

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA SEGURCAS CIA.
LTDA. DEDICADA A LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE
SEGURIDAD PRIVADA EN LA CIUDAD DE QUITO**

**STEFANO EDUARDO RICCI MONTOYA
DIRECTOR: MBA. JUAN CARLOS LATORRE**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: ESTRUCTURAS DE MERCADOS,
DE PRODUCTO, DE FIJACIÓN DE PRECIOS, DE DISTRIBUCIÓN,
DE COMUNICACIÓN E IMAGEN, DE POSICIONAMIENTO DE
MARCAS.**

QUITO, DICIEMBRE – 2020

DIRECTOR:

MBA. Juan Carlos Latorre

INFORMATES:

Mgtr. José Torres

Mgtr. Francisco Moscoso

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a Dios porque estoy vivo, porque estoy sano, gracias por su infinito amor y por bendecirme todos los días de mi vida.

También quiero agradecer a mi tutor MBA. Juan Carlos Latorre, quien, con todos sus conocimientos, me guió y apoyó a lo largo de toda esta etapa, para lograr los resultados necesarios.

Por otro lado, quiero agradecer a Segurcas Cia.Ltda., en especial al Gerente General Eduardo Ricci, quien me ha brindado todo el apoyo y la información necesaria para el desarrollo de mi trabajo de titulación.

Finalmente, a mis padres que han sido mi apoyo incondicional, y siempre han creído en mi en cada paso de mi vida, gracias por siempre guiarme hacia cada uno de mis sueños.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres, quienes han estado siempre a mi lado y han sido mi apoyo fundamental en esta, y en todas las etapas de mi vida, gracias por siempre creer en mí.

A mi hermana Andrea, que está en el cielo, nada hubiera sido igual sin ella, agradezco a Dios por haberme dado una hermana como ella, siempre estará en mi corazón y algún día nos volveremos a encontrar.

A mi novia Fedra quien me alienta a seguir adelante en cada momento, por todo su amor y apoyo incondicional.

A toda mi familia, por el cariño y el afecto hacia mí en todo momento.

Stefano Ricci

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
1. LA EMPRESA Y SU SECTOR.....	2
1.1. Descripción de la empresa.....	2
1.1.1. Misión.....	3
1.1.2. Visión.....	3
1.1.3. Valores.....	3
1.1.4. Modelo de negocio	4
1.1.5. Ubicación de la empresa	5
1.2. Descripción del sector de seguridad privada.....	6
1.3. Análisis Interno	8
1.3.1. Organigrama	8
1.3.2. Cadena de Valor.....	9
1.3.3. Mapa de Procesos	13
1.4. Análisis Externo	15
1.4.1. Cinco fuerzas de PORTER	15
1.4.2. Análisis PESTEL	22
1.4.3. Análisis FODA.....	24
2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	27
2.1. Investigación Cualitativa.....	27
2.1.1. Entrevistas	28
2.1.1.1. Entrevista a Expertos del sector	28
2.1.1.2. Entrevista a Expertos Internos.....	31
2.1.1.3. Entrevista a Clientes	38
2.2. Investigación Cuantitativa	43
2.2.1. Encuestas	43
2.2.1.1. Encuesta a clientes	44
2.2.1.2. Procesamiento y Análisis de Datos.....	44
2.2.1.3. Encuesta a clientes potenciales	51
2.2.1.4. Cálculo de la muestra.....	52
2.2.1.5. Formato de la encuesta	54
2.2.1.6. Procesamiento y Análisis de datos.....	54
2.3. Caracterización de la oferta.....	61

2.4. Caracterización de la demanda	65
2.4.1. <i>Demanda Insatisfecha</i>	68
3. ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	69
3.1. Segmentación.....	69
3.1.1. <i>Geográfica.....</i>	69
3.1.2. <i>Tamaño de Empresa</i>	70
3.1.3. <i>Sector Económico de las empresas</i>	71
3.1.4. <i>Comportamiento de Compra</i>	71
3.1.5. <i>Seguridad armada y desarmada.....</i>	72
3.2. Posicionamiento	72
3.2.1. <i>Calidad del servicio.....</i>	73
3.2.2. <i>Supervisión Constante</i>	73
3.2.3. <i>Precio del servicio.....</i>	74
3.3. Diferenciación.....	74
3.3.1. <i>Elementos diferenciadores</i>	75
3.4. Estrategia de Crecimiento.....	76
3.4.1. <i>Clientes actuales.....</i>	76
3.4.2. <i>Clientes Potenciales</i>	77
3.5. Estrategia Competitiva.....	78
3.6. Marketing Mix	79
3.6.1. <i>Producto</i>	79
3.6.1.1. <i>Servicios Ofertados.....</i>	79
3.6.1.2. <i>Traslado de los guardias a los puntos</i>	80
3.6.1.3. <i>Consignas de los guardias de seguridad</i>	82
3.6.1.4. <i>Negociación y contratación del servicio</i>	84
3.6.1.5. <i>Servicio de guardianía</i>	85
3.6.1.6. <i>Supervisión del servicio.....</i>	86
3.6.1.7. <i>Contratación de personal</i>	87
3.6.1.8. <i>Capacitación de personal</i>	87
3.6.1.9. <i>Dotación de implementos a los agentes de seguridad.....</i>	88
3.6.2. <i>Precio</i>	89
3.6.2.1. <i>Fijación del precio</i>	89
3.6.3. <i>Plaza.....</i>	91
3.6.3.1. <i>Ubicación de los puntos de seguridad.....</i>	92
3.6.4. <i>Promoción</i>	96
3.6.4.1. <i>Isologo</i>	96
3.6.4.2. <i>Uniformes</i>	98
3.6.4.3. <i>Redes Sociales</i>	102

3.6.4.4. Sitio web	104
3.6.4.5. Whatsapp Empresarial	106
3.6.4.6. Tríptico y Video Publicitario	107
3.6.4.7. Fuerza de Ventas.....	109
3.6.4.8. CRM.....	109
3.6.4.9. Relaciones Públicas	111
4. PRESUPUESTO Y BENEFICIOS	113
4.1. Ingresos.....	113
4.2. Egresos	114
4.3. Inversión para la propuesta	115
4.4. Análisis sin aplicación de la propuesta	117
4.5. Análisis con aplicación de la propuesta	118
4.5.1. Ingresos	119
4.5.2. Gastos.....	119
4.6. Análisis costo – beneficio	121
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	122
5.1. Conclusiones.....	122
5.2. Recomendaciones	124
BIBLIOGRAFÍA	126
ANEXOS.....	131
ANEXO A	132
ANEXO B	137
ANEXO C	141
ANEXO D	148
ANEXO E	152
ANEXO F.....	156
ANEXO G	161

ANEXO H.....	165
ANEXO I	169
ANEXO J.....	172
ANEXO K.....	175
ANEXO L	180
ANEXO M	183
ANEXO N	184
ANEXO O.....	185
ANEXO P.....	186
ANEXO Q.....	187
ANEXO R	188
ANEXO S.....	190
ANEXO T	192
ANEXO U	194

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Croquis Segurcas Cia.ltda.	5
Figura 2. Estadística de robos de bienes, accesorios y autopartes de vehículos.....	7
Figura 3. Estadística de robos a domicilios	7
Figura 4. Organigrama Segurcas Cia.Ltda.	9
Figura 5. Cadena de Valor	10
Figura 6. Mapa de Procesos.....	14
Figura 7. Pregunta 1 Encuesta Clientes	44
Figura 8. Pregunta 2 Encuesta Clientes	45
Figura 9. Pregunta 3 Encuesta Clientes	46
Figura 10. Pregunta 4 Encuesta Clientes	46
Figura 11. Pregunta 5 Encuesta Clientes	47
Figura 12. Pregunta 6 Encuesta Clientes	48
Figura 13. Pregunta 7 Encuesta Clientes	48
Figura 14. Pregunta 8 Encuesta Clientes	49
Figura 15. Pregunta 9 Encuesta Clientes	50
Figura 16. Pregunta 10 Encuesta Clientes	50
Figura 17. Pregunta 11 Encuesta Clientes	51
Figura 18. Tamaño de Empresas	52
Figura 19. Pregunta 1 Encuesta Clientes Potenciales	54
Figura 20. Pregunta 2 Encuesta Clientes Potenciales	55
Figura 21. Pregunta 3 Encuesta Clientes Potenciales	56
Figura 22. Pregunta 4 Encuesta Clientes Potenciales	56
Figura 23. Pregunta 4.1 Encuesta Clientes Potenciales	57
Figura 24. Pregunta 4.2. Encuesta Clientes Potenciales	58
Figura 25. Pregunta 4.3. Encuesta Clientes Potenciales	58
Figura 26. Pregunta 4.4. Encuesta Clientes Potenciales	59
Figura 27. Pregunta 5 Encuesta Clientes Potenciales	60
Figura 28. Pregunta 6 Encuesta Clientes Potenciales	60
Figura 29. Costos referenciales servicio sin arma	67
Figura 30. Costo referencial servicio con arma	67
Figura 31. Mapa Distrito Metropolitano de Quito	70
Figura 32. Escalera emocional de decisión.....	77
Figura 33. Uniforme guardia de seguridad	81
Figura 34. Cliente Toyota Casabaca los Chillos.....	92
Figura 35. Cliente Toyota Pananorte	92
Figura 36. Cliente ANAN.....	93
Figura 37. Cliente Latam autos.....	93
Figura 38. Cliente 1001 carros.....	94
Figura 39. Cliente Indima S.A.....	94

Figura 40. Cliente Datapro S.A.	95
Figura 41. Cliente Didelsa	95
Figura 42. Logotipo Segurcas Cia.Ltda.....	96
Figura 43. Propuesta Isologo	97
Figura 44. Uniforme Tipo 1 Guardias	99
Figura 45. Uniforme Tipo 2 Guardias	100
Figura 46. Uniforme Tipo 3 Supervisores	100
Figura 47. Uniforme Tipo 4 Jefe de Operaciones.....	101
Figura 48. Plan Community Manager	103
Figura 49. Prototipo Página Web.....	104
Figura 50. Tríptico Segurcas Cia.Ltda.....	107
Figura 51. Video Publicitario	108
Figura 52. Suma CRM.....	110
Figura 53. Menú reuniones corporativas	112

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Actividades Cadena de Valor	13
Tabla 2. Poder de negociación del cliente	17
Tabla 3. Poder de negociación del proveedor	18
Tabla 4. Amenaza de nuevos competidores.....	19
Tabla 5. Amenaza de productos sustitutos.....	20
Tabla 6. Rivalidad entre Competidores	21
Tabla 7. Conclusión 5 Fuerzas de Porter	21
Tabla 8. Análisis FODA	25
Tabla 9. Principales competidores	63
Tabla 10. Número de contratos anuales	63
Tabla 11. Ventas Totales.....	64
Tabla 12. Rango de precios.....	90
Tabla 13. Ingresos Totales	113
Tabla 14. Gastos Totales.....	115
Tabla 15. Presupuesto año 1	116
Tabla 16. Presupuesto año 2	117
Tabla 17. Proyección de beneficios sin aplicación de la propuesta	118
Tabla 18. Proyección de los beneficios con aplicación de la propuesta	120
Tabla 19. Análisis Costo-Beneficio	121

RESUMEN EJECUTIVO

Este plan de marketing fue realizado para Segurcas Cia.Ltda. empresa que presta el servicio de seguridad privada con su sede en la ciudad de Quito. Esta investigación tuvo inicio con el análisis de la situación actual de la empresa en su ámbito interno y externo al igual que el sector de la seguridad privada. En cuanto a lo interno, se detallaron las actividades de la cadena de valor de la empresa, además se exponen todos los procesos que tiene la empresa dentro de un mapa y un organigrama donde se presenta la estructura de esta. En cuanto a lo externo las 5 fuerzas de Porter fueron necesarias para analizar los competidores, proveedores y clientes. Por otro lado, un PESTEL fue necesario para analizar los factores, políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales, en el sector de la seguridad privada. Finalmente, un análisis FODA que permitió identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que existen en la empresa y fuera de ella.

Se llevó a cabo una investigación de mercados, para observar la posición de la empresa dentro del sector, en la que fueron utilizadas algunas herramientas como, entrevistas a profundidad con personal de la empresa, expertos en seguridad externos a la empresa y algunos de los clientes de esta. Por otra parte, se realizaron encuestas de satisfacción a clientes actuales y encuesta a clientes potenciales, para observar el futuro de las empresas de seguridad en el mercado y caracterizar la oferta y la demanda.

Como resultado de esta investigación, se describieron las estrategias de segmentación, posicionamiento y diferenciación, donde fueron planteadas estrategias competitivas y de crecimiento. Por otro lado, las estrategias de promoción fueron propuestas en base al marketing mix. Finalmente, con todos los datos obtenidos pudo ser determinado el costo que tendría la inversión de marketing, la cual fue proyectada junto con los ingresos y gastos para los 4 años siguientes, dando como resultado la proyección de utilidad que tendría la empresa si decide implementar este plan propuesto.

INTRODUCCIÓN

Segurcas Cia.Ltda. se constituye en 1994 en Ecuador, con su oficina en la ciudad de Quito. La empresa fue creada con el propósito de brindar servicios de seguridad que otorguen confianza y tranquilidad las 24 horas a todos sus clientes, tanto en sus negocios como en su vida privada.

Hasta el momento, la empresa ha pasado por varias administraciones, por lo cual no ha podido encontrar un equilibrio adecuado. Anteriormente, los gerentes no tenían control con los gastos de la empresa, los cuales generaban gastos innecesarios y llevaba a la empresa al decrecimiento. En los últimos años, la actual administración ha tratado de llevar la empresa hacia un crecimiento, optimizando recursos y reduciendo gastos innecesarios, sin embargo, no han podido crecer de la manera que esperaban. Segurcas Cia.Ltda. no cuenta con un departamento de marketing, razón por la cual se cree que no han logrado fidelizar algunos de sus clientes, ni captar la atención de muchos otros.

Para que Segurcas Cia.Ltda. se desenvuelva de mejor manera, es necesario un plan de marketing, el cual se creó dentro de esta investigación, en donde se utilizaron modelos administrativos y de marketing probados y adaptables a la situación de la empresa, poniendo en práctica varias herramientas. Se pusieron en práctica modelos de investigación científica, cuantitativos y cualitativos, por lo cual el estudio fue de tipo exploratorio y descriptivo.

Para esta investigación Segurcas Cía. Ltda. dio auspicio y permitió el acceso a toda la información necesaria para el desarrollo de este, con la finalidad de poner en práctica la propuesta a futuro, lo cual sería de gran utilidad para la empresa, puesto que los resultados de esta investigación buscan el posicionamiento de la empresa en el mercado y su crecimiento económico.

1. LA EMPRESA Y SU SECTOR

1.1.Descripción de la empresa

Segurcas Cia.Ltda. es una empresa dedicada a brindar el servicio de vigilancia y seguridad privada, a favor de personas naturales y jurídicas, bienes muebles e inmuebles y valores en la ciudad de Quito, destacándose y manteniendo sus clientes por medio de la calidad del servicio, el profesionalismo del personal y una atención personalizada a cada uno de ellos.

Segurcas Cia.Ltda. fue fundada hace 24 años en la ciudad de Quito, pasando por dos dueños y administrada por varios Gerentes hasta el momento, la empresa por varios motivos no fue correctamente administrada en años anteriores, lo cual no permitió su crecimiento, ni se ha posicionado en el mercado. La administración actual de la empresa no cuenta con mucha información histórica sobre las anteriores administraciones a esta.

En 2010 Segurcas Cia.Ltda. es comprada por su actual dueña la cual trata de llevar a la misma hacía el éxito; adquiriendo nuevos implementos para mejorar la calidad de servicio para sus clientes, entre ellos fueron, la vigilancia con cámaras de seguridad a través de una consola y la compra de accesorios (armas de fuego y letales, chalecos antibalas y tonfas) para el equipamiento de los guardias de seguridad.

Sin embargo, la empresa no cuenta con un plan de marketing por lo cual no ha podido incrementar sus ventas ni incrementar sus clientes, sin poder expandirse en el mercado. La implementación de un plan de marketing en la empresa, la ayudará a obtener más rentabilidad en esta, fidelizando y atrayendo nuevos clientes.

