

CREACION DE UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN SEGURIDAD Y VIGILANCIA ELECTRONICA EN GUAYAQUIL

José Alfredo Hidalgo Solís ⁽¹⁾
Milton Andrés Romero Cueva ⁽²⁾
Jorge Iván Ruiz Olaya ⁽³⁾
Ing. Ivonne Moreno Aguí ⁽⁴⁾
Ingeniera Comercial, Ms.c ⁽⁴⁾
Facultad de Economía y Negocios ^{(1) (2) (3) (4)}
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador
milarome@espol.edu.ec ⁽¹⁾ josahida@espol.edu.ec ⁽²⁾
jiruizo@espol.edu.ec ⁽³⁾ imoreno@espol.edu.ec ⁽⁴⁾

Resumen

El proceso de formación de la personalidad del ser humano y por ende el proceso de seguridad y protección del mismo, se inicia desde el hogar, primer control social y desde varias décadas atrás dicho control aparece en franca crisis general. Debido a la grave situación de conflictos delictivos que tiene nuestro país, hemos visto la idea de negocio de la implementación de una empresa con especialización en seguridad y vigilancia electrónica, para hogares dirigida a personas de clase media alta de la ciudad de Guayaquil. Nuestro planteamiento se centra en posicionarnos en el mercado y ser una empresa profesionalizada, normalmente la seguridad pública interior se confía a distintos colectivos, todos ellos englobables bajo la definición de cuerpos y fuerza de seguridad dentro de un estado, a todo esto se va a sumar un estudio pormenorizado del talento humano que se da en el nuevo enfoque empresarial, demostrando que un estudio general de los Recursos Humanos, la labor y desarrollo de la empresa va a prestar los mejores beneficios a nuestra urbe y por ende a todo el sector que vaya a participar de este modelo de seguridad.

Palabras Claves: *control social, seguridad, electrónica.*

Abstract

The formation of human personality and therefore the process of security and protection of it, begins at home, the first social control, and from several decades ago that control appears in French general crisis. Due to the plight of criminal conflict of our country, we have seen the business idea of implementing a company specializing in security and electronic surveillance for homes aimed at upper middle class people of the city of Guayaquil. Our approach focuses on positioning in the market and be a professionalized company, usually within public safety is entrusted to different groups, all included under the definition of security bodies and forces within a state, all this is to add a detailed study of human talent that is given in the new business approach, showing that a general study of human resources, labor and business development will provide the best benefits to our city and therefore the entire industry to go to participate in this security model.

Keywords: *social control, security, electronics.*

1.-Introduccion

El presente proyecto guarda relación con la creación de una empresa de seguridad y vigilancia electrónica en Guayaquil; con la cual se pueda contribuir con el bienestar de los ciudadanos a través del ofrecimiento de un servicio innovador y profesional. La confianza de quienes opten por nuestros servicios será nuestra principal motivación, y la calidad de nuestros servicios será nuestra principal fortaleza.

Como es de conocimiento de todos, en la actualidad los altos índices de inseguridad que afectan de manera terrible a la ciudad han ocasionado un alto crecimiento en el sector de seguridad, lo que ha traído como consecuencia la creación de nuevas empresas.

Debido a la existencia de muchas empresas de seguridad, quienes desarrollamos este proyecto debemos de introducirnos con ideas innovadoras, las cuales nos permitan en el corto plazo, obtener ventajas competitivas; que tomando distintos modelos que se han venido aplicando con efectividad en grandes ciudades, especialmente en Europa y Latinoamérica en donde a través de empresas de seguridad privada han conseguido reducir en un gran porcentaje la escala de inseguridad.

1.2 Antecedentes

La situación de inseguridad y violencia que se vive actualmente en el país no sólo inundan las conversaciones cotidianas, sino también se han convertido en tema de discusión en ámbitos académicos y de diseño de políticas.

