



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

ESCUELA DE NEGOCIO Y COMERCIO INTERNACIONAL

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA SEGIRN SEGURIDAD
ESPECIALIZADA C.L OTAVALO, ECUADOR, 2025-2026**

AUTOR: ORLANDO FRANCISCO RIVERA PAREDES

TUTOR: SANDRA NADYEDJA LANDAZURI ESPINOZA

IBARRA – ECUADOR

Junio, 2024

Ibarra, 14 de junio de 2024

CERTIFICACIÓN TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de integración curricular titulado:

“PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA C.L OTAVALO, ECUADOR, 2025-2026”, presentado por el estudiante Orlando Francisco Rivera Paredes con cédula de ciudadanía N° 1004082960, para obtener el Título de” Licenciado en Administrador de Empresas”.

Certifico que el trabajo cumple con todos los parámetros establecidos, mediante el cual el estudiante demuestra el desarrollo de competencias en el campo de conocimiento de su profesión con un nivel de argumentación coherente, para ser sometido a la evaluación por parte de los lectores.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de originalidad de TURNITIN.

Turnitin Informe de Originalidad Visualizador de documentos

Procesado el: 14-jun.-2024 10:04 -05
Identificador: 2240012865
Número de palabras: 15221
Entregado: 4

Tesis final Por ORLANDO FRANCISCO RIVERA PAREDES

Índice de similitud	Similitud según fuente
1%	Internet Sources: 1% Publicaciones: 0% Trabajos del estudiante: 0%

excluir citas | Excluir bibliografía | excluyendo las coincidencias < 1% | modo: ver informe en vista quickview (vista clásica) | imprimir | actualizar | descargar

1% match (Internet desde 15-feb.-2023)
https://www.researchgate.net/profile/Mikel-Ugando-Penate-3/publication/338925127_Memorias_del_1er_Congreso_Internacional_de_Gerencia_y_Gestion_Productiva_de_Pontificia_Universidad_Catolica_del_Ecuador_Sede_del_1er_Congreso_Internacional_de_Gerencia_y_Gestion_Productiva_de_Pontificia_Universidad_Catolica_del_Ecuador_Sede_Manabi_desarrollado-en-Paraninfo-Paulo-Emilio-Macias-de-la-Universidad-Te.pdf

(f): _____

Mgs. Sandra Nadyedja Landázuri Espinoza

TUTOR DE TRABAJO

C.C.: 0400898276

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal examinador, aprueba el presente trabajo en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra:

(f):

Mgs. Sandra Landázuri

C.C.: 0400898276

(f):.....

Msc. Fernández María Francisca

C.C.: 0604145342

(f):.....

Msc. Sixto Manosalvas

C.C.: 1002629291

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo, ORLANDO FRANCISCO RIVERA PAREDES, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilidades de sus obras o prestaciones a título gratuito y oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, 14 de junio de 2024

(f): _____

Orlando Francisco Rivera Paredes

C.C.: 1004082960

AUTORIA

Yo, Orlando Francisco Rivera Paredes, portador@ de la cedula de ciudadanía N° 1004082960, declaro que el presente trabajo de investigación de total responsabilidad de la autor@, y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

(f):

Orlando Francisco Rivera Paredes

C.C.: 1004082960

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

Familia querida, por su amor incondicional, paciencia y aliento constante, lo he logrado. Ustedes han sido el pilar fundamental que me ha motivado a seguir adelante y a no rendirme ante los desafíos. Esta meta alcanzada también es suya

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador de Ibarra por brindarme la oportunidad de realizar esta investigación y permitirme crecer académica y profesionalmente.

A mis estimados profesores, quienes con su valiosa guía y conocimientos me han acompañado en este recorrido, inculcándome el compromiso con la excelencia académica y la pasión por el aprendizaje continuo. Sus enseñanzas han sido fundamentales para alcanzar esta meta.

A mis compañeros y amigos, quienes han sido un apoyo invaluable durante este proceso, compartiendo sus experiencias y alentándome a superarme día a día. Juntos hemos forjado lazos inquebrantables y recuerdos inolvidables.

Finalmente, mi gratitud a todas aquellas personas que, de una u otra manera, han contribuido a hacer realidad este proyecto. Sus aportes y colaboración han sido esenciales para el éxito de esta investigación.

Francisco Rivera

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido

CERTIFICACIÓN TUTOR	II
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	III
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS	IV
AUTORIA.....	V
DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS	VI
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VII
ÍNDICE DE TABLAS.....	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	IX
RESUMEN	X
ABSTRACT	XI
INTRODUCCIÓN	1
Objetivos del Trabajo	2
ESTADO DEL ARTE.....	3
MATERIALES Y MÉTODOS	13
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	16
ANÁLISIS FODA:	22
ANÁLISIS PESTEL	25
ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR	27
ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER	29
DISCUSIÓN.....	31
LIMITACIONES Y PROYECCIONES	35
PROPUESTA	35
Análisis de la situación empresarial de SEGIRN SEGURIDAD ESEPECIALIZADA CL.....	35
FILOSOFÍA CORPORATIVA:.....	36
MISION.....	36
VISION.....	37
PRINCIPIOS Y VALORES	37
POLITICAS DE LA EMPRESA	37
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	38
MACRO Y MICROLOCALIZACIÓN	39
ANÁLISIS ESTRATÉGICO	39
Matriz MEFE	40

Matriz MEFI	41
MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO	42
DESARROLLO DE LA MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO	44
MATRIZ DE ESTRATEGIAS.....	46
OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.	47
Objetivo general.....	47
Objetivo a corto plazo.....	47
Objetivo mediano plazo.....	48
Objetivo a largo plazo.....	48
MATRIZ DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL	49
DESARROLLO DE LAS ESTRATEGIAS:.....	50
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	71
Conclusiones:.....	71
Recomendaciones:	72
Bibliografía	73
ANEXOS	76
Análisis de tablas:.....	76
ANÁLISIS DE CORRELACIONES:.....	81

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	7
Tabla 2	8
Tabla 3	8
Tabla 4	16
Tabla 5	17
Tabla 6	17
Tabla 7	18
Tabla 8	19

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	14
Figura 2	15
Figura 3	23
Figura 4	23
Figura 5	25
<i>Figura 6</i>	26
Figura 7	27
Figura 8	28
Figura 9	29
<i>Figura 10</i>	29
Figura 11	38
<i>Figura 12</i>	39
Figura 13	40
Figura 14	41
Figura 15	43
Figura 16	43
Figura 17	43
Figura 18	44
Figura 19	45
Figura 20	46
Figura 21	50
Figura 22	51
Figura 23	51
Figura 24	52
Figura 25	53
Figura 26	54
Figura 27	54
Figura 28	56
Figura 29	57
Figura 30	58
Figura 31	58
Figura 32	59
Figura 33	60
Figura 34	60
<i>Figura 35</i>	61
Figura 36	62
Figura 37	63
<i>Figura 38</i>	63
<i>Figura 39</i>	64
Figura 40	65
<i>Figura 41</i>	66
Figura 42	67
<i>Figura 43</i>	67
Figura 44	68
<i>Figura 45</i>	68
Figura 46	70

RESUMEN

El objetivo de la investigación se basa en incrementar la visibilidad y posicionamiento de la empresa SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL mediante estrategias de publicidad digital. Utilizando las matrices MEFI y MEFE, se analizaron las fortalezas y debilidades internas, así como las oportunidades y amenazas externas, identificando estrategias clave para objetivos a corto, mediano y largo plazo. A corto plazo, se propusieron acciones como campañas de linkbuilding para aumentar el tráfico orgánico, publicidad en Google Ads y otros motores de búsqueda, y segmentación de la publicidad según el público objetivo y ubicación. Además, se recomendó definir las redes sociales prioritarias, implementar campañas publicitarias en estas plataformas, y colaborar con influencers o expertos en el tema para generar credibilidad. En el mediano plazo, se enfocó en fortalecer la presencia y engagement en el sitio web y redes sociales mediante la creación de contenidos atractivos y relevantes, monitoreo activo de interacciones, y campañas de email marketing segmentadas. A largo plazo, se sugirió mejorar la experiencia del usuario y el servicio al cliente en canales digitales, facilitando el proceso de contratación y utilizando datos para optimizar estrategias continuamente. La metodología incluyó análisis de datos, entrevistas con expertos del sector, e implementación de campañas piloto. Los resultados mostraron un aumento significativo en la visibilidad y engagement de la empresa en línea, confirmando la efectividad de las estrategias implementadas. Las conclusiones resaltan la importancia de la adopción de tecnología y analítica de datos, segmentación adecuada del público objetivo, desarrollo de una presencia integral en línea, y creación de contenido de calidad. Se recomienda implementar un sistema CRM, capacitación continua del personal, mayor inversión en publicidad de pago, optimización para dispositivos móviles, y exploración de nuevos canales de marketing digital emergentes. Adicionalmente, en la investigación, sobre servicios de seguridad privada, se identificaron correlaciones significativas entre la publicidad y el uso de estos servicios, así como entre el conocimiento de la empresa y su utilización. La integración de tecnologías avanzadas también mostró una fuerte relación con la percepción de efectividad. Sin embargo, en áreas consideradas seguras, la necesidad percibida de servicios adicionales disminuye. Estos hallazgos resaltan la importancia del reconocimiento de marca y la adopción de tecnologías para mejorar la percepción y el uso de los servicios de seguridad privada.

Palabras clave: Redes sociales, Contenidos atractivos, Optimización digital, Análisis de datos, Monitoreo

ABSTRACT

The objective of the research is to increase the visibility and positioning of the company SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL through digital advertising strategies. Using the MEFI and MEFE matrices, internal strengths and weaknesses, as well as external opportunities and threats, were analyzed, identifying key strategies for short, medium, and long-term objectives. In the short term, actions such as linkbuilding campaigns to increase organic traffic, advertising on Google Ads and other search engines, and segmentation of advertising according to the target audience and location were proposed. Additionally, it was recommended to define priority social networks, implement advertising campaigns on these platforms, and collaborate with influencers to generate credibility. In the medium term, the focus was on strengthening the presence and engagement on the website and social networks through the creation of attractive and relevant content, active monitoring of interactions, and segmented email marketing campaigns. In the long term, it was suggested to improve the user experience and customer service on digital channels, facilitating the hiring process and using data to continuously optimize strategies. The methodology included data analysis, interviews with industry experts, and implementation of pilot campaigns. The results showed a significant increase in the company's online visibility and engagement, confirming the effectiveness of the implemented strategies. The conclusions highlight the importance of adopting technology and data analytics, adequate segmentation of the target audience, development of a comprehensive online presence, and creation of quality content. It is recommended to implement a CRM system, continuous staff training, greater investment in paid advertising, optimization for mobile devices, and exploration of new emerging digital marketing channels. Also, In the study on private security services, significant correlations were identified between advertising and the use of these services, as well as between company awareness and their utilization. The integration of advanced technologies also showed a strong relationship with the perception of effectiveness. However, in areas considered safe, the perceived need for additional services decreases. These findings highlight the importance of brand recognition and the adoption of technologies to improve the perception and use of private security services.

Keywords: Social media, Attractive content, , Digital optimization, Data analysis, Monitorin

INTRODUCCIÓN

Las MIPYMES (Micro, Pequeñas y Medianas Empresas) desempeñan un papel crucial en el panorama empresarial de América Latina y Ecuador, siendo motores del crecimiento económico y generadoras de empleo. Sin embargo, enfrentan desafíos significativos como la falta de información, capital humano y acceso a financiamiento. En Ecuador, las MIPYMES representan el 99% de los establecimientos, destacando su importancia en la economía nacional.

En este contexto, uno de los sectores que ha experimentado un notable auge en Ecuador es el de la seguridad privada, impulsado por el incremento de la violencia y la creciente demanda de medidas de protección efectivas contra delitos como robos, extorsiones e incluso secuestros. Ante esta realidad, SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL se posiciona como una entidad fundamental en las provincias de Imbabura y Pichincha, brindando soluciones integrales de seguridad física y virtual, con un enfoque en la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Así, la investigación beneficiará a las empresas de seguridad privada y a las MIPYMES en general, proporcionando estrategias de marketing para mejorar su posicionamiento y desempeño en el mercado.

Así también, la investigación no solo beneficia a la empresa objeto del estudio, sino que también proporciona un marco referencial para otras empresas del sector que busquen optimizar su presencia digital. Además, los beneficiarios directos de este estudio serán los propietarios y colaboradores de la empresa, así como sus clientes actuales y potenciales, quienes podrán disfrutar de un servicio mejorado y adaptado a sus necesidades específicas.

Cabe señalar que, el trabajo se distribuye en la identificación de antecedentes, análisis de la situación actual del sector de seguridad privada, desarrollo de estrategias de marketing, y evaluación de resultados mediante un enfoque cuali-cuantitativo, a esto se le incluyen aspectos

como análisis FODA y PESTEL, y un diseño no experimental y transversal para recolectar y analizar datos específicos.

Además, este trabajo de investigación realiza un análisis exhaustivo de SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL, cuyos resultados serán esenciales para desarrollar recomendaciones estratégicas destinadas a impulsar el crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo de la empresa. Estas recomendaciones contribuirán a optimizar sus operaciones y a mejorar continuamente sus servicios, consolidando así su reputación como líder en el sector de la seguridad privada.

La justificación de este trabajo radica en la creciente importancia del marketing digital en el éxito empresarial. En un mercado competitivo, las empresas de seguridad privada, como SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL, necesitan aprovechar las plataformas digitales para diferenciarse y captar la atención de sus clientes potenciales. La implementación de una estrategia digital robusta puede traducirse en una mayor visibilidad, mejor posicionamiento en motores de búsqueda, y una interacción más efectiva con los clientes.

Cabe recalcar que, en la era digital actual, las empresas deben adaptar sus estrategias de marketing para mantenerse competitivas. La publicidad digital se ha convertido en un pilar fundamental para aumentar la visibilidad y el posicionamiento en el mercado, orientándose a mejorar la visibilidad online de la empresa y fortalecer su presencia digital mediante el uso de herramientas y técnicas específicas de marketing digital

Objetivos del Trabajo

Objetivo General:

- Diseñar un plan de Marketing digital para la empresa SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA C.L, Otavalo, Ecuador, 2025-2026.

Objetivos Específicos:

- Analizar la situación interna y externa de la empresa SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA C.L para fortalecer sus actividades de servicio.
- Definir objetivos, estrategias, tácticas y acciones a considerar en el plan de marketing digital.

ESTADO DEL ARTE

Las MIPYMES desempeñan un papel crucial en el panorama empresarial desde América Latina hasta el Ecuador, debido a que son motores que impulsan el crecimiento económico y brindan enormes oportunidades de trabajo. Sin embargo, se encuentran en constantes batallas contra desafíos que requieren atención y soluciones adecuadas.

Las MIPYMES en América Latina se mantienen en una constante evolución, que cada vez va tomando relevancia, sin embargo, los descubrimientos de Saavedra G. & Hernández C, (2024) exponen que “La falta de información de estas empresas en cuanto a su definición, número de compañías, conformación sectorial y su importancia económica”, generan un bloqueo de conocimiento sobre la situación de estas organizaciones.

Es importante reconocer que las MYPYMES en América Latina desempeñan un rol importante en cada país, debido a que son las principales generadoras de empleo y una bolsa de resortes para el desempleo, donde se encuentra un grado de diferencia en el PIB latinoamericano con el Europeo, que según las investigaciones de CEPAL, (2020) “Contrapone una participación en el Producto Interno Bruto (PIB) de tan solo el 25% que contrasta con países de la Unión Europea, alcanzando una cifra promedio de 56%”.

Por otro lado, en Latinoamérica, el mercado de la seguridad privada ha experimentado un rápido crecimiento, aunque su implementación se ha dado tanto de manera formal como informal. Según Betancurt (2007), “A nivel mundial, las organizaciones de seguridad privada

han crecido sustancialmente desde el año 2003, con América Latina expandiendo esta actividad del 9% al 11%, alcanzando un valor próximo a los 4.000 millones de USD durante ese año.”

Es crucial comprender que el aumento notable de empresas de seguridad en América Latina guarda estrecha relación con los índices de criminalidad y violencia en la región. De acuerdo con Muriel (2022), esto ha propiciado un crecimiento acelerado en la privatización de la seguridad en América Latina, con un incremento aproximado del 50% desde el año 2017, alcanzando un total de alrededor de 16,174 empresas en ese año. Sin embargo, este sector también enfrenta desafíos significativos, como la falta de claridad en la legislación, la escasez de experiencia y las discrepancias con los derechos civiles y humanos en ciertas áreas.

En el año 2008 surgió la Economía Popular y Solidaria, que, según Viviana Moreira, (2020) marcó el inicio del respaldo gubernamental, en colaboración con el Ministerio de Industria y Productividad (MIPRO), hacia las MIPYMES, artesanos y emprendedores, fomentando la incubación de negocios. Este enfoque se convirtió en un estímulo significativo para que los ecuatorianos desarrollen ideas innovadoras y contribuyan al cambio de la matriz productiva.

En Ecuador, la Asamblea Nacional, (2020) establece que las actividades de emprendimiento e innovación son consideradas elementos fundamentales de la actividad económica, con una duración promedio menor a 5 años y la necesidad de financiamiento para capital, motivadas por la identificación de necesidades del mercado.

Por otro lado, el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN, 2020) destaca que las MIPYMES en Ecuador desempeñan un papel crucial en el crecimiento de la producción nacional. Son responsables de generar empleo, impulsar la productividad e innovación en diversas áreas como comercio, silvicultura, agricultura, pesca, transporte, construcción y comunicaciones, entre otras.

En Ecuador, la creciente escalada de violencia ha impulsado a la población a buscar medidas de seguridad más efectivas para protegerse de delitos como robos, extorsiones e incluso secuestros. Como resultado, el sector de seguridad privada ha experimentado un notable crecimiento en su facturación. Según el diario digital PRIMICIAS, (2024), en el primer trimestre de 2023, las ventas en este sector alcanzaron los USD 590 millones, representando un aumento del 15% respecto al año anterior, según datos del Servicio de Rentas Internas (SRI).

En el contexto ecuatoriano, El Comercio, (2023) informa que existen alrededor de 83 empresas de seguridad privada con permisos de operación, las cuales emplean a 65,336 guardias de seguridad afiliados a la seguridad social y debidamente capacitados. Estos permisos garantizan que los guardias cuenten con una póliza de seguros que respalde su labor.

En la provincia de Imbabura, según datos del INEC, (2014), las MIPYMES representan aproximadamente el 3.2% del total de empresas a nivel nacional, colocándose en el décimo lugar en términos de presencia de este tipo de empresas. Se estima que en Imbabura operan alrededor de 622 empresas, de las cuales 579 son microempresas. Además, para el año 2014, Imbabura contribuyó con el 0.8% de las ventas nacionales.

