.

3.- Tendencias las credenciales.- Si el producto cuenta con una diferencia, se debe ser capaz de mostrarla. Esta demostración se convierte, a su vez, en la carta de presentación que se necesita; es decir nadie durará de su diferencia mientras sea creíble.

4.- Comunicar la diferencia.- así como no puede guardar la luz en una canasta, no se puede guardar su diferencia en una envoltura. La moraleja es que nada es demasiado cuando se trata de comunicar aquello que lo hace diferente.

En algunas ocasiones según (Trout et al, 2000) indica que a veces ni la mejor idea del mundo es suficiente sino se cuenta con el dinero o recursos para hacerla despegar.

Según (Trout et al, 2000) ser rico ayuda, ya que en marketing los ricos pueden hacerse más ricos porque tienen los recursos para dirigir sus ideas hacia la mente de las personas que quieren llegar.

Según (Trout et al, 2000) posicionamiento es la forma en que uno logra diferenciarse en la mente del consumidor.

Según (Trout et al, 2000) la percepción es selectiva, al igual que nuestra memoria. Estamos condicionados por una limitación fisiológica; es decir, somos incapaces de procesar cantidades infinitas de estímulos.

La memoria es la forma en que retienen información a lo largo del tiempo. La memoria no es solo la capacidad de almacenar un número telefónico; más bien se trata de un sistema dinámico que es utilizado en todas las facetas de los procesos mentales.

No se debe tratar de contar una historia, basta con enfocarse en una idea que cuente con un gran potencial diferenciador y llevarla de la forma más directa posible a la mente de los consumidores.

Es necesario saber o reconocer que hoy en día existe una gran cantidad de ofertantes en el mercado los cual buscan diferenciarse a través de la

comunicación masiva o BTL (publicidad no tradicional), si se habla de comunicación masiva se debe establecer con anterioridad a quien va dirigida, porque se esta hablando de un servicio especializado, por ende no todos los medios comunicacionales son para todos los productos ni para todos los servicios. Porque hay segmentos especializados y medios debidamente dirigido a estos segmentos.

Hay muchos productos y servicios en el mercado sean de procedencia nacional o extranjera por lo cual las empresas buscan la manera de diferenciarse entre tanta variedad, ya que sino lo hacen de la manera mas adecuada esto representará pérdidas y desprestigio, ya que vale reconocer que los clientes asocian en su mayoría los productos o servicios con las empresas encargadas de comercializar los mismos.

Es importante entender con anterioridad qué necesita un cliente para marcar las pautas o planes que se van a seguir en un futuro, ya que sino se sabe ni la razón por la cual compran los clientes entonces no se sabrá que es lo que debe de hacer para satisfacerlos como tal.

Tener un espacio en la mente de un consumidor no es nada fácil, ya que siempre va a estar pendiente de lo que la otra empresa le dice acerca del mismo producto que actualmente consume, si se les comunica a los consumidores que esta pasta mantiene el aliento fresco por doce horas cuando realmente se sabe que es solo por 6 hora, desde ahí se esta actuando mal como empresa; es decir se le esta comunicando al consumidor una mentira que en un futuro va a resultar perjudicial para la empresa, porque si la competencia saca realmente una comunicación donde muestra que es solo por 6 horas la frescura se le esta previendo una brecha en la cual se puede afianzar como empresa, marca o producto.

Como empresa se debe conocer que es lo que se va a decir al mercado que comunicación se va a lanzar, conocer estas pautas ayudarán al proyecto a definir en base al conocimiento del consumidor que comunicación se emitirá; es decir cuales serán los atributos que se resaltarán del mismo. Para ganar un espacio en la mente del consumidor ya que en la actualidad no tiene dicho espacio ganado.

Modelo a seguir:

Después de todos los puntos analizados y las materias que se han tomado en cuenta para la realización de este proyecto se ha llegado a la conclusión que se necesita un modelo a seguir para obtener los objetivos trazados con anterioridad.

Por lo cual a continuación se mostrará lo que se va a hacer a través de dicho modelo.

Gráfico B: Modelo a Seguir



Elaborado: Autora

CAPÍTULO I

ANÁLISIS SITUACIONAL



1 ANÁLISIS SITUACIONAL

1.1 Análisis del Micro entorno

1.1.1 Reseña Histórica

Su dueño el Ing. César Rodríguez desde que tenía 16 años de edad y cursaba el 3er año de Bachillerato tuvo la idea de crear una empresa de servicios eléctricos que se enfocará en satisfacer las necesidades de un segmento pequeño con características específicas, esa idea la mantuvo a lo largo de muchos años y no podía cristalizarla por su corta edad y experiencia en el mercado, por lo que comenzó a desarrollar su vida profesional en empresas pequeñas en las que conoció como se maneja la prestación de servicios, en estas también se relacionó con muchas personas influyentes en empresas privadas y públicas.

A los 30 años de edad que ya había alcanzado estabilidad económica y experiencia profesional decide que es tiempo de crear su propia empresa la cual llamaría Cercyluc S.A, este nombre se da en base a las siglas de sus nombres y apellidos, no perdió el enfoque que tuvo en el comienzo en que esta satisfaga el nicho de mercado de las empresas de distribución de energía de la sociedad guayaquileña para iniciar sus actividades y que con el pasar del tiempo conquistara otras ciudades e inclusive se implementen servicios dirigidos a otros sectores convirtiéndose así en una prestadora de Multiservicios.

Esta empresa se dedica a la prestación de servicios en el Sector Industrial, tiene una trayectoria de 10 años en el mercado guayaquileño.

Su actividad la basa directamente dentro del area de la electricidad, siendo generadores de servicios de empresas públicas y constructoras.

1.1.2 Misión

Ofrecer servicio técnico con profesionalismo, abarcando varias categorías de mercado dentro del mismo sector industrial.

1.1.3 Visión

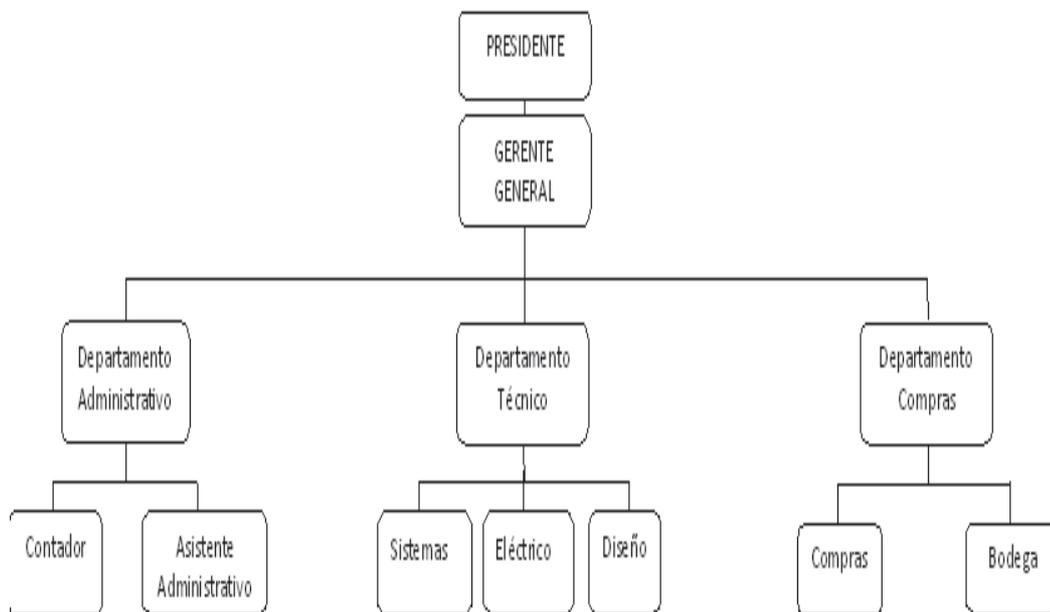
Ser una empresa líder en la prestación de multiservicios, dentro del mismo sector.

1.1.4 Valores Corporativos

- ❖ Servirle mejor es nuestro compromiso.
- ❖ Calidad
- ❖ Profesionalismo
- ❖ Honestidad.
- ❖ Integridad
- ❖ Transparencia.

1.1.5 Organigrama General

Gráfico 1: Organigrama General



Elaborado: Autora

1.1.6 Organigrama Departamental

Gráfico 2: Organigrama Departamental



Elaborado: Autora

1.1.7 Cartera de Productos

Esta dirigida al sector industrial, prestando servicios de:

- ❖ Instalaciones Eléctricas de media y baja tensión
- ❖ Sistemas de cableado estructurado.
- ❖ Sistemas de alarmas contra incendios
- ❖ Circuitos cerrados.
- ❖ Corte y Re conexión

1.1.8 Objetivos Organizacionales

Objetivo General

- ❖ Brindar soluciones en servicios eléctricos a los nichos de mercados de las Empresas Eléctricas (Públicas) y Constructoras en el mercado Guayaquileño.

Objetivos Específicos

- ❖ Establecer una identidad corporativa de la empresa en la mente de los empleados y directivos.
- ❖ Facilitar a los clientes información actual acerca de nuestros servicios.
- ❖ Brindar calidad en los servicios, medido en base al tiempo de respuesta.

En términos generales se puede decir que la empresa tiene cada una de sus funciones bien establecidas y enfocadas de acorde con la actividad comercial que realiza, cuenta con una misión y visión clara, precisa y concisa. Cuentan con valores corporativos claros y se esfuerzan en lograr que toda la organización cumpla en cabalidad con estos. Tienen trazados objetivos que quieren alcanzar para mejorar el crecimiento de la empresa e inclusive obtener más ingresos a través de metas trazadas.

1.2 ANÁLISIS MACRO ENTORNO

1.2.1 Entorno Económico

Producto Bruto Interno (PBI).- Es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado.

Tabla 1: Crecimiento del PIB (Producto Interno Bruto) por Sectores

Crecimiento del PIB por Sectores

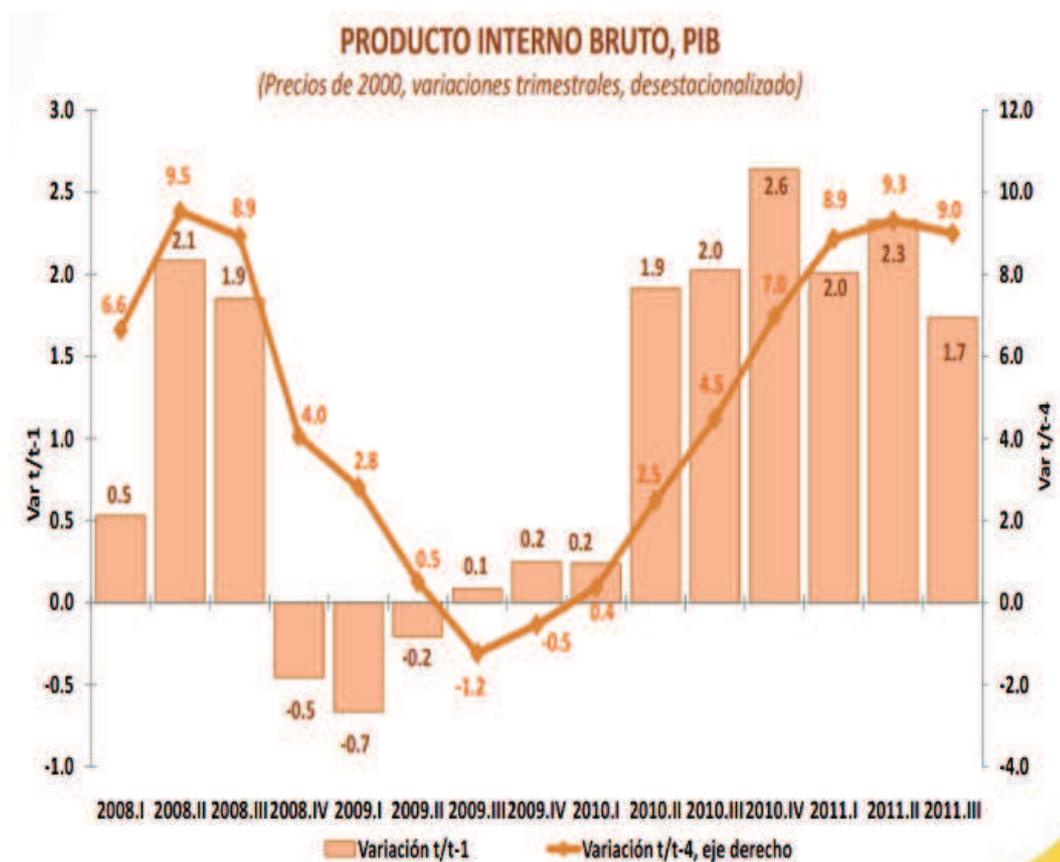
En porcentajes

Rama de Actividad / Años	2008	2009	2010	2011	2012
A. Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	5,4	1,5	-0,2	4,6	5,0
B. Explotación de Minas y Canteras	1,0	-2,4	-2,5	5,4	0,4
C. Industrias Manufactureras (excluye refinación de Petróleo)	8,1	-1,5	6,7	6,2	9,4
Carnes y Pescado Elaborado	5,9	0,7	3,9	6,6	10,3
Cereales y Panadería	2,6	3,3	9,4	2,6	5,9
Elaboración de Azúcar	2,8	-10,0	24,5	5,3	7,7
Productos Alimenticios Diversos	4,7	-6,0	-2,4	4,6	5,6
Elaboración de Bebidas	16,5	6,6	17,1	14,0	22,8
Fabricación de Productos Textiles, Prendas de Vestir	2,6	3,8	6,0	7,2	9,2
Producción de Madera y Fabricación de Productos de Madera	16,0	-25,7	13,9	10,0	11,0
Papel y Productos de Papel	14,1	3,0	4,5	-0,7	5,6
Fabricación de Productos Químicos, Caucho y Plástico	16,4	10,7	10,1	4,5	8,9
Fabricación de Otros Productos Minerales no Metálicos	8,6	3,5	1,5	3,0	4,9
fabricación de Maquinarias y Equipos	21,6	-5,4	23,2	7,5	7,5
D. Suministro de Electricidad y Agua	20,2	-12,2	1,4	8,0	5,0
E. Construcción y Obras Públicas	13,8	5,4	6,7	14,0	5,5
F. Comercio al por Mayor y al por Menor	6,6	-2,3	6,3	6,6	6,0
G. Transporte y Almacenamiento	5,4	3,7	2,5	6,1	5,3
H. Servicios de Intermediación Financiera	11,2	1,7	17,3	7,8	3,5
I. Otros Servicios	7,1	1,7	5,4	5,5	5,4
J. Servicios Gubernamentales	14,6	5,4	0,5	2,8	5,3
K. Servicio Doméstico	-5,5	0,5	4,7	0,5	1,0

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: El Financiero Digital

Gráfico 3: Producto Interno Bruto, PIB



Fuente: Banco Central del Ecuador

El PIB (Producto Interno Bruto) del Ecuador se incrementó en 1,7 % (a precios constantes de 2000), en el tercer trimestre de 2011, respecto al trimestre anterior (t/t-1), y en 9 % respecto al tercer trimestre de 2010 (t/t-4).

En el tercer trimestre de 2011, la Construcción (privada y pública); Otros servicios; Manufactura (excluye refinación de petróleo); Refinación de Petróleo y Comercio, fueron las industrias que más contribuyeron al PIB (Producto Interno Bruto).

Incluye hoteles, bares y restaurantes; comunicaciones; alquiler de vivienda; servicios a empresa y hogares; salud y educación pública y privada.

Inflación

Es un fenómeno económico que se produce cuando hay un alza sostenida de precios en la economía.

Gráfico 4: Inflación Acumulada en Enero de cada Año



Fuente: Banco Central del Ecuador

En Febrero de 2012 la tasa de inflación mensual se ubicó en 0,78 %, en febrero de 2011 fue de 0,55 %.

La Inflación anual en febrero 2012 fue de 5,53 % hace un año esta cifra se ubicó en 3,39 %.

La inflación acumulada es de 1,35 % en febrero de 2011 se ubicó en 1,24 %.

Las cifras estadísticas nos indican que la producción economía del país hasta febrero del 2011 ha alcanzado un porcentaje del 1,35 % superior al año 2011 que se ubicó en 1,24 %, dado que los sectores que más productivos con mayor contribución fueron: Servicio, Comercio, Construcción y Otras Ramas, situación inversa que perciben los otros sectores tales como, la agricultura – caza-ganadería y Explotación de minas.

El indicador del IPC revela que hay una variación de 0,78 % año 2012 mientras en febrero del 2011 es 0,55 %, examinando una evolución en los precios de los artículos y servicios.

PIB Sectorial

Nos muestra detalladamente el ingreso de cada industria que conforma el PIB Nominal.

Gráfico 5: Contribución de las Industrias a la variación trimestral del PIB (Producto Interno Bruto)



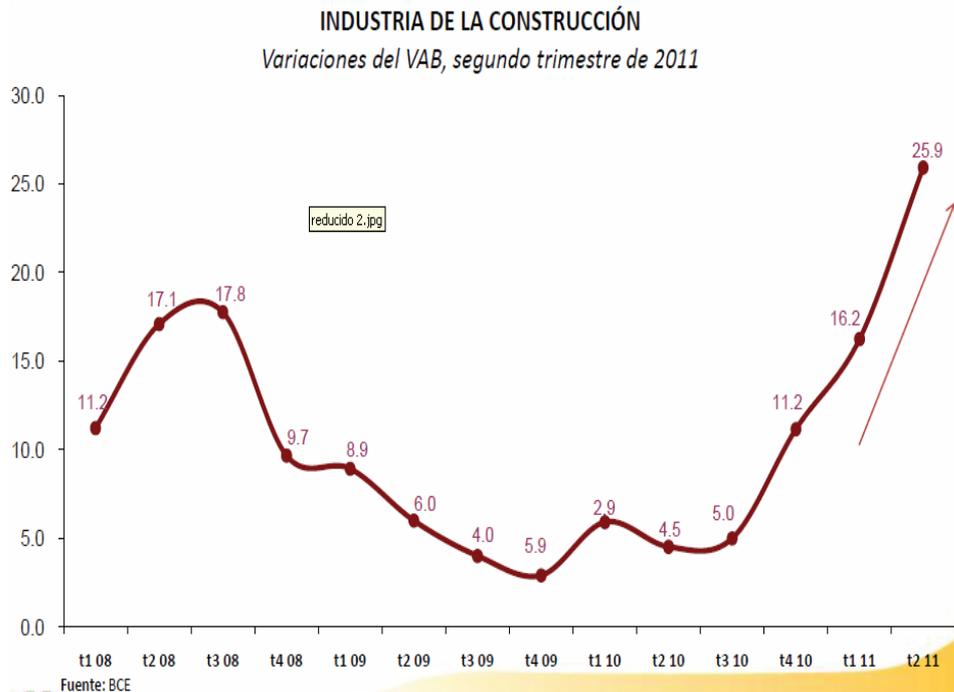
Fuente: Banco Central del Ecuador

Industria de la Construcción

La actividad del sector de la construcción (privada y pública) presentó un incremento de 25,9 % en relación al segundo trimestre de 2010. Esta evolución se originó, entre otras causas, por la continuación y nuevos proyectos de infraestructura civil ejecutados por el Estado y el aumento de programas inmobiliarios privados y públicos. Es la industria que más contribuyó al crecimiento del PIB (Producto Interno Bruto) con 2,45 %. Al finalizar el tercer

trimestre industria de la construcción apporto con 6,6% al PIB (Producto Interno Bruto)

Gráfico 6: Variaciones del VAB (Valor Agregado Bruto)

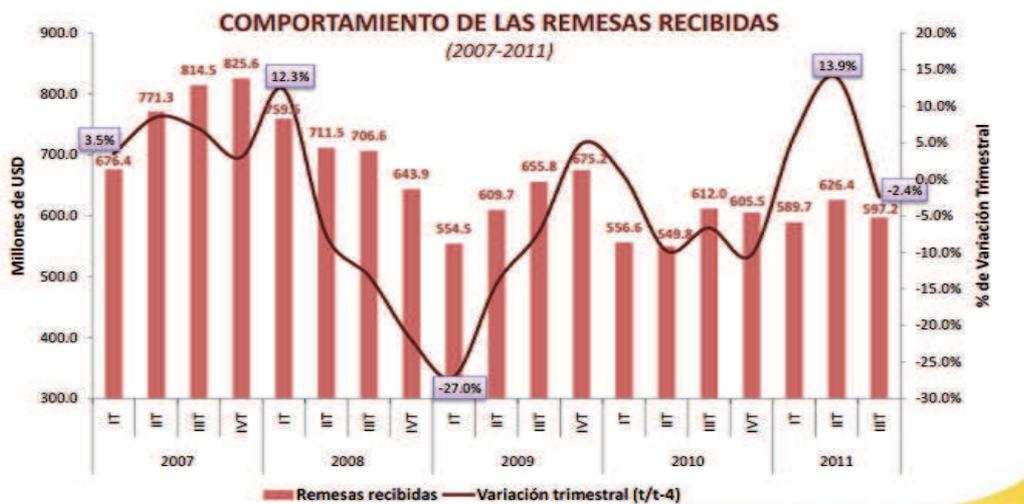


Fuente: Banco Central del Ecuador

Remesas Recibidas

Son valores monetarios, que llegan al país enviadas desde el extranjero por parte de los ecuatorianos que migraron.

Gráfico 7: Comportamiento de las remesas recibidas, 2007-2011



Fuente: Banco Central del Ecuador

Las remesas recibidas durante el tercer trimestre de 2011 alcanzaron la suma de USD 597 4 millones, esto es 4,6 % menos que el trimestre anterior (USD 626 4 millones) y 2,4 % menos en relación al monto registrado en el tercer trimestre de 2010 (USD 612 0 millones). La disminución del flujo de remesas en el tercer trimestre de 2011, se atribuye a las desfavorables condiciones económicas que registraba España, marcada por el desempleo y la pérdida de poder adquisitivo.

Luego de haber analizado cada uno de los indicadores antes mencionados se puede llegar a la conclusión que el país a pesar de haber atravesado la crisis económica en el 2009 (origen EE.UU) afectación mundial, presenta en la actualidad una gran recuperación en la economía ya que el PIB en lo que va del año ha tenido un crecimiento considerable en base al repunte de algunos sectores como lo son el de la Construcción, que se colocó entre el de mayor aporte al desarrollo monetario, todo esto gracias a la importancia que le está dando el Gobierno Ecuatoriano a grandes proyectos de desarrollo civil para la mejora social de sus habitantes.

También tenemos las remesas recibidas de los migrantes, las cuales a pesar de haber decrecido en relación con el tercer trimestre del año 2010, siguen siendo enviadas por los ecuatorianos, a pesar que la situación económica de algunos países Europeos (Italia, España, entre otros) es muy difícil en la actualidad, los compatriotas luchan día con día para hacer que sus familiares que moran en el Ecuador tengan una calidad de vida alta en relación a la de ellos, ya que en el

momento en que decidieron abandonar el país lo hicieron con la ilusión de buscar días mejores para sus seres amados.

1.2.2 Entorno Político – Legal

El Ecuador es conocido oficialmente como República del Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia social, democrática, soberana, independiente, unitaria, intercultural - plurinacional y laico, conformado por cinco poderes estatales: el poder ejecutivo, el poder legislativo, el poder judicial, el Poder electoral y el poder de participación ciudadana.

En noviembre de 2006, Rafael Correa fue elegido para el período 2007 - 2011. El margen electoral fue el tercero más alto en el actual período constitucional y democrático (1979 - 2007), superado únicamente por las elecciones de Jaime Roldós (1979) y Sixto Durán Ballén (1992). El 15 de abril de 2007 se eligió a la Asamblea Constituyente, la que promulgó una nueva Carta Magna, vigente desde octubre de 2008. Debido a la nueva Constitución, se tuvo que llamar a elecciones generales para designar a las autoridades, siendo así como el presidente Correa en el 2009 fue reelegido en su cargo, que desempeña desde el 10 de agosto del mismo año, debiendo terminarlo el 24 de mayo del 2013.

El 7 de Mayo la ciudadanía participó en el último evento democrático que se efectuó en el Ecuador mediante la Consulta Popular, promoviendo la cohesión económica y social en la Integración Regional.

La actual situación política del Ecuador sigue estando en vía de desarrollo, incentivando la inversión nacional y mostrando restricciones en la inversión extranjera; debido al ambiente político, jurídico y económico. Los inversionistas extranjeros argumentan estos detalles debido a los cambios de leyes que se presentan en la actualidad, estos argumentos se sostienen en los foros internacionales organizados por los institutos económicos mundiales.

En la actualidad se evidencia un alejamiento de los inversionistas tradicionales, debido a las malas relaciones diplomáticas del Gobierno actual con algunos Gobiernos extranjeros. Eso ha permitido el ingreso de nuevas potencias económicas internacionales, pero que no satisfacen las expectativas de desarrollo de nuestro país.

Se anuncian nuevas leyes en algunos de los sectores de diferentes industrias, una de las más tomadas en cuenta hoy en día es la de las Telecomunicaciones que busca implementar esquemas legales, regulatorios, de control y de gestión operativa de los servicios de telecomunicaciones. Situación que en éste escenario, rompe una serie de paradigmas y los conceptos convencionales de los servicios de telecomunicaciones y mucho más, cuando se está enfrentando a una gran realidad como es la convergencia digital de los servicios públicos fijos y móviles.

El Ecuador en la actualidad maneja leyes de aspectos educativos, sociales, Penales, etc., que buscan mejorar la calidad de vida de cada uno de los que conformamos este país.

También se ha visto afectada por la implementación de la nueva Carta Magna, ya que la empresa mantiene desde años atrás nexos laborales con la Empresa Eléctrica de Guayaquil (Empresa Pública), y en la actualidad debido a que surgieron cambios en este nuevo Gobierno los contratos con la misma han bajado en un 5 %, dejando así de generar la utilidad que generaba antes dicho contrato.

A pesar de tomar en cuenta el factor anterior también podríamos decir que la empresa tiene una oportunidad de crecimiento en el mercado; ya que el sector de la Construcción ha tenido incremento considerable en el segundo trimestre del año en curso.

Muchos grupos que integran la oposición comentan o dejan en claro que la Ideología del Gobierno actual es la típica de un dictador comunista e incluso lo relacionan mucho con su gran amigo Hugo Chávez (Presidente de Venezuela), más el primer mandatario de nuestra nación dice que el no es dictador sino que el quiere igual de condiciones para todos los ecuatorianos; manifestando que todos tenemos derecho a gozar de la riqueza de nuestro país.

Como parte de mi apreciación personal puedo decir que este Gobierno ha invertido mucho dinero en sectores que otras administraciones no invertían salud, educación, vivienda, cabe destacar que tenemos un Presidente con una personalidad definida, valores, creencias ideológicas claras, lo que le da al país otra imagen frente al mundo entero, porque en el pasado los mandatarios se

sometían a cada una de las imposiciones de los países primer mundistas, pero en la actualidad no es así. Contar con una persona soñadora en el poder es bueno para nuestra sociedad, ya que la motivación de sus sueños lo llevará a establecer claramente los puntos emergentes mediante leyes, etc.

1.2.3 Entorno Socio – Cultural

El Ecuador está conformado por 24 provincias, las mismas que constan de parroquias y cantones, los cuales tienen Gobiernos Autónomos Descentralizados, esto lo establece la nueva constitución vigente en su Art. 242 en su capítulo V.

El Ecuador posee una flora y fauna extensa por lo que se lo encuentra en la lista de los países mega diversos. Cuenta con dos tipos de clima seco y húmedo, de acuerdo a su ubicación geográfica y por la influencia de la Cordillera de los Andes. También es un país étnicamente diverso, pluricultural.

El idioma oficial y de relación intercultural es el español, con sus peculiaridades y modismos propios de cada zona o región. El quichua, el shuar, el tsáfiqui y "demás idiomas ancestrales son de uso oficial para los pueblos indígenas, en los términos que fija la ley".

Debido al ingreso de tantos extranjeros al territorio Ecuatoriano se puede decir que se ha adoptado costumbres diferentes a las nuestras en cuanto a la gastronomía, creencias, dialectos, etc.,

El 90 % de la población es católica y el otro 10 % se sitúan entre protestantes, testigos de Jehová y mormones, siendo los mormones quienes están en crecimiento.

La cultura ecuatoriana está muy pegada o arraigada a las artes escénicas, plásticas, literatura, música, manteniendo aun su origen conservador.

En la actualidad la Administración del Econ. Rafael Correa busca crear una cultura nacionalista; es decir trata de inculcar en cada uno de los ecuatorianos a que consuman productos nacionales, beneficiando así la producción local.

La empresa Cercyluc S.A, cuenta con clientes industriales; que contratan empresas que cuenten con reconocimiento y trayectoria en el mercado. Lo que afectaría a la empresa es que se adopte la cultura de pago a tiempo de las planillas de luz; es decir que los clientes ya no acumulen deudas con la empresa eléctrica, si esto se hace el trabajo decaería dentro de las distribuidoras de energía de servicios públicos.

1.2.4 Entorno Tecnológico

El gobierno del presidente ha presentado como parte de un concurso tecnológico varias propuestas tales como: bicicletas hechas de bambú, zapatos para diabéticos, software de traducción de voz a lenguaje para sordomudos, chochos (altramuces) de sabores para la alimentación escolar y muchos otros inventos innovadores.

Internet

En la actualidad 7 de cada 10 ecuatorianos usan el internet regularmente para diversos fines: desde correos electrónicos, comercio electrónico, prácticas laborales, ocio, educación, información, entre otros. Se calcula que con la reducción y ampliación de accesibilidad que se ha dado en los últimos años, el 65 % de los hogares posee internet. La fibra óptica, de mucha ayuda desde el 2010 cubre las 24 provincias del país y el auge de la conexión wi-fi mayormente por entidades públicas, junto con casi la totalidad de unidades educativas básicas y todas las universidades, forman una sociedad cada vez mas ligada al cyber espacio teniendo un gran abanico de proveedores del servicio, tanto publico como privado, cada vez mas creciente.

Telefonía

Si bien la telefonía fija se mantiene aun en el país con un crecimiento periódico, este ha sido desplazado muy notablemente por la telefonía celular, tanto por la enorme cobertura y fácil accesibilidad.

A nivel global -y regional- la capacidad tecnológica de Ecuador lo ubica en los puestos más bajos, esto a pesar del evidente incremento en el uso de Internet (suba de un 3,3 % entre 2008 y 2010) y telefonía móvil (suba de un 10,2 % en el mismo periodo) en el país, que indican los últimos datos del Censo 2010.

El incremento de la tecnología en el Ecuador, beneficia a la empresa ya que la mayoría de las empresas quieren contar con seguridad de punta mediante medios informáticos de Circuitos Cerrados, también desean minimizar los perjuicios en casos de incendios, por lo que optan por instalar sistemas de alarmas contra incendios.

Después de haber analizado cada uno de los entornos que rodean a la empresa o infieren en la misma puedo decir que se presenta un panorama muy oportunista para Cercyluc S.A, porque el repunte dentro del sector donde se desenvuelve muestra que existe oportunidad de crecimiento, por el simple hecho que el Régimen actual motive a los ciudadanos a vivir dignamente esto indirectamente beneficia, porque para vivir dignamente se esforzarán en comprar nuevas viviendas en urbanizaciones, las leyes que rigen también actualmente a la baja en los porcentajes en préstamos bancarios e hipotecarios brindando mayores facilidades de endeudamiento.

1.2.5 Análisis Competencia

En la actualidad existe mayor competencia en el segmento de los servicios eléctricos, todo esto debido al crecimiento de la industria de la construcción, ya que el Gobierno esta invirtiendo grandes cantidades de dinero en obras que buscan beneficiar a la ciudadanía ayudando a esta industria a ser una de las que más aporte al incremento del PIB (Producto Interno Bruto).

Cercyluc S.A tiene 2 competidores directos, uno en el Sector privado y el otro en el sector público

DAELNI E INSELTEL

Son empresas que tienen 8 años en el mercado Guayaquileño, son del mismo grupo empresarial, trabajan en el sector de la Construcción y Empresas Públicas. Cuentan con la ventaja que en algunos casos importan sus materiales para la realización de los proyectos, ya que tienen inversionistas extranjeros dentro de sus accionistas.

Daelni S.A

Presta servicios para la Empresa Eléctrica de Guayaquil, estos en el área de Corte y Re conexión.

Tienen contrato firmado, por este servicio cobran: \$ 846 000 anuales.

Inseltel S.A

Trabaja en el sector de las Constructoras ofrece servicios de Instalación de alta y baja tensión, circuito cerrado, cableado estructurado, alarmas contra incendio.

Los precios para las empresas constructoras se manejan de la siguiente manera:

- ❖ Una urbanización de 100 viviendas, el costo de toda la infraestructura externa que incluye Cableado estructurado, instalación de alta tensión es de \$ 300 000
- ❖ Lo que es infraestructura interna que incluye instalación de baja tensión, circuito cerrado y alarma contra incendio es de \$ 250 000 un promedio de \$ 2 500 por cada casa.

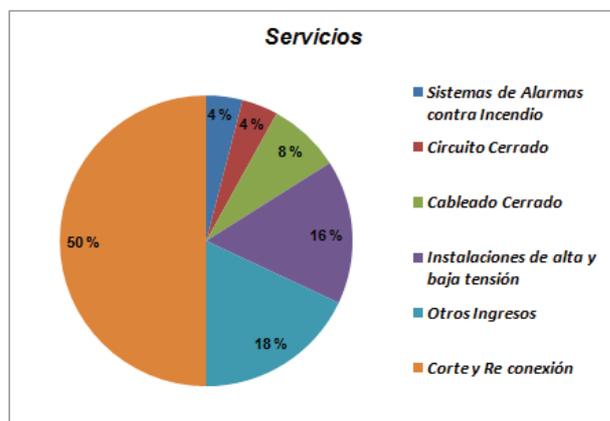
Generándose así un precio de \$ 550 000 para dicha urbanización.

Se tiene competidores pertenecientes a un mismo grupo empresarial y a pesar de tener la ventaja de constar con inversionistas extranjeros por medio de los cuales pueden importar sus materiales, esto no es ventajoso para ellos ya que los materiales importados han tenido alzas arancelarias, obligándolos así a incrementar sus precios en los servicios que prestan. Por otro lado Cercyluc S.A tiene un punto diferenciador ya que se puede competir por precios en el sector de la construcción, porque cuenta con proveedores nacionales e importadores de los cuales obtiene materiales a menor costo.