La realidad que vive nuestro país en ámbitos generales, no desde ahora, sino desde su nacimiento como República y que con el pasar de los años, y los avances o cambios diversos que han ocurrido dentro de su sociedad, han hecho que surjan temas que se han tornado insostenibles para la nación tales como problemas políticos, de relaciones externas y muchos más, y a nivel de la sociedad tales como falta de alimentación, inseguridad, educación, desempleo, pobreza, migración, etc.

Todos los males de la sociedad moderna siempre van dirigidos en una misma dirección, no podemos decir que actúan por separado. Los grandes problemas socio-económicos que son los de índole general y que vive una nación, repercuten siempre en sus habitantes, que por lo general son los que se ven más afectados, pues si no existen los diversos incentivos –por citar: productividad, inversión- de parte de las autoridades de turno, ¿qué puede hacer un ciudadano que necesita de éstos recursos para su subsistencia?

Ecuador se encuentra en la posición N° 101 de 149 a nivel mundial y octavo a nivel de Sudamérica, producto de los sucesos acaecidos por los diferentes gobiernos de turno y que, últimamente han afectado las relaciones de la patria con otros países.

1.3 Importancia del estudio

Por ser Guayaquil una ciudad extensa territorialmente creemos conveniente implementar estrategias a través de nuestra innovadora empresa de seguridad que permita de alguna manera que un cierta parte de la población pueda estar tranquila en temas de seguridad.

Es de comprender que nuestros policías en ocasiones no pueden brindar un servicio ágil, rápido y eficaz al ciudadano cuando esté en situaciones de verdadero peligro.

La falta de ética y moral en el Poder Judicial ha hecho que los ciudadanos desconfíen y opaquen la labor realizada por todos los gendarmes que verdaderamente desean tener una ciudad libre de delitos o por lo menos con niveles de inseguridad relativamente bajos.

El ciudadano no se siente seguro en su hogar, mucho menos fuera de él; teme ser víctima de un hecho de vandalismo de parte de personas que han hecho de este mal su modo o estilo de vida, y que a cualquier parte que vaya sea sienta inseguro ya sea por la misma persona, por sus familiares o por la casa que tenga que dejarla sola en un determinado tiempo.

Queremos aportar con la sociedad, brindándoles nuevas y modernas opciones para disminuir en algo estos índices que preocupan a toda la ciudadanía e incluso a sus visitantes, ayudándoles de alguna manera para que se sientan seguros en su sector de residencia.

Queremos ofrecer el servicio de seguridad con la venta e instalación de una gama de sistema de vigilancias en las casas, pues el servicio de seguridad es un mercado que se ha posicionado en la ciudad de Guayaquil donde existe mucha demanda en la comunidad debido a los altos indicadores de inseguridad.

1.4 Problema y oportunidades

Es lamentable decir pero de todos los problemas sociales que existen en sociedades, en el Ecuador es uno de los más críticos y que las cifras van en aumento y entre las ciudades que más se ha visto afectada por diversos factores es Guayaquil.

En estos tiempos a muchas personas le es común que sean víctimas de cualquier acción delictiva por lo que los ciudadanos se sienten inseguros en cualquier

parte que estén o a la que vayan, es por eso que, debido al alto índice de criminalidad e inseguridad en la ciudad de Guayaquil que ha sido imposible que la controle el Estado, se ha creado una empresa privada de seguridad y vigilancia electrónica.

Implementando a la brevedad posible, métodos objetivos de seguridad ya que los que se han implementado hasta la fecha es insuficiente y sin preparación para el cargo, incurriendo en nuevos métodos estratégicos para mantener la seguridad que actualmente incurre nuestra sociedad.

En estos días hemos visto como el Estado ha fallado con relación a la seguridad, los robos en los domicilios son más violentos y el nivel de inseguridad diaria es más fuerte que en años anteriores.

Todas estas razones que se han expuesto son suficientes argumentos, para tomar como desafío el desarrollo de un proyecto que permita introducir nuestros servicios de empresas de Seguridad Privada en la ciudad de Guayaquil y de esta manera mejorar el tema de seguridad en la urbe.