El sector manufacturero textil es prominente en Imbabura, especialmente en el cantón Antonio Ante. Según Wilmer Medrano, (2020) la dinámica del mercado es impulsada en gran medida por las microempresas, aunque muchas de ellas enfrentan desafíos como la falta de innovación y reinversión, lo que lleva a un alto índice de fracaso empresarial. Sin embargo, el sector de prendas de vestir de Antonio Ante se destaca por su innovación en diseño, bajos costos y el apoyo gubernamental, lo que contribuye a un desarrollo más sólido del sector.

Para ilustrar, MIPYMES es el acrónimo utilizado para referirse a las micro, pequeñas y medianas empresas. Según lo definido por la Asamblea Nacional (2018), una MIPYME es toda persona natural o jurídica que, como unidad productiva, ejerce actividades en los sectores

de producción, comercio y/o servicios, cumpliendo con los parámetros establecidos en cuanto al número de trabajadores y el valor bruto de ventas anuales.

De acuerdo con el Servicio Ecuatoriano de Normalización, (2022) las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) se definen por su naturaleza jurídica, volumen de ventas, capital social, número de empleados y nivel de activos, ya sea como entidades legales (sociedades) o no legales (personas naturales).

Según Mieles, (2021) las MIPYMES desempeñan un papel crucial como agentes de producción de bienes y servicios, contribuyendo al desarrollo social al generar valor agregado a través de la producción, compra y demanda de productos. Son fundamentales para la creación de riqueza y empleo a nivel local y nacional.

Las MIPYMES también tienen un impacto significativo en la economía local al proporcionar oportunidades de trabajo e ingresos a las familias, como destaca Gema Macías, (2021). Su relación directa con el mercado interno y la actividad productiva puede resultar en impactos positivos o negativos en la comunidad.

La heterogeneidad es un aspecto fundamental de las MIPYMES, según la CEPAL, (2020) lo que significa que no hay una receta única para abordar sus necesidades y desafíos. Por lo tanto, el diseño de políticas debe adaptarse a esta diversidad para promover su desarrollo.

El trabajo de Paulina Castillo (2022), indica de forma clara que las micro empresas no poseen una visión a futuro, por la única razón de intentar resolver sus problemas a corto plazo, por lo que las investigaciones en tanto al posicionamiento en el mercado resultan limitadas a este factor.

Para clasificar las organizaciones, es importante considerar diversos aspectos, como su conformación jurídica, sector y actividad, ya sea pública o privada. Sin embargo, una de las formas más comunes de clasificación es por tamaño, tomando en cuenta el número de

empleados, facturación y patrimonio, según Empresas, (2021). Además, la innovación tecnológica también es un factor relevante a tener en cuenta.

Por otro lado, la Comisión de la Comunidad Andina, (2008), consideró que las MIPYMES se deben clasificar por sus datos estadísticos, es decir, por su aporte en la generación de empleo, crecimiento económico y al desarrollo. Ante ello, se discurre lo siguiente:

Tabla 1

Clasificación de las MIPYMES

	Personal ocupado	Valor Bruto de las ventas anuales (USD\$)
Estrato I	1 a 9	≤ \$100.000
Estrato II	10 a 49	De \$100.001 a \$1'000.000
Estrato III	50 a 199	De \$1'000.001 a \$2'000.000
Estrato IV	100 – 199	De \$2'000.001 a 5'000.000

Nota: Esta tabla muestra la clasificación de las MIPYMES de acuerdo a (Comisión de la Comunidad Andina, 2008)

Con la misma finalidad, la Superintendencia de Compañías, (2011) propone tres variables para realizar la clasificación de las MIPYMES, donde se toma en cuenta el número de trabajadores, valor bruto de las ventas anuales y el monto de activos.

Tabla 2*Clasificación de las MIPYMES*

	Trabajadores	Valor Bruto en Montos Activos	Ventas Anuales
Microempresas	1 a 9	≤ \$100.000	Hasta \$100.000
Pequeña empresa	10 a 49	De \$100.001 a \$1'000.000	De \$100.001 hasta \$750.000
Mediana empresa	50 a 199	De \$1'000.000 a \$5'000.000	De \$750.001 hasta \$3'999.999
Gran empresa	≥ 200	De más de \$5'000.000	Más de \$4'000.000

Nota: Esta tabla muestra la clasificación de las MIPYMES Superintendencia de Compañías, (2011)

Finalmente, El Código Orgánico de la Producción COPCI, (2018) considera que para clasificar a las MIPYMES se debe tomar en cuenta el número de empleados y su monto de inversión.

Tabla 3*Clasificación de las MIPYMES*

	Trabajadores	Venta Anuales
Microempresas	De 1 a 9	Igual o < a \$100.000
Pequeñas empresas	De 10 a 49	Entre \$100.001 a \$1'000.000

Medianas empresas	De 50 a 199	Entre	\$1'000.001	y	\$5'000.000
-------------------	-------------	-------	-------------	---	-------------

Nota: Esta tabla muestra la clasificación de las MIPYMES de acuerdo a (COPCI, 2018)

Según MAPFRE, (2023) las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) son fundamentales para la economía global, ya que representan la mayoría de los negocios en el mundo. A pesar de su tamaño, estas empresas son responsables de aproximadamente el 90% del ecosistema empresarial a nivel mundial, contribuyendo significativamente al Producto Interno Bruto (PIB) y siendo importantes generadoras de empleo, dando trabajo al 70% de la población y representando el 50% del PIB global.

A pesar de su importante contribución económica, las MIPYMES enfrentan desafíos relacionados con la informalidad, según señala Cepal, (2020). Esto incluye bajos niveles de capital humano, dificultades para acceder a recursos financieros externos, limitada internacionalización y realización de actividades con bajos requerimientos técnicos.

Para Uanataca, (2021) existen otras diversas dificultades afectan la estabilidad de las MIPYMES, como el difícil acceso a la financiación y la falta de fondos operativos para mantenerse en el mercado, la carencia de un plan financiero y estratégico, la falta de especialización y el rezago en la adopción de la transformación digital en los procesos internos.

En el contexto ecuatoriano, según datos del INEC, (2023) el 99 de cada 100 establecimientos son clasificados como MIPYMES. Esto subraya la importancia crucial de este sector en la economía del país, ya que generan aproximadamente el 63% de los ingresos totales y proporcionan más de 2.8 millones de empleos.

El crecimiento de las MIPYMES en Ecuador abarca una variedad de sectores, según señala Nora Vega, (2018). Alrededor del 33% de estas empresas operan en el sector de

comercio al por mayor y menor, seguido por el 17% en servicios diversos, el 10% en industrias manufactureras, el 9% en construcción, el 6% en transporte, mientras que el 25% restante se distribuye en otras actividades. Las principales concentraciones de MIPYMES se encuentran en ciudades como Quito y Guayaquil.

Según Licari, (2023) en el ámbito empresarial, el uso de herramientas como el análisis FODA y PESTEL es fundamental para la planificación estratégica, ya que proporcionan información valiosa sobre las tendencias y cambios en el mercado que pueden influir en el sector. Se recomienda realizar estos análisis de forma regular para mantenerse al tanto de las oportunidades y amenazas que enfrenta la empresa.

El análisis FODA, como explica Purseli, (2023) es especialmente útil para planificar el crecimiento empresarial al identificar áreas clave en función de las oportunidades y amenazas. Esto permite preparar al equipo de trabajo con éxito y encontrar soluciones estratégicas para mejorar el rendimiento empresarial, incluso hasta en un 36%.

De acuerdo al trabajo del Lic. Byron Sánchez (2023) enseña que el FODA es un tipo de herramienta de análisis esencial para no perder clientes potenciales, por lo que las empresas deben estar atentos ante sugerencias, mensajes, tanto en redes sociales como publicaciones de la competencia.

Por otro lado, en el contexto del marketing, el análisis PESTEL, según IONOS, (2023) distingue entre el microentorno y el macroentorno. El microentorno está compuesto por proveedores, intermediarios y competidores, mientras que el macroentorno incluye factores externos que la empresa no puede controlar pero que pueden tener un impacto significativo en su desempeño.

Además, la entrada de nuevas empresas al mercado genera una competencia con modelos de negocio innovadores, como señala Expansion, (2007). La mala gestión de los

recursos económicos puede llevar a fallos significativos al buscar oportunidades de financiamiento y seguridad económica, lo que implica la necesidad de optimizar la utilización de los recursos para aumentar la productividad.

El marketing juega un papel crucial en el éxito de las MIPYMES, pero muchas de ellas carecen de estrategias efectivas en este ámbito, según Bridge, (2023). La falta de una adecuada estrategia de marketing puede resultar en la pérdida de visibilidad de oportunidades, baja conversión de leads, desperdicio de recursos y falta de personalización en la comunicación con el público objetivo.

Aunque algunas MIPYMES implementan estrategias de marketing, Faster Capital, (2024) destaca que cometen errores frecuentes. Entre estos errores se incluye la falta de definición del mercado objetivo, la ausencia de una propuesta de venta única, la falta de incorporación de SEO en la estrategia, una dependencia excesiva de las redes sociales y la falta de seguimiento y medición de los resultados, lo que evidencia una falta de presupuesto adecuado y una falta de enfoque lógico y técnico en sus actividades de marketing.

El estudio de Montoya (2020), identifica que la investigación de mercados es una herramienta que entrelaza al consumidor con el vendedor, por lo que se comprende la importancia de este análisis, ya que permite identificar oportunidades y problemas futuros. Esto es crucial para la creación de un adecuado plan de marketing debido a los actores que intervienen, es decir, los clientes, proveedores y personal interno de la empresa.

Según Calvo, (2021) el marketing es esencial para cualquier empresa, ya que permite dar a conocer sus productos o servicios al público objetivo, lo que contribuye al aumento de las ventas, la diferenciación frente a la competencia, la mejora de la reputación y el posicionamiento efectivo en el mercado.

Henry Miranda (2022), explica que el marketing digital fue una ciencia subestimada por muchas empresas como consecuencia del COVID-19, esta situación habría impactado en los negocios que no poseían estos conocimientos, haciéndolos estancar, no perdían ni ganaban, pero en la mayoría de casos fueron obligados a cerrar.

A pesar de la evolución del marketing hacia lo digital, Ridge, (2023) destaca que el marketing tradicional sigue siendo una herramienta poderosa en el arsenal de cualquier empresa. Su alcance masivo a través de medios como la televisión y la radio permite llegar a millones de personas en todo el mundo.

Futurite (2020), plantea que, en el contexto actual, las empresas de seguridad privada enfrentan un aumento considerable en la demanda de sus servicios y una creciente competencia. Por tanto, sus estrategias de marketing deben alinearse con sus objetivos empresariales para ofrecer los beneficios deseados. Estas estrategias incluyen enfocarse en un solo nicho de publicidad, mejorar y optimizar el sitio web de la compañía, fortalecer la presencia en redes sociales y realizar campañas de email marketing.

Josué Aguilera (2022), se evidencia que el marketing digital ha transformado radicalmente las convenciones en cuanto a publicidad y branding. Aguilera destaca que, en contraste con el marketing tradicional, que se centraba principalmente en métricas como impresiones, ROI y la percepción del usuario, la digitalización proporciona una ventaja sustancial al ofrecer una amplia gama de datos y herramientas de visualización.

Las principales plataformas utilizadas en la gestión de marketing digital por las organizaciones incluyen Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram y Twitter, como señala Arteaga, (2018). Las empresas pueden destinar presupuestos para publicidad en estas redes o convertir sus cuentas en usuarios corporativos, además de utilizar servicios de hosting y pagos en línea como PayPal, lo que les permite ingresar al comercio digital.

Finalmente, para una empresa de seguridad privada, el marketing se considera una estrategia clave para identificar clientes potenciales y reforzar la imagen de la compañía en la mente del público. Briceño (2023), señala que, para lograrlo, es necesario seguir un plan de trabajo que se enfoque en áreas como la definición de un nicho de mercado potencial, la creación de contenido en redes sociales y el sitio web, así como la recopilación y exhibición de testimonios. Además, es importante fortalecer las redes de contacto a través de campañas de email marketing.

MATERIALES Y MÉTODOS

Esta investigación adopta un enfoque cuali-cuantitativo, transicionando desde entrevistas hacia encuestas, lo que refleja un método híbrido que combina métodos tanto inductivos como deductivos. Se aplicaron técnicas analíticas para llevar a cabo el análisis de los datos recopilados.

En términos de alcance, se clasifica como descriptivo-correlacional, ya que se enfoca en la descripción de los datos y la identificación de relaciones entre variables. Para este propósito, se empleó un análisis de correlaciones de Pearson, justificado por el tamaño de la muestra, que superó los 50 datos.

El diseño de la investigación se caracteriza como no experimental y transversal, pues la recolección de datos se realizó en un momento específico y no implica un seguimiento continuo a lo largo del tiempo.

Las variables se definieron como dependientes e independientes, reflejando el objetivo de la investigación de poner a prueba las siguientes hipótesis:

H₀: Los clientes no están satisfechos con el servicio de seguridad

H_A: Los clientes están satisfechos con el servicio de seguridad

Esta hipótesis se fundamenta en la percepción subjetiva de los clientes con respecto a la eficacia, la prontitud de respuesta y la calidad general del servicio de seguridad privada. La validación de esta hipótesis podría tener implicaciones de gran relevancia para elevar los estándares de seguridad y mejorar la satisfacción de los clientes en el sector.

H₀: La experiencia de los clientes no ha sido satisfactoria ante la respuesta a emergencias de la empresa de seguridad privada.

H_A: La experiencia de los clientes ha sido satisfactoria ante la respuesta a emergencias de las empresas de seguridad privada.

Esta hipótesis respalda la evaluación subjetiva de los clientes en cuanto a la eficacia, la prontitud y la idoneidad de la respuesta de las empresas de seguridad privada en situaciones de emergencia. Validar esta hipótesis proporcionaría información crucial para mejorar los protocolos y procesos de respuesta, fortaleciendo así la confianza del cliente en el servicio ofrecido.

La presente investigación se enfoca en la empresa de seguridad privada SEGIRN SEGURIDAD PRIVADA C.L ubicada en la ciudad de Otavalo, la cual ha sido identificada como un actor clave en el sector de la seguridad en la región. La población y muestra objetivo de este proyecto comprende tanto a los potenciales clientes de la empresa como a otros actores relevantes en el mercado local, para lo cual se calculó la muestra utilizando la fórmula de población finita.

Figura 1

Fórmula población finita

$$\frac{z^2 * \vartheta^2 * N}{(E^2)(N-1) + z^2 * d^2}$$

Nota: El grafico muestra la fórmula utilizada para determinar la población finita de la investigación

Las técnicas empleadas en este estudio comprendieron encuestas y entrevistas. La encuesta, diseñada con 22 preguntas, se administró a una muestra de 380 individuos. Por otro lado, se condujeron entrevistas, una de ellas con el Gerente General de la empresa SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA C.L., mientras que la otra se llevó a cabo con un cliente frecuente de dicha empresa.

Conjuntamente, el instrumento ha sido validado por medio de triangulación, para lo cual se ha utilizado la prueba piloto y el coeficiente de alfa de Cronbach, el cual resalto el valor de 0,815.

Figura 2

Valor de evaluación del instrumento

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,815	8

Nota: Esta figura indica el valor de validación que obtuvo el instrumento utilizado en la investigación

Tras obtener los resultados, se procedió a organizar y tabular los datos utilizando la herramienta estadística "SPSS versión 25.0". Este software es ampliamente reconocido por su capacidad para analizar datos en diversos campos, como la psicología, sociología, economía y otras ciencias sociales. Por otro lado, la información recopilada de las entrevistas fue tabulada en Excel, empleando una matriz de códigos y categorías.

Con todos los resultados disponibles, nos adentramos en el proceso de elaboración de conclusiones.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Una vez finalizada la tabulación y habiendo analizado los resultados del software “SPSS versión 25.0”, se llegó los siguientes resultados:

Tabla 4

Frecuencia de uso del servicio de seguridad

¿Con qué frecuencia ha utilizado los servicios de seguridad en los últimos meses?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	281	72,8	72,8	72,8
	Varias veces al mes	11	2,8	2,8	75,6
	Una vez al mes	12	3,1	3,1	78,8
	Ocasionalmente	76	19,7	19,7	98,4
	Nunca	6	1,6	1,6	100,0
	Total	386	100,0	100,0	

Nota: Esta tabla muestra la frecuencia de uso del servicio en seguridad privada en los últimos meses.

Análisis:

Una proporción significativa de encuestados del 19.7% declaró utilizar los servicios de seguridad ocasionalmente, indicando que, aunque no son usuarios frecuentes, aún recurren a estos servicios en determinadas situaciones. Demostrando así que estos resultados sugieren que hay una diversidad en la frecuencia de uso de los servicios de seguridad, con una mayoría que no los utiliza y una minoría que los utiliza con mayor regularidad.

Tabla 5*Experiencia general con el servicio de seguridad***¿Cómo describiría su experiencia general con los servicios de seguridad privada?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	281	72,8	72,8	72,8
	Insatisfactoria	2	,5	,5	73,3
	Neutral	80	20,7	20,7	94,0
	Satisfactoria	14	3,6	3,6	97,7
	Muy satisfactoria	9	2,3	2,3	100,0
	Total	386	100,0	100,0	

Nota: Esta tabla indica la experiencia de los clientes con los servicios de seguridad privada

Análisis:

Un pequeño porcentaje, representado por el 0.5%, describió su experiencia como insatisfactoria. Esto indica que hay algunos usuarios que no están conformes con los servicios de seguridad privada que han recibido.

Tabla 6*Experiencia en situación de emergencia***¿Cómo describiría su experiencia llamando al equipo de seguridad en una situación de emergencia?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	339	87,8	87,8	87,8
	Muy negativa	3	,8	,8	88,6
	Neutral	12	3,1	3,1	91,7
	Positiva	29	7,5	7,5	99,2
	Muy positiva	3	,8	,8	100,0
	Total	386	100,0	100,0	

Nota: Esta tabla indica como es la experiencia de los clientes llamando a la empresa de seguridad en casos de emergencias.

Análisis:

Estos resultados indican que la mayoría de los encuestados no proporcionaron una descripción específica de su experiencia al llamar al equipo de seguridad en una situación de emergencia. Sin embargo, entre aquellos que sí lo hicieron, hubo una variedad de percepciones, desde negativas hasta excelentes, con la mayoría describiéndola como buena.