1.3 ANÁLISIS ESTRATEGICO SITUACIONAL

1.3.1 Conformación porcentual de Ventas

Gráfico 8: Conformación porcentual de ventas



Elaborado: Autora

Se detallan los servicios con los porcentajes de ventas para la empresa ya que pesar de contar con una trayectoria de 10 años en el mercado la empresa Cercyluc S.A, no es conocida en el mismo, afectando de esta manera su número de clientes, ya que la gestión realizada por el dueño de la compañía ha sido de manera discreta y se ha manejado así durante la vigencia de la empresa, su gestión de captación de cliente es a través de amistades o circulo sociales, por dicha gestión es que la empresa no cuenta con grandes cantidades de clientes.

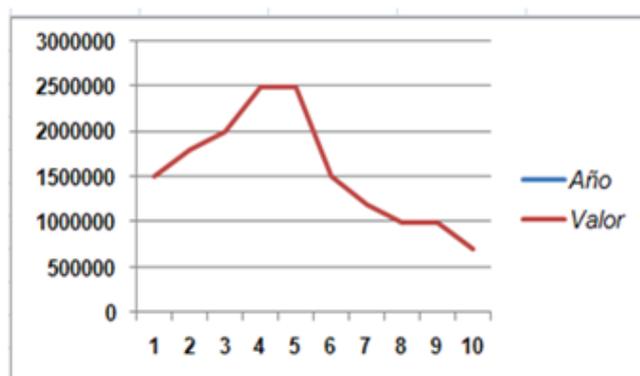
A pesar que en la actualidad sus ventas son bajas le dan solvencia a la empresa, ya que en el 2011 sus ventas brutas fueron de \$ 700 000 y a este se le agrega otro valor que se le llama otros servicios con ventas de \$ 16 345,43 contabilizados al final del año.

Los reportes de ventas del año 2011 fueron de \$ 716 345,43; visto de manera simple se determinaría que no hay problemas en la empresa; pero ya realizando una comparación de ventas del servicio con años anteriores (Histórico de Ventas), es donde se evidencia la caída de las mismas.

1.3.2. Histórico de Ventas

Tabla 2: Histórico de Ventas / Gráfico 9: Histórico de ventas

Año	Valor
2002	\$ 1 500 000
2003	\$ 1 800 000
2004	\$ 2 000 000
2005	\$ 2 500 000
2006	\$ 2 500 000
2007	\$ 1 500 000
2008	\$ 1 200 000
2009	\$ 1 000 000
2010	\$ 1 000 000
2011	\$ 7 000 000



Elaborado: Autora

Al contrario de otras empresas que sus ventas van creciendo paulatinamente, Cercyluc S.A desde el inicio de sus actividades conto con la ventaja de funcionar con contratos fijos dentro de la empresa eléctrica de Guayaquil, con la que mantuvo vínculos hasta el año 2011.

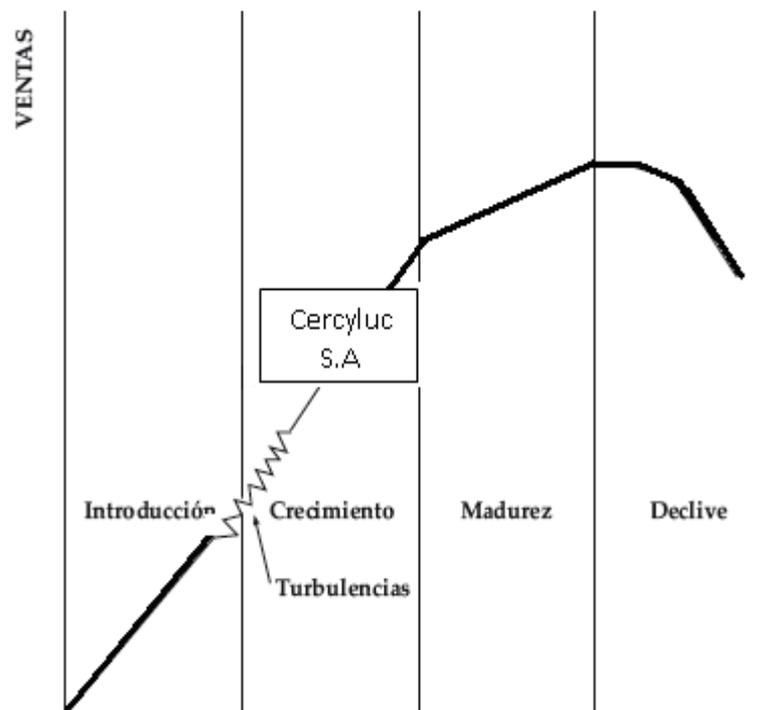
Como se puede ver en el gráfico las ventas ascendían a millones de dólares, lo que hacía que su dueño se sintiera seguro y confiado de estos contratos, motivos por lo cuales no hizo por contar con más clientes de este sector sino que

se dedico a prestar servicios al sector industrial (constructoras). Pero con el pasar del tiempo las ventas han ido cayendo porcentualmente año con año.

Uno de los factores que perjudica a Cercyluc S.A actualmente es el hecho que no cuente con una cartera de clientes numerosa en el mercado, no es conocida dentro del mismo. Pero a pesar de todos los puntos negativos que pudieran presentarse se puede destacar que aun la misma tiene la oportunidad de mantenerse en el mercado debido a que se encuentra dentro de una industria creciente, utilizando técnicas de marketing que funcionen en el mercado.

1.3.3 Ciclo de Vida del Producto

Gráfico 10: Ciclo de Vida del Producto



Fuente:

TIEMPO Google

Adaptación: Areli Llaguno

Después de analizar cada una de las etapas comprendidas dentro de dicho ciclo, establecemos que la empresa como tal se encuentra en la etapa de Crecimiento.

La empresa se encuentra dentro de la industria de la construcción y esta es una de las que más aporta al Producto interno bruto (PIB) del año 2011, ya que la demanda de casas dentro de urbanizaciones por parte de los ecuatorianos ha aumentado, beneficiando así a Cercyluc S.A en la captación de nuevos clientes (constructoras), también benefician a la empresa las gestiones realizadas por el Estado porque hoy en día se han construidos muchos hospitales y edificios con la finalidad de mejorar la imagen que tiene la ciudadanía acerca de los servicios e instalaciones del sector público.

Actualmente los ecuatorianos residentes en el país y residentes en países del exterior buscan mejorar su estilo de vida a través de la compra de casas en urbanizaciones que cuenten con seguridad privada las 24 horas, áreas verdes dentro de las mismas, lo cual le genera a las constructoras nuevos proyectos inmobiliarios y estas a su vez requerirán de Cercyluc S.A para satisfacer esa demanda existente.

1.3.4 Análisis Competitivo

1.3.4.1 MATRIZ EFI (Evaluación Factores Internos)

Tabla 3: Matriz EFI (Evaluación Factores Internos)

Factores Internos Claves	Peso	Calificación	Ponderación
FORTALEZAS			
+ Garantía	0,25	4	1,00
+ Servicio Competitivo	0,15	4	0,60
+ Tecnología	0,10	3	0,30
+ Variedad en Servicios	0,10	3	0,30
DEBILIDADES			
+ Mala ubicación geográfica	0,05	1	0,05
+ Capacitación al personal	0,15	2	0,30
+ Poco personal	0,10	2	0,20
+ Mala distribución de las labores	0,05	2	0,10
+ Falta de compañerismo	0,05	1	0,05
TOTAL	100		2,60

Elaborado: Autora

La calificación de la matriz se da bajo estos puntajes establecidos:

1= Menor debilidad

2= Mayor debilidad

3= Menor fortaleza

4= Mayor fortaleza

1.3.4.2 Matriz EFE (Evaluación Factores Externos)

Tabla 4: Matriz EFE (Evaluación Factores Externos)

Factores Externos Claves	Peso	Calificación	Ponderación
OPORTUNIDADES			
+ Crecimiento Económico	0,20	3	0,60
+ Crecimiento la Industria	0,20	3	0,60
+ Incremento de la Tecnología	0,10	2	0,20
+ Aumento del Crédito	0,10	4	0,40
AMANEZAS			
+ Inestabilidad Política	0,10	2	0,20
+ Aumento de la Competencia	0,10	2	0,20
+ Cambio de las Leyes	0,10	2	0,20
+ Incremento de los Costos de los Materiales	0,05	2	0,10
+ Escases de los Proveedores	0,05	2	0,10
TOTAL	100		2,80

Elaborado: Autora

La calificación de la matriz se da bajo estos puntajes establecidos:

- 1= Deficiente
- 2= Nivel promedio
- 3= Arriba del nivel
- 4= Excelente

1.3.5 Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)

Tabla 5: Análisis FODA (Fortalezas; Oportunidades, Debilidades; Amenazas)

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none">❖ Garantía❖ Servicio Competitivo❖ Tecnología Adecuada❖ Variedad en Servicios	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">❖ Crecimiento Económico❖ Crecimiento de la Industria❖ Incremento de la Tecnología❖ Aumento del Crédito
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">❖ Mala Ubicación Geográfica❖ Poco Personal❖ Poca Capacitación al Personal❖ Mala Distribución de Labores❖ Falta de Compañerismo	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none">❖ Inestabilidad Política❖ Aumento de la Competencia❖ Cambio de las Leyes❖ Incremento de los Costos de los Materiales❖ Escasez de los Proveedores.

Elaborado: Autora

En cuanto al FODA de la empresa podemos decir que cuentas con varias fortalezas bien identificadas, las cuales le han permitido a la empresa mantenerse a través del tiempo en el mercado, pero a pesar de estas fortalezas también cuenta con muchas debilidades que afectan no solo al crecimiento como empresa sino también al crecimiento personal de sus integrantes.

También evidenciamos que cuenta con muchas Oportunidades de incrementar sus actividades comerciales en el Sector Industrial que se desenvuelve, esto gracias a la mayor preocupación por parte del Estado en nuevas obras de Construcción para mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos.

1.3.6 Cadena de Valor

Al momento de referirnos a la cadena de valor, consideramos o tomamos en cuenta algunos factores que la conforman, dentro de los cuales tenemos algunos que generan valor y otros que no lo hacen para la empresa. Estos se dividen en dos tipos de actividades que son:

- ❖ Actividades Apoyo
- ❖ Actividades Primarias

1.3.6.1 Actividades de Apoyo

1.3.6.1.1 Abastecimiento

Cercyluc S.A, cuenta con proveedores que le facilitan los materiales que necesite para la prestación de sus servicios, los materiales que le abastecen son: tubo pvc, cables, piezas, alambres, tableros, la empresa proveedora de dichos materiales se encarga de trasladarlos hasta las instalaciones de Cercyluc.

Dentro de dicho abastecimiento también cuenta con plazos en cuanto a los pagos de los materiales solicitados los cuales se dan en periodos de 30 y 60 días sin importar el monto de compra que se realice. En ocasiones se necesitan piezas de otro tipo las cuales no son compradas y almacenadas en grandes cantidades por lo que en ese momento esta compra es efectuada por el supervisor de la obra.

Es de gran importancia y valor para la empresa la forma de abastecerse de los materiales ya que sin los mismos no se puede brindar un servicio de calidad.

1.3.6.1.2 Desarrollo de la Tecnología

Dentro de las instalaciones de la empresa se cuenta con tecnología adecuada para el perfecto funcionamiento de la misma, la comunicación interna que realizan entre departamento es vía internet, también tienen sistemas de redes inalámbricas, circuitos cerrados.

Se considera que genera valor ya que si la comunicación no fuera vía internet tomarían mucho más tiempo en el control de los procesos y desarrollo de los

proyectos que se realizan en la calle el personal en las obras, el personal siempre el monitoreado por el gerente de la compañía desde la misma empresa por sistemas de GPS.

1.3.6.1.3 Recursos Humanos

Esta actividad dentro de la empresa no genera valor ya que no cuentan con un departamento establecido que se encargue del control del personal de oficina.

1.3.6.1.2.4 Infraestructura

La empresa trabaja con entidades del Estado, por lo cual siempre es sometida a evaluaciones en cuanto a los espacios físicos, maquinas, etc., dependiendo de las calificaciones que esta obtengan la Eléctrica de Guayaquil considera si le renueva el contrato o no. Por o que si genera valor.

Cuentan dentro con tres departamentos: compras, técnico y financiero, los cuales tienen una excelente comunicación entre si para no bloquear el proceso.

1.3.6.2 Actividades Primarias

1.3.6.2.1 Logística Interna

La empresa tiene su espacio físico ya destinado para el almacenamiento de los materiales que se usan, por lo general los tubos son los que mas se compran y se tienen en bodega. Esta bodega esta adecuada para las necesidades que presenten los materiales que allí se guarden. Por lo cual genera valor.

1.3.6.2.2 Producción y logística interna

No se produce nada dentro de las instalaciones, pero si genera valor ya que siempre se debe contar con lo requerido para el trabajo, se puede dar el caso que soliciten el servicio de cableado estructurado y no se cuenta con el material se procede a llamar al proveedor y este me dice que no cuenta con estos tubos y que toman su tiempo en llegar a su bodega, entonces ahí se me crea un problema porque no puedo satisfacer las necesidades de ese cliente y en otra ocasión de seguro no me comprara mis servicios.

1.3.6.2.3 Marketing y ventas

Esta actividad dentro de la empresa no genera valor ya que no cuentan con un departamento establecido que se encargue de manejar la marca y ayudarla al crecimiento y posicionamiento de la misma.

1.3.6.2.4 Servicio post venta

Cuentan con proceso de garantía luego de la prestación del servicio, siempre están controlando el funcionamiento del servicio, cumple con la garantía siempre y cuando sea una falla de ellos en el trabajo, pero si ya se comprueba que ya no es valida la garantía proceden al cobro del nuevo servicio prestado.

Si genera valor, porque es una manera de garantizar el trabajo.

1.3.7 Cinco Fuerzas de Porter

1.3.7.1 Poder de Negociación de los Compradores

En el mercado encontramos ocho tipos de compradores, los que prefieren los bajos costos por lo que consumen genéricos, los que compran lo necesario, los que compran por impulso, los que compran lo necesario pero tienen fidelidad de marca, los que compran porque les gusta el servicio personalizado, y otros tres tipos mas que no se los nombrará. En nuestro país no hay políticas de precios que defiendan cada uno de los industrias en la que se desempeñan las empresas, ya que si una empresa local pide una x cantidad de dinero por un servicio, viene una extranjera y pide menos esta perjudicando a la empresa local.

1.3.7.2 Poder de Negociación de los Proveedores

En la actualidad la empresa no tiene ningún problema con los proveedores ya que siempre se cumple con los acuerdos firmados al momento de iniciar la relación comercial cumpliendo así con los plazos de pagos fijados con anterioridad. A pesar de contar con pocos proveedores estos nos ofrecen precios justos y asequibles para que de esta manera podamos marginar un porcentaje justo y considerable para la empresa.

1.3.7.3 Amenazas de Nuevos Competidores

La industria de la Construcción es muy rentable ya que esta en constante crecimiento y genera altas utilidades, por lo que se puede decir que el incremento de la competencia se viene dando desde algunos meses atrás. Es por esto que se deben hacer actividades que ayuden a despuntar la empresa y a darla a conocer en el mercado, ofreciendo un servicio de calidad medido en tiempo de respuesta que se le brinde a un cliente en un servicio Post entrega.

1.3.7.4 Amenazas de Productos Sustitutos

Actualmente existen otros servicios que sustituyen a los nuestros, pero esto se puede controlar en base a implementar nuevos servicios dentro de la empresa con la finalidad de contrarrestar malestares que nos puedan afectar en un corto plazo.

1.3.7.5 Rivalidad entre los Competidores

Hemos considerado dos competidores fuertes: Inseltel S.A; por su excelente desarrollo en el mercado, Daelni S.A, porque cuenta con una gama de servicios muchos mas amplios en relación con los ofrecidos por la empresa. Los servicios que estas brindan en el mercado abarcan más industrias no solo la de la construcción. Y en cuanto a los demás competidores estos se encuentran dentro de otras categorías.

Conclusión

En este capítulo se analizaron indicadores macro economicos en los cuales se evidencia el crecimiento de la industria de la construcción dejando clara la oportunidad que tiene la empresa "Cercyluc S.A" en la misma, a su vez también se evaluaron factores del micro entorno a través del análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas) en el cual se determino que una de sus principales fortalezas es el proceso de garantía que se ofrece luego de la entrega de la obra, adicional a esto también se descubrió que una de sus debilidades es el poco personal con el cuenta la empresa.

CAPÍTULO II

INVESTIGACIÓN DE MERCADO



2 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.1 Metodología

Para realizar la investigación de mercados de la empresa Cercyluc S.A se efectuará la siguiente metodología de investigación:

- ❖ **Cualitativa.-** Entrevista a Profundidad. **(Anexo 1)**

- ❖ **Muestreo Estratificado.-** debido a que nuestra investigación va a estar enfocada en dos targets económicos:
 - ❖ Medio
 - ❖ Medio-alto.

2.2 Formulación de Hipótesis

- ❖ Concienciar a los guayaquileños a que es más segura una instalación eléctrica hecha por expertos, que una hecha por personas empíricas.
- ❖ Crear nuevos hábitos de consumo en estos servicios.
- ❖ Desarrollar nuevos servicios sin salirse de su categoría.

2.3 Enfoque

El tipo de investigación que se realizará es Descriptiva, ya que se quiere determinar si la falta de un plan de marketing integral es el mayor problema que enfrenta la empresa Cercyluc S.A actualmente.

2.4 Datos Técnicos Investigativos

Area Geográfica de estudio: Todas las personas que participarán en la entrevista, serán de la ciudad de Guayaquil, ya que se tomaran acciones en base a los resultados y estas serán implementadas solo en esta ciudad

Tipo de investigación: se utilizará estudio único; es decir un estudio cualitativo.

Estilo de la investigación: ya que esta investigación va a estar enfocada en dos segmentos bien definidos:

- ❖ Empresa Pública (Distribuidora de Energía “Eléctrica de Guayaquil”)

- ❖ Constructoras

2.5 Determinación de Objetivos

Objetivo General

- ❖ Conocer los factores que determinan que Cercyluc S.A no es conocida en el mercado guayaquileño.

Objetivos Específicos

- ❖ Conocer las Factores que buscan las empresas constructoras y públicas, para la contratación de los servicios eléctricos.
- ❖ Conocer los rangos de precios de la competencia directa.
- ❖ Identificar cuáles son los factores medibles para el nivel de lealtad de marca.

2.6 Muestra

La muestra esta definida de la siguiente manera:

Según investigación realizada en la Cámara de la Construcción de Guayaquil existen 80 empresas constructoras legalmente inscritas, de las cuales 50 son constructoras urbanísticas y 30 promotoras inmobiliarias.

De las 50 constructoras urbanísticas 25 son macro constructoras las cuales se abastecen con recursos propios y externos, las 25 restantes son micro constructoras que forman parte del mercado objetivo de este proyecto.

De las 25 se seleccionaron 14 micro constructoras como parte de la muestra, de las cuales 2 de ellas son clientes de la empresa Cercyluc S.A.

Solo se toma para la muestra 14 de las 25 empresas ya que la empresa Cercyluc cuenta con el capital humano, materiales e infraestructura suficiente para proveer sus servicios a las micro constructoras.

En cuanto al sector público eléctrico se realizarán 3 entrevistas a profundidad.

2.7 Proceso de la Entrevista

1. Se elaborará el cuestionario
2. Recolección de datos
3. Tabulación de la Información.
4. Informe de resultados.

2.8 Información de las Entrevistas a Profundidad

Dentro del proceso de la investigación de mercados los entrevistados decidieron mantener el anonimato en cuanto a sus nombres, sin embargo algunos de ellos si mencionaron los cargos que ocupan dentro de la empresa. **(ANEXO 2)**

2.9 Resultados de las Entrevistas a Profundidad

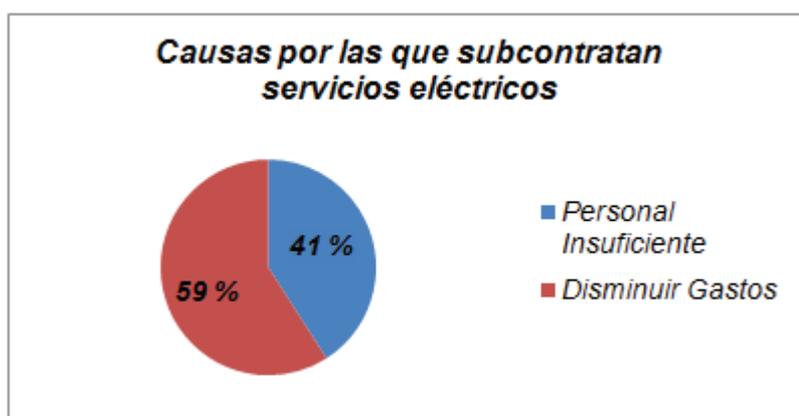
Luego de haber transcrito la información que se vertió en la investigación por medio de los entrevistados se realizará un análisis con la finalidad de conocer cuales serían las falencias de la empresa percibidas por el Mercado.

¿Por qué subcontratan empresas que presten servicios eléctricos?

Todas las empresas tanto en el sector público y sector privado contratan los servicios de otras empresas por varios factores, pero el de mayor peso:

- ❖ **Disminuir Gastos.-** contar con personal de planta implicaría tener que pagar salarios fijos, seguros, décimos, vacaciones, utilidades (sector privado).

Gráfico 11: Causas por las que subcontratan servicios eléctricos



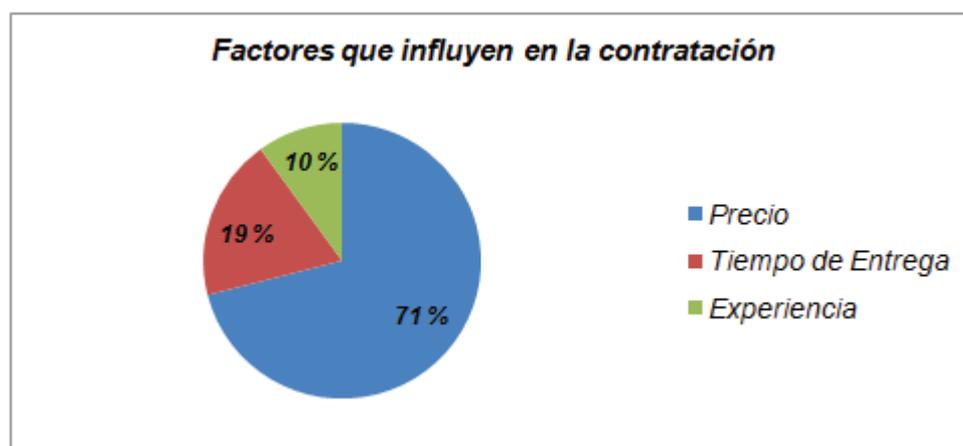
Elaborado: Autora

¿Qué factores influyen a la hora de la contratación?

En el análisis anterior se mencionaron cuales eran los factores que influían para la contratación de las empresas de servicios, pero solo se los nombra, aquí ya se les da una ubicación de acuerdo a la importancia que tienen dentro de cada sector, para el sector privado (constructoras) tenemos que son:

- ❖ Precio
- ❖ Tiempo de entrega
- ❖ Experiencia

Gráfico 12: Factores que influyen en la contratación (Constructoras)

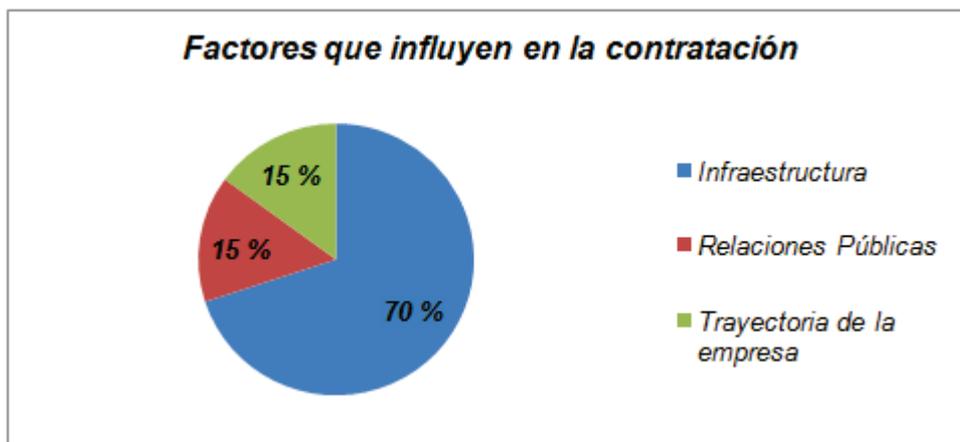


Elaborado: Autora

Por otro lado las empresas del sector público analizan:

- ❖ Infraestructura
- ❖ Relaciones Públicas
- ❖ Trayectoria de la empresa

Gráfico 13: Factores que influyen en la contratación (Empresa Pública)

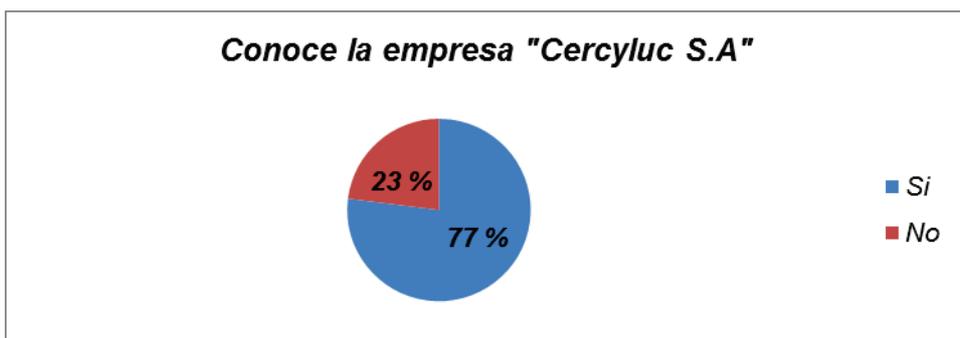


Elaborado: Autora

¿Conoce la empresa “Cercyluc S.A”?

Conocen a la empresa porque ha trabajado con ellos en algunas oportunidades y en otras sigue trabajando, otros solo la han escuchado mencionar pero no han tenido vínculos laborales con la misma, de las 14 empresas constructoras que se investigaron se determinó que solo 3 de estas conocen a la empresa. Y han conocido de las empresas con las que trabajan con ellos por medio de asesores comerciales, revistas, ferias.

Gráfico 14: ¿Conoce la empresa “Cercyluc S.A”?



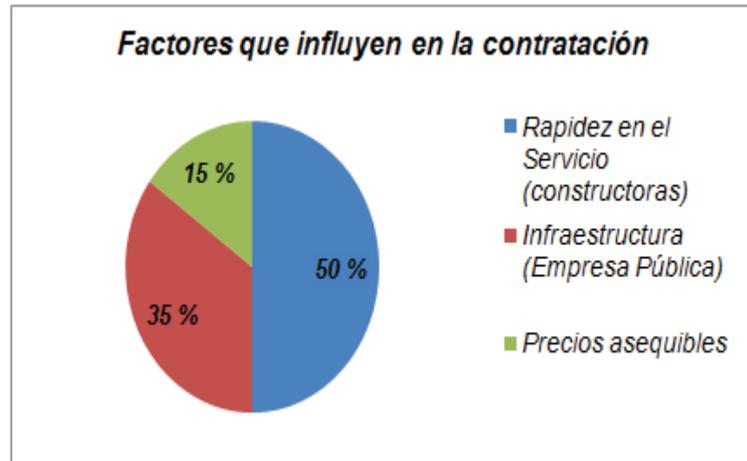
Elaborado: Autora

¿Qué factores se consideraron para la contratación de “Cercyluc S.A”?

Cuando era privada influyó mucho el hecho de mantener una relación amistosa con la administración pasada, luego se pasó a ser pública y se destacó por sus servicios brindados a la empresa en los años que llevaba dentro, la infraestructura fue el factor determinante para que ingresará una vez que la

empresa ya era pública. En cuanto a las constructoras por la calidad de servicios medido este en rapidez en servicio que ha brindado hasta la presente fecha y los precios que son competitivos.

Gráfico 15: Factores por los que subcontrataron a “Cercyluc S.A”



Elaborado: Autora

2.10 Conclusiones de la Investigación

Mediante la Investigación se puede determinar que existe una percepción normal de la empresa entre sus clientes con respecto al servicio que se esta ofreciendo, ya que estas tienen factores para la contratación de proveedores de servicios, la empresa cumple con estos requisitos solicitados por las mismas.

La investigación reveló que las empresas que prestan servicios eléctricos promocionan sus productos a través de medios de comunicación como lo son revistas, fuerzas de ventas y ferias, utilizar las revistas les resulta rentable ya que el tiraje de esta alcanza a todos los ingenieros eléctricos a nivel nacional.

Se tiene la oportunidad de seguir trabajando en el segmento de las constructoras e incluso mejorar los servicios a la eléctrica de Guayaquil ya que ellos consideran que nuestro servicio prestado es normal porque a lo largo de las relaciones laborales se ha cumplido con la atención rápida y oportuna. La queja que esta empresa manifiesta es que los trabajadores dan una mala imagen a la empresa en cuanto al trato entre ellos, se insultan cuando no pueden realizar algún trabajo, no respetan que se que estén personas de la empresa contratante se dicen lo que se les ocurre frente de quien sea, cuando se les preguntan si

saben de una u otra técnica de realizar un trabajo siempre se quejan y dicen esa no es mi función es de otra persona, siempre se excusan, no hay unión entre ellos cada uno trabaja de manera individual.

En la investigación de Mercados realizada en el segmento de las constructoras existen 80 que se encuentran en el sector de la construcción de las cuales el mercado objetivo son 25; por factores económicos y materiales con que no cuenta la empresa Cercyluc S.A, lo alarmante de esta situación es que de las 14 constructoras investigadas solo tres conocen acerca de los servicios que presta Cercyluc S.A, el resto del segmento desconoce que existe la empresa. Por lo que se determina en base a este estudio que Cercyluc S.A no esta posicionada en la mente de los empresarios del sector de la construcción.

3. Plan de Marketing

3.1 Objetivos de Marketing

- ❖ Crear posicionamiento de la empresa en la mente de los consumidores, en un 4 % anual, en el lapso de 5 años alcanzar un 20 %.
- ❖ Incrementar la participación de mercado en un 4 % anual.

CAPÍTULO III

PLAN DE MARKETING



3.2 Objetivos de Ventas

- ❖ Incrementar las ventas en un 20 % en el lapso de 5 años, creciendo el 4 % en ventas cada año.
- ❖ Incrementar en un 25 % la utilidad en el lapso de 5 años, creciendo en un 5 % cada año.

Tabla 6: Vinculación de Objetivos

Año	Objetivos	
	Marketing (%)	Ventas (\$)
2012	8,32	728 000,00
2013	8,66	757 120,00
2014	8,99	787 404,80
2015	9,35	818 900,99
2016	9,73	851 657,03

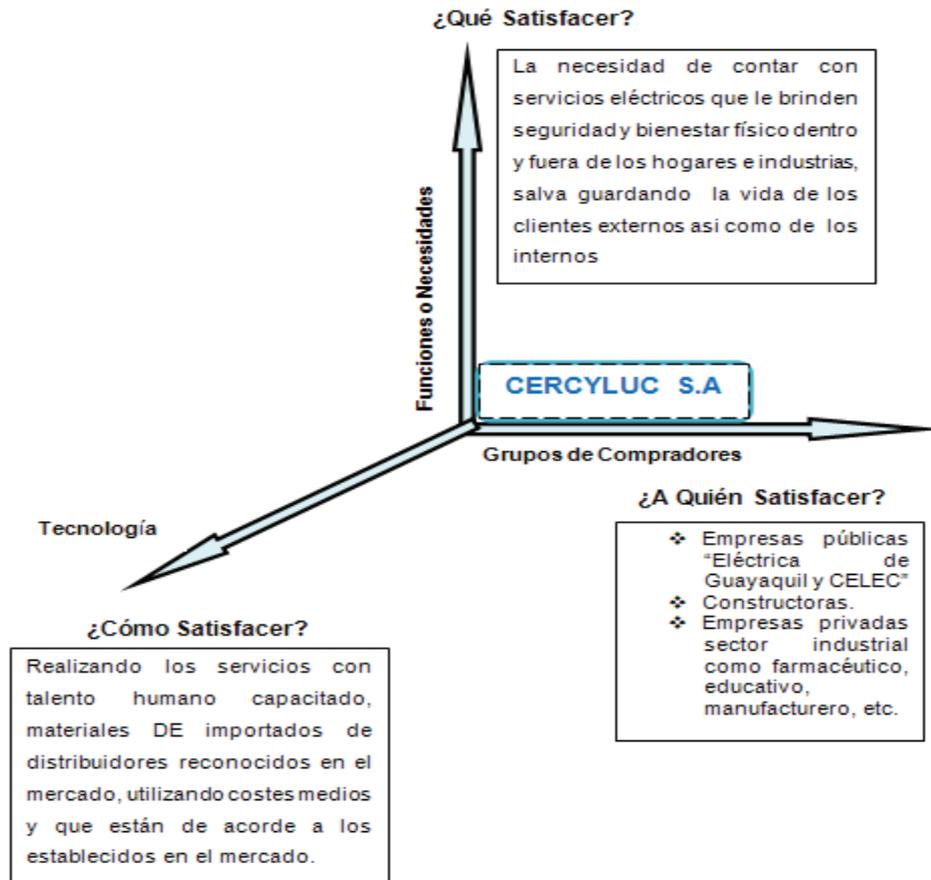
Elaborado: Autora

En el cuadro se muestra que al momento de establecer los medios de comunicación idóneos (antes mencionados por los clientes y mercado meta, mencionado por los clientes) para promocionar los servicios prestados por Cercyluc S.A, el impacto que causen los mismos se verán reflejados en los objetivos de ventas y de marketing ya que al contar con mayor conocimiento de la empresa entre las micro constructoras se lograrán incrementos anuales tanto en porcentajes (marketing), como monetario (ventas). En el cuadro se evidencia un crecimiento del 4 % en ventas anualmente y del 4 % en participación y posicionamiento en el mercado.