1.1.1. Misión

Somos una empresa que brinda servicios y asesoría en la ciudad de Quito, encaminada al área de seguridad privada de manera profesional y técnica, con el principal objetivo de proteger a nuestros clientes y a sus bienes por medio de nuestros agentes de seguridad altamente calificados y preparados para enfrentar cualquier situación de riesgo. (Segurcas, Información general de la empresa, 2019)

1.1.2. Visión

Ser para el 2025, una empresa de seguridad líder en el Ecuador con la capacidad de brindar en forma eficiente y efectiva la protección física a nuestros clientes, así como sus bienes y valores, con la utilización de personal altamente capacitado y herramientas tecnológicas avanzadas. (Segurcas, Información general de la empresa, 2019)

1.1.3. Valores

Espíritu de servicio: Somos una institución que brinda una alta calidad en el servicio a todos los ciudadanos, ya que nuestro principal objetivo es el bienestar de los clientes y sus bienes. Por lo que, con gran compromiso y responsabilidad, satisfeceremos las necesidades de todos nuestros clientes, ofreciéndoles comodidad con la mejor actitud, servicio y confiabilidad. (Segurcas, Información general de la empresa, 2019)

Profesionalismo: Segurcas Cia.Ltda. brinda los mejores servicios ya que contamos con profesionales, desde la parte administrativa hasta los agentes de seguridad, completamente entrenados y altamente capacitados en defensa personal, armas de fuego, servicio al cliente y primeros auxilios. Podemos asegurar un servicio de excelencia,

gracias a las grandes partes que conforman a nuestra organización la cual ofrece seguridad y confiabilidad. (Segurcas, Información general de la empresa, 2019)

Proactividad: La proactividad es un valor y elemento que debería estar presente en toda sociedad, empresa u organización. Segurcas Cia.Ltda. no se queda atrás, ya que es una de nuestras funciones principales mantenernos proactivos en nuestras actividades y operaciones. Destacamos frente a nuestra competencia por esta misma característica la cual podemos ofrecer un plus sobre nuestros servicios y garantizando la responsabilidad que poseemos con nuestros clientes. (Segurcas, Información general de la empresa, 2019)

Apertura al cambio: Somos una empresa la cual esta abiertamente al cambio, que toma riesgos y los supera, abriéndonos espacio sobre este sector cambiante. Nos mantenemos actualizados e informados sobre todo el entorno de la seguridad privada para así poder brindar un servicio de alta excelencia para nuestros clientes ante las nuevas tecnologías y amenazas. (Segurcas, Información general de la empresa, 2019)

1.1.4. Modelo de negocio

Segurcas Cia.Ltda. utiliza un modelo de negocio basado en servicio. A continuación, se detalla los dos componentes principales de este modelo, los cuales son la propuesta de valor y la fórmula de utilidades.

Propuesta de Valor: Brindar seguridad las 24 horas del día 365 días del año a sus clientes. De la misma manera ofrecer este servicio para ayudar al cliente a cubrir sus necesidades, generando alivio en el consumidor brindando una seguridad de excelencia.

Estructura de Utilidad: La empresa genera ingresos a partir de una cuota mensual de parte del cliente, a cambio del servicio de seguridad profesional que se brinda a cada establecimiento. Segurcas Cía. Ltda. ofrece servicio que se adapte a las necesidades de cada uno de los clientes, con el propósito de generar confianza y preferencia en el cliente.

1.1.5. Ubicación de la empresa

La oficina de la empresa está ubicada en la ciudad de Quito, en las calles Eduardo Salazar N 37-24 y Carlos Julio Arosemena. (Sector: Batán Alto)

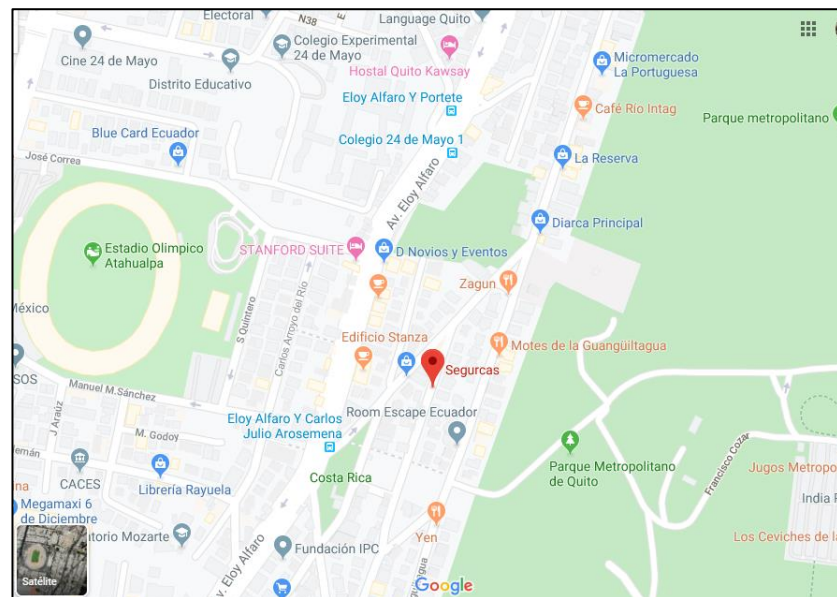


Figura 1. Croquis Segurcas Cia.ltda.

Fuente: (GoogleMaps, 2020)

1.2. Descripción del sector de seguridad privada

No es simplemente un pensamiento. El incremento de la inseguridad ciudadana en el país es una realidad, ha incrementado notablemente a través de los años. En algunos casos es la falta de control por parte de la policía, fiscales o jueces. Hoy en día existen leyes que protegen más a los delincuentes que a las víctimas, crisis económica que se convierte en agudización de ciertos indicadores sociales, inmigración no controlada, falta de recursos para seguridad, afianzamiento de bandas locales e internacionales del crimen, entre otros. (Mantilla, 2019)

La delincuencia a través de los años ha cambiado su metodología y alcances, razón por la cual la seguridad que proporciona el Estado a los ciudadanos es insuficiente por varios motivos, todo esto obliga a mejorar los métodos y técnicas de las empresas de seguridad adaptadas a la realidad de la delincuencia en el país, con la finalidad de minimizar el riesgo en el control de delitos.

“Según El Comercio en estos dos años hemos invertido 355 millones de dólares en nuestras Fuerzas Armadas, que han sido direccionados a programas de protección del territorio, a capacitación estratégica, investigación, innovación tecnológica, seguridad integral, entre otros temas.” (ElComercio, 2019)

Debido a esta gran cantidad de dinero invertida para la seguridad ciudadana y otros aspectos, la inseguridad en el Ecuador ha disminuido en pequeñas cantidades entre 2018 y 2019 según El Universo. Sin embargo, aún se encuentra latente en la sociedad.

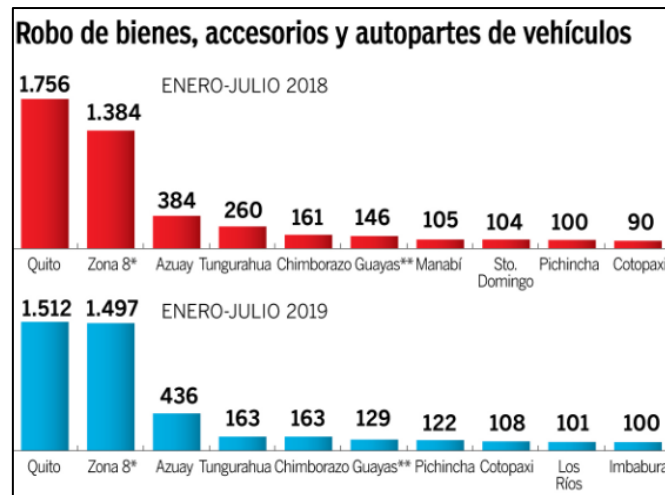


Figura 2. Estadística de robos de bienes, accesorios y autopartes de vehículos
Fuente: (ElUniverso, 2019)

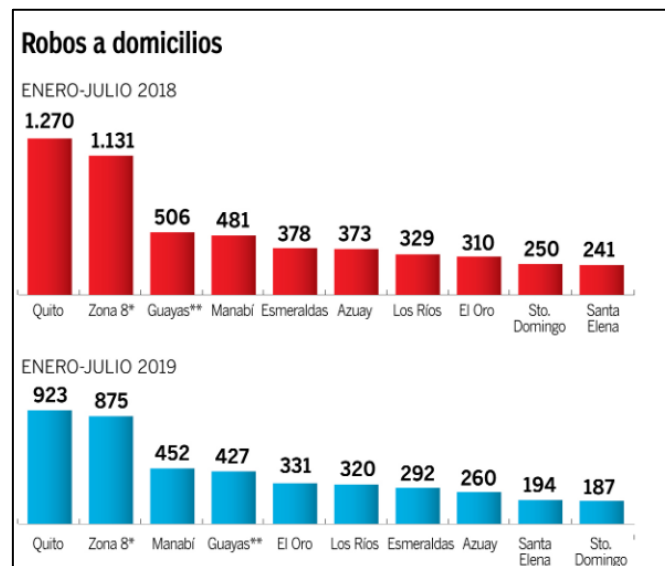


Figura 3. Estadística de robos a domicilios
Fuente: (ElUniverso, 2019)

Cada vez la seguridad privada se vuelve mucho más necesaria para las personas en proteger sus bienes, sus hogares, las empresas donde laboran, entre otros.

“Según El Telégrafo, en Ecuador funcionan 804 compañías que se dedican a la seguridad y alrededor de 70.000 empleados formales. Por lo cual existen varias opciones al momento de escoger una empresa de seguridad ya que se observa un gran crecimiento en este sector.” (ElTelégrafo, 2018)

1.3.Análisis Interno

1.3.1. Organigrama

Los organigramas son los gráficos de las estructuras organizacionales de una empresa. En estos se evidencian los esquemas y estructuras de la compañía, diferenciando los niveles jerárquicos existentes en la misma.

Para Segurcas Cia.Ltda. se realizó un organigrama estructural, en donde se detalla el cargo que cumple cada uno de los empleados, es un organigrama vertical en el cual se estructuran de manera escalonada desde la parte superior hasta la inferior. Situándose en la primera posición los mandos de poder.

La empresa cuenta con alrededor de 40 empleados actualmente entre presidente, Gerente, asistente, supervisores y guardias de seguridad. Encabezando el organigrama se encuentra el Presidente de la empresa; seguido por el Gerente General encargado de la administración general de esta, ubicado en el segundo nivel, seguido por el tercer nivel en donde se encuentra, el contador general, el jefe de talento humano y el jefe operaciones, a continuación, en el cuarto nivel encontramos a, los supervisores de seguridad encargados de realizar rondas por todos los puestos y de controlar el cumplimiento de todas las consignas que deben cumplir los guardias de seguridad, y finalmente en el último nivel están los guardias de seguridad encargados de vigilar y prestar el servicio de seguridad en cada puesto de trabajo.

Es importante mencionar que Segurcas Cia.Ltda. no cuenta con un organigrama actualmente, sin embargo, con toda la información obtenida de la empresa se estableció el organigrama ilustrado a continuación.

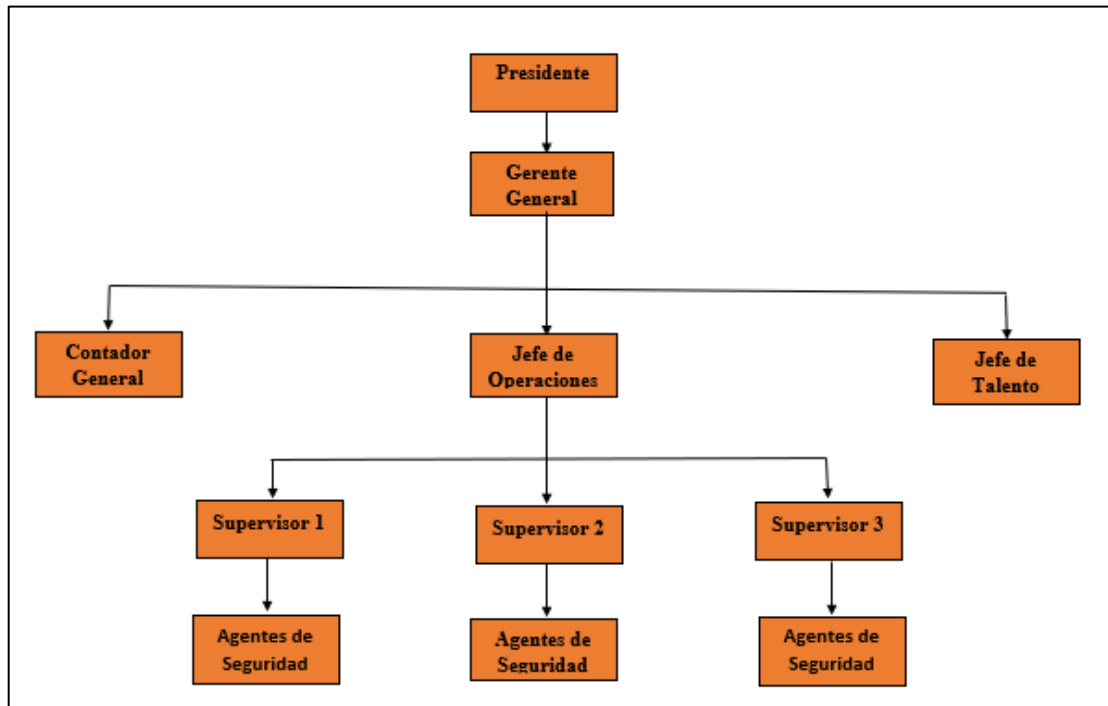


Figura 4. Organigrama Segurcas Cia.Ltda.

Fuente: Elaboración propia

1.3.2. Cadena de Valor

La Cadena de Valor, una herramienta que realiza un análisis estratégico, que ayuda a determinar la ventaja competitiva de la empresa; se debe detallar las actividades primarias que según Rosario Peiró son un grupo de acciones enfocadas en la elaboración física de cada producto y el proceso de transferencia al comprador; mientras que las actividades de apoyo son un soporte de las primarias y en ellas se incluye la participación de los recursos humanos. (Peiró, 2019)

Para la cadena de valor se ha utilizado el modelo de Michael Porter genérico que detalla que cada empresa tiene un conjunto de actividades que se llevan a cabo para diseñar, producir, y entregar sus productos y que esta cadena de valor se desarrolla reconociendo actividades primarias, que son las actividades implicadas en la creación del producto servicio, su venta y entrega al consumidor, así como la post-venta, dentro de estas actividades se encuentran: logística interna, operaciones, marketing, ventas y servicios; las actividades de apoyo son las que soportan a las actividades primarias y se apoyan entre sí, tecnología, recursos humanos y otras funciones de la empresa, dentro de estas actividades se encuentra: infraestructura de la empresa, gestión de recursos humanos, desarrollo tecnológico y adquisiciones. (Riquelme M. , 2019)

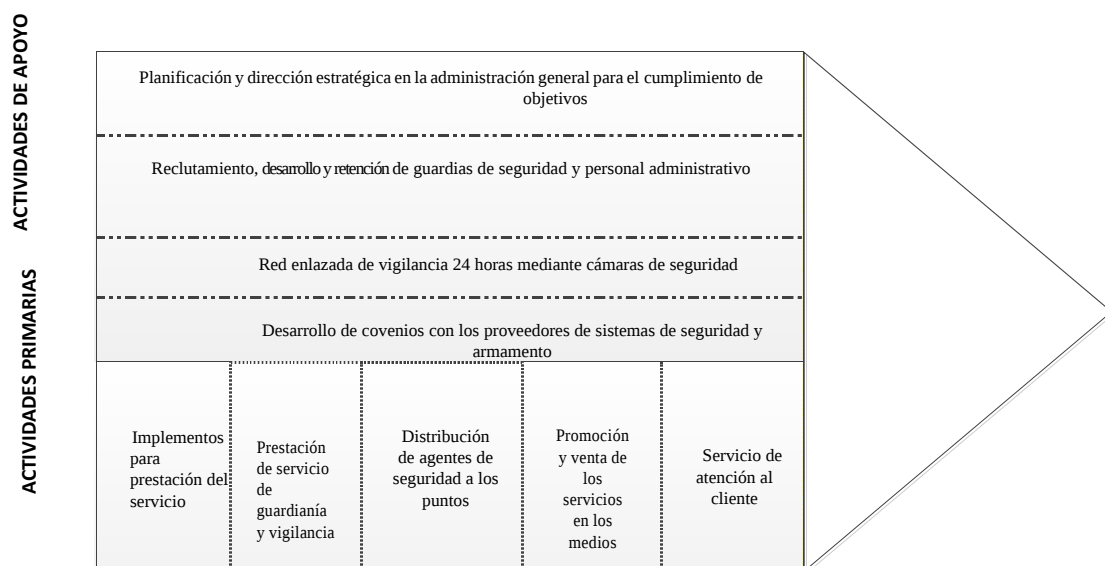


Figura 5. Cadena de Valor

Fuente: (Porter, 2020)

Logística al interior: Dentro de esta actividad se encuentran todos los insumos necesarios para llevar a cabo el proceso de prestación del servicio, como son: uniformes para los guardias de seguridad, protección por medio de los chalecos antibalas y dotación de armamento como armas letales, de fogeo y tonfas con el único objetivo de minimizar el riesgo en cada uno de sus puestos de trabajo.