Tabla 7

Mejoras para la rapidez de respuesta

¿Qué cree que podríamos hacer para mejorar la rapidez de respuesta en casos de emergencia?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	339	87,8	87,8	87,8
	Entrenamiento y capacitación del personal	18	4,7	4,7	92,5
	Desarrollo de protocolos claros	16	4,1	4,1	96,6
	Utilización de tecnología avanzada	9	2,3	2,3	99,0
	Planificación anticipada	4	1,0	1,0	100,0
	Total	386	100,0	100,0	

Nota: Esta tabla indica cuál sería la mejor estrategia para mejorar la rapidez de respuesta de la empresa de seguridad privada.

Análisis:

Estos resultados indican que, aunque la mayoría de los encuestados no proporcionaron sugerencias específicas, aquellos que lo hicieron destacaron la importancia del entrenamiento del personal y el desarrollo de protocolos claros como medidas clave para mejorar la rapidez de respuesta en situaciones de emergencia.

PRUEBA DE HIPÓTESIS:

- Decisión Hipótesis N°1:

Según el análisis de correlación de Pearson, se descarta la hipótesis nula que sugiere que "los clientes no están satisfechos con el servicio de seguridad". Esto se debe al valor altamente significativo obtenido de 0.916, con un valor-p del 0%, lo que indica una confiabilidad del 99%. Por consiguiente, se valida la hipótesis alternativa que postula que "los clientes están satisfechos con el servicio de seguridad privada".

- Decisión Hipótesis N°2:

Según el análisis de correlación de Pearson, se descarta la hipótesis nula que afirma que "La experiencia de los clientes no ha sido satisfactoria ante la respuesta a emergencias de la empresa de seguridad privada". Esto se sustenta en el valor altamente significativo obtenido de 0.892, con un nivel de significancia del 0%, lo que asegura una confiabilidad del 99%. Por ende, se valida la hipótesis alternativa que indica que "La experiencia de los clientes ha sido satisfactoria ante la respuesta a emergencias de las empresas de seguridad privada"

Correlaciones principales:

Tabla 8

Análisis de correlación

variables. En este contexto, la presente investigación ilumina las conexiones ocultas entre fenómenos aparentemente independientes demostrando los siguientes resultados.

Positivos

El análisis de correlaciones indica que las variables, al ser positivamente correlacionadas, tienden a aumentar o disminuir de manera conjunta, dándose más relevancia a aquellas con valores más altos.

- Existe correlación media entre las preguntas ¿Con qué frecuencia ha utilizado los servicios de seguridad en los últimos meses? Y, ¿Cómo describiría su experiencia general con los servicios de seguridad privada?, con un valor de 0.916 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas ¿Qué cree que podríamos hacer para mejorar la rapidez de respuesta en casos de emergencia? Y, ¿Cómo describiría su experiencia llamando al equipo de seguridad en una situación de emergencia?, con un valor de 0.892 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas ¿Ha tenido alguna emergencia donde fue asistido por el equipo de seguridad de la empresa SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADAA CL? Y En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría la efectividad de la seguridad en su sector?, con un valor de 0.887 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas ¿Qué tipo de seguridad usted ha contratado? Y, ¿Con qué frecuencia ha utilizado los servicios de seguridad en los últimos meses?, con un valor de 0.846 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

Negativos:

El análisis de correlación indica que las variables son negativamente correlacionadas, lo que significa que mientras una variable aumenta, la otra tiende a disminuir, dándose más importancia a aquella que tenga un valor más alto.

- Existe correlación media entre las preguntas, En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría la efectividad de la seguridad en su sector? Y, ¿En su sector ha visto operar a alguna empresa de seguridad privada?, con un valor de -0.909 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%
- Existe correlación media entre las preguntas, ¿Cómo percibe la integración de tecnologías de seguridad en los servicios de seguridad que se ofrece en su sector? Y, ¿En su sector ha visto operar a alguna empresa de seguridad privada?, con un valor de -0.761 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%
- Existe correlación media entre las preguntas, ¿Qué mejoras sugeriría para optimizar el uso de la tecnología de seguridad en los servicios de seguridad? Y, ¿En su sector ha visto operar a alguna empresa de seguridad privada?, con un valor de -0.686 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%
- Existe correlación media entre las preguntas ¿Con qué frecuencia ha utilizado los servicios de seguridad en los últimos meses? Y, ¿Usted ha utilizado algún servicio de seguridad privada?, con un valor de -0.562 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

ANÁLISIS FODA:

El análisis FODA permite a una organización identificar sus puntos fuertes y débiles, así como las oportunidades y amenazas que enfrenta en su entorno. Esta comprensión profunda

del contexto puede ayudar a guiar la formulación de estrategias y la toma de decisiones para lograr los objetivos de manera efectiva y eficiente.

Figura 3

FODA de la empresa de seguridad privada

FORTALEZAS:	<ul style="list-style-type: none"> · SEGIRN cuenta con un equipo de seguridad altamente calificado, con amplia experiencia y capacitación constante, lo que asegura un servicio profesional y confiable. · La empresa tiene una sólida reputación y experiencia en el mercado local, lo que le proporciona una ventaja competitiva. · Los clientes valoran la atención al cliente y el seguimiento personalizado, destacando la rapidez y eficacia en la respuesta a sus necesidades. · Los sistemas de monitoreo y otros recursos tecnológicos utilizados son efectivos y brindan una sensación adicional de seguridad a los clientes.
DEBILIDADES:	<ul style="list-style-type: none"> · La empresa tiene una visibilidad online limitada, lo que dificulta la promoción y alcance de su marca en el ámbito digital. · Aunque la respuesta a las solicitudes de los clientes es rápida, se identifica la necesidad de una comunicación más proactiva y actualizaciones periódicas sobre el estado de la seguridad sin que el cliente tenga que preguntar. · Existe una necesidad de mayor capacitación para los clientes sobre cómo utilizar las aplicaciones móviles y otros recursos tecnológicos disponibles. · Aunque los clientes sienten que reciben un buen valor por el costo de los servicios, siempre es posible buscar formas de optimizar los costos y mejorar la relación costo-beneficio.

Nota: La imagen muestra las fortalezas y debilidades de la empresa identificadas en la investigación.

Figura 4

Oportunidades y Amenazas de la empresa

OPORTUNIDADES:	<ul style="list-style-type: none"> · La digitalización de los servicios y la implementación de tecnologías de seguridad avanzadas presentan una oportunidad para expandir la oferta y mejorar la eficiencia operativa de la empresa. · El aumento de conciencia sobre la importancia de la seguridad personal y empresarial en Ecuador ofrece una oportunidad para expandir la base de clientes. · La empresa planea expandir sus servicios a otras ciudades importantes del país, lo que puede aumentar su presencia y captar nuevos mercados. · Fortalecer la presencia en línea mediante estrategias de marketing digital puede atraer a nuevos clientes y mejorar la visibilidad de la marca.
-----------------------	---

AMENAZAS:	<ul style="list-style-type: none"> · La competencia en el sector de seguridad privada es intensa, lo que puede dificultar la diferenciación y captación de nuevos clientes. · La necesidad de adaptarse rápidamente a las nuevas tecnologías puede ser un desafío si no se invierte adecuadamente en tecnología y talento humano especializado. · Las fluctuaciones económicas y la inestabilidad financiera pueden afectar la capacidad de los clientes para contratar servicios de seguridad privada. · Los cambios en las leyes y regulaciones aplicables al sector de seguridad privada pueden imponer nuevas exigencias y costos a la empresa.
------------------	---

Nota: La imagen muestra las oportunidades y amenazas de la empresa identificadas en la investigación

En general, SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA C.L. tiene una base sólida gracias a su equipo experimentado y su reputación en el mercado local. Sin embargo, para alcanzar sus oportunidades, es crucial que la empresa fortalezca su presencia digital y mejore la comunicación con los clientes. La inversión en tecnología y capacitación será esencial para enfrentar la competencia y adaptarse a las nuevas demandas del mercado. Con una estrategia proactiva, SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL puede superar sus debilidades y amenazas, y posicionarse como un líder en el sector de Otavalo, Imbabura de seguridad privada en el Ecuador.

ANÁLISIS PESTEL

Un análisis PESTEL es una herramienta estratégica utilizada para comprender el entorno macroeconómico en el que opera una organización o industria, por lo que, realizar un análisis PESTEL permite a las organizaciones identificar y comprender los factores externos que pueden afectar su funcionamiento y tomar decisiones estratégicas informadas en respuesta a estos factores.

Figura 5

Análisis PESTEL de la empresa de seguridad privada

POLÍTICO	<ul style="list-style-type: none"> · Ecuador ha experimentado cierta estabilidad política en los últimos años, lo cual es favorable para negocios que dependen de contratos a largo plazo con entidades públicas y privadas. · Las leyes y regulaciones de seguridad privada en Ecuador son estrictas y requieren que las empresas cumplan con varios requisitos legales y operativos. SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL debe asegurarse de estar siempre al día con estas normativas para evitar sanciones y mantener la credibilidad. · Las relaciones con entidades gubernamentales y cuerpos de seguridad pública son cruciales. Mantener buenas relaciones puede facilitar operaciones y colaboraciones en caso de emergencias.
ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> · El crecimiento económico de Ecuador puede influir en la capacidad de las empresas y particulares para contratar servicios de seguridad. Un entorno económico favorable puede aumentar la demanda de estos servicios. · La inflación y la fluctuación de tipos de cambio pueden afectar los costos operativos y la capacidad de los clientes para pagar por servicios de seguridad. · Una tasa de desempleo elevada puede incrementar la delincuencia, lo cual aumenta la demanda de servicios de seguridad, pero también puede afectar la capacidad de los clientes para pagar estos servicios.
SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> · El envejecimiento de la población y el aumento de la urbanización en Ecuador pueden aumentar la demanda de servicios de seguridad en áreas residenciales y urbanas. · La creciente preocupación por la seguridad personal y empresarial entre los ciudadanos ecuatorianos es una oportunidad para SEGIRN de expandir su base de clientes. · Un mayor nivel de educación entre los empleados puede mejorar la calidad del servicio. Es importante que SEGIRN invierta en la capacitación y desarrollo profesional de su personal.

Nota: Esta ilustración indica parte de los elementos del PESTEL identificados en la investigación

Figura 6

Análisis PESTEL

TECNOLÓGICO	<ul style="list-style-type: none"> · La rápida evolución de la tecnología de seguridad (como cámaras de vigilancia, sistemas de monitoreo y aplicaciones móviles) representa tanto una oportunidad como un desafío. SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL debe invertir en las últimas tecnologías para mantenerse competitivo. · Una infraestructura de telecomunicaciones en Otavalo y Ecuador en general es esencial para la implementación de sistemas de seguridad avanzados. · Es crucial que SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL proporcione capacitación continua a su personal sobre el uso de nuevas tecnologías para maximizar su efectividad.
ECOLÓGICO	<ul style="list-style-type: none"> · Las políticas medioambientales y regulaciones pueden afectar las operaciones de SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL, especialmente en términos de la gestión de desechos tecnológicos y la eficiencia energética. · Los clientes cada vez más valoran la sostenibilidad, por lo que SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL puede diferenciarse adoptando prácticas sostenibles y promoviendo su compromiso con el medio ambiente. · Las condiciones climáticas extremas pueden afectar las operaciones de seguridad. La empresa debe tener planes de contingencia para asegurar la continuidad del servicio.
LEGAL	<ul style="list-style-type: none"> · El cumplimiento con las leyes de seguridad privada, laborales y fiscales es esencial para evitar sanciones y mantener una operación eficiente. · La redacción y cumplimiento de contratos con clientes y proveedores deben ser precisos y claros para evitar disputas en lo legal y asegurar el cumplimiento de los términos acordados.

Nota: Esta ilustración indica la finalización del Análisis PESTEL de la empresa identificados en la investigación

Por lo tanto, este análisis PESTEL indica que la empresa de seguridad privada SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA C.L. opera en un entorno multifacético donde varios factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales influyen en su negocio. Para seguir creciendo y manteniendo su posición en el mercado, la empresa debe estar al tanto de estos factores, adaptarse a los cambios regulatorios y tecnológicos, y abordar las

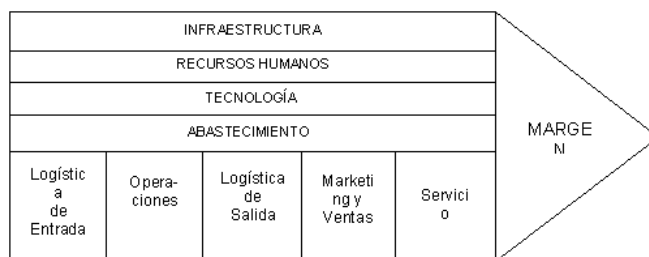
preocupaciones sociales y ambientales de manera proactiva. Con una estrategia bien informada y adaptable, SEGIRN puede fortalecer su oferta de servicios y ampliar su alcance en el mercado de seguridad privada en Ecuador.

ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR

Esta cadena de valor de SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL resalta las actividades clave que la empresa realiza de manera eficiente y coordinada para brindar servicios de seguridad de calidad, cumpliendo con su misión, visión y principios.

Figura 7

Cadena de Valor



Nota: La imagen muestra cómo se estructura una cadena de valor

Figura 8*Desarrollo de la Cadena de Valor de la empresa de seguridad privada*

ACTIVIDADES	
Actividades Primarias	<ul style="list-style-type: none"> • Reclutamiento y selección de personal altamente calificado • Adquisición y mantenimiento de equipos de seguridad (armamento, chalecos antibalas, etc.) • Gestión de inventarios y suministros
Operaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Prestación de servicios de vigilancia fija y móvil • Servicios de escolta vehicular y personal • Seguridad para eventos, congresos y actos artísticos • Realización de estudios de seguridad (análisis de espacios físicos y vulnerabilidades) • Operaciones de investigación y prevención de amenazas
Logística Externa	<ul style="list-style-type: none"> • Despliegue y movilización de personal de seguridad • Coordinación de rutas y horarios de vigilancia • Gestión de comunicaciones y monitoreo remoto
Marketing y Ventas	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de servicios de seguridad • Establecimiento de relaciones con clientes corporativos y residenciales • Gestión de contratos y atención al cliente
Servicio Postventa del servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Seguimiento y retroalimentación de servicios prestados • Manejo de quejas y reclamos • Mejora continua de procesos y calidad del servicio

Nota: Esta ilustración muestra las actividades esenciales identificadas durante la investigación para la empresa

Figura 9*Actividades de Apoyo*

ACTIVIDAD DE APOYO	
Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión administrativa y financiera • Planificación estratégica • Cumplimiento legal y regulatorio
Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación y desarrollo del personal • Programas de bienestar y motivación • Evaluación de desempeño
Desarrollo Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de sistemas de monitoreo y control • Integración de tecnologías de seguridad • Investigación y desarrollo de nuevas soluciones
Adquisiciones	<ul style="list-style-type: none"> • Negociación con proveedores de equipos y suministros • Gestión de contratos y compras • Aseguramiento de la calidad de los insumos y servicios.

Nota: La ilustración muestra las actividades de apoyo identificadas Durante la investigación para la empresa de seguridad

De acuerdo a este análisis, la cadena de valor de SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL muestra una sólida integración de actividades primarias y de apoyo, lo que le permite brindar servicios de seguridad confiables y efectivos a sus clientes, manteniendo altos estándares de calidad y una ventaja competitiva en el mercado.

ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER

El análisis de las 5 fuerzas de Porter es un marco conceptual desarrollado por el profesor Michael Porter de la Harvard Business School en 1979. Este marco se utiliza para entender y evaluar la competitividad de una organización.

Figura 10

5 fuerzas de Porter

5 FUERZAS DE PORTER

Rivalidad entre competidores	<ul style="list-style-type: none"> · La industria de seguridad privada es altamente competitiva, con numerosas empresas ofreciendo servicios similares. · La diferenciación se basa en la calidad del servicio, la experiencia del personal, los precios y la reputación de la empresa. · Las barreras de salida son relativamente altas debido a las inversiones en equipos, capacitación y contratos a largo plazo.
Amenazas de nuevos competidores	<ul style="list-style-type: none"> · Las barreras de entrada son moderadas, ya que se requieren inversiones significativas en equipos, capacitación y obtención de licencias. · La regulación gubernamental y las certificaciones necesarias pueden dificultar la entrada de nuevos competidores. · Las empresas establecidas cuentan con una base de clientes consolidada y una reputación sólida en el mercado.
Amenaza de productos sustitutos	<ul style="list-style-type: none"> · Los servicios de seguridad pública (policía, fuerzas armadas) pueden ser considerados sustitutos parciales. · Las tecnologías de seguridad, como sistemas de alarma y cámaras de vigilancia, pueden complementar o, en algunos casos, sustituir parcialmente los servicios de vigilancia física.
Poder de negociación de los proveedores	<ul style="list-style-type: none"> · Los proveedores de equipos de seguridad (armamento, chalecos antibalas, etc.) y tecnologías tienen cierto poder de negociación. · La disponibilidad de proveedores alternativos y la capacidad de negociación de las empresas de seguridad pueden influir en el poder de los proveedores. · El costo y la calidad de los equipos son factores críticos para las empresas de seguridad.
Poder de negociación de los clientes	<ul style="list-style-type: none"> · Los clientes corporativos y residenciales de alto valor tienen un mayor poder de negociación debido a su capacidad de elección y presupuestos más amplios. · Los clientes sensibles al precio pueden tener un mayor poder de negociación, especialmente en el sector residencial. · La reputación, la calidad del servicio y la diferenciación de la empresa pueden contrarrestar el poder de negociación de los clientes.

Nota: La ilustración muestra el análisis de las fuerzas de Porter identificadas durante la investigación para la empresa de seguridad privada

De acuerdo con este análisis, se dedujo que la empresa de seguridad privada SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL presenta una intensa rivalidad competitiva, lo que le exige a mantener un enfoque en la calidad del servicio, la capacitación del personal y la innovación tecnológica para diferenciarse y mitigar las amenazas de sustitutos y nuevos

entrantes. Además, la gestión eficiente de las relaciones con proveedores y clientes será clave para mantener una posición competitiva sólida en el mercado.

DISCUSIÓN:

En esta sección, se presentan los resultados obtenidos de la investigación aplicada para la empresa SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA C.L. Además, se realiza una comparación con los hallazgos de otras investigaciones similares, se discuten las implicaciones de los resultados y se analizan las limitaciones y proyecciones futuras del estudio.

- De acuerdo con Byron Sánchez (2023), en su estudio realizado en la ciudad de Ambato, Ecuador, se indica que el 90% de los clientes consideran necesarias a las empresas de seguridad privada. Esta conclusión coincide con la presente investigación, donde se planteó la interrogante: "¿Está de acuerdo que la seguridad privada es necesaria en la actualidad?". El 73% de los encuestados expresaron que están totalmente de acuerdo con la necesidad de seguridad privada en el sector.

- Otra coincidencia encontrada en el trabajo de Byron Sánchez (2023) se relaciona con el grado de satisfacción del servicio de seguridad en el sector. Ambos estudios revelan que los clientes muestran un nivel de conformidad neutral respecto a la seguridad privada en general.