Aunque como ecuatoriano y principalmente como guayaquileños, nos gustaría que la delincuencia desapareciera, pero ya que está situación es difícil de revertir hemos visto una oportunidad de negocio y un mercado meta que desea que sus necesidades de confianza y seguridad sea cubierta.

En Guayaquil se ha visto como se ha delegado una mayor cantidad de policías por parte del Gobierno o como el Municipio de Guayaquil ha creado organismos como la Corporación para seguridad ciudadana de Guayaquil, instalación de observatorios con los ojos de águilas, y demás posturas para combatir delincuencia, y los resultados no han sido los esperados, por lo que surge la posibilidad de que nuestra empresa tenga una gran demanda.

Otra oportunidad que hemos localizado en la industria de seguridad es que no existe muchas empresas especializadas en temas de seguridad con personal altamente capacitado y que no dan nuevas ideas de seguridad a más de las tradicionales, por lo que nosotros vamos a dar estrategias y tácticas de seguridad con tecnología, creando mayor eficiencia dentro de este mercado satisfaciendo todas las necesidades de los clientes.

1.5 Características del servicio

Nuestro proyecto ha sido enfocado en brindar nuevos y modernos servicios de instalación de alarmas de seguridad contra robos, conectados a una central vigilándolo las 24 horas del día durante todo el año. En los últimos años se pueden notar evidencias claras de cómo ha ido “evolucionando” la forma de cometer actos delictivos.

Uno de ellos se ve marcado en los robos a negocios u hogares, antes los robos se realizaban cuando estos se encontraban vacíos pero hoy en día es más frecuente que bandas organizadas irrumpen en los

hogares o negocios incluso cuando hay personas en su interior.

Por lo que a más de estos y capacitaciones a dueños de casa tendremos este equipo instalado y en cualquier caso de socorro tendremos siempre a la disposición un alto contingente de Guardias altamente capacitado que acudirán al lugar en el menor tiempo posible, a más de asistencia personalizada desde nuestro centro de operaciones para que nuestros clientes se sientan seguros.

Los sistemas de alarmas y vigilancia, no solo sirven para proteger los bienes físicos, sino que cada vez ayudan más o se están imponiendo como un medio de protección personal, de nuestros amigos, familiares, e incluso empleados en caso que se trate de un negocio.

Las personas actualmente se sienten inseguras y necesitan protegerse a sí mismo y a los suyos cuando están en su hogar; las alarmas se podrían considerar como uno de los métodos más seguros de protección del hogar contra robos o delitos, además utilizando otros métodos de seguridad que va en función de los requerimientos del cliente.

Además de ofrecer el servicio de guardias de seguridad en cualquier sitio que lo requiera el cliente pero tampoco esta estará solo sino que estará intercomunicado con el monitoreo de nuestro personal y en el caso de una emergencia o cualquier anomalía mandar nuestro equipo especializado para combatir el delito delincencial, por lo tendremos a nuestro personal en puntos estratégicos para que puedan recurrir a cualquier llamado lo antes posible.

1.6 Alcance

La provincia del Guayas, particularmente su capital Guayaquil se constituye en la principal macro-localización de nuestro proyecto, estaremos teniendo nuestro mercado meta las principales ciudades de clase media alta de Guayaquil.

Hemos considerado estos sectores como un lugar estratégico a considerar debido a su extensión territorial, además de ser lugares residenciales son los mayores blancos de los asaltantes.

Tenemos el deseo de consolidarnos como una de las empresas líderes en especialización de seguridad y vigilancia electrónica teniendo a la disposición los más grandes sistemas tecnológicos que existan el mercado logrando así poder cubrir toda la demanda de Guayaquil y de la provincia, para luego formar sucursales en la principales ciudades del Ecuador.

