

TECNOLÓGICO  
UNIVERSITARIO  
PICHINCHA



## **Tecnología Superior en Administración**

Título de la propuesta: **Plan de Negocios Canvas para una empresa de seguridad privada en la parroquia Quitumbe.**

Trabajo de Titulación presentado como requisito previo para optar por el Título de **Tecnólogo Superior en Administración**

Autor:

**Vélez Chilán, Juan Carlos**

Tutor:

**Ing. Calvopiña, Augusto**

DMQ-septiembre-2023

## **Constancia de aprobación del tutor**

En mi calidad de Tutor del Proyecto:

Plan de Negocio Canvas para una empresa de seguridad privada en la parroquia Quitumbe-D.M.Q, presentado por el estudiante **VÉLEZ CHILÁN JUAN CARLOS**, para optar por el Título de Tecnólogo en Administración, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito a los veinte y tres días del mes de agosto del año 2023

---

**CALVOPIÑA AUGUSTO**

**No. C.C. 0500741723**

### **Declaratoria de responsabilidad**

Este documento contiene, conceptos, ideas, opiniones y conclusiones que han sido desarrollados en base a una investigación íntegra, respetando derechos intelectuales de terceros, de acuerdo con las citas que constan al final del párrafo, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo final en mención.

---

**JUAN CARLOS VÉLEZ CHILÁN**

## **Dedicatoria**

Con mucho amor y respeto dedico este trabajo a mis hijos por la comprensión el tiempo y la paciencia que supieron darme durante mis estudios, sin duda debo cada segundo de mi vida a ellos por mi progreso.

*Vélez Chilán Juan Carlos*

## **Agradecimiento**

A Dios por derramar sus bendiciones en esta etapa de mi vida, mi familia por su gran afecto, paciencia y apoyo, mis hijos el motivo de sobrevivir cada día, la fuerza de mis acciones el sacrificio compartido, por ello y para ello el mejor ejemplo de superarse.

*Vélez Chilán Juan Carlos*

## **Resumen ejecutivo**

Un plan de negocios es un documento que define en detalle los objetivos de una empresa y cómo planea alcanzar sus metas. Un plan de negocios establece una hoja de ruta escrita para la empresa desde el punto de vista de marketing, financiero y operativo. Bajo este contexto el presente estudio tuvo como objetivo realizar un plan de negocio para una empresa de seguridad privada que permita satisfacer las necesidades a los habitantes de la parroquia de Quitumbe, mediante métodos tecnológicos y sociales. Para esto, la investigación de campo se basó en un enfoque mixto utilizando el método inductivo-deductivo. Los principales resultados exponen que un 68,7% de los encuestados desea obtener un servicio de seguridad, determinando que es factible realizar el plan de negocio sobre la empresa de seguridad en la parroquia de Quitumbe. Las principales conclusiones manifiestan que el plan de negocios expuesto fue importante para aclarar la estrategia, identificar posibles obstáculos, decidir qué necesitará en términos de recursos y evaluar la viabilidad de la idea o los planes de crecimiento para la creación del negocio.

**Palabras clave:** Seguridad; Plan de Negocios, Modelo Canvas.

## **Abstract**

A business plan is a document that defines in detail the objectives of a company and how it plans to achieve its goals. A business plan lays out a written roadmap for the business from a marketing, financial, and operational standpoint. In this context, the objective of this study was to carry out a business plan for a private security company that allows the needs of the inhabitants of the Quitumbe parish to be met, through technological and social methods. For this, the field research was based on a mixed approach using the inductive-deductive method. The main results show that 68.7% of those surveyed want to obtain a security service, determining that it is feasible to carry out the business plan on the security company in the parish of Quitumbe. The main conclusions show that the exposed business plan was important to clarify the strategy, identify possible obstacles, decide what will be needed in terms of resources and evaluate the feasibility of the idea or the growth plans for the creation of the business.

**Keywords:** Security; business plan, canvas model.

## Índice de contenido

Constancia de aprobación del tutor.....	II
Declaratoria de responsabilidad.....	III
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento.....	V
Resumen ejecutivo.....	VI
Abstract.....	VII
Índice de contenido.....	VIII
Índice de tablas.....	XI
Índice de figuras.....	XII
Introducción.....	1
Tema de Proyecto.....	2
Planteamiento del Problema.....	2
Descripción del problema.....	2
Objetivos.....	2
Objetivo general.....	2
Objetivo específico.....	2
Justificación.....	3
Capítulo 1: Fundamentación Teórica.....	4
1.1. Antecedentes de la investigación.....	4
1.2. Marco teórico.....	4
1.2.1. Plan de negocios: definición.....	4
1.2.2. Empresa de seguridad: definición.....	6
1.2.3. El Modelo canvas.....	7



1.2.4. Componentes del modelo Canvas .....	9
1.3. Marco conceptual .....	10
Capítulo 2: Diagnóstico De Mercado Y Comercialización .....	11
2.1 Diseño metodológico .....	11
2.1.1. Enfoque de investigación .....	11
2.1.2. Método de investigación .....	11
2.1.3. Tipo de diseño de investigación.....	11
2.1.4. Nivel de investigación.....	11
2.1.5. Técnicas de investigación .....	11
2.1.6. Instrumento de investigación .....	12
2.1.7. Unidad de análisis .....	12
2.1.8. Recolección de datos de datos .....	12
2.1.9. Análisis e interpretación de resultados .....	15
Capitulo III: Propuesta .....	23
3.1. Segmentos de mercado .....	23
3.1.1 Matriz Psicográfica .....	24
3.1.2 Matriz Geográfica .....	24
3.1.3 Matriz Demográfica.....	24
3.2. Propuesta de valor.....	25
3.3. Canales.....	26
3.4. Relaciones con clientes .....	28
3.5. Fuentes de ingreso.....	29
3.6. Recursos clave .....	31
3.7. Actividades clave .....	32
3.8. Socios clave .....	33

3.9. Estructura de costos .....	33
3.10. Lienzo del modelo de negocio .....	38
Conclusiones .....	39
Recomendaciones .....	40
Referencias bibliográficas.....	41
Anexos .....	44

## Índice de tablas

Tabla 1. <i>Muestra</i> .....	12
Tabla 2. <i>Importancia de la seguridad</i> .....	15
Tabla 3. <i>Posesión de un servicio de seguridad</i> .....	16
Tabla 4. <i>Existencia de una empresa de seguridad en el sector</i> .....	17
Tabla 5. <i>Disposición para obtener un servicio de seguridad</i> .....	18
Tabla 6. <i>Disposición para contratar servicios</i> .....	19
Tabla 7. <i>Cantidad de dinero a pagar</i> .....	20
Tabla 8. <i>Características que se prefieren en el servicio de seguridad</i> .....	21
Tabla 9. <i>Canales de información apropiados para la promoción</i> .....	22
Tabla 10. <i>Matriz psicográfica</i> .....	24
Tabla 11. <i>Matriz geográfica</i> .....	24
Tabla 12. <i>Matriz demográfica</i> .....	24
Tabla 13. <i>Matriz propuesta de valor</i> .....	26
Tabla 14. <i>Canales</i> .....	26
Tabla 15. <i>Relación con los clientes</i> .....	28
Tabla 16. <i>Fuentes de ingresos</i> .....	29
Tabla 17. <i>Proyección de ventas</i> .....	30
Tabla 18. <i>Proyección anual</i> .....	31
Tabla 17. <i>Recursos clave</i> .....	31
Tabla 20. <i>Actividades clave</i> .....	32
Tabla 21. <i>Socios clave</i> .....	33
Tabla 22. <i>Inversión</i> .....	33
Tabla 23. <i>Estructura de costos</i> .....	35
Tabla 24. <i>Estado de resultados</i> .....	35
Tabla 25. <i>Punto de equilibrio</i> .....	36

## Índice de figuras

Figura 1. Ubicación de la parroquia Quitumbe.....	13
Figura 2. Importancia de la seguridad.....	15
Figura 3. Posesión de un servicio de seguridad .....	16
Figura 4. Existencia de una empresa de seguridad en el sector .....	17
Figura 5. Disposición para obtener un servicio de seguridad .....	18
Figura 6. Disposición para contratar servicios.....	19
Figura 7. Cantidad de dinero a pagar .....	20
Figura 8. Características que se prefieren en el servicio de seguridad .....	21
Figura 9. Canales de información apropiados para la promoción .....	22
Figura 10. Segmentación de mercado.....	23
Figura 11. Lienzo canvas .....	38

## **Introducción**

Un plan de negocios es un documento que define en detalle los objetivos de una empresa y cómo planea alcanzar sus metas. Un plan de negocios establece una hoja de ruta escrita para la empresa desde los puntos de vista operativo, financiero y de marketing. Tanto las empresas emergentes como las establecidas utilizan planes de negocios. Este es un documento importante dirigido al público externo e interno de una empresa. Por ejemplo, un plan de negocios se utiliza para atraer inversiones antes de que una empresa haya establecido un historial comprobado. También puede ayudar a conseguir préstamos de instituciones financieras.

Además, un plan de negocios puede servir para mantener al equipo ejecutivo de una empresa informado sobre los elementos de acción estratégica y encaminados a cumplir las metas establecidas. Aunque son especialmente útiles para nuevos negocios, toda empresa debería tener un plan de negocios. Lo ideal es que el plan se revise y actualice periódicamente para reflejar los objetivos que se han cumplido o han cambiado. A veces, se crea un nuevo plan de negocios para una empresa establecida que ha decidido avanzar en una nueva dirección.