- Así, para, Stefano Montoya (2020), en su estudio realizado en la ciudad de Quito, Ecuador, sugiere que los clientes recomiendan brindar capacitaciones más frecuentes al personal de seguridad. Este hallazgo también coincide con la presente investigación, donde se observa una mayor aceptación por parte de los encuestados de entrenar y capacitar al personal de seguridad para mejorar el servicio.

- De acuerdo con Byron Sánchez (2023) en su estudio realizado en la ciudad de Ambato, Ecuador, se indica que la mayoría de los clientes prefieren recibir información de la

empresa de seguridad a través de la red social Facebook (27%). Este hallazgo contrasta con nuestros resultados, donde se observa que el 40% de los clientes prefieren WhatsApp como su canal de comunicación preferido.

- En este contexto, en el estudio realizado por Paulina Castillo (2022) en la ciudad de Riobamba, se encontró una diferencia en cuanto al conocimiento de otras empresas de seguridad. Paulina Castillo (2022) identificó que la empresa de seguridad más reconocida en su sector es L&M Seguridad (36%), mientras que, en Otavalo, Imbabura, la empresa más reconocida resultó ser INVIN Seguridad Privada (39%).

- Otra diferencia notable se refiere al tipo de seguridad que los clientes prefieren contratar. En el estudio de Paulina Castillo (2022), los clientes mostraron una mayor preferencia por la seguridad electrónica sobre la guardia de seguridad. En cambio, nuestros encuestados expresaron que consideran la seguridad física como la mejor opción.

Si se habla sobre la necesidad y valoración de la seguridad privada en el sector, la primera tabla con la interrogante de: ¿Está de acuerdo que la seguridad privada es necesaria en la actualidad?, muestra que los encuestados están en un 73,3% totalmente de acuerdo, esto demuestra una percepción generalizada de la importancia de la seguridad en la vida cotidiana. Esta alta valoración se logra correlacionar con la percepción de seguridad con la vida diaria, indicando una fuerte conciencia en el tema resguardo eficiente, lo que sugiere un mercado favorable para la expansión de los servicios de este tipo.

Por otro lado, en cuanto al reconocimiento de las empresas de seguridad en el sector, INVIN Seguridad Privada es la más conocida, seguida de COPRISEG CIA LTDA y SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL. Esto resalta la importancia del reconocimiento de la marca y su relación con la percepción de calidad y confiabilidad. Sin embargo, la falta de reconocimiento de SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL por parte de los

encuestados indica una necesidad de mejorar su visibilidad y estrategias de marketing. En este sentido, se observa la inversión en publicidad y campañas de marketing efectivas por parte de INVIN Seguridad Privada

En tanto al uso de las redes sociales y publicidad, WhatsApp, Facebook e Instagram, resultan ser las más usadas en el sector, por lo que se ve necesario la guía de estrategias de marketing digital por parte de las empresas de seguridad, priorizando estas plataformas para alcanzar y atraer a su público objetivo. Sin embargo, de acuerdo al análisis de tablas ubicado en anexos, solo el 53,4% ha visto publicidad de empresas de seguridad privada, lo que indica una oportunidad significativa para aumentar la visibilidad y alcance de las campañas de marketing de SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL.

Si hablamos de satisfacción y mejora del servicio, se hace una relación entre la experiencia de los encuestados junto a sus sugerencias, en este contexto, la primera, muestra una calificación neutral y satisfactoria con los servicios de seguridad privada, lo que sugiere una percepción positiva, aunque existe una parte que necesita mejorar su agrado. Las sugerencias de los encuestados para mejorar la rapidez de respuesta en emergencias se centran en el entrenamiento y capacitación del personal, que, con protocolos de acción claros, indican un factor clave donde puede enfocarse la empresa para mejorar los servicios ofrecidos y confianza de sus clientes.

Finalmente, la experiencia y el uso de los servicios de seguridad, muestran que, a pesar de tener una alta valoración de seguridad, el análisis de tablas, ubicado en anexos, indica que el 56.7% de los encuestados no han utilizado un servicio como este, lo que sugiere un mercado potencialmente grande aun no explotado en el sector. A esto se adiciona la baja demanda del servicio y por ende la falta de emergencias reportadas, lo que puede indicar tanto una

percepción de seguridad efectiva como una falta de visibilidad y confianza de los servicios disponibles.

El análisis de las correlaciones entre diversas variables relacionadas con la seguridad privada nos ofrece una visión profunda de cómo se interrelacionan los factores que influyen en la percepción y el uso de servicios de seguridad. A continuación, se presentan los resultados:

Al hablar sobre la relación entre publicidad y uso del servicio Existe una correlación media entre haber utilizado servicios de seguridad privada y haber visto publicidad de estas empresas en el sector “0.460”, lo que generaría que las estrategias de publicidad de los servicios de seguridad se basen en aumentar la visibilidad de la empresa.

Existe una correlación medianamente alta en tanto al conocimiento de los encuestados sobre la empresa SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL con un “0,611”, por lo que el reconocimiento de la marca es crucial y la empresa debe invertir en branding y campañas de concienciación.

Dentro de la tecnología y percepción de efectividad de la seguridad privada, su percepción de la integración de tecnologías de seguridad y la calificación de la efectividad de la seguridad en el sector tienen una alta correlación “0.777”. Esto implica que la tecnología avanzada mejora la percepción de seguridad, por lo que las empresas deben seguir innovando y educando a los clientes sobre los beneficios tecnológicos.

De los resultados podemos encontrar un factor interesante, este es la percepción de efectividad y el uso de servicios, para lo cual se muestra que en áreas donde se percibe alta efectividad de la seguridad, el uso de servicios de seguridad privada es menor “-0.486”. Por lo que esto implica que, en áreas seguras, se percibe una menor necesidad de servicios adicionales, por lo que las empresas de cierta manera deben comunicar el valor añadido de sus servicios, incluso en estas zonas seguras.

LIMITACIONES Y PROYECCIONES

Al analizar los resultados de las correlaciones y las tablas relacionadas con el uso y la percepción de los servicios de seguridad privada, es crucial considerar varias limitaciones que pueden influir en la interpretación de estos hallazgos.

Se obtuvo que las correlaciones identificadas no establecen relaciones causales. Por ejemplo, aunque existe una correlación media entre la publicidad de empresas de seguridad y el uso de servicios de seguridad, esto no implica que la publicidad cause directamente el uso de dichos servicios, por lo que se ve necesario realizar estudios adicionales con diseños experimentales o longitudinales para determinar estas causalidades.

Otro factor, como la percepción general de inseguridad, eventos recientes de criminalidad, o experiencias personales previas, pueden influir en las respuestas y no haber sido controlados en el análisis, ya que la falta de control sobre estos factores puede llevar a interpretaciones incompletas o erróneas de las correlaciones observadas.

Ahora, se debe entender que los datos recogidos representan un momento específico en el tiempo. Las percepciones y el uso de servicios de seguridad pueden cambiar con el tiempo debido a cambios en la situación de seguridad o en la oferta de servicios, en otras palabras, los datos no pueden reflejar tendencias a largo plazo y podrían cambiar con nuevos desarrollos en la seguridad privada.

PROPUESTA

Análisis de la situación empresarial de SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL.

En el contexto actual de creciente demanda por servicios de seguridad privada, SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL se posiciona como una entidad fundamental en las provincias de Imbabura y Pichincha. Esta empresa, dedicada a brindar soluciones

integrales de seguridad física y virtual, ha logrado establecerse en el mercado a través de un enfoque en la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Del análisis realizado a través del FODA, Matriz PESTEL, Cadena de valor y 5 fuerzas de Porter ha proporcionado una visión integral de la empresa, permitiendo identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Los resultados de este estudio serán esenciales para desarrollar recomendaciones estratégicas que impulsarán el crecimiento y la sostenibilidad de SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL en el largo plazo. Con este trabajo, se espera contribuir significativamente a la optimización de sus operaciones y a la mejora continua de sus servicios, consolidando su reputación como líder en el sector de seguridad privada.

Ahora bien, SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL, con la finalidad de brindar un excelente servicio y estar más cerca de sus clientes, cuenta con una amplia experiencia gerencial enfocada a preparar y dirigir un equipo de trabajo en el campo de seguridad especializada.

Los lineamientos de seguridad correctamente direccionados e implantados en su diario vivir, hacen que la oferta de seguridad sea la mejor opción para prevenir acontecimientos causados por la delincuencia común y organizada que asecha hoy al Ecuador.

FILOSOFÍA CORPORATIVA:

MISION

La misión de SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL se basa en “Proveer soluciones integrales de seguridad privada con un equipo humano altamente calificado, profesional y continuamente capacitado. Utiliza las técnicas más avanzadas y adaptadas a las necesidades específicas del entorno nacional, garantizando la máxima satisfacción, confianza y tranquilidad para sus clientes”.

VISION

SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL tiene como visión el “Convertirse en la empresa líder en seguridad privada en el sector de Otavalo, Imbabura, Ecuador, reconocida por su excelencia, innovación y confiabilidad. Se proponen expandir su presencia en todo el territorio nacional, garantizando la máxima satisfacción y fidelidad de sus clientes a través de servicios de seguridad excepcionales y adaptados a sus necesidades”.

PRINCIPIOS Y VALORES

PRINCIPIOS:

- Eficacia y eficiencia en la ejecución de nuestra misión.
- Responsabilidad y alto espíritu de colaboración.
- Capacitación permanente.

VALORES:

- Responsabilidad
- Disciplina
- Ética Profesional
- Solidaridad y vocación de Servicio

POLITICAS DE LA EMPRESA

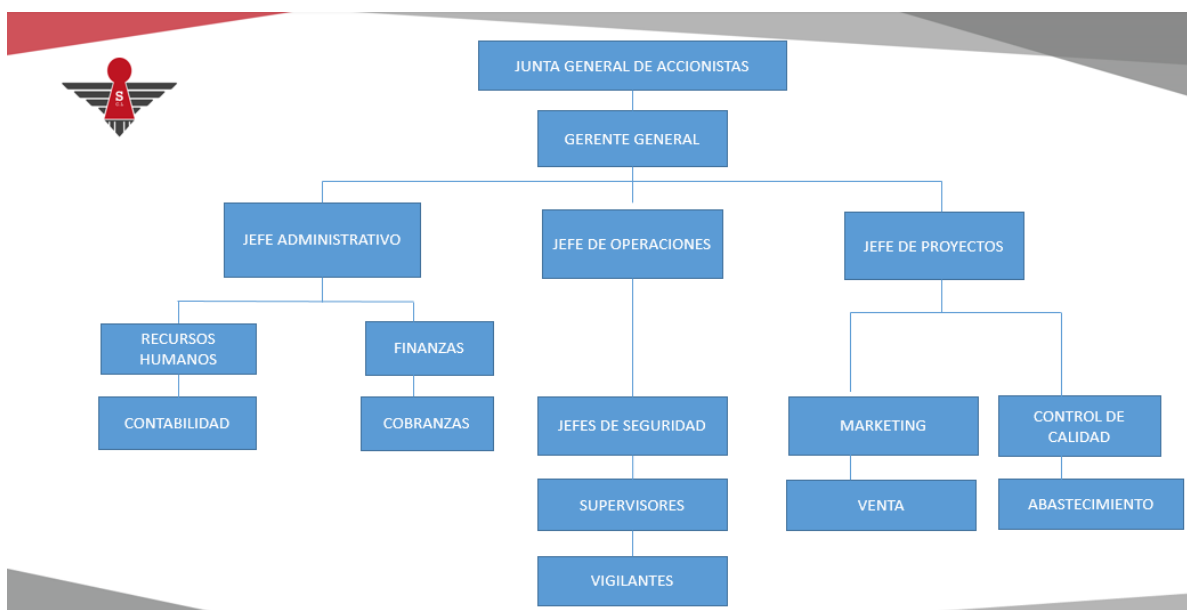
- SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL se compromete contar con un equipo altamente calificado mediante una rigurosa selección y capacitación continua en técnicas de seguridad, manejo de crisis y tecnología avanzada.
- La empresa se somete a adherir estrictamente a todas las leyes y regulaciones aplicables, promoviendo altos estándares éticos, transparencia y responsabilidad en todas sus operaciones.

- SEGIRN implementa un sistema de gestión de calidad con evaluaciones continuas y encuestas de satisfacción para asegurar un servicio de excelencia y mejoras constantes.
- La empresa provee un ambiente de trabajo seguro y saludable, con evaluaciones periódicas de riesgos y medidas preventivas, además de programas de bienestar y apoyo psicológico para su personal.
- Garantiza la privacidad y confidencialidad de la información de sus clientes y la empresa, cumpliendo con las leyes de protección de datos y capacitando al personal en prácticas seguras de manejo de información.
- Se comprometen a realizar a prácticas sostenibles y participación en iniciativas de responsabilidad social, fomentando una cultura de responsabilidad ambiental y uso eficiente de recursos.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Figura 11

Estructura Organizacional SEGIRN



Nota: La ilustración muestra el organigrama de la empresa SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL

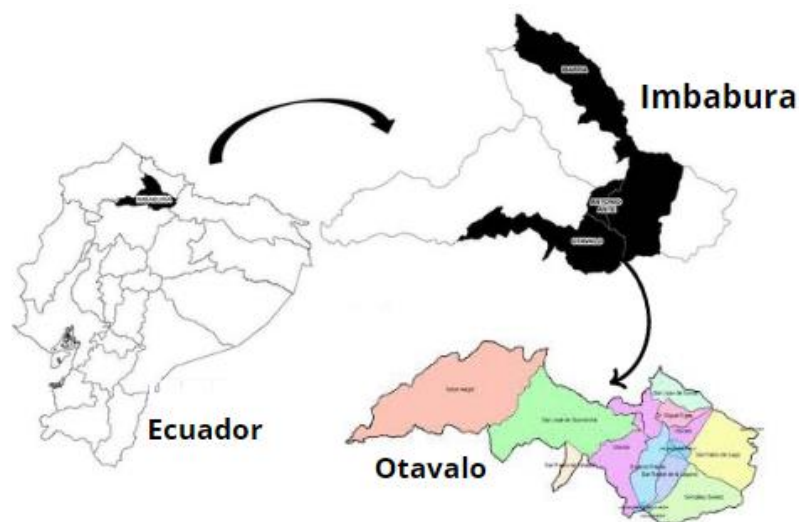
MACRO Y MICROLOCALIZACIÓN

MACROLOCALIZACIÓN

SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL se encuentra localizada en la en el Ecuador, provincia de Imbabura, en el la ciudad de Otavalo.

Figura 12

Macro localización de SEGIRN



Nota: La imagen muestra la macro localización de la empresa, empezando desde Ecuador, Imbabura y finaliza en la ciudad de Otavalo.

MICROLOCALIZACIÓN

La empresa específicamente tiene sus oficinas y centro de almacenamiento en la parroquia de González Suárez, en las calles Gran Colombia y Eloy Alfaro.

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

El análisis estratégico es una herramienta fundamental para la planificación y gestión empresarial, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones y el desarrollo de estrategias efectivas que impulsen el crecimiento y la competitividad de la las empresas.

Matriz MEFE

La matriz MEFE (Matriz de Evaluación de Factores Externos) se utiliza para evaluar las oportunidades y amenazas externas que enfrenta una organización.

Figura 13

Análisis Estratégico: Matiz MEFE

Factores Externos	Peso	Evaluación	Valor Ponderado
OPORTUNIDADES:			
Digitalización de Servicios	0,15	4	0,6
Creciente Demanda de Servicios de Seguridad	0,15	4	0,6
Expansión Geográfica	0,15	4	0,6
Desarrollo de Estrategias de Marketing Digital	0,1	4	0,6
TOTALES	0,55		2,4
AMENAZAS:			
Alta Competencia en el Sector	0,15	3	0,45
Adaptación a Nuevas Tecnologías	0,1	2	0,2
Fluctuaciones Económicas	0,1	2	0,2
Cambios en la Regulación	0,1	2	0,2
TOTALES	0,45		1,05
TOTAL:	1		3,45

Nota: La ilustración muestra la ponderación de la Matriz MEFE realizada durante la investigación

Análisis de la matriz MEFE:

El puntaje total de las oportunidades corresponde a 2,4. Esto indica que SEGIRN está en una posición favorable respecto a los factores externos. La empresa tiene buenas oportunidades para aprovechar y enfrenta amenazas que puede manejar adecuadamente.

Matriz MEFI

La matriz MEFI (Matriz de Evaluación de Factores Internos) se utiliza para evaluar las fortalezas y debilidades internas de una organización.

Figura 14

Análisis Estratégico: Matiz MEFI

Factores Internos	Peso	Evaluación	Valor Ponderado
FORTALEZAS:			
Equipo Experimentado y Capacitado	0,15	4	0,6
Reputación y Experiencia Local	0,2	4	0,8
Atención al Cliente Personalizada	0,15	4	0,6
Uso Efectivo de Tecnología de Seguridad	0,1	4	0,4
TOTAL	0,6		2,4
DEBILIDADES:			
Limitada Presencia Digital	0,1	2	0,2
Comunicación Proactiva	0,1	2	0,2
Capacitación en Tecnologías Disponibles	0,1	2	0,2
Optimización de Costos	0,1	3	0,3
TOTAL	0,4		0,9
TOTAL:	1		3,3

Nota: La ilustración muestra la ponderación de la matriz MEFI realizada durante la investigación

Análisis matriz MEFI:

El puntaje total de las fortalezas corresponde a 2,4. Esto sugiere que la empresa tiene una fuerte capacidad interna, con significativas fortalezas y algunas debilidades que deben ser abordadas.

En general, de acuerdo al análisis de ambas matrices se entiende que SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL tiene una posición competitiva sólida tanto en términos de factores internos como externos, lo que proporciona una buena base para desarrollar y ejecutar estrategias efectivas.

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

La Matriz de Perfil Competitivo permite comparar a SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL con sus principales competidores en el sector de seguridad privada utilizando factores clave de éxito ponderados y evaluados.

Los factores clave a evaluar son los siguientes:

- Calidad de servicio
- Reputación y experiencia laboral
- Tecnología utilizada
- Atención al cliente
- Presencia Digital
- Costo de los servicios

Para su ponderación y posterior evaluación se ha designado una escala de 0.0 a 1.0 donde la suma total de las ponderaciones debe ser 1.0

Figura 15*Ponderación matriz competitivo*

FACTOR CLAVE	PONDERACIÓN
• Calidad de servicio	0.25
• Reputación y experiencia laboral	0.20
• Tecnología utilizada	0.10
• Atención al cliente	0.15
• Presencia Digital	0.15
• Costo de los servicios	0.15

Nota: La imagen muestra el valor de ponderación para cada factor clave evaluado durante la investigación

Para la evaluación a sus competidores se utilizará una escala de Likert, la cual se basa en los siguientes parámetros:

Escala de 1 a 5, donde:

Figura 16*Evaluación de competidores*

1	2	3	4	5
Pobre	Regular	Neutral	Bueno	Excelente

Nota: La imagen muestra los valores designados para la evaluación de competidores durante la investigación.