3.3 Segmentación

3.3.1 Macro segmentación

Gráfico 16: Las tres dimensiones de la Macro segmentación



Elaborado: Autora

3.3.2 Micro segmentación

3.3.2.1 Etapas del proceso de micro segmentación

3.3.2.1.1 Análisis de la segmentación

En la macro segmentación se presentan algunos de los segmentos a los que la empresa puede ingresar a prestar todos los servicios que brinda, pero ingresar en todos estos le representa a la empresa muchos esfuerzos y gastos.

Podemos ver que las empresas públicas tienen características bien definidas y establecidas al momento de seleccionar empresas que presten servicios para ellos. Por otro lado las constructoras y empresas privadas tienen otras necesidades que buscan satisfacerlas a través de otros factores.

Lo que se puede notar y dejar claro es que son dos segmentos de mercados heterogéneos las constructoras y privadas, las pública a los que presta servicios la empresa.

3.3.2.1.2 Elección de segmentos objetivos

La empresa puede dirigirse a muchos segmentos pero no es conveniente ya que no todas las empresas públicas tienen las mismas necesidades, las mismas se presentan en función del mercado que atiendan o busquen satisfacer. Por esta razón se describirá a cada segmento para ver los puntos negativos y positivos del ingreso de la empresa Cercyluc S. A en estos.

Las constructoras son empresas que desarrollan grandes obras de viviendas, edificios, etc., para la realización de sus proyectos subcontratan a otras empresas ya que siempre están en busca de proveedores que les ofrezca la más alta calidad en base al confort y garantía de servicio a un costo medio. Como ellos necesitan de servicios eléctricos dentro y fuera de las casas hacen los trabajos de alta y media tensión, cableado estructurado, circuito cerrado, sistemas de alarmas contra incendio.

La Empresa pública que entra en esta categoría es la “Eléctrica de Guayaquil” ya que pertenece a la sector de servicios eléctricos, esta empresa es la encargada de proveer servicios de energía eléctrica a cada uno de los habitantes que residen dentro de la ciudad de Guayaquil, la empresa eléctrica subcontrata los servicios de otras empresas para la realización de sus obras o proyectos, su frecuencia de contratación es anual, ellos firman contratos con empresas intermediarias dependiendo de lo que tengan planificado en realizar a lo largo de un año dentro de Guayaquil. La eléctrica de Guayaquil se preocupa mucho de mantener la imagen de prestación de servicios de confort para sus clientes.

Empresas privadas, que a su vez prestan servicios a otras empresas a través de la subcontratación de contratistas para satisfacer la demanda que tienen. Dichas empresas se desenvuelven en varios segmentos farmacéutico, educativos, manufacturero, etc., en este mercado existe demasiada competencia y esta es agresiva.

Estas empresas tienen un comportamiento especial, porque en su mayoría los servicios que prestan no lo hacen a través de sus recursos propios sino por

medio de intermediarios, son servicios que en ocasiones son requeridos con frecuencia y en otras pasa un lapso de tiempo considerable para una nueva contratación, esto tiene que ver mucho con la planificación en cuanto a proyectos que realicen las mismas con otras empresas. Entonces para trabajar con las empresas privadas, necesitaría que la empresa Cercyluc S.A cuente con la compra de nuevas maquinarias, mano de obra capacitada, etc., por lo que no forman parte de nuestro mercado objetivo.

Después de describir cada uno de los segmentos que podría atender la empresa Cercyluc S.A, se determina que la empresa seguirá en sus mercados objetivos que son: empresas públicas (distribuidoras de energía) y Constructoras de obras urbanísticas.

3.3.2.1.3 Elección de posicionamiento

A pesar que la empresa Cercyluc S.A, cuenta con mercados objetivos diferentes estos tienen la misma percepción en cuanto a lo que esperan recibir al momento de contratar el servicio.

Por lo que para los dos segmentos se utilizará el mismo posicionamiento, este se dará en base a cumplimiento en el tiempo de repuesta al momento de requerir la solución en algún inconveniente con el servicio.

3.3.2.1.4 Programa de marketing objetivado

Dentro de este programa se desarrollará una segmentación por ventajas buscadas, esto ya que los dos segmentos de mercado que tiene la empresa tienen similitudes en cuanto a lo que esperan recibir al momento de satisfacer la necesidad de un servicio.

En los dos segmentos buscan repuesta a sus inconvenientes con el servicio de forma inmediata.

3.4 Posicionamiento

3.4.1 Técnico

Este posicionamiento esta basado en la prestación de servicios eléctricos diferenciándose a través del tiempo de repuesta a la necesidad del cliente en cada uno de lo trabajos realizados, estos dirigidos al sector público y constructoras que busquen calidad en servicios con precios acorde al mercado.

3.4.2 Publicitario

Se busca crear un slogan que cause impacto en los clientes, por lo cual se crea:

- ❖ “Respuesta inmediata en Servicios eléctricos”

Se quiere establecer en la mente del consumidor que tienen que ser servicios eléctricos con una garantía sostenible y real en el servicio post entrega.

3.4.3 Diferenciado

Esto en base a los resultados que arrojaron las entrevistas a profundidad en las cuales decían que habían tenido inconvenientes con antiguos contratistas, ya que estos no hacían valer los procesos de garantía de las obras puesta en marcha.

Se comunicará claramente en el mercado que la empresa cuenta con el mejor servicio garantizado (tiempo de repuesta). Y si se presenta algún problema con el servicio que esta utilizando se procederá de la manera inmediata y oportuna a solucionarlo. Logrando asi Cercyluc S.A diferenciarse de sus competidores.

3.5 Cubo Estratégico

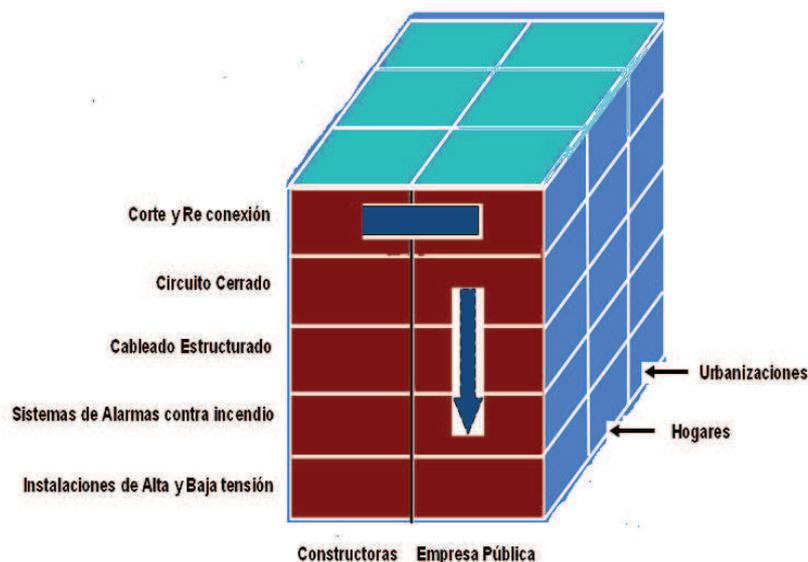
En este cubo se muestra:

- ❖ Los Productos/Servicios.
- ❖ El Mercado.
- ❖ La Tecnología / Momentos de uso.

Cada uno de los cuadrantes del cubo tiene establecidos parámetros considerados estratégicos para la empresa y su desenvolvimiento en el mercado objetivo al que se dirigen.

A continuación y para entender mejor se mostrará el cubo y la debida explicación de cada uno de sus cuadrantes.

Gráfico 17: Cubo estratégico



Elaborado: Autora

Después de observar el cubo, se puede decir que los servicios van dirigidos a dos segmentos de mercado, las empresas públicas “distribuidoras de energía” y las constructoras de obras urbanísticas. En el segmento de las constructoras utilizan la energía dentro de las casas y fuera de ellas también, a su vez sus clientes la utilizan en electrodomésticos, también los otros servicios le brindan seguridad física con la finalidad de proteger sus vidas mediante sistemas de control de videos y alarmas contra incendios. En el caso de las entidades gubernamentales, el uso se lo dan sus clientes estos solo consumen el servicio de energía eléctrica, para realizar las actividades que requieran de la energía para su funcionamiento.

3.6. Análisis del Consumidor

3.6.1 Descripción del target

Las constructoras se dedican a la creación de urbanizaciones, edificios, etc., para la realización de sus proyectos subcontratan a otras empresas, con el fin de satisfacer a sus clientes. Estas empresas buscan proveedoras que les ofrezca la más alta calidad en base al confort y post entrega (tiempo de repuesta) de servicio a un costo medio. Porque ellos cuentan dentro de sus urbanizaciones con personas desean vivir en espacios cerrados privados provistos de todos los elementos que les brinden confort y comodidad en el desarrollo de sus actividades diarias.

La Empresa pública que entra dentro del esta categoría es la “Eléctrica de Guayaquil” ya que pertenece a la categoría de servicios eléctricos, esta empresa es la encargada de proveer servicios eléctricos a cada uno de los habitantes que residen dentro de la ciudad de Guayaquil, la empresa eléctrica subcontrata los servicios de otras empresas para la realización de sus obras o proyectos, su frecuencia de contratación es anual, ellos firman contratos con empresas intermediarias dependiendo de lo que tengan planificado en realizar a lo largo de un año dentro de Guayaquil. Se preocupa muchos de mantener la imagen de prestación de servicios de confort para sus clientes.

3.6.2 Matriz Roles y Motivos

Para entender de mejor manera el rol del comportamiento que tiene el consumidor de los servicios eléctricos se elaborará la matriz con la finalidad de establecer que cada participante cumple una función y la forma en la que interviene cada uno de ellos dentro de este proceso.

Desarrollo

Tabla 7: Matriz Roles y Motivos (Constructoras)

	¿Quién?	¿Cómo?	¿Por qué?	¿Cuándo?	¿Dónde?
El que inicia	Las Constructoras	Descubriendo nuevas necesidades de viviendas	La demanda ha aumentado	Lanzan nuevos proyectos urbanísticos	En la ciudad de Guayaquil. Vía a la Costa o Vía Samborondón
El que influye	Amigos Conocidos Ex compañeros de trabajo.	A través de referencia de empresas.	Ya ha tenido experiencia con el servicio.	Les solicitan información de alguna empresa que conozcan.	En su lugar de trabajo.
El que decide	El Gerente Técnico de la Constructora	Analizando las propuestas que ha recibido	Necesita contar con de energía eléctrica y seguridad física de sus clientes	Después de comparar los beneficios brindados por los ofertantes	En su Oficina
El que compra	Las Constructoras	Contratando los servicios eléctricos	Necesitan de energía eléctrica y seguridad física de sus clientes	Va a construir una nueva urbanización	En las instalaciones de la empresa constructora
El que usa	Los dueños de las casas dentro de las urbanizaciones.	Comprando una vivienda dentro de una urbanización	Desea vivir en un lugar cerrado tranquilo y seguro	Llega a su vivienda a descansar, luego del trabajo.	En la urbanización

Elaborado: Autora

Tabla 8: Matriz Roles y Motivos (Empresa Pública “distribuidora de energía”)

	¿Quién?	¿Cómo?	¿Por qué?	¿Cuándo?	¿Dónde?
El que inicia	El Estado	Planificando reducir los índices de pérdidas en energía.	Quiere minimizar las pérdidas de energía.	Empieza el nuevo año.	En la ciudad de Guayaquil.
El que influye	Amigos Conocidos Gerentes Departamentales	A través de referencia.	Ya ha tenido experiencia con el servicio.	Les solicitan información de alguna empresa que conozcan.	En su lugar de trabajo.
El que decide	El Gerente general de la empresa.	Analizando las propuestas que ha recibido	Necesita contratar empresas que les provean esos servicios.	Después de obtener la orden por parte de compras públicas.	En su Oficina
El que compra	La Empresa Pública	Contratando los servicios eléctricos	Necesita suspender los servicios de energía a sus clientes	Estos se atrasan en los pagos de las planillas.	En la página de compras públicas (a través del internet).
El que usa	Los dueños de casas en la ciudad	Instalando medidores	Desea contar con un sistema de energía eléctrica segura dentro de su hogar.	Llega a su vivienda a descansar, luego de muchas horas de trabajo.	En Guayaquil

Elaborado. Autora

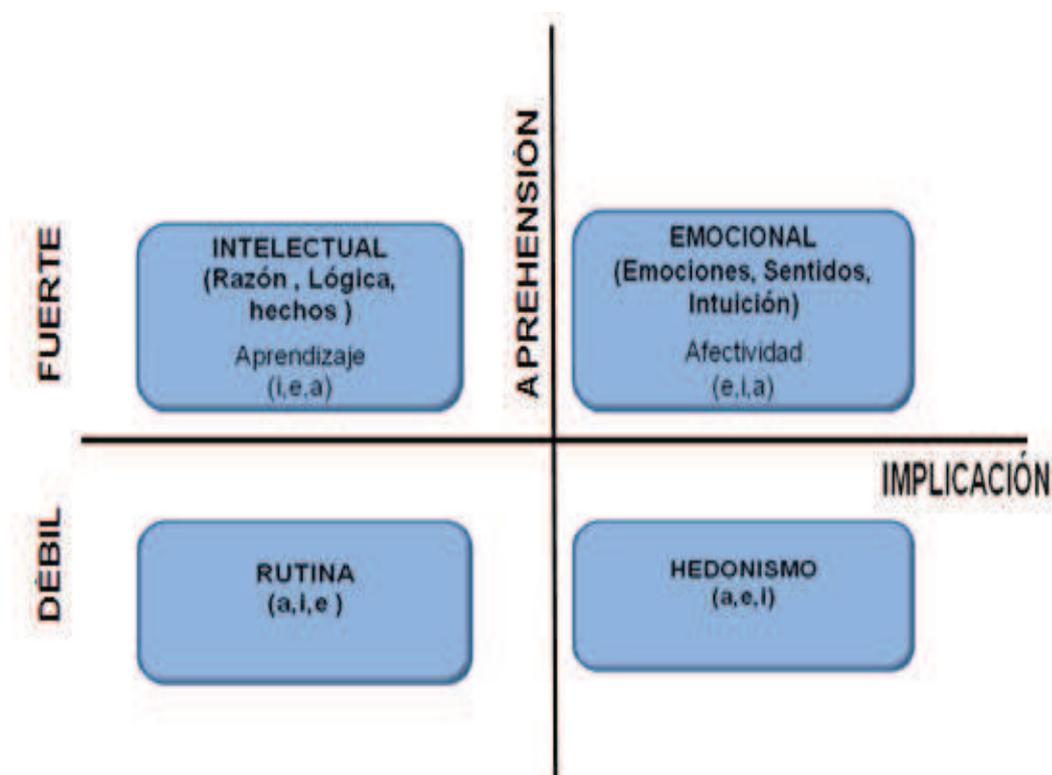
Luego de realizar la matriz para cada uno de los segmentos que forman parte del mercado objetivo de la empresa Cercyluc S.A, se puede decir que en ambos los participantes son diferentes, ya que se prestan servicios diferentes.

En el caso de las constructoras la compra la inicia la constructora, así como en la empresa pública quien inicia es El Estado, en los dos casos son entidades que tienen objetivos diferentes en cuanto a las ganancias que se esperan al momento de finalizar el año.

En cuanto al que usa el servicio en los dos casos son los consumidores finales o clientes de las constructoras y empresa pública en el otro caso. En ambos casos los influyentes son amigos, ex compañeros de trabajos, conocidos, lo que significa que los servicios brindados por Cercyluc S.A se dan a través de relaciones públicas.

3.6.3 Modelo de Implicación Foote, Cone, Belding

Gráfico 18: Matriz Foote. Cone. Belding



Elaborado: Autora

La matriz Foote, Cone y Belding, tiene como finalidad analizar el comportamiento de elección de compra de los consumidores, en el momento de decidir entre un producto u otro.

La empresa Cercyluc S.A se encuentran ubicada en el cuadrante de aprendizaje, ya que sus clientes al momento de compra se basan en la lógica, razón y hechos y para ellos la implicación es fuerte y de aprehensión, el proceso que siguen para la elección de los servicios es información-evaluación-acción.

- ❖ Se informan sobre los beneficios que brinda el servicio en cuanto a precios, garantías y tiempos de entrega.
- ❖ Luego de haber obtenido la información necesaria sobre el servicio pasan a evaluar si estos beneficios realmente le conviene a la empresa contratante.
- ❖ Una vez que se ha analizado el servicio como tal y sus beneficios se han evaluado, se decide a comprar o no el servicio.

3.7 Análisis de la Competencia

3.7.1 Tipo de Industria

Es una industria con bastante rentabilidad, actualmente en el territorio Ecuatoriano se han desarrollado grandes proyectos de todo tipo urbanísticos y viales, este mercado esta en crecimiento gracias al empuje que le esta brindando El Estado con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

Cercyluc S.A compite dentro de la industria del Oligopolio, porque solo cuenta con dos empresas que compiten directamente en el sector público y en el sector de las constructoras. La mayoría de las empresas que prestan servicios con características similares a los de Cercyluc S.A compiten en el sector de las industrias farmacéuticas, licoreras, educativas, etc.

Existe mucha competencia indirecta como lo son los ingenieros eléctricos que hoy en día trabajan por su cuenta y subcontratan los servicios de otras empresas para cumplir con los contratos captados por ellos.

3.7.2 Matriz EFI (matriz de evaluación de factores internos)

Tabla 9: Matriz evaluación de factores internos (EFI)

Factores Internos Claves	Peso	Calificación	Ponderación
<u>FORTALEZAS</u>			
→ Garantía	0,25	4	1,00
→ Servicio Competitivo	0,15	4	0,60
→ Tecnología	0,10	3	0,30
→ Variedad en Servicios	0,10	3	0,30
<u>DEBILIDADES</u>			
→ Mala ubicación geográfica	0,05	1	0,05
→ Capacitación al personal	0,15	2	0,30
→ Poco personal	0,10	2	0,20
→ Mala distribución de las labores	0,05	2	0,10
→ Falta de compañerismo	0,05	1	0,05
TOTAL	100		2,60

Elaborado: Autora

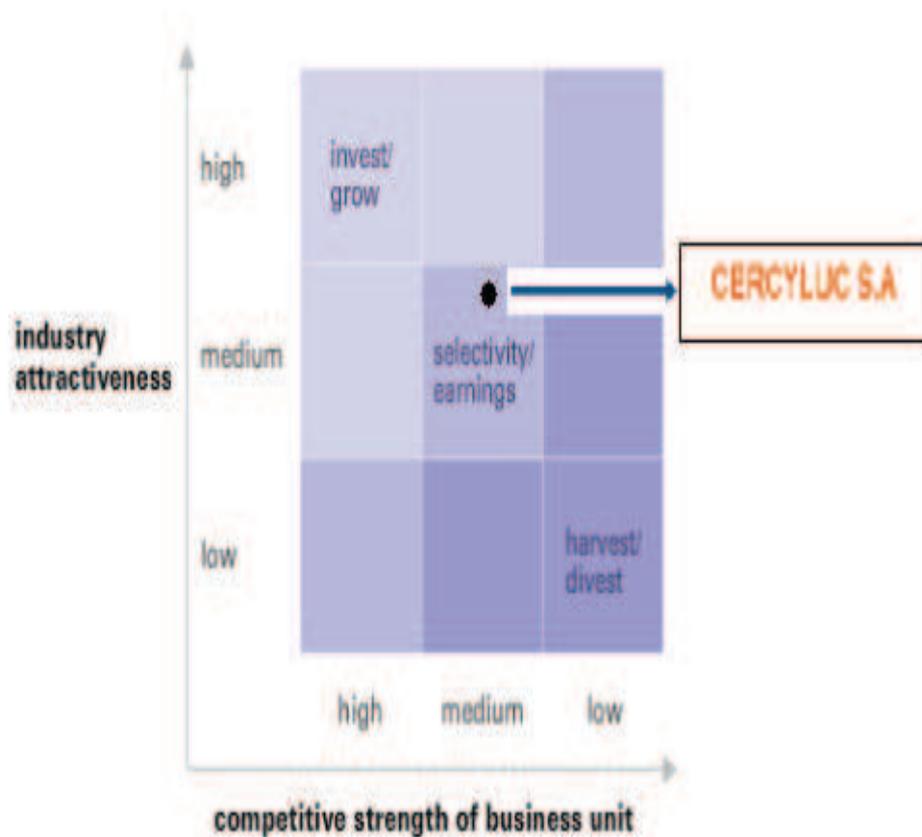
Tabla 10: Matriz evaluación de factores externos (EFE)

Factores Externos Claves	Peso	Calificación	Ponderación
<u>OPORTUNIDADES</u>			
+ Crecimiento Económico	0,20	3	0,60
+ Crecimiento la Industria	0,20	3	0,60
+ Incremento de la Tecnología	0,10	2	0,20
+ Aumento del Crédito	0,10	4	0,40
<u>AMENAZAS</u>			
+ Inestabilidad Política	0,10	2	0,20
+ Aumento de la Competencia	0,10	2	0,20
+ Cambio de las Leyes	0,10	2	0,20
+ Incremento de los Costos de los Materiales	0,05	2	0,10
+ Escases de los Proveedores	0,05	2	0,10
TOTAL	100		2,80

Elaborado: Autora

3.7.3 Matriz McKensey

Gráfico 19: Matriz McKensey



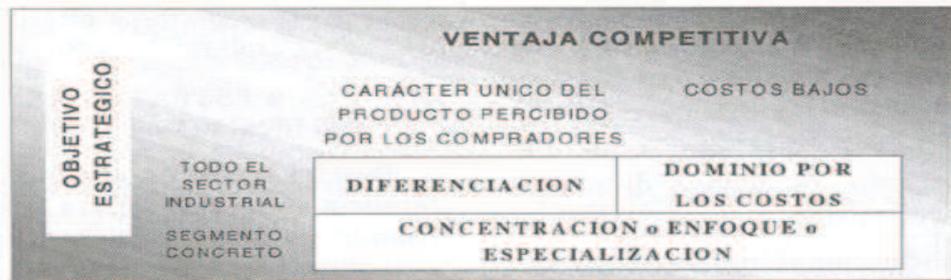
Fuente: Google

En el análisis anterior vemos que Cercyluc S.A tiene una calificación de 2,95 en el area de competitividad y de 2,60 en atractivo, lo que quiere decir que la empresa esta ubicada en la etapa de desarrollo selectivo, por lo que se debe invertir mayores esfuerzos en estrategias que ayuden a desarrollar el servicio, para llegar a alcanzar un mayor crecimiento en el mercado.

3.8 Estrategias

3.8.1 Estrategias Básicas de Desarrollo

Gráfico 20: Estrategias básicas de desarrollo



Fuente: Google

➤ Estrategia de Concentración o Enfoque

Se ha elegido esta estrategia porque se busca aumentar la cuota de mercado, ya que los clientes se encuentran dentro de un nicho que está bien diferenciado, porque estos al momento de subcontratar ven precio como importante pero lo que esperan recibir es calidad en el servicio medido en tiempo de repuesta después de la entrega de la obra es decir que se cumpla con la garantía que se firma en el contrato antes de iniciar la obra, es aquí precisamente donde se enfocará la empresa en los tiempos de repuesta.

También se busca aprovechar los atributos antes mencionados que son solicitados por las empresas que subcontratan servicios.

Los esfuerzos del marketing se centrarán en el pleno conocimiento y desarrollo de los segmentos de mercado existentes.

3.8.2 Estrategia Global

❖ Estrategia de Especialista o Nicho

Cercyluc S.A pretende desarrollar un poco más su cuota de mercado, captando nuevos clientes a través de la estrategia de concentración; es decir todos los esfuerzos estarán dirigidos netamente a los segmentos específicos que atiende la empresa.

Se mostrará que el personal de la empresa sabe realizar bien su trabajo y es conocedor de las tareas que realizan en las casas de las urbanizaciones y en los hogares de los ecuatorianos que viven dentro de la ciudad de Guayaquil.

Se organizara en conjunto con la Constructoras un día de Camping para los futuros dueños de las viviendas en las urbanizaciones, con la finalidad de mostrarles a los consumidores finales toda la seguridad con la que cuentan cada una de sus viviendas, ya que este trabajo es realizado cien por ciento con personal conocedor de los servicios y de la implementación correcta de cada uno de los materiales que se requieran en la realización de los servicios.

Esto ayudará a la empresa Cercyluc S.A y a su vez indirectamente impulsará las ventas de la Constructora, logrando así las ventas de los servicios que brinda la empresa Cercyluc S.A.

3.8.3 Estrategia de Crecimiento

Grafico 21: Estrategias de Crecimiento Intensivo y Diversificado

		PRODUCTOS	
		ACTUALES	NUEVOS
MERCADOS	ACTUALES	Penetración del mercado	Desarrollo de productos
	NUEVOS	Desarrollo del mercado	Diversificación

Elaborado: Autora

❖ Estrategia de Intensificación

Se primara en desarrollar la demanda existente de acuerdo a los segmentos de mercado. Buscando aumentar la cuota del mercado que se tiene actualmente, se comunicará las ventajas del servicio a diferencia de la competencia, se hará hincapié en que los procesos de garantía siempre se cumplen.

3.8.4 Estrategia de Marca

Se utilizará la estrategia de marca única, es decir que todos los servicios que presta la empresa son proveídos únicamente bajo el nombre de Cercyluc S.A. además no se tiene planificado la implementación de nuevos servicios por el momento, pero si se diera el caso dichos servicios también serían bajo el nombre de la misma empresa Cercyluc S.A.

Gráfico 22: Diseño de la Marca



Elaborado: Autora

3.8.5 Alianzas Estratégicas

Se realizarán alianzas con las empresas que proveen con materiales para la realización de las obras, ya que en la investigación se mostro descontento en el campo de acción debido a la falta de materiales a tiempo para comenzar a realizar la obra.

La alianza consistirá en pedirle a los proveedores que nos den materiales a consignación por adelantado; es decir que nos den más del material que se ha planificado usar y en caso de no utilizarlo todo se pedirá que este sea retirado o en su efecto que se le otorgue una extensión de tiempo en el pago, de esta manera Cercyluc S.A aminora esa demora en los tiempos y los proveedores venden más de sus materiales.

3.8.5 Modelo Estratégico del Negocio

Gráfico 23: Modelo estratégico del negocio



Elaborado: Autora

Se escogió este modelo estratégico de negocio para Cercyluc S.A ya que es el que más se ajusta a sus necesidades, este se presenta en cuatro cuadrantes que a su vez están relacionados con los cuadrantes exteriores, los cuadrantes internos son:

- ❖ Propuesta de valor
- ❖ Targeting
- ❖ Canales y vías de Contactos
- ❖ Cadena de Suministros

3.8.6.1 Propuesta de Valor

“Calidad en Tiempo de Repuesta con Precios Competitivos”

En el mercado en que se desenvuelve la empresa actualmente los clientes ven el precio entre los principales factores para la contratación del servicio, pero su enfoque en base a lo que esperan recibir esta medido en cuanto a la garantía post entrega del servicio. Esperan que ese tiempo de repuesta satisfaga su necesidad requerida de manera eficiente y eficaz, es por esto que la empresa no se enfocará en precios sino que dará prioridad a capacitación de su personal técnico y administrativo para cumplir con esta propuesta de valor.

3.8.6.2 Targeting

“Constructoras y Eléctrica”

Actualmente Cercyluc S.A se desenvuelve en el mercado de las constructoras, en el cual ha obtenido muchos réditos económicos a lo largo de esa relación laboral, pero a su vez también presta servicios en el sector público “distribuidora de energía”,

3.8.6.3 Cadena de Suministros

“Fabricante del Servicio”

Empresa dedicada a la prestación de servicios eléctricos en la ciudad de Guayaquil, cuenta con proveedores que le facilitan los materiales en caso de ser requeridos para realizar el servicio. Se establecerán alianzas estratégicas con los proveedores haciendo uso de lo beneficios de capacitación permanente para el capital humano del area técnica, a su vez la empresa premiará a sus clientes obsequiándole viajes de cursos de capacitación en el exterior según sea el monto del proyecto.

3.8.6.4 Vías de contacto

Captación de nuevos clientes a través del desarrollo de canales comunicacionales que permitan informar a los consumidores sobre la existencia

de la empresa, la carta de presentación permitirá que los clientes conozcan de manera física los servicios de la empresa, logrando así el incrementar la cartera de clientes, impulsándolo en los mercados ya existentes.

3.9 Plan de Acción

3.9.1 Servicio

3.9.1.1 Decisiones en cuanto a los atributos

En base a las entrevistas a profundidad realizadas en la investigación de mercado se ha determinado que las Constructoras y la Empresa Eléctrica tienen claras las características que deben brindar las prestadoras de servicios, por lo cual las mencionamos a continuación implementando algunos cambios en las mismas, y estas son:

- **Profesionalismo.-** el estaff técnico de la empresa esta conformado por profesionales con experiencia en electricidad, electrónica, cableado, circuitos cerrados y alarmas contra incendio.
- **Garantizado.-** se firma un contrato con el cliente, en el cual se establece que el servicio realizado se entrega en perfectas, dando una garantía de 6 meses después de finalizada la obra, durante este lapso de tiempo el cliente cuenta con 6 visitas técnicas las cuales se estipulan una vez al mes o cuando el cliente lo requiera.
- **Equipos o maquinarias.-** dentro de la empresa se cuenta con los implementos en óptimas condiciones, además siempre se están cambiando en base a la tecnología.
- **Amabilidad.-** desde el momento que el cliente entra en contacto con la empresa Cercyluc S.A, la persona encargada de atenderla es educada y cortés, siempre manteniendo un diálogo respetuoso.
- **Tiempo de repuesta.-** se dará dentro del tiempo de garantía, se mide en base a la necesidad urgente del cliente. El técnico está disponible las 24 horas del día los 7 días de la semana.

Calidad

La empresa “Cercyluc S.A”, mantendrá su calidad en base al tiempo de repuesta que dará a sus clientes en caso de presentarse imperfectos en las obras terminadas, estos también están contemplados dentro del contrato de garantía.

3.9.1.2 Decisiones en cuanto a la marca

Al momento de hablar sobre la marca se quiere darla a conocer (posicionarla) ya que tiene 10 años en el mercado Guayaquileño, pero no se ha hecho nada para comunicarla.

3.9.1.3 Logo de la empresa

Gráfico 24: Logo de la Empresa



Elaborado: Autora

En este logo se muestran los servicios que ofrece la empresa que se dejan claros en los cables que lo integran. El color azul es el color Corporativo y su Slogan que antes no lo tenía pero es el que se propone para la empresa Cercyluc S.A, el cual fue realizado por la empresa Tecno imagen.

3.9.1.4 Decisiones en cuanto a otros atributos

En este punto se enfoca a la infraestructura con la que cuenta la empresa prestadora del servicio, su personal, los procesos. Aquí se enumera el proceso que sigue el servicio desde el momento que es requerido por el cliente hasta cuando ya es recibido y utilizado.

En la empresa Cercyluc S.A desde sus inicios se ha utilizado un diagrama para el proceso del servicio de manera simple, contemplando factores básicos del servicio desde el momento en que entra la llamada a la empresa, esta es recibida por el dueño de la empresa ya que siempre es con el con la persona que hablan para fijar reuniones y hablar acerca de las necesidades que tiene la empresa contratante, luego en la reunión fijan precios, pagos, tiempos de entrega, después se firma el contrato e inicia la obra este es el proceso actualmente.

Para esta empresa ahora se plantea un nuevo proceso del servicio para la captación de clientes.

3.9.1.5. Diagrama de Flor

Para entender mejor el servicio que presta CERCYLUC S.A, se realiza este diagrama dado que se comercializa un servicio el cual conlleva una serie de fases en la realización del mismo.

Grafico 25: Diagrama de Flor



Elaborado: Autora

3.9.1.6 Desarrollo del Diagrama de Flor

- 1. Adquisición de base de datos.-** constantemente se estarán descargando de la Superintendencia de Compañías, base de datos de clientes de las constructoras.
- 2. Tele marketing.-** luego de tener la base de datos se procede a llamar a cada una de las empresas que se encuentren en esta lista.
- 3. Investigación del cliente.-** en proceso de tele marketing se trata de obtener la mayor cantidad de información acerca de la persona que encargada de aprobar los servicios, se averigua las necesidades del cliente.
- 4. Envío de correos.-** se procede a enviar correos con la carta de presentación de la empresa y reservación de citas.

5. Cita con el Cliente.- en la reunión pactada se entrega la carta de presentación física al cliente y se procede a realizar la visita técnica.

6. Planeación de Presupuesto.- se planifica si se va a necesitar cotizaciones por materiales, esto en caso de que el cliente solicite materiales.

7. Cotización.- dentro de la cotización se encuentra: 1) datos de la empresa y el cliente, 2) presupuesto del proyecto realizarse 3) el cronograma del tiempo de trabajo, 4) Formas de pago, 5) Tiempos de garantías, si se consideran materiales se incluyen garantía de fabricantes, 6) validez de la oferta.

8. Control y seguimiento de la oferta.- se realizan llamadas, visitas o almuerzo con el cliente con la finalidad de ganar el proyecto.

9. Firma del Contrato.- se firma el contrato, se dejan los pagos fijados y es aquí donde se fija la fecha de facturación.

10. Inicio de Trabajo.- se comienza el trabajo con el personal, fiscalizando durante todo el desarrollo de la obra hasta culminar la puesta en marcha con el proyecto.

11. Acta y entrega de recepción del la obra.- se hace firmar al representante legal de la empresa contratista y al gerente de la empresa contratante.

3.9.2 Precio

Los servicios no cuentan con precios fijos ya que estos dependen de la magnitud de los proyectos que se ejecuten y materiales a utilizarse en caso de ser requeridos. A su vez la empresa siempre ha utilizado la estrategia de penetración de mercado al momento de captar un nuevo cliente, luego el precio va siendo incrementado con el pasar de los años y dependiendo con la satisfacción que se ha creado al cliente.

3.9.3.1 Tabla de precios

Tabla 11: Tabla de precios

Empresa	Tipo de Proyecto	Servicios	Precio
Constructoras Urbanísticas	Urbanización de 100 viviendas (se contempla infraestructura eléctrica exterior e interior), demás todos los servicios adicionales.	Los cuatro servicios, Instalaciones de alta y baja tensión. Cableado estructurado, circuito cerrado. Alarmas contra incendio.	\$ 500 000,00
Constructoras Urbanísticas	Urbanización de 200 viviendas (se contempla infraestructura eléctrica exterior e interior), demás todos los servicios adicionales.	Los cuatro servicios, Instalaciones de alta y baja tensión. Cableado estructurado, circuito cerrado. Alarmas contra incendio.	\$ 1 000 000
Empresa Pública	El Costo del corte es de \$7,00 y el costo de re conexión es de \$10,00	Corte y Re conexión	\$ 442 000,00

Elaborado: Autora

Nota.- estos precios son referenciales, en base a los trabajos que se han realizado hasta el día de hoy.