El fin es poder seguir creciendo como empresa hasta llegar a estar en todas las Provincias del Ecuador donde haya un Mercado meta, y brindarle la seguridad que el país necesita, y también podríamos trabajar en forma conjunta con la Policía Nacional para a través de nuestros sistemas trabajar con ellos de manera organizada y combatir juntos la delincuencia.

1.7 Objetivo general

Proveer a la ciudad de Guayaquil modernos sistemas de vigilancia y seguridad para reducir el alto índice de inseguridad.

1.8 Objetivos específicos

(1) Crear nuevos modelos de seguridad en Guayaquil. (2) Cumplir las necesidades de los clientes brindando el mejor servicio con personal altamente capacitado. (3) Elaborar estrategias de seguridad para ser eficientes al alto índice de seguridad de la ciudad. (4) Ser líderes y pioneros en temas de vigilancia y seguridad, desarrollando confianza en nuestros clientes. (5) Ser altamente competentes generando un alto grado de rentabilidad.

1.9 Misión

Brindar servicios de seguridad privada con el profesionalismo y calidad que nos identifica y sean la base de nuestro negocio, garantizando así protección de la vida y bienes de las personas.

1.10 Visión

Consolidarnos como una organización líder a nivel nacional y eficiente satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes con valores de calidad, eficiencia y confianza de nuestro servicio a ofrecer y su mejoramiento continuo.

El nombre que nuestra empresa llevará y por su forma de constitución amparada en la Ley de Seguridad, donde menciona que debe de ser de responsabilidad limitada, el nombre es SEGUDOR Cía. Ltda.

2. Investigación de mercado

Se puede definir como la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo [1].

2.1 Objetivo general

Determinar si para las personas que conforman nuestro mercado meta es atractivo el proyecto de servicio de una empresa de seguridad y vigilancia electrónica, utilizando las herramientas estadísticas posibles.

2.2 Objetivos específicos

(1) Determinar el grado de éxito o fracaso que nuestro proyecto pueda tener al momento de introducirnos en el mercado. (2) Analizar los diferentes tipos de gustos y preferencias de nuestro cliente para elaborar nuestras estrategias. (3) Tener en cuenta que variables se deben de enfocar al momento de satisfacer las necesidades del cliente mediante una correcta planeación, organización y control de las áreas que conforman nuestra organización.

2.3 Diseño de la encuesta

La encuesta que se elaboró para llevar a cabo la investigación de mercados consta de 12 preguntas de opción múltiple, las cuales fueron ejecutadas en diferentes ciudadelas de la ciudad, tomando en cuenta la población objetivo, por citar algunas: Los Ceibos, La Kennedy, Urdesa, entre otras.

Dentro de la encuesta se utilizaron algunas preguntas filtro, con las cuales se pretendía descartar los cuestionarios contestados por personas que manifestaban no estar interesados en adquirir nuestro producto. En la sección de anexos, se presenta el modelo de encuesta utilizada en el presente proyecto.

2.4 Presentación de resultados

Para la tabulación y la presentación de resultados se utilizó un software informático llamado SPSS, el cual es un programa estadístico informático muy usado en las ciencias sociales y las empresas de investigación de mercado.

Por lo tanto dentro de los planteamientos de nuestras hipótesis acerca de la acogida que nuestro proyecto pueda tener lo resumimos en una pregunta clave de la encuesta.

Pregunta 5: ¿Estaría Usted interesado en adquirir un circuito de seguridad y vigilancia electrónica en su hogar?

A través de la pregunta 5 deseamos conocer si las personas están interesadas en adquirir el circuito de seguridad y vigilancia electrónica, es decir pretendemos descubrir la iniciativa de compra por medio de esta pregunta.

Los resultados obtenidos en la pregunta 5 son muy alentadores, el 88% de los encuestados nos manifiestan que están interesados en adquirir el producto, lo que confirma que existe un mercado el cual necesita ser debidamente explotado.