Bajo este contexto, el presente proyecto pretende realizar un plan de negocio para una empresa de seguridad privada que permita satisfacer las necesidades a los habitantes de la parroquia de Quitumbe, mediante métodos tecnológicos y sociales. Para esto, la investigación se ha dividido en 3 capítulos principales, el primero, expone los principales fundamentos teóricos relacionados con las variables de estudio, el segundo se basa en el diagnóstico de mercado y comercialización, por último, se expone una propuesta para dar solución a la problemática.

## **Tema de Proyecto**

Plan de Negocios Canvas para una empresa de seguridad privada en la parroquia Quitumbe.

## **Planteamiento del Problema**

¿Qué tan necesario es implementar un plan de negocio estratégico en el ámbito de seguridad para la satisfacer las necesidades de la sociedad y mantenerse tranquilo y seguro en la parroquia de Quitumbe?

## **Descripción del problema**

En la ciudad de Quito de acuerdo a las últimas encuestas, actualmente se encuentra en una mala posición en el ámbito de la seguridad, esto se debe a la falta de conocimiento por parte de la ciudadanía, por esta razón las empresas de seguridad han optado por brindar el servicio de seguridad privada con algunos métodos como: guardia cámaras, sensores de movimiento, entre otros, las empresas de seguridad se ven obligada a realizar una investigación profunda en termino general para innovar métodos nuevos, por esta razón se propone la incorporación de un plan de negocio estratégico en seguridad con tecnología de punta ayudando a satisfacer las necesidades del ser humano y optimizando en tiempo y recursos.

## **Objetivos**

### ***Objetivo general***

- Realizar un plan de negocio para una empresa de seguridad privada que permita satisfacer las necesidades a los habitantes de la parroquia de Quitumbe, mediante métodos tecnológicos y sociales.

### ***Objetivo específico***

- Consultar fuentes documentales para fundamentar teóricamente la elaboración de un plan de negocio para compañías de seguridad privada en el sector de Quitumbe – D.M.Q.

- Realizar un diagnóstico que permita conocer las necesidades de seguridad en la parroquia adecuadas.
- Establecer la estructura técnica administrativa apropiada que viabilice el funcionamiento adecuado a la necesidad ciudadana.
- Realizar los presupuestos necesarios para establecer la implementación del negocio de seguridad.

### **Justificación**

Desde el punto de vista académico el trabajo investigativo será un referente para posibles investigaciones por cuanto la información procesada en el documento contiene datos reales que permitirán conocer el tipo de operaciones a desarrollarse en el plan de seguridad.

Con estas consideraciones existe la necesidad de realizar un plan de seguridad, así se solventará las necesidades de los habitantes del sector llegando a cubrir sus necesidades.

Este trabajo servirá de guía para justificar algunos de los problemas y conceptualizaciones que se encuentran en el campo metodológico la aplicación de técnicas, métodos e instrumentos serán un apoyo de futuras investigaciones por cuanto los datos que refleja la investigación provienen de fuentes reales y confiables que han sido obtenidos con la aplicación de las herramientas investigativas antes mencionadas.

Desde otra perspectiva el plan de negocio tendrá una proyección clara acerca de las estrategias a implementar para obtener índices de rentabilidad más amplios. La administración de recursos es un instrumento para crear nuevas oportunidades en la empresa de seguridad privada, por cuanto el manejo apropiado de herramientas financieras puede propiciar el interés de futuros inversionista para incursionar en nuevos mercados con servicios innovadores lo que sería una alternativa de crecimiento empresarial.

Esta herramienta permitirá a la empresa mejorar sus funciones, al determinar la razonabilidad en sus estados financieros.

## **CAPÍTULO 1:**

### **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

#### ***1.1. Antecedentes de la investigación***

Como antecedente principal para esta investigación se expone el estudio realizado por Hidalgo (2014) el cual tuvo como objetivo crear una empresa de seguridad privada, en la ciudad de Quito. Esto se llevó a cabo mediante un método analítico – sintético utilizando instrumentos tales como la encuesta y la observación. Los principales resultados de la investigación exponen que los niveles de inseguridad en Quito son altos, sobre todo en el año 2013, en donde los robos a las casas fueron de un 48,5% y un 38% de asalto a personas. Una vez que se llevó a cabo la investigación de mercado se pudo determinar que el nivel de aceptación de un plan de negocio para la empresa de seguridad fue de 55%. La principal conclusión expone que una de las alternativas a las empresas de seguridad constituye las alarmas electrónicas; sin embargo, debido a su elevado costo, su nivel de penetración es moderado

#### ***1.2. Marco teórico***

##### ***1.2.1. Plan de negocios: definición***

Para Miranda *et al.*, (2017) un plan de negocios es un documento que define en detalle los objetivos de una empresa y cómo planea alcanzar sus metas. Un plan de negocios establece una hoja de ruta escrita para la empresa desde el punto de vista de marketing, financiero y operativo. Tanto las empresas emergentes como las establecidas utilizan planes de negocios. Un plan de negocios es un documento importante dirigido a las audiencias externas e internas de una empresa. Por ejemplo, un plan de negocios se utiliza para atraer inversiones antes de que una empresa haya establecido un historial probado. También puede ayudar a obtener préstamos de instituciones financieras.

Además, un plan de negocios puede servir para mantener al equipo ejecutivo de una empresa en la misma página sobre los elementos de acción estratégicos y en el objetivo para cumplir con las metas establecidas. Aunque son especialmente útiles para los nuevos negocios, toda empresa debe tener un plan de negocios. Idealmente, el plan se revisa y actualiza



periódicamente para reflejar las metas que se cumplieron o cambiaron. A veces, se crea un nuevo plan de negocios para un negocio establecido que ha decidido moverse en una nueva dirección (Baque, Viteri, Álvarez,, & Izquierdo, 2020).

Un plan de negocios es una estrategia documentada para un negocio que destaca sus objetivos y sus planes para alcanzarlos. Describe el plan de comercialización de una empresa, las proyecciones financieras, la investigación de mercado, el propósito comercial y la declaración de misión. El personal clave que es responsable de lograr los objetivos también puede incluirse en el plan de negocios junto con un cronograma. El plan de negocios es un componente innegablemente crítico para que cualquier empresa despegue (Fuente & Muñoz, 2003). Es clave para asegurar el financiamiento, documentar su modelo de negocio, delinear sus proyecciones financieras y convertir esa pequeña idea de negocio en una realidad (Abdullah, 2020). Los componentes de este plan de negocios son:

- **Resumen ejecutivo:** El resumen ejecutivo explica brevemente los productos o servicios de su negocio y por qué tiene el potencial de ser rentable. También puede incluir información básica sobre su empresa, como su ubicación y el número de empleados.
- **Descripción de la empresa:** La descripción de la empresa ayuda a los clientes, prestamistas e inversores potenciales a obtener una comprensión más profunda de su producto o servicio. Proporciona descripciones detalladas de sus cadenas de suministro y explica cómo su empresa planea llevar sus productos o servicios al mercado.
- **Análisis de mercado:** La sección de análisis de mercado describe sus planes para llegar a su público objetivo. Por lo general, incluye una estimación de la demanda potencial del producto o servicio y un resumen de la investigación de mercado. El análisis de mercado también incluye información sobre estrategias de marketing, ideas publicitarias u otras formas de atraer clientes. Otro componente de esta sección es un desglose detallado de los clientes objetivo. Muchas empresas encuentran útil analizar su mercado objetivo utilizando segmentos de clientes , a menudo con datos demográficos como la edad o los ingresos. De esta manera, puede personalizar sus planes de marketing para llegar a diferentes grupos de clientes.
- **Análisis competitivo:** Es esencial que comprenda a sus competidores y distinga su negocio. Hay dos tipos principales de competidores: competidores directos e indirectos.

- **Competidores directos.** Los competidores directos ofrecen productos y servicios iguales o similares.
- **Competidores indirectos.** Los competidores indirectos, por otro lado, ofrecen diferentes productos y servicios que pueden satisfacer las mismas necesidades del cliente. Por ejemplo, la televisión por cable es un competidor indirecto de Netflix. Un análisis competitivo explica las fortalezas únicas de su empresa que le otorgan una ventaja competitiva sobre otras empresas.
- **Estructura organizativa:** La estructura organizativa explica la estructura legal de su empresa y proporciona información sobre el equipo directivo. También describe el plan operativo de la empresa y detalla quién es responsable de qué aspectos de la empresa.
- **Plan financiero:** El plan financiero es una de las partes más críticas del plan de negocios, especialmente para las empresas que buscan financiamiento externo. Un plan a menudo incluye presupuestos de gastos de capital y declaraciones de ingresos previstas, que pueden ayudar a predecir cuándo la empresa será rentable y cómo espera sobrevivir mientras tanto. Si el negocio ya es rentable, su plan financiero puede ayudar a convencer a los inversores del crecimiento futuro. Al final de la sección financiera, también puede incluir una propuesta de valor, que estima el valor del negocio (López & Mora, 2012).
- **Estrategias de crecimiento:** Algunas empresas que planean expandirse o buscar fondos de capitalistas de riesgo pueden incluir una sección dedicada a su estrategia de crecimiento a largo plazo, incluidas las formas de ampliar las ofertas de productos y penetrar en nuevos mercados.
- **Apéndice:** El componente final de un plan de negocios es el apéndice. Aquí, puede incluir documentos adicionales citados en otras secciones o solicitados por los lectores. Estos pueden ser currículos, estados financieros, imágenes de productos, aprobaciones de patentes y registros legales (Córdova, 2019).