En las constructoras se manejan estos precios porque se trabajan proyectos urbanísticos en los que se prestan los cuatro servicios que brinda la empresa.

En la Empresa Eléctrica esos son los Precios Fijados por el Estado.

3.9.2.2 Precio según factores internos.

Como se quiere lograr aumentar la participación de mercado, los precios se manejarán como hasta ahora se lo ha hecho pero se pueden generar descuentos dentro de las licitaciones en base a los competidores que se presenten.

3.9.2.3 Precio según factores externos.

Dentro de la elaboración de las proformas se tomarán en cuenta factores externos entre los cuales están:

- ❖ Alza de las Tarifas Arancelarias.
- ❖ El alza de la Inflación.
- ❖ Incremento de la Competencia

Al momento de referirse al alza de tarifas arancelarias, se habla del incremento en la tasa de impuestos a los materiales importados.

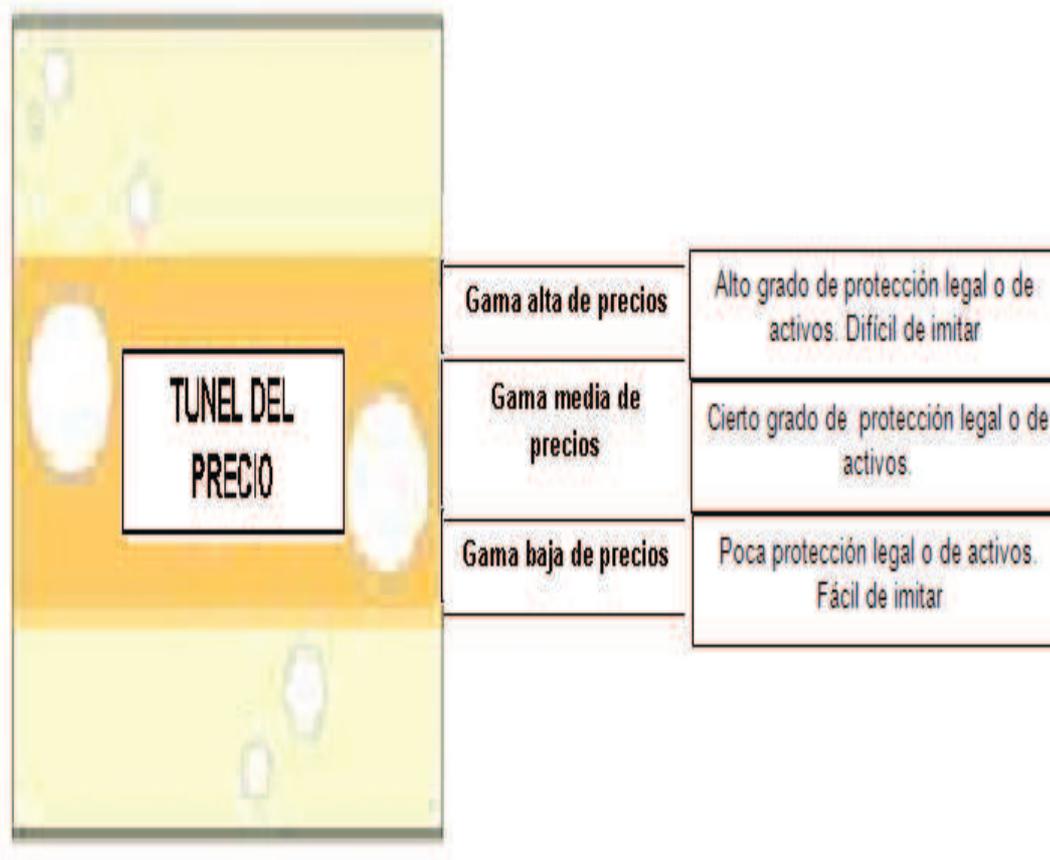
La inflación puede afectar directamente, ya que si los productos de necesidades básicas suben esto impedirá a los ecuatorianos adquirir viviendas en urbanizaciones y si esto sucede las constructoras ya no realizarían proyectos urbanísticos, como resultado de esto Cercyluc S.A ya no tendría esos contratos.

Actualmente en el mercado Guayaquileño existen pocas empresas que se dedican al segmento de las Constructoras, ya que en su mayoría las empresas pequeñas y medianas apunta a los mega proyectos que se hacen en las empresas industriales privadas, pero en la Ciudad de Quito existen empresas que están tratando de incursionar en este segmento acá en la ciudad de Guayaquil. Esto obligaría a Cercyluc S.A a jugar aun más con sus precios actuales.

Porque este factor podría influir pero la empresa cuenta con proveedores directos no intermediarios lo que reduce este riesgo.

3.9.2.4 Túnel de Precios

Gráfico 26: Túnel del precio



Elaborado: Autora

La empresa Cercyluc S.A se encuentra en la Gama media de precios y en cierto grado de protección legal o de activos, debido a que se los servicios que presta la empresa no están dirigidos a todos los segmentos de mercados, sino a empresas con ciertos niveles de exclusividad en sus urbanizaciones, ya que éstas son para personas de la clase, media, media-alta y alta.

Se ofrecerá un precio competitivo a los clientes (constructoras), diferenciándose de los competidores ya que los tiempos de repuestas serán cumplidos a lo establecido al momento de la firma del contrato del servicio, se los medirá en base a encuestas de satisfacción del cliente en el que calificará si el servicio en repuesta a su problemas.

3.9.3 Plaza

3.9.3.1 Ubicación Geográfica

La empresa está ubicada en Acacias 705 y Ficus

Gráfico 27: Ubicación geográfica



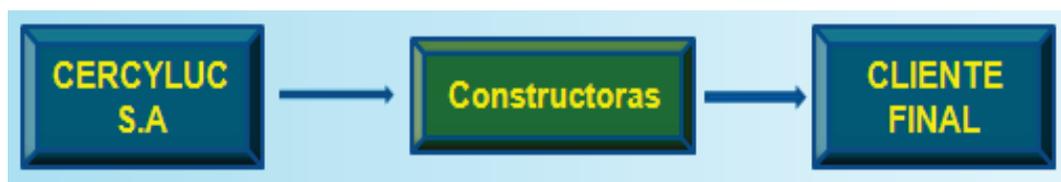
Fuente: Google

El Plan de marketing para el posicionamiento de la empresa Cercyluc S.A se implementará en la ciudad de Guayaquil.

3.9.3.2 Canal de distribución

Cercyluc S.A actualmente cuenta con un modelo de distribución, en el cual la empresa es subcontratada por las Constructoras para realizar servicios dentro de urbanizaciones y estas empresas entregan el servicio ya terminado al consumidor final.

Gráfico 28: Canal de Distribución “Constructoras”



Elaborado: Autora

3.9.3.3 Canal de distribución Empresa Pública

Gráfico 29: Canal de Distribución “Eléctrica de Guayaquil”



Elaborado: Autora

Cercyluc S.A actualmente cuenta con un modelo de distribución, en el cual la empresa es subcontratada por la Empresa Eléctrica de Guayaquil para realizar servicios en el mercado Guayaquileño, Cercyluc S.A entrega el servicio terminado al consumidor final pero este lo percibe como recibido de la empresa eléctrica directamente.

Este modelo de distribución se seguirá manteniendo.

3.9.4 Promoción

Para promocionar los servicios de la empresa Cercyluc S.A, se utilizarán medios como el internet, revistas, accesorios publicitarios, ferias, carta de presentación, tarjetas de presentación.

3.9.4.1 Accesorios Publicitarios

Estos accesorios consisten en mandar a elaborar esferos y agendas con el Logo de la empresa, dentro de la agenda se encontrará una breve reseña histórica de la empresa, las agendas se entregarán al finalizar el año y comenzar un nuevo período electivo, se las entregará a los viejos y nuevos clientes de la empresa. Por su parte los esferos se los entregará a cada uno de los posibles clientes que se visiten y a los clientes actuales también.

3.9.4.1.1 Esferos

Gráfico 30: Accesorios Publicitarios (Esferos)



Elaborado: Autora

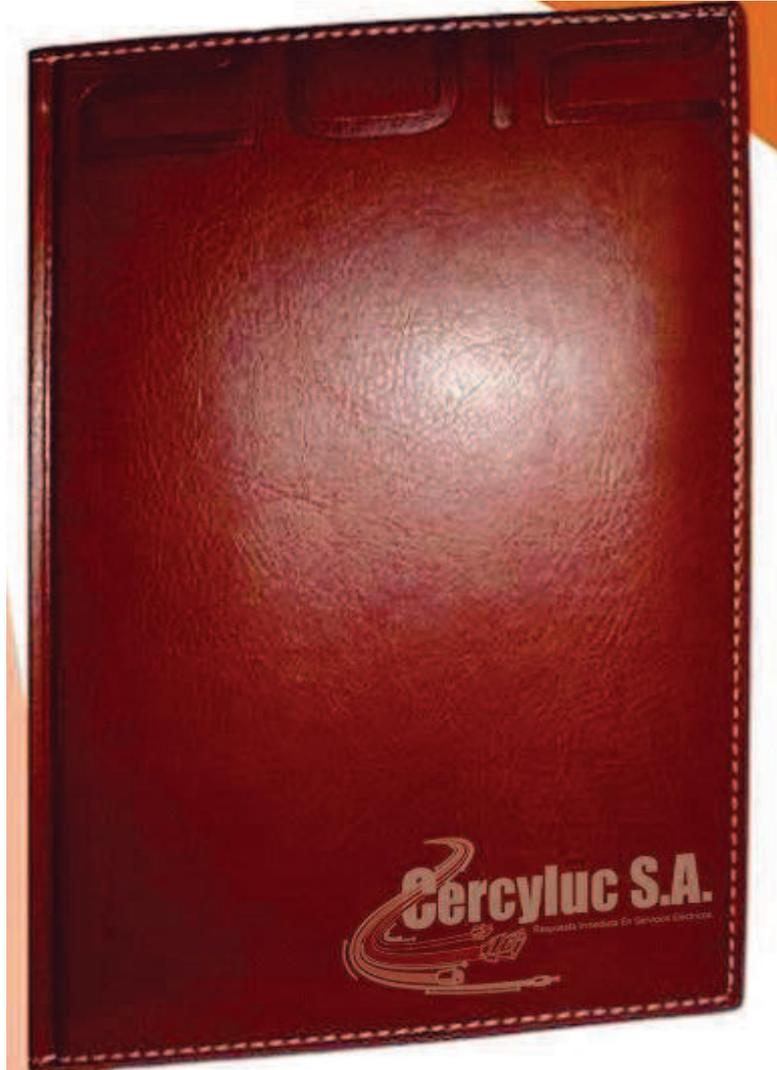
Como se ve en la imagen los esferos tendrán el nombre de la empresa, el teléfono y el Slogan, el color de estos esferos es azul que hace referencia a los colores corporativos de la empresa.

Son esferos cómodos y prácticos fáciles de transportar en el bolsillo de la camisa, estarán en las presentaciones de color negro y azul.

Estos esferos serán elaborados por la empresa “Publicidad Creativa”, ubicada en la ciudad de Quito, en los costos de los esferos ya estará incluido el valor del transporte por el envío desde la Capital hasta Guayaquil.

3.9.4.1.1 Agendas

Gráfico 31: Accesorios Publicitarios (Agendas)



Elaborado: Autora

Se elaborarán 100 esferos (cada 2 meses) y 100 agendas en el año.

3.9.4.2 Carta de presentación

Gráfico 32: Cartas de Presentación Tiro (plana)



Elaborado: Autora

Esta es la forma en que está elaborada la Carta de Presentación, pero de manera plana se evidencia aquí en la parte principal de la misma tiene el nombre de la empresa, números telefónicos y la ubicación geográfica de la misma, adicional a esto se muestra el logo con su respectivo slogan.

Gráfico 33: Cartas de Presentación Retiro (plana)

Cercyluc S.A.
Respuesta Inmediata En Servicios Eléctricos

Ofrecemos servicios técnico, abarcando varias categorías de mercado dentro de sectores industrial.

Prestando Los Servicios de:

- Instalaciones Eléctricas de media y baja tensión
- Sistemas de cableado estructurado
- Sistemas de alarmas contra incendios
- Circuitos cerrados.
- Corte y Re conexión

MISIÓN
Ofrecer servicio técnico con profesionalismo, abarcando varias categorías de mercado dentro del mismo sector industrial.

VISIÓN
Ser una empresa líder en la prestación de multiservicios, dentro del mismo sector.

de trayectoria en el mercado Guayaquileño.

Nos Caracterizamos por brindar trabajos con :

- * Calidad
- * Profesionalismo
- * Honestidad.
- * Integridad
- * Transparencia.

EN LA ACTUALIDAD BRINDAMOS A NUESTROS SERVICIOS A :

rambaa s.a.

ELÉCTRICA de GUAYAQUIL
GENERANDO ENERGÍA SOCIAL

TRAVERO & PEREZ
CONSTRUICIÓN Y OBRAS DE ACABADO

"Servirte mejor es nuestro compromiso."

Elaborado: Autora

Esta es la forma en que está elaborada la Carta de Presentación, pero de manera plana se evidencia aquí en la parte interna la misión, visión, los servicios, valores que brinda adicional a esto se muestra los clientes con los que trabaja

Gráfico 34: Cartas de Presentación (Tríptico)



Elaborado: Autora

Esta es la carta de presentación ya doblada en forma de tríptico.

Al año se realizarán 400 cartas de presentación anuales en las que se detallan los servicios de la empresa, la trayectoria, los proyectos que ha realizado, etc. Estas serán entregadas por los Asesores Comerciales en cada una de las visitas que se realicen a los clientes potenciales.

3.9.4.3 Tarjetas de presentación

En estas tarjetas se detallarán la empresa, el nombre del dueño, la ubicación geográfica, los números telefónicos y los servicios.

Gráfico 35: Tarjetas de Presentación (Tiro)



Elaborado: Autora

Gráfico 36: Tarjetas de Presentación (Retiro)



Elaborado: Autora

Esta es la parte anverso de la tarjeta (Retiro) aquí se muestran fotos de algunas personas que trabajaron para la empresa y de otros que aun trabajan para la misma, en los lugares en que se están realizando los trabajos de campo.

3.9.4.4 Revistas

En la investigación de mercados se descubrió que estos servicios no son comunicados de manera masiva, por lo que se determino que se comunicará la empresa a través de la revista emitida por la Cámara de la Construcción de Guayaquil, ya que a su vez esta revista cuenta con un gran número de clientes entre cuales se encuentra el mercado objetivo de Cercyluc S.A.

Se realizarán al año 8 pautas publicitarias en la Revista de la Cámara de la Construcción cada pauta se hará en la hoja central con medidas de 21 X 29 cm a full color.

Se realizarán al año 4 pautas publicitarias en la Revista del Colegio de Ingenieros Eléctricos de Guayaquil, cada pauta se hará en la Página derecha indeterminada con medidas de 21 X 29 cm a full color.

Gráfico 37: Diseño Revista



Gercyluc S.A.
Respuesta Inmediata En Servicios Electricos.

Ofrecemos servicios técnico, abarcando varias categorías de mercado dentro de sectores industrial.
Prestando Los Servicios de:

- Instalaciones Eléctricas de media y baja tensión
- Sistemas de cableado estructurado.
- Sistemas de alarmas contra incendios
- Circuitos cerrados.
- Corte y Re conexión

Nos Caracterizamos por brindar trabajos con :

- * Calidad
- * Profesionalismo
- * Honestidad.
- * Integridad
- * Transparencia.

"Servirte mejor es nuestro compromiso."

Telf:
04 3610349
Dirección:
Acacias 705 y Ficus
Guayaquil - Ecuador

10 años

DE TRAYECTORIA en el mercado GUAYAQUILEÑO.



Elaborado: Autora

Se realizarán al año 4 pautas publicitarias en la Revista del Colegio de Ingenieros Eléctricos de Guayaquil, cada pauta se hará en la Página derecha indeterminada con medidas de 21 X 29 cm a full color.

El mismo diseño se utilizará en ambas revistas.

Gráfico 38: Diseño Revista

Cercyluc S.A.
Respuesta Inmediata En Servicios Electricos

Ofrecemos servicios técnico, abarcando varias categorías de mercado dentro de sectores industrial.
Prestando Los Servicios de:

- Instalaciones Eléctricas de media y baja tensión
- Sistemas de cableado estructurado.
- Sistemas de alarmas contra incendios
- Circuitos cerrados.
- Corte y Re conexión

Nos Caracterizamos por brindar trabajos con :

- * Calidad
- * Profesionalismo
- * Honestidad.
- * Integridad
- * Transparencia.

"Servirle mejor es nuestro compromiso."

Telf:
04 3610349
Dirección:
Acacias 705 y Ficus
Guayaquil - Ecuador

10 años

DE TRAYECTORIA en el mercado GUAYAQUILEÑO.

Elaborado: Autora

3.9.4.5 Feria Hábitat

Gráfico 39: Stand de la Feria



Elaborado: Autora

En la ciudad de Guayaquil todos los años se realiza una feria habitacional, esta es promovida por Expo plaza, con la finalidad de dar a conocer a los habitantes de la urbe los proyectos urbanísticos que realizan las constructoras en esta no solo se promocionan viviendas sino también proveedores de servicios para la realización de las viviendas como lo son materiales para la construcción, servicios de pintura, servicios eléctricos entre otros.

La empresa Cercyluc S.A ha decidido estar presente, para promocionar e informar a su segmento objetivo sobre la existencia de sus servicios. Se contratará un stand de 5 x 5 metros.

3.9.4.5 Estrategias para el personal interno

3.9.4.5.1 Cursos de capacitación continúa

Todos los años los distribuidores de materiales eléctricos hacen cursos de cableado estructurado, circuito cerrado, instalaciones de alta y baja, alarmas contra incendio, dependiendo de los materiales que compren sus clientes. Estos serán de manera gratuita.

3.9.4.5.2 Cursos de Relaciones Humanas

En la ciudad de Guayaquil esta ubicada la empresa Liderazgo, la cual esta dedicada a mejorar el comportamiento de los clientes internos de las empresas, a través de cursos de Relaciones Humanas.

3.9.4.6 Creación de la fuerza de Ventas

Se decide crear un grupo de vendedores debido al enfoque que tiene la empresa y su necesidad por desarrollar un nuevo mercado, a continuación se detalla el proceso de creación de la fuerza de ventas:

- Se contratarán dos vendedores con experiencia en el area eléctrica:

3.9.4.6.1 Objetivos de la F.V

- Promover los servicios de empresa.
- Incrementar la cartera de cliente.
- Abrir nuevos mercados a largo plazo.

3.9.4.6.2 Diseño de la Estrategia

- ❖ Se define el mercado
- ❖ Se realiza tele marketing y envío de correos
- ❖ Muestran los beneficios en las formas de pago de los clientes.
- ❖ Presentan la oferta final
- ❖ Control y seguimiento de la oferta final.

3.9.4.6.3 Reclutamiento y selección

El objetivo de Cercyluc es mantenerse en los mercados existentes, para esto se solicitarán vendedores a través de:

- ❖ Computrabajo
- ❖ Multitrabajos
- ❖ El Universo (clasificados el Domingo) **(ANEXO 4)**

3.9.4.6.4 Capacitación

Se capacitará a los vendedores para mostrarles los objetivos de la empresa, misión, visión, valores, políticas, servicios. Esto se hace con la finalidad que el vendedor sea parte de la misión, estos vendedores también estarán incluidos en las capacitaciones antes mencionadas.

- ❖ Curso especial para vendedores, dictado por la empresa Cercyluc S.A.

3.9.4.6.5 Supervisión a los vendedores

Todos los días se les exigirá a los vendedores que llenen la hoja de reporte de actividades, para controlar que hacen dentro de su jornada laboral.

- ❖ Se realizarán reuniones todos los lunes a las 17:00 pm en la oficina de la empresa.

3.9.4.6.6 Evaluación de los vendedores

Los dos vendedores serán evaluado cada mes en base a:

- ❖ Proformas realizadas en el mes.
- ❖ Visitas realizadas
- ❖ Proformas ganadas.

Con la finalidad de evaluar a los vendedores se implementará un reporte que deberá ser lleno por los vendedores diariamente. **(ANEXO 5)**

3.10 Plan de Medios

En este plan se contemplan los valores y el tiempo en que se van a realizar las actividades promocionales antes mencionadas.

Tabla 12: Plan de medios

Actividad	Tiempo	Medio	Costo
Publicaciones en Revista.	Desde Enero 2013 hasta marzo 2013 Desde Junio 2013 hasta Agosto 2013 Desde Noviembre 2013 hasta Diciembre 2013	Revista Cámara de la Construcción de Guayaquil	\$ 6 272,00
Publicaciones en Revista	Desde Abril 2013 hasta Mayo 2013 Desde Septiembre 2013 hasta octubre 2013	Revista Colegio Ingenieros Eléctricos del Guayas	\$ 4 480, 00
TOTAL ANUAL			\$ 10 752,00

Elaborado: Autora

3.11 Cronograma de actividades

Tabla 13: Cronograma de actividades

Cronograma de Actividades													
Actividad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Accesorios Publicitarios (Esferos)	[Barra azul continua]												
Accesorios Publicitarios (Agendas)												[Barra azul]	
Carta de Presentación	[Barra rosa continua]												
Tarjetas de Paresentación	[Barra azul continua]												
Revista Camara de la Construcción	[Barra verde]					[Barra verde]					[Barra verde]		
Revista Colegio de Ingenieros				[Barra verde]					[Barra verde]				
Cursos de Capacitación al personal	[Barra marrón]						[Barra marrón]					[Barra marrón]	
Cursos de Relaciones Humanas						[Barra azul]							
Creación de Fuerza de Venta		[Barra rosa]											
Fuerza de Ventas		[Barra azul oscura continua]											

Elaborado: Autora

Conclusión

Luego de realizar cada uno de los puntos propuestos en este capítulo, para la empresa "Cercyluc S.A", se llegó a las siguientes conclusiones:

- ❖ Que actualmente la empresa "Cercyluc S.A", es conocida entre sus clientes los cuales vale recalcar son pocos, como una empresa que cuenta con el mejor tiempo de repuesta en cuanto a las contratiempo que se puedan presentar en el uso del servicio que se prestó con anterioridad, es decir que sus procesos de garantía si se cumplen a diferencia de otras prestadoras del servicio.
- ❖ Que de acuerdo con los objetivos de marketing se plantea alcanzar un posicionamiento del 20 % en la mente de los clientes al cabo de los 5 años en el mercado guayaquileño, esto dado con la finalidad de obtener un 25 % de incremento en las utilidades al final de los 5 años proyectados, proyectando que las ventas crecen un 4 % anual y el crecimiento de las utilidades será anual el 5 % del público objetivo de "Cercyluc S.A".

Adicional a esto y con la finalidad de cumplir con los objetivos que se han trazado tanto en marketing como en ventas, se debe implementar un plan comunicacional en los que se muestren los servicios que oferta la empresa en el sector de las micro constructoras.

Este plan será implementado en la ciudad de Guayaquil ya que es el mercado potencial con el que se ha trabajado y se esta trabajando actualmente, esto se hará a través de estar presente en la Feria habitacional, en revistas especializadas en temas de la construcción y revistas del sector eléctrico, además se mostrarán los servicios de la empresa mediante cartas de presentación, tarjetas de presentación y anuncios en esferos que serán entregados por los vendedores en el momento de realizar visitas a clientes potenciales y a clientes actuales.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS FINANCIERO



4. Análisis Financiero

4.1 Reporte de Ventas

Tabla 14: Ventas 2011

Ventas (2011)	
Servicios	Valor
Corte y Re conexión	\$ 435 000
Instalaciones de alta y baja tensión	\$ 265 000
Cableado Estructurado	
Circuito Cerrado	
Sistemas de Alarmas contra Incendio	
TOTAL	\$ 700 000

Fuente: Confidencial

Tabla 15: Ingresos 2011

Ingresos (2011)	
Servicios	Valor
Elaboración de Planos Eléctricos	\$ 16 345,43
Asesoramiento de Materiales Eléctricos	
TOTAL	\$ 16 345,43

Fuente: Confidencial

En la tabla se muestran los ingresos que obtuvo la empresa Cercyluc S.A al finalizar su periodo contable del año 2011.

La empresa presta servicios eléctricos en el sector público (empresa eléctrica) en el cual realiza cortes y re conexiones de energía en clientes que han dejado vencer sus fechas de pago en las planillas, tienen contratos firmados anuales que le generan ingresos de \$ 435 000 anual.

Sector privado (constructoras), se presta servicios de instalaciones de alta y baja tensión, cableado estructurado, circuito cerrado y sistemas de alarmas contra incendio en los proyectos urbanísticos, en el año 2011 se obtuvieron ventas de \$ 265 000 este valor correspondiente al 55 % del proyecto iniciado a finales del

año 2010, en el año 2010 le cancelaron a la empresa el 45 % del total del proyecto el mismo que equivalía \$ 481 818,00 y se acordó que el 55 % restante sería cancelado en el año 2011. Este valor en venta que se detalla en el 2011 es por cobro de cartera vencida. Por ende la venta total del negocio generada en el año 2011 solo corresponde a \$ 450 000,00 generados por el servicio de corte y re conexión que presta a la Eléctrica de Guayaquil.

Los otros ingresos fueron de \$ 16 345,43 Se los llama otros ingresos a los servicios que presta el Gerente general de Cercyluc S.A a otras empresas en cuanto a asesorías en el uso de materiales en proyectos urbanísticos, desarrollo de planos eléctricos para empresas privadas. Estos servicios son prestados netamente por el dueño de la empresa y de manera individual, pero son facturados por medio de la empresa.

4.2 Costos

4.2.1 Costos Fijos

Tabla 16: Costos Fijos

COSTOS FIJOS 2011		
Cuenta	Valor Mensual	Valor Anual
Materiales Directos	\$ 12 350,00	\$ 148 400 00
Materiales Indirectos	\$ 2 122,08	\$ 25 465,00
Mano de Obra Directa	\$ 7 370,83	\$ 88 450,00
Mano de Obra Indirecta	\$ 756,49	\$ 9 089,99
Transporte de Materiales y Personal	\$ 2 916,67	\$ 35 000,00
TOTAL	\$ 25 533,75	\$ 306 404,99

Elaborado: Autora

Cercyluc S.A es una empresa que presta servicios eléctricos, cuenta con costos fijos para fabricación de sus servicios.

Al hablar de los costos de materiales directos se habla de la materia prima que se compra para el servicio; cables, brekers, tubos PVC, cajas, interruptores.

Por otro lado en los costos de materiales indirectos, se encuentran los implementos que influyen de manera indirecto en el servicio pero son complementos y estos serían; escaleras, cascos, chalecos.

Dentro de los costos de mano de obra directa se habla del capital humano que realiza los servicios en obra, como Sueldos de los Técnicos y Auxiliares Técnicos. La empresa cuenta con un Capital Humano de 12 Técnicos y 2 Auxiliares técnicos, dentro 12 técnicos también consideran Supervisores Junior, y cada uno de estos tiene un Sueldo de \$ 564,24 este valor es mensual y los Auxiliares su sueldos es de \$ 300,00 mensual. Adicional a esto cuentan con un Supervisor el cual se encarga de controlar cada uno de los trabajos que se realizan, cuenta con la ayuda de los supervisores junior que están presente en cada cuadrilla, este Supervisor tiene un sueldo de \$ 756,49 mensual.

Como la empresa Cercyluc S.A cuenta con un Capital Humano de 15 personas con respecto a la parte técnica, se ve en la obligación de trasladarlos hasta las urbanizaciones que se estén trabajando. Pero como la empresa no cuenta con camionetas propias para el traslado de su personal hasta el lugar de trabajo, tienen que contratar los servicios de terceros para este traslado y por ende alquila dichos vehículos para transportar su personal. Este alquiler genera un rubro anualmente. El número de camionetas que se alquilan es de 5 cada una de estas tiene un costo de \$ 583,33 mensual en este valor ya se considera el (IVA).

Como se puede observar en la tabla anterior se contabilizan todos los costos que se generan en la empresa para fabricar el servicio, a pesar de no ser una empresa industrial tiene costos en el proceso de prestación de sus servicios, desde que se firma con el cliente hasta que se termina el servicio en la obra.

4.4.2 Costos Variables

Tabla 17: Costos Variables

COSTOS VARIABLES 2011		
Cuenta	Valor Mensual	Valor Anual
Servicios Prestados	\$ 2 291,67	\$ 27 499,99
Otros Costos	\$ 352,83	\$ 4 233,96
Descuentos en Ventas	\$ 78 040,68	\$ 78 040,68
Descuentos en Compras	\$ 2 420,49	\$ 29 045,89
TOTAL	\$ 5 064,99	\$ 138 820,52

Elaborado: Autora

Al momento de reflejar como costos los servicios prestados se esta hablando de la contratación de terceros para la realización de una actividad especifica que no puede ser efectuada por el personal de la empresa Cercyluc S.A, estos son picadas de paredes.

Para lograr pasar el Tubo PVC por las paredes y hacer las conexiones eléctricas para la casa se debe picar la misma, este trabajo no lo realiza la empresa Cercyluc S.A, sino que contrata a otra empresa que se encarga de este trabajo. El costo que se refleja en este cuadro es considerado por la empresa de manera mensual pero no detallado por unidad habitacional sino que la otra empresa hace un solo paquete de servicios. Cobrando asi mensualmente la suma de \$ 2 291,67 este el costo mensual por estos servicios que se compran.

Se conoce como otros costos a los valores generados por lo empleados en la obra entre estos se pueden mencionar las fundas de aguas, colas, jugos, galletas, que se compra diariamente para el personal, como también entran los costos por los almuerzos que se les entrega a la mitad del personal 7 personas a un costo de \$ 1,75 ctvs., por almuerzo, dando un valor mensual de \$ 280 en este valor se contabilizan solo los 20 días que tiene el mes de Lunes – Viernes. Solo se da almuerzo a esos 7 empleados ya que el resto siempre llevan su almuerzo o en caso contrario sus familiares se acercan a llevarles la comida hasta el lugar donde estén trabajando. En cuanto al agua se gasta mensualmente alrededor de \$ 72,83 en este costo entran colas, aguas, jugos, galletas, queso.

La empresa Cercyluc S.A siempre ha mantenido la política de efectuar descuentos a sus clientes dependiendo del Tamaño del proyecto y el monto económico del mismo, esto en cuanto a los servicios prestados para las constructoras. Con respecto a la Empresa Eléctrica no se hacen descuentos ya que los precios son fijados por el Estado.

Adicional a los descuentos que se otorgan en ventas, los proveedores de materiales otorgan a la Empresa Cercyluc S.A, descuentos según sus monto de compra de materiales y dependiendo de la frecuencia con que se compran los mismos.

4.3 Gastos

4.3.1 Gastos Administrativos

Tabla 18: Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS 2011		
Cuenta	Valor Mensual	Valor Anual
Alquiler de Local	\$ 2 000,00	\$ 24 000,00
Sueldos y Salarios	\$ 4 433,15	\$ 53 197,75
Servicios Básicos	\$ 900,00	\$ 10 800,00
TOTAL	\$ 7 333,15	\$ 87 997,75

Elaborado: Autora

Todos los gastos se consideran entre los administrativos son los que están relacionados directamente con la parte administrativa de la empresa entre esos tenemos; Sueldos y Salarios del Presidente cuyo sueldo es de \$ 900,00 Gerente General \$ 900,00 1 Jefe de Compras \$ 450,00 1 Jefe de Bodega \$ 450,00 las 1 Secretaria y 1 Recepcionista las cuales tienen un sueldo de \$ 300,00 mensual cada uno de ellas, 1 Asistente Administrativa, 1 Diseñador \$ 417,00 mensual., 1 Encargado de Sistemas \$ 417,00 mensual.

La empresa no cuenta con un terreno de su propiedad, por lo que alquila un local para utilización de las oficinas de la empresa. Actualmente se tiene firmado un contrato por \$ 2 000 mensuales, el mismo que tiene vigencia hasta el año 2013.

También dentro de los gastos Administrativos se consideran los servicios básicos se consideran el agua, luz, teléfono, internet. Rubros se generan de manera mensual para la empresa.

4.3.2 Gastos de Ventas

Tabla 19: Gastos de Ventas

GASTOS DE VENTAS	
Actividad	Precio
Accesorios Publicitarios (agendas, esferos)	1 205
Feria (Construyendo)	9 464
Carta de Presentación	500
Tarjetas de Parentación	150
Revista Camara de la Construcción	6 272
Revista Colegio de Ingenieros Eléctricos de Guayaquil	4 480
Cursos de Capacitación al personal	0
Cursos de Relaciones Humanas	2 352
Creación de Fuerza de Venta (2 vendedores)	302,4
Logo de la Empresa	150
TOTAL	24 875,40

Elaborado: Autora

Todos los gastos que se mencionan en este cuadro en la actualidad no están implementados en la empresa, pero se los tiene considerados para implementarse partir del 2013 y se verán reflejados en el Estado de Resultado. Por lo que estos se detallan en la parte de propuesta.

4.3 Propuesta

Tabla 20: Propuesta de Marketing

PROPUESTA	
Actividad	Precio
Accesorios Publicitarios (agendas, esferos)	1 205,00
Feria (Construyendo)	9 464,00
Carta de Presentación	500,00
Tarjetas de Presentación	150,00
Revista Cámara de la Construcción	6 272,00
Revista Colegio de Ingenieros Eléctricos de Guayaquil	4 480,00
Cursos de Capacitación al personal	0,00
Cursos de Relaciones Humanas	2 352,00
Creación de Fuerza de Venta (2 vendedores)	302,40
Logo de la Empresa	150,00
TOTAL	24 875,40

Elaborado: Autora

Como se puede observar en la tabla se propone implementar varias actividades que en la empresa no hay actualmente. Estas se harán con la finalidad de comunicarla en el mercado Guayaquileño.

A continuación se detallan los gastos y estos son:

4.3.1 Accesorios Publicitarios

Se elaborarán 300 esferos al año y 100 agendas en el año.

- ❖ Las esferos tendrán impresos el nombre de la empresa, el logo, dirección, teléfono, cada una de estas costará \$ 2,35 cada mes se estarán mandando a elaborar 25 esferos. Dando como resultado la realización de 300 esferos al año con un costo anual de \$ 705,00.