Operaciones: La prestación del servicio inicia con la elaboración de un detallado estudio de seguridad del área, y las necesidades del cliente, principalmente se observa el grado de vulnerabilidad que presenta el lugar a vigilar, posterior a esto se firma un contrato en donde se acuerda el servicio que se va a prestar, los términos y condiciones, el pago por servicio, etc.

Logística al exterior: Distribución de los guardias de seguridad correctamente equipados, a todos los puntos en donde el cliente lo solicite, en esta actividad se refiere a la venta del servicio que realiza la empresa al cliente.

Marketing y ventas: En esta actividad la empresa se encarga de dar a conocer su producto en el mercado, para satisfacer las necesidades de los consumidores, publicita y vende su servicio, mayormente boca a boca, que consiste en transmitir información a través del lenguaje verbal entre personas y clientes actuales.

Servicios: En esta actividad se encuentra el servicio al cliente, que se encarga de atender y resolver cualquier duda, problema o requerimiento de todos los clientes de la empresa.

Infraestructura: La planificación y dirección estratégica en la administración general para el cumplimiento de objetivos; por otro lado, en este aspecto la empresa cuenta con una oficina que cumple con todo lo requerido por las autoridades de control, la cual opera en la ciudad de Quito.

Gestión de RRHH: Reclutamiento y selección de personal (agentes de seguridad y personal administrativo), los cuales son capacitados constantemente por parte de la empresa. En el caso de los agentes de seguridad deben contar con la capacitación en seguridad de 120 horas por parte del Ministerio del Interior, para poder ejercer su labor.

Por otro lado, dentro de la empresa los guardias de seguridad más destacados han sido promovidos de puesto por su excelencia y compromiso, para evitar el exceso de rotación del personal.

Desarrollo de tecnología: Segurcas Cia.Ltda. cuenta con un sistema interno de frecuencias de radio, medio por el cual se comunican constantemente todos los guardias de seguridad, supervisores y personal administrativo para la coordinación general de consignas y control de todos los puestos de trabajo. Además, se cuenta con una consola dentro de las oficinas en donde se monitorea a todos los clientes que han solicitado este servicio; estas tecnologías existentes en la empresa ayudan a la atención rápida a cualquier emergencia o necesidad de los clientes. Dentro de los insumos nuevos adquiridos por la empresa se encuentran los detectores de metales y los bastones de control, que son implementos adicionales para mejorar el servicio de guardianía.

Adquisiciones: Esta actividad se refiere a las compras que realiza la empresa, necesarias para la prestación del servicio. El Gerente General de la empresa en conjunto con el departamento de RR. HH se encargan de realizar todas las compras que requiere la empresa como; uniformes, armas, frecuencias de radio, pólizas, papelería, etc.

Tabla 1. Actividades Cadena de Valor

Actividad de la Cadena de Valor	Correspondencia de Segurcas	Se crea valor	Cómo se crea valor
Actividades Primarias			
Logística al interior	Implementos para prestación del servicio	SI	Con un control de personal de seguridad enfocados en la organización y uso correcto de tiempos
Operaciones	Prestación de servicio de guardiana y vigilancia	SI	Servicios de seguridad privada de elevada calidad y confiabilidad
Logística al exterior	Distribución de agentes de seguridad a los puntos	SI	Mediante un canal de comunicación y vía más rápida de asignación
Marketing y Ventas	Promoción y ventas de los servicios en los medios	SI	Publicidad en los medios posibles
Servicios	Servicio de atención al cliente	SI	Mediante servicios de confiabilidad y total compromiso con los clientes
Actividades de Apoyo			
Infraestructura	Planificación y dirección estratégica en la administración general para el cumplimiento de objetivos	SI	Principio de calidad orientada hacia los procesos de organización
Gestión de RRHH	Reclutamiento, desarrollo y retención de guardias de seguridad y personal administrativo	SI	Capacitación constante y reclutamiento de guardias de seguridad
Desarrollo de Tecnología	Red enlazada de vigilancia 24 horas mediante cámaras de seguridad	SI	Sistema de vigilancia
Adquisiciones	Desarrollo de convenios con los proveedores de sistemas de seguridad y armamento	SI	Mediante análisis a proyectos calificaciones son con altos parámetros

Fuente: Elaboración propia

1.3.3. Mapa de Procesos

“El mapa de procesos recoge la interrelación de todos los procesos que realiza una organización. Además, el mapa de procesos ubica cada proceso en el marco de la cadena de valor. Simultáneamente relaciona el propósito de la organización con los procesos que lo gestionan, de modo que sirve también como herramienta de aprendizaje para los trabajadores.” (ConexionEsan, 2016)

El mapa de procesos elaborado para la empresa Segurcas Cia.Ltda. se encuentra ligado con cada una de las actividades propuestas en la cadena de valor. Es importante mencionar que Segurcas Cia.Ltda. no cuenta con un mapa de procesos actualmente, sin embargo, con toda la información obtenida de la empresa se estableció el mapa de procesos ilustrado a continuación.

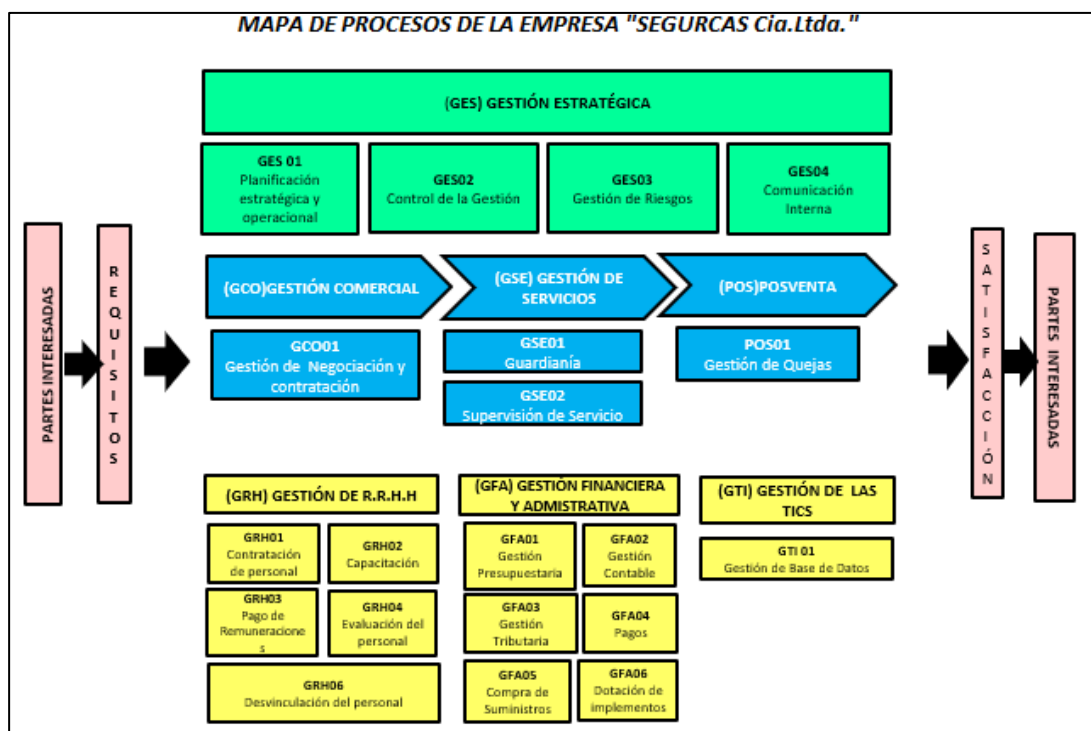


Figura 6. Mapa de Procesos

Fuente: Elaboración propia

Gestión Estratégica: Este proceso abarca toda la gestión estratégica de la empresa, como es la planificación estratégica de la empresa, la gestión de riesgos y la comunicación interna que es una de las más importantes, ya que todas las funciones de la empresa necesitan tener un medio de comunicación rápido en caso de alguna emergencia.

Gestión Comercial: Este proceso es el encargado de negociar con cada uno de los nuevos clientes que adquiere la empresa, sobre los términos y condiciones del servicio requerido y finalizar el acuerdo con un contrato.

Gestión de Servicios: En este proceso se presta el servicio de seguridad a los establecimientos junto con todos los implementos necesarios, garantizando la calidad de este con la supervisión constante las 24 horas del día.

Posventa: Este proceso gestiona y recibe todas las quejas por parte de los clientes, para así mejorar en los aspectos requeridos.

Gestión de R.R.H.H: El proceso que se encarga de la selección, contratación y posterior capacitación de personal. Después de ser contratados y trabajar para la empresa este proceso se encarga del pago de las remuneraciones mensuales obligatorias a los miembros de la empresa y también de la desvinculación de este.

Gestión Financiera y Administrativa: Proceso encargado de presupuestar y contabilizar los ingresos y egresos de la empresa durante todos los períodos, por otro lado, se encarga de la tributación de la empresa y compra de suministros e insumos necesarios para el funcionamiento diario de la empresa y su personal.

Gestión de las TICS: La tecnología es un proceso no muy cambiante dentro de la empresa ya que no se ha realizado mucha evolución en el mismo últimamente, sin embargo, se lo toma en cuenta para el mantenimiento de los implementos con los que cuenta la empresa actualmente.

1.4. Análisis Externo

1.4.1. Cinco fuerzas de PORTER

Esta es una herramienta la cual nos permite analizar la competencia de la organización en el sector que se desempeña; cada una de las fuerzas determina el poder competitivo de la empresa en diferentes áreas como son: poder de negociación del cliente, amenaza de nuevos competidores, poder de negociación del proveedor, rivalidad entre los competidores existentes y amenaza de productos sustitutos. Por otro lado, esta

herramienta será indispensable para la investigación de mercados que será realizada en el presente trabajo, ya que, se analizará los competidores y el mercado en el que se encuentra la empresa. (ActivaConocimiento, s.f.)

Poder de negociación del cliente: *“El cliente tiene el poder de escoger cualquier otro producto o servicio de la competencia. Esta postura podemos observarla en su mayoría, cuando existe una gran variedad de proveedores potenciales, de manera que el cliente, cuenta con muchas más posibilidades para elegir otros productos o servicios.”* (ActivaConocimiento, s.f.)

Los clientes cuentan con varios factores al momento de elegir con que empresa desearían trabajar, algunos de ellos prefieren la calidad del servicio, la atención personalizada o simplemente los costos bajos. En otros casos las empresas de seguridad deben entrar a concursos con otras empresas para que el cliente determine cual se ajusta mejor a sus necesidades. Mientras que en otros casos la contratación del servicio es directa y rápidamente con una empresa, puede ser debido al conocimiento que tiene sobre la misma o la trayectoria.

Los clientes principales son empresas medianas para las cuales es primordial la calidad del servicio que es lo mayormente valorado por cada uno de ellos. Otros clientes como conjuntos habitacionales y viviendas también forman otro segmento al que Segurcas Cia.Ltda. presta su servicio, cabe mencionar que cada uno de ellos tienen necesidades y requerimientos diferentes.

Tabla 2. Poder de negociación del cliente

Poder de negociación del cliente			
El poder de los compradores es mucho cuando		Alta	Baja
1	La concentración de los compradores respecto a los proveedores es		X
2	Los costos por cambiar de proveedor son		X
3	La diferenciación del producto de los proveedores es	X	
4	La amenaza de una integración hacia atrás de los proveedores es		X
5	La cantidad de las ganancias del comprador es	X	
6	La importancia de los insumos de los proveedores para la calidad del		X
CALIFICACION		2 DE 6	
PORCENTAJE(%)		33,33%	

Fuente: Elaboración propia

Poder de negociación del proveedor: En esta fuerza se puede observar la facilidad que tienen los proveedores para variar sus precios, plazos de entrega, formas de pago, entre otros. Cuanta menor base de proveedores, menor poder de negociación se tendrá. (ActivaConocimiento, s.f.)

Los proveedores principales con los que cuenta Segurcas Cia.Ltda. son, para la elaboración de los uniformes, que también incluyen porta armas, porta tonfa, proveedores de armas de fuego o de fogueo, de tonfas, bastones de control, detectores de metales en el caso de los guardias de seguridad. La empresa necesita contar con un permiso especial para poder adquirir estos suplementos en proveedores autorizados por la Policía Nacional del Ecuador. La empresa tiene como proveedor a Accesorios S.A. para la compra de radios y frecuencia de radios, equipos de cómputo, entre otros.

Tabla 3. Poder de negociación del proveedor

Poder de negociación del proveedor			
Poder de los proveedores es mucho cuando		Alta	Baja
1	La concentración del sector del comprador es	X	
2	La disponibilidad de los productos sustitutos es	X	
3	La importancia del cliente para el proveedor es		X
4	La diferenciación de los productos y servicios del proveedor son	X	
5	El control de las empresas establecidas sobre los canales de distribución es		X
6	La amenaza de una integración futura de proveedores es		X
CALIFICACION PORCENTAJE(%)		3 de 6 50%	

Fuente: Elaboración propia

Amenaza de nuevos competidores: Los competidores son empresas con características o servicios similares a los de Segurcas Cia.Ltda. Cuanto más factible sea para los nuevos competidores ingresar en el mercado, superior será la amenaza que represente para la empresa. (ActivaConocimiento, s.f.)

Dentro del sector de seguridad privada existen varias barreras de entrada para los nuevos competidores, ya que una empresa de seguridad requiere de varios permisos por parte del Ministerio del Interior para su funcionamiento y para la adquisición y utilización de armas de fuego e insumo de seguridad. Los guardias de seguridad deben realizar el curso de 120 horas que realiza el Ministerio del Interior para poder ejercer sus labores. Por otro lado, cada uno de los guardias de seguridad debe contar con un seguro por daños a terceros y un seguro de vida, el cual debe ser proporcionado por la empresa. Cabe recalcar que la existencia de alrededor de 804 empresas de seguridad en el Ecuador es una de las barreras de entrada más grandes, ya que existe mucha competencia dentro del sector. (ElTelégrafo, 2018)

Tabla 4. Amenaza de nuevos competidores

Amenaza de nuevos competidores			
La amenaza de nuevos entrantes es mucha cuando		Alta	Baja
1	Las economías de escala son	X	
2	La diferenciación del producto es	X	
3	Los requerimientos de capital son	X	
4	Los costos por cambiar de proveedor son		X
5	El control de las empresas establecidas sobre los canales de distribución es		X
6	El conocimiento patentado de las empresas establecidas es	X	
7	El acceso de las empresas establecidas a las materias primas es		X
8	El acceso de las empresas establecidas a sustitutos de gobierno es		X
CALIFICACION		4 DE 8	
PORCENTAJE (%)		50%	

Fuente: Elaboración propia

Amenaza de productos sustitutos: Se refiere al servicio que cumpliría la misma función y que es competente de satisfacer la misma necesidad que otro, se le llama sustituto. La amenaza se manifiesta cuando el comprador puede alterar su disposición de adquisición, fundamentalmente si el sustituto es más económico u ofrece mayor calidad. (ActivaConocimiento, s.f.)

Los productos que se cree que podrían sustituir a las empresas de seguridad podrían ser conserjes o simplemente cámaras de vigilancia, sin embargo, esto no es una amenaza para el sector ya que ninguno de estos las sustituirían en su totalidad, ya que la vulnerabilidad se encontraría latente.

Tabla 5. Amenaza de productos sustitutos

Amenaza de productos sustitutos			
La amenaza de productos sustitutos es mucha cuando:		Alta	Baja
1	La diferenciación del producto sustituto es		X
2	La tasa de mejoría en la relación precio - desempeño del producto sustituto es		X
CALIFICACION		0 de 2	
PORCENTAJE(%)		0%	

Fuente: Elaboración propia

Rivalidad entre los competidores: Cada uno de los competidores es libre de elegir las estrategias que necesita para destacar sobre los demás. Entre empresas existe una gran rivalidad para obtener mayor cantidad de clientes, en la actualidad cada una de ellas trata de mejorar constantemente la calidad de su servicio, en ámbitos tecnológicos para así atraer a muchos más clientes y tener posicionamiento en el mercado. (ActivaConocimiento, s.f.)

En el sector de la seguridad privada existen empresas grandes, medianas y pequeñas, definidas en estas categorías por la cantidad de clientes, cantidad de empleados y cantidad de servicios de cada una de ellas. Las empresas de seguridad líderes en el Ecuador son G4s, Laar, y Securitas, que disponen de un amplio nicho del mercado. Por lo tanto, Segurcas Cia.Ltda. se encuentra en la categoría de empresas pequeñas, ya que su número de empleados y de clientes no es muy grande, por lo tanto, sus ventas no son iguales a las de una empresa mediana o grande.