### ***1.2.2. Empresa de seguridad: definición***

Una empresa de seguridad es una corporación comercial que brinda servicios de seguridad armados y desarmados y experiencia a clientes públicos y privados. Las empresas de seguridad privada se dedican principalmente a brindar servicios de vigilancia y patrullaje, como servicios de guardaespaldas, perros guardianes, seguridad de estacionamiento y servicios de

vigilancia de seguridad. Muchos de ellos incluso brindarán servicios avanzados de operaciones especiales si el cliente lo demanda. Ejemplos de servicios proporcionados por estas empresas incluyen la prevención de actividades o entradas no autorizadas, regulación de tráfico, control de acceso y prevención y detección de incendios y robos.

La seguridad privada es fundamental para garantizar la seguridad de las personas y los bienes, así como así como propiedad intelectual e información corporativa sensible. Los agentes de seguridad privada son responsables de proteger muchas de las instituciones e infraestructura crítica de la nación incluyendo la industria y la fabricación, los servicios públicos, el transporte y la salud e instalaciones educativas.

Las empresas también están fuertemente invertidas en seguridad privada, contratando seguridad empresas para realizar funciones tales como la seguridad de la tienda, investigaciones privadas, preempleo detección y seguridad de la tecnología de la información (TI). Estos servicios se utilizan en una amplia variedad de mercados, desde comerciales hasta residenciales. Algunas empresas contratan su propia seguridad personal, mientras que otros contratan a empresas de seguridad para estos servicios o utilizan una combinación de servicios, tanto propios como contratados.

Hoy en día, la seguridad privada se encarga no sólo de proteger a muchos de las instituciones de la nación y los sistemas de infraestructura crítica, sino también para proteger la propiedad intelectual propiedad e información corporativa sensible. Las empresas también dependen en gran medida de empresas privadas. seguridad para una amplia gama de funciones, incluida la protección de los empleados y la propiedad, realizar investigaciones, realizar evaluaciones previas al empleo, proporcionar información seguridad tecnológica, y muchas otras funciones (Hidalgo, 2014).

### ***1.2.3. El Modelo Canvas***

Para Salwin et al., (2022) el Business Model Canvas o modelo Canvas es un modelo muy visual que se puede utilizar para organizar nuestras ideas a la hora de definir cuál será nuestro modelo de negocio. Desarrollado por Alexander Osterwalder, el modelo ideal para definir y crear modelos innovadores para crear valor para los clientes, definir y crear modelos de negocios

innovadores en cuatro áreas principales (clientes, suministro, infraestructura y viabilidad financiera) en nueve divisiones, salas o cajas. Se refiere a un modelo sencillo que facilita su uso sin dejar de lado las cuestiones más estratégicas que afectan al negocio. El modelo de lienzo, que resuelve los problemas de la empresa tanto interna como externamente, proporciona una imagen clara del proyecto. Por supuesto, esto requiere que complete sus partes en el orden correcto.

El modelo Canvas, tiene una propuesta de valor que hace a las empresas destacar en el mercado. Debe entregar su propuesta de valor a más clientes (los de la derecha) con los que necesita entablar relaciones. Para entregar esta propuesta de valor a los clientes, debe hacerlo en todos los canales: comercio, tiendas en línea, fuera de línea, entre otros. Cuando ingresa (en el lado izquierdo del lienzo), tiene las actividades y los recursos clave que absolutamente necesita hacer y que son fundamentales para su modelo de negocio y los socios clave con los que trabaja. Y por último, pero no menos importante, los otros siete elementos, la estructura de costos y los ingresos del negocio.

El modelo Canvas es una herramienta estratégica que ayuda a conceptualizar el modelo de negocio y visualizarlo en un solo lienzo de una manera que todos los miembros del equipo puedan entender fácilmente. El modelo Canvas, que consiste en:

- **Modelo de negocio:** esto quiere decir que es un modelo de negocio con el que podemos crear valor y por tanto beneficios económicos o financieros.
- **Plan de negocios:** pronóstico financiero con números.
- **Canvas:** un lienzo estructurado que contiene un conjunto de elementos.

De esta forma, puede utilizar Business Model Canvas para revelar los motores de crecimiento de su modelo de negocio, visualizar ideas, socios clave para su negocio y los pasos necesarios. Todo esto en una plantilla o matriz, la cual contiene 9 campos en los que se incrustan las actividades más importantes y elementos básicos del plan de negocios de la empresa. Gracias al modelo Canvas, puede ver de manera muy simple y clara la estructura de sus costos, socios clave, fuentes de ingresos para su modelo de negocio, canales de comunicación, relaciones con los clientes y segmentos de clientes. De hecho, la conceptualización del modelo Canvas proviene del pensamiento de diseño. Es una visión compartida, estructurada y simplificada de lo que es o será tu empresa.

#### 1.2.4. Componentes del modelo Canvas

- **Clientes.** Identifique los diferentes grupos de personas u organizaciones a los que su empresa desea dirigirse para dirigirse a este grupo de clientes potenciales. ¿Cuáles son sus características, comportamientos y necesidades?
- **Propuestas de valor.** ¿Por qué los clientes deberían elegir su producto o servicio? La respuesta a esa pregunta es tu propuesta de valor. ¿Cómo se diferencia de la competencia? Innovación, precios bajos, diseño exclusivo. El valor no está sólo en el producto, sino en todo lo que el usuario pueda experimentar.
- **Canales de distribución.** Para demostrar su propuesta de valor, describa cómo su negocio llega al segmento elegido. Los canales dependen del segmento y deben ser efectivos: canales directos, mayoristas, puntos de venta propios o vía Internet.
- **Relación con el cliente.** Representa el tipo de relación que tiene con los clientes potenciales. Considere cómo alcanzarlos, mantenerlos y lograr la clasificación deseada. Comunicación, post venta, atención personalizada, etc.
- **Fuentes de ingresos.** ¿Cómo generar ingresos? ¿Cuál es el flujo? ¿Diario, mensual, fijo, variable, estacional? Esta información es fundamental para la rentabilidad y sostenibilidad de su propuesta de valor.
- **Recursos clave.** Incluye los activos estratégicos que debe tener una empresa para crear y mantener un modelo de negocio: activos tangibles, máquinas, locales comerciales, tecnología, conocimiento y experiencia, personal.
- **Actividades clave.** Estas son las actividades estratégicas clave para el buen lanzamiento de la propuesta de valor: relaciones comerciales, producción, marketing, distribución, servicios específicos, mantenimiento, nuevos desarrollos, etc.
- **Socios clave.** Identificar la red de proveedores y colaboradores necesarios para implementar el modelo de negocio. No eres autosuficiente, estás inmerso en un sistema de relaciones que puede optimizar tu propuesta de valor y tener éxito en el mercado: inversores, proveedores estratégicos, autoridades reguladoras, asociaciones empresariales.

- **Estructura de carga.** Incluye los costes en los que debe incurrir la empresa para que el modelo de negocio funcione. Para optimizar y lograr un modelo más eficiente, es importante determinar la causa de los costos y si son fijos o variables.

### *1.3.Marco conceptual*

- **Plan:** Un documento escrito esencial que proporciona una descripción y una visión general del futuro de una empresa.
- **Negocio:** Una entidad u organización emprendedora que lleva a cabo actividades profesionales.
- **Modelo Canvas:** Herramienta de gestión estratégica que permite el desarrollo del modelo de negocio de una empresa, se lo utiliza para pasar de una idea a un proyecto.
- **Mercado:** Grupo de compradores y vendedores que operan en una clase de producto en particular, como el mercado inmobiliario o el mercado de alimentos.
- **Competencia:** La competencia entre organizaciones que ofrecen productos o servicios similares o que se dirigen a la misma audiencia de consumidores.
- **Demanda:** Concepto económico que se relaciona con el deseo de un consumidor de comprar bienes y servicios y disposición a pagar un precio específico para ellos.
- **Oferta:** Es una propuesta expresa para celebrar un contrato con otra persona.
- **Comercialización:** Proceso mediante el cual se introduce un nuevo producto o servicio en el mercado.
- **Cliente:** Se refiere a la entidad o persona que adquiere un bien, servicio o producto a cambio de dinero.
- **Seguridad:** se refiere al estado de ausencia de riesgo y factores que puedan provocar daños.
- **Empresa:** Tipo de estructura comercial que es una entidad legal separada de sus propietarios.

Es importante aclarar que los términos fueron obtenidos del “Diccionario Conciso de Gestión Empresarial” expuesto por Statt (2003).

## CAPÍTULO II

### DIAGNÓSTICO DE MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN

#### *2.1 Diseño metodológico*

Para la realización de este proyecto se ha utilizado el siguiente diseño metodológico.

##### *2.1.1. Enfoque de investigación*

Los enfoques utilizados son:

- **Enfoque cuantitativo:** podemos medir la cantidad los hechos en el sector de Quitumbe.
- **Enfoque cualitativo:** se analizó la información en el ámbito de seguridad.

##### *2.1.2. Método de investigación*

- **Inductivo:** razonamiento en que la verdad de las premisas apoya la conclusión.
- **Deductivo:** método por el cual se sacan inferencias deductivas.