Competidores a Evaluar:

Figura 17*Competidores a Evaluar*

Competidor A	Competidor B	Competidor C	Competidor D
SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL	INVIN SEGURIDAD	COPRISEG CIA LTDA	Seguridad Privada Imbabura

Nota: La ilustración muestra los competidores de SEGIRN evaluados durante la investigación.

DESARROLLO DE LA MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

Figura 18

Matriz de Perfil Competitivo

Factor Clave	Ponderación	SEGIRN	INVIN SEGURIDAD	COPRISEG CIA LTDA	Seguridad Privada Imbabura
Calidad de servicio	0,25	4	1	4	1
Reputación y experiencia laboral	0,2	3	0,6	5	1
Tecnología utilizada	0,1	3	0,3	4	0,4
Atención al cliente	0,15	4	0,6	4	0,6
Presencia Digital	0,15	1	0,15	4	0,6
Costo de los servicios	0,15	3	0,45	4	0,6
TOTAL, PONDERADO:	1	3,1	4,2	3,4	3,4

Nota: Esta ilustración muestra el desarrollo de la matriz competitiva realizada durante la investigación

Análisis de la matriz:

- **SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL** tiene una puntuación ponderada total de 3.45, destacándose principalmente en la calidad de servicio y atención al cliente.
- **INVIN SEGURIDAD** posee una puntuación ponderada total de 4.2, teniendo una mayor concentración en todos los factores sobresaliendo su reputación y experiencia laboral.
- **COPRISEG CIA LTDA** y **SEGURIDAD PRIVADA IMBAURA** poseen un total ponderado similar equivalente a 3.4, donde se destacan por su calidad de servicio y la atención a sus clientes.

Ahora bien, como conclusiones finales para la empresa SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL, encontramos los siguientes datos a resaltar:

Figura 19

Conclusiones finales de la matriz de perfil competitivo

FORTALEZAS DE SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL	ÁREAS DE MEJORA	ESTRATEGIAS RECOMENDADAS
SEGIRN lidera en calidad del servicio, reputación y atención al cliente, lo que indica una percepción positiva y una sólida relación con los clientes.	SEGIRN necesita mejorar su presencia digital para mantenerse competitivo, especialmente contra Competidor B (INVIN SEGURIDAD)	Enfocar esfuerzos en mejorar la visibilidad online y continuar invirtiendo en tecnologías avanzadas para mantener la competitividad y liderar en el mercado de la provincia de Imbabura.

Nota: Esta ilustración muestra los resultados de la matriz de perfil competitivo encontrados durante la investigación.

MATRIZ DE ESTRATEGIAS

Figura 20

Matriz de estrategias

Fortalezas (F):		Debilidades (D):
	1. Equipo Experimentado y Capacitado 2. Reputación y Experiencia Local 3. Atención al Cliente Personalizada 4. Uso Efectivo de Tecnología de Seguridad	1. Limitada Presencia Digital 2. Comunicación Proactiva 3. Capacitación en Tecnologías Disponibles 4. Optimización de Costos
Oportunidades (O):	Estrategias FO:	Estrategias DO:
1. Digitalización de Servicios	“F2 y O1, O4”: Implementar campañas de publicidad en Google Ads y otros motores de búsqueda	“D1y O4”: Construir un sólido perfil de enlaces entrantes mediante campañas de linkbuilding:
2. Creciente Demanda de Servicios de Seguridad	“F1 y O2, O3”: Desarrollar contenidos atractivos y relevantes para cada plataforma	“D2 y O4”: Desarrollar campañas de email marketing segmentadas para clientes actuales y potenciales
3. Expansión Geográfica		
4. Desarrollo de Estrategias de Marketing Digital	“F3 y O1”: Facilitar el proceso de contratación de servicios y canales de atención al cliente online	“D3 y O1”: Capacitación en Tecnologías Disponibles
Amenazas (A):	Estrategias FA:	Estrategia DA:
1. Alta Competencia en el Sector	“F2 y A1”: Segmentar y orientar la publicidad según el público objetivo y ubicación geográfica	“D1, D2y A1, A3”: Asociarse con influencers o expertos del sector para generar credibilidad
2. Adaptación a Nuevas Tecnologías	“F3 y A1”: Monitorear y responder activamente a interacciones y menciones	“D3, D2 y A2, A4”: Crear y distribuir contenido valioso en formatos como blogs, infografías, videos, webinars, etc.
3. Fluctuaciones Económicas	“F4 y A2”: Utilizar los datos para optimizar continuamente las estrategias y campañas digitales	“D1, D4 y A1, A3”: Desarrollar campañas publicitarias en redes sociales para aumentar el alcance
4. Cambios en la Regulación		

Nota: Esta ilustración muestra el desarrollo de la matriz de estrategias realizada durante la investigación

En resumen, esta matriz permitió conocer la relación de las estrategias a utilizar en la investigación, de las cuales encontramos las siguientes:

- **Publicidad y Marketing Digital:**

Implementar campañas en Google Ads, redes sociales y email marketing para mejorar la presencia digital y atraer más clientes.

- **Contenido y Comunicación:**

Desarrollar contenidos relevantes, monitorear interacciones y asociarse con influencers para generar credibilidad y mejorar la comunicación proactiva.

- **Capacitación y Tecnología:**

Capacitar en tecnologías disponibles y usar datos para optimizar estrategias.

- **Atención al Cliente y Expansión:**

Facilitar el proceso de contratación y expandir geográficamente, mejorando la experiencia del cliente y aprovechando la digitalización de servicios.

OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.

Objetivo general

Desarrollar un plan de marketing digital para la empresa de seguridad privada SEGIRN, que le permita fortalecer su presencia en línea, mejorar la visibilidad de su marca, atraer nuevos clientes y consolidar su posición como líder en el mercado de seguridad privada en Otavalo, Imbabura.

Objetivo a corto plazo

“Incrementar la visibilidad y posicionamiento de la empresa SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL, a través de una adecuada publicidad digital”.

La matriz MEFI y MEFE resulta ventajosa para determinar aquellas estrategias que van a permitir el cumplimiento del objetivo, estas son las siguientes:

- Construir un sólido perfil de enlaces entrantes mediante campañas de linkbuilding.
- Implementar campañas de publicidad en Google Ads y otros motores de búsqueda.

- Segmentar y orientar la publicidad según el público objetivo y ubicación geográfica.
- Definir las redes sociales prioritarias según el público objetivo de SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL (Facebook, WhatsApp, etc.).
- Implementar campañas publicitarias en redes sociales para aumentar el alcance.
- Asociarse con influencers o expertos del sector para generar credibilidad.

Objetivo mediano plazo

“Fortalecer la presencia y engagement en el sitio web de la empresa y sus redes sociales”.

Las estrategias que servirán para el cumplimiento del objetivo a mediano plazo corresponden a las siguientes:

- Desarrollar contenidos atractivos y relevantes para cada plataforma.
- Monitorear y responder activamente a interacciones y menciones.
- Crear y distribuir contenido valioso en formatos como blogs, infografías, videos, webinars, etc.
- Desarrollar campañas de email marketing segmentadas para clientes actuales y potenciales.

Objetivo a largo plazo

“Mejorar la experiencia del usuario y el servicio al cliente en canales digitales”.

Las estrategias identificadas para cumplir el objetivo a largo plazo corresponden a las siguientes:

- Facilitar el proceso de contratación de servicios y canales de atención al cliente online.
- Utilizar los datos para optimizar continuamente las estrategias y campañas digitales.
- Monitorear y responder activamente a interacciones y menciones. (Este también puede contribuir aquí, aunque su impacto principal es en engagement)

MATRIZ DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

La matriz de estrategias de marketing digital para la empresa SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL está diseñada para maximizar a visibilidad online, atraer nuevos clientes y retener a los actuales mediante una combinación de tácticas de marketing como el uso de las 7 P del marketing, así como contenidos, publicidad en redes sociales y email marketing, además, consta de las estrategias aplicables dentro de un presupuesto anual de aproximadamente \$4.055.

Figura 21*Matriz de estrategias de marketing digital*

Estrategia	Actividad	Objetivo	Presupuesto	Responsable	Plazo	7 P de Marketing
Linkbuilding	Campañas de linkbuilding	Aumentar tráfico orgánico	\$600/año (\$50/mes)	Dpto. Marketing	Corto plazo (0-3 meses)	Promoción
Google Ads	Implementar campañas de Google Ads	Aumentar la visibilidad y captar leads	\$728/año (\$50/mes)	Agencia de publicidad	Corto plazo (0-3 meses)	Promoción
Publicidad Segmentada	Segmentar y orientar la publicidad	Aumentar la efectividad de las campañas publicitarias	\$120/año (\$10/mes)	Equipo de marketing	Corto plazo (0-3 meses)	Procesos
Redes Sociales	Definir y priorizar redes sociales (Facebook, WhatsApp)	Aumentar el alcance y la interacción	N/D	Equipo de marketing	Corto plazo (0-3 meses)	Promoción
Redes Sociales	Implementar campañas publicitarias en redes sociales	Aumentar el alcance y la interacción	\$360/año (\$30/mes)	Equipo de marketing	Corto plazo (0-3 meses)	Promoción
Influencers	Asociarse con influencers o expertos del sector	Generar credibilidad y atraer nuevos clientes	\$200	Equipo de marketing	Mediano plazo (3-6 meses)	Promoción
Contenido y Diseño	Crear contenidos atractivos y relevantes	Fortalecer la presencia y engagement	\$240/año (\$20/mes)	Equipo de marketing	Mediano plazo (3-6 meses)	Producto
Atención al Cliente y Monitoreo	Monitorear y responder activamente a interacciones y menciones	Fortalecer la presencia y engagement / Mejorar la satisfacción del cliente	\$360/año (\$30/mes)	Equipo de atención al cliente	Mediano plazo (3-6 meses) / Largo plazo (6-12 meses)	Personas
Contenido y Diseño	Crear y distribuir contenido valioso (blogs, infografías, videos, webinars)	Fortalecer la presencia y engagement	\$240/año (\$20/mes)	Equipo de marketing	Mediano plazo (3-6 meses)	Producto
Email Marketing	Desarrollar campañas de email marketing segmentadas	Fortalecer la presencia y engagement	\$240/año (\$20/mes)	Equipo de marketing	Mediano plazo (3-6 meses)	Promoción
Atención al Cliente y Monitoreo	Facilitar el proceso de contratación de servicios y canales de atención al cliente online	Mejorar la experiencia del usuario	\$367 (único)	Desarrollador web	Largo plazo (6-12 meses)	Plaza
Desarrollo Web	Utilizar los datos para optimizar estrategias y campañas digitales	Mejorar la experiencia del usuario	\$600/año (\$50/mes)	Equipo de marketing	Largo plazo (6-12 meses)	Procesos

Nota: Esta ilustración muestra la planificación de actividades, objetivo, presupuesto, responsable, plazo y a qué tipo de las 7 P de marketing pertenece cada estrategia.

DESARROLLO DE LAS ESTRATEGIAS:

Estas estrategias cubren diversos aspectos del marketing digital y deben ser adaptadas y priorizadas según los recursos, objetivos específicos y etapas del plan de acción de SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL. Una implementación efectiva de estas estrategias contribuirá al logro de los objetivos y al fortalecimiento de la presencia digital de la empresa en el sector de seguridad privada.

- **Construir un perfil de enlaces entrantes mediante campañas de *linkbuilding***

El *linkbuilding* es una práctica esencial en el marketing digital para mejorar el posicionamiento web y la autoridad del sitio en los motores de búsqueda. Consiste en obtener enlaces de alta calidad desde otros sitios web relevantes y de confianza hacia el sitio web de la empresa.

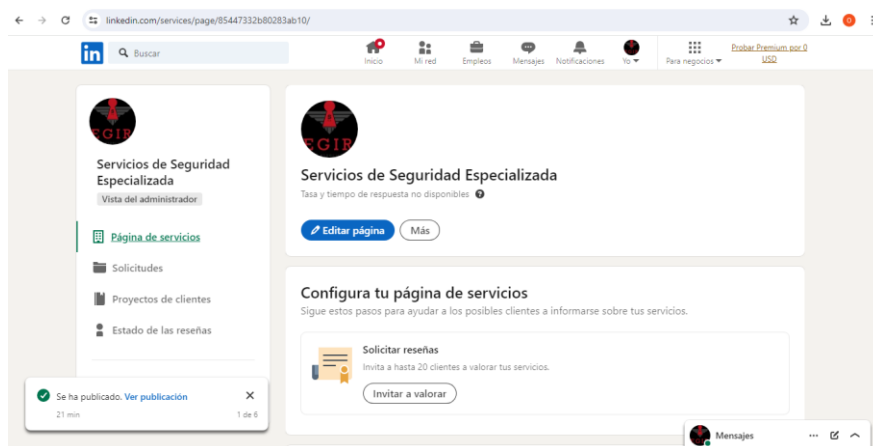
Se utilizó la herramienta de “*LinkedIn*”, donde se expondrán puntos que resalten a la empresa **SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL**, además, se promocionan sus servicios, página *web* y redes sociales. Teniendo un valor de \$600 anuales (\$50 al mes)

Sus indicadores de medición fueron el número de enlaces entrantes de calidad obtenidos, mejora en el ranking de palabras clave relevantes, aumento del tráfico orgánico al sitio *web*

LinkedIn: www.linkedin.com/in/seguridad-especializada-1ab66b312

Figura 22

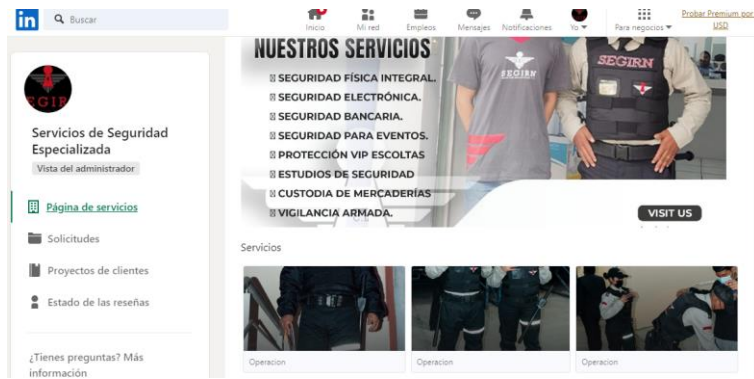
Plataforma LinkedIn



Nota: Esta ilustración muestra el inicio de la plataforma de LinkedIn, herramienta para las campañas de *linkbuilding*

Figura 23

Publicidad para LinkedIn



Nota: La ilustración muestra las diferencias publicidad de la empresa de seguridad en la plataforma de *LinkedIn*

- **Redefinir la filosofía corporativa de SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL.**

La filosofía corporativa engloba la misión, visión, valores y principios rectores de una empresa. Redefinirla es crucial para transmitir una identidad sólida y diferenciada que conecte con el público objetivo.

Se utilizó la plataforma digital llamada “DESIGN.COM”, con el propósito de sugerir otra idea de un logo de la empresa, determinando su valor y significado. Su valor corresponde a \$240

Sus indicadores de medición son encuestas de percepción de marca antes y después de la redefinición, aumento en el reconocimiento y preferencia de marca.

Figura 24

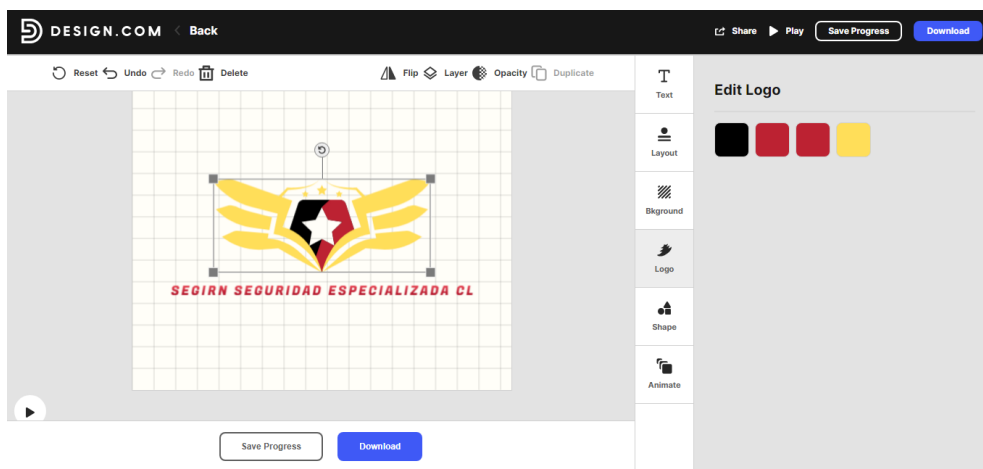
Filosofía empresarial



Nota: La ilustración muestra el formato actual de la empresa, adicionando valores agregados, los cuales son el significado del color y simbología del logo

Figura 25

Filosofía empresarial



Nota: La ilustración muestra una nueva idea de modelo para la empresa

Figura 26

Filosofía empresarial.



Nota: La ilustración indica la nueva idea desarrollada en la investigación para la empresa de seguridad

- **Implementar campañas de publicidad en Google Ads y otros motores de búsqueda.**

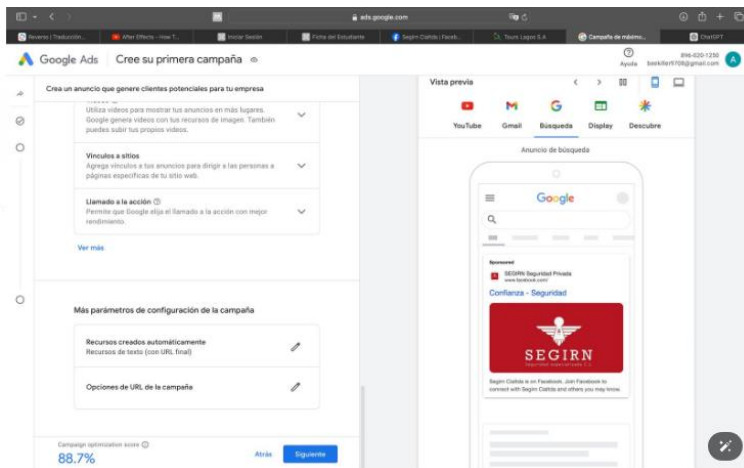
Las campañas de publicidad en motores de búsqueda como Google Ads permiten mostrar anuncios relevantes a usuarios que buscan productos o servicios específicos, aumentando la visibilidad y el tráfico calificado al sitio web.