Con el paso del tiempo cada una de las empresas de seguridad trata de mejorar el servicio que presta, mejorar la calidad de este, reducir los precios o implementar nueva tecnología dentro de las empresas para poder atraer más clientes, por lo cual la rivalidad entre competidores es muy alta.

Tabla 6. Rivalidad entre Competidores

Rivalidad entre los competidores			
La intensidad de la rivalidad de la competencia es mucha cuando		Alta	Baja
1	Las cantidades de competidores es	X	
2	La tasa de crecimiento del sector industrial es		X
3	Los costos fijos son		X
4	Los costos de almacenaje son	X	
5	La diferenciación del producto		X
6	Los costos por cambiar de proveedor son		X
7	Las barreras de salida son	X	
8	Los intereses estratégicos son	X	
CALIFICACION		7 de 8	
PORCENTAJE(%)		87,50%	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7. Conclusión 5 Fuerzas de Porter

CONCLUSIONES	
Poder de negociación del proveedor	50%
Poder de negociación del cliente	33%
Amenaza de nuevos competidores	50%
Amenaza de productos sustitutos	0%
Rivalidad entre los competidores	87,50%
Promedio 44%	

Fuente: Elaboración propia

Con el análisis realizado respecto a las 5 Fuerzas de Porter, se tiene como conclusión que debe existir preocupación por la competencia debido a que existen economías de

escala dentro del mercado, es decir no todas las empresas cobran el mismo monto. Sin embargo, se debe tener en cuenta el poder de negociación con los proveedores a pesar de tener un porcentaje de 50%, ya que, para la venta de armas, chalecos antibalas y otros implementos de seguridad no existe mucha variedad de proveedores a elegir. Por otro lado, la amenaza de nuevos competidores también se debe tener en cuenta ya que, a pesar de existir varias barreras de entrada al mercado se siguen constituyendo empresas de seguridad privada.

1.4.2. Análisis PESTEL

“El análisis PESTEL según Ana Trenza es una herramienta de análisis estratégico que ayudará a analizar el entorno macroeconómico en el que se desempeña la empresa. Se podrá identificar los factores que hoy en día existen y también los futuros. Este análisis ayudará a analizar el entorno macroeconómico en el que opera la empresa.” (Trenza, 2018)

Es decir, esta herramienta fue de utilidad al momento de analizar el sector en que la empresa se encuentra ya que podemos encontrar las oportunidades y amenazas en cada uno de los aspectos de esta herramienta como son: Político, Económico, Sociocultural, Tecnológico, Ecológico y Legal.

Factores Políticos

- La inseguridad en el Ecuador es muy alta durante los últimos años, los gobiernos se han empeñado en ofrecer seguridad para todos los ciudadanos, sin embargo, no se ha logrado cumplir en su totalidad esta propuesta planteada.
- La delincuencia a través de los años cambia sus procedimientos y alcances, razón por la cual la seguridad que proporciona el Estado a los ciudadanos debe

perfeccionar sus métodos y técnicas con la finalidad de aplacar con los delitos que se presenten de la práctica más inmediata posible.

Factores Económicos

- El ingreso promedio de los ecuatorianos es de \$893 según el INEC, por lo cual no todos pueden destinar un porcentaje de sus ingresos para algún tipo de seguridad.
- Las empresas medianas destinan todos los meses un porcentaje de sus ingresos para ocuparlo en seguridad, ya sea guardia o cámaras de seguridad.
- Según El Comercio en estos dos años se ha invertido 355 millones de dólares en las Fuerzas Armadas (ElComercio, 2019)
- El crecimiento del sector es notable, ya que se han constituido más empresas de seguridad privada. (ElTelégrafo, 2018)
- La inestabilidad económica y la desigualdad, como base de la conflictividad social con su propio impacto transversal.

Factores Socioculturales

- Inseguridad de las personas frente a la sociedad en la que se desenvuelve.
- Cada persona o empresa siempre estará pendiente de cuidar sus bienes e intereses por lo cual recurren a la seguridad privada, ya que sus hogares o empresas es una de las cosas más importantes para cada uno.
- Existe la prevención ante cualquier siniestro por parte de la mayoría de las personas.
- Flujos migratorios no controlados, con riesgo de movimientos infiltrados de radicalización extremista y delincuencia
- Proliferación de armas de contrabando como amenaza a la sociedad.
- La seguridad privada no crece con la inseguridad, es un paradigma que hay que quitar a la gente. La seguridad privada crece con el desarrollo económico, es para prevenir, es una actividad humana que hacemos todos.

Factores Tecnológicos

- La tecnología avanza constantemente en todos los aspectos, por lo cual las empresas buscan invertir mucho más en tecnología para atraer más a sus clientes.
- Para crecer en el sector de seguridad privada actualmente se necesita estar en constante cambio tecnológico.

Factores Ecológicos

- La responsabilidad social de las empresas es la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas.

Factores Legales

- Se sujetan al reglamento Ley de vigilancia y seguridad privada, en conjunto con sus reformas, acuerdo interministerial No. 001, instructivo para la concesión del permiso de uniformes a las compañías de seguridad privada, mandato 8, Ministerio de Trabajo. Solicitud de recalificación de Armas. (PRIVADA, 2003)
- Se mantiene un arduo control de las armas que está regido por la ANESI y a la Reformas a la ley de fabricación, importación, exportación, comercialización y tenencia de armas.

1.4.3. Análisis FODA

“El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica, creada para realizar un análisis interno de la empresa (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas). Se recurre a ella para desarrollar una estrategia de negocio que sea sólida a futuro, además, el análisis FODA es un instrumento ventajoso

que todo administrador de empresa o industria debe hacer y tomarla atención.”
(Riquelme M. , Análisis FODA, 2016)

Para analizar a la empresa se identificaron sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas por medio de un análisis FODA el cual fue de gran utilidad para el análisis interno y externo de la empresa.

Tabla 8. Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1- La moral de los empleados y agentes de seguridad es excelente. 2- Capacitaciones obligatorias por parte del ministerio de trabajo sobre los agentes por ejemplo de prevención del VIH y drogas. 3- La calidad del servicio es excelente teniendo un centro de gestión de quejas y de esta manera estar pendientes de inconvenientes permaneciendo en una mejora continua . 4- Reputación de excelencia y confiabilidad entre nuestro puñado de clientes. 5- Promociones en ciertas temporadas lo que aumenta nuestras ventas en un 10%. 6- Empleados comprometidos con su labor y compañía mediante incentivos como bonos, etc.	1- Existió un crecimiento de la economía del país 2- La posibilidad de poder publicitar a la empresa en medios de confianza 3- Crecimiento de la demanda de seguridad privada. 4- Proveedores de confianza a un menor costo y tiempo. 5- Aumento del 10 % de las plazas de comida y foodtrucks (futuro posibles clientes) 6- Incremento de la demanda de seguridad privada
DEBILIDADES	AMENAZAS
1- El estudio para la selección del personal no es muy a fondo 2- El proceso de cobro a los clientes es demasiado lento. 3- Existe falta de liquidez. 4- Falta de infraestructura para realizar de una manera más organizada las operaciones. 5- Escasa publicidad y marketing para el reconocimiento de nuestros servicios con facilidad. 6- Existe decrecimiento de las ventas	1- Crecimiento de la competencia del mercado 2- Descoordinación entre los frentes políticos, económicos y sociales del país. 3- Las empresas mejoran la calidad de sus servicios rápidamente 4- Aumento de impuestos y controles estrictos por parte del gobierno, afectando la concreción de contratos. 5- Demasiadas reformas en la responsabilidad social, para lo cual es necesario mayor inversión.

Fuente: (Segurcas, Información general de la empresa, 2019)

FO: Se utilizan las fortalezas con las que la empresa cuenta internamente, para poder atacar las oportunidades externas en el mercado. En el caso de Segurcas Cia.Ltda. la calidad del servicio de seguridad y el personal capacitado, es una fortaleza muy grande, ya que, la demanda de seguridad en el país ha aumentado, por lo cual estas características de la empresa podrían llevarla a incrementar sus ventas.

DO: En este caso se espera superar las debilidades internas de la empresa, para aprovechar las oportunidades externas del mercado. Segurcas Cia.Ltda. no cuenta con un departamento de marketing actualmente, por lo cual no tiene la capacidad de promocionarse en el mercado y llegar a más clientes. A pesar, de que existe una gran demanda de seguridad privada.

FA: Se aprovechan las fortalezas internas de la empresa para aplacar las amenazas del entorno. En este caso, en el mercado de la seguridad, existen muchas empresas que brindan este servicio, por lo cual el cliente tiene una gran variedad de opciones para escoger, razón por la cual Segurcas Cia.Ltda. capacita y motiva a sus guardias de seguridad, para que brinden un excelente servicio y la competencia no sea un gran problema para la empresa.

DA: Se busca crear tácticas defensivas que disminuyan las debilidades que tiene la empresa y evitar las amenazas que existen en el entorno. La falta de un departamento de marketing es una gran desventaja que Segurcas Cia.Ltda. frente a otras empresas.

2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

“La investigación de mercados es una herramienta que entrelaza al consumidor con el vendedor, la cual se utiliza para determinar las oportunidades y los problemas del marketing; para generar y evaluar las acciones que se tomarán en un futuro. La investigación de mercado es importante para la elaboración de un plan de marketing ya que, interactúa con las diferentes partes del mercado, es decir, clientes, proveedores y personal interno de la empresa.” (Malhotra, 2008)

La investigación de mercados diseña las técnicas para la recolección de información, dirige y aplica el proceso de recopilación de datos, analiza los resultados, y comunica los hallazgos y sus implicaciones. (Malhotra, 2008)

2.1. Investigación Cualitativa

La investigación cualitativa recolecta información, mediante varias herramientas, como es la observación y las entrevistas. La investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica. (Fernández, 2002)

2.1.1. Entrevistas

2.1.1.1. Entrevista a Expertos del sector

La entrevista con expertos del sector nos ayudará a plantear el problema de la investigación de mercados. Se realizó entrevistas a tres expertos en el sector de la seguridad, los cuales nos ayudaron a descubrir información valiosa para conocer más sobre la seguridad. Se desarrolló un cuestionario de 10 preguntas para la entrevista con cada uno de los expertos. A continuación, se encuentran las preguntas formuladas para los expertos en el sector de la seguridad.

1. ¿Considera usted que existe inseguridad en nuestro país?
2. ¿Cree usted que el gobierno ha tomado medidas sobre la seguridad ciudadana?
3. ¿La economía del país tiene influencia sobre el sector de seguridad?
4. ¿Cuáles cree usted que sean las causas que fomentan la inseguridad y delincuencia en el Ecuador?
5. ¿Considera que el gobierno cuenta con las herramientas para hacer frente al crimen organizado?
6. ¿Cree usted que existe cierto tipo de desarrollo tecnológico dentro de este sector?
7. ¿Qué medidas cree usted que se deberían tomar para aumentar la seguridad de la ciudadanía?
8. ¿Qué opina usted sobre la seguridad privada?
9. ¿Cree usted que las empresas de seguridad privada son necesarias?

En esta ocasión se seleccionó al Capitán de Navío Hugo Álvarez quien desempeña su cargo de Jefe de seguridad de la Presidencia del Ecuador y al Capitán Antonio Lugo quien desempeña su cargo de Jefe de seguridad de la Base Aérea Cotopaxi y piloto e instructor

del equipo beechcraft KingAir350, los cuales respondieron a las preguntas anteriormente expuestas, las respuestas se pueden encontrar en el Anexo A y Anexo B.

En conclusión, de cada pregunta en base a lo que han respondido los expertos en seguridad, se tiene:

1. ¿Considera usted que existe inseguridad en nuestro país?

Se determina que, si existe bastante inseguridad en nuestro país, por varios factores como es la migración de otros países, el desempleo en él y el decrecimiento de la economía.

2. ¿Cree usted que el gobierno ha tomado medidas sobre la seguridad ciudadana?

Se concluye que el gobierno si ha tomado ciertas medidas en cuanto a la seguridad ciudadana, sin embargo, no ha sido suficiente para combatir el crimen organizado.

3. ¿La economía del país tiene influencia sobre el sector de seguridad?

Se concluye que la economía del país tiene mucha influencia sobre la seguridad, ya que si el país no se encuentra bien económicamente no va a destinar la cantidad necesaria de insumos para la seguridad de los ciudadanos.

4. ¿Cuáles cree usted que sean las causas que fomentan la inseguridad y delincuencia en el Ecuador?

Se puede concluir diciendo que según las entrevistas dadas se cree que las causas que fomentan la inseguridad y delincuencia en el país son factores que tenemos en nuestro entorno y son accesibles desde tempranas edades como son en los programas de televisión, series, medios televisivos y otros como el narcotráfico,

lavados de activos, la corrupción que se ha visto en estos últimos años también se suma la migración masiva de personas y el aumento de desempleo.

5. ¿Considera que el gobierno cuenta con las herramientas para hacer frente al crimen organizado?

En conclusión, se puede decir que el gobierno no cuenta con los recursos económicos necesarios ni con un personal completamente capacitado para brindar seguridad a toda la ciudadanía con las correctas herramientas. Aparte se menciona que muchas veces el personal no cuenta con medidas de protección tanto en el Sistema legal como en el de accionar.

6. ¿Cree usted que existe cierto tipo de desarrollo tecnológico dentro de este sector?

Como resultado de la encuesta en esta pregunta la respuesta es muy semejante ya que en las dos entrevistas aseguran la existencia de herramientas tecnológicas que se pueden usar en este sector pero que no existe el recurso económico por la situación del país para implementarlo, también agregan que no se cuenta con personal que esté disponible las 24 horas del día y muchas veces las respuestas ante una emergencia no son las debidas y con muchos fallos.

7. ¿Qué medidas cree usted que se deberían tomar para aumentar la seguridad de la ciudadanía?

En conclusión, a la pregunta se podría decir que una de las medidas que se puede implementar es el mejorar la educación y enfocarse también en las generaciones futuras, educando más a la ciudadanía y creando campañas de concientización. Por otro lado, agregando mejores equipos tecnológicos de seguridad como la implementación de más cámaras y puestos de auxilio que demuestren a la ciudadanía más protección.

8. ¿Qué opina usted sobre la seguridad privada?

En ambas entrevistas se llega a la conclusión de esta pregunta que la seguridad privada es fundamental y se considera una inversión ya que como explicaron anteriormente en la seguridad que Brinda el gobierno al país se cuenta con muchos fallos y problemas donde no pueden abarcar todo el mercado que necesita la protección en este caso la ciudadanía y sus negocios.

9. ¿Cree usted que las empresas de seguridad privada son necesarias?

La conclusión, de la pregunta es que si, la seguridad privada es necesaria por la situación que está pasando el país en el cual la violencia ha incrementado, la seguridad del gobierno no se da abasto y los ciudadanos tienen crisis económica. El contar con seguridad privada da más tranquilidad a la empresa y sus recursos tanto como a los ciudadanos, también sugieren que los guardias deben pasar siempre por procesos de capacitación en donde se los entrene constantemente.

2.1.1.2. Entrevista a Expertos Internos

“La entrevista a profundidad es no estructurada, directa y personal, en la cual un entrevistador realiza una serie de preguntas a un solo encuestado, para descubrir motivaciones, creencias, actitudes y sentimientos subyacentes sobre un tema.”
(Malhotra, 2008)

La técnica utilizada en esta entrevista es el escalonamiento, ya que el interrogatorio pasa de las características generales a las características del usuario, es decir personales. La indagación se la realiza para ir más allá de las respuestas iniciales que los entrevistados dan a una pregunta. Se realizó 1 formato de entrevista, el cual será aplicado en el Gerente General y Jefe de Operaciones de Segurcas Cia.Ltda. Lo cual nos ayudará a conocer la opinión de ellos sobre el sector de la seguridad y el servicio que brinda la empresa a sus

clientes. Cabe mencionar que la entrevista realizada al Sr. Eduardo Ricci, Gerente General y al Sr. Daniel Zapata, Jefe de Operaciones, se encuentran en el Anexo C y Anexo D.

A continuación, se encuentran las preguntas realizadas para el personal interno de la empresa.