##### *2.1.3. Tipo de diseño de investigación*

- **De campo:** La presente investigación es de campo, se tomó el sector de Quitumbe, también es un proyecto de desarrollo, porque éste trabajo se encarga de satisfacer las necesidades que tienen los habitantes del sector.

##### *2.1.4. Nivel de investigación*

- **Exploratorio:** Se utiliza cuando el problema aún no ha sido abordado o no ha sido suficientemente estudiado y las condiciones existentes no son aún determinantes.

##### *2.1.5. Técnicas de investigación*

Las técnicas que se utilizaron para la recolección de datos y obtener información para realizar la investigación son:

- **Encuesta:** Se aplicó una encuesta al personal de seguridad, con el fin de conocer las necesidades de capacitación que se requiere implementar, para que el personal desarrolle un trabajo eficaz y eficiente. Para la técnica de la encuesta se levantó como instrumento un cuestionario, el cual se sometió a una prueba piloto.

#### ***2.1.6. Instrumento de investigación***

Se elaboró un cuestionario de 8 preguntas, que relacionadas con la oferta demanda y comercialización acorde al tema del proyecto, que ayudará a construir la estructura del proyecto, mediante una encuesta online.

#### ***2.1.7. Unidad de análisis***

Para la unidad de análisis se tomó en cuenta la demanda, la oferta el precio y la comercialización

- Demografía: Quitumbe (distrito) tiene una población total de **39.458 habitantes** con un crecimiento demográfico del 13,50 % hasta 2020. La mayoría de los residentes son menores de 40 años. Áreas prioritarias y expectativas de la ciudad (Andrango Loya, 2013).

#### ***2.1.8. Recolección de datos de datos***

Dirigido a la población de la Quitumbe para realizar la recolección de datos se ha utilizado la unidad de análisis.

##### ***2.1.8.1. Población y muestra***

###### ***Universo***

En la parroquia Quitumbe existen alrededor de mil quinientas cuarenta y una familias

###### ***Muestra***

Tabla 1. *Muestra*



N	39,458		1,541
Z	0,25		
P	25%		
Q	25%		
E	5%		
	0,1541		
	0,1001		

Fuente: Elaboración propia

Segmentación de la población la población de la investigación que es considerada para la elaboración del presente plan, son los guardias privados que brindan seguridad física en la ciudad de Quito. El personal de guardianía son hombres cuyas edades fluctúan entre 18 a 45 años, con estudios mínimos de bachilleres.

**Figura 1.** Ubicación de la parroquia Quitumbe



*Nota.* La figura expone la ubicación de la parroquia Quitumbe y otras. Fuente: Elaboración propia.

### **Cálculo de la muestra**

Se utilizó la siguiente fórmula de muestra y se realizó el cálculo.

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left( \frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

**Donde:**

Z: puntuación z (De acuerdo con el nivel de confianza deseado)

Nivel de confianza deseado	Puntuación z
80 %	1.28
85 %	1.44
90 %	1.65
95 %	1.96
99 %	2.58

p: Desviación Estándar (Para este caso es de 0,5)

e: Margen de error (8%: 0,008)

N: Tamaño de la población (39458 personas que es la población de Quitumbe)

n: Tamaño de la muestra

Entonces:

$$n = \frac{((1,96)^2 \times 0,5 \times (1-0,5)) / (0,008)^2}{1 + ((1,96)^2 \times 0,5 \times (1-0,5) / (0,008)^2 \times 39458)}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0064}$$

$$n = 150,0625$$

$$n = 150,0625 / 1,0038$$

$$n = 149,49$$

que aproximando 150

### 2.1.9. Análisis e interpretación de resultados

#### 1. ¿Qué importancia tiene para usted la seguridad?

Tabla 2. *Importancia de la seguridad.*

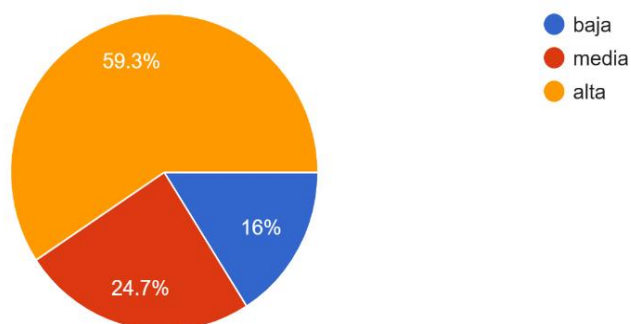
ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
<b>BAJA</b>	25	16,0 %
<b>MEDIA</b>	35	24,7%
<b>ALTA</b>	90	59,3%
<b>TOTAL</b>	150	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 2. *Importancia de la seguridad.*

¿Qué importancia tiene para usted la seguridad?

150 respuestas



*Nota.* La figura expone la importancia que tiene la seguridad para los encuestados. Fuente: Elaboración propia.

#### Análisis e interpretación

De la encuesta aplicada el 59,3% considera que es alta la importancia de la seguridad, mientras el 24,7% cree que es media y el 16% opina que es baja; de acuerdo con el análisis la mayoría de encuestados la seguridad es muy importante.

## 2.- ¿Cuenta usted con algún servicio de seguridad?

**Tabla 3.** Posesión de un servicio de seguridad

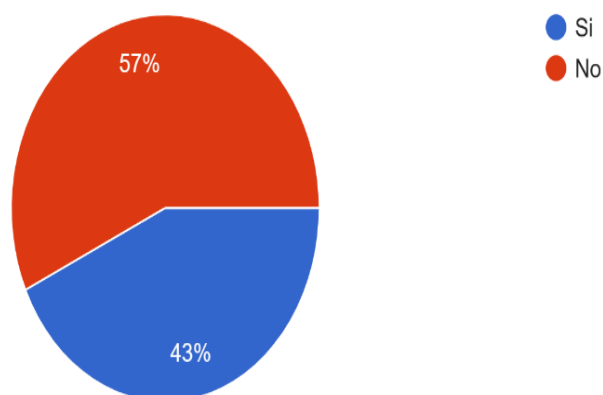
ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	68	43 %
NO	83	57 %
<b>TOTAL</b>	<b>151</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**Figura 3.** Posesión de un servicio de seguridad

¿Cuenta usted con algún servicio de seguridad?

151 respuestas



*Nota.* La figura expone si los habitantes de la parroquia Quitumbe cuentan con algún servicio de seguridad. Fuente: Elaboración propia.

### Análisis e interpretación

De la encuesta aplicada el 57% considera que no cuentan con seguridad, mientras que el 43% si cuenta con él; de acuerdo con el análisis la mayoría de encuestados no cuentan con el servicio de seguridad.

### 3.- ¿Conoce usted si en el sector existe alguna empresa que oferte los servicios de seguridad?

**Tabla 4.** Existencia de una empresa de seguridad en el sector

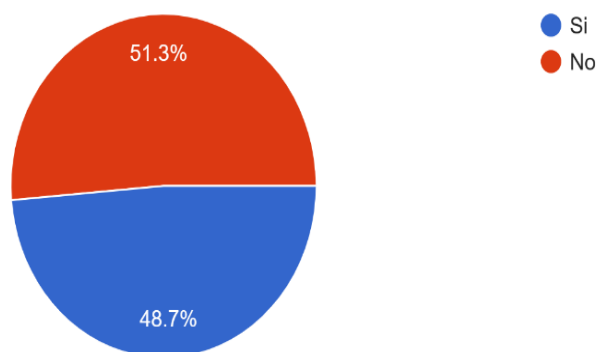
ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	73	48,7 %
NO	77	51,3 %
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración propia

**Figura 4.** Existencia de una empresa de seguridad en el sector

¿Conoce usted si en el sector existe alguna empresa que oferte los servicios de seguridad?

150 respuestas



*Nota.* La figura expone si existe alguna empresa de seguridad en el sector Quitumbe. Fuente: Elaboración propia.

#### **Análisis e interpretación**

De la encuesta aplicada el 51,3% considera que no hay el servicio en su sector, mientras que el 48,7% menciona que si ha visto empresas de seguridad; de acuerdo con el análisis la mayoría de encuestados opinan que no hay empresas que oferten el servicio de seguridad en el sector.

#### 4.- ¿Desearía contar con servicio de seguridad?

**Tabla 5.** Disposición para obtener un servicio de seguridad

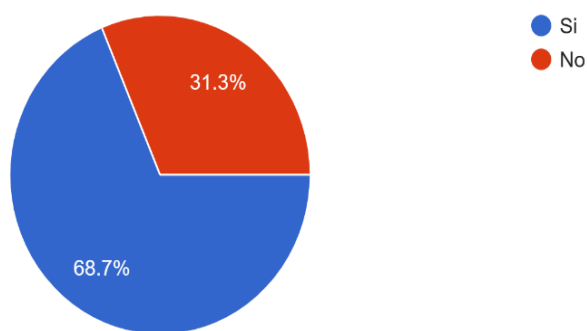
ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	97	68,7%
NO	53	31,3%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**Figura 5.** Disposición para obtener un servicio de seguridad

¿Desearía contar con servicio de seguridad?

150 respuestas



*Nota.* La figura expone si los habitantes del sector Quitumbe desearían contar con un servicio de seguridad. Fuente: Elaboración propia.

#### **Análisis e interpretación**

De la encuesta aplicada el 68,7% considera que, si desea, mientras que el 31,3% menciona que no desearía; de acuerdo con el análisis la mayoría de encuestados opinan que si contratarían con el servicio de seguridad.