- ❖ En la pasta de las agendas estará el logo de la empresa impreso, tendrán un costo de \$ 5,00 y se las elaborará una vez al año son 100 unidades, da un costo anual de \$ 500

4.3.2 Feria Construcción y Vivienda

En la ciudad de Guayaquil todos los años se realiza una feria habitacional, esta es promovida por Expo plaza, con la finalidad de dar a conocer a los habitantes de la urbe los proyectos urbanísticos que realizan las constructoras en esta no solo se promocionan viviendas sino también proveedores de servicios para la realización de las viviendas como lo son materiales para la construcción, servicios de pintura, servicios eléctricos entre otros.

La empresa Cercyluc S.A ha decidido estar presente, para promocionar e informar a su segmento objetivo sobre la existencia de sus servicios. Se contratará un stand de 5 x 5 metros. Cada metro tendrá un costo de \$ 338,00 (más IVA). Entonces el costo de cada metro será de \$ 378,56 este valor por los 25 metros da \$ 9 464

4.3.3 Cartas de Presentación

Al año se realizarán 400 cartas de presentación anuales en las que se detallan los servicios de la empresa, la trayectoria, los proyectos que ha realizado, etc. Estas serán entregadas por los Asesores Comerciales en cada una de las visitas que se realicen a los clientes potenciales.

El costo de cada carta de presentación será de \$ 1,25 esta incluye 2 hojas a full color 400 cartas a \$ 0,625 ctvs., cada hoja dan un costo anual de \$ 500,00.

4.3.4 Tarjeta de Presentación

Se elaborarán 1000 tarjetas de presentación anual, los costos por las tarjetas serán de \$ 0,15 por unidad, debido a que se utiliza un papel con protección UB, a full color de tiro y retiro, estas tendrán un costo anual de \$ 150. Se elaborarán 100 tarjetas mensuales.

4.3.5 Revistas

En la investigación de mercados se descubrió que estos servicios no son comunicados de manera masiva, por lo que se determino que se comunicará la empresa a través de la revista emitida por la Cámara de la Construcción de Guayaquil, ya que a su vez esta revista cuenta con un gran número de clientes entre cuales se encuentra el mercado objetivo de Cercyluc S.A.

Se realizarán al año 8 pautas publicitarias en la Revista de la Cámara de la Construcción cada pauta se hará en la hoja central con medidas de 21 X 29 cm a full color. Cada publicación tiene un valor de \$ 700 (más IVA), el costo anual para estas publicaciones es \$ 6 272,00.

Se realizarán al año 4 pautas publicitarias en la Revista del Colegio de Ingenieros Eléctricos de Guayaquil, cada pauta se hará en la Página derecha indeterminada con medidas de 21 X 29 cm a full color. Este es un paquete especial que incluye 4 pautas (más IVA), el costo anual para estas publicaciones es \$ 4 480,00.

4.3.6 Cursos de Capacitación al Personal

Estos cursos no tendrán costo alguno, ya que los proveedores de los materiales consecutivamente dan cursos para el personal técnico de sus clientes. En la mayoría de los casos los cursos que dictan son financiados por los fabricantes de las marcas.

4.3.7 Cursos de Relaciones Humanas

El personal de Cercyluc S.A tendrá la oportunidad de capacitarse en cuanto a técnicas en su trato con sus compañeros, fomentar la cordialidad y cooperación entre ellos, etc.

Este curso se realizará en las instalaciones de la empresa, será dictado por un Capacitador extranjero a cargo de la Capacitadora "Liderazgo", tiene una duración de 2 sábados con una duración de 6 horas por cada día asistido, el costo será de \$ 2 100,00 (más IVA), el costo final es de \$ 2 352,00

4.3.8 Creación de Fuerzas de Ventas

Para la captación de la fuerza de venta se utilizarán medios como el internet entre los cuales tenemos: Multitabajos, Computrabajo. Con lo referente a la prensa escrita se contratarán los servicios de El Universo dos domingos del mes en la sección clasificados el aviso tendrá dimensiones de 3 x 4 módulos a blanco y negro. Esto tendrá un costo de \$ 270,00 (más IVA), dando como resultado final \$ 300. Los anuncios que se colocarán en Computrabajo y Multitabajos no generan ningún costo para la empresa.

4.3.9 Logo

Actualmente la empresa no cuenta con un logo que la diferencie de la competencia, por lo que se plantea la creación de este, tiene un costo de \$ 150 incluido el IVA.

4.4 Financiación

Como se pudo observar en los cuadros anteriores, la empresa cuenta con utilidad en cada periodo de sus actividades empresariales por lo que para la implementación de este proyecto se utilizarán recursos propios.

Es decir se destinará de las utilidades un porcentaje para la implementación de los Gastos de Marketing, ya que los accionistas de Cercyluc S.A están decididos a enfocar sus recursos para lograrla captación de nuevos clientes y a su vez aumentar sus ganancias al final de período económico.

4.5 Modelo del Negocio

En base a que es una empresa que presta servicios eléctricos, se utiliza el Estado de Resultado de Servicios.

En este Estado de resultado se muestran todos los ingresos y egresos que se generan en la empresa Cercyluc S.A a lo largo del periodo económico que se considera en un lapso de 1 año, se muestran las utilidades que generan las diversas actividades que realizan.

A pesar de no ser una empresa industrial se cuenta con un Estado de Resultado en el que se incluyen costos de mano de obra y materiales, estos se refieren a los implementos de primera necesidad para el servicio.

TABLA 21: Estado de Perdidas y Ganancias

Cercyluc S.A		Proyección		Proyección		Proyección		Proyección		Proyección		
Estado de Resultado		Año 2012		Año 2013		Año 2014		Año 2015		Año 2016		
Al 31 de Diciembre de 2011		Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5		
Ventas	700 000,00	728 000,00	757 120,00	787 404,80	818 900,99	851 657,03						
- Dcto en ventas	(-) 78 040,78	621 959,32	(-) 81 128,32	646 871,68	(-) 84 373,45	672 746,55	(-) 87 748,39	699 656,41	(-) 91 258,33	727 642,67	(-) 94 908,66	756 748,37
(-) Costos Fijos												
Costos de materiales	173 865,00	180 263,23	187 149,28	194 298,37	201 348,55	208 861,85						
Directos	148 400,00	153 861,12	159 738,61	165 840,62	171 843,55	138 271,07						
Indirectos	25 465,00	26 402,11	27 410,67	28 457,75	29 505,00	30 590,78						
Costos de mano de obra	97 539,99	101 129,46	104 992,60	109 003,31	113 014,64	117 173,57						
Directa	88 450,00	91 704,96	95 208,08	98 845,03	102 482,53	106 253,88						
Indirecta	9 089,99	9 424,50	9 784,52	10 158,28	10 532,11	10 919,69						
Transporte	35 000,00	36 050,00	37 131,50	38 245,45	39 392,81	40 180,67						
Gastos Administrativos	87 997,75	90 155,43	92 697,68	95 478,67	96 433,40	97 397,73						
Alquiler de Local	24 000	24 000,00	24 000,00	25 200,00	25 200,00	25 200,00						
Sueldos y Salarios	53 197,75	55 155,43	57 597,68	59 178,67	59 633,40	60 597,73						
Servicios Básicos	10 800,00	11 000,00	11 100,00	11 100,00	11 600,00	11 600,00						
Gastos de Ventas			24 875,40									
Cartas de Presentación			500,00	500,00	31 573,40	500,00	21 922,40	500,00	24 522,40			
Tajetas de Presentación			150,00	150,00		150,00		150,00				
Logo			150,00									
Feria			9 464,00	9 464,00		9 464,00		9 464,00				
Revista			10 572,00	10 752,00		3 136,00		3 136,00				
Accesorios Publicitarios			1 205,00	1 205,00		970,00		970,00				
Capacitación Personal			2 352,00	2 400,00								
Creación de Ventas			302,40	302,40		302,40		302,40				
Vendedores				1 800,00		2 400,00		3 000,00				
Comisiones				5 000,00		5 000,00		7 000,00				
(-) Costos Variables		22 943,20	33 666,60	22 943,20	22 943,20	22 943,20						
Servicios Prestados	27 500,00	28 325,00	29 174,75	30 049,99	30 650,99	3 957,50						
Otros costos	4 234,00	4 361,02	4 491,85	4 491,85	4 581,69	4 627,51						
Desc. en compras	(-) 29 045,89	309 093,10	(-) 39 045,89	311 082,82	(-) 39 826,81	323 113,17	(-) 39 826,81	336 262,16	(-) 40 225,08	348 763,60	(-) 40 225,08	334 576,02
Utilidad Bruta	312 866,22	335 788,86	349 633,38	363 384,25	378 879,07	422 172,35						
(+) Otros ingresos	16 345,43	19,345,43	14 000,00	14 000,00	15 000,00	15 000,00						
Utilidad antes de Imp. y Part. Tra.	241 213,90	264 978,86	307 529,56	323 623,26	297 445,67	339 774,62						
(-) 15% Part. Tra.	36 182,09	39 746,83	46 129,43	48 543,49	44 616,85	50 966,19						
Ut. Desp. Part. Tra.	205 031,82	225 232,03	261 400,13	275 079,77	252 828,82	288 808,43						
(-) Impuesto a la Renta	49 207,64	54 055,89	62 736,03	60 517,55	55 622,34	63 537,85						
Utilidad Pérdida del ejercicio	155 824,18	171 176,34	198 664,10	214 562,22	197 206,48	225 270,57						

A continuación se mostrarán los Estados Financieros (Estado de Resultado), con sus respectivas proyecciones a un periodo de 5 años, esto dado por los objetivos que se han trazado con anterioridad.

Como se puede observar en la tabla 16, la empresa tuvo Ingresos por \$ 716 345,43 en este valor se incluyen también los otros ingresos que se generaron por el desarrollo de planos eléctricos para empresas privadas. Estos servicios son prestados netamente por el dueño de la empresa y de manera individual, pero son facturados por medio de la empresa. Entonces el desglose de ese valor fue de \$ 700 000 por la actividad directa que realiza la empresa que son: Instalaciones de alta y baja tensión, Circuito cerrado, Cableado estructurado, Sistemas de alarmas contra incendio, Corte y re conexión. Por lo cual para el Estado de Pérdidas y Ganancias se considera en ventas solamente los \$ 700 000 dejando los otros ingresos generados para ser considerados en una cuenta llamada otros ingresos.

Para establecer el porcentaje de crecimiento de Utilidad Neta se hace la siguiente operación (Utilidad Bruta/Ventas) así se obtiene el porcentaje de la utilidad neta que se ha obtenido para cada periodo. En el año 2011 esta fue del 22 %.

Año 1 (2012)

En cuanto al año 2012 se estima un crecimiento en las ventas del 4 % esto en base al crecimiento que tuvo la Industria de la Construcción del 3 % en el año 2011, esta industria aportó al Producto Interno Bruto Nominal con el 6,60 % del total del mismo, siendo una de las industrias que más aportó tanto en el Sector Público como en el Sector Privado.

Esto en base a que especialistas en temas económicos revelan que se espera un crecimiento para el Ecuador el que está estipulado entre un 5 o 5,5 %, esto a pesar que exista una afectación muy fuerte en los precios de los commodities. Estos dicen que se prevé que siga creciendo el Sector de la Construcción en el 2012.

Por otro lado el Gobierno mediante el BIESS (Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social) ha otorgado a 1.400 familias préstamos para financiar viviendas

en el año 2011, y se prevé que para este año suba su participación de mercado en el segmento financiero al 53 %.

También los Costos Fijos, Costos Variables y Gastos Administrativos serán afectados en base al estimado que se tiene para la inflación que será del 3,68 % este valor dado por Supuestos Macroeconómicos Cuatrianual elaborados por el Ministerio de Finanzas en los que revelan en que porcentajes se estiman crecerán los indicadores macroeconómicos del Ecuador.

El 1ero de Enero del 2012 se firmo un Contrato con la Empresa Pública el cual tiene vigencia de 5 años a partir del año en curso, en lo referente al servicio de Corte y re conexión.

En este año los ingresos generados por otros servicios prestados se mantuvieron.

En el año 2012 la utilidad neta es de 26 % en relación con el 2011 subió un 4 % ya que la del 2011 que fue de 22 %.

Año 2 (2013)

Se estima que las ventas sigan creciendo en un 4 % este crecimiento se dará en base a la implementación del marketing para promocionar y comunicar a los clientes acerca de los servicios que presta la empresa en el sector de las micro constructoras en la ciudad de Guayaquil dejando por acentuado que la propuesta se enfocará a los Sectores que atiende, pero con mayor persuasión en el segmento de la construcción ya que es en este donde se concentra el mercado meta, esto se da ya que con el Sector Público se mantiene el contrato.

También los Costos Fijos, Costos Variables y Gastos Administrativos serán afectados en base al estimado que se tiene para la inflación que será del 3,82 % este valor dado por Supuestos Macroeconómicos Cuatrianual elaborados por el Ministerio de Finanzas en los que revelan en que porcentajes se estiman crecerán los indicadores macroeconómicos del Ecuador. Adicional a esto el incremento se da en base a que se necesitará más personal tanto en la parte técnica como en los gastos de ventas dentro de ese rubro para ese año se considerará solamente la captación y capacitación de los mismos, no los sueldos

y salarios ya que estarán a prueba por tres meses, con la finalidad de cubrir la demanda que se genere por la propuesta que se plantea implementar.

En este año los ingresos generados por otros servicios prestados bajaron, debido a que el dueño de Cercyluc S.A tuvo más responsabilidades con la empresa dejándole así menos tiempo para atender otros proyectos.

En el año 2013 la utilidad neta es de 30 % efectuándose un incremento del 4 % en relación con el 2012 que fue de 26 %.

Año 3 (2014)

Siguen creciendo las ventas en un 4 % esto en base a la propuesta que se planea implementada en el año 2013.

También los Costos Fijos, Costos Variables y Gastos Administrativos serán afectados en base al estimado que se tiene para la inflación que será del 3,82 % este valor dado por Supuestos Macroeconómicos Cuatrienal elaborados por el Ministerio de Finanzas en los que revelan en que porcentajes se estiman crecerán los indicadores macroeconómicos del Ecuador. Adicional a esto el incremento se da en base a que se necesitará más personal tanto en la parte técnica como en los gastos de ventas los cuales generan comisiones por las ventas realizadas, para este año ya se considera el incremento de la fuerza de venta con la finalidad de cubrir la demanda que se sigue generando.

En este año los ingresos generados por otros servicios prestados se mantuvieron, debido a que el dueño de Cercyluc S.A tuvo más responsabilidades con la empresa dejándole así menos tiempo para atender otros proyectos.

En el año 2014 la utilidad neta fue de 31 % en relación con el 2013 esta subió 1 % ya que en año 2013 fue de 30 %.

Año 4 (2015)

En cuanto al año 2015 se estima seguir creciendo en las ventas del 4 % en base a que ya se ha logrado posicionar en un 3 % la empresa en el mercado Guayaquileño,

También los Costos Fijos, Costos Variables y Gastos Administrativos serán afectados en base al estimado que se tiene para la inflación que será del 3,68 % este valor dado por Supuestos Macroeconómicos Cuatrianual elaborados por el Ministerio de Finanzas en los que revelan en que porcentajes se estiman crecerán los indicadores macroeconómicos del Ecuador. Adicional a esto el incremento se da en base a que se necesitará más personal tanto en la parte técnica como en los gastos de ventas los cuales generan comisiones por las ventas realizadas, para este año ya se considera el incremento de la fuerza de venta con la finalidad de cubrir la demanda que se sigue generando.

Para este año se estima que la inflación bajará en relación con el 2014, ya que en este año es de 3,68 % y el año anterior de 3,82 %.

En este año los ingresos generados por otros servicios prestados se incrementaron debido a que el dueño de Cercyluc S.A delego obligaciones a terceros dentro de la empresa dejándole así más tiempo para atender otros proyectos.

A pesar de haber sido un año en el cual se creció en ventas, las utilidades decrecieron baja proporción en relación con el año anterior. En el año 2015 la utilidad fue de 27 % en relación con el 2014 esta decreció en 4 % en relación con la del 2014 que fue de 31 %. Debido a que los gastos en ventas bajaron.

Año 5 (2016)

En cuanto al año 2016 se estima seguir creciendo en las ventas del 4 % en base a que ya se ha logrado una participación de un 3 % la en el mercado Guayaquileño, gracias al posicionamiento de la empresa a lo largo de estos años.

También los Costos Fijos, Costos Variables y Gastos Administrativos serán afectados en base al estimado que se tiene para la inflación que será del 3,68 %

este valor dado por Supuestos Macroeconómicos Cuatrianual elaborados por el Ministerio de Finanzas en los que revelan en que porcentajes se estiman crecerán los indicadores macroeconómicos del Ecuador. Adicional a esto el incremento se da en base a que se necesitará más personal tanto en la parte técnica como en los gastos de ventas los cuales generan comisiones por las ventas realizadas, para este año ya se considera el incremento de la fuerza de venta con la finalidad de cubrir la demanda que se sigue generando.

Para este año se estima que la inflación bajará en relación con el 2014, ya que en este año es de 3,68 % y el año anterior de 3,82 %.

La utilidad neta en el año 2016 fue de 30 % aquí se tiene un repunte en relación con el 2015, esta se incremento en 3 % en relación con la del 2015 que fue de 27 %.

4.5.1 Periodo de Recuperación

Tabla 22: Periodo de Recuperación

Año	Periodo	Utilidad (\$)	Utilidad (%)	Valor de la Propuesta	Recuperación Inversión
2012	1	171 176,34	26		
2013	2	198 664,10	30	24 845,40	Aquí
2014	3	214 562,22	31	31 573,40	
2015	4	197 206,48	27	21 922,40	
2016	5	225 270,57	30	24 522,40	

Elaborado: Autora

Como se puede observar en la tabla, la recuperación del valor total de la propuesta es en el mismo año que se la implementa, esto debido a que la empresa funciona dentro de una Industria que año a año gana plusvalía en base a que los terrenos y las casas no se deprecian. Además la demanda de urbanizaciones ha aumentado no solamente en el Sector Privado sino también Público, desde el año 2011 ha previsto un crecimiento en el sector de la Construcción por las facilidades de crédito que ha otorgado el BIESS (Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social) desde el año 2011.

Adicional a esto se observa que a partir de año 2013 hasta el año 2016 la empresa Cercyluc S.A sigue invirtiendo en marketing con el objetivo de seguir creciendo en mercado Guayaquileño.

4.6 Marketing ROI

Tabla 23: Propuesta 1

PROPUESTA 1.- REVISTA	
Ganancia Esperada	\$ 125 425
Publico Objetivo	25
Precio del Producto	\$ 5 017
Gasto Total de Inversion	\$ 10 572
MROI %	1 086 %
Clientes Potenciales	25
MROI \$	\$ 4 594,12

Elaborado: Autora

Se debe tener claro que los segmentos con los que cuenta la empresa son las constructoras urbanísticas y empresa pública del sector Eléctrico, todas están ubicadas dentro del mercado Guayaquileño, en este segmento de mercado existen alrededor de 80 constructoras que se dividen en: 50 del sector inmobiliario (urbanístico) y 30 promotoras inmobiliarias. Por lo tanto para medir la rentabilidad de la propuesta se han tomado en cuenta solo 25 de las constructoras de obras urbanísticas, estableciéndose como parte del Público Objetivo y Clientes Potenciales, para el desarrollo del Marketing ROI. Porque a pesar de ser un mercado de 50 constructoras se escogieron solo 25; debido a que realizan proyectos que se ajustan a los recursos materiales y económicos de la empresa Cercyluc S.A.

Entonces se puede decir del indicador de medición de la rentabilidad, el Marketing Roi, que se ha encontrado un nivel considerablemente alto de retorno sobre la Inversión en Marketing. Como se observa se halló un 1 086% de retorno acompañado de un retorno en términos monetarios de \$4 554,12 por cada uno de los clientes que se capten.

Se puede proyectar este nivel de ganancia en base al análisis exhaustivo de la aceptación general del público y en comercializar la marca con el enfoque

basado en desarrollar el posicionamiento de la marca en el público objetivo de este mercado.

Se detallan los valores con sus respectivos significados. La ganancia esperada se obtiene mediante la siguiente operación: (Público Objetivo x Precio del producto).

El Marketing ROI (%) se obtiene mediante la siguiente operación: (Ganancia Esperada - Gasto Total de la Inversión)/ Gasto Total Inversión.

Los clientes potenciales es igual: Público Objetivo / % de Aceptación, en el caso de la empresa Cercyluc S.A esto no aplica ya que el segmento de mercado es pequeño por lo cual se toma como clientes potenciales al segmento de las 25 constructoras que quiere alcanzar.

El Marketing ROI (\$) se obtiene mediante la siguiente operación: (Ganancia Esperada - Gasto Total de la Inversión)/ Clientes Potenciales.

Tabla 24: Propuesta 2

PROPUESTA 2.- FERIA	
Ganancia Esperada	\$ 125 425
Publico Objetivo	25
Precio del Producto	\$ 5 017
Gasto Total de Inversion	\$ 9 464
MROI %	1 225 %
Clientes Potenciales	25
MROI \$	\$ 4 638

Elaborado: Autora

Se puede decir del indicador de medición de la rentabilidad, el Marketing ROI, que se ha encontrado un nivel considerablemente alto de retorno sobre la inversión en marketing. Como se observa se halló un 1 225 % de retorno acompañado de un retorno en términos monetarios de \$ 4 638 por cada uno de los clientes que se captan.

Se puede proyectar este nivel de ganancia en base al análisis exhaustivo de la aceptación general del público y en comercializar la marca con el enfoque

basado en desarrollar el posicionamiento de la marca en el público objetivo de este mercado.

Tabla 25: Propuesta 3

PROPUESTA 3.- PAPELERIA	
Ganancia Esperada	\$ 100 340
Publico Objetivo	20
Precio del Producto	\$ 5 017
Gasto Total de Inversion	\$ 4 372
MROI%	2 195 %
Clientes Potenciales	20
MROI\$	\$ 4 798

Elaborado: Autora

Se puede decir del indicador de medición de la rentabilidad, el Marketing Roi, que se ha encontrado un nivel considerablemente alto de retorno sobre la inversión en marketing. Como se observa se halló un 2 046 % de retorno acompañado de un retorno en términos monetarios de \$ 4 767 por cada uno de los clientes que se captan.

Se puede proyectar este nivel de ganancia en base al análisis exhaustivo de la aceptación general del público y en comercializar la marca con el enfoque basado en desarrollar el posicionamiento de la marca en el público objetivo de este mercado.

Como se puede observar en los gráficos anteriores se presentan tres Propuesta diferente de Marketing para la Empresa Cercyluc S.A, en las que se busca comunicar acerca de los servicios de la empresa a las Constructoras y Empresa Eléctrica. Luego de observar estos se puede decir que la propuesta más rentable para la Empresa Cercyluc S.A, sería la de la Papelería ya que es la representa mayor ganancia tanto en porcentaje (%) como en valor monetario (\$), pero a pesar de realizar este análisis, Cercyluc S.A ha decidido realizar todas las propuestas que se mencionan con la finalidad de aumentar sus ingresos y participación de mercados.

NOTA.- En este proyecto no se puede considerar Tasa Interna de Retorno (TIR) y Valor Actual Neto (VAN), esto debido a que se busca establecer una inversión solo para dar a conocer la empresa a nivel local empleando un plan comunicacional. En el cual no se propone la compra de nada que requiera de infraestructura física para cumplir con los objetivos antes trazados en el proyecto.

Conclusión

Después de analizar todos y cada uno de los gastos que se generan normalmente en la empresa antes de la implementación del marketing en la empresa “Cercyluc S.A”, se llegó a las siguientes conclusiones:

- ❖ El costo en que se incurrirá para la realización del plan comunicacional es de \$ 24 845,40 el mismo que se implementará en el año 2013; demostrándose a través de los estados financieros la rentabilidad y viabilidad del mismo.
- ❖ Como se puede observar en la **(tabla 22)** se establece el período en el que se recupera el valor de la inversión del plan, y esta recuperación se da dentro del mismo año 2013.
- ❖ En el cuadro de proyecciones se muestra un crecimiento en ventas del 4 % anual, estas proyecciones se realizaron en un periodo comprendido desde el 2012 – 2016. Es decir entonces que a medida que se de a conocer la empresa “Cercyluc S.A” este posicionamiento se verá reflejado en las ventas y utilidades.
- ❖ En lo referente al Marketing ROI, se puede decir que cada uno de las propuestas que se plantean en este proyecto son rentables esto se puede observar en las **(tablas 23, 24, 25)** ya que sus retornos en dólares (\$) y en porcentajes (%) son altos.

CAPÍTULO V

CONTROL Y MONITOREO



5. Control y Monitoreo del Proyecto

5.1 Análisis de Satisfacción al Cliente

- ❖ Se medirá el tiempo que demoró el personal técnico en solucionar un problema por falla técnica de la empresa, este tiempo se estimará desde el momento en que entra la llamada a la empresa hasta cuando se da solución al cliente. Esta evaluación se hará de manera mensual.
- ❖ Se elaborará una encuesta que constará de 5 preguntas a cada cliente, para medir como fue la atención del asesor comercial durante el periodo de la reunión. Esto se hará de manera mensual.

5.2 Análisis de Marketing y Ventas

- ❖ Se elaborará una encuesta la que constará de 4 preguntas, para medir en que porcentaje los vendedores están dando a conocer la empresa en las visitas que realicen a los clientes potenciales. Esto se hará de manera mensual.
- ❖ Se revisarán las Hojas de Reporte diario de los Asesores Comerciales con la finalidad de ver el rendimiento que están teniendo en cuanto a ventas y su desenvolvimiento en el desarrollo de los objetivos de ventas. La revisión de los reportes se hará de manera semanal, estarán a cargo del Gerente del Departamento Técnico.
- ❖ Se realizarán reuniones con el Contador para que se informe a la Junta Directiva de la Empresa sobre el movimiento Económico que está teniendo la empresa, en estas se observarán los informes de ingresos y egresos mensuales con la finalidad de observar el cumplimiento de los objetivos trazados en ventas. Esta reunión se realizará cada 6 meses.
- ❖ Se controlará el retorno del impacto por la comunicación en las revistas; es decir cuántos clientes potenciales se comunicaron a la empresa para pedir información acerca de los servicios. Esto se evaluará de manera trimestral.

Conclusiones

En el país actualmente se nota un alto crecimiento en la Industria de la Construcción, este se ha dado en base al empuje que le esta dando el Gobierno a pequeñas, medianas y grandes obras del sector urbanístico con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los Ecuatorianos que radican dentro del país y también esta opción se extiende a los que radican fuera con el objetivo de impulsarlos a que retornen al país.

Por lo cual se realizó una Investigación de Mercados en la cual los resultados arrojaron que la empresa Cercyluc S.A no es conocida en el mercado de las Micro constructoras ubicadas en la ciudad de Guayaquil.

De acuerdo con los objetivos de marketing se alcanzará un posicionamiento del 20 % en la mente de los clientes al cabo de los 5 años en el mercado guayaquileño, esto dado con la finalidad de alcanzar un 25 % de incremento en las utilidades al final de los 5 años proyectados, proyectando que las ventas crecen un 4 % anual y el crecimiento de las utilidades será anual el 5 % del público objetivo de "Cercyluc S.A".

Se considera que la ubicación de la empresa es una debilidad que infiere en el momento en que los clientes (micro constructoras) buscan los servicios de empresas prestadoras de servicios eléctricos.

Se determinó que dentro del mercado guayaquileño la mejor manera de comunicar los servicios eléctricos es a través de medios especializados, como revistas, ferias, cartas de presentación, etc., ya que al ser un segmento con un comportamiento especial no se puede desperdiciar los recursos financieros en comunicación masiva (televisión).

Se muestra la viabilidad del proyecto, dado que se plantea gastar \$ 24 875,40 en la propuesta de marketing (comunicacional) el mismo que se recupera dentro del mismo año que se implementa la propuesta comunicacional.

Recomendaciones

En base al crecimiento que vaya teniendo la empresa es aconsejable que cuente con un capital humano mayor, para que pueda llegar a más clientes.

Se recomienda el control y monitoreo constante del personal técnico así como del personal de ventas, para que el nivel de satisfacción a los clientes siempre este en aumento y estén a la par con las ventas, ya que si el cliente esta satisfecho entonces representará más ingresos a la empresa.

Al cabo de los 5 años, se recomienda que la empresa empiece a trabajar para ingresar en otro segmento de mercado, ya que hasta ese periodo ya se habrá dado a conocer en el sector de la Construcción y Empresa Pública en la que actualmente la conocen.

Se recomienda que se empiece a considerar la idea de extender los servicios a otras ciudades del país, ya que el crecimiento que se mostraba en las cifras macro-económicas se evidenciaba a nivel nacional, pero esto después del periodo de los 5 años.

Luego de los 5 años, se recomienda realizar una investigación de mercados para medir en que porcentaje el público objetivo conoce acerca de los servicios que brinda la empresa.

Seria factible para la empresa que los gastos de marketing se incrementen, con la finalidad de ingresar a otros segmentos que son rentables en la actualidad.

BIBLIOGRAFÍA

1. Grande Esteban, I. (2005). Marketing de los servicios, ESIC.
2. Hoffman, Douglas & Baterson, John. E. (2002). Fundamentos de marketing de servicios: Cengage Learning Editores.
3. Kotler, Philip. (2001). Dirección de marketing. México: Pearson Educación.
4. Kotler, Philip. (2003). Fundamentos del marketing. México: Pearson Educación .
5. Malhotra, N. (2004). Investigación de mercados. Un enfoque aplicado. México: Pearson Educación.
6. Mollá, D. Alejandro. (2006). Comportamiento del consumidor. Eureka Media.
7. Munuera, Alemán, J. L. (2007). Estrategias de marketing. Madrid: ESIC .
8. Rivera Camino, J., Arrellano Cueva, R., & Molero Ayala, V. M. (2009) Conducta al consumidor: Estrategias y tácticas aplicadas al marketing. ESIC
9. Trout, J., & Rivkin, S. (2001). Diferenciarse o morir : Como sobrevivir en un entorno competitivo de alto riesgo. Eureka Media.
10. Banco central del Ecuador. (2011). Boletín Informativo. Quito, Ecuador – Sierra.
11. Banco central del Ecuador. (2011). Online; Obtenido de :
- www.bce.gov.ec

12. Banco del instituto de seguridad social. (s.f). Online; Obtenido de www.biess.fin.ec
13. Diario el financiero digital. (s.f.). Online; Obtenido de www.elfinanciero.com/economia economia.html
14. Diario el financiero digital. (s.f.). Online; Obtenido de www.bce.fin.ec
15. Programacion presupuestaria cuatrianual. (s.f.). Online; obtenido de: <http://es.scribd.com>
16. Wikipedia. (s.f.). Online; Obtenido de www.wikipedia.org

AneXOS

ANEXO 1: FORMATO DE LA ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

1.- ¿Por qué subcontratan empresas que presten servicios eléctricos?

2.- ¿Qué factores influyen a la hora de la contratación?

Precio Experiencia

Tiempo de entrega Relaciones Públicas

Trayectoria de la empresa Infraestructura

3.- ¿De los factores antes mencionados, mencione los tres de mayor importancia?



4.- ¿Se planifica la Subcontratación de los servicios?

5.- ¿Qué factores se consideran dentro de la planificación?

6.- ¿Se maneja presupuesto para la contratación?, ¿Por qué?

7.- ¿Qué se espera recibir de la empresa contratada?

8.- ¿Actualmente como están los precios de las empresas contratistas de servicios eléctricos?

Por debajo del mercado

De acorde con el mercado

Por encima del mercado

9.- ¿ Mencione las empresas de servicios eléctricos con las que ha trabajado y trabaja actualmente”?

10.- ¿Conoce a la empresa Cercyluc S.A?

11.- ¿Mediante que medios conoció acerca de los servicios que presta “Cercyluc S.A”.

12.- ¿Qué tiempo lleva la empresa, trabajando con “Cercyluc S.A”?

13.- ¿Qué factores se consideraron para la contratación de “Cercyluc S.A”?

14.- ¿Cómo considera los precios cobrados por “Cercyluc S.A”, en comparación con la competencia?

15.- Califique el servicio de “Cercyluc S.A”

Regular

Bueno

Excelente

16.- ¿Cumplió Cercyluc S.A con todas sus expectativas y ofrecimientos?

17.- ¿Contraría nuevamente los servicios de “Cercyluc S.A”?

ANEXO 2: INFORMACIÓN DE LAS ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

Empresa Rambaq cuenta con una larga trayectoria dentro del mercado Guayaquileño, ha realizado proyectos como PortoVita, Porto Bello, Aventura Plaza, etc.

Entrevistado # 1

1.- ¿Por qué subcontratan empresas que presten servicios eléctricos?

Como parte fundamental de la empresa en el area técnica considero que se subcontratan servicios de terceras empresas para la parte eléctrica porque la empresa no cuenta con el personal suficiente para realizar este trabajo ya que el mismo necesita de personal especializado en el tema y la vida de los clientes es nuestra principal preocupación.

2.- ¿Qué factores influyen a la hora de la contratación?

Precio	<input type="checkbox"/> SI	Experiencia	<input type="checkbox"/> SI
Tiempo de entrega	<input type="checkbox"/> SI	Relaciones Públicas	<input type="checkbox"/>
Trayectoria de la empresa	<input type="checkbox"/> SI	Infraestructura	<input type="checkbox"/>

Bueno según mi apreciación serían estos los factores que más influyen para nosotros como constructora al momento de contratar servicios de otras empresas.

3.- ¿De los factores antes mencionados, mencione los tres de mayor importancia?

- ❖ Precio
- ❖ Tiempo de Entrega
- ❖ Experiencia

4.- ¿Se planifica la Subcontratación de los servicios?

Siempre se hace una planificación, antes de comenzar la construcción de una nueva urbanización se elabora un listado de todos los servicios que se van a necesitar para la realización de dicha obra, en este listado se enumeran todos los contratistas con los que cuenta la empresa.

5.- ¿Qué factores se consideran dentro de la planificación?

A mi apreciación los factores que influyen serían:

- ❖ El número de viviendas a construir.
- ❖ Lugar de la urbanización.
- ❖ El nivel socioeconómico al que va dirigida.

6.- ¿Se maneja presupuesto para la contratación?, ¿Por qué?

Si.