1. ¿Considera usted que existe inseguridad en nuestro país?
2. ¿Cree usted que el gobierno ha tomado medidas sobre la seguridad ciudadana?
3. ¿La economía del país tiene influencia sobre el sector de seguridad?
4. ¿Existen desarrollos tecnológicos dentro de este sector?
5. ¿Considera que la seguridad pública se encuentra capacitada para combatir contra la delincuencia?
6. ¿Cree usted que las empresas de seguridad privada son necesarias?
7. ¿Cuáles es la ley a la que se debe acoger la empresa de seguridad?
8. ¿Cómo se encuentra Segurcas Cia.Ltda. dentro del sector?
9. ¿Qué cree usted que la empresa necesita para aumentar sus ventas?
10. ¿Qué aspectos se considera para la contratación de personal?
11. ¿La empresa cuenta con proveedores? ¿Cuáles son?
12. ¿Usted considera que la competencia en el sector es alta?
13. ¿Qué tan difícil es entrar al sector de seguridad como una empresa? ¿Qué requisitos se necesitan?
14. ¿Cuál es la razón por la cual los clientes eligen a Segurcas Cia.Ltda. frente a otras empresas?
15. ¿De qué manera la empresa se da a conocer por sus clientes?
16. ¿Es necesario el marketing dentro de la empresa?
17. ¿Cree usted que existen falencias en la prestación del servicio?
18. ¿Qué podría mejorar en la prestación del servicio?
19. ¿En qué otra área de su empresa cree usted que podría mejorar?

Conclusión de cada pregunta en base a lo que ha respondido el personal de Segurcas Cia.Ltda.

1. ¿Considera usted que existe inseguridad en nuestro país?

En conclusión, a la entrevista se puede decir que si ya que en ambas partes explican como la delincuencia ha aumentado y es una realidad para todas las personas. Además, incluye que se debe a varios factores como es el desempleo, migración y mendicidad.

2. ¿Cree usted que el gobierno ha tomado medidas sobre la seguridad ciudadana?

Se concluye que a pesar de cualquier medida que haya tomado el gobierno cuenta con muchos fallos y necesitan más enfoque en el tema de la protección a los ciudadanos no solo al accionar contando con más herramientas donde puedan actuar contra algún delincuente sino también con medidas legales ya que tampoco apoyan.

3. ¿La economía del país tiene influencia sobre el sector de seguridad?

En conclusión, si, la economía es un factor muy importante en la seguridad del país ya que si existe una economía estable la delincuencia reducirá bastante y por otro lado las empresas contarán con más presupuesto el cual podrán invertir en seguridad.

4. ¿Existen desarrollos tecnológicos dentro de este sector?

En conclusión, si existen varios desarrollos tecnológicos de vigilancia y es un factor muy importante en la seguridad ya que siempre se está actualizando y permite brindar un mejor servicio con la ayuda de muchas herramientas que se pueden conseguir ahora gracias al desarrollo de la tecnología.

5. ¿Considera que la seguridad pública se encuentra capacitada para combatir contra la delincuencia?

En conclusión, de las entrevistas dijeron que todos los organismos de seguridad están en permanente capacitación pero que muchas veces no pueden actuar de una manera eficaz porque tienen algunos problemas con leyes que no se encuentran muy claras y hasta cierto punto podrían perjudicarles y así no pueden combatir la delincuencia si se encuentran en desventaja.

6. ¿Cree usted que las empresas de seguridad privada son necesarias?

En conclusión, se considera que las empresas de seguridad si son necesarias en el país ya que muchas veces la seguridad cubre un amplio territorio, pero no es específico como una casa o empresa que si puede realizar la empresa privada y enfocarse en una sola área. De esta manera logran minimizar el riesgo de delincuencia en zonas más amplias.

7. ¿Cuáles es la ley a la que se debe acoger la empresa de seguridad?

En conclusión, las leyes mencionadas a las que deben acogerse son dos, la ley de vigilancia y seguridad privada y la de seguridad privada mandato 8 que es más enfocada a lo que puede hacer un agente de seguridad.

8. ¿Cómo se encuentra Segurcas Cia.Ltda. dentro del sector?

En conclusión, Segurcas Cia.Ltda. como compañía de seguridad privada es una empresa que ha comparación de las otras, se encuentra entre las que más tiempo ha permanecido en el mercado contando con 20 años de los cuales han tenido un crecimiento gradual y siguen trabajando duro para convertirse en la mejor del país.

9. ¿Qué cree usted que la empresa necesita para aumentar sus ventas?

En conclusión, se cree que la empresa tendrá mayor alcance si se trabajara en una difusión a través de redes sociales que es el nuevo mecanismo de darse a conocer ahora. Por otro lado, también se habla del aspecto económico en el cual mencionan que mediante este se podría tener una mejor inversión tecnológica tanto como en armas y transporte que les ayudaría a seguir mejorando.

10. ¿Qué aspectos se considera para la contratación de personal?

Concluyendo los aspectos que se consideran para la contratación del personal en la empresa Segurcas son los siguientes, primero se analiza los datos del personal y sus carpetas, luego se revisan las referencias que consideran un factor muy importante, también se enfocan en mirar las habilidades como las de comunicación con el cliente ya que estarán en contacto y debe existir un buen dialecto y sus valores que sean personas buenas y honestas con principios.

11. ¿La empresa cuenta con proveedores? ¿Cuáles son?

En resumen, la empresa si cuenta con algunos proveedores como empresas que proveen uniformes, armamento, accesorios, implementos de seguridad, botas, tonfas entre muchos otros más.

12. ¿Usted considera que la competencia en el sector es alta?

En resumen, si consideran que existe una competencia alta en el sector de la seguridad ya que ahora existen muchas empresas de seguridad y sobre todo en Quito. Por otro lado, también mencionan que existe competencia desleal que

maneja números muy bajos con sus clientes con los cuales no se podría pagar todos los gastos.

13. ¿Qué tan difícil es entrar al sector de seguridad como una empresa? ¿Qué requisitos se necesitan?

En resumen, se considera que para entrar al negocio de seguridad si existen algunos requisitos entre ellos son los de obtener los permisos que se regulan como empresa, requisitos administrativos, tributarios, de infraestructura y también enfatizan la responsabilidad ya que sobre ellos encargan muchas veces vidas humanas, bienes y muebles.

14. ¿Cuál es la razón por la cual los clientes eligen a Segurcas Cia.Ltda. frente a otras empresas?

En resumen, aseguran que una de las virtudes que tiene la empresa es el servicio que brindan además de que el servicio es completamente personalizado con el cliente, el seguimiento que se realiza casi a diario y la última tecnología con la que la empresa cuenta les hace ser los preferidos de sus clientes.

15. ¿De qué manera la empresa se da a conocer por sus clientes?

En resumen, cada uno de sus clientes tiene una buena impresión de Segurcas por todo lo antes mencionado el también siempre tener un contacto con cada cliente, el siempre entender los requisitos del cliente, al igual que minimizando el riesgo del personal y el siempre estar observando cómo mejorar y desarrollarse con la mano de la tecnología y el constante cambio.

16. ¿Es necesario el marketing dentro de la empresa?

En resumen, si el marketing es muy necesario en la actualidad porque es el medio en el que se puede dar a conocer la empresa y llegar a muchas más personas que pueden requerir el servicio. Es fundamental y se puede llegar de manera masiva.

17. ¿Cree usted que existen falencias en la prestación del servicio?

En resumen, no consideran que tengan muchas falencias, pero si reconocen que en su empresa se depende mucho del factor humano y sobre todo trabajan muy duro para brindar el mejor servicio y que si existe un fallo sea mínimo y siempre trabajar para poder corregirlo.

18. ¿Qué podría mejorar en la prestación del servicio?

Se concluye a esta pregunta con dos factores importantes el que se podría mejorar si se podría brindar con más frecuencia capacitación del personal tanto académica como física, y por otro lado el factor económico ya que se menciona un mejor progreso en brindar sus servicios ya que con esto se puede conseguir mejores armas, equipos, mejor comunicación entre muchas otras cosas más y de esta manera se pueda llegar a empresas mucho más grandes para prestar un servicio adecuando.

19. ¿En qué otra área de su empresa cree usted que podría mejorar?

Se resume que se podría mejorar en el área administrativa donde se pueda brindar un servicio médico o un departamento de ayuda social al personal. también que con más presupuesto económico se pueda brindar más capacitaciones al personal no solo en su técnica sino también en ámbitos sociales o culturales.

2.1.1.3. Entrevista a Clientes

Se realizó un formato de entrevista, la cual fue aplicada a 2 clientes actuales de Segurcas Cia.Ltda. Los cuales nos ayudaron a conocer la opinión de ellos sobre el sector de la seguridad, y el grado de satisfacción que tienen sobre el servicio prestado por la empresa. A continuación, se encuentran las preguntas realizadas a los clientes actuales de la empresa.

1. ¿Considera usted que existe inseguridad en el Ecuador?
2. ¿Cree usted que el gobierno ha tomado medidas sobre la seguridad ciudadana?
3. En su opinión, ¿Qué medidas cree usted que se deberían tomar para la seguridad de los ciudadanos de nuestro país?
4. ¿Considera usted que la seguridad pública o policía nacional se encuentra capacitada para combatir a la delincuencia?
5. ¿Qué opina usted sobre la seguridad privada?
6. ¿Cree usted que es necesario contratar un servicio de seguridad privada?
7. ¿Qué es lo más importante para usted al momento de elegir entre varias empresas de seguridad?
8. ¿Cuál es la razón por la cual usted contrato el servicio de Segurcas Cia.Ltda?
9. En su opinión, ¿Qué le parece el servicio de seguridad que presta Segurcas? ¿Está satisfecho?
10. ¿Cree usted que el precio que Segurcas cobra por el servicio de seguridad concuerda con el servicio prestado? ¿Por cuál o cuáles razones?
11. ¿Usted recomendaría Segurcas a otros establecimientos? ¿Por qué?
12. ¿Por cuál medio de comunicación se comunica usted con Segurcas para cualquier requerimiento o necesidad? ¿Le gustaría utilizar algún otro medio de comunicación que sea más fácil para usted?
13. ¿Al momento de resolver algún problema dentro de su establecimiento, Segurcas ha cumplido con sus expectativas? ¿Por qué?

14. Según su opinión y su experiencia con Segurcas, ¿qué les recomendaría mejorar y que aprecia usted de nuestra empresa?

Esta entrevista fue realizada a dos clientes actuales de Segurcas Cia.Ltda. el primer cliente el Sr. Mauricio Noboa, desempeña el cargo de Jefe de Seguridad del Hotel Quito y el segundo cliente el Sr. Fernando Chalá, Jefe de Seguridad de Toyota Casabaca. Las entrevistas de estas dos personas, se las puede encontrar en el Anexo E y Anexo F.

Conclusión de cada pregunta en base a lo que han respondido los clientes actuales de Segurcas Cia.Ltda.

1. ¿Considera usted que existe inseguridad en el Ecuador?

En conclusión, si condenan ambos entrevistados que existen niveles muy altos de inseguridad y delincuencia en Ecuador por muchos factores como la migración, desempleo, entre otros factores donde muchas personas hasta cercanas terminan siendo las víctimas de estos actos.

2. ¿Cree usted que el gobierno ha tomado medidas sobre la seguridad ciudadana?

En conclusión, en ambas partes consideran que el gobierno ha tomado medidas en contra de la delincuencia pero que no ha sido suficiente para controlarla o que de alguna manera no ha sido eficiente ya que no han sido utilizadas de la mejor manera. También que existen muchos problemas en el país que deben tratarse para que baje la delincuencia como son los problemas de brechas sociales, educación, intereses políticos entre otras áreas que el gobierno debería trabajar.

3. En su opinión, ¿Qué medidas cree usted que se deberían tomar para la seguridad de los ciudadanos de nuestro país?

En resumen, a las entrevistas se menciona que debería existir un cambio en los reglamentos del país, generar más empleos, trabajar en la educación de las personas, mejorar su personal como policías y militares, tener medidas más drásticas en contra de la delincuencia.

4. ¿Considera usted que la seguridad pública o policía nacional se encuentra capacitada para combatir a la delincuencia?

En resumen, si consideran que la policía nacional se encuentra capacitada para combatir contra muchos problemas de delincuencia a pesar de las pocas herramientas que les ha dado el gobierno sin tener leyes claras que también puedan protegerlos.

5. ¿Qué opina usted sobre la seguridad privada?

En resumen, consideran que la seguridad privada es muy importante y de gran ayuda en la sociedad ya que ayuda a brindar un campo más amplio de seguridad en sus ciudadanos y a las empresas, conjuntos, bienes entre muchas más ya que la policía no puede enfocarse solo en un área.

6. ¿Cree usted que es necesario contratar un servicio de seguridad privada?

En resumen, si, considera a las empresas privadas de gran ayuda y muy necesarias ya que muchas veces la policía nacional no se puede dar a vasto en todo el país y brindando sus servicios por lo tanto un servicio de seguridad privada es lo esencial en muchas empresas o negocios con bienes o servicios.

7. ¿Qué es lo más importante para usted al momento de elegir entre varias empresas de seguridad?

En conclusión, se podría decir que ambas empresas buscan un servicio optimo, experiencia y otro factor muy importante es que cuente con todos sus papeles al día con la documentación necesaria que pruebe y los certifique en todos sus servicios y por último un buen servicio de personal capacitado con tecnología.

8. ¿Cuál es la razón por la cual usted contrato el servicio de Segurcas Cia.Ltda?

En resumen, de la pregunta entrevistada prefirieron contratar el servicio con Segurcas por los requisitos anteriormente mencionados, porque son una empresa que cumple con ellos y su servicio es el que necesitan adecuándose a cada empresa.

9. En su opinión, ¿Qué le parece el servicio de seguridad que presta Segurcas? ¿Está satisfecho?

En resumen, ambas empresas se encuentran muy satisfechas con el servicio que Segurcas les ha brindado y por su servicio personalizado y que siempre han sabido actuar de manera oportuna en cualquier situación que se ha presentado.

10. ¿Cree usted que el precio que Segurcas cobra por el servicio de seguridad concuerda con el servicio prestado? ¿Por cuál o cuáles razones?

En resumen, si, los dos entrevistados concuerdan con el precio que cobra Segurcas y mencionan que han cumplido con todos los servicios que se han ofrecido.

11. ¿Usted recomendaría Segurcas a otros establecimientos? ¿Por qué?

En resumen, ambos entrevistados recomendarían Segurcas como empresa y todos sus servicios prestados una de las razones son la confianza que ellos han brindado,

los resultados que han tenido trabajando juntos y la experiencia con la que cuenta el personal siendo muy profesionales.

12. ¿Por cuál medio de comunicación se comunica usted con Segurcas para cualquier requerimiento o necesidad? ¿Le gustaría utilizar algún otro medio de comunicación que sea más fácil para usted?

En resumen, ambas empresas se comunican con Segurcas por medio de llamadas ya que consideran que es lo más rápido y eficiente.

13. ¿Al momento de resolver algún problema dentro de su establecimiento, Segurcas ha cumplido con sus expectativas? ¿Por qué?

Como colusión, de la pregunta se puede decir que ambas empresas consideran que Segurcas ha cumplido con las expectativas y sobre todo mencionan que les hace sentir tranquilos y seguros el saber que son profesionales en su trabajo y en cualquier situación en donde se han presentado problemas ellos han sabido manejarlos.

14. Según su opinión y su experiencia con Segurcas, ¿qué les recomendaría mejorar y que aprecia usted de nuestra empresa?

En conclusión, de esta pregunta consideran que la empresa de seguridad es muy buena y ha cumplido con todos los servicios que han acordado con sus clientes. Según la experiencia una de ellas sugiere el tener guardias de emergencia en caso de que surja algún problema con otro agente y pueda tomar su lugar. Aprecian el profesionalismo con el que se manejan y la seriedad con la que toman su trabajo que es muy importante.

2.2. Investigación Cuantitativa

“La investigación cuantitativa es un método de investigación que no cuenta con una estructura específica, basada en pequeñas muestras, que proporcionan conocimientos y comprensión del entorno en el que se encuentra el problema. Existen varias razones para utilizar la investigación cualitativa. No siempre es posible utilizar métodos formales o completamente estructurados para conseguir información sobre las personas.” (Malhotra, 2008)

“La investigación cuantitativa tiene como fin cuantificar los datos y generalmente, aplica cierto tipo de análisis estadístico. Cada vez que se trate un nuevo problema de investigación de mercados, la investigación cuantitativa debe estar precedida por la investigación cualitativa adecuada. Cierta investigación cualitativa se realiza para explicar los hallazgos obtenidos de estudios cuantitativos.” (Malhotra, 2008)

2.2.1. Encuestas

“La encuesta es una herramienta que se utiliza usualmente en la investigación de mercados, ya que, es una herramienta con mucha precisión para la obtención de datos de fuentes primarias. Esta herramienta está basada en el interrogatorio de las personas, a quienes se les plantea una serie de preguntas con respecto al tema requerido.” (Malhotra, 2008)

Para esta investigación se realizaron dos formatos de encuestas con diferente público objetivo. Una será realizada a todos los clientes de Segurcas Cia.Ltda. y la otra a los clientes potenciales.