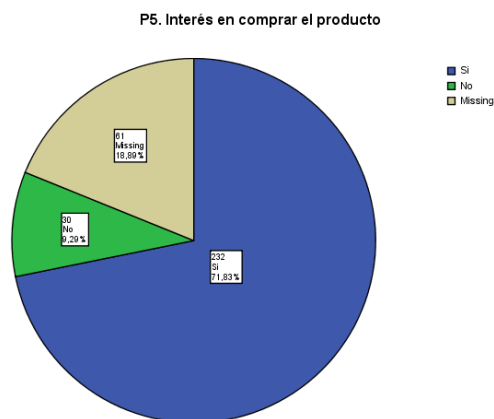


Figura 1. Estadística de interés de compra

Sólo 30 personas de las 262 que tomamos en cuenta en el análisis nos han manifestado que no están interesadas en adquirir el producto.

Una investigación de mercado futura más detalla no podría servir para conocer el por qué 30 personas dentro de la muestra no están interesadas en adquirir servicios de seguridad electrónica, aunque se puede pensar a priori que muchos factores incentivan a esa respuesta, por ejemplo la existencia de una Unidad de Policía Comunitaria UPC cerca de sus casas, que hayan tenido experiencias negativas con sistemas de seguridad electrónica, entre muchos otros.

A través de este análisis podemos concluir que la percepción de la gente acerca de nuestro producto va a tener la aceptación esperada.

3 Plan de marketing

El plan de mercadeo es un informe en el cual se recopila el análisis de la situación actual de la empresa para identificar hacia dónde la entidad debe dirigirse[2]. Para esto se determinan las metas del negocio y se exponen las estrategias de mercadeo a utilizarse para el cumplimiento de los objetivos identificados en el plan de negocios.

3.1 Objetivo económico

(1)Obtener la el mayor rendimiento económico del mercado

Estrategia: Utilizar los precios acordes al mercado

Táctica: Incurrir en productos de calidad y entrar con precios acorde al mercado que sean competitivos para que éste no sea una limitante por parte de los consumidores y lograr de esta forma captar clientes con una demanda creciente.

(2)Obtener una excelente cuota de mercado

Estrategia: Promocionarse en todo nuestro mercado meta

Táctica: En base a nuestro estudio se ha determinado que la mayor parte de habitantes de las casas de nuestro mercado meta no cuentan con un sistemas de vigilancia, es por eso que nos vamos a promocionarnos constantemente a ellos con capacitaciones, enseñándoles las bondades del servicio, con la facilidad de uso y la seguridad después de adquirir los equipos de vigilancia, se actuara de forma persistente ya que estas personas son nuestro mercado potencial

3.2 OBJETIVOS DE VENTAS

(1)Vender el servicio el mayor número de casas de nuestro mercado objetivo.

Estrategia: Promoción constante con incentivos a comprar el servicio

Táctica: Debemos tener todo nuestro personal de ventas altamente capacitado para que este apto de promocionar nuestro producto es decir conocer el sistema a su perfección, luego ellos deben implementar las estrategias de ventas con el fin de concientizar la seguridad y la tranquilidad que pueden llegar a tener en los hogares, se incurriría en descuentos, promociones y demás estrategias con el fin de que adquieran el producto, también se tendrá que ser persistente con varias visitas hasta que llegue a formar nuestra cartera de clientes.

(2)Poder expandirse en cualquier casa de cualquier ciudadela de Guayaquil y ser líderes en el mercado

Estrategia: Efectividad y seriedad en nuestro trabajo

Táctica: Realizar el trabajo optimo desde el primer momento de funcionamiento de la compañía, no solo mostrar el profesionalismo para captación de clientes sino hacerlos las 24 horas del día, haciendo que el cliente sea sienta feliz cubriendo la necesidad de tranquilidad en su hogar, atendiendo cada situación de forma rápida, eficiente, a cualquier llamado que nuestro cliente necesite, logrando así una propagación de resultado o lo que se llama un Marketing boca a boca, donde se propague nuestra eficiencia y poder así captar más clientes e ir expandiéndonos en la ciudad.