Porque en el presupuesto se pone el valor que se paga por la prestación de servicios eléctricos exterior e interior, y a su vez ya que se sabe cuanto es el costo por cada servicio prestado por terceros se determina cual va a ser el costo de cada vivienda, lo que ayuda a la empresa a establecer cuanto va a costar la vivienda al Público. Luego de sacar estos costos determinamos la rentabilidad que se obtendrá por casa y a nivel de la urbanización.

7.- ¿Qué se espera recibir de la empresa contratada?

Esperamos recibir un servicio de calidad en el trabajo realizado, dentro del tiempo establecido además a esto que respondan cuando se necesite repuesta, que los procesos de garantía serán efectivos hasta el último momento.

8.- ¿Actualmente como están los precios de las empresas contratistas de servicios eléctricos?

Por debajo del mercado

De acorde con el mercado SI

Por encima del mercado

En cuanto a los precios que cobran este tipo de empresa puedo decir que si son de acorde al mercado, ya que los costos están regulados en la cámara de la industria. Tengo entendido que ellos le proporcionan a las empresas desde hasta que valor deben cobrar por el servicio que brindan, tengo conocimiento de

esta información ya que aquí dentro de la constructora también se maneja estos rubros.

9.- ¿ Mencione las empresas de servicios eléctricos con las que ha trabajado y trabaja actualmente”?

Anteriormente trabajamos con la empresa Inseltel S.A, ahora ya llevamos 7 años trabajando con Cercyluc S.A. Vale aclarar que se decidió dejar de trabajar con Inseltel por problemas con su personal de obra, no obstante con eso la empresa Inseltel siempre que se entera que habrá la construcción de una nueva urbanización envía su propuesta.

10.- ¿Conoce a la empresa Cercyluc S.A?

Si.

11.- ¿Mediante que medios conoció acerca de los servicios que presta “Cercyluc S.A”?

Tengo entendido que el dueño de la constructora estudió en la Universidad con el dueño de Cercyluc S.A., es de ahí donde nació su vinculación con nuestra empresa, además también nos enteramos de la existencia de otras empresas por medio de revistas, específicamente la de ingenieros eléctricos del guayas.

12.- ¿Qué tiempo lleva la empresa, trabajando con “Cercyluc S.A”?

Hace ya 7 años conozco a esta empresa y honestamente parece que fue ayer cuando la empresa entro a trabajar con nosotros, como pasa el tiempo tan rápido que uno a veces ni se da cuenta.

13.- ¿Qué factores se consideraron para la contratación de “Cercyluc S.A”?

Bueno dentro de estos factores podría decir según yo que más de la amistad que existen entre los dueños de estas empresas influye que la empresa Cercyluc S.A. cumple con lo pactado dentro de los contratos, su precio son asequibles, ya tiene algún tiempo en el mercado y eso dice mucho para nosotros.

14.- ¿Cómo considera los precios cobrados por “Cercyluc S.A”, en comparación con la competencia?

Yo diría que ha pesar de haber entes que establecen los valores que se pueden cobrar de acuerdo a los servicios que se presta en muchas de las ocasiones las empresas no cumplen, ya que los precios de Cercyluc S.A están de acorde con los establecidos por los entes y en ocasiones hasta con un pequeño descuento

en cuanto al valor cobrado del servicio por casa, yo diría que a pesar de Insetel S.A ya no estar con nosotros y envía sus propuestas sus precios son más elevados en un 3 % diría yo.

15.- Califique el servicio de “Cercyluc S.A”

Regular

Bueno

Excelente

SI

Al momento de decir que es excelente me estoy refiriendo al trabajo que realiza en el campo y en el trato con el personal administrativo.

16.- ¿Cumplió Cercyluc S.A con todas sus expectativas y ofrecimientos?

Hasta el día de hoy ha cumplido con todas las expectativas que nos crearon al momento de contratarla, y claro si ha cumplido los ofrecimientos ya que dentro de estos estaban terminar el trabajo en el tiempo acordado y puedo decir que si lo ha hecho.

17.- ¿Contraría nuevamente los servicios de “Cercyluc S.A”?

Yo si lo haría, ya que hasta el día de hoy si ha cumplido a cabalidad con nuestras necesidades, siempre se ha cuidado de hacer bien su trabajo, no solamente creo que sería por esos motivos sino también porque hay tal confianza entre la empresa y Cercyluc S.A.

Entrevistado # 2 (Gerente de Planificación)

1.- ¿Por qué subcontratan empresas que presten servicios eléctricos?

Considero que tanto en la parte eléctrica como en otros servicios, lo hacemos porque se nos hace más complejo tener a personal técnico capacitado; ya que si solo nos enfocamos en lo que es eléctrico tendríamos que contar con un equipo de Técnicos eléctricos capacitados. Lo que le representaría más gastos a la empresa y tiempo (lo más perjudicial sería el tiempo), en cambio el contratista hace su trabajo de manera rápida porque el si cuenta con el personal idóneo para dicha función porque para este el invertir menos tiempo le representa mayor rentabilidad.

2.- ¿Qué factores influyen a la hora de la contratación?

Precio	<input type="checkbox"/> SI	Experiencia	<input type="checkbox"/> SI
Tiempo de entrega	<input type="checkbox"/> SI	Relaciones Públicas	<input type="checkbox"/>
Trayectoria de la empresa	<input type="checkbox"/> SI	Infraestructura	<input type="checkbox"/>

Podría decir que dentro de la constructora manejamos parámetros para establecer que factores influyen en la contratación de servicios de otras empresas, también tengo que acotar que en función de los servicios requeridos se definen los factores que influyen o influirían al seleccionar una u otra empresa contratista.

3.- ¿De los factores antes mencionados, mencione los tres de mayor importancia?

- ❖ Precio
- ❖ Tiempo de Entrega
- ❖ Experiencia

4.- ¿Se planifica la Subcontratación de los servicios?

Tenemos una planificación bien estricta, pero al momento de hablar de servicios eléctricos tendría que decir que solo trabajamos con Cercyluc, considero que esta empresa se ha ganado que nosotros sigamos manteniendo vínculos con ella.

5.- ¿Qué factores se consideran dentro de la planificación?

Tenemos un sin número de factores que influyen, pero los de más peso o mayor importancia serían:

- ❖ El modelo de viviendas a construir.
- ❖ Cuantas viviendas se van a construir.
- ❖ Cuanto van a costar por unidad estas viviendas.

6.- ¿Se maneja presupuesto para la contratación?, ¿Por qué?

Si.

Para sacar nuestros ingresos ya que por medio de este determinamos cual va a ser el (%) de utilidad.

7.- ¿Qué se espera recibir de la empresa contratada?

Un buen servicio y un buen trabajo y que al momento de suscitarse un problema inesperado la empresa este presta a solucionarlo en el tiempo indicado, me gustaría ponerle un ejemplo: digamos que un circuito x no esta funcionando se espera que este sea reparado en el mismo día.

8.- ¿Actualmente como están los precios de las empresas contratistas de servicios eléctricos?

Por debajo del mercado

De acorde con el mercado SI

Por encima del mercado

Todas las que se dedican a diversos servicios manejan tablas de precios referenciales para cada servicio que prestan. Por ejemplo: esta establecido en el mercado que el costo de cada circuito eléctrico es de \$30 eso es lo tope, la empresa puede jugar con este valor bajarlo o mantenerlo depende de ellos y la influencia de su competencia.

9.- ¿ Mencione las empresas de servicios eléctricos con las que ha trabajado y trabaja actualmente”?

Contratábamos anteriormente a la empresa Inselfel S.A, pero actualmente estamos trabajando con Cercyluc S.A., desconozco los motivos por los cuales se dejo de trabajar con Inselfel S.A y verdaderamente tampoco quiero ni necesito saberlos.

10.- ¿Conoce a la empresa Cercyluc S.A?

Si.

11.- ¿Mediante que medios conoció acerca de los servicios que presta “Cercyluc S.A”?

Yo personalmente creo que en este tipo de servicios es por amistades, lo digo porque es así como Cercyluc S.A ingreso a trabajar con nosotros. Por la amistad que existe entre el Gerente de nuestra empresa y el Gerente de Cercyluc S.A.

12.- ¿Qué tiempo lleva la empresa, trabajando con “Cercyluc S.A”?

Tengo entendido que llevamos alrededor de 6 o 7 años trabajando con ellos. Y no hemos tenido inconvenientes porque han sabido adaptarse a nuestros pedidos.

13.- ¿Qué factores se consideraron para la contratación de “Cercyluc S.A”?

Para mi parecer diría que lo que más influyó en este caso sería la amistad que existe entre los dueños de ambas empresas, pero no por esto dejaría de mencionar que Cercyluc S.A tienen puntos fuertes y bien establecidos como empresa entre ellos su experiencia en el mercado, no todas las empresas cumplen 10 años en el mercado y siguen vigentes, también el tiempo en que efectúa su trabajo, la paciencia que tienen su personal tanto en obra como en lo referente a lo administrativo.

14.- ¿Cómo considera los precios cobrados por “Cercyluc S.A”, en comparación con la competencia?

Hemos recibido propuestas de otras empresas como Inseltel y otra que es de la Capital, los precios de Inseltel están por encima de los precios que maneja Cercyluc S.A, no obstante los precios de la compañía Capitalina están por encima de los de Inseltel, explicaban que esto se da porque ellos están más lejos y les incurría realizar más gastos para traer su personal, materiales y maquinarias etc.

15.- Califique el servicio de “Cercyluc S.A”

Regular

Bueno

Excelente SI

Nos han brindado un servicio digno de apreciar en el personal Administrativo, ya que es con quien yo tengo más comunicación y con el que siempre me estoy comunicando, en cuanto a tiempos en las obras no se del todo pero tengo entendido que si trabajan a cabalidad.

16.- ¿Cumplió Cercyluc S.A con todas sus expectativas y ofrecimientos?

Si, porque sino hubieran cumplido téngalo por seguro que yo mismo me hubiera encargado de sacarlos sin importar la amistad que existe entre los dueños de ambas empresas. Hablo por mi y digo claramente que espero que se siga manteniendo la relación que hay hasta ahorita en lo laboral.

17.- ¿Contraría nuevamente los servicios de “Cercyluc S.A”?

Si, porque hay el conocido refrán que dice: “más vale mala conocida, que buena por conocer”; lo que le trato de decir es que ya conocemos el trabajo de esta empresa, no sería lógico desgastar tiempo en la búsqueda de otra para que si la que tengo si me sirve esto aplicaría en el caso de no servir.

Encuestado # 3 (Jefe de Obra)

1.- ¿Por qué subcontratan empresas que presten servicios eléctricos?

Bueno firmemente creo que al momento de hablar de construcción no se debe tomar a la ligera el tema, ya que construir una vivienda de cualquier índole conlleva consigo mucha responsabilidad, desde el momento que se empieza a poner la primera piedra esta debe estar en perfectas condiciones, ya que son los cimientos de la misma. Entonces por esto yo considero que se contratan a otras empresas que hagan la parte eléctrica dentro y fuera de la urbanización es porque la empresa nuestra constructora no tiene la infraestructura adecuada para manejar un grupo grande de trabajadores, además la infraestructura no le da a la empresa para mantener mucha gente dentro de las instalaciones.

2.- ¿Qué factores influyen a la hora de la contratación?

Precio	<input type="checkbox"/> SI	Experiencia	<input type="checkbox"/>
Tiempo de entrega	<input type="checkbox"/> SI	Relaciones Públicas	<input type="checkbox"/>
Trayectoria de la empresa	<input type="checkbox"/> Si	Infraestructura	<input type="checkbox"/>

Podría decir que dentro de la constructora manejamos parámetros para establecer que factores influyen para contratar servicios de otras empresas, también tengo que acotar que en función de los servicios requeridos se definen los factores que influyen o influirían al seleccionar una u otra empresa contratista.

3.- ¿De los factores antes mencionados, mencione los tres de mayor importancia?

- ❖ Precio
- ❖ Tiempo de entrega
- ❖ Trayectoria de la empresa

4.- ¿Se planifica la Subcontratación de los servicios?

En el momento que se ha decidido iniciar o lanzar un nuevo proyecto urbanístico, desde ese momento ya existe una planificación. No se deciden lanzar estos proyectos a la ligera antes se analizan varios temas.

5.- ¿Qué factores se consideran dentro de la planificación?

Tenemos un sin número de factores que influyen, pero los de más peso o mayor importancia serían:

- ❖ Modelos de viviendas.
- ❖ Cuantas viviendas.
- ❖ Costo de la vivienda.

6.- ¿Se maneja presupuesto para la contratación?, ¿Por qué?

Si.

Sino anotamos gastos e ingresos no sabríamos cuanto va a ser el valor de nuestra rentabilidad.

7.- ¿Qué se espera recibir de la empresa contratada?

Bueno en cuanto a obra yo podría decir que se espera recibir un trato cordial de parte del personal de obra, además de esto que exista un buen ambiente laboral por parte de este. Una de las cosas que más espero yo de ellos es que terminen a tiempo su labor y su día de trabajo lo cumplan a cabalidad en base a lo planificado a realizar ese día.

8.- ¿Actualmente como están los precios de las empresas contratistas de servicios eléctricos?

Por debajo del mercado

De acorde con el mercado

Por encima del mercado

9.- ¿ Mencione las empresas de servicios eléctricos con las que ha trabajado y trabaja actualmente”?

Lo único que se es que antes trabajábamos con otra empresa, que actualmente ya no esta con nosotros. Por esta razón ahora nos colabora Cercyluc S.A

10.- ¿Conoce a la empresa Cercyluc S.A?

Si.

11.- ¿Mediante que medios conoció acerca de los servicios que presta “Cercyluc S.A”?

Es de conocimiento de todo el personal, que entre el Gerente de nuestra empresa y el Gerente de Cercyluc S.A una amistad de hace ya mucho tiempo. Asumimos aquí que se conoce de ellos en base a los lazos de amistad, quiero acotar que este tipo de servicios suelen estar en anuncios en las revistas del colegio de Ingenieros eléctricos.

12.- ¿Qué tiempo lleva la empresa, trabajando con “Cercyluc S.A”?

No sabría a ciencia cierta decirle si 6 o 7 años ya tenemos trabajando con ellos.

13.- ¿Qué factores se consideraron para la contratación de “Cercyluc S.A”?

A decir verdad y según mi apreciación yo diría que lo más influyente en este caso sería la amistad que hay de por medio, adicional a esto no puedo dejar de reconocer que es una empresa que tiene ya algunos años en el mercado, he tenido también la oportunidad de ir a sus instalaciones en la cual me he dado cuenta que tienen una bodega que sirve para almacenar sus materiales para las obras que requieran de estos. También vale recalcar que en ocasiones nos hacen descuentos en los precios, le dan a la constructora facilidades de pago e incluso como ya llevan años trabajando con nosotros en ocasiones nos ayudan a conseguir localidades de terrenos para la construcción de nuestras urbanizaciones.

14.- ¿Cómo considera los precios cobrados por “Cercyluc S.A”, en comparación con la competencia?

No tendría como contestarle a usted esa pregunta ya que quien recibe si hay o no otras empresas que quieren entrar al proceso de licitación es el gerente de presupuesto y es el quien maneja lo relacionado a precios, lo anterior en base a precios que le conteste que dan facilidades pago y todo lo demás contestado se lo proporcione como información en base a reuniones que hemos tenido y en las cuales he podido estar presente y escuchar los temas que se han hablado.

15.- Califique el servicio de “Cercyluc S.A”

Regular

 SI

Bueno

Excelente

Yo lo califico como bueno solamente, ya que soy yo el que esta en la obra y palpa cada una de las situaciones difíciles que se presentan en la misma. El problema que yo considero que si es de relevancia para la empresa es que en ocasiones no cuenta con el material suficiente para la obra; si se contrata para una obra de 100 viviendas entonces yo considero que deberían almacenar la cantidad a utilizar en la misma, pero ellos van adquiriendo el material de poco en poco, pero no obstante con esto ellos entregan el proyecto en el tiempo indicado pero yo creo que si se soluciona este pequeño problema podrían incluso terminar en menos del tiempo indicado.

16.- ¿Cumplió Cercyluc S.A con todas sus expectativas y ofrecimientos?

Si, obvio que es ese el motivo por el cual sigue y trabajando con nosotros porque a pesar de tener una amistad con el Gerente siempre se mantiene la relación laboral no se mezcla la una con la otra

17.- ¿Contraría nuevamente los servicios de “Cercyluc S.A”?

Si, porque ya se la conoce, conozco personalmente el trabajo de ellos en lo que es el campo de trabajo. Yo no los califico desde una oficina sino en donde las papas queman. Yo personalmente no creo que tiraría por la borda todo el tiempo que hemos trabajado, ya sabemos que problemas tienen en que son buenos y en este tipo de negocios la verdad no hay tiempo para andar averiguando quien

es mejor o algo parecido. Siempre se contrata con la esperanza de crear relaciones fuertes y duraderas.

Empresa Traverso y Pérez cuenta con una trayectoria de 17 años en el mercado, realizando proyectos como Portovelo, dentro de los cuales también han participado otras constructoras.

Entrevistado # 4

1.- ¿Por qué subcontratan empresas que presten servicios eléctricos?

La contratación de terceros se da porque no contamos con el personal de planta capacitado para dichos trabajos, ya que esto le representaría a la empresa más gastos, porque tendría que contratar Ingenieros eléctricos para que hagan las instalaciones además a esto tecnólogos o técnicos. En ocasiones muchas personas creen que porque son constructoras tienen el dinero suficiente para despilfarrarlo y no es así realmente. No voy a negar que a nosotros como empresa nos queden utilidades ya que nadie trabaja para perder, pero estas son moderadas y si nos ponemos a contratar personal directamente para la empresa estas utilidades ya serían casi nulas.

2.- ¿Qué factores influyen a la hora de la contratación?

Precio	<input type="checkbox"/>	Experiencia	<input type="checkbox"/>
Tiempo de entrega	<input type="checkbox"/>	Relaciones Públicas	<input type="checkbox"/>
Trayectoria de la empresa	<input type="checkbox"/>	Infraestructura	<input type="checkbox"/>

Lo más influyente para nuestra empresa y en base a los contratistas que buscamos para los trabajos que necesitamos, estos deben cumplir con parámetros establecidos por la constructora y estos son: experiencia, deben certificar que ya han trabajado en proyectos urbanísticos, en la misma experiencia se revisa que ellos hayan cumplido con los tiempos pactados en la entrega de la obra, y a su vez que cuente con buenos precios.

3.- ¿De los factores antes mencionados, mencione los tres de mayor importancia?

Como ya se lo había mencionado anteriormente, serían así:

- ❖ Precio
- ❖ Tiempo de entrega
- ❖ Experiencia

4.- ¿Se planifica la Subcontratación de los servicios?

Gracias a Dios se cuenta con un Departamento de planificación urbanística, antes de iniciar cualquier urbanización planificamos, luego de ya tener planificado lo que se va a realizar nos encargamos de empezar a seleccionar a los contratistas que se van a necesitar.

5.- ¿Qué factores se consideran dentro de la planificación?

Los factores que influyen, dentro de nuestra empresa influye:

- ❖ Ubicación geográfica de la urbanización.
- ❖ El tamaño de la urbanización (Viviendas).

6.- ¿Se maneja presupuesto para la contratación?, ¿Por qué?

Si.

Nuestro presupuesto responderá a las dudas que se generen al momento de planificar la urbanización, este también ayuda a la empresa a saber cuanto se va a obtener de ganancia.

7.- ¿Qué se espera recibir de la empresa contratada?

Nuestra política de empresa es el justo a tiempo, por lo que necesitamos que las empresas que entran a prestar sus servicios para nosotros cumplan con los tiempos establecidos para la realización de los proyectos.

8.- ¿Actualmente como están los precios de las empresas contratistas de servicios eléctricos?

Por debajo del mercado

De acorde con el mercado

Por encima del mercado

Los contratistas tienen guías de precios en cuanto al sector eléctrico, por lo que las constructoras sabemos que es así como manejan sus precios, pero no obstante a esta guía hay empresas contratistas que quieren sobrepasar esos valores en bases a promesas irreales.

9.- ¿ Mencione las empresas de servicios eléctricos con las que ha trabajado y trabaja actualmente”?

La empresa que trabajo con nosotros anteriormente fue Insetel S.A, pero ahora trabajamos con Cercyluc S.A., en lo que respecta a servicios eléctricos dentro y fuera de la urbanización.

10.- ¿Conoce a la empresa Cercyluc S.A?

Si.

11.- ¿Mediante que medios conoció acerca de los servicios que presta “Cercyluc S.A”?

A través del Gerente General de la constructora, ya que este mantienen una relación de amistad durante ya bastante tiempo con el Gerente General de Cercyluc S.A, Además este tipo de servicio en especial se da a conocer en medios no comunes, no utilizan la televisión ni la radio, pero si se utilizan las influencia que tengan el mercado de la construcción, también por medio de asesores comerciales.

12.- ¿Qué tiempo lleva la empresa, trabajando con “Cercyluc S.A”?

Ya alrededor de 6 años.

13.- ¿Qué factores se consideraron para la contratación de “Cercyluc S.A”?

La experiencia que tienen ellos con respecto a otros proyectos que han realizado en urbanizaciones de la Vía Samborondón, Vía a Daule y Vía a la Costa, se les pide que presenten la carta de cliente con la que han trabajado y trabajan actualmente, eso es un factor decisivo para la contratación de Cercyluc S.A,

14.- ¿Cómo considera los precios cobrados por “Cercyluc S.A”, en comparación con la competencia?

Asequibles y dentro de lo establecido por el mercado, aunque en ocasiones realizan descuentos en los proyectos a realizar para la constructora. Además la forma de pago es lo ideal ya que en ocasiones se les paga con bienes, entre los cuales son: casas, vehículos, departamentos, estos pagos se hacen mediante

contratos firmados. Estos pagos se establecen en la reunión que existe entre los directivos de la empresa prestadora de servicios y la empresa contratante del servicio. Yo he tenido la oportunidad de comparar en algunas ocasiones los precios de propuestas anteriores con la de Cercyluc S.A y han reflejado que cobran un 5% menos en sus servicios.

15.- Califique el servicio de “Cercyluc S.A”

Regular

Bueno

Excelente

SI

Nunca hemos tenido problemas con ellos, ya que siempre se ha manejado una relación de cumplimiento, también siempre se ha cumplido con lo pactado en el contrato inicial. En caso de darse cambios se hace una reunión entre ambos directivos y se llegan a nuevos acuerdos ya sean estos en pagos o tiempos de entrega.

16.- ¿Cumplió Cercyluc S.A con todas sus expectativas y ofrecimientos?

Si se han cumplido con nuestras expectativas, al principio se tenía un poco de dudas sobre si cumplirían o no con lo requerido como en todo, lo nuevo al comienzo nos asusta, pero gracias a Dios no nos hemos equivocado en seleccionarlos como proveedores de servicios para la empresa.

17.- ¿Contraría nuevamente los servicios de “Cercyluc S.A”?

Si, no vea la necesidad de cambiarlos, han hecho trabajo excelente hasta hoy asi que mientras sigan dando el servicio adecuado seguiremos con ellos trabajando.

Entrevistado # 5

1.- ¿Por qué subcontratan empresas que presten servicios eléctricos?

Como en todo lugar y ámbito si se necesita algo se busca la manera de satisfacer esas necesidades, dependiendo del tipo de necesidad. Nuestra empresa considera que no le resulta rentable tener a mucho personal de plan, porque esto le implica más gastos en sueldos, en seguro social, en seguros

médicos, etc., son costos que no están dispuestos los dueños sino vas bien siempre están en busca de reducir los gastos e incrementar .los ingresos. Es por esto que se da la contratación de otras empresas, con la finalidad de abaratar costos.

2.- ¿Qué factores influyen a la hora de la contratación?

Precio	<input type="checkbox"/> SI	Experiencia	<input type="checkbox"/> SI
Tiempo de entrega	<input type="checkbox"/> SI	Relaciones Públicas	<input type="checkbox"/>
Trayectoria de la empresa	<input type="checkbox"/>	Infraestructura	<input type="checkbox"/>

En esta empresa influyen algunos factores, unos de peso otros quizás no lo sean así pero están determinados por la Gerencia, siempre se ve experiencia, el tiempo en el que van a proveer el servicio y los precios que estos sean rentables para la empresa.

3.- ¿De los factores antes mencionados, mencione los tres de mayor importancia?

- ❖ Precio
- ❖ Tiempo de entrega
- ❖ Experiencia

4.- ¿Se planifica la Subcontratación de los servicios?

Si, tenemos un Departamento de planificación urbanística, aquí en la empresa en que se determina cuales son las siguientes oportunidades de negocio que hay para la empresa.

5.- ¿Qué factores se consideran dentro de la planificación?

- ❖ Ubicación geográfica de la urbanización.
- ❖ El tamaño de la urbanización (Viviendas).
- ❖ Los modelos de viviendas.
- ❖ Los costos por vivienda

6.- ¿Se maneja presupuesto para la contratación?, ¿Por qué?

Si.

Si no se tiene establecido un presupuesto no se sabrá nada de ingresos y egresos, es por esto que aquí todo se presupuesta para saber cuanto tendré que invertir y en base a esa inversión cual será mi rentabilidad.

7.- ¿Qué se espera recibir de la empresa contratada?

Nuestra política de empresa es el justo a tiempo, y así como nosotros siempre cumplimos con nuestros clientes de las viviendas en entregar el día pacto la vivienda para su uso, así esperamos que los contratistas cumplan con los tiempos de entrega, ya que si ellos cumplen nosotros también, esto es una cadena en la cual el cumplimiento de los unos va en función del cumplimiento de los otros.

8.- ¿Actualmente como están los precios de las empresas contratistas de servicios eléctricos?

Por debajo del mercado

De acorde con el mercado

Por encima del mercado

Los contratistas tienen guías de precios en cuanto al sector eléctrico, por lo que las constructoras sabemos que es así como manejan sus precios. Aunque en ocasiones estas empresas quieren imponer precios por encima de los establecidos, no es el caso de Cercyluc S.A, pero si de otras que nos han ofrecido sus servicios.

9.- ¿ Mencione las empresas de servicios eléctricos con las que ha trabajado y trabaja actualmente”?

La empresa que trabajo con nosotros anteriormente fue Inseltel S.A, ahora nos colabora Cercyluc S.A, en lo que respecta a servicios eléctricos dentro y fuera de la urbanización, cableado estructurado, circuito cerrado, alarmas contra incendio.

10.- ¿Conoce a la empresa Cercyluc S.A?

Si.

11.- ¿Mediante que medios conoció acerca de los servicios que presta “Cercyluc S.A”?

A través del Gerente General de la constructora, existe una amistad de tiempo entre los dueños de las dos empresas.

12.- ¿Qué tiempo lleva la empresa, trabajando con “Cercyluc S.A”?

Ya alrededor de 6 años.

13.- ¿Qué factores se consideraron para la contratación de “Cercyluc S.A”?

La experiencia, se les pide que presenten la carta de cliente con la que han trabajado y trabajan actualmente, eso es un factor decisivo para la contratación de Cercyluc S.A.

14.- ¿Cómo considera los precios cobrados por “Cercyluc S.A”, en comparación con la competencia?

Bueno son realmente convenientes en relación con otras empresas, nos hacen descuentos según los trabajos que se van a realizar dentro de la urbanización; es decir según el número de casa nos hacen descuentos generales en relación con todo el proyecto que se va a realizar.

15.- Califique el servicio de “Cercyluc S.A”

Regular

Bueno

SI

Excelente

No hemos tenido contratiempos con ellos, en relación con otros contratistas que si lo hemos tenido, algo que quizás no tiene que ver con el servicio que ellos prestan pero para aclarar, una ocasión tuvimos problemas con una empresa proveedora de servicios de pintura, el trabajo les quedo mal hecho antes del tiempo de garantía se salía la pintura y cuando los llamamos a decirles esta situación se negaron a solucionarlo. Pero con Cercyluc S.A si algo no ha quedado bien corre por cuenta de ellos y envían rápidamente al personal a solucionar el problema, siempre y cuando este sea responsabilidad de ellos

16.- ¿Cumplió Cercyluc S.A con todas sus expectativas y ofrecimientos?

Si, los trabajos han quedado bien desde el comienzo y en caso de quedarlos acuden a nuestro llamado en la brevedad posible, ellos fiscalizan que el trabajo que han realizado quede bien desde el primer momento. Otros contratistas siempre han hecho ajustes en el precio según ellos por incrementos en los materiales, pero esta empresa siempre mantiene su precio de inicio a final.

17.- ¿Contraría nuevamente los servicios de “Cercyluc S.A”?

Si, se han ganado la confianza nuestra, nos han provisto de un servicio de calidad en cuanto a la utilización de materiales importados que cuentan con normas ISO, también siempre han hecho su trabajo de manera honesta.

Constructora H & H, es una de la más grandes dentro del país construye obras a todo nivel, tanto urbanísticas, como viales cuando hace obras urbanísticas por lo general busca otras empresas que se encarguen de esos proyectos.

Entrevistado # 6

1.- ¿Por qué subcontratan empresas que presten servicios eléctricos?

Esta empresa es una de las mas grandes constructoras que tiene el país, nosotros nos dedicamos a proyectos del mercado urbanísticos, hay empresas Nosotros construimos calles, puentes, edificios, etc., todo a nivel exterior. La empresa si cuenta con personal de planta pero este no es lo suficientemente grande para cumplir con todos los proyectos que realizamos. Por lo que nos vemos en la necesidad de contratar a otras empresas para que realicen pequeños trabajos por nosotros.

2.- ¿Qué factores influyen a la hora de la contratación?

Precio	<input type="checkbox"/> SI	Experiencia	<input type="checkbox"/> SI
Tiempo de entrega	<input type="checkbox"/> SI	Relaciones Públicas	<input type="checkbox"/>
Trayectoria de la empresa	<input type="checkbox"/> SI	Infraestructura	<input type="checkbox"/>

Bueno debido a la manera de manejar nuestro negocio lo que más peso tiene para nosotros es los precios, ya que si contratamos a una empresa que nos

cobre precios exagerados estoy contribuiré a bajar nuestras ganancias. De ahí hay otros factores pero de menos valor e importancia.

3.- ¿De los factores antes mencionados, mencione los tres de mayor importancia?

- ❖ Precio
- ❖ Tiempo
- ❖ Trayectoria

4.- ¿Se planifica la Subcontratación de los servicios?

Si.

Nuestras instalaciones son grandes porque necesitamos de bastante espacio para las maquinarias y materiales. Tenemos un departamento de compra que es el que esta encargado de planificar la compra de proveedores de servicios.

5.- ¿Qué factores se consideran dentro de la planificación?

- ❖ Tamaño del proyecto.
- ❖ Los costos del proyecto

6.- ¿Se maneja presupuesto para la contratación?, ¿Por qué?

Si.

Para poder sacar cual es la rentabilidad que se va a obtener en cada proyecto que se realice.

7.- ¿Qué se espera recibir de la empresa contratada?

Servicio garantizado, que cada uno de los trabajos no tengan problemas después de entregados los mismos. Solución inmediata a los contratiempos que pudieran suscitarse.

8.- ¿Actualmente como están los precios de las empresas contratistas de servicios eléctricos?

Por debajo del mercado

De acorde con el mercado

Por encima del mercado

Todos manejan márgenes de rubros por los servicios que prestan, estos rubros le son otorgados por la Cámara de Comercio de Guayaquil. Los rubros se establecen en base a los servicios que se brindan y al sector al que se dirigen.

9.- ¿ Mencione las empresas de servicios eléctricos con las que ha trabajado y trabaja actualmente”?

Teníamos contratada a Inseltel S.A prestaba servicios para nosotros, en pequeños proyectos que salieron. Actualmente nosotros tratamos de cubrir nuestras necesidades con personal de planta nuestro.

10.- ¿Conoce a la empresa Cercyluc S.A?

No, solamente la he escuchado que existe nada más.

11.- ¿Mediante que medios conoció acerca de los servicios que presta “Cercyluc S.A”?

Me entere por un amigo que la menciono fue todo. Pero la empresa que trabaja con nosotros actualmente la conocimos a través de su fuerza de ventas, nos visito un asesor comercial que estaba equipado con una buena carta de presentación en la que mostraba sus servicios, su experiencia con respecto a los trabajos que había realizado, contaba con fotos de las instalaciones en donde estaba ubicada la empresa.

12.- ¿Qué tiempo lleva la empresa, trabajando con “Cercyluc S.A”?

Ninguno, no trabaja para nosotros.

13.- ¿Qué factores se consideraron para la contratación de “Cercyluc S.A”?

14.- ¿Cómo considera los precios cobrados por “Cercyluc S.A”, en comparación con la competencia?

15.- Califique el servicio de “Cercyluc S.A”

16.- ¿Cumplió Cercyluc S.A con todas sus expectativas y ofrecimientos?

17.- ¿Contraría nuevamente los servicios de “Cercyluc S.A”?

Constructora Etinar, esta empresa cuenta con una trayectoria de 39 años en el mercado guayaquileño atendiendo proyectos de obras urbanísticas como de obras civiles.

Entrevistado # 7

1.- ¿Por qué subcontratan empresas que presten servicios eléctricos?

Porque no alcanza nuestro personal de planta a cubrir todas las necesidades que tenemos en cuanto a servicios eléctricos hacemos proyectos más de Ingeniería Civil son macro proyectos, algunos urbanísticos pero son casi nulos estos realmente diría que no representan mayor interés para nosotros este tipo de proyectos, trabajamos más con la parte exterior de las construcciones, hacemos puentes, carreteras, edificios, etc., todo a nivel exterior.

2.- ¿Qué factores influyen a la hora de la contratación?

Precio	<input type="checkbox"/>	Experiencia	<input type="checkbox"/>
Tiempo de entrega	<input type="checkbox"/>	Relaciones Públicas	<input type="checkbox"/>
Trayectoria de la empresa	<input type="checkbox"/>	Infraestructura	<input type="checkbox"/>

3.- ¿De los factores antes mencionados, mencione los tres de mayor importancia?

- ❖ Precio
- ❖ Tiempo de entrega
- ❖ Trayectoria de la empresa

4.- ¿Se planifica la Subcontratación de los servicios?

Si.

5.- ¿Qué factores se consideran dentro de la planificación?

- ❖ Tamaño del proyecto.
- ❖ Los costos del proyecto

6.- ¿Se maneja presupuesto para la contratación?, ¿Por qué?

Si.

Para ver cuanto se va a invertir y cuanto se va a ganar, además a esto establecer cuanto se debe cobrar.

7.- ¿Qué se espera recibir de la empresa contratada?