2.2.1.1. Encuesta a clientes

Para la primera encuesta se realizaron 11 preguntas con las cuales se obtuvo el grado de satisfacción del cliente con el servicio de seguridad que brinda Segurcas Cia.Ltda. Dentro de esta encuesta se encuentran preguntas cerradas de elección única, en donde solo puede ser elegida una opción de entre varias opciones planteadas en la pregunta y también se encuentra una pregunta de escala numérica que se caracteriza por ser evaluada con números, en este caso en una escala del 1 hasta el 5. El formato de la encuesta realizada a los clientes se encuentra detallada en el Anexo G. Cabe mencionar que esta encuesta fue realizada a todos los clientes de Segurcas Cia.Ltda.

2.2.1.2. Procesamiento y Análisis de Datos

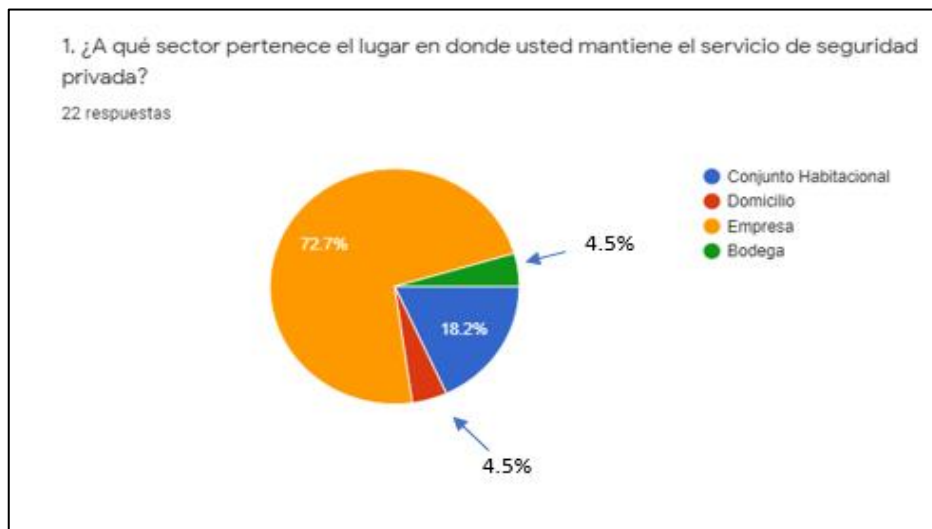


Figura 7. Pregunta 1 Encuesta Clientes

Fuente: Elaboración propia

Como resultado de esta pregunta se puede observar que el 72.7% de los clientes de Segurcas Cia.Ltda. son empresas, en su mayoría microempresas, seguidas por pequeñas y medianas. En segundo lugar, se encuentran los conjuntos habitacionales con el 18.2%

de los clientes. Y como ultimo sector se encuentran las bodegas y domicilios con el 4.5% de los clientes actuales de Segurcas Cia.Ltda.



Figura 8. Pregunta 2 Encuesta Clientes

Fuente: Elaboración propia

Como resultado de esta pregunta se evidencia que el 72.7% de los clientes de Segurcas Cia.Ltda. se encuentran ubicados en el Norte de la ciudad de Quito, seguido por el 18.2% que se encuentran ubicados en los valles (Cumbayá, Tumbaco, San Rafael, Conocoto), y finalmente con un porcentaje de 4.5% los clientes se encuentran ubicados en el Sur y Centro de la ciudad de Quito.

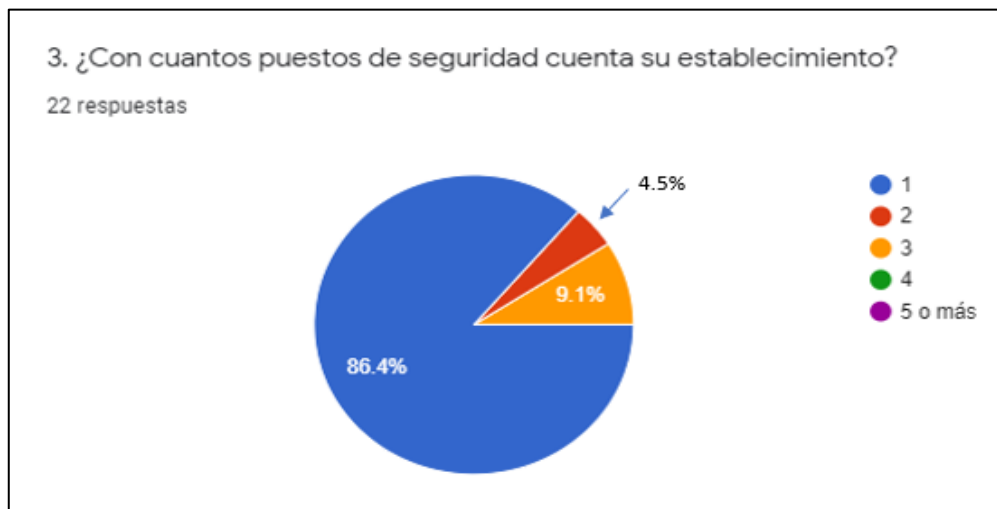


Figura 9. Pregunta 3 Encuesta Clientes

Fuente: Elaboración propia

Como resultado se obtuvo que el 86.4% de los clientes de la empresa Segurcas Cia.Ltda. cuentan con un solo puesto de guardia dentro de su establecimiento, es decir 3 guardias (2 que realizan 12 horas cada uno y 1 llamado saca francos). El 9.1% de los clientes cuentan con 3 guardias y el 4.5% cuentan con 2 guardias en sus establecimientos.

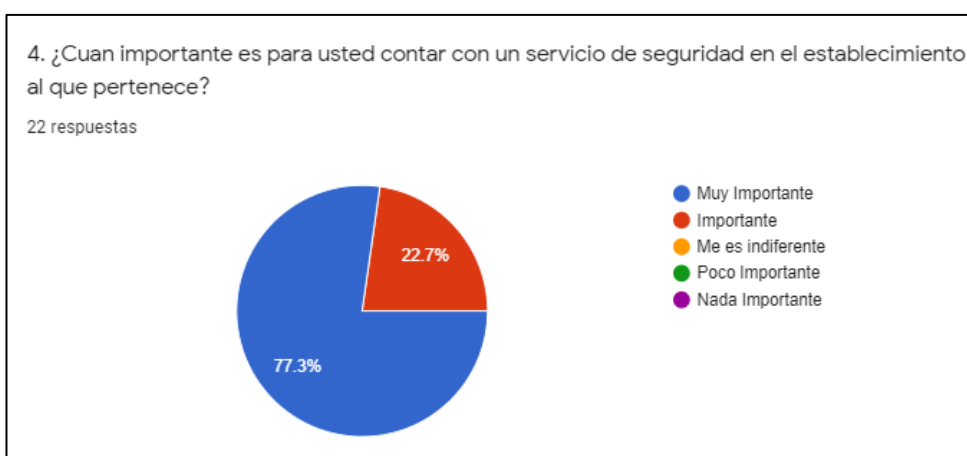


Figura 10. Pregunta 4 Encuesta Clientes

Fuente: Elaboración propia

Para el 77.3% de los clientes de Segurcas Cia.Ltda. es muy importante contar con un servicio de seguridad en su establecimiento, mientras que para el 22.7% es importante. Por lo que se obtiene como respuesta que es necesaria la seguridad privada en los establecimientos de los clientes de la empresa.



Figura 11. Pregunta 5 Encuesta Clientes
Fuente: Elaboración propia

Según este gráfico, la característica más importante para el 40.9% de los clientes al momento de elegir un servicio de seguridad es la calidad del servicio, seguido por el personal capacitado con el 31.8%, en tercer lugar, se encuentra con el 18.2% los precios bajos y como último punto está la rápida respuesta ante emergencias con el 9.1% de los clientes actuales de la empresa.

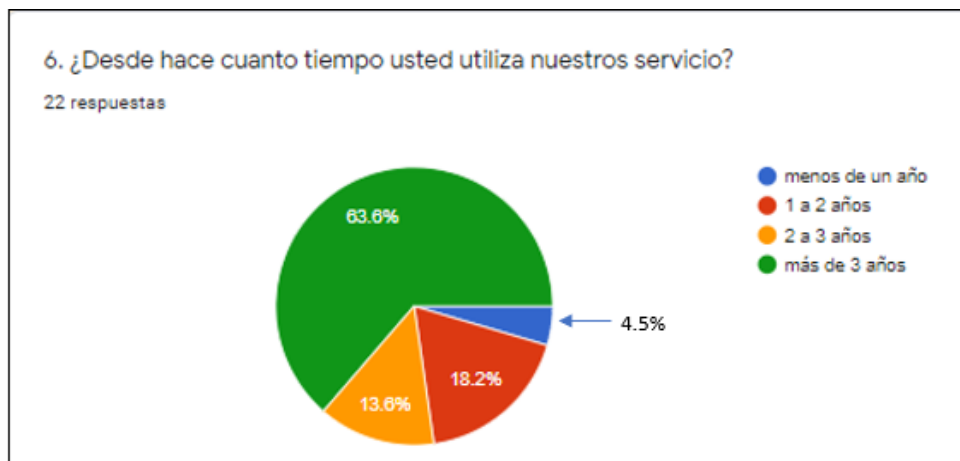


Figura 12. Pregunta 6 Encuesta Clientes

Fuente: Elaboración propia

Como respuesta a esta pregunta se obtuvo que la mayoría de los clientes utilizan los servicios de Segurcas Cia.Ltda. desde hace más de 3 años, es decir, el 63.6% (14 clientes), seguido por el 18.2% (4 clientes) que utiliza los servicios de 2 a 3 años, en tercer lugar, con el 13.6% (3 clientes) se encuentran los clientes con 1 a 2 años y el 4.5% (1 cliente) con menos de 1 año.

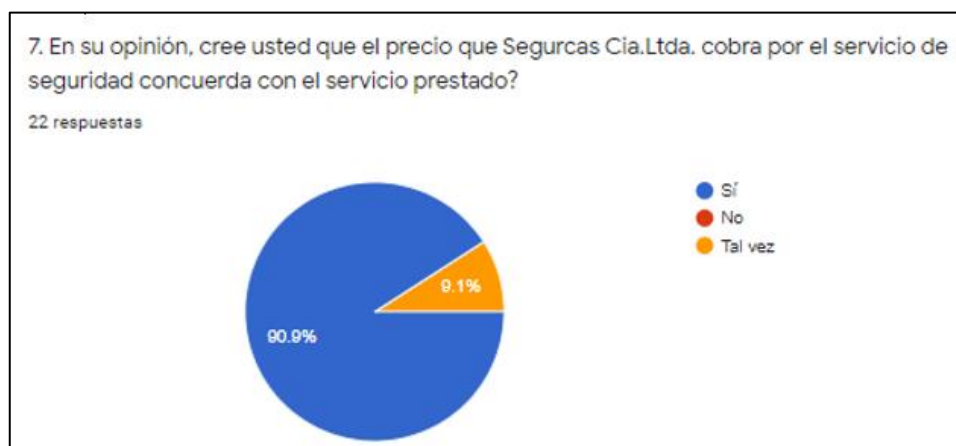


Figura 13. Pregunta 7 Encuesta Clientes

Fuente: Elaboración propia

Según las respuestas brindadas por los clientes y el gráfico obtenido, se observa que el 90.9% de ellos cree que el precio que Segurcas Cia.Ltda. cobra, si concuerda con el servicio de seguridad prestado, mientras que el 9.1% cree que tal vez el precio concuerda con el servicio.

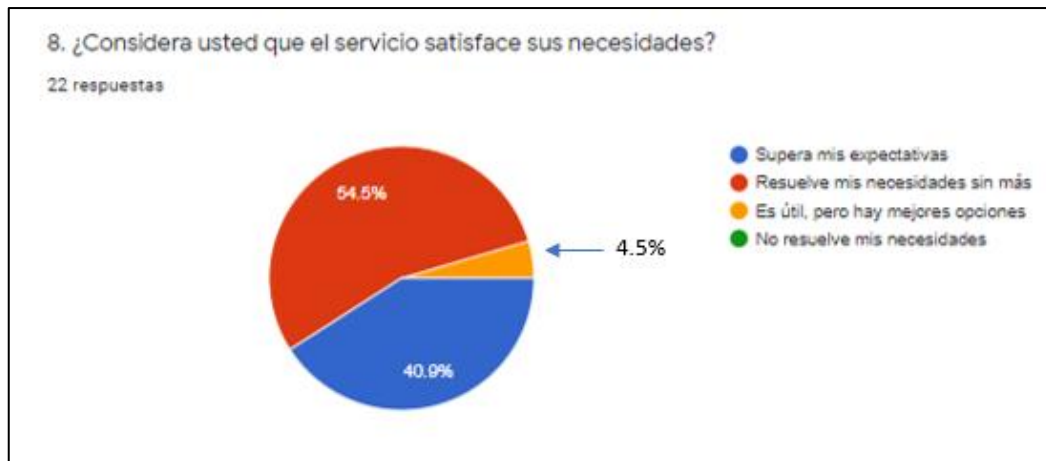


Figura 14. Pregunta 8 Encuesta Clientes

Fuente: Elaboración propia

Según el gráfico anterior que mide el grado de satisfacción de los clientes, y las respuestas brindadas por los clientes, el 54.5% de ellos cree que el servicio de seguridad de Segurcas Cia.Ltda. resuelve sus necesidades sin más, seguido del 40.9% que cree que la empresa supera sus expectativas y finalmente el 4.5% que cree que es útil pero que existen mejores opciones en el mercado.

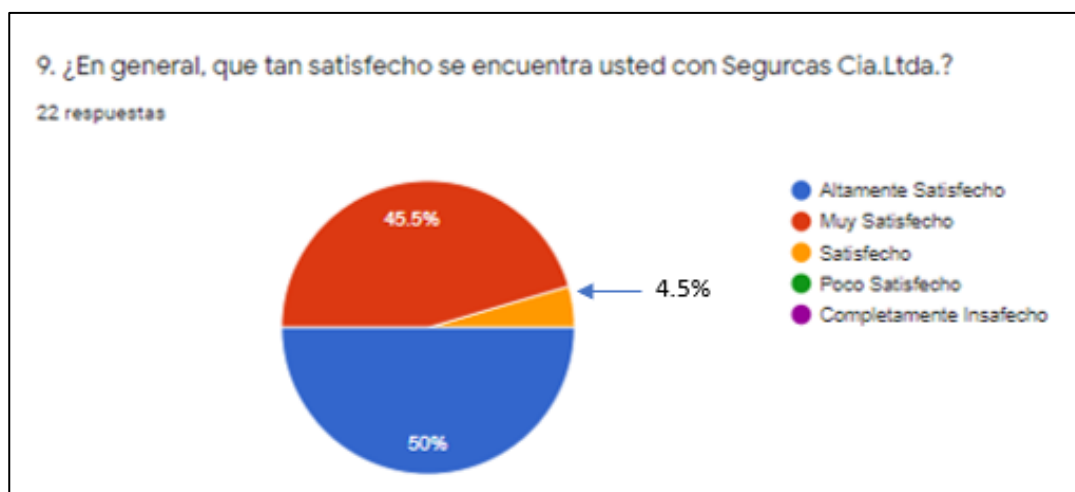


Figura 15. Pregunta 9 Encuesta Clientes

Fuente: Elaboración propia

En esta pregunta los clientes muestran que el 50% de ellos están altamente satisfechos con la empresa, mientras que el 45.5% están muy satisfechos. Se muestra que el 4.5% restante de los clientes se encuentran satisfechos con la empresa.