3.3 Objetivos de posicionamiento

(1)Incrementar el nivel de notoriedad de nuestra marca

Estrategia: Todas las personas deben de conocernos como empresa

Táctica: Debemos de estar constantemente haciendo publicidad de nuestra marca a través de hojas volantes en las casas de nuestro mercado meta, dando a conocer nuestro servicio, atención personalizada, muestras de funcionamiento a posible nuevos clientes. Realizando talleres a vecinos para que se unan y

tengan todo una vigilancia en el sector, no debemos mostrarnos como una empresa más, sino como un grupo de apoyo a la solución de un problema social, la delincuencia, que nuestros clientes nos confíen la seguridad de su hogar de los miembros que está la conforman, de esta forma logrando otra visión de las persona hacia nosotros como empresa

(2) Mantener un crecimiento constante

Estrategia: Actualización de tecnología y profesionalismo.

Táctica: Después de haber implementado tácticas para la ampliación de cuota de mercado no significa que vayamos a tener siempre un crecimiento constante, debido a que debemos de considerar de que puede existir competencia que haga que disminuya nuestro crecimiento, es por eso que siempre debemos de tener clientes satisfechos que debemos ir innovando nuestro servicio y darle mantenimiento para ver si éstos están en funcionamiento para que el cliente se sienta seguro, además todo esto se lo debe de hacer en un marco de profesionalismo optimo, lo que nos garantiza en un mediano plazo un crecimiento institucional bueno.

3.4 Marketing mix

Precio

La estrategia para lograr captar la mayoría del mercado objetivo, además de brindar otros servicios como valor agregado, será la idea de ingresar al mercado con un precio atractivo y accesible pero sin caer en extremos ya que debido a la modernidad del proyecto, es necesario establecer precios que realmente se acojan a la calidad del servicio brindado.

Los sistemas de vigilancia, indica, están valorados según la complejidad de su instalación y pueden costar desde \$ 300 en una casa pequeña. El precio óptimo lo describiremos dentro del estudio financiero para saber cuánto realmente se debe de cobrar por el servicio.

Producto

La perspectiva de brindar servicios de seguridad y vigilancia, está orientado a lograr que los habitantes de las ciudadela de clase media alta, la consideren como una nueva opción de bienestar social y familiar, teniendo como estrategia de posicionamiento modernos sistemas de seguridad a la par de los sistemas que usan las empresas privadas que brindan este tipo de servicio, además de tratar de cambiar en algo la mentalidad de las personas que sólo ven aspectos negativos cuando se les menciona la labor realizada por el Estado y su poder Judicial.

Además, trataremos de proveer servicios adicionales tales como monitoreo o rastreo satelital que estén dirigidos en lograr satisfacer todas las necesidades que posean nuestros futuros y potenciales

clientes, por supuesto, buscando otra fuente de ingresos muy importante en nuestro estudio.

Plaza

El establecimiento estará ubicado cerca de nuestra demanda potencial, es decir en la ciudadela del Centenario, parroquia urbana Ximena, de donde pretendemos proyectarnos a las demás ciudadelas o sectores que tiene la ciudad.

Promoción

Acercas de las nuevas formas de realizar publicidad, debemos considerar la importancia de estar presente en eventos sociales como auspiciantes, o realizar la promoción directa en la calle por medio del marketing boca a boca, así como también de las siguientes opciones de promociones:

(1) El primer mes utilizar el método "2 X 1", es decir, una persona adquiere el servicio para su hogar o negocio, beneficiándose una segunda persona. (2) Instalación gratuita, sólo paga por el equipo y su mantenimiento. (3) Descuentos especiales a los primeros demandantes del servicio, a personas de la tercera edad y discapacitados, o por pagos al día. (4) Volantes dando a conocer el servicio que se implementará. (5) Por medios de comunicación ya sea por radios o periódicos. (6) Afiches en el transporte urbano, especialmente en los que realizan sus recorridos por el sur de la ciudad.