Te lo describo en pocas palabras un servicio garantizado.

8.- ¿Actualmente como están los precios de las empresas contratistas de servicios eléctricos?

Por debajo del mercado

De acorde con el mercado

Por encima del mercado

9.- ¿ Mencione las empresas de servicios eléctricos con las que ha trabajado y trabaja actualmente”?

Cercyluc S.A trabajaba con nosotros para proyectos urbanísticos, pero actualmente ya no trabajamos con ellos.

10.- ¿Conoce a la empresa Cercyluc S.A?

Si, trabajamos un tiempo con ella e incluso eran socios estratégicos nuestros.

11.- ¿Mediante que medios conoció acerca de los servicios que presta “Cercyluc S.A”?

Por medio de un amigo que la refirió.

12.- ¿Qué tiempo lleva la empresa, trabajando con “Cercyluc S.A”?

Trabajo con nosotros durante 4 años.

13.- ¿Qué factores se consideraron para la contratación de “Cercyluc S.A”?

La trayectoria que la empresa tenía en el mercado, la experiencia y sus precios.

14.- ¿Cómo considera los precios cobrados por “Cercyluc S.A”, en comparación con la competencia?

En ese entonces siempre ellos manejaban precios diferentes a los de la competencia, sus precios eran un 6% menor que los demás.

15.- Califique el servicio de “Cercyluc S.A”

Era bueno.

16.- ¿Cumplió Cercyluc S.A con todas sus expectativas y ofrecimientos?

Si.

17.- ¿Contraría nuevamente los servicios de “Cercyluc S.A”?

No, porque tuvimos problemas en acuerdos de pago con su dueño el Ing. Rodríguez, lo que ocasiono desacuerdos que llevaron al gerente nuestro a romper vínculos laborales con él.

Constructora Cuspisa es pequeña pero ha realizado en su corto tiempos algunos contratos de centros habitacionales para el Estado.

Entrevistado # 8

1.- ¿Por qué subcontratan empresas que presten servicios eléctricos?

Usted sabe que toda empresa busca maximizar su utilidad y minorar sus costos, entonces si se crea un departamento técnico dentro de la empresa este requerirá de más capital humano lo que significar disminuir la utilidad, mejor resulta contratar por un servicio que es de manera general para toda la urbanización que contratar al personal de planta y pagarles por un año corrido.

2.- ¿Qué factores influyen a la hora de la contratación?

Precio	<input type="text" value="SI"/>	Experiencia	<input type="text" value="SI"/>
Tiempo de entrega	<input type="text" value="SI"/>	Relaciones Públicas	<input type="text"/>
Trayectoria de la empresa	<input type="text" value="SI"/>	Infraestructura	<input type="text"/>

3.- ¿De los factores antes mencionados, mencione los tres de mayor importancia?

- ❖ Precio
- ❖ Tiempo de entrega
- ❖ Experiencia

4.- ¿Se planifica la Subcontratación de los servicios?

Si.

Eso de ley en todo tiempo uno planifica, para ver que es lo que le conviene y que no, lo hacemos para ver que contratista sería más rentable en base a los factores antes mencionados.

5.- ¿Qué factores se consideran dentro de la planificación?

- ❖ Tamaño del proyecto
- ❖ cuanto me va a costar, para ver si se cuenta o no con el dinero para la realización.

6.- ¿Se maneja presupuesto para la contratación?, ¿Por qué?

Si.

En base al presupuesto que manejemos sabremos que margen de utilidad se manejará, lo bueno es que mediante este podremos reducir costos en el mismo.

7.- ¿Qué se espera recibir de la empresa contratada?

Una atención de primera dentro de las instalaciones claro esta, en cuanto al servicio que este sea de calidad y no tenga inconvenientes del mismo después de la entrega.

8.- ¿Actualmente como están los precios de las empresas contratistas de servicios eléctricos?

Por debajo del mercado

De acorde con el mercado

Por encima del mercado

9.- ¿ Mencione las empresas de servicios eléctricos con las que ha trabajado y trabaja actualmente”?

Trabajamos con Inseltel S.A ya hace algunos años.

10.- ¿Conoce a la empresa Cercyluc S.A?

No,

11.- ¿Mediante que medios conoció acerca de los servicios que presta “Cercyluc S.A”?

12.- ¿Qué tiempo lleva la empresa, trabajando con “Cercyluc S.A”?

13.- ¿Qué factores se consideraron para la contratación de “Cercyluc S.A”?

14.- ¿Cómo considera los precios cobrados por “Cercyluc S.A”, en comparación con la competencia?

15.- Califique el servicio de “Cercyluc S.A”

16.- ¿Cumplió Cercyluc S.A con todas sus expectativas y ofrecimientos?

17.- ¿Contraría nuevamente los servicios de “Cercyluc S.A”?

Constructora Oslomap S.A, lo que le puedo decir es que somos una empresa familiar que lleva poco tiempo en el mercado hemos realizado algunos proyectos urbanísticos.

Entrevistado # 9

1.- ¿Por qué subcontratan empresas que presten servicios eléctricos?

Porque al ser una empresa familiar el presupuesto que manejamos para gastos para pagos de personal es menor, lo que implicaría más gastos para nosotros, mas económico nos sale contratar por un paquete de servicios que contratar por personal por cada servicio.

2.- ¿Qué factores influyen a la hora de la contratación?

Precio	<input type="checkbox"/>	Experiencia	<input type="checkbox"/>
Tiempo de entrega	<input type="checkbox"/>	Relaciones Públicas	<input type="checkbox"/>
Trayectoria de la empresa	<input type="checkbox"/>	Infraestructura	<input type="checkbox"/>

3.- ¿De los factores antes mencionados, mencione los tres de mayor importancia?

- ❖ Clientes Atendidos
- ❖ Precio
- ❖ Trayectoria

Yo se que entre sus factores quizás no estén considerados los clientes atendidos pero para nosotros es de gran importancia ver cuales son estos, ya que los tomamos como referencias para llamar y preguntarles por el servicio que les brindaron y como funciona el mismo.

4.- ¿Se planifica la Subcontratación de los servicios?

Si.

A través de esta planificación vemos realmente con cuanto dinero constamos y hasta donde podemos gastar en la implementación de un proyecto urbanístico.

5.- ¿Qué factores se consideran dentro de la planificación?

- ❖ Tamaño del proyecto
- ❖ Costo del proyecto

6.- ¿Se maneja presupuesto para la contratación?, ¿Por qué?

Si,

Porque en este es donde se examina la rentabilidad que se busca obtener con el proyecto a emprender.

7.- ¿Qué se espera recibir de la empresa contratada?

Todos buscamos satisfacer nuestras necesidades, aquí se espera que cumplan con los tiempos estipulados para la entrega del servicio concluido.

8.- ¿Actualmente como están los precios de las empresas contratistas de servicios eléctricos?

Por debajo del mercado

De acorde con el mercado

Por encima del mercado

Cada empresa contratista debe regirse por un margen de precios eso lo establece la cámara de comercio del Guayas, es por eso que los precios dentro de este sector son poco importantes más se ve la parte del servicio ya en obra.

9.- ¿ Mencione las empresas de servicios eléctricos con las que ha trabajado y trabaja actualmente”?

Por políticas de la empresa no le puedo revelar el nombre de las empresas que han trabajado o trabajan actualmente con nosotros.

10.- ¿Conoce a la empresa Cercyluc S.A?

No

11.- ¿Mediante que medios conoció acerca de los servicios que presta “Cercyluc S.A”?

12.- ¿Qué tiempo lleva la empresa, trabajando con “Cercyluc S.A”?

13.- ¿Qué factores se consideraron para la contratación de “Cercyluc S.A”?

14.- ¿Cómo considera los precios cobrados por “Cercyluc S.A”, en comparación con la competencia?

15.- Califique el servicio de “Cercyluc S.A”

16.- ¿Cumplió Cercyluc S.A con todas sus expectativas y ofrecimientos?

17.- ¿Contraría nuevamente los servicios de “Cercyluc S.A”?

Constructora Arquí - Model, es un grupo de profesionales que se han asociado para realizar proyectos urbanísticos en sectores de media clase, estos cogen los contratos y subcontratan en su mayoría los servicios de otras empresas para realizar los proyectos solicitados por sus clientes, esta ubicada en el norte de la ciudad.

Entrevistado # 10

1.- ¿Por qué subcontratan empresas que presten servicios eléctricos?

No contamos con el personal idóneo para realizar los proyectos, además a eso nuestra infraestructura no es la adecuada. Somos un grupo de profesionales pequeño que capta el contrato y lo deriva a terceros generando una pequeña ganancia para nosotros.

2.- ¿Qué factores influyen a la hora de la contratación?

Precio

SI

Experiencia

Tiempo de entrega

SI

Relaciones Públicas

Trayectoria de la empresa

SI

Infraestructura

3.- ¿De los factores antes mencionados, mencione los tres de mayor importancia?

- ❖ Precio
- ❖ Tiempo de entrega
- ❖ Experiencia

4.- ¿Se planifica la Subcontratación de los servicios?

Si.

Para ver si el capital con el que se cuenta para dicha obra urbanística es la indicada o se necesitará de otras entidades bancarias para realizarla, ej.: préstamo bancario.

5.- ¿Qué factores se consideran dentro de la planificación?

- ❖ El tamaño del proyecto
- ❖ Costeo de contratistas.

6.- ¿Se maneja presupuesto para la contratación?, ¿Por qué?

Si,

Si no elaboramos este presupuesto como sabremos cuales serán nuestros gastos e ingresos.

7.- ¿Qué se espera recibir de la empresa contratada?

Rapidez en el trabajo realizado, utilización de materiales de calidad que ayuden que el servicio funciones de manera óptima, ya que así se optimizarán nuestros esfuerzos y los de la contratista también.

8.- ¿Actualmente como están los precios de las empresas contratistas de servicios eléctricos?

Por debajo del mercado

De acorde con el mercado SI

Por encima del mercado

9.- ¿ Mencione las empresas de servicios eléctricos con las que ha trabajado y trabaja actualmente”?

Debería saber que en este medio ni en ningún medio laboral es ético revelar el nombre de las empresas que les proveen los servicios.

10.- ¿Conoce a la empresa Cercyluc S.A?

No, solo he escuchado nombrar en el mercado y nunca hemos tenido la oportunidad de conocer de la empresa y sus servicios.

11.- ¿Mediante que medios conoció acerca de los servicios que presta “Cercyluc S.A”?

Escuche de esta empresa por medio de mi primo que trabaja en la empresa pública.

12.- ¿Qué tiempo lleva la empresa, trabajando con “Cercyluc S.A”?

13.- ¿Qué factores se consideraron para la contratación de “Cercyluc S.A”?

14.- ¿Cómo considera los precios cobrados por “Cercyluc S.A”, en comparación con la competencia?

15.- Califique el servicio de “Cercyluc S.A”

16.- ¿Cumplió Cercyluc S.A con todas sus expectativas y ofrecimientos?

17.- ¿Contraría nuevamente los servicios de “Cercyluc S.A”?

Constructora Canuterisa, es una empresa con corta trayectoria en el mercado guayaquileño, esta en un proceso de empezar a darse a conocer, no cuenta con muchos clientes.

Entrevistado # 11

1.- ¿Por qué subcontratan empresas que presten servicios eléctricos?

Srta., hasta la pregunta que usted me realiza es necia, si somos una empresa nueva es imposible que contemos con todos los recursos propios para realizar grandes, es por esto que buscamos otras empresas que realicen el trabajo por nosotros, pero siempre mandamos al grupo de nuestro fiscalizadores, para que estos se den cuenta de los materiales que utilizan, los tiempos que demoran por servicios etc.

2.- ¿Qué factores influyen a la hora de la contratación?

Precio	<input type="checkbox"/>	Experiencia	<input type="checkbox"/>
Tiempo de entrega	<input type="checkbox"/>	Relaciones Públicas	<input type="checkbox"/>
Trayectoria de la empresa	<input type="checkbox"/>	Infraestructura	<input type="checkbox"/>

3.- ¿De los factores antes mencionados, mencione los tres de mayor importancia?

- ❖ Experiencia
- ❖ Precio
- ❖ Trayectoria

Por el simple hecho de ser nuevos buscamos empresas que tengan experiencia certificada, esto garantizará nuestro trabajo y ayudará a nuestro crecimiento empresarial.

4.- ¿Se planifica la Subcontratación de los servicios?

Si.

Obvio, buscamos de entre las empresas que existen en el mercado cual es la idónea para que trabaje con nosotros en base a los factores anteriores.

5.- ¿Qué factores se consideran dentro de la planificación?

- ❖ El tamaño del proyecto
- ❖ Costo del proyecto.

6.- ¿Se maneja presupuesto para la contratación?, ¿Por qué?

Si,

Si ya que si se contrata a empresas que sus costos por servicios sean elevados perjudicará a las ganancias de nuestra pequeña empresa

7.- ¿Qué se espera recibir de la empresa contratada?

Un servicio garantizado y en el tiempo oportuno.

8.- ¿Actualmente como están los precios de las empresas contratistas de servicios eléctricos?

Por debajo del mercado

De acorde con el mercado SI

Por encima del mercado

9.- ¿ Mencione las empresas de servicios eléctricos con las que ha trabajado y trabaja actualmente”?

Prefiero callarme el nombre debido al corto tiempo de mi empresa en el mercado.

10.- ¿Conoce a la empresa Cercyluc S.A?

No, la verdad no he visto anuncios ni nada de esta empresa de otras si he visto a través de revistas de ingenieros eléctricos.

11.- ¿Mediante que medios conoció acerca de los servicios que presta “Cercyluc S.A”?

12.- ¿Qué tiempo lleva la empresa, trabajando con “Cercyluc S.A”?

13.- ¿Qué factores se consideraron para la contratación de “Cercyluc S.A”?

14.- ¿Cómo considera los precios cobrados por “Cercyluc S.A”, en comparación con la competencia?

15.- Califique el servicio de “Cercyluc S.A”

16.- ¿Cumplió Cercyluc S.A con todas sus expectativas y ofrecimientos?

17.- ¿Contraría nuevamente los servicios de “Cercyluc S.A”?

Constructora Conspalsa, tiene corta trayectoria en el mercado, no se haya ubicada en proyectos de magnitud sin embargo si se ha vinculo con pequeños proyectos urbanísticos en la urbe de la ciudad, ubicada en el Norte de la ciudad.

Entrevistado # 12

1.- ¿Por qué subcontratan empresas que presten servicios eléctricos?

Porque se busca restar los gastos que implican contratar al personal especializado en cada area de servicio que se requiere para la implementación de la urbanización ya puesta en marcha.

2.- ¿Qué factores influyen a la hora de la contratación?

Precio

SI

Experiencia

SI

Tiempo de entrega

SI

Relaciones Públicas

--

Trayectoria de la empresa

SI

Infraestructura

--

3.- ¿De los factores antes mencionados, mencione los tres de mayor importancia?

- ❖ Precio
- ❖ Tiempo de entrega
- ❖ Trayectoria

4.- ¿Se planifica la Subcontratación de los servicios?

Si.

Y es aquí donde me doy cuenta de cuantos contratistas voy a necesitar en base al proyecto que se quiere implementar.

5.- ¿Qué factores se consideran dentro de la planificación?

- ❖ El capital con el que cuento.
- ❖ El proyecto a realizar.

6.- ¿Se maneja presupuesto para la contratación?, ¿Por qué?

Si,

Simple queremos ver si tendremos utilidad en un proyecto y ha cuanto responderá esta en caso de minimizar mis costos.

7.- ¿Qué se espera recibir de la empresa contratada?

Que cumplan con el tiempo que se acordó para la entrega del proyecto, si se dice una fecha límite estas empresas no deben pedir prorrogas.

8.- ¿Actualmente como están los precios de las empresas contratistas de servicios eléctricos?

Por debajo del mercado

De acorde con el mercado

Por encima del mercado

Todos los contratistas, sean estos de pintura, albañilería, sanitarios, etc., tienen regulaciones en los precios para la prestación de servicios en las constructoras, así como nosotros manejamos rangos el sector industrial también lo hace.

9.- ¿ Mencione las empresas de servicios eléctricos con las que ha trabajado y trabaja actualmente”?

Trabaja para nosotros actualmente la empresa Inseltel S.A, hasta el día de hoy ha resultado una buena proveedora de servicios ya que no hemos tenido ningún problema con ellos, todos los trabajos han quedado funcionando de la manera correcta y no ha habido reclamos que sean causados por su servicio, ha habido inconvenientes ocasionados por los propios clientes ej., han conectado mas y han hecho quemar los focos y brincar lo Brekers.

10.- ¿Conoce a la empresa Cercyluc S.A?

No

11.- ¿Mediante que medios conoció acerca de los servicios que presta “Cercyluc S.A”?

12.- ¿Qué tiempo lleva la empresa, trabajando con “Cercyluc S.A”?

13.- ¿Qué factores se consideraron para la contratación de “Cercyluc S.A”?

14.- ¿Cómo considera los precios cobrados por “Cercyluc S.A”, en comparación con la competencia?

15.- Califique el servicio de “Cercyluc S.A”

16.- ¿Cumplió Cercyluc S.A con todas sus expectativas y ofrecimientos?

17.- ¿Contraría nuevamente los servicios de “Cercyluc S.A”?

Constructora Trivisa S.A, cuenta con un trayectoria de 29 años en el mercado guayaquileño ha realizado obras urbanísticas de magnitud, entre las cuales tenemos Villa Club, San Felipe, etc., esta ubicada en el norte de la ciudad, su dueño un hombre visionario comenzó con pequeños proyectos.

Entrevistado # 13

1.- ¿Por qué subcontratan empresas que presten servicios eléctricos?

Contratamos por el simple hecho de haber crecido en el mercado, antes era poca la población a satisfacer pero en los últimos años se ha incrementado el número de habitantes, si tenemos persona de planta pero no es el suficiente para cubrir la demanda que existe en este mercado.

2.- ¿Qué factores influyen a la hora de la contratación?

Precio	<input type="checkbox"/>	Experiencia	<input type="checkbox"/>
Tiempo de entrega	<input type="checkbox"/>	Relaciones Públicas	<input type="checkbox"/>
Trayectoria de la empresa	<input type="checkbox"/>	Infraestructura	<input type="checkbox"/>

3.- ¿De los factores antes mencionados, mencione los tres de mayor importancia?

- ❖ Experiencia
- ❖ Infraestructura
- ❖ Tiempo de entrega

Para nosotros es importante la infraestructura ya que si la empresa no cuenta con el personal suficiente no servirá de nada contratarlos.

4.- ¿Se planifica la Subcontratación de los servicios?

Si

5.- ¿Qué factores se consideran dentro de la planificación?

- ❖ La magnitud de la obra urbanística
- ❖ El costo de los contratistas

6.- ¿Se maneja presupuesto para la contratación?, ¿Por qué?

Si,

Para determinar que valor se va a pagar por cada uno de los servicios que se van a requerir.

7.- ¿Qué se espera recibir de la empresa contratada?

Lo que prometan desde el principio, es decir si prometieron usar materiales de calidad que lo hagan, si dicen que terminaran el proyecto en un período de tiempo que cumplan con ello. Antes se trabajo con un contratista de pintura que dijo que terminaría el trabajo en dos meses y no fue así además su personal era bien mal educado y no acataba las ordenes que se les daba.

8.- ¿Actualmente como están los precios de las empresas contratistas de servicios eléctricos?

Por debajo del mercado

De acorde con el mercado

Por encima del mercado

Los precios en su mayoría no son asignados por cada contratista a su parecer, sino en base a los precios que rigen los servicios de cada categoría en el mercado.

9.- ¿ Mencione las empresas de servicios eléctricos con las que ha trabajado y trabaja actualmente”?

Si la mente no me falla nos prestaba servicios en el área eléctrica Inseltel S.A, salieron porque no llegamos a un acuerdo de servicios en un proyecto que se iba a realizar y se busco otro proveedor.

10.- ¿Conoce a la empresa Cercyluc S.A?

Solo conozco de vista al dueño, pero no se nada sobre la empresa.

11.- ¿Mediante que medios conoció acerca de los servicios que presta “Cercyluc S.A”?

En una reunión empresarial fue donde vi al dueño de esta empresa.

12.- ¿Qué tiempo lleva la empresa, trabajando con “Cercyluc S.A”?

13.- ¿Qué factores se consideraron para la contratación de “Cercyluc S.A”?

14.- ¿Cómo considera los precios cobrados por “Cercyluc S.A”, en comparación con la competencia?

15.- Califique el servicio de “Cercyluc S.A”

16.- ¿Cumplió Cercyluc S.A con todas sus expectativas y ofrecimientos?

17.- ¿Contraría nuevamente los servicios de “Cercyluc S.A”?

Constructora Aldas y Aldas, tenemos poco tiempo en el mercado nuestra empresa es familiar, por lo que no se cuenta con bastante talento humano, estamos ubicados al norte de la urbe.

Entrevistado # 14

1.- ¿Por qué subcontratan empresas que presten servicios eléctricos?

Por falta de recursos económicos, es decir actualmente no contamos con el dinero suficiente para la contratación de personal capacitado para las aéreas eléctricas, pinturas, sanitarios, etc., incluso a pesar de la contratación es más rentable para nosotros contratar que tener ese personal que ocasionara gastos mes a mes.

2.- ¿Qué factores influyen a la hora de la contratación?

Precio	<input type="checkbox"/>	SI	Experiencia	<input type="checkbox"/>
Tiempo de entrega	<input type="checkbox"/>	SI	Relaciones Públicas	<input type="checkbox"/>
Trayectoria de la empresa	<input type="checkbox"/>		Infraestructura	<input type="checkbox"/>
				SI

3.- ¿De los factores antes mencionados, mencione los tres de mayor importancia?

- ❖ Infraestructura
- ❖ Experiencia
- ❖ Tiempo de entrega

Considero mucho la infraestructura porque si esta empresa no cuenta con el personal indicado, nosotros no tenemos la capacidad de brindarle apoyo con el personal de la empresa, porque nosotros no tenemos personal de planta dentro de nuestras instalaciones.

4.- ¿Se planifica la Subcontratación de los servicios?

Si

En todo planificamos no solo en la subcontratación sino en todo, para llevar un correcto desarrollo organizacional.

5.- ¿Qué factores se consideran dentro de la planificación?

- ❖ Costo del proyecto
- ❖ Tamaño de la obra urbanística

6.- ¿Se maneja presupuesto para la contratación?, ¿Por qué?

Si,

Porque siempre buscamos que los ingresos que tenemos sean mayores ya que nosotros no podemos gastar mas de lo que tengamos presupuestados para cada contratista.

7.- ¿Qué se espera recibir de la empresa contratada?

Algo simple que se cumplan con todos los puntos acordamos en el momento de la firma del contrato, que son tiempo de entrega, fechas de pago, personal capacitado.

8.- ¿Actualmente como están los precios de las empresas contratistas de servicios eléctricos?

Por debajo del mercado

De acorde con el mercado

Por encima del mercado

9.- ¿ Mencione las empresas de servicios eléctricos con las que ha trabajado y trabaja actualmente”?

Recién esta trabajando con nosotros una empresa llamada Insetel S.A, y hasta el día de hoy es una excelente empresa respeta todos los acuerdos que se establecen en los contratos.

10.- ¿Conoce a la empresa Cercyluc S.A?

No, nunca la he escuchado será por lo mismo que i empresa es nueva en el mercado.

11.- ¿Mediante que medios conoció acerca de los servicios que presta “Cercyluc S.A”?

12.- ¿Qué tiempo lleva la empresa, trabajando con “Cercyluc S.A”?

13.- ¿Qué factores se consideraron para la contratación de “Cercyluc S.A”?

14.- ¿Cómo considera los precios cobrados por “Cercyluc S.A”, en comparación con la competencia?

15.- Califique el servicio de “Cercyluc S.A”

16.- ¿Cumplió Cercyluc S.A con todas sus expectativas y ofrecimientos?

17.- ¿Contraría nuevamente los servicios de “Cercyluc S.A”?

Constructora Diminich, somos un grupo de profesionales de la construcción y el diseño grafico, que se ha asociado para satisfacer una mercado que esta actualmente en crecimiento y se proyecta a crecer mucho mas en el futuro, estamos ubicados en el norte de la ciudad

Entrevistado # 15

1.- ¿Por qué subcontratan empresas que presten servicios eléctricos?

Por falta de personal capacitado para realizar los servicios requeridos.

2.- ¿Qué factores influyen a la hora de la contratación?

Precio	<input type="checkbox"/>	Experiencia	<input type="checkbox"/>
Tiempo de entrega	<input type="checkbox"/>	Relaciones Públicas	<input type="checkbox"/>
Trayectoria de la empresa	<input type="checkbox"/>	Infraestructura	<input type="checkbox"/>

3.- ¿De los factores antes mencionados, mencione los tres de mayor importancia?

- ❖ Precio
- ❖ Experiencia
- ❖ Tiempo de entrega

El factor más importante es el precio, ya que toda empresa en los primeros años busca aumentar sus ganancias y minimizar sus gastos, siempre estamos en busca de empresa proveedoras de calidad con costos asequibles.

4.- ¿Se planifica la Subcontratación de los servicios?

Si

5.- ¿Qué factores se consideran dentro de la planificación?

- ❖ El tiempo de entrega
- ❖ El tamaño de la obra
- ❖ El número de los contratistas que se necesitarán

6.- ¿Se maneja presupuesto para la contratación?, ¿Por qué?

Si,

Para obtener la rentabilidad esperada en base a la inversión que se va a realizar.

7.- ¿Qué se espera recibir de la empresa contratada?

Servicio de calidad, en base a tiempo de entrega y materiales utilizados en el trabajo.

8.- ¿Actualmente como están los precios de las empresas contratistas de servicios eléctricos?

Por debajo del mercado

De acorde con el mercado SI

Por encima del mercado

9.- ¿ Mencione las empresas de servicios eléctricos con las que ha trabajado y trabaja actualmente”?

Conocimos de los servicios de esta empresa por medio de un amigo de la familia, la empresa se llama Inseltel S. A

10.- ¿Conoce a la empresa Cercyluc S.A?

Decir que la conozco es mentir, no he oído esa empresa.

11.- ¿Mediante que medios conoció acerca de los servicios que presta “Cercyluc S.A”?

12.- ¿Qué tiempo lleva la empresa, trabajando con “Cercyluc S.A”?

13.- ¿Qué factores se consideraron para la contratación de “Cercyluc S.A”?

14.- ¿Cómo considera los precios cobrados por “Cercyluc S.A”, en comparación con la competencia?

15.- Califique el servicio de “Cercyluc S.A”

16.- ¿Cumplió Cercyluc S.A con todas sus expectativas y ofrecimientos?

17.- ¿Contraría nuevamente los servicios de “Cercyluc S.A”?

Constructora Concordia, trabaja en conjunto con la empresa Cuspisa es pequeña, tiene poco tiempo en el mercado, esta ubicada en el norte de la ciudad.

Entrevistado # 16

1.- ¿Por qué subcontratan empresas que presten servicios eléctricos?

Porque no tenemos la infraestructura adecuada para la contratación de capital humano, ya que esto implicaría mas gastos de seguros, de bonificaciones de uniformes, sueldos y salarios, etc.

2.- ¿Qué factores influyen a la hora de la contratación?

Precio	<input type="checkbox"/>	Experiencia	<input type="checkbox"/>
Tiempo de entrega	<input type="checkbox"/>	Relaciones Públicas	<input type="checkbox"/>
Trayectoria de la empresa	<input type="checkbox"/>	Infraestructura	<input type="checkbox"/>

3.- ¿De los factores antes mencionados, mencione los tres de mayor importancia?

- ❖ Experiencia
- ❖ Trayectoria de la empresa
- ❖ Tiempo de entrega

4.- ¿Se planifica la Subcontratación de los servicios?

Si

5.- ¿Qué factores se consideran dentro de la planificación?

- ❖ Tamaño del proyecto a realizar
- ❖ Los costos de la urbanización.

6.- ¿Se maneja presupuesto para la contratación?, ¿Por qué?

Si,

Si yo coloco mis gastos y mis ingresos, entonces sabré cual va a ser mi ganancia en implementar dicha urbanización. En el presupuesto determinaré cuanto va hacer mi gasto por cada servicio que utilice.

7.- ¿Qué se espera recibir de la empresa contratada?

Un servicio rápido y oportuno con materiales de calidad.

8.- ¿Actualmente como están los precios de las empresas contratistas de servicios eléctricos?

Por debajo del mercado

De acorde con el mercado

Por encima del mercado

9.- ¿ Mencione las empresas de servicios eléctricos con las que ha trabajado y trabaja actualmente”?

No lo diré por cuestiones de ética.

10.- ¿Conoce a la empresa Cercyluc S.A?

No

11.- ¿Mediante que medios conoció acerca de los servicios que presta “Cercyluc S.A”?

12.- ¿Qué tiempo lleva la empresa, trabajando con “Cercyluc S.A”?

13.- ¿Qué factores se consideraron para la contratación de “Cercyluc S.A”?

14.- ¿Cómo considera los precios cobrados por “Cercyluc S.A”, en comparación con la competencia?

15.- Califique el servicio de “Cercyluc S.A”

16.- ¿Cumplió Cercyluc S.A con todas sus expectativas y ofrecimientos?

17.- ¿Contraría nuevamente los servicios de “Cercyluc S.A”?

Empresa Furoiani, tienen una trayectoria de 49 años en el mercado guayaquileño sus instalaciones están ubicadas en el norte de la ciudad, entre las urbanizaciones que se han realizado están Millan, Volare, Tottori.

Entrevistado # 17

1.- ¿Por qué subcontratan empresas que presten servicios eléctricos?

Porque la empresa no cuenta con el personal suficiente para realizar este trabajo ya que el mismo necesita de personal especializado en el tema y la vida de los clientes es nuestra principal preocupación.

2.- ¿Qué factores influyen a la hora de la contratación?

Precio	<input type="checkbox"/> SI	Experiencia	<input type="checkbox"/> SI
Tiempo de entrega	<input type="checkbox"/> SI	Relaciones Públicas	<input type="checkbox"/>
Trayectoria de la empresa	<input type="checkbox"/> SI	Infraestructura	<input type="checkbox"/>

3.- ¿De los factores antes mencionados, mencione los tres de mayor importancia?

- ❖ Precio
- ❖ Tiempo de entrega
- ❖ Experiencia

4.- ¿Se planifica la Subcontratación de los servicios?

Antes de comenzar la construcción de una nueva urbanización hacemos una planificación, en la que se elabora un listado de todos los servicios que se van a necesitar para la realización de dicha obra, en este listado se enumeran todos los contratistas con los que debería contar la empresa.

5.- ¿Qué factores se consideran dentro de la planificación?

- ❖ El número de viviendas a construir.
- ❖ Lugar de la urbanización.
- ❖ El nivel socioeconómico al que va dirigida.

6.- ¿Se maneja presupuesto para la contratación?, ¿Por qué?

Si.

Porque en el presupuesto se pone el valor que se paga por la prestación de servicios eléctricos exterior e interior, y a su vez ya que se sabe cuanto es el costo por cada servicio prestado por terceros se determina cual va a ser el costo de cada vivienda.

7.- ¿Qué se espera recibir de la empresa contratada?

Esperamos recibir un servicio de calidad en el trabajo realizado, dentro del tiempo establecido además a esto que respondan cuando se necesite repuesta.

8.- ¿Actualmente como están los precios de las empresas contratistas de servicios eléctricos?

Por debajo del mercado

De acorde con el mercado

Por encima del mercado

En cuanto a los precios que cobran este tipo de empresa puedo decir que si son de acorde al mercado, ya que los costos están regulados en la cámara de la industria.

9.- ¿ Mencione las empresas de servicios eléctricos con las que ha trabajado y trabaja actualmente”?

No diré el nombre por políticas de la empresa.

10.- ¿Conoce a la empresa Cercyluc S.A?

No.

11.- ¿Mediante que medios conoció acerca de los servicios que presta “Cercyluc S.A”?

12.- ¿Qué tiempo lleva la empresa, trabajando con “Cercyluc S.A”?

13.- ¿Qué factores se consideraron para la contratación de “Cercyluc S.A”?

14.- ¿Cómo considera los precios cobrados por “Cercyluc S.A”, en comparación con la competencia?

15.- Califique el servicio de “Cercyluc S.A”

Regular

Bueno

Excelente

16.- ¿Cumplió Cercyluc S.A con todas sus expectativas y ofrecimientos?

17.- ¿Contraría nuevamente los servicios de “Cercyluc S.A”?

Sector Público “Eléctrica de Guayaquil” esta empresa tiene una larga trayectoria es la encargada de distribuir energía a todos los guayaquileños.

Entrevistado # 18

1.- ¿Por qué subcontratan empresas que presten servicios eléctricos?

Todas y cada una de las empresas públicas tienen diversas necesidades en base a la actividad que realicen es ahí donde se busca contratar a empresas que ayuden a satisfacerlas, aquí en la empresa con lo que respecta a servicios eléctricos es mucha la demanda por parte de los clientes, lo cual implica contar con el personal adecuado para cubrir dicho mercado. Además al estado le representa mucho gasto la contratación de más personal de planta. En pocas palabras se contrata con la finalidad de abaratar costos y tiempo.

2.- ¿Qué factores influyen a la hora de la contratación?

Precio	<input type="checkbox"/>	Experiencia	<input type="checkbox"/>
Tiempo de entrega	<input type="checkbox" value="SI"/>	Relaciones Públicas	<input type="checkbox" value="SI"/>
Trayectoria de la empresa	<input type="checkbox" value="SI"/>	Infraestructura	<input type="checkbox" value="SI"/>

Ahora como entidad pública al momento de necesitar de un proveedor de servicios esto sale a concurso (licitación). A parte de salir a licitación hay empresas que buscan que padrinos tienen adentro para que se los apoye, se ve mucho que hayan participado o prestado servicios a otras empresas estatales. Vale señalar que antes no entraban a licitación las empresas sino directamente por padrinos, actualmente sigue pasando esto pero en un mínimo porcentaje.

3.- ¿De los factores antes mencionados, mencione los tres de mayor importancia?

- ❖ Infraestructura
- ❖ Trayectoria de la empresa
- ❖ Relaciones Públicas.

4.- ¿Se planifica la Subcontratación de los servicios?

Si, para saber con cuantos proveedores de servicios se va a contar para el nuevo año de labores, en base a los proyectos que se tengan que implementar. Ha habido ocasiones en las que se tienen los proveedores ya establecidos pero se necesita de otros para cumplir con las metas fijadas. Ya que actualmente somos un ente público y el estado fija las metas a alcanzar para cada año.