### 5.- ¿En caso de crearse una empresa de seguridad en el sector, usted contrataría sus servicios?

**Tabla 6.** Disposición para contratar servicios

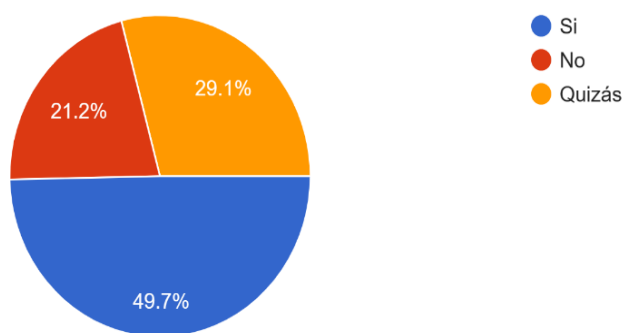
ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	79	49,7%
NO	32	21,2%
QUIZÁS	40	29,1%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**Figura 6.** Disposición para contratar servicios

¿En caso de crearse una empresa de seguridad en el sector, usted contrataría sus servicios?

151 respuestas



*Nota.* La figura expone si los habitantes del sector Quitumbe contratarían un servicio de seguridad en el sector en caso de que se creara una empresa. Fuente: Elaboración propia.

### Análisis e interpretación

De la encuesta aplicada el 49,7% considera que, si contratara seguridad, mientras el 21,2% cree que no contrataría, y el 29,1% opina que quizás lo haría; de acuerdo con el análisis la mayoría de encuestados si contrataran el servicio de seguridad.

## 6.- ¿Cuánto estaría en condiciones de pagar por los servicios de seguridad?

Tabla 7. Cantidad de dinero a pagar

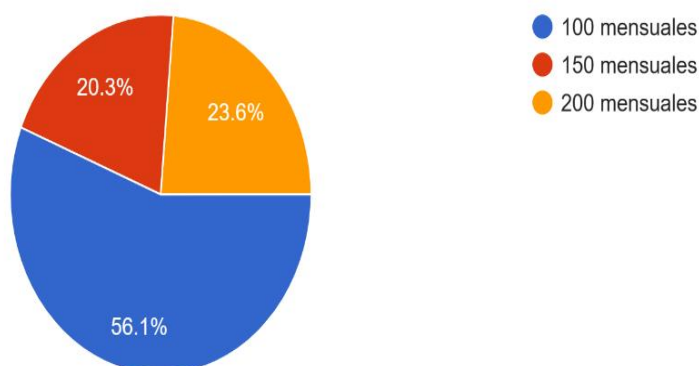
ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
<b>100 MENSUALES</b>	85	56,1%
<b>150 MENSUALES</b>	30	20,3%
<b>200 MENSUALES</b>	35	23,6%
<b>TOTAL</b>	150	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 7. Cantidad de dinero a pagar

¿Cuánto estaría en condiciones de pagar por los servicios de seguridad?

148 respuestas



*Nota.* La figura expone la cantidad de dinero que pagarían los encuestados por un servicio de seguridad. Fuente: Elaboración propia.

### Análisis e interpretación

De la encuesta aplicada el 56,1% pagaría 100 mensuales, el 20,3% pagaría 150 mensuales y el 23,6% pagaría 200 mensuales; de acuerdo con la encuesta la mayoría mencionan que pagarían 100 mensuales por el servicio.



## 7.- ¿Por qué preferiría los servicios de seguridad? Precio, calidad o servicio.

**Tabla 8.** Características que se prefieren en el servicio de seguridad

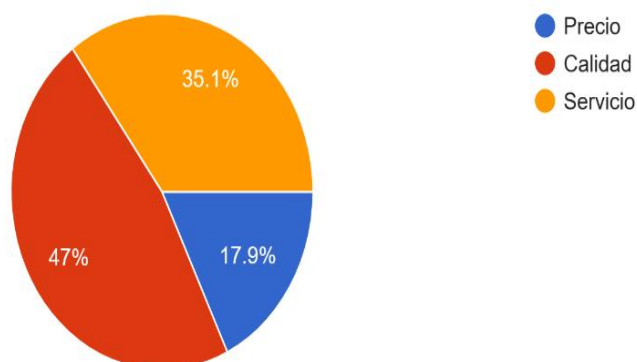
ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
PRECIO	24	17,9%
CALIDAD	71	47%
SERVICIO	55	35,1%
TOTAL	150	100%

Fuente: Elaboración propia

**Figura 8.** Características que se prefieren en el servicio de seguridad

.- ¿ Por qué preferiría los servicios de seguridad?

151 respuestas



*Nota.* La figura expone las características que los encuestados prefieren en un servicio de seguridad. Fuente: Elaboración propia.

### Análisis e interpretación

De la encuesta aplicada el 17,9% considera el precio, el 47% la calidad, y el 35,1% el servicio; conforme a los resultados de la encuesta la mayoría opinan que prefieren la calidad del servicio.

## 8.- ¿Qué medios considera los más apropiados para hacer la promoción de una empresa de seguridad?

**Tabla 9.** Canales de información apropiados para la promoción

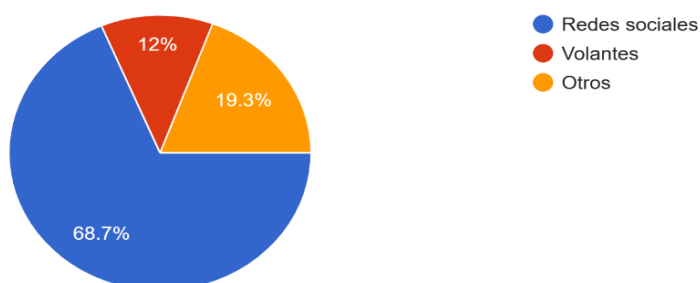
ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
REDES SOCIALES	98	68,7%
VOLANTES	24	12%
OTROS	28	19,3%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**Figura 9.** Canales de información apropiados para la promoción

¿Qué medios considera los más apropiados para hacer la promoción de una empresa de seguridad?

150 respuestas



*Nota.* La figura expone los medios que los encuestados consideran los más apropiados para hacer la promoción de una empresa de seguridad. Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis e interpretación**

De la encuesta aplicada el 68,7% considera redes sociales, el 12% por volantes, y el 19,3% otros; de acuerdo con la encuesta la mayoría considera que el canal de comunicación sería las redes sociales.

### **Conclusión de la encuesta**

De acuerdo con el análisis e interpretación de datos mediante la encuesta si es factible realizar el plan de negocio sobre la empresa de seguridad en la parroquia de Quitumbe.

## CAPITULO III:

### PROPUESTA: PLAN DE NEGOCIOS CANVAS

#### 3.1. Segmentos de mercado

Para los directivos de la empresa de Seguridad Privada Quitumbre, los clientes a quienes van dirigidos sus servicios son las familias del sector con o sin negocios medianos que requieran acceso a seguridad privada; no se consideran pequeñas empresas porque suelen estar en crecimiento y este servicio no es una de sus prioridades. Sin embargo, dentro de las empresas, las instituciones financieras quedan excluidas porque su necesidad principal es el manejo de armas, la empresa de Seguridad Privada Quitumbre no ofrece este servicio debido al alto riesgo y altos requerimientos de los organismos de control para un adecuado manejo.

Además, esta categoría también incluye complejos residenciales y edificios diseñados para proteger la privacidad de las personas y bienes que habitan en ellos. Luego del análisis con directivos, se determinó la segmentación en dos grupos de clientes: familias con medianas empresas y familias sin empresas o emprendimientos; y complejos y edificios residenciales.

Figura 10. Segmentación de mercado



### 3.1.1 Matriz Psicográfica

Tabla 10. *Matriz psicográfica*

<b>MATRIZ</b>				
<b>Clase social</b>	<b>Estilo de vida</b>	<b>Personalidad</b>	<b>Beneficios del servicio</b>	<b>USO DEL PRODUCTO</b>
<b>Media</b>	Social	Normal	Otorga seguridad a las familias y negocios que lo contratan.	Permite el desempeño de las actividades diarias con seguridad.
<b>Alta</b>	Emprendedores			

Fuente: Elaboración propia

### 3.1.2 Matriz Geográfica

Tabla 11. *Matriz geográfica*

<b>MATRIZ</b>		
<b>Ciudad</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Clima</b>
Quito	Quitumbe	Templada
<i>Cantidad de población</i>		
39.458		

Fuente: Elaboración propia

### 3.1.3 Matriz Demográfica

Tabla 12. *Matriz demográfica*

<b>MATRIZ</b>			
<b>Edad</b>	<b>Sexo</b>	<b>Ocupación</b>	<b>Educación</b>

<b>Entre 18 a 45 años</b>	Sin discriminación	Económicamente activa	Sin discriminación
<b>Profesión</b>	<b>Nacionalidad</b>	<b>Estado civil</b>	<b>Ingresos</b>
<b>Dueños de emprendimientos Bachilleres</b>	Sin discriminación	Sin discriminación	Salario básico unificado

Fuente: Elaboración propia

### **3.2. Propuesta de valor**

La propuesta de valor es la parte más importante del desarrollo de la oferta al cliente, ya que es la herramienta que permite diferenciarse de la competencia. Gracias a su experiencia en el sector de la seguridad privada, el directivo de la empresa de Seguridad Privada Quitumbre pretende evaluar el riesgo de seguridad de los empleados de la empresa y el riesgo de la propiedad en el lugar donde se encuentran, proporcionando un servicio de calidad. Se espera utilizar matrices suministrando gratuitamente dispositivos de monitoreo, que brindan al cliente la oportunidad de tener una visión y control constante de los servicios prestados en la empresa.