Se crearon campañas en Google Ads con anuncios que se muestren a usuarios que buscan “empresas de seguridad en Otavalo”, con un valor correspondiente a \$728 (\$50 al mes)

Sus indicadores de medición son Impresiones de anuncios, clics, tasa de clics (CTR), costo por clic (CPC)

Figura 27

Campaña en Google Ads



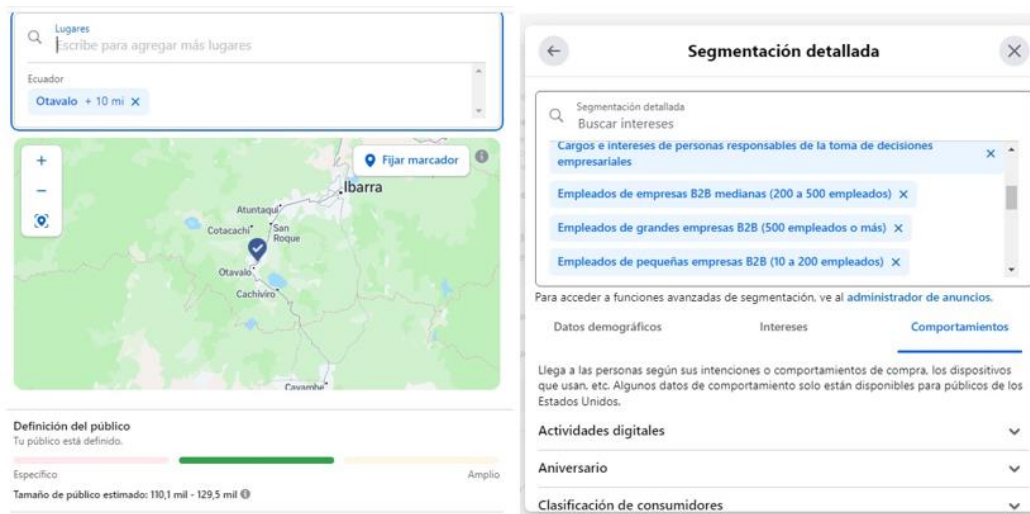
Nota: La ilustración indica el formato de visualización de la campaña de Google ads de la empresa realizada durante la investigación

- **Segmentar y orientar la publicidad según el público objetivo y ubicación geográfica**

La segmentación de la publicidad permite dirigir los esfuerzos de marketing a los grupos de clientes más relevantes y con mayor potencial, aumentando la efectividad y el retorno de la inversión.

Los anuncios de *Google ads*, publicidades en redes sociales, blogs y la página web activa de la empresa fueron dirigidos para los usuarios específicamente de la ciudad de Otavalo y su alcance general será hasta usuarios de Imbabura. Su costo es de \$120 anuales (\$10 al mes).

Sus indicadores son el alcance y engagement en el público objetivo, conversiones, costo por conversión.

Figura 28*Segmentación en redes sociales*

Nota: La ilustración muestra como es el modelo de segmentación realizada durante la investigación

- **Definir las redes sociales prioritarias según el público objetivo de SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL (Facebook, WhatsApp, etc.)**

Las redes sociales son plataformas clave para conectar con el público objetivo, construir una comunidad en torno a la marca y promover productos o servicios. Definir las redes prioritarias maximiza los esfuerzos y resultados.

De acuerdo a la investigación, resulta óptimo el uso de la red social Facebook de SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL, además de generar publicidad por medio de historias de WhatsApp para realizar una adecuada publicidad del servicio de seguridad privada, con un valor nulo debido a que ya se definió las redes sociales prioritarias.

Sus indicadores de medición son los seguidores, alcance, *engagement* (*likes*, comentarios, shares), tráfico *web* desde redes sociales, conversiones.

Figura 29*Red social más usada*

¿Señale la red social que usted utiliza con mayor frecuencia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Facebook	133	34,5	34,5
	Instagram	83	21,5	56
	WhathsApp	156	40,4	96,4
	Twitter	9	2,3	98,7
	Otros	5	1,3	100
	Total	386	100	100

- :
- Los clientes prefieren utilizar WhatsApp

Nota: La ilustración muestra las redes sociales más usadas de los clientes potenciales.

- **Desarrollar contenidos atractivos y relevantes para cada plataforma.**

El contenido es el pilar fundamental del *marketing* digital. Desarrollar contenidos atractivos y relevantes para cada plataforma, ya sean redes sociales, *blogs* o sitios web, es esencial para captar y retener la atención del público objetivo.

Los contenidos atractivos se enfocaron en la visibilidad de los servicios ofrecidos, la vista real de la seguridad operando al igual que el equipo de trabajo de la empresa. Su valor corresponde a \$240 anuales (\$20 al mes).

Sus indicadores de medición son las vistas, *shares*, conversiones generadas por el contenido, *engagement*, tráfico *web* desde el contenido.

Figura 30

Contenido atractivo para la publicidad de la empresa



Nota: La ilustración enseña diferentes formas utilizadas en la investigación para la publicidad de la empresa de seguridad privada.

Figura 31

Contenido atractivo para la publicidad de la empresa



Nota: La ilustración enseña diferentes formas utilizadas en la investigación para la publicidad de la empresa de seguridad privada.

Figura 32

Contenido atractivo para la publicidad de la empresa



Nota: La ilustración enseña diferentes formas utilizadas en la investigación para la publicidad de la empresa de seguridad privada.

- **Implementar campañas publicitarias en redes sociales para aumentar el alcance.**

Las campañas publicitarias en redes sociales permiten llegar a un público más amplio y segmentado, aumentando la visibilidad de la marca y promoviendo productos o servicios de forma efectiva.

Se crearon anuncios visualmente atractivos con mensajes claros, al igual que videos para captar más la atención. La red social a utilizar es Facebook, posteriormente se analizará el rendimiento y se ajustaran las campañas de acuerdo a los resultados. Su valor corresponde a \$360 (\$30 al mes).

Sus indicadores de medición son el alcance, impresiones, clics, tasa de clics (CTR)

Figura 33

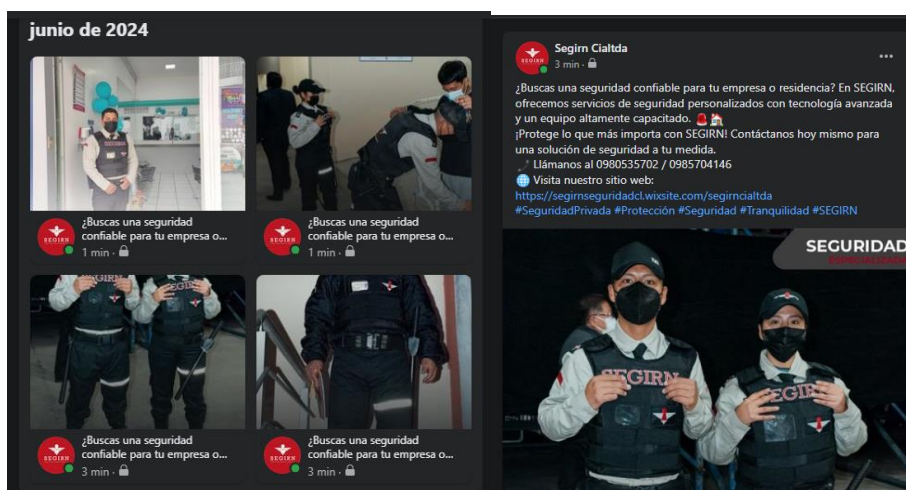
Diseño de campaña publicitaria en redes sociales



Nota: En la ilustración se muestra el diseño de publicidad para redes sociales de la empresa realizadas durante la investigación

Figura 34

Diseño de campaña publicitaria en redes sociales



Nota: En la ilustración se muestra el diseño de publicidad para redes sociales de la empresa realizadas durante la investigación

- **Monitorear y responder activamente a interacciones y menciones.**

Monitorear y responder activamente a las interacciones y menciones en línea es fundamental para mantener una relación cercana con los clientes, resolver dudas o inquietudes, y construir una reputación sólida en el entorno digital.

Estas respuestas se realizaron tanto en personal operando como de la actividad en redes sociales *blogs*, etc. Posee un valor de \$360 (\$30 al mes).

Sus indicadores de medición es el tiempo de respuesta, satisfacción del cliente, menciones positivas, reputación en línea.

Figura 35

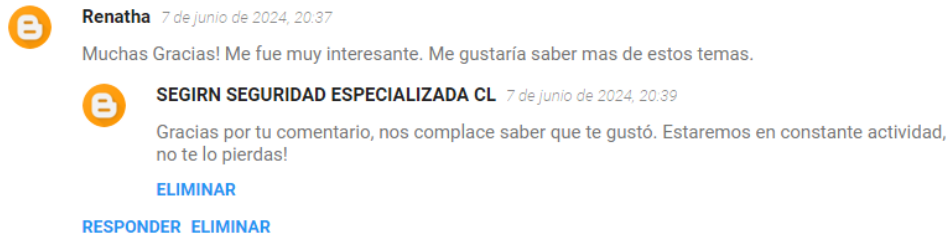
Respuestas y monitoreo de acciones de la empresa



Nota: La imagen muestra como la empresa monitorea de manera activa a los guardias operadores del servicio de seguridad

Figura 36

Respuestas y monitoreo de acciones de la empresa



Nota: La imagen muestra la respuesta inmediata de la empresa a un usuario de su blog

- **Crear y distribuir contenido valioso en formatos como blogs, infografías, videos, webinars, etc**

Crear y distribuir contenido valioso en diversos formatos permite captar la atención del público objetivo, posicionar a la empresa como experta en el sector, y generar leads y conversiones.

Se creó un blog de la empresa, gracias a una herramienta digital “Blogger”, donde se expondrán diferentes temas sobre la seguridad privada en Ecuador e información de SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL. Tienen un valor de \$240 (\$20 al mes).

Sus indicadores de medición son vistas, *shares*, descargas, *leads* generados, conversiones.

Videos:

- <https://www.facebook.com/reel/2587742078064604>
- <https://www.facebook.com/reel/2587742078064604>

Blog: <https://seguridadprivadaenecuador.blogspot.com/>

Figura 37

Plataforma del Blog de la empresa de seguridad privada



Nota: La ilustración muestra el diseño del blog de la empresa de seguridad privada realizada durante la investigación

Para las infografías, gracias a la herramienta digital de “Canva”, se creó presentaciones informativas sobre SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA y sobre la importancia de seguridad hoy en día.

Figura 38

Infografías de la empresa de seguridad privada

SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL

PRESENTACIÓN

En Seguridad Integral Ecuador, nos especializamos por brindar un servicio de seguridad integral que está cerca de nuestros clientes. Con una amplia experiencia personal, enfocada en preparar y dirigir equipos de trabajo en el campo de la seguridad especializada, ofrecemos soluciones efectivas para prevenir la delincuencia común y organizada que ocurre en nuestro país.

MISIÓN

Brindar servicios de seguridad integral, con un equipo humano altamente capacitado, profesional y comprometido, para garantizar la seguridad de nuestros clientes, mediante la implementación de soluciones de seguridad personal, patrimonial, tecnológica, informática y tecnológica.

VISIÓN

Ser una empresa de seguridad que sea reconocida en el mercado, brindando soluciones de seguridad personal, patrimonial, tecnológica, informática y tecnológica.

PERSONAL Y EQUIPO DE TRABAJO

Contamos con un equipo humano altamente capacitado y certificado para brindar servicios de seguridad integral, con un equipo humano altamente capacitado, profesional y comprometido, para garantizar la seguridad de nuestros clientes, mediante la implementación de soluciones de seguridad personal, patrimonial, tecnológica, informática y tecnológica.

PRINCIPIOS

- Eficiencia y efectividad en la ejecución de nuestros servicios.
- Responsabilidad y alta calidad de los servicios.
- Capacitación permanente.

VALORES

- Responsabilidad
- Diversidad
- Etica Profesional
- Solidaridad y excelencia de Servicio

OFERTA DE SERVICIO

- Vigilancia
- Cadena de Custodia
- Seguridad Personal y Seguridad para Eventos
- Escuadras de Seguridad (Análisis de Espacios Fisicos y Determinación de Espacios Críticos y Vulnerables)

EN SEGURIDAD INTEGRAL ECUADOR, NOS ESPECIALIZAMOS POR BRINDAR UN SERVICIO DE SEGURIDAD DE ALTA CALIDAD, ADAPTADO A LAS NECESIDADES ESPECÍFICAS DE CADA CLIENTE. CONTACTANOS HOY MISMO Y DESCUBRE CÓMO PODEMOS AYUDARTE A PROTEGER TUS ACTIVOS.

IMPORTANCIA DE LA SEGURIDAD PRIVADA

01 CRECIMIENTO DE LA DELINCUENCIA

- La delincuencia común y organizada sigue siendo un desafío en el Ecuador.
- La seguridad privada juega un papel crucial en la protección de personas, propiedades y activos.

02 COMPLEMENTO A LAS FUERZAS DE SEGURIDAD PÚBLICA

- La seguridad privada complementa las acciones de las fuerzas de seguridad pública.
- Aporta a cubrir brechas y necesidades que no pueden ser atendidas completamente por las autoridades estatales.

03 PROTECCIÓN DE EMPRESAS Y BIENES

- Las empresas dependen de la seguridad privada para proteger sus instalaciones, productos y empleados.
- La seguridad privada ofrece soluciones personalizadas para las necesidades de seguridad de cada empresa.

04 PREVENCIÓN DE PERDIDAS Y RIESGOS

- La seguridad privada ayuda a prevenir pérdidas por robos, incendios y otros riesgos.
- Ofrece servicios de vigilancia, monitoreo y respuesta rápida a situaciones de emergencia.

05 INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

- La tecnología desempeña un papel crucial en la seguridad privada moderna.
- La inteligencia artificial, la inteligencia artificial y otras tecnologías mejoran la eficacia y eficiencia de los servicios de seguridad privada.

06 PROTECCIÓN PERSONALIZADA

- La seguridad privada ofrece soluciones de seguridad personalizadas para satisfacer las necesidades específicas de cada cliente.
- Desde la vigilancia personal hasta la escolta individual y la seguridad en eventos, se adaptan a diversas situaciones y situaciones.

07 COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA

- La colaboración entre el sector público y privado es esencial para abordar los desafíos de seguridad en Ecuador.
- Ambos pueden compartir información, recursos y estrategias para mejorar la seguridad en el país.

08 GARANTÍA DE TRANQUILIDAD Y CONFIANZA

- La seguridad privada brinda tranquilidad y confianza a individuos, empresas y comunidades.
- Proporciona un servicio seguro y confiable que garantiza la tranquilidad y el bienestar de todos.

En SEGURIDAD INTEGRAL ECUADOR, CL nos comprometemos a proporcionar un servicio de seguridad de alta calidad, adaptado a las necesidades específicas de cada cliente.

¡Contáctanos hoy mismo y descubre cómo podemos ayudarte a proteger tus activos!

CONTACTOS
0980535702 / 0983704146

OTROS MEDIOS:

SEGIRN
Seguridad Especializada C.A.

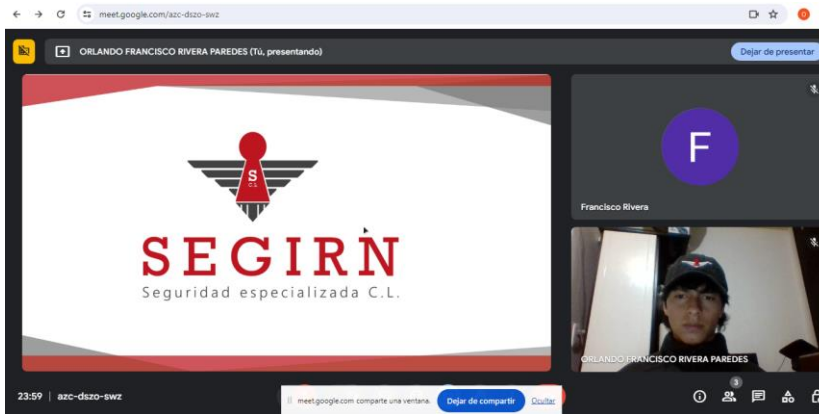
Nota: La ilustración muestra el diseño de infografías sobre la empresa y temas de seguridad privada realizada durante la investigación.

Webinars

Se utilizaron las plataformas digitales como *Zoom* y *Google Meet*, para poder brindar una buena comunicación online entre clientes potenciales de la empresa, donde se hablará sobre la Identidad Corporativa de SEGIRN y sus servicios ofertados, adicionalmente, se brindará una pequeña inducción sobre la operatividad de una empresa de seguridad privada.

Figura 39

Webinar en la plataforma de “*Google Meet*”



Nota: La ilustración muestra a la plataforma digital utilizada durante la investigación

Figura 40

Webinar en la plataforma de “Zoom”



Nota: La ilustración muestra a la plataforma digital utilizada durante la investigación

- **Asociarse con influencers o expertos del sector para generar credibilidad.**

Asociarse con influencers o expertos del sector es una estrategia efectiva para aumentar la credibilidad y confianza en la marca, acceder a nuevas audiencias y generar mayor engagement.

Se colaboró con expertos en seguridad del sector de Imbabura, Otavalo, donde se ofertó los servicios de SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL. Su valor corresponde a \$200

Sus indicadores de medición Alcance, engagement, menciones, leads y conversiones generados por las asociaciones.

Figura 41

Diseño de publicidad con influencers o experto en temas de seguridad



Nota: La ilustración muestra el diseño publicidad compartida con influencers o experto en el tema realizados en la investigación

- **Desarrollar campañas de email marketing segmentadas para clientes actuales y potenciales**

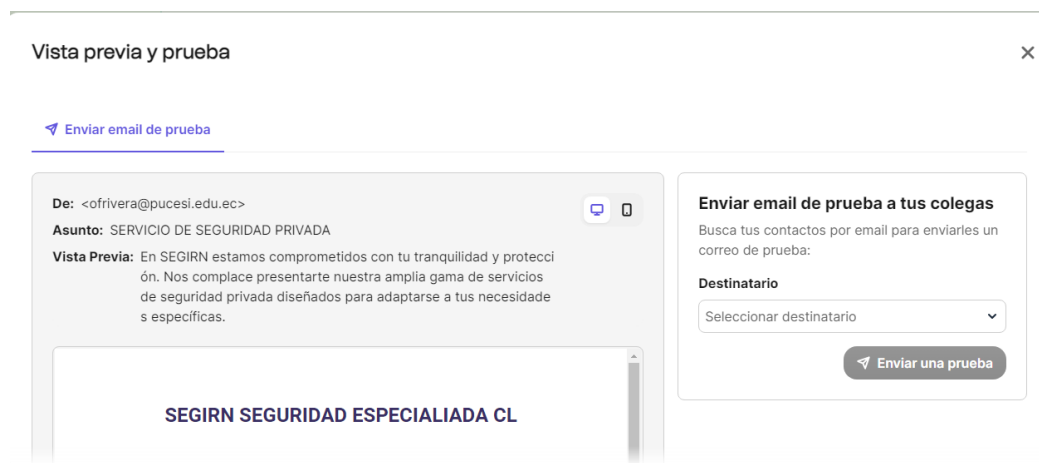
El email marketing es una herramienta poderosa para mantener una comunicación directa y personalizada con clientes actuales y potenciales, promoviendo productos o servicios y generando conversiones.