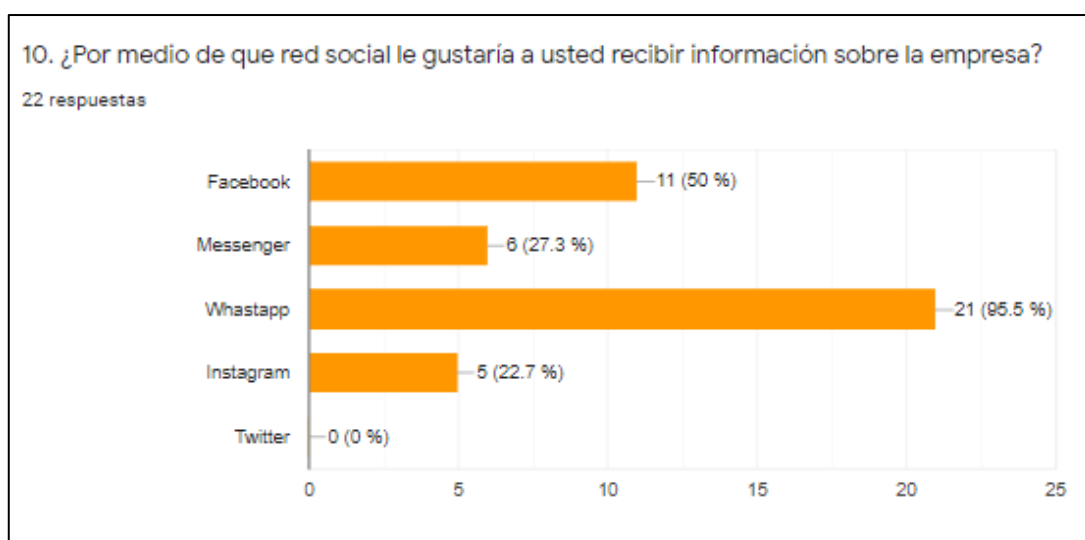


Figura 16. Pregunta 10 Encuesta Clientes

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que la mayoría de los clientes han escogido más de una opción a esta pregunta, por lo que el siguiente gráfico nos muestra que el 95.5% de los clientes preferiría recibir información por medio de *Whatsapp*, al 50% de los clientes le gustaría recibir información por medio de *Facebook*, al 27.3% le gustaría que la información le llegue por medio de *Messenger*, al 22.7% prefiere a *Instagram* como medio de comunicación, mientras que a ninguno de los clientes le gustaría recibir información por medio de *Twitter*.

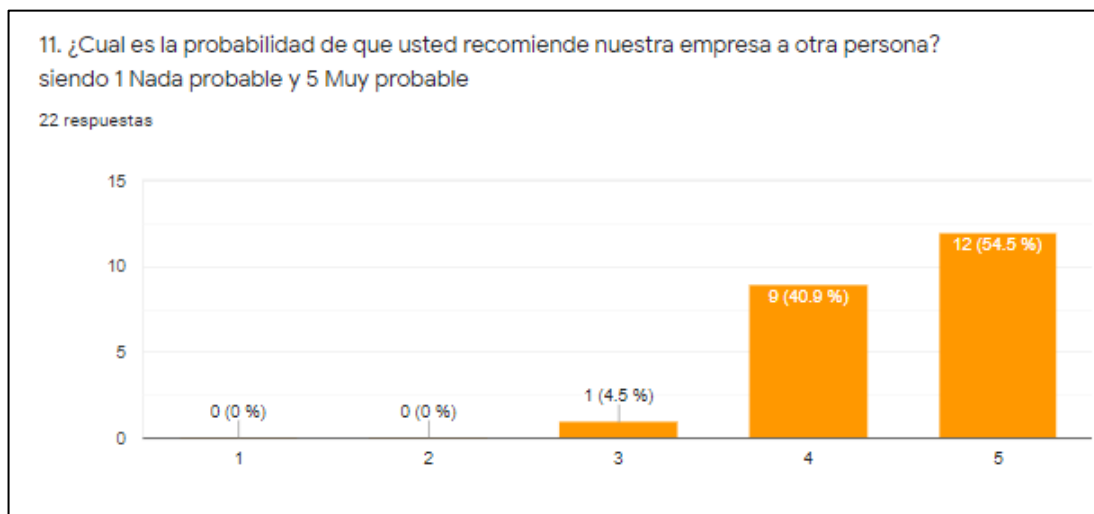


Figura 17. Pregunta 11 Encuesta Clientes

Fuente: Elaboración propia

En este gráfico se puede observar que el 54.5% creen que es muy probable que puedan recomendar Segurcas Cia.Ltda. a otras personas, seguido del 40.9% que cree que sería probable que recomendaran la empresa a otras personas y finalmente esta el 4.5% que les es indiferente.

2.2.1.3. Encuesta a clientes potenciales

Los clientes potenciales son aquellas personas o empresas que no le realizan compras a la organización actualmente, sin embargo, son tomados en cuenta como posibles clientes

en el futuro, ya que cuentan con las condiciones necesarias, el poder de compra y la libertad para comprar. Este tipo de clientes podrían dar lugar a un cierto volumen de ventas en el futuro, y, por lo tanto, se los puede considerar como un motivo de ingresos futuros.

2.2.1.4. Cálculo de la muestra

Previo a realizar la encuesta a los clientes potenciales, se necesita saber cuál es el tamaño mínimo de la muestra para poder realizar estimaciones precisas sobre la población. La población es el grupo de personas que se quiere conocer. En este caso la población son las micro, pequeña y, mediana empresas ubicadas en el Distrito Metropolitano de Quito. Según el estudio realizado por el Directorio de Empresas INEC en noviembre de 2019, El tamaño de empresa se define de acuerdo con el volumen de ventas anuales (V) y el número de personas afiliadas (P) sea a nivel de plazas de empleo registrado o empleo registrado en la seguridad social. Para su determinación, prevalece el criterio de volumen de ventas anuales sobre el criterio de personal afiliado. (INEC, 2019).

Mediana A
V: \$1'000.001 a \$2'000.000. P: 50 a 99.
Pequeña
V: \$ \$100.001 a \$1'000.000. P: 10 a 49
Microempresa
V: menor o igual a \$100.000. P: 1 a 9.

Figura 18. Tamaño de Empresas
Fuente: (INEC, 2019)

En el gráfico se observa la clasificación de las empresas a las que se tomó en cuenta para la encuesta. Según esta fuente en el Ecuador existen 889.199 empresas de las 3 categorías

mencionadas anteriormente, de las cuales el 23.75% se encuentran en la ciudad de Quito, es decir, 211.184, el cual será el tamaño de la población utilizado para calcular el tamaño de la muestra. La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se desconoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$\frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

Z = nivel de confianza,

p= probabilidad de éxito,

q = probabilidad de fracaso

e = Error máximo admisible en términos de proporción

Para obtener el resultado se debe reemplazar los datos, en este caso el nivel de confianza (Z) es igual a 1.96, la probabilidad de éxito (p) es igual a 0.5, la probabilidad de fracaso (q) es igual a 0.5 y el error máximo admisible (e) es igual a 0.05. Con estos datos se debe reemplazar en la fórmula para obtener el tamaño de la muestra.

$$\frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2} = \mathbf{383.46}$$

Por lo tanto, el tamaño de la muestra es igual a 383 encuestas.

2.2.1.5. Formato de la encuesta

Se elaboró una encuesta con 10 preguntas para observar el comportamiento de los clientes potenciales frente al sector de la seguridad privada. Dentro de esta encuesta se encuentran preguntas cerradas de elección única, en donde solo puede ser elegida una opción de entre varias planteadas en la pregunta, por otro lado, se encuentran preguntas de escala numérica que se caracteriza por ser evaluada con números, en este caso en una escala del 1 hasta el 5, y por último se plantearon preguntas donde se puede seleccionar más de una respuesta. El formato de la encuesta se encuentra detallada en el Anexo H.

2.2.1.6. Procesamiento y Análisis de datos

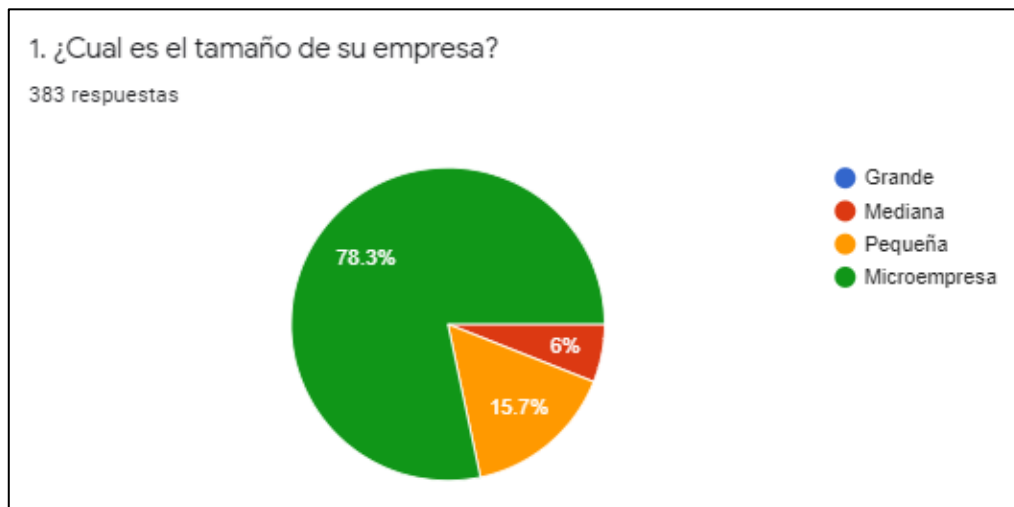


Figura 19. Pregunta 1 Encuesta Clientes Potenciales

Fuente: Elaboración propia

En el gráfico se puede observar que el 78.3% de los encuestados son microempresas, seguidos del 15.7% que son pequeñas empresas y finalmente la mediana empresa con el 6% de los encuestados. Según la investigación realizada por el INEC dentro del Ecuador

existen 816.553 microempresas, 64.117 pequeñas y 8.529 medianas empresas. Por lo que se evidencia en las respuestas de los clientes potenciales.

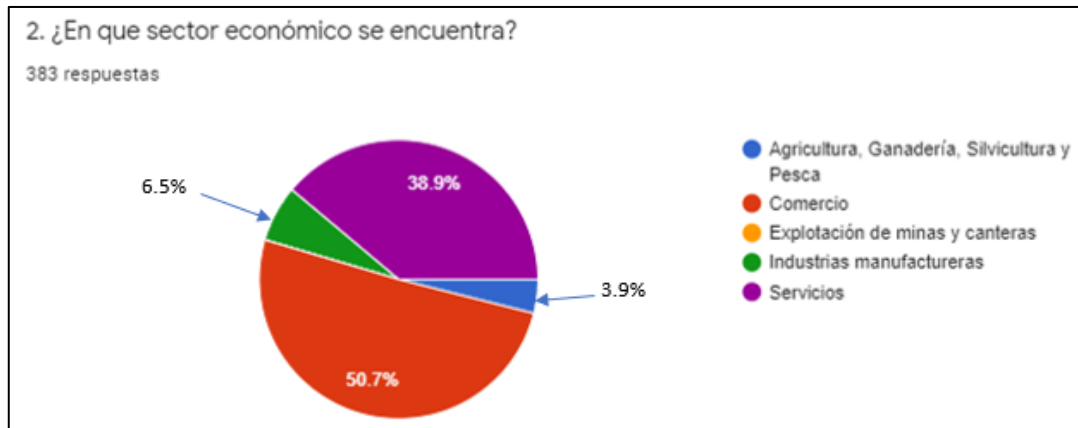


Figura 20. Pregunta 2 Encuesta Clientes Potenciales

Fuente: Elaboración propia

Como resultado de esta pregunta, se obtuvo que el 50.7% de las empresas se encuentran en el sector del comercio, el 38.9% se encuentran en el sector de los servicios, en tercer lugar, se encuentran las empresas que se desenvuelven en el sector de industrias manufactureras con el 6.5% y finalmente con el 3.9% el sector de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca. Según el INEC el 42.66% de las empresas en el Ecuador pertenecen al sector del comercio, el 34.93% al sector de servicios, el 10.38% al sector de la agricultura y el 8.38% al sector de industrias manufactureras. Por lo que concuerda



Figura 21. Pregunta 3 Encuesta Clientes Potenciales

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar en el gráfico, que el 80.7% de las empresas encuestadas creen que la seguridad privada es necesaria, mientras que el 19.3% de las empresas piensan que no es necesaria la seguridad privada.

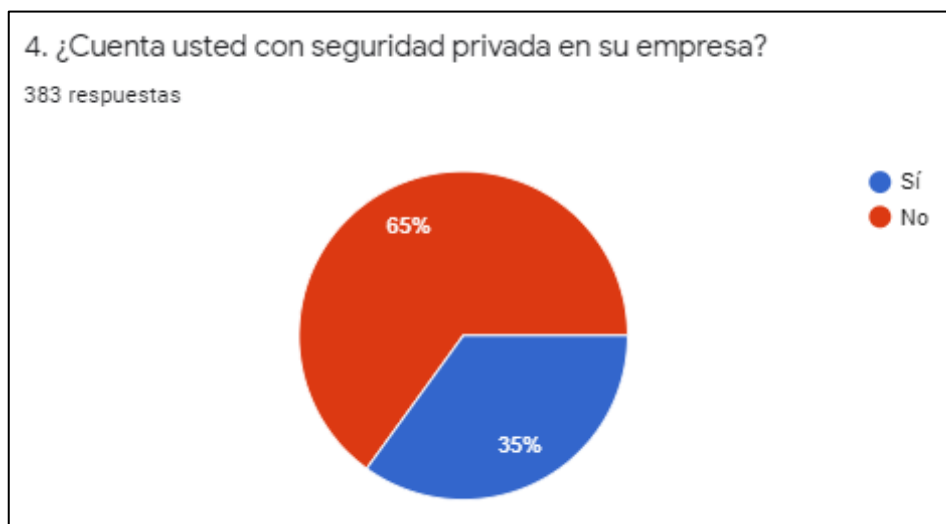


Figura 22. Pregunta 4 Encuesta Clientes Potenciales

Fuente: Elaboración propia

En esta pregunta se espera saber si los establecimientos que fueron encuestados cuentan con un servicio de seguridad privada, se obtuvo como resultado, que el 65% de las empresas encuestadas no cuentan con este servicio, mientras que el 35% si lo hacen.

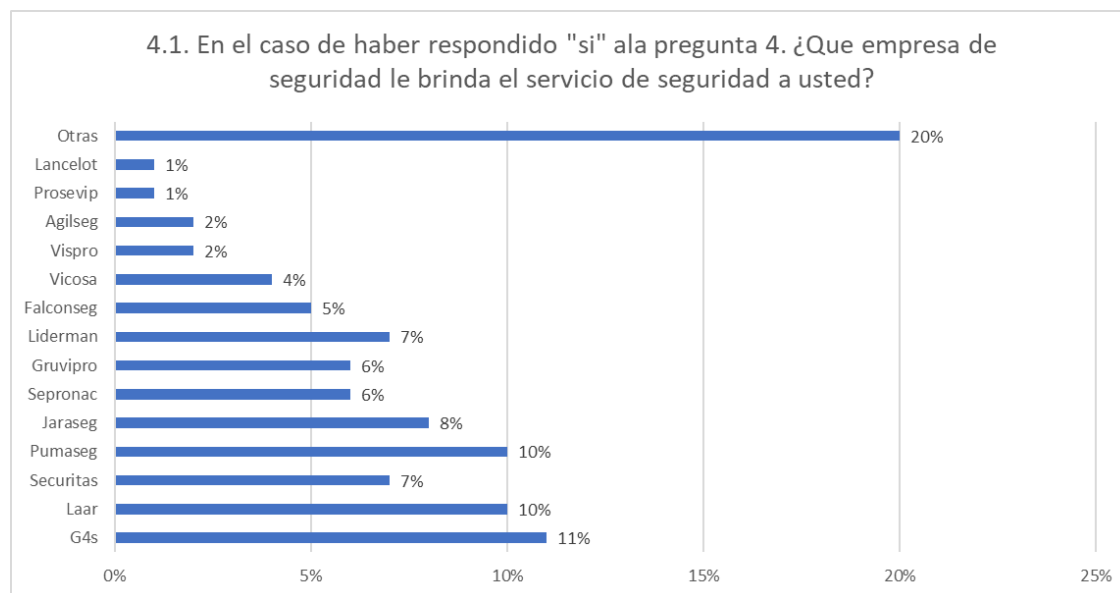


Figura 23. Pregunta 4.1 Encuesta Clientes Potenciales

Fuente: Elaboración propia

En este gráfico se puede observar que el grupo más numeroso con el 20%, es el de la opción “otras” esto se debe a que dentro de este grupo se encuentran 28 empresas que fueron compiladas en uno solo; siendo así, se puede decir que en primer lugar se tiene a la empresa G4S con el 11% de los clientes, seguida de Laar Seguridad y Pumaseg con el 10%, Jaraseg con el 8%, Securitas y Liderman con el 7% cada una, la empresa Gruvipro y Sepronac con el 6% de los clientes, en el 5% se encuentra la empresa Falconseg, Con el 5% la empresa Falconseg, con el 4%, las empresas Vicoso, Vispro y Agilseg tienen el 2%, y finalmente Prosevip y Lancelot Seguridad con el 1% de los clientes potenciales encuestados.