La creación de estas matrices es personalizada, se analiza a cada cliente y, en función de la situación, se elabora un conjunto de servicios que se adapta a sus necesidades específicas. También parte de la propuesta de valor es el kit de vigilancia nocturna, que garantiza que los guardias, especialmente durante los turnos nocturnos, patrullen lugares deseables y de alto riesgo y proporcionen informes escritos y verificados cada hora. También se pretende obtener un mayor apoyo a través de un acuerdo con compañías aseguradoras sobre un seguro de responsabilidad por un monto determinado en caso de accidente. Esta póliza aún no la ofrece la competencia. De esta manera, se identificó como parte de la propuesta de valor:

- Servicio personalizado.
- Matriz de vulnerabilidad física y humana.
- Matriz de riesgo de activos.
- Vigilancia nocturna.

- Monitoreo nocturno horario vía SMS.
- Provisión de pólizas de responsabilidad civil.

Tabla 13. *Matriz propuesta de valor*

<b>Matriz propuesta de valor</b>	
<b>Criterios</b>	<b>Respuesta</b>
<b>Servicio personalizado de acuerdo a la necesidad del cliente.</b>	El servicio está dirigido a la población económicamente activa con o sin posesión de negocios medianos que desee adquirir seguridad según sus necesidades diarias.
<b>El servicio se establece brindando un control constante para el cliente.</b>	Los productos cuentan con originalidad proponiendo un acceso innovador, que permita al cliente tener el control de su seguridad.
<b>Identificar las mejoras a corto o largo plazo</b>	El plan de negocio permite analizar la trayectoria en cuestión de mejoras.
<b>Utilización de tecnologías actuales</b>	Tecnologías actuales tales como switch, servidores actualizados, routers de última generación, entre otros sistemas de bajo consumo, complementándose con otro tipo de equipo de acuerdo a la necesidad.

Fuente: Elaboración propia

### 3.3. *Canales*

Tabla 14. *Canales*

<b>Canales</b>	
<b>Tipo</b>	<b>Fundamentación</b>

<b>Página web (DIRECTO)</b>	La empresa contará con un sitio web donde se podrán conocer los servicios que se ofrecen. Desde esta página se podrá acceder a la sección “Contáctenos” donde podrá enviar los comentarios o preguntas recopiladas en relación con los servicios solicitados o proporcionados.
<b>Teléfono de contacto (PROPIO)</b>	Se tendrá acceso a teléfonos de contacto directo con los responsables de la empresa Seguridad Privada Quitumbre ofrece canales directos con la dirección de la empresa, todos ellos personales. Se atienden según las necesidades de los clientes
<b>Evaluación de la calidad de atención (INDIRECTO)</b>	Se realizará una encuesta de satisfacción para evaluar la calidad del servicio y obtener retroalimentación sobre lo que se debería mejorar en el servicio en comparación con otras empresas similares.
<b>Redes sociales (PROPIO)</b>	En poco tiempo se crearán usuarios de redes sociales, lo que permitirá un mejor acceso a publicidad, promoción de servicios y creación de un nuevo canal donde los clientes podrán expresar su opinión sobre los servicios recibidos.
<b>CANALES DIRECTOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Teléfono directo.</li> <li>● Página web.</li> <li>● Redes sociales.</li> </ul>	

Fuente: Elaboración propia

### 3.4. Relaciones con clientes

Tabla 15. *Relación con los clientes*

<b>Tipo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Pauta</b>
<b>Atracción y mantenimiento de clientes.</b>	Sistema de referidos.	En lugar de escribir reseñas en línea o enviar encuestas de opinión de los clientes, el programa de referidos permitirá a los clientes compartir su experiencia de marca con socios, colegas y amigos. De manera que ambos lados se verán beneficiados, ya que los clientes que atraigan nuevos prospectos tendrán descuentos importantes.
<b>Crecer en ventas</b>	Promociones y variedad de productos.	Se proporcionará una gama amplia de productos o servicios para los clientes, de manera que puedan escoger entre diferentes tipos de servicios de acuerdo a su necesidad, implementando planes promocionales.
<b>Asistencia</b>	Combos.	Se ofrecerán promociones o paquetes de servicios, de acuerdo a la variedad que necesite el cliente, dándole una atención personalizada.
<b>Autoservicios</b>	Página web automatizada	La página web contará con un servicio automatizado para que los clientes puedan adquirir y pagar los servicios de manera automática, brindando facilidades de pago y diferentes canales para realizarlo.
<b>Comunidad</b>	Creación de una red de mensajería	Se creará una red de mensajería en aplicaciones tales como WhatsApp y Telegram, para que los clientes, o grupos de clientes de un sector específico conozcan acerca de las promociones, actualizaciones y nuevas políticas en la comodidad de su hogar mediante los celulares.

Fuente: Elaboración propia



### 3.5. Fuentes de ingreso

Para mantener la calidad de los servicios relacionados con la propuesta de valor, es importante contar con un personal técnico dedicado que pueda satisfacer las necesidades operativas de los clientes. Los costos y gastos administrativos correspondientes (incluyendo administración comercial, actividades financieras, salarios, gestión de talentos, marketing) y operativos (mantenimiento de la infraestructura tecnológica y software y hardware necesarios para gestionar la seguridad) deben contar con efectivo para mantener el flujo que permite a las empresas de servicios de mantenimiento.

Tabla 16. Fuentes de ingresos

<b>Fuentes</b>	
<b>Administración</b>	<b>Gerencia</b>
<p><b>Modelo de interés fijo</b></p> <p>La principal fuente de ingresos es el modelo de interés fijo, que se basa en cobrar una tasa fija mensual con una variación teniendo en cuenta opciones contractuales por un período de seis meses, doce o veinticuatro meses.</p> <p>Cuanto más largo sea el contrato con el cliente, menores serán los costes mensuales del servicio, lo que supondrá un ahorro para el cliente y la empresa recibirá un ingreso mensual fijo por concepto de mantenimiento.</p> <p>La idea detrás de este modelo es hacer que la seguridad sea accesible para las pequeñas y medianas empresas</p>	<p><b>Modelo de Robin Hood</b></p> <p>Podrán presentarse servicios adicionales que no estén incluidos en la promesa de desempeño y representen ingresos adicionales por el pago oportuno por parte del cliente (por ejemplo, implementaciones tecnológicas o proyectos que surjan en la empresa y requieran consultoría diferenciada).</p> <p>Además, existe la posibilidad de negociar con los clientes un precio mensual dependiendo del tamaño de la empresa, el número de empleados, el número de oficinas y la tecnología existente.</p> <p>Se trata de crear una división dentro de un segmento de clientes precisamente por el modelo de ingresos, de manera que se puedan</p>

	establecer precios diferenciados para que puedan ofrecer el servicio prometido a bajo precio a empresas con menos recursos
Este enfoque de flujo de ingresos consiste en que las pequeñas y medianas empresas con recursos limitados paguen por el servicio de seguridad preventiva que representa menores inversiones, en lugar de mantener su enfoque operativo con una respuesta reactiva a los incidentes de seguridad por costos.	

Fuente: Elaboración propia

Una vez definidos los elementos de un modelo de negocio orientado externamente en relación con el cliente, el siguiente módulo define los elementos necesarios en la empresa de servicios para crear una propuesta de valor definida.

### ***Proyección de ventas***

Tabla 17. *Proyección de ventas*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo servicio de seguridad mensual.</b>
<b>Consumo esperado semanal</b>	5	700\$
<b>Consumo esperado mensual</b>	20	
<b>Consumo esperado anual</b>	240	
<b>Nuevos consumidores semanales</b>	10	
<b>Total</b>	275	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18. *Proyección anual*

<b>Año</b>	<b>2024</b>
<b>Cantidad de servicios</b>	240
<b>Precio unitario por servicio</b>	\$700
<b>Total</b>	\$168.000

Fuente: Elaboración propia

### 3.6. *Recursos clave*

Tabla 19. *Recursos clave*

<b>Tipo</b>	<b>Descripción</b>
<b>Financieros</b>	Con respecto a los recursos financieros clave se considera que la empresa aun no cuenta con ello.
<b>Físicos – infraestructura</b>	Con respecto a la infraestructura se considera que los recursos no son representativos, sin embargo, los aspectos relacionados con los equipos materiales para efectuar las rondas de seguridad se consideran claves, ya que el personal debe contar con un equipo completo de alta calidad.
<b>Tecnológicos</b>	Con respecto a los recursos tecnológicos, se contará con la tecnología adecuada para dar un servicio adecuado a los clientes, cámaras para circuitos cerrados, routers actualizados, equipos, entre otros.
<b>Intelectuales</b>	Con respecto a los intelectuales, se considera que el personal encargado de la empresa está capacitado, ya que durante años ha estado vinculado a la industria logrando adquirir los conocimientos y experiencia necesaria, por lo que se considera un recurso clave.