Publicidad

Dentro de la ciudadela objetivo probablemente no se incurrirá en publicidad masiva, sino más bien nos daríamos a conocer por el tradicional método del "boca en boca", pero para darnos a conocer en otros sectores de la ciudad hemos de recurrir a la publicidad por: televisión, portales de internet, revistas especializadas, periódicos de circulación, etc.

4. Estudio Financiero.

Ingresos

Para determinar los ingresos de una empresa se debe de considerar dos variables el precio y la cantidad demandada de nuestro producto o servicio; en el caso de nuestra empresa de seguridad los ingresos vienen dados por estas dos variables, la primera variable de entrada es la venta de nuestro equipos de seguridad electrónica, y la otra fuente de ingresos es a través, del cobro mensual a las casas por el servicio de vigilancia electrónica.

Cantidad Demandada del servicio.- Para establecer nuestra proyección de demanda hemos tomado como fuente el análisis de las encuestas efectuadas, por lo que concluimos lo siguiente:

Del total de 323 personas encuestadas, 61 poseen un sistema de seguridad y vigilancia electrónica en sus hogares, por lo que terminaron la encuesta al contestar la pregunta de que si poseen un circuito de seguridad electrónica, descartando a estas, de las 262 personas que contestaron a la pregunta 5 (¿Estaría Usted interesado en adquirir un circuito de seguridad y vigilancia electrónica en su hogar?), el 71,8%, es decir 232 personas están interesadas en adquirir el producto.

Por lo tanto dentro de nuestra población objetivo que fue descrita en el capitulo anterior, hemos tomado como dato que en estas zonas existen alrededor de un 4320 casas o familias, que fueron las detalladas dentro de nuestro mercado meta.

Por lo tanto en base a las encuestas realizadas concluimos que la aceptación de nuestro proyecto de seguridad y vigilancia electrónica, estaba dado por un 71,80% es decir que el estimado de casas u hogares de nuestra demanda seria: 3102 familias, por es por eso que como meta nos proponemos como política interna llegar al menos al 2% de todas esas familias en el primer mes, obteniendo un promedio de demanda de 62 hogares o familias.

Tabla 1. Proyección de la Demanda

FAMILIAS	4320
% de aceptación	71,80%
Demanda	3101,76
Política de Demanda	2%
Demanda Mensual	62

Precio del servicio

Dentro de la política de precio se estableció el ingreso de fuentes: por equipos y por servicio.

Para establecer el precio óptimo de venta al público se estimo los costos de los equipos tanto de la seguridad electrónica con sus alarmas y demás implementos, y los insumos de la vigilancia electrónica, es decir los insumos de cámaras de video y demás equipos del kit de vigilancia.

Además de esto como toda compañía utilizamos un margen de ganancia y para oferta de nuestro servicio utilizamos un margen de utilidad del 50% sobre los costos de los insumos, margen necesario para cubrir demás costes operativos de la empresa y su instalación, quedando el precio en \$501

Tabla 2. Proyección de la Precio

PRECIO				
ART. 1	\$ 175,00			
ART. 2	\$ 159,00	%	%\$	PRECIO
	\$ 334,00	\$ 50,00	\$ 167,00	\$ 501,00

El Artículo 1 es dato resumido del valor de costo de sistemas de seguridad electrónica, con sus respectivos accesorios e instalación, sirenas, sensores, etc. Con un valor de \$175

El Artículo 2 tiene que ver con lo concerniente al equipo de vigilancia electrónica y su respectiva instalación, es decir fundamentalmente la cámara de video que permitirá observar cualquier anomalía en la casa, con un valor de \$159.