5.- ¿Qué factores se consideran dentro de la planificación?

- ❖ Crecimiento del mercado (necesidad de energía eléctrica).
- ❖ Tipos de clientes.
- ❖ Metas fijadas.

6.- ¿Se maneja presupuesto para la contratación?, ¿Por qué?

Si.

Este lo establece la empresa en base a todas las actividades que se van a realizar en el transcurso del año, cada departamento envía su partida de gastos anuales al Financiero. Luego de haber revisado cada uno de los valores se elabora el presupuesto general de la empresa que tiene que ser aprobado por los directivos, ahí ese va al Ministerio de Electrificación, ellos designa si va o no el presupuesto o le hacen reajuste en gastos.

7.- ¿Qué se espera recibir de la empresa contratada?

Ya que es un entidad del Estado se espera recibir un servicio de calidad esta medida en el profesionalismo al momento de realizar el trabajo, rapidez en dar soluciones a los inconvenientes que puedan presentarse y sobre todo que cumpla con el trabajo para el que fue enviado. Ha habido ocasiones en las que se los contrato para algo en específico y luego hacen otro trabajo diferente al pactado.

8.- ¿Actualmente como están los precios de las empresas contratistas de servicios eléctricos?

Por debajo del mercado

De acorde con el mercado

Por encima del mercado

Puedo decir que esta de acorde al mercado porque todos los contratistas que ingresan a trabajar para la empresa tienen un valor establecido por nosotros, no es que ellos ponen el precio aquí la negociación es distinta nosotros le decimos este es el presupuesto que tenemos para pagarte por tus servicios. Nosotros fijamos los precios.

9.- ¿ Mencione las empresas de servicios eléctricos con las que ha trabajado y trabaja actualmente”?

Con nosotros han trabajado algunas empresas dentro de distintas categorías, la empresa que trabaja con nosotros actualmente es Daelni S.A y anteriormente lo hacía Cercyluc S.A. desde hace algún tiempo Cercyluc S. A trabajo con nosotros en todo lo referente a instalaciones de baja tensión, alarmas contra incendio, cableado estructurado y circuito cerrado, esto se dio en la reestructuración del edificio de la Garzota.

10.- ¿Conoce a la empresa Cercyluc S.A?

Si.

11.- ¿Mediante que medios conoció acerca de los servicios que presta “Cercyluc S.A”?

El Gerente de la Administración anterior conocía al Gerente General de Cercyluc S.A, fue por este medio que se conoció acerca de los servicios que presta Cercyluc S.A.

12.- ¿Qué tiempo lleva la empresa, trabajando con “Cercyluc S.A”?

Trabaja ya hace 6 años.

13.- ¿Qué factores se consideraron para la contratación de “Cercyluc S.A”?

Para la contratación de proveedor de un servicio nuevo, influyo que sus instalaciones son grandes y las necesarias para la actividad que se realiza, dentro de las mismas cuenta con un amplio espacio para bodega y adicional a esto el hecho que ya había trabajado para la empresa de manera interna.

14.- ¿Cómo considera los precios cobrados por “Cercyluc S.A”, en comparación con la competencia?

Como ya lo había mencionado anteriormente dentro de las empresas públicas no podríamos comprar precios sino el trabajo en el campo (prestación del servicio), precios no porque estos ya son fijados por el estado dependiendo del departamento que necesite el servicio.

15.- Califique el servicio de “Cercyluc S.A”

Regular

Bueno

SI

Excelente

Bueno para mi fue solamente bueno, ya que uno de los problemas mas acentuados es que el personal técnico solo se basa en el area técnica; es decir si en un momento dado se necesita que el técnico ayude al asistente a cargar algún tipo de instrumento el técnico le contesta a mi no me pagan para eso. No existe colaboración entre ellos. Lo que en ocasiones atrasa el trabajo. Para mi ese es uno de los principales motivos por lo que su trabajo es calificado solo como bueno por mi parte.

16.- ¿Cumplió Cercyluc S.A con todas sus expectativas y ofrecimientos?

Si

Realizan bien su trabajo su trabajo ya que si llegan al número de clientes que se les pide atender diariamente.

17.- ¿Contraría nuevamente los servicios de “Cercyluc S.A”?

Si, pero que cambien esa manera de pensar por parte del personal.

Entrevistado # 19

1.- ¿Por qué subcontratan empresas que presten servicios eléctricos?

Porque el servicio que nosotros prestamos es dirigidos a toda la ciudadanía, entonces no contamos con el personal suficiente para cubrir toda la demanda del mercado, por este motivo es que nos vemos en la obligación de contratar a pequeñas empresas en el area de corte y re conexión que estamos existe demasiada demanda, ya que por lo general hay grupos de clientes que no pagan a tiempos sus planillas lo que nos obliga a suspenderles el servicio y ya una vez que se han acercado a cancelar procedemos a reconectarles nuevamente su servicio de energía eléctrica

2.- ¿Qué factores influyen a la hora de la contratación?

Precio	<input type="checkbox"/>	Experiencia	<input type="checkbox"/>
Tiempo de entrega	<input checked="" type="checkbox"/>	Relaciones Públicas	<input checked="" type="checkbox"/>
Trayectoria de la empresa	<input type="checkbox"/>	Infraestructura	<input checked="" type="checkbox"/>

3.- ¿De los factores antes mencionados, mencione los tres de mayor importancia?

- ❖ Infraestructura
- ❖ Relaciones Públicas
- ❖ Trayectoria de la empresa

4.- ¿Se planifica la Subcontratación de los servicios?

Si,

En toda empresa se planifica los que se va a implementar y que se va a necesitar para esta implementación, cuando éramos empresa privada se planificaba cada seis meses para evaluar si se estaba cumpliendo con lo planeado, pero a pesar de esto siempre se aumentaban otros servicios a lo largo del proceso de realización. Ahora que somos empresa pública es más exhaustiva la planificación, desde el primer momento se debe definir con claridad los proyectos a realizarse, ya que sino se define bien le tocará a la empresa pedir más presupuesto al estado y esto implicará demoras en los proyectos.

5.- ¿Qué factores se consideran dentro de la planificación?

- ❖ Crecimiento de la población.
- ❖ Crecimiento de asentamiento (invasiones).
- ❖ Objetivos Departamentales.

6.- ¿Se maneja presupuesto para la contratación?, ¿Por qué?

Si.

El presupuesto en si lo designa el Estado en cada una de las empresas públicas. Ya que cada uno de los departamentos maneja su presupuesto.

7.- ¿Qué se espera recibir de la empresa contratada?

Un servicio de primera, tanto en el campo de acción como en las instalaciones de la empresa licitadora. Hoy en día el Estado se esta enfocando en cambiar la

mala imagen que tiene la población de las entidades públicas lo esta haciendo a través brindar un servicio rápido y oportuno.

8.- ¿Actualmente como están los precios de las empresas contratistas de servicios eléctricos?

Por debajo del mercado

De acorde con el mercado

Por encima del mercado

Todos los precios tienen que ser estándar y de acorde al mercado, ya que el Estado designa cuanto es el valor que va a pagar por dicho servicio, puede darse el caso en que se aumente el presupuesto para este servicio pero esto dependería de la empresa que preste el servicio, si hace las cosas rápidas en el momento exacto y antes del tiempo acordado se le otorga una bonificación en reconocimiento de su excelente labor.

9.- ¿ Mencione las empresas de servicios eléctricos con las que ha trabajado y trabaja actualmente”?

Si yo me pongo a nombrar todas y cada uno de las empresas que han trabajado con nosotros a lo largo del tiempo no terminaría de mencionarlas, llevo muchos años trabajando para esta empresa, desde mi juventud. La que actualmente trabaja con nosotros es Daelni S.A, a pesar de haber tenido inconvenientes anteriormente ha logrado superarlo y sigue aquí prestando servicios de Corte y Re conexión para nosotros. Hasta finales del año 2011 presto servicios para nosotros Cercyluc S.A, lo hizo algunos años ya que ellos participaron en la prestación de servicios en las instalaciones de la Eléctrica de Guayaquil.

10.- ¿Conoce a la empresa Cercyluc S.A?

Si.

11.- ¿Mediante que medios conoció acerca de los servicios que presta “Cercyluc S.A”?

Desde el 2010 somos una entidad que pertenece al Gobierno, por lo cual desde ahí se implemento el sistema de Compras Públicas, todas las empresas contratistas que quieran prestar servicios para las entidades públicas deben primero revisar los requisitos del portal y aplicar. Pero como anteriormente ya

trabajaba con nosotros se conoció de ellos a través de la Administración anterior, estos conocían al Gerente General de Cercyluc S.A, y así fue como se conoció acerca de los servicios que presta Cercyluc S.A.

12.- ¿Qué tiempo lleva la empresa, trabajando con “Cercyluc S.A”?

Trabaja durante 6 años.

13.- ¿Qué factores se consideraron para la contratación de “Cercyluc S.A”?

En ese tiempo como empresa privada se consideraba en primer lugar los padrinos que tenias dentro de la empresa y también la capacidad de personal con el que se contaba para realizar dicho trabajo. Ahora se ve mucho lo que tiene que ver a infraestructura, ya que se hace una inspección para revisar que las instalaciones de la empresa estén adecuadas correctamente.

14.- ¿Cómo considera los precios cobrados por “Cercyluc S.A”, en comparación con la competencia?

No se podría hablar de comparación de precios, sino más bien de calidad en cuanto al trabajo, dentro de las entidades públicas se ve mucho lo referente al servicio, que este sea oportuno y rápido, de soluciones rápidas a los problemas.

15.- Califique el servicio de “Cercyluc S.A”

Regular

Bueno

SI

Excelente

Es bueno, podría ser excelente si el dueño de la empresa Cercyluc S.A diera a sus empleados cursos de capacitación actualizados; es decir considero que todos los empleados están capacitado para cada una de las áreas que desempeñan con nosotros solo que en ocasiones entra personal nuevo que no es capacitado en su totalidad y desconoce algunas cositas de los servicios, lo que implica perdida de tiempo para la empresa nuestra y para los compañeros de él.

16.- ¿Cumplió Cercyluc S.A con todas sus expectativas y ofrecimientos?

Si

Para el que fueron contratados si, a ellos se le encarga suspender el servicio eléctrico de clientes que están en mora con la empresa, ya una vez que pagan se les autoriza volver a reconectar el servicio.

17.- ¿Contraría nuevamente los servicios de “Cercyluc S.A”?

Si, pero siempre y cuando les brinden mayores cursos de capacitación a sus empleados.

Entrevistado # 20

1.- ¿Por qué subcontratan empresas que presten servicios eléctricos?

Porque la capacidad operativa para realizar cortes y re conexión no es la adecuada, con el personal con el que cuenta la empresa no se alcanza a satisfacer el crecimiento de las necesidades de estos servicios, ya que contamos con un número de 600,000 clientes que por lo general son residentes en atrasarse en los pagos de sus servicios de electricidad. La falta de personal por motivos de abaratar gastos para la empresa, es lo que nos obliga a contratar los servicios de otras empresas.

2.- ¿Qué factores influyen a la hora de la contratación?

Precio

Experiencia

Tiempo de entrega

SI

Relaciones Públicas

SI

Trayectoria de la empresa

Infraestructura

SI

3.- ¿De los factores antes mencionados, mencione los tres de mayor importancia?

- ❖ Infraestructura
- ❖ Relaciones Públicas
- ❖ Trayectoria de la empresa

4.- ¿Se planifica la Subcontratación de los servicios?

Si,

La planificación nace desde el momento en que considera realizar nuevos proyectos, prestar servicios adicionales a los que ya manejamos actualmente, la

planificación se hace anualmente, en esta ponemos todo lo que vamos a hacer a lo largo de un año, ¿Qué se va hacer?, ¿Dónde se va hacer? ¿Cuándo se va hacer?, ¿Cómo se va hacer?

5.- ¿Qué factores se consideran dentro de la planificación?

- ❖ Clientes a atender por día
- ❖ Crecimiento de asentamiento (invasiones).
- ❖ Objetivos Departamentales.

6.- ¿Se maneja presupuesto para la contratación?, ¿Por qué?

Si.

Cada departamento cuenta con un presupuesto que se lo designa el Estado. El Estado dentro del mismo establece cual va a ser su utilidad en el ese año.

7.- ¿Qué se espera recibir de la empresa contratada?

Servicio garantizado y de honestidad por parte de la empresa proveedora de servicios. En la mente de los clientes esta arraigada la cultura del soborno al momento que se acerca el trabajador de la empresa a cortarle la luz los clientes tienen la costumbre de ofrecer dinero para que no se les corte el servicio, hoy por hoy el gobierno quiere erradicar esa cultura de soborno para los servicios públicos. Por lo que contrata a empresas que cuenten con personal honesto.

8.- ¿Actualmente como están los precios de las empresas contratistas de servicios eléctricos?

Por debajo del mercado

De acorde con el mercado

Por encima del mercado

Los precios son estándar por lo que son presupuestados por el Estado.

9.- ¿ Mencione las empresas de servicios eléctricos con las que ha trabajado y trabaja actualmente”?

Estas han sido muchas a lo largo de mi estadía en esta empresa, con características similares o diferentes, etc., pero bueno a la par trabajaban dos empresas dentro de la misma categoría de Corte y Re conexión, estas eran Daelni S.A y Cercyluc S.A, hasta el año pasado y actualmente trabaja con

nosotros es Daelni S.A, ha tenido inconvenientes pero se la sigue manteniendo dentro ya que es de un jubilado de la empresa eléctrica.

10.- ¿Conoce a la empresa Cercyluc S.A?

Si.

11.- ¿Mediante que medios conoció acerca de los servicios que presta “Cercyluc S.A”?

Por medio de la antigua administración, entraron a proveer servicios y luego mediante la pagina de compras públicas.

12.- ¿Qué tiempo lleva la empresa, trabajando con “Cercyluc S.A”?

Trabaja durante 6 años.

13.- ¿Qué factores se consideraron para la contratación de “Cercyluc S.A”?

Se considera la Infraestructura; es decir las instalaciones de la empresa, donde esta ubicada, el número de personal con el que cuenta, si tiene todas las herramientas necesarias para la prestación del servicio.

14.- ¿Cómo considera los precios cobrados por “Cercyluc S.A”, en comparación con la competencia?

Aquí dentro de las empresas públicas no se comparan mucho los precios, porque hay ya un estándar fijado por el Estado, aquí se mira los tiempos en que cumplan los contratistas con su trabajo.

15.- Califique el servicio de “Cercyluc S.A”

Regular

Bueno

SI

Excelente

A pesar de considerarlo bueno quiero aclarar algo, el servicio que proveen como tal si lo hacen bien conocen lo necesario sobre del trabajo que realizan, pero quiero recalcar que no hay compañerismo entre ellos, no se colaboran en caso de necesitar ayuda su compañero no le prestan los demás importancia a su requerimiento. Algo más que quiero mencionar es al personal le falta cursos de relaciones humanas, ya que entre ellos mismos se tratan de una manera que no

es la mejor, nunca van más allá de lo ordenado por nosotros solo se limitan a cumplir con su trabajo nada más.

16.- ¿Cumplió Cercyluc S.A con todas sus expectativas y ofrecimientos?

Si

Ya que fueron contratados para un servicio en específico y lo cumplieron así como se lo había requerido.

17.- ¿Contraría nuevamente los servicios de “Cercyluc S.A”?

Si, solo depende de ellos que se pongan las pilas mejoren las deficiencias que tienen varias áreas, se dará un nuevo proceso de licitación porque no alcanzan los servicios con los que contamos. Así que dependerá de ellos nuevamente el reingreso a la empresa.

Finalmente se realizaron un total de 20 entrevistas a profundidad, 14 empresas constructoras de las cuales obtuvimos 17 entrevistas a profundidad y 3 de la empresa pública Eléctrica de Guayaquil.

ANEXO 3: RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD (POR PREGUNTAS).

¿Qué factores influyen a la hora de la contratación?

Precio	<input type="checkbox"/>	Experiencia	<input type="checkbox"/>
Tiempo de entrega	<input type="checkbox"/>	Relaciones Públicas	<input type="checkbox"/>
Trayectoria de la empresa	<input type="checkbox"/>	Infraestructura	<input type="checkbox"/>

Cada sector de mercado cuenta con uno factores establecidos, y en base a estos toman decisiones para contratar empresas proveedoras de servicio, dentro de lo que son las constructoras se consideran los Precios, Trayectoria de la empresa, Tiempo de entrega del proyecto, Experiencia (empresa con las que haya trabajado o trabaje actualmente). Para el Sector Público tenemos Infraestructura, Relaciones Públicas, Trayectoria de la empresa.

¿Se planifica la Subcontratación de los servicios?

En los sectores públicos y privados se hace la debida planificación, con el objetivo de ver que tipo de servicios se van a requerir para el cumplimiento de sus proyectos.

¿Qué factores se consideran dentro de la planificación?

Para realizar esta planificación se consideran aspectos importantes como el tamaño de la urbanización, el modelo de casas que se van a construir, costo de la viviendas, tamaños de los proyectos (puentes, carreteras, edificios), costos de los proyectos. Con respecto al sector público se ve crecimiento de la demanda, metas trazadas, números de clientes atender diariamente, se consideran todos estos factores para determinar que proveedor es el indicado y podrá cumplir a cabalidad con el trabajo.

¿Se maneja presupuesto para la contratación?, ¿Por qué?

En todas las empresas sin importar el sector manejan presupuestos, la diferencia es que en las empresas privadas estos son establecidos por ellos mismos con la finalidad de establecer cual va a ser su gasto en cada una de las urbanizaciones que se construyan y cual va a ser su porcentaje de ganancia. En cambio en las entidades públicas el presupuesto lo maneja el Estado, en base a las necesidades de cada departamento.

¿Qué se espera recibir de la empresa contratada?

Ambos sectores concuerdan en lo mismo que esperan recibir un servicio de calidad este medido en cuanto a tiempo de respuesta por parte Cercyluc S.A, antes los requerimientos de ellos que la empresa responda de manera inmediata a las situaciones inesperadas que puedan suscitarse, además que cumplan con todo lo acordado en el contrato, cumplimiento en tiempo de entrega, que se mantengan los acuerdos de los precios.

¿Actualmente como están los precios de las empresas contratistas de servicios eléctricos?

Por debajo del mercado

De acorde con el mercado

Por encima del mercado

Los precios están de acorde al mercado, ya que en ambos sectores los precios son regulados por la Cámara de Comercio de Guayaquil y en otro sector por el Estado. Por lo que las empresas no pueden sobrepasar esos valores, aunque en las entrevistas nos revelo que si transgreden esos valores en ocasiones.

¿ Mencione las empresas de servicios eléctricos con las que ha trabajado y trabaja actualmente”?

Dio como resultado la presencia de dos competidores para las constructoras Inseltel S.A y para las empresas publicas Daelni S.A, las dos empresas pertenecen al mismo grupo empresarial, la diferencia es que compiten en sector diferentes.

¿Mediante que medios conoció acerca de los servicios que presta “Cercyluc S.A”.

La investigación arrojó como resultados que estos servicios se comunican por vías directas ya sean estas a través de relaciones públicas, revistas y asesores comerciales, mientras mas personas conoces en el sector tienen más ventajas de ser contratados.

¿Qué tiempo lleva la empresa, trabajando con “Cercyluc S.A”?

Lleva trabajando en el sector público 6 años estos se contabilizan de manera general ya que hubieron periodos de tiempo en los que no prestaba servicios pero reingresaba nuevamente y en el sector privado (constructoras) 7 años.

¿Cómo considera los precios cobrados por “Cercyluc S.A”, en comparación con la competencia?

En la investigación se muestra que en el sector privado el precio es el factor de mayor influencia, hay rangos de precios establecidos en el mercado y las empresas mantienen ese precio, pero Cercyluc S.A sobre esos valores establecidos ofrecen descuentos del 5% , entonces sus precios son mas bajos.

En cambio en las entidades públicas todas las empresas que proveen servicios cuentan con precios estándar, que pueden ser aumentados según la calidad de servicios que estas nos brinden adicionales a nosotros.

Califique el servicio de “Cercyluc S.A”

Regular

Bueno

Excelente

El servicio brindado por la empresa en los dos sectores lo califican como bueno y en otras excelente, para que este sea excelente en su totalidad habría que corregir muchas falencias que son observadas por los clientes, muchas falencias que se mencionaron, entre las cuales tenemos la falta de capacitación al personal, falta de relaciones humanas, falta de colaboración y compañerismo.

¿Cumplió Cercyluc S.A con todas sus expectativas y ofrecimientos?

Se puede decir que si cumplió con las expectativas de servicio rápido, tiempo de respuesta de inmediata, esto entre los clientes que tiene. No entre todo el sector investigado.

¿Contraría nuevamente los servicios de “Cercyluc S.A”?

En el sector público hacen pequeñas sugerencias en base a su personal para que el servicio en su totalidad sea excelente. Lo contrario en el sector privado concuerda que el servicio es bueno y en otras ocasiones excelentes pero deberán mejorar el tema de abastecimiento de materiales.

ANEXO 4: FORMATO DEL ANUNCIO.

EMPRESA DE SERVICIOS

SOLICITA INGENIEROS ELECTRICOS, TECNOLOGOS O EGRESADOS, CON EXPERIENCIA EN VENTAS.

- Disponibilidad de horarios
- Disposición para viajar.
- Licencia y vehículo propio (no indispensable)

LA EMPRESA OFRECE

- Sueldos a convenir
- Beneficios de ley
- Estabilidad Laboral.

Nota.- se dará preferencia a las personas que conozcan el mercado de las **Eléctricas**

Enviar hoja de vida al correo: recursos_c@hotmail.com

ANEXO 5: FORMATO DE HOJA DE REPORTE DIARIO

EMPRESA CERCYLUC S.A			
Nombre del Vendedor:	<input type="text"/>		
Fecha:	<input type="text"/>		
1.- Llamadas telefónicas	<input type="checkbox"/>		
2.- Envío de Correos	<input type="checkbox"/>		
3.- Citas Pactadas	<input type="checkbox"/>		
Nombre del Cliente	<input type="text"/>	Fecha de la cita	<input type="text"/>
Observación	<input type="text"/>		
4.- Anulación de Citas	<input type="checkbox"/>		
Nombre del Cliente	<input type="text"/>	Fecha nueva cita	<input type="text"/>
Observación	<input type="text"/>		
5.- Elaboración de Proforma	<input type="checkbox"/>		
Nombre del Cliente	<input type="text"/>	Fecha de envío	<input type="text"/>
6.- Cobtrol y seguimiento de proforma			
Nombre del Cliente	<input type="text"/>	Fecha de envío	<input type="text"/>

ANEXO 7: COTIZACIÓN AGENDAS

LISTA DE PRECIOS - APOLCOMP (A)			
CODIGO	PRODUCTO	PRECIO	STOCK
AGEN1138	AG 15X21 PRINT AZUL SIN CANTO	5,00	15
AGEN1148	AG 15X21 SHERBU AZUL SIN CANTO	5,27	5
AGEN1161	AG 15X21 DORADO SIN CANTO	5,00	12

PRECIOS INCLUYEN IVA
E-MAIL: apolcomp@hotmail.com
telef. 04 2333208 - 091500597

ANEXO 8: COTIZACIÓN CURSOS DE RELACIONES HUMANAS

PROPUESTA CAPACITACIÓN IN COMPANY




www.liderazgo.com.ec



Introducción.-

En función de las necesidades de capacitación planteadas por Usted, adjunto sírvase encontrar la oferta de capacitación para 30-40 personas, en el tema "Recursos Humanos y Desarrollo de

Los talleres impartidos son eminentemente prácticos y dinámicos; basados en la aplicación de la metodología Destrezas y Competencias en la que los asistentes se involucran en el proceso de aprendizaje individual y trabajo en equipo. Además, proponen tareas a nivel individual y grupal como refuerzo de los antecedentes expuestos, preguntas, ejercicios y conclusiones aplicadas a cada temática.

La oferta incluye temática detallada por capítulos que puede ser ajustada a la necesidad de su Empresa, alcance detallado de cada sección, tiempo que toma cada taller, valor de la inversión, materiales necesarios, perfil del trainer.

Estaremos gustosos de realizar cualquier aclaración.

www.liderazgo.com.ec

Propuesta

Capacitación

In Company

RECURSOS HUMANOS

Y

DESARROLLO DE

PERSONAL

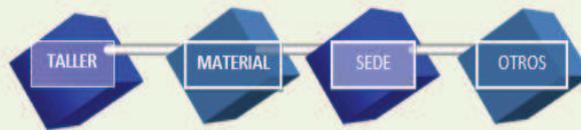
INVERSIÓN

No. Participantes	12 horas
20-25	\$2.100 + IVA

Fechas Disponibles:
A partir de Enero del 2012, a convenir para su Empresa.

Horario:
A convenir para su Empresa

www.liderazgo.com.ec



<p>Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Trainer International Triple AAA ▪ Seminario – Taller con una duración de 12 horas. 	<p>Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ materiales y certificados ▪ Certificado para Cliente ▪ Cd Master, Certificado ▪ Institucional. 	<p>No Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Movilización • Hospedaje para Trainer • Salón de Conferencias, un coffee break, almuerzos 	<p>No Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Laptop, Infocus, etc.
---	--	---	---

www.liderazgo.com.ec

ANEXO 9: REVISTA DEL COLEGIO DE INGENIEROS ELÉCTRICOS DEL LITORAL

Guayaquil, 22 de febrero de 2012

Señorita

ARELI LLAGUNO

Presente.-

De mis consideraciones:

Permítame expresarle un cordial saludo de quienes somos parte del Colegio Regional de Ingenieros Eléctricos y Electrónicos del Litoral-CRIEEL.

El motivo del presente tiene como finalidad presentar por su intermedio a tan prestigiosa compañía, una oferta publicitaria en la revista técnica CRIEEL. Nuestro producto editorial está dirigido a un **selecto grupo objetivo** compuesto por ingenieros eléctricos, electrónicos y en telecomunicaciones, ingenieros civiles, ingenieros industriales, arquitectos, constructores, y afines.

Así también tiene penetración en las cámaras de la construcción, industrias, pequeña industria y comercio. Circulamos en las ferias Construyendo y Hábitat, que organiza Expo plaza. Así como la reciben altos ejecutivos que toman decisiones en empresas públicas y privadas relacionadas a la electrificación, telecomunicaciones, minas y petróleo, entre otros. Y microempresarios contratistas.

Nuestra revista tiene un promedio mínimo de 32 páginas y de 64 máximos dependiendo del pautaaje. Es full color, elaborada en material couché de 150 gramos en portada e interiores de 90 gramos, grapada, refilada, barnizada con filtro UV. El tiraje es mínimo de 6.000 y máximo de 10.000 ejemplares, distribuido al target que usted requiere para hacer contactos de negocios.

Contamos con la asesoría editorial del grupo editorial Edimpres S.A. Diario Hoy.

Los clientes que confían en nuestros productos son: **3M, Incable, Siemens, Schneider Electric, Eecol, Bticino, Inatra, Vallejo Araujo, PacifiCard, Claro, JNG del Ecuador, Inproel, Omaconsa, El Magnético, entre otros.**

Con el propósito de que su compañía se encuentre entre las marcas más prestigiosas del mercado ecuatoriano, y se mantenga su nombre entre las preferidas de los grandes consumidores, hemos considerado las siguientes promociones:

PACK OFERTA 1:

Una sola publicación edición marzo 2012-mayo 2012

Aviso página entera A-4 (21 x 29 cm)

Full color

Ubicación en página derecha (alto impacto visual)

Adicionalmente: Una página entera para artículo técnico que puede ser apoyada con ilustración, gráfico o fotografías y crédito de autor. Este artículo si es de puesta a tierra irá en zona del especial.

Inversión: \$ 1 600 dólares más IVA

Forma de pago: Un solo pago a acordar.

Fecha de entrega de arte aviso y artículo plazo máximo: Hasta el 10 de marzo de 2012.

PACK OFERTA 2:

Dos publicaciones:

a.- Edición diciembre 2010-febrero 2011

b.- Edición marzo 2011-mayo 2011

En cada una de las publicaciones irá un aviso página entera A-4 (21 x 29 cm)

Full color

Ubicación en página derecha (alto impacto visual)

Adicionalmente: Una página entera para artículo técnico que puede ser apoyada con ilustración, gráfico o fotografías y crédito de autor.

Inversión: \$ 3 000 dólares más IVA

PACK OFERTA 3:

Cuatro publicaciones

a.- Edición marzo 2011-mayo 2011

b.- Edición junio 2012-agosto 2012 (circulación exclusiva en la expo feria Construyendo, que organiza Expo plaza, de la cual el CRIEEL cada año es auspiciante)

c.- Edición septiembre 2012-noviembre2011

d.- Edición diciembre 2011-febrero 2012

En cada una de las publicaciones irá un aviso página entera A-4 (21 x 29 cm)

Full color

Ubicación en página derecha (alto impacto visual)

Adicionalmente: Una página entera para artículo técnico que puede ser apoyada con ilustración, gráfico o fotografías y crédito de autor.

Inversión: \$ 4 000 dólares más IVA

Forma de pago: 3 dividendos a acordar.

TODA PUBLICACIÓN ES PAGINA IZQUIERDA TIENE UNA INVERSIÓN DE \$ 1 200 dólares más IVA.

Siempre a las órdenes,

Ing. José Felipe Borja
PRESIDENTE

C.C Lic. Gabriel Rosales, Responsable de Relaciones Públicas, Prensa y Publicidad del CRIEEL
094129655

ANEXO 10: COTIZACIÓN DE REVISTA TÉCNICA “CONSTRUCCIÓN Y DESARROLLO”



REVISTA TÉCNICA “CONSTRUCCIÓN Y DESARROLLO”

Comuníquese de la forma más directa con sus clientes potenciales

Estimado Socio:

CONSTRUCCIÓN Y DESARROLLO es la revista editada por la Cámara de la Construcción de Guayaquil que informa mensualmente a todos los empresarios de la industria de la construcción en general, empresas de consultoría, industriales y comerciantes de materiales para la construcción, sector financiero, instituciones del Estado, gerentes de compras y materiales, departamentos de proveeduría, Autoridades Nacionales y Seccionales y organizaciones análogas de 18 países de América.

CONSTRUCCIÓN Y DESARROLLO le ofrece la posibilidad de dirigirse a un segmento A1 bien delimitado que está conformado por 3.500 empresarios del sector de la construcción de la ciudad y el país. Muy pocas revistas en el medio

permiten enfocar de una manera tan precisa al público objetivo deseado. ¿Se imagina usted cuánto dinero puede ahorrar al escoger un medio especializado como el nuestro, en vez de seguir invirtiendo en medios masivos que no le permiten dirigirse con precisión a sus clientes potenciales?

Un beneficio adicional que le ofrecemos a nuestros anunciantes está representado por paquetes de descuentos que brinda nuestra publicación. Nuestros “paquetes para anunciantes” incluyen publlirreportajes, notas de prensa o la colocación de logos en invitaciones y folletería de eventos realizados con la Cámara de la Construcción, previa autorización por escrito.

Si usted está interesado en anunciar en nuestra revista y gozar de los beneficios mencionados, contáctenos y lo atenderemos inmediatamente. (Adjunto los detalles del perfil).

Atentamente

**CÁMARA DE LA CONSTRUCCIÓN DE GUAYAQUIL
ING. JOEL MORI PACHECO
MARKETING Y ALIANZAS**

PERFIL DE LA PUBLICACIÓN

Periodicidad:	CADA 30 DÍAS APROX.
Tiraje:	3,500
Lectoría estimada:	15,000
Público Objetivo:	Profesionales y Empresas asociadas a la Cámara de Construcción
Circulación:	Profesionales y Empresas del sector de Guayaquil y el país.
Distribución	Gratuita para los socios 21 x 29 cm.

Sectores Empresariales e Institucionales que leen la revista:

Socios CCG.
Empresarios de la Industria de la construcción.
Empresas de Consultoría.
Industriales y Comerciantes de materiales para la Construcción.

Ejecutivos que reciben nuestra revista

- ◆ Presidentes de Directorio y Directores Ejecutivos
 - ◆ Gerentes Generales
 - ◆ Ingenieros, Arquitectos, Residentes de Obras
- ◆ Otros ejecutivos (Gerentes Comerciales, Financieros, de Administración, Asesores y otros)

TARIFAS DE PUBLICIDAD

<i>Descripción</i>	<i>Medidas(cm.)</i> (base x altura)	<i>Socios</i>		<i>No Socios</i>	
		<i>1x</i>	<i>Anual</i> (por edición)	<i>1x</i>	<i>anual</i> (por edición)
Portada	21 x 29	2.800.-	2.800.-	3.000.-	3.000.-
Contraportada	21 x 29	1.000.-	900.-	1.100.-	1.100.-
Página interior	21 x 29	500.-	450.-	650.-	580.-
Página 3	21 x 29	600.-	550.-	750.-	680.-
Página central	21 x 29	700.-	600.-	700.-	700.-
Página central doble	42 x 29	1.200.-	1.200.-	1.400.-	1.400.-
½ página (en caja) Horizontal	21 x 14.5	300.-	260.-	400.-	350.-
¼ página (en caja) Horizontal	10.5 x 14.5	150.-	130.-	200.-	175.-
Pie de página (en caja)	21 x 1.2	250.-	250.-	250.-	250.-
Reverso de portada y contraportada	21 x 29	600.-	550.-	750.-	680.-
Insertos		100	100.-	200	200

ANEXO 11: COTIZACION FERIA

Estimada Areli, de acuerdo a lo conversado le adjunto el plano de Hábitat Septiembre, en el cual está detallado todos nuestros clientes confirmados hasta el momento. El salón destinado para proveedores es el Salón C.

La feria se llevará a cabo del 11 al 16 de Septiembre y el precio del m² es \$ 338 + IVA.

Los stands que están en blanco son los que están disponibles.

Quedo a la espera de sus comentarios.

ANEXO 12: FORMATO DE LA ENCUESTA (CONTROL Y MONITOREO)

Encuesta

1.- ¿Ha recibido usted alguna llamada de los Asesores Comerciales de la empresa Cercyluc S.A?

Si

No

2.- ¿El trato del Asesor Comercial hacia usted fue?

Excelente

Bueno

Malo

3.- ¿Conoce ud los servicios que brinda la Empresa?

Si

No

4.- ¿Le gustaría que lo visitarán en su lugar de trabajo?

Si

No