<b>Humanos</b>	Con respecto a los recursos clave humanos se contará con personal capacitado por instituciones avaladas, ya que sin este no se puede alcanzar la propuesta de valor.
----------------	--

Fuente: Elaboración propia

### 3.7. *Actividades clave*

Tabla 20. *Actividades clave*

<p><b>Producción</b></p> <p>Las actividades productivas de los procesos de diseño, producción y servicio, como parte del diseño de este proceso, a todos los candidatos se les brinda una capacitación inicial donde pueden realizar evaluación y socialización para seleccionar los equipos de trabajo más adecuados en función de sus relaciones. Además, la empresa establece un nivel de compensación superior al mínimo de la industria con todos los beneficios legales para cumplir con los requisitos financieros de los empleados y comprometerlos con el buen trabajo. La implementación de estas actividades completa la primera fase de diseño y prestación de servicio al cliente con recursos capacitados.</p>
<p><b>Resolución de problemas</b></p> <p>Las actividades de resolución de problemas que realice la empresa serán para responder a las necesidades y problemas individuales del cliente. Una vez finalizada la selección del personal, se le capacitará en las tareas que realizará y cómo resolver problemas operativos, así como evaluar su desempeño frente a los indicadores que deben cubrir los equipos. vigilancia nocturna, SMS, etc. Por otra parte, la empresa mantendrá un contacto continuo con los clientes para obtener información directa en caso de algún problema. La administración también considerará necesario organizar reuniones individuales mensuales con los empleados, donde se acuerdan los detalles de las actividades laborales. Todo ello con el fin de gestionar la información sobre los clientes y sus necesidades.</p>
<p><b>Plataforma</b></p> <p>Además de las actividades de creación de plataformas y redes, las actividades más importantes se definieron de la siguiente manera: evaluación de ingreso y capacitación de grupos de trabajo, pago de salarios superiores al mínimo de la industria y reuniones mensuales con los empleados</p>

Fuente: Elaboración propia

### 3.8. Socios clave

Las asociaciones clave son relaciones que se pueden construir estratégicamente con otras empresas para optimizar recursos, garantizar la calidad o evitar riesgos. Estas alianzas están determinadas por la etapa en la que la empresa diseña el lienzo, ya que tienen diferentes necesidades a medida que evoluciona su mercado y apuntan a fortalecer diferentes áreas operativas y administrativas de prestación de servicios.

Tabla 21. *Socios clave*

<p><b>Proveedores</b></p> <p>Se espera obtener una alianza estratégica de acuerdo a la fase en la que se encuentra, es decir, una alianza con el proveedor tercero de seguros. Además, se analizaron posibles escenarios futuros donde se podrían apalancar alianzas importantes, incluida la "competencia" con otras empresas de seguridad para importar placas de blindaje, ya que los costos de aduanas y envío significarían un alto valor, y por lo tanto los costos de envío, seguros, etc. optimizado.</p>
<p><b>Inversionistas</b></p> <p>Otro escenario posible es lograr una serie de empresas conjuntas con asociaciones que proporcionarían beneficios comunitarios innovadores entre las empresas miembro de seguridad. Finalmente, se puede formar una alianza estratégica con negocios complementarios como escuelas caninas para brindar seguridad con perros en caso de ser necesario.</p>
<p><b>Actividades a realizar</b></p> <p>También es posible cooperar con empresas de soluciones tecnológicas y de telecomunicaciones para asegurar el suministro de equipos de alta tecnología, ofrecer servicios innovadores al mercado y formación en seguridad de la información. En resumen, la relación más importante que podría tener actualmente la empresa Seguridad Privada Quitumbre es la relación cliente-proveedor con la compañía aseguradora.</p>

Fuente: Elaboración propia

### 3.9. Estructura de costos

Tabla 22. *Inversión*

<p><b>COSTO DE EQUIPOS Y MATERIALES PARA SEGURIDAD (ANUAL)</b></p>	<p><b>\$20.000</b></p>
--	------------------------

ADMINISTRACIÓN			GERENCIA		
PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS			ESTIMACIÓN DE GASTOS GENERALES		
Egresos	Cantidad	Total	Egresos	Cantidad	Total
Salario Administrador	1	\$450.00	Luz	1	\$50.00
Salario Técnico	1	\$450.00	Agua	1	\$30.00
Salario Atención al cliente	1	\$450.00	Internet	1	\$40.00
Suministros de oficina	1	\$90.00	Telefonía fija	1	\$12.00
Mantenimiento computadora	1	\$20.00	Computadora	1	\$400.00
Publicidad	1	\$200.00	Impresora	1	\$300.00
<b>Total</b>		\$1660	<b>Total</b>		\$832

Fuente: Elaboración propia

Estos costos anteriores son parte del capital de trabajo inicial utilizado por la empresa para iniciar el negocio. Otros valores incluyen el costo de los equipos técnicos para cumplir con la propuesta de valor, tales como: Cámaras de vigilancia, kits de visión nocturna, teléfonos celulares de los empleados y otros artículos auxiliares. Después de calcular los costos asociados con el establecimiento de un negocio, es necesario analizar la estructura del negocio en relación con sus valores fijos y variables. Considerando la naturaleza de la empresa, la parte más representativa de sus costos recae en las llamadas “variables”, pues depende de la cantidad de cambios y modificaciones que el cliente quiera seguir acumulando. Los costos fijos iniciales se

amortizan en línea con la adquisición de clientes, ya que se utilizan economías de escala para distribuirlos entre los ingresos de cada empresa. Mientras mayor sea el número de clientes, mayor será la necesidad de seguridad en su empresa y menores costos unitarios fijos como salarios administrativos, servicios básicos, depreciación de equipos de cómputo, entre otros.

Tabla 23. *Estructura de costos*

<b>Detalle</b>	<b>Año 2024</b>
<b>Equipo y materiales (mensual)</b>	\$1666
<b>Gastos administrativos</b>	\$1660
<b>Gastos gerenciales</b>	\$832
<b>Total</b>	\$4158

Fuente: Elaboración propia

### *Utilidad*

Tabla 24. *Estado de resultados*

<b>Año</b>	<b>2024</b>
<b>VENTAS</b>	
Ventas estimadas mensuales	\$14.000
Costo de material y equipo	\$1.666
<b>Utilidad bruta</b>	<b>\$12.334</b>
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>	
<b>Gastos administrativos</b>	\$1660

<b>Gastos gerenciales</b>	\$832
<b>Utilidad operacional</b>	<b>\$4992</b>
<b>Otros gastos</b>	\$500
<b>Otros ingresos</b>	\$1000
<b>COSTO TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$4658</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$10.342</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25. *Punto de equilibrio*

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>				
<b>Mes</b>	<b>Cantidad de servicios</b>	<b>de Ventas</b>	<b>Costos</b>	<b>Utilidad</b>
<b>1</b>	20	\$14000	\$4658	\$9342
<b>2</b>	40	\$28.000	\$4658	\$23.342
<b>3</b>	60	\$42.000	\$4658	\$37.342
<b>4</b>	80	\$56.000	\$4658	\$51.342
<b>5</b>	100	\$70.000	\$4658	\$65.342
<b>6</b>	120	\$84.000	\$4658	\$79.342
<b>7</b>	140	\$98.000	\$4658	\$93.342
<b>8</b>	160	\$112.000	\$4658	\$107.342
<b>9</b>	180	\$126.000	\$4658	\$121.342
<b>10</b>	200	\$140.000	\$4658	\$135.342
<b>11</b>	220	\$154.000	\$4658	\$149.342
<b>12</b>	240	\$168.000	\$4658	\$163.342



Fuente: Elaboración propia



Los resultados expuestos determinan que para alcanzar el punto de equilibrio en la empresa de seguridad Quitumbe, se deben vender 20 servicios de seguridad en el primer mes. De manera que la propuesta se considera factible y viable para su aplicación.

### 3.10. Lienzo del modelo de negocio

Figura 11. Lienzo canvas

<p><b>ASOCIACIONES CLAVE</b></p> <p>Cliente-proveedor: asociación con proveedor de pólizas de Seguro.</p> 	<p><b>ACTIVIDADES CLAVE</b></p> <p>Evaluación y capacitación inicial de grupos de trabajo.</p> <p>Pago de salario sobre el mínimo sectorial.</p> <p>Reuniones mensuales con empleados.</p>	<p><b>PROPUESTAS DE VALOR</b></p> <p>Servicio personalizado.</p> <p>Matriz de vulnerabilidad física y humana.</p> <p>Matriz de riesgo de activos.</p> <p>Vigilancia nocturna.</p> <p>Monitoreo nocturno horario vía SMS.</p> <p>Provisión de pólizas de responsabilidad civil.</p>	<p><b>RELACIONES CON CLIENTES</b></p> <p>Sistema de referidos.</p> <p>Promociones y variedad de productos.</p> <p>Combos.</p> <p>Página web automatizada.</p> <p>Creación de una red de mensajería.</p> <p><b>CANALES</b></p> <p>Línea directa telefónica.</p> <p>Página web.</p> <p>Redes sociales.</p>	<p><b>SEGMENTO DE MERCADO</b></p> <p>Medianas y grandes empresas.</p> <p>Conjuntos y edificios residenciales.</p> 
<p><b>ESTRUCTURA DE COSTES</b></p> <p>Costos fijos: sueldos administrativos, servicios básicos, depreciación de maquinaria y muebles.</p> <p>Costos variables: salario de los empleados, uniformes, equipo de seguridad para empleados (silbato, chalecos, toletes), cámaras y sistema de circuito cerrado, adquisición de kits de ronda nocturna.</p>		<p><b>FUENTES DE INGRESOS</b></p> <p>Asesorías técnicas.</p> <p>Servicio de seguridad privada</p>		

## Conclusiones

- El plan de negocios expuesto permite establecer la estrategia, identificar posibles obstáculos, decidir qué necesitará en términos de recursos y evaluar la viabilidad de la idea o los planes de crecimiento para la creación del negocio.
- El Modelo Canvas implementado ofrece una amplia visión de cada aspecto del negocio, desde la propuesta de valor y los segmentos de clientes hasta las operaciones y las finanzas.
- Con las estrategias sugeridas en el presente trabajo de investigación, se esperan mayores resultados económicos en la compañía, debido a su alta probabilidad de efectividad.
- Los elementos desarrollados en el presente Plan de Negocios permiten estimar que la implementación de esta empresa es oportuna y necesaria.