4.2 VAN, TIR, Payback

Valor Actual Neto

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

Tabla 3. Resultados Esperados

FLUJO DEL PROYECTO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE EFECTIVO	\$ (49.359,07)	\$ 12.968,46	\$ 13.782,34	\$ 14.945,20	\$ 16.376,14	\$ 71.527,93
TASA TMR Ke		15,04%				
VAN		\$ 26.993,88				
TIR		30,45%				
FLUJO DEL INVERSIONISTA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE EFECTIVO	\$ (29.615,44)	\$ 9.812,69	\$ 10.272,18	\$ 11.040,84	\$ 12.033,32	\$ 66.697,41
TASA TMR Ko		12,48%				
VAN		\$ 39.541,82				
TIR		43,12%				

Obtenemos como resultado para el flujo de nuestro proyecto que tenemos un VAN de \$ 26.993,88 lo que

hace atractivo el proyecto además que la TIR que nos arroja es atractiva sobre la tasa TMAR como coste de oportunidad, la Tasa interna de Retorno de nuestra empresa es del 30,45%, con una tasa que el inversionista espera ganar de 15% aproximadamente.

PayBack Simple

El PayBack Simple tiene la ventaja de que su cálculo es muy sencillo. Sin embargo, no tiene en cuenta el valor temporal del dinero, factor éste que si contempla el PayBack Descontado, que se produce cuando el acumulado de los flujos se hace positivo.

Tabla 4. Recuperación de Capital

PAYBACK SIMPLE		
AÑO	FLUJO	
0	\$ (49.359,07)	\$ (49.359,07)
1	\$ 12.968,46	\$ (36.390,61)
2	\$ 13.782,34	\$ (22.608,26)
3	\$ 14.945,20	\$ (7.663,06)
4	\$ 16.376,14	\$ 8.713,07
5	\$ 71.527,93	\$ 80.241,00

3 AÑOS
6 MESES

5.- Conclusiones

(1) Debemos tener en cuenta que este proyecto se puede realizar aunque nos cueste en los primeros años recuperar lo invertido, pero confiamos que vamos a tener la aceptación esperada. (2) Aunque en el mercado actual existen muchos oferentes del servicio, debemos considerar la existencia de un VAN alto, además que nos podemos recuperar de la pérdida que se genera en los primeros años de evaluación del proyecto. (3) El proyecto es atractivo debido a que el mercado de seguridad en especial en la ciudad de Guayaquil se encuentra en auge, por lo que con las tendencias y propósitos de nuestra empresa SEGUDOR Cia. Ltda,

enfocado en la segmentación de mercado que nos hemos planteado, creemos que vamos a tener la demanda necesaria para operar y obtener los resultados esperados durante los periodos de operación. (4) Debemos de ser muy cautelosos al momento de obtener nuestra cartera de clientes debemos de ser altamente profesionales con el servicio que debemos brindar, debido a que la segmentación de mercado es muy especial. (5) En la parte operativa debemos de ser eficiente y eficaces, lo importante es que el cliente se sienta respaldado a toda hora por nuestro servicio.

6. Agradecimientos

La culminación exitosa de este trabajo se lo debemos a Dios, en primer lugar, a nuestros padres, amigos, profesores guías, y a todas las personas que estuvieron pendiente al desarrollo de nuestro trabajo, con su ayuda desinteresada y en especial a nuestro director de proyecto aplicado, Ing. Ivonne Moreno Aguí.

7. Referencias

- [1] Marketing en el Siglo XXI. 3ª Edición *Rafael Muñiz González*
- [2] LAMBIN J.J., Marketing Estratégico 4ta edición: Enfoque en toma de decisiones, editorial Prentice Hall.
- [3] Philip Kotler, 2001, "Dirección de Marketing". Editorial Prentice Hall Hispanoamericana S.A. 2001.
- [4] Nassir Sapag, Reinaldo Sapag. "Preparación y Evaluación de Proyectos", Quinta Edición.
- [5] Fundamentos de Administración Financiera, James Van Horne, Pearson Educación, México 2002.
- [6] Proyectos de inversion: Formulación y evaluación, 1º edición, Pearson Educación, México 2007.