Se utilizó la herramienta digital de *Brevo*, antes llamado *Mailchimp*, debido a su claro y fácil generación de campañas de email marketing para empresas. Su valor corresponde a \$240 (\$20 al mes).

Sus indicadores de medición son Tasa de apertura, clics, conversiones

Figura 42

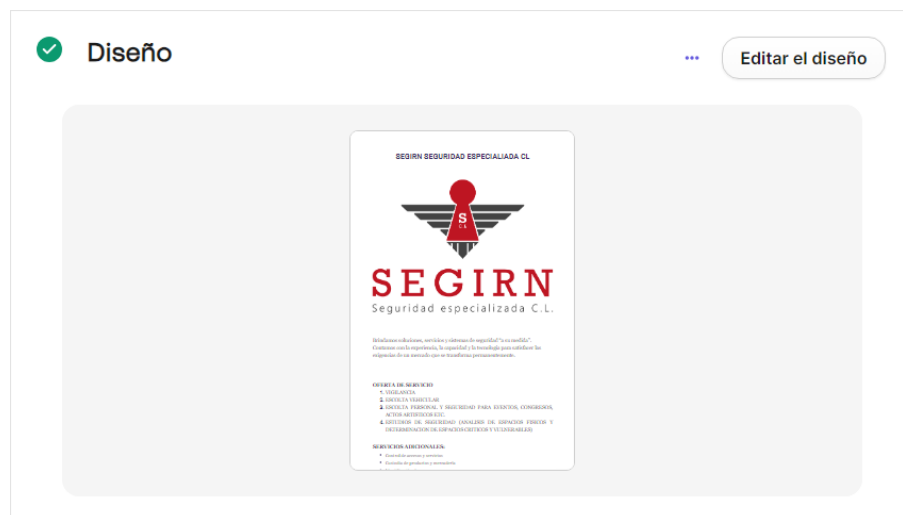
Desarrollo de campañas de Email marketing



Nota: La ilustración muestra el diseño de la campaña realizada en *MailChimp* realizada durante la investigación.

Figura 43

Diseño campaña de email marketing



Nota: La ilustración muestra el diseño de la campaña realizada durante la investigación.

- **Facilitar el proceso de contratación de servicios y canales de atención al cliente online.**

Facilitar el proceso de contratación de servicios y ofrecer canales de atención al cliente en línea es crucial para brindar una experiencia de usuario satisfactoria y aumentar las conversiones.

Para lograr alcanzar la estrategia se hizo el uso de su página web como de sus redes sociales para brindar información de contrataciones, vía WhatsApp, correo electrónico y horarios de atención de las oficinas de SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL. Su valor corresponde a \$367.

Sus indicadores de medición son Conversiones (contrataciones de servicios), satisfacción del cliente, tiempo de respuesta en canales de atención.

Figura 44

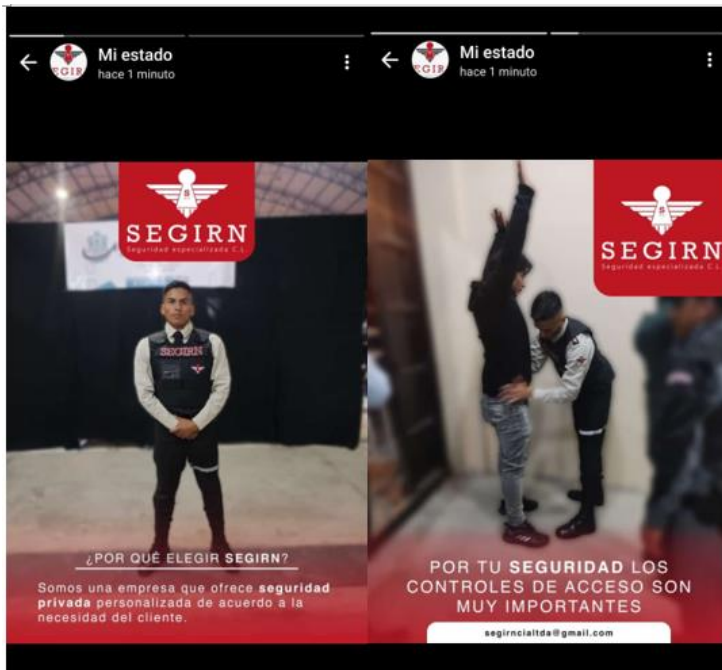
Diseño página web



Nota: La ilustración muestra como está diseñada la página *web* de la empresa realizada durante la investigación.

Figura 45

Publicidad en WhatsApp



Nota: La ilustración muestra el diseño de publicidad en WhatsApp realizada durante la investigación

- **Utilizar los datos para optimizar continuamente las estrategias y campañas digitales**

Recopilar y analizar datos es fundamental para medir el rendimiento de las estrategias y campañas digitales, identificar áreas de mejora y optimizar continuamente los esfuerzos de marketing.

Se recolectó información sobre los resultados para posteriormente evaluar y tomar decisiones referentes a mejorar, mantener o cambiar las estrategias de marketing discutidas.

Figura 46*Recopilación de información*

Nota: La ilustración muestra las recopilaciones de reacciones y *shares* de un post en redes sociales

Se observa una cantidad mínima de reacciones y *shares*, por lo que la empresa debe mejorar sus estrategias de marketing.

Con esto, se concluye la sección dedicada a la formulación de estrategias de esta investigación, demostrando soluciones viables y efectivas, procediendo de esta manera a conclusiones finales.

CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN:

- Las campañas de *linkbuilding*, *Google Ads* y segmentación de publicidad demostraron ser efectivas para aumentar la visibilidad de la empresa. La selección de redes

sociales adecuadas (como *Facebook* y *WhatsApp*) y la colaboración con influencers del sector también contribuyeron significativamente a mejorar el posicionamiento de SEGIRN.

- Desarrollar contenido atractivo y relevante, junto con la activa respuesta a interacciones en redes sociales, incrementó el *engagement* de la empresa con su audiencia. Las campañas de email marketing segmentadas lograron mantener el interés tanto de clientes actuales como potenciales, fortaleciendo la relación con ellos.

- La Matriz de Perfil Competitivo mostró que SEGIRN mantiene una posición fuerte en cuanto a calidad de servicio y atención al cliente. Sin embargo, empresas competidoras como INVIN SEGURIDAD destacan por su reputación y experiencia laboral, lo que sugiere áreas de mejora para SEGIRN.

- El análisis FODA realizado revela que la organización cuenta con sólidas fortalezas internas, como un talento humano altamente calificado y una infraestructura tecnológica avanzada. Sin embargo, también se identificaron debilidades, como la falta de diversificación de ingresos y la dependencia excesiva de un solo proveedor clave. Estas fortalezas y debilidades internas son fundamentales para comprender la posición competitiva de la organización en su entorno.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:

- Las empresas de seguridad privada, como SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL, pueden beneficiarse significativamente de la adopción de tecnología avanzada y analítica de datos. La utilización de herramientas de análisis de marketing digital permite una mejor comprensión del comportamiento del cliente, lo que facilita la personalización de las campañas y mejora la eficacia de las estrategias de marketing.

- La creación y distribución de contenido de calidad, como blogs, infografías, videos y webinars, no solo atrae y educa al público objetivo, sino que también mejora el posicionamiento de la empresa, incrementando la visibilidad orgánica en los motores de búsqueda.
- Mantener una presencia integral en línea que abarque múltiples plataformas digitales es esencial. No solo se trata de estar presente en redes sociales, sino también de optimizar el sitio web para mejorar la experiencia del usuario, facilitando la navegación y la contratación de servicios en línea.
- La capacidad de responder rápidamente a las interacciones y menciones en redes sociales mejora la percepción del servicio al cliente y fortalece la relación con los clientes. Esto es particularmente importante en el sector de la seguridad, donde la confianza y la confiabilidad son factores clave.

Recomendaciones:

- Para mantener y mejorar su posición en el mercado, SEGIRN debe continuar optimizando sus estrategias digitales, centrándose en la personalización de campañas y el análisis constante de resultados. Además, es crucial mantener la actualización con las normativas legales y operativas para evitar sanciones y garantizar la credibilidad.
- Continuar invirtiendo en la creación de contenido relevante y atractivo es vital. Esto incluye *blogs*, infografías, videos y *webinars* que eduquen e informen a los clientes sobre la importancia de la seguridad privada. Un contenido bien desarrollado no solo atrae a nuevos clientes, sino que también retiene a los existentes.
- Mantenerse actualizado con las normativas legales y operativas es crucial para evitar sanciones y asegurar la confianza de los clientes. SEGIRN debe establecer un equipo o un proceso dedicado a monitorear los cambios regulatorios y asegurarse de que todas las prácticas comerciales cumplan con las leyes aplicables.

- Realizar evaluaciones periódicas del entorno competitivo es esencial para identificar nuevas oportunidades y amenazas. SEGIRN debe estar al tanto de las estrategias de sus competidores y adaptar sus propias tácticas para mantenerse competitivo.

Bibliografía

AGUILERA, J. D. (2022). *PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA REYCIEL*. GUAYAQUIL.

Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/5786/1/T-ULVR-4730.pdf>

Artega, J. P. (2018). Influencia del marketing digital en el Ecuador. *Espacios*.

Asamblea nacional. (20 de diciembre de 2018). *Asamblea nacional*. Obtenido de Asamblea nacional:

<https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/05/Literal-3.-Reglamento-del-Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones-COPCI.pdf>

Asamblea Nacional del Ecuador. (2020). Obtenido de Ley Orgánica de Emprendimiento:

https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf

Betancurt, A. (2007). La seguridad privada en América un mercado en crecimiento. *Ciudad Segura*.

Briceño, R. (06 de Marzo de 2023). *Sertocon24*. Obtenido de

<https://sertocon24.com.ve/2023/03/06/por-que-se-debe-emplear-el-marketing-en-seguridad/>

Bridge, B. V. (26 de Agosto de 2023). *MBlog*. Obtenido de

<https://www.mediummultimedia.com/marketing/que-pasa-si-una-empresa-no-tiene-marketing-digital/#:~:text=P%C3%A9rdida%20de%20visibilidad%3A%20Sin%20una,llegar%20a%20nuevos%20clientes%20potenciales.>

Calvo, C. P. (2021). *EuroInnova*. Obtenido de EuroInnova: [https://www.euroinnova.ec/blog/11-6-](https://www.euroinnova.ec/blog/11-6-1/la-importancia-del-marketing-en-las-empresas#:~:text=El%20marketing%20es%20esencial%20para,el%20mercado%20de%20forma%20efectiva.)

[1/la-importancia-del-marketing-en-las-empresas#:~:text=El%20marketing%20es%20esencial%20para,el%20mercado%20de%20forma%20efectiva.](https://www.euroinnova.ec/blog/11-6-1/la-importancia-del-marketing-en-las-empresas#:~:text=El%20marketing%20es%20esencial%20para,el%20mercado%20de%20forma%20efectiva.)

CEPAL. (28 de diciembre de 2020). *Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y* .

Comisión de la Comunidad Andina. (2008). *Decre-to 702*. Comunidad Andina de Naciones,. Lima.

Obtenido de https://www.tribunalandino.org.ec/index.php/normatividad/normatividad_ca/

COPCI. (20 de Diciembre de 2018). *Código Orgánico de la Producción*. Obtenido de

<https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/05/Literal-3.-Reglamento-del-Codi-go-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-In-ersiones-COPCI.pdf>

- El Comercio. (03 de abril de 2023). Este es el número de empresas de seguridad privada y de guardias a los que Guillermo Lasso pide ayuda para combatir a la delincuencia en Ecuador. *El Comercio*.
- Empresas. (07 de mayo de 2021). *¿Cómo se clasifican las empresas según su tamaño en Ecuador?* Obtenido de <https://www.pichin-cha.com/portal/blog/post/clasificacion-empre-sas-por-tamano>
- Expansion. (12 de junio de 2007). El 60% de las pymes no sobrevive a los dos años. *Expansion.com*. Obtenido de <https://www.expansion.com/2007/06/12/empresas/1004530.html>
- FasterCapital. (11 de Febrero de 2024). *FasterCapital*. Obtenido de <https://fastercapital.com/es/contenido/Errores-que-cometen-las-Pymes-con-su-Marketing.html>
- Futurite. (22 de Mayo de 2020). *Futurite*. Obtenido de <https://futurite.com/blog-marketing-digital/las-mejores-estrategias-de-marketing-en-seguridad-privada/>
- Gaona, S., & Matabay, R. (2017). *Impacto de las Compras Públicas en las Asociaciones de Producción Textil de la Economía Popular y Solidaria en la Ciudad de Quito, en el Periodo 2014-2016*. Quito: Universidad Central del Ecuador. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec:8080/bitstream/25000/10828/1/T-UCE-0005-100-2017.pdf>
- Gema Monserrate Macías Macías, M. L. (2021). DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES ECUATORIANAS: SU EVOLUCIÓN 2015-2020. *Publicando*, 4-6.
- INEC. (2014). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- INEC. (2023). *INEC*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec//directoriodeempresas/>
- INEN. (2020). *ipymes y Organizaciones de Economía Popular y Solidaria son una pieza clave para la economía del país*. Obtenido de ipymes y Organizaciones de Economía Popular y Solidaria son una pieza clave para la economía del país: <https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/>
- IONOS. (12 de Septiembre de 2023). *IONOS*. Obtenido de <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/analisis-pestel/>
- Ley de Economía Popular y Solidaria*. (2012). Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/wp-content/uploads/Reglamento-General-de-la-Ley-Organica-de-Economia-Popular-y-Solidaria.pdf>
- Licari, S. (27 de Noviembre de 2023). *HubSpot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/crear-analisis-pestel>
- MAPFRE. (27 de Junio de 2023). *MAPFRE*. Obtenido de <https://www.mapfre.com/actualidad/economia/poder-de-mipymes-como-impulsan-la-economia/#:~:text=Las%20micro%2C%20peque%C3%B1as%20y%20medianas,al%2070%25%20de%20la%20poblaci%C3%B3n.>
- Mieles, J. M. (2021). DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES ECUATORIANAS. *Publicando*, 6-8.

- Mieles1, J. J. (2021). DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES ECUATORIANAS: SU EVOLUCIÓN 2015-2020. *Publicando*, 6-8.
- MIRANDA, H. M. (2022). *PLAN DE MARKETING DIGITAL EN REDES SOCIALES, PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA CENTRO DE FORMACIÓN Y PRIVADA CIA. LTDA.* GUARANDA. Obtenido de <https://dspace.ueb.edu.ec/bitstream/123456789/4478/2/3.%20Tesis.pdf>
- MONTOYA, S. E. (2020). *PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA SEGURCAS CIA.* Obtenido de <https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/75121923-107b-4f62-8e98-eb1a19b73f33/content>
- Muriel, M. B. (2022). El boom de la seguridad privada en Latinoamérica. *Universidad de Navarra*.
- Nancy Ochoa, M. A. (2023). MiPymes una vision del desarrollo organizacional y empresarial latinoamericano. *Universidad Israel*.
- Nora Vega, M. P. (2018). ESTRUCTURA DE LAS PYMES EN LA ECONOMÍA. *SurAcademi*. Obtenido de <file:///C:/Users/Jose%20Rivera/Downloads/administrador,+MAritza+Pe%C3%B1a.pdf>
- PRIMICIAS. (15 de 03 de 2024). *PRIMICIAS*. Obtenido de PRIMICIAS: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/ventas-seguridad-ecuador-empresas-robos-secuestros/>
- Purseli, S. (14 de febrero de 2023). *HubSpot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-foda>
- Ridge, B. (28 de Agosto de 2023). *MBlog*. Obtenido de <https://www.mediummultimedia.com/marketing/por-que-utilizamos-el-marketing-tradicional/>
- Saavedra G., M. L., & Hernández C., Y. (15 de marzo de 2024). *Redalyc. Caracterización e importancia de las MIPYMES en latinoamerica*. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/257/25711784011.pdf>
- Servicio Ecuatoriano de Normalizacion. (2022). Obtenido de <https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/#:~:text=Las%20micro%2C%20peque%C3%B1as%20y%20medianas,es%20de%203%20a%C3%B1os%20y>
- Superintendencia de Compañías. (2011). *esolución No. SC.Q.ICI.CPAIFRS.11. Quito: Superintendencia de Compañías*. Obtenido de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/niif/Resol_No_SC_Q_ICI_CPAIFRS_11_01.pdf
- Uanataca. (05 de agosto de 2021). *Uanataca*. Obtenido de <https://web.uanataca.com/ec/blog/transformacion-digital/como-evitar-el-fracaso-en-pymes>
- Valdivieso, A., Siluk, C., & Michelin, C. (2022). Análisis Prospectivo Estratégico del Sector Textil Productivo Ecuatoriano para Incrementar la Competitividad en las Exportaciones. *SIGMA*, 13. doi:<https://doi.org/10.24133/sigma.v9i02.2827>

Valverde, B. M. (2023). "DISEÑO DE UN PLAN DE COMERCIALIZACIÓN PARA LA EMPRESA PRIVADA L&M SEGURIDAD PRIVADA CÍA. LTDA. Ambato. Obtenido de https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/37683/1/5._trabajo_de_titulaci%c3%b3n_sanchez-13-03-2023_ok.pdf

VILLACRÉS, E. P. (2022). *Posicionamiento de la empresa L&M Seguridad Privada Compañía Limitada de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo*. Riobamba. Obtenido de <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/18029/1/20T01646.pdf>

Viviana Moreira, L. J. (2020). Análisis del impacto económico de las MiPymes en el Ecuador. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.*, 3-5.