### **Recomendaciones**

- Se recomienda a la compañía poner en ejecución el plan de negocios para lograr el objetivo que es satisfacer las necesidades a los habitantes de la parroquia de Quitumbe
- Se sugiere realizar periódicamente una encuesta de satisfacción a los clientes de la compañía para obtener una retroalimentación por parte de los mismos, información que ayudara a la empresa a realizar los ajustes necesarios para satisfacer a sus clientes.
- Se recomienda seguir con las estrategias planteadas y evaluar su rendimiento periódicamente para modificarlas o mantenerlas si es necesario.

### Referencias bibliográficas

- Abdullah, R. (2020). Importance and Contents of Business Plan: A Case-Based Approach. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 20(2), 161-173.  
[https://www.researchgate.net/publication/343990613\\_Importance\\_And\\_Contents\\_Of\\_Business\\_Plan\\_A\\_Case-Based\\_Approach](https://www.researchgate.net/publication/343990613_Importance_And_Contents_Of_Business_Plan_A_Case-Based_Approach)
- Andrango Loya, M. L. (2013). *Google Academico*. Parroquias de la zona urbana.
- Asamblea Nacional. (2020). Ley orgánica del emprendimiento e innovación. *Suplemento del Registro Oficial No. 151*, 28 de Febrero.  
[https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento\\_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf)
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito: Registro Oficial. *Asamblea Nacional Constituyente*.
- Balbaare, J. (2021). Global Marketing and Research and Development and its contribution towards economic growth of businesses. *Global marketing and business growth*.  
[https://www.researchgate.net/publication/356718026\\_Global\\_Marketing\\_and\\_Research\\_and\\_Development\\_and\\_its\\_contribution\\_towards\\_economic\\_growth\\_of\\_businesses\\_Submitted\\_by](https://www.researchgate.net/publication/356718026_Global_Marketing_and_Research_and_Development_and_its_contribution_towards_economic_growth_of_businesses_Submitted_by)
- Baque, J. L., Viteri, D., Á. L., & Izquierdo, A. (2020). Plan de negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 120-125. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-120.pdf>
- Córdova, C. (2019). Promoción del marketing y el posicionamiento. *Revista de Investigación y Cultura*, 8(4), 11-23.  
<https://www.redalyc.org/journal/5217/521763181001/521763181001.pdf>

- Díaz, J. (2022). Proceso de administración estratégica como herramienta de posicionamiento de marca caso: Electrónica Díaz. *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*.  
<https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/3753/1/78183.pdf>
- Ecuador, C. d. (20 de 10 de 2008). Derechos de libertad. En A. N. Constituyente, *Capítulo Sexto* (pág. 29). Quito: Registro Oficial.
- Ecuador, C. d. (2008). Sistema Financiero. En A. N. 2007-2008, *Sección octava* (pág. 97). Quito: Registro Oficial.
- Fuente, M., & Muñoz, C. (2003). Ventaja competitiva: ¿actividades o recursos?. *Panorama Socioeconómico*, 1(26), 1. <https://www.redalyc.org/pdf/399/39902603.pdf>
- Hidalgo, P. (2014). Plan de negocios para la creación de una empresa de seguridad privada en la ciudad de Quito. *Universidad Tecnológica Israel*.  
<http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/500/1/UISRAEL-EC-ADME-378.242-40.pdf>
- KOTLER, P. Y. (2013). Fundamentos de marketing. En P. Y. KOTLER, *Fundamentos de marketing* (pág. 6). México: Bernardino Gutiérrez Hernández.
- López, L., & Mora, A. (2012). Estrategias de marketing en las empresas del sector manufacturero de Caldas, Quindío y Risaralda. *Novum*, 1(2), 32—43.  
<https://www.redalyc.org/pdf/5713/571365156002.pdf>
- Miranda, P., Aguayo, V., & Villalva, G. (2017). La planificación estratégica y la gestión de recursos de la información. *Dominio en ciencias*, 3(4), 1044-1059.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6325530.pdf>
- Salwin, M., Golda, I., Kraslawki, A., & Waszkiewicz, A. (2022). The Use of Business Model Canvas in the Design and Classification of Product-Service Systems Design Methods. *Sustainability*, 4(7), 4283.  
[researchgate.net/publication/359722214\\_The\\_Use\\_of\\_Business\\_Model\\_Canvas\\_in\\_the\\_Design\\_and\\_Classification\\_of\\_Product-Service\\_Systems\\_Design\\_Methods](https://www.researchgate.net/publication/359722214_The_Use_of_Business_Model_Canvas_in_the_Design_and_Classification_of_Product-Service_Systems_Design_Methods)

- Statt, D. (2003). *Concise dictionary of business management*. London and New York: Routledge.  
<http://dspace.vnbrims.org:13000/xmlui/bitstream/handle/123456789/4617/The%20Concise%20Dictionary%20of%20Business%20Management.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Superintendencia de compañías. (2017). Ley de compañías. *Registro Oficial 312 de 05-nov.-1999*. [https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley\\_de\\_companias.pdf](https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf)
- Trabajo, C. d. (2023). Remuneración y sus garantías. En C. d. Trabajo, *Remuneración y sus garantías* (pág. 34). Quito: Registro Oficial.
- Tributario, C. (2023). Capítulo II deberes formales. En C. Tributario, *Deberes formales* (pág. 31). Quito: Registro Oficial Suplemento 38 de 14-jun.-2005.

## Anexos

### Anexo 1. Logo creado para la empresa





## Anexo 2. Resultado de Antiplagio.



**CERTIFICADO DE ANÁLISIS**  
magister

# Velez Chillán Juan Carlos 2(4)TSADQ2 - 23-08-2023

**5%**  
Similitudes

**< 1%**  
Texto entre comillas  
0% similitudes entre comillas

**0%**  
Idioma no reconocido

Nombre del documento: Velez Chillán Juan Carlos 2(4)TSADQ2 - 23-08-2023.pdf ID del documento: 8e780563064afa860610f4b0025c28558facff5 Tamaño del documento original: 964,35 kB	Depositante: Karla Elizabeth Maza Pazmiño Fecha de depósito: 24/8/2023 Tipo de carga: Interface fecha de fin de análisis: 24/8/2023	Número de palabras: 9466 Número de caracteres: 73.398
--	--	--

Ubicación de las similitudes en el documento:



### Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="https://www.studocu.com/ec/document/universidad-central-del-ecuador/emprendimiento/modelo-d...">www.studocu.com</a>   MODELO DE NEGOCIOS EMPRENDIMIENTO Y GESTION 3RO B...	1%		Palabras idénticas: 1% (149 palabras)
2	<a href="https://wedocowork.cl/los-9-elementos-del-modelo-canvas/#:-:text=Actividades clave. Son las activi...">wedocowork.cl</a>   Los 9 elementos del Modelo CANVAS - Wedo Cowork	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (83 palabras)
3	<a href="https://ec2-clil.com/es/qu-que-es-un-plan-de-negocios-definicion-consejos-y-plantillas/">ec2-clil.com</a>   ¿Qué es un Plan de Negocios? Definición, Consejos y Plantillas   Micr...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (70 palabras)
4	<a href="https://tiendada.com/blog/guia-para-saber-como-crear-un-plan-de-negocios/">tiendada.com</a>   Guía para saber cómo crear un plan de negocios	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (79 palabras)
5	<a href="http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/9445">repositorio.espe.edu.ec</a>   Propuesta de generación y entrega de valor para los die...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (44 palabras)

3 fuentes similares

### Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-plan-de-negocios">blog.hubspot.es</a>   Qué es un plan de negocios, para qué sirve y objetivos	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (18 palabras)
2	<a href="http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/27312/1/FCA-CPO-ZAPATA_JOSE.pdf">www.dspace.uce.edu.ec</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (18 palabras)
3	<a href="https://www.redalyc.org/pdf/5713/571365156002.pdf">www.redalyc.org</a>   Estrategias de marketing en las empresas del sector manufact...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (17 palabras)
4	<a href="http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/7532">repositorio.espe.edu.ec</a>   Análisis de los Instrumentos Curriculares del Diseño Cur...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (13 palabras)
5	<a href="http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/2659">repositorio.espe.edu.ec</a>   Estudio para la creación de una empresa para la organiz...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (14 palabras)

### Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- 1 <https://www.investopedia.com/terms/m/marketing.asp>
- 2 [https://www.researchgate.net/publication/343990613\\_Importance\\_And\\_Contents\\_Of\\_Bu](https://www.researchgate.net/publication/343990613_Importance_And_Contents_Of_Bu)
- 3 [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento\\_LEY](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY)
- 4 [https://www.researchgate.net/publication/356718026\\_Global\\_Marketing\\_and\\_Research](https://www.researchgate.net/publication/356718026_Global_Marketing_and_Research)
- 5 <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04>