Wilmer Medrano, C. M. (2020). nversión destinada a la innovación. Un estudio descriptivo de la MiPymes en la provincia de Imbabura. *Dilemas*. Obtenido de <https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/2167/2222>

ANEXOS

Análisis de tablas:

¿Está de acuerdo que la seguridad privada es necesaria en la

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	283	73,3	73,3
	Medianamente de acuerdo	98	25,4	98,7
	En desacuerdo	4	1	99,7
	Totalmente en desacuerdo	1	0,3	100
	Total	386	100	100

:

- Solamente uno de los 386 está en total desacuerdo

¿Qué empresas de las enlistadas conoce usted?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alfa Seguridad Privada Alsegpri Cia. L...	57	14,8	14,8
	SEGIRN SEGURIDAD PRIVADA C.L	77	19,9	34,7
	Invin Seguridad Privada	153	39,6	74,4
	COPRISEG CIA LTDA	79	20,5	94,8
	Otros	20	5,2	100
Total	386	100	100	

:

- Los clientes reconocen más a la empresa INVIN Seguridad Privada

¿Señale la red social que usted utiliza con mayor frecuencia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Facebook	133	34,5	34,5
	Instagram	83	21,5	56
	WhatsApp	156	40,4	96,4
	Twitter	9	2,3	98,7
	Otros	5	1,3	100
Total	386	100	100	

:

- Los clientes prefieren utilizar WhatsApp

¿Ha visto publicidades de empresas de seguridad privada en el sector?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	206	53,4	53,4
	No	102	26,4	79,8
	Muy pocas	78	20,2	100
	Total	386	100	100

:

- Los clientes reconocen muy poco la publicidad de empresas de seguridad privada

¿Usted ha utilizado algún servicio de seguridad privada?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	167	43,3	43,3	43,3
	No	219	56,7	56,7	100
	Total	386	100	100	

:

- Los clientes no han utilizado algún servicio de seguridad privada

¿Qué tan importante considera la seguridad privada en su vida diaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	1	0,3	0,3	0,3
	Muy importante	233	60,4	60,4	60,6
	Importante	126	32,6	32,6	93,3
	Poco importante	22	5,7	5,7	99
	No importante en absoluto	4	1	1	100
	Total	386	100	100	

:

- Solamente 4 de los 386 encuestados no consideran importante la seguridad privada en su vida diaria.

¿Conoce usted a la empresa SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA C.?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	173	44,8	44,8	44,8
	No	213	55,2	55,2	100
	Total	386	100	100	

:

- Los clientes no reconocen a la empresa SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA C.L.

¿Ha utilizado equipos de seguridad en su propiedad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	205	53,1	53,1	53,1
	No	137	35,5	35,5	88,6
	Muy poco	44	11,4	11,4	100
	Total	386	100	100	

:

- Los clientes muy pocas veces han hecho uso de equipos de seguridad en su propiedad

¿Estaría más inclinado a contratar servicios de seguridad privada de una empresa que tenga

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	337	87,3	87,3	87,3
	No	47	12,2	12,2	99,5
	Tal vez	2	0,5	0,5	100
	Total	386	100	100	

:

- De los 386 encuestados solamente 2 tal vez contrataría el servicio de seguridad que posea los mejores

¿De estas estrategias publicitarias, cual le llama más la atención a usted?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	0	2	0,5	0,5
Válido	Campañas en redes sociales	197	51	51
	Anuncios en línea	59	15,3	15,3
	Participación en eventos locales	118	30,6	30,6
	Correo directo	10	2,6	2,6
	Total	386	100	100

- :
- Los clientes ven más llamativo publicidades destinadas a las campañas en redes sociales y solamente 10 refieren al correo directo.

¿En su sector ha visto operar a alguna empresa de seguridad privada?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	0	2	0,5	0,5
Válido	Sí	225	58,3	58,3
	No	159	41,2	41,2
	Total	386	100	100

- :
- Los clientes no han notado la presencia de empresas de seguridad privada en su sector

Para que la empresa SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA C.L sea la mejor elección para usted, que preferiría?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	0	2	0,5	0,5
Válido	Que tenga Bajos precios	83	21,5	21,5
	Que la empresa sea reconocida	78	20,2	20,2
	Que ofrezca varios servicios	111	28,8	28,8
	Que posea varios comentarios positivos	112	29	29
	Total	386	100	100

De los 386 encuestados existe una diferencia de preferencias de 1 entre que posea varios servicios con 111 respuestas y que tenga comentarios positivos con 112.

¿Cómo percibe la integración de tecnologías de seguridad en los servicios de seguridad que se ofrece en

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	0	159	41,2	41,2
Válido	Excelente	69	17,9	17,9
	Bueno	93	24,1	24,1
	Aceptable	52	13,5	13,5
	Mejorable	12	3,1	3,1
	Deficiente	1	0,3	0,3
	Total	386	100	100

- :
- De los 386 encuestados solamente uno posee una percepción deficiente con el servicio de seguridad en su sector.

En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría la efectividad de la seguridad en su sector?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	0	157	40,7	40,7
Válido	Pobre	4	1	41,7
	Regular	9	2,3	44
	Aceptable	75	19,4	63,5
	Bueno	136	35,2	98,7
	Excelente	5	1,3	100
	Total	386	100	100

:

- Para 4 clientes existe un nivel de efectividad pobre en tanto a la seguridad privada en su sector.

¿Qué mejoras sugeriría para optimizar el uso de la tecnología de seguridad en los servicios de seguridad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	0	170	44	44
Válido	Implementación de sistemas de vigilancia inteligente	74	19,2	63,2
	Integración de sistemas de control de acceso	37	9,6	72,8
	Adopción de plataformas de gestión de seguridad	25	6,5	79,3
	Inversión en tecnología de respuesta rápida	80	20,7	100
	Total	386	100	100

:

- Existe una diversidad de pensamientos de mejora, resaltando el menor de valor de adopción de plataformas de gestión de seguridad con un valor de 25 respuestas.

¿Qué opinión tiene sobre la efectividad del uso de tecnologías de seguridad, como sistemas de vigilancia o control de

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	0	161	41,7	41,7
Válido	Muy efectiva	40	10,4	52,1
	Efectiva	103	26,7	78,8
	Neutral	77	19,9	98,7
	Poco efectiva	4	1	99,7
	No efectiva	1	0,3	100
	Total	386	100	100

:

- De los 386 encuestados, solamente 1 opina que la seguridad tecnológica no es efectiva en tanto la protección de propiedades.

¿Ha tenido alguna emergencia donde fue asistido por el equipo de seguridad de la empresa SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	0	158	40,9	40,9
Válido	Sí	37	9,6	50,5
	No	185	47,9	98,4
	Muy pocas	6	1,6	100
	Total	386	100	100

:

- Existen solamente 6 clientes que muy pocas veces han tenido alguna situación de emergencia donde fue asistido por la empresa SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA

¿Cómo describiría su experiencia llamando al equipo de seguridad en una situación de emergencia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	0	339	87,8	87,8
Válido	Muy negativa	3	0,8	88,6
	Neutral	12	3,1	91,7
	Positiva	29	7,5	99,2
	Muy positiva	3	0,8	100
	Total	386	100	100

:

- La mayoría de encuestados no han obtenido alguna experiencia de situación de emergencia por lo que no han hecho una llamada. Pero de los que sí, solo 3 tuvieron una experi

¿Qué cree que podríamos hacer para mejorar la rapidez de respuesta en casos de emergencia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0	339	87,8	87,8	87,8
Válido				
Entrenamiento y capacitación del personal	18	4,7	4,7	92,5
Desarrollo de protocolos claros	16	4,1	4,1	96,6
Utilización de tecnología avanzada	9	2,3	2,3	99
Planificación anticipada	4	1	1	100
Total	386	100	100	

- :
- Aquellos clientes que si han tenido una situación de emergencia sugieren como mejora, el entrenamiento y capacitación del personal con una frecuencia de 18.

¿Cómo describiría su experiencia general con los servicios de seguridad privada?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0	281	72,8	72,8	72,8
Válido				
Insatisfactoria	2	0,5	0,5	73,3
Neutral	80	20,7	20,7	94
Satisfactoria	14	3,6	3,6	97,7
Muy satisfactoria	9	2,3	2,3	100
Total	386	100	100	

- :
- De aquellos clientes que, si han solicitado el servicio, solamente 2 han tenido una experiencia insatisfactoria con los servicios de seguridad

¿Con qué frecuencia ha utilizado los servicios de seguridad en los últimos meses?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0	281	72,8	72,8	72,8
Válido				
Varias veces al mes	11	2,8	2,8	75,6
Una vez al mes	12	3,1	3,1	78,8
Ocasionalmente	76	19,7	19,7	98,4
Nunca	6	1,6	1,6	100
Total	386	100	100	

- :
- Los clientes han utilizado ocasionalmente el servicio de seguridad privada y en su mayor frecuencia con 281 existe una indiferencia ante el uso de seguridad

¿Qué tipo de seguridad usted ha contratado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0	281	72,8	72,8	72,8
Válido				
Seguridad física	40	10,4	10,4	83,2
Seguridad Virtual	30	7,8	7,8	90,9
Seguridad de los bienes	24	6,2	6,2	97,2
Seguridad de transporte	11	2,8	2,8	100
Total	386	100	100	

- :
- Aquellos clientes que si han contratado algún servicio de seguridad privada solamente 11 optaron por seguridad de transporte.

ANÁLISIS DE CORRELACIONES:

Correlaciones positivas de menor valor

- Existe correlación media entre las preguntas ¿Usted ha utilizado algún servicio de seguridad privada? Y ¿Ha visto publicidades de empresas de seguridad

privada en el sector?, con un valor de 0.460 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas ¿Ha utilizado equipos de seguridad en su propiedad? Y ¿Ha visto publicidades de empresas de seguridad privada en el sector?, con un valor de 0.451 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas ¿Conoce usted a la empresa SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA C.? Y ¿Usted ha utilizado algún servicio de seguridad privada?, con un valor de 0.611 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas ¿Ha utilizado equipos de seguridad en su propiedad? Y ¿Usted ha utilizado algún servicio de seguridad privada?, con un valor de 0.513 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas ¿En su sector ha visto operar a alguna empresa de seguridad privada? Y ¿Usted ha utilizado algún servicio de seguridad privada?, con un valor de 0.427 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas ¿En su sector ha visto operar a alguna empresa de seguridad privada? Y ¿Conoce usted a la empresa SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA C.?, con un valor de 0.450 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas ¿Qué mejoras sugeriría para optimizar el uso de la tecnología de seguridad en los servicios de seguridad? Y ¿Cómo percibe la integración de tecnologías de seguridad en los servicios de seguridad que se ofrece en su sector?, con un valor de 0.659 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas ¿Con qué frecuencia ha utilizado los servicios de seguridad en los últimos meses? Y ¿Cómo percibe la integración de tecnologías de seguridad en los servicios de seguridad que se ofrece en su sector?, con un valor de 0.411 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas ¿Cómo describiría su experiencia general con los servicios de seguridad privada? Y En una escala del 1 al 5,

¿cómo calificaría la efectividad de la seguridad en su sector?, con un valor de 0.499 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas ¿Con qué frecuencia ha utilizado los servicios de seguridad en los últimos meses? Y En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría la efectividad de la seguridad en su sector?, con un valor de 0.487 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas ¿Qué tipo de seguridad usted ha contratado? Y En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría la efectividad de la seguridad en su sector?, con un valor de 0.446 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas ¿Ha tenido alguna emergencia donde fue asistido por el equipo de seguridad de la empresa SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADAA CL? Y, ¿Qué mejoras sugeriría para optimizar el uso de la tecnología de seguridad en los servicios de seguridad?, con un valor de 0.695 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas ¿Con qué frecuencia ha utilizado los servicios de seguridad en los últimos meses? Y, ¿Qué mejoras sugeriría para optimizar el uso de la tecnología de seguridad en los servicios de seguridad?, con un valor de 0.405 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas ¿Qué tipo de seguridad usted ha contratado? Y, ¿Qué mejoras sugeriría para optimizar el uso de la tecnología de seguridad en los servicios de seguridad?, con un valor de 0.404 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas ¿Cómo describiría su experiencia general con los servicios de seguridad privada? Y, ¿Qué opinión tiene sobre la efectividad del uso de tecnologías de seguridad, como sistemas de vigilancia o control de acceso, en la protección de su propiedad?, con un valor de 0.487 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas ¿Con qué frecuencia ha utilizado los servicios de seguridad en los últimos meses? Y, ¿Qué opinión tiene sobre la efectividad del uso de tecnologías de seguridad, como sistemas de vigilancia o control de acceso, en la protección de su propiedad?, con un valor de 0.512 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas ¿Qué tipo de seguridad usted ha contratado? Y, ¿Qué opinión tiene sobre la efectividad del uso de tecnologías de seguridad, como sistemas de vigilancia o control de acceso, en la protección de su propiedad?, con un valor de 0.494 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%
- Existe correlación media entre las preguntas ¿Cómo describiría su experiencia general con los servicios de seguridad privada? Y, ¿Cómo describiría su experiencia llamando al equipo de seguridad en una situación de emergencia?, con un valor de 0.621 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%
- Existe correlación media entre las preguntas ¿Con qué frecuencia ha utilizado los servicios de seguridad en los últimos meses? Y, ¿Cómo describiría su experiencia llamando al equipo de seguridad en una situación de emergencia?, con un valor de 0.523 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%
- Existe correlación media entre las preguntas ¿Qué tipo de seguridad usted ha contratado? Y, ¿Cómo describiría su experiencia llamando al equipo de seguridad en una situación de emergencia?, con un valor de 0.496 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%
- Existe correlación media entre las preguntas ¿Cómo describiría su experiencia general con los servicios de seguridad privada? Y, ¿Qué cree que podríamos hacer para mejorar la rapidez de respuesta en casos de emergencia?, con un valor de 0.552 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%
- Existe correlación media entre las preguntas ¿Con qué frecuencia ha utilizado los servicios de seguridad en los últimos meses? Y, ¿Qué cree que podríamos hacer para mejorar la rapidez de respuesta en casos de emergencia?, con un valor de 0.475 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%
- Existe correlación media entre las preguntas ¿Qué tipo de seguridad usted ha contratado? Y, ¿Qué cree que podríamos hacer para mejorar la rapidez de respuesta en casos de emergencia?, con un valor de 0.458 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%
- Existe correlación media entre las preguntas ¿Qué opinión tiene sobre la efectividad del uso de tecnologías de seguridad, como sistemas de vigilancia o control de acceso, en la protección de su propiedad? Y, ¿Qué mejoras sugeriría para optimizar

el uso de la tecnología de seguridad en los servicios de seguridad?, con un valor de 0.716 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas ¿Cómo percibe la integración de tecnologías de seguridad en los servicios de seguridad que se ofrece en su sector? Y ¿Cómo percibe la integración de tecnologías de seguridad en los servicios de seguridad que se ofrece en su sector?, con un valor de 0.753 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas ¿Qué mejoras sugeriría para optimizar el uso de la tecnología de seguridad en los servicios de seguridad? Y En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría la efectividad de la seguridad en su sector?, con un valor de 0.707 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría la efectividad de la seguridad en su sector? Y ¿Cómo percibe la integración de tecnologías de seguridad en los servicios de seguridad que se ofrece en su sector?, con un valor de 0.777 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas ¿Qué opinión tiene sobre la efectividad del uso de tecnologías de seguridad, como sistemas de vigilancia o control de acceso, en la protección de su propiedad? Y ¿Cómo percibe la integración de tecnologías de seguridad en los servicios de seguridad que se ofrece en su sector?, con un valor de 0.779 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas ¿Qué tipo de seguridad usted ha contratado? Y, ¿Cómo describiría su experiencia general con los servicios de seguridad privada?, con un valor de 0.833 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas ¿Ha tenido alguna emergencia donde fue asistido por el equipo de seguridad de la empresa SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA CL? Y, ¿Qué opinión tiene sobre la efectividad del uso de tecnologías de seguridad, como sistemas de vigilancia o control de acceso, en la protección de su propiedad?, con un valor de 0.839 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

Correlaciones negativas de menor valor:

- Existe correlación media entre las preguntas, ¿Cómo describiría su experiencia general con los servicios de seguridad privada? Y, ¿En su sector ha visto operar a alguna empresa de seguridad privada?, con un valor de -0.449 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%
- Existe correlación media entre las preguntas, ¿Con qué frecuencia ha utilizado los servicios de seguridad en los últimos meses? Y, ¿En su sector ha visto operar a alguna empresa de seguridad privada?, con un valor de -0.441 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%
- Existe correlación media entre las preguntas, ¿Qué tipo de seguridad usted ha contratado? Y, ¿En su sector ha visto operar a alguna empresa de seguridad privada?, con un valor de -0.400 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%
- Existe correlación media entre las preguntas En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría la efectividad de la seguridad en su sector? Y, ¿Ha utilizado equipos de seguridad en su propiedad?, con un valor de -0.422 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%
- Existe correlación media entre las preguntas, ¿Qué mejoras sugeriría para optimizar el uso de la tecnología de seguridad en los servicios de seguridad? Y, ¿Ha utilizado equipos de seguridad en su propiedad?, con un valor de -0.412 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%
- Existe correlación media entre las preguntas ¿En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría la efectividad de la seguridad en su sector? Y, ¿Conoce usted a la empresa SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA C.?, con un valor de -0.465 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%
- Existe correlación media entre las preguntas ¿Qué opinión tiene sobre la efectividad del uso de tecnologías de seguridad, como sistemas de vigilancia o control de acceso, en la protección de su propiedad? Y, ¿Conoce usted a la empresa SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA C.?, con un valor de -0.403 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%
- Existe correlación media entre las preguntas En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría la efectividad de la seguridad en su sector? Y, ¿Usted ha utilizado algún servicio de seguridad privada?, con un valor de -0.486 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%

- Existe correlación media entre las preguntas ¿Qué mejoras sugeriría para optimizar el uso de la tecnología de seguridad en los servicios de seguridad? Y, ¿Usted ha utilizado algún servicio de seguridad privada?, con un valor de -0.464 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%
- Existe correlación media entre las preguntas ¿Qué opinión tiene sobre la efectividad del uso de tecnologías de seguridad, como sistemas de vigilancia o control de acceso, en la protección de su propiedad? Y, ¿Usted ha utilizado algún servicio de seguridad privada?, con un valor de -0.442 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%
- Existe correlación media entre las preguntas ¿Qué tipo de seguridad usted ha contratado? Y, ¿Usted ha utilizado algún servicio de seguridad privada?, con un valor de -0.522 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%
- Existe correlación media entre las preguntas ¿Qué tipo de seguridad usted ha contratado? Y, ¿Conoce usted a la empresa SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA C.?, con un valor de -0.523 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%
- Existe correlación media entre las preguntas ¿Cómo describiría su experiencia general con los servicios de seguridad privada? Y, ¿Conoce usted a la empresa SEGIRN SEGURIDAD ESPECIALIZADA C.?, con un valor de -0.550 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%
- Existe correlación media entre las preguntas ¿Cómo describiría su experiencia general con los servicios de seguridad privada? Y, ¿Usted ha utilizado algún servicio de seguridad privada?, con un valor de -0.546 con un nivel de significancia de 0 y un nivel de confianza de 99%