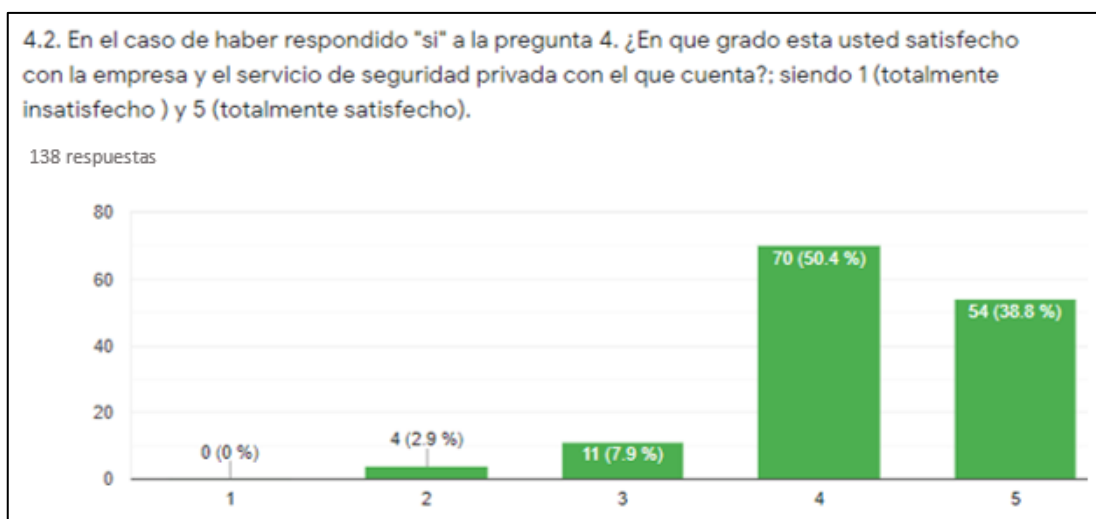


Figura 24. Pregunta 4.2. Encuesta Clientes Potenciales

Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta es de calificación numérica, por lo cual se observa que la mayoría de las empresas que cuentan con servicio de seguridad han marcado el número 4 que equivale al 50.4%, es decir, están satisfechos con la empresa de seguridad, el número 5 se encuentra en el segundo lugar con el 38.8%, lo cual nos dice que se encuentran totalmente satisfechos, el número 3 tiene el 7.9%, es decir, a este porcentaje de los clientes potenciales les es indiferente, y por último el número 2 con el 2.9% que es el porcentaje que están poco satisfechos con el servicio de seguridad.



Figura 25. Pregunta 4.3. Encuesta Clientes Potenciales

Fuente: Elaboración propia

Como resultado de esta pregunta se obtuvo que el 29.9% de los clientes que cuentan con servicio de seguridad privada, están satisfechos con el servicio de las empresas y no tienen ninguna sugerencia para mejorar, mientras que el 70.1% creen que las empresas tienen algo que mejorar, dentro de este porcentaje, el 29.2% piensa que se debe mejorar la supervisión del servicio, el 11.7% cree que se debe mejorar la atención al cliente, un 8% piensa que la capacitación de los guardias debería mejorar, 8% de los clientes creen que lo que se debería mejorar es la respuesta rápida ante emergencia, otro 8% cree que la calidad del servicio debería mejorar, seguido por el 5.2% que cree que se deben mejorar los servicios electrónicos.



Figura 26. Pregunta 4.4. Encuesta Clientes Potenciales

Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta la respondieron aquellas empresas que dijeron no tener un servicio de seguridad privada actualmente en sus empresas. El 37.8% de las empresas no cuentan con este servicio por falta de dinero, un 24.1% no habían considerado contratar el servicio, el 12.9% menciona que no tiene necesidad de seguridad, un 10.8% dice que cuenta con un guardia o más conocido como conserje, que forma parte de la empresa, es decir, no ha contratado a una empresa de seguridad, el 8.4% dice que el lugar en donde está ubicada su empresa no tiene vulnerabilidad, el 4% tuvo una mala experiencia con alguna empresa de seguridad anteriormente, por lo que decidieron ya no contratar ninguna otra y finalmente el 2% cree que contratar este servicio es un gasto innecesario.

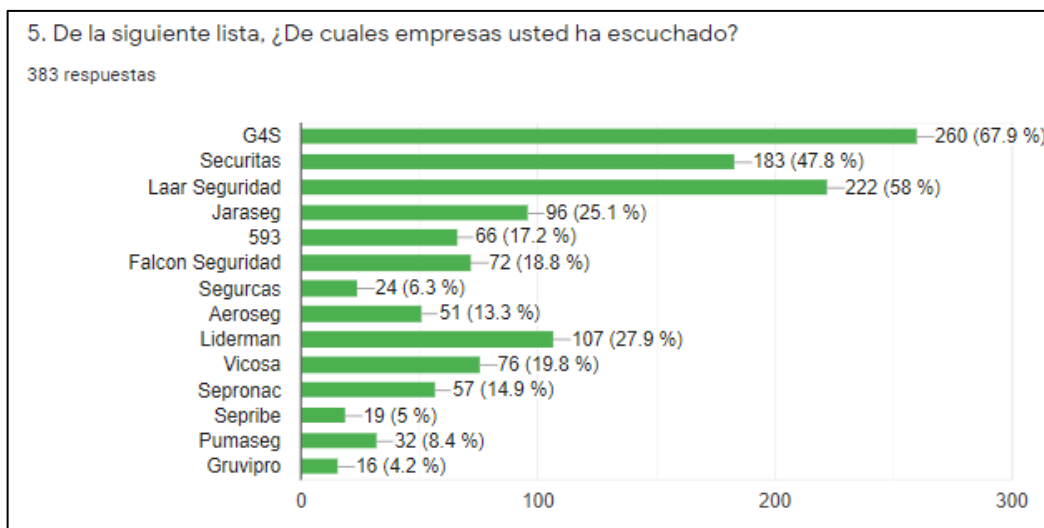


Figura 27. Pregunta 5 Encuesta Clientes Potenciales

Fuente: Elaboración propia

Como resultado a esta pregunta, se observa que los clientes potenciales en su mayoría, con el 67.9% han escuchado de la empresa G4S, seguido de Laar Seguridad con el 58% de los clientes, el 47.8% ha escuchado sobre Securitas, Liderman con el 27.9%, la empresa Jaraseg con el 25.1%, y la empresa Vicosa con el 19.8%, las empresas como 593, Falcon Seguridad, Segurcas, Aeroseg, Sepronac, Sepribe, Pumaseg y Gruvipro se encuentran por debajo del 19%.

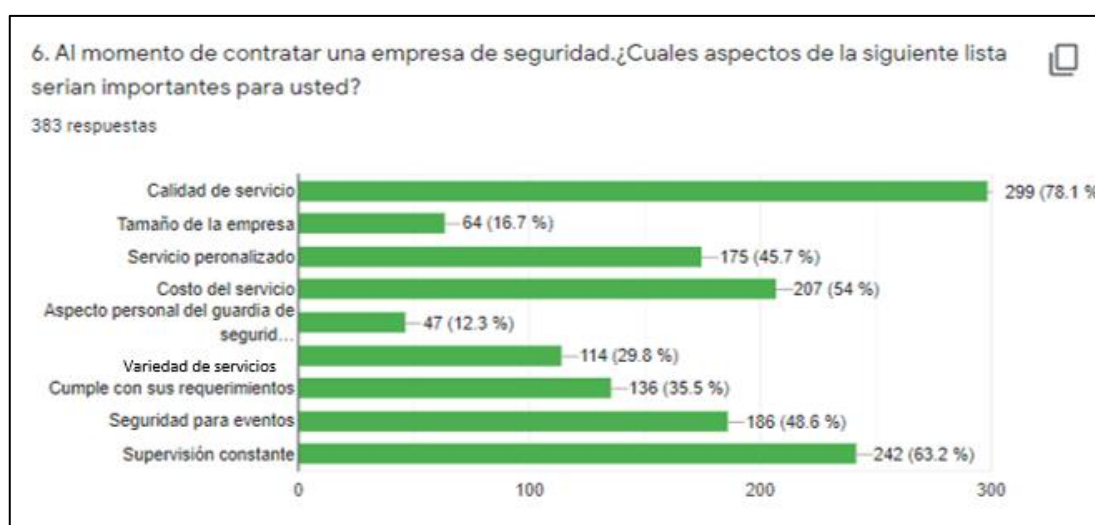


Figura 28. Pregunta 6 Encuesta Clientes Potenciales

Fuente: Elaboración propia

En esta pregunta se puede evidenciar que los clientes potenciales tienen algunas preferencias a la hora de elegir un servicio de seguridad, el 78.1% mencionó que la calidad del servicio es lo más importante a la hora de elegirlo, el 63.2% eligió la supervisión constante, para el 54% es importante el costo del servicio, el 48.6% elige la seguridad para eventos, el 45.7% piensa que el servicio personalizado es importante, para el 35.5% de los clientes potenciales es importante que el servicio cumpla con los requerimientos de los clientes, el 29.8% piensa que la variedad de servicios es importante como las armas de fuego, las cámaras de seguridad, etc. El 16.7% cree que el tamaño de la empresa es importante para elegir el servicio de seguridad y finalmente el 12.3% piensa que es importante el aspecto personal del guardia de seguridad.

2.3. Caracterización de la oferta

Se refiere a oferta la cantidad de bienes o servicios que las empresas se encuentran dispuestas a poner a la venta en el mercado para los consumidores, estos deben tener un precio dado, bien sea por el interés del ofertante o por la determinación pura de la economía. (Pedrosa, 2019)

En el mercado de la seguridad privada existen varias opciones para los clientes, las cuales brindan diferentes servicios cada una, existen empresas grandes, medianas y pequeñas. A continuación, se observa una tabla con dos de los principales competidores por cada tamaño de empresa y algunas de sus características como: el tiempo que llevan en el mercado, los servicios que prestan cada una y el número de clientes que tienen. Cabe mencionar que, según lo que se ha observado en el mercado las empresas de mayor tamaño generalmente cuentan con una gama más amplia de servicios, se podría decir que la cantidad de servicios ofertados depende del tamaño de la empresa.

Para la elaboración de la tabla que se muestra a continuación, se investigó las páginas web de algunas de las empresas mencionadas, donde se pudo obtener toda la información

requerida. En otros casos, se tuvo que contactar a la empresa por vía telefónica, mencionando que se requiere la información para un trabajo de titulación. Ya que no era información tan profunda todas las empresas accedieron a brindar sus datos. Y como resultado se presenta la tabla a continuación:

Según el coronel de la Policía Nacional del Ecuador Diego Enríquez, jefe de operaciones del sistema de compañías de seguridad privada (Sicosep) en el Distrito Metropolitano de Quito existen alrededor de 380 empresas de seguridad privada, de las cuales el 16.32% son grandes, el 37.36% son empresas medianas y el 46.32% son pequeñas.

Tabla 9. Principales competidores

Nombre	Tamaño	Tiempo en el mercado	Servicios	Número de Clientes
G4S	Grande	En Ecuador, G4S se fundó el 26 de abril de 1968, ingresando al mercado ecuatoriano con el nombre de Wackenhut del Ecuador, con el fin de establecer y mantener la prestación de los mejores servicios de seguridad privada.	*Seguridad Física *Protección Personal *Recepcionista de *Seguridad - Operaciones de Consola *Custodia de Seguridad Móvil Análisis de Vulnerabilidades: personal y corporativo (operaciones e instalaciones). *Programa de Manejo de Crisis de Continuidad de Negocio, con estándar G4S. *Diseño de Plan de Seguridad Corporativo (normas, procedimientos, funciones). *Investigaciones específicas. *Estudios de antecedentes personales. *Pruebas poligráficas.	210
Laar Seguridad	Grande	Es una empresa de seguridad ecuatoriana, que inició negocios en el país en el año de 1979 con su matriz en Quito.	*Vigilancia general uniformada y armada. *Custodia al transporte de mercaderías. *Asesoramiento de seguridad. *Investigación privada *Cursos de Seguridad para Ejecutivos *Cursos de Seguridad Familiar *Seguridad Administrativa *Seguridad Bancaria *Seguridad Industrial *Consultoría de Seguridad *Auditoría y Análisis de seguridad empresarial *Investigación completa *Canes adiestrados	170
Jaraseg	Mediana	Davilaseg Seguridad Privada es una empresa legalmente constituida, debidamente autorizada por el Ministerio del Interior, con más de 18 años en el mercado.	*Seguridad Residencial Armada y Corporativo *Seguridad VIP Protectores *Seguridad de Accesos *Custodia y Transporte Mercadería Pesada (Transporte Propio) *Seguridad para eventos	110
Sepronac	Mediana	Fue constituida el 11 de marzo de 1992 mediante resolución No. 92.1.2.1., emitida por la Superintendencia de Compañías	*Seguridad Física *Seguridad Aeroportuaria *Seguridad Electronica *Custodia, monitoreo y ruta *Candados satelotales y sistemas de rastreo	95
Pumaseg	Pequeña	Empresa Ecuatoriana que provee de servicios integrales de seguridad con más de 15 años en el mercado.	*Seguridad Física *Seguridad Electrónica *Seguridad Legal y Laboral	45
Frevinco	Pequeña	Empresa constituida en el Ecuador y fundada en el año 1990	*Seguridad física *Seguridad electronica	30

Fuente: Pagina web de cada empresa; (Jaraseg, 2020); (G4s, 2020); (Pumaseg, 2020)

Tabla 10. Número de contratos anuales

Tamaño	Número de empresas	Número promedio de clientes	Número de contratos anuales
Grandes	62	230	14.260
Medianas	142	150	21.300
Pequeñas	176	60	10.560

Fuente: Elaboración propia

En esta tabla se pueden observar que los contratos anuales promedio según el tamaño de las empresas de seguridad privada y el número de clientes promedio que tiene, es un promedio de 46.120 contratos anuales en la ciudad de Quito. Sin embargo, según las encuestas realizadas se conoce que solo el 35% de las empresas en la ciudad de Quito cuentan con seguridad privada, sin embargo, se considera que varias de las empresas de seguridad cuentan con clientes en otras provincias y ciudades del país.

Tabla 11. Ventas Totales

Tamaño	Número promedio de clientes	Número de empresas	Promedio de Precio	TOTAL
Grandes	230,00	62,00	3.090,00	\$ 44.063.400,00
Medianas	150,00	142,00	2.750,00	\$ 58.575.000,00
Pequeñas	60,00	176,00	2.400,00	\$ 25.344.000,00
			Mensual	\$ 127.982.400,00
			Anual	\$ 1.535.788.800,00

Fuente: Elaboración propia

Esta tabla se construyó en base al tamaño de las empresas de seguridad, se observa que las empresas grandes cuentan con un número promedio de clientes de 230, se observa que existe un promedio de 62 empresas de seguridad en Quito y que las empresas grandes cobran en promedio \$3.090 mensual por la prestación del servicio. El mismo análisis se realizó para las empresas medianas y pequeñas. En esta tabla podemos observar los contratos totales en dólares. Se multiplicó el número promedio de clientes en la ciudad de Quito que tiene cada tamaño de empresa, por el número de empresas de seguridad privada según su tamaño de igual manera y por el precio promedio que cobran las empresas según su tamaño y gama de servicios. Lo cual nos dio como resultado \$127'982.400 cabe mencionar que este es un valor mensual, por lo cual este valor se lo multiplica por 12, y nos da el valor de \$1.535'788.800

2.4. Caracterización de la demanda

“La demanda abarca una amplia gama de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a precios de mercado, bien sea por un consumidor específico o por el conjunto total de consumidores en un determinado lugar, a fin de satisfacer sus necesidades y deseos.”
(Peiro, s.f.)

Según las entrevistas realizadas a los expertos en el sector de la seguridad privada, la inseguridad en el país ha aumentado y lo seguirá haciendo notablemente debido a una gran variedad de causas, como es el desempleo, el narcotráfico, la migración, entre otros. Por lo cual la demanda de seguridad privada en la ciudad de Quito específicamente aumentará y las empresas incrementarán su número de clientes.

Según un artículo publicado por el comercio, durante el año 2019, hubo un incremento del 17% en la inseguridad en la ciudad de Quito, por lo que las personas piden un fortalecimiento al cuidado de la ciudadanía por parte de la policía nacional. Se muestra que los delitos más comunes son: robo de autos, de comercios y de personas en la calle, razón por la cual se piensa que las empresas necesitan de la seguridad privada para el cuidado de sus bienes. (El Comercio, 2020)

En las encuestas realizadas a los clientes potenciales, se realizó una pregunta donde se mencionaba si las empresas creen que la seguridad privada es necesaria, lo cual tuvo como resultado que el 80.7% de los encuestados, cree que la seguridad es necesaria para sus establecimientos, de esta manera se evidencia que las organizaciones necesitan a las empresas que brinden este servicio, ya que como se mencionó anteriormente las personas desean cuidar de sus bienes. A pesar de que los encuestados mencionan que la seguridad es necesaria en sus empresas, la mayoría de ellos no cuenta con seguridad privada, solo un 35% de los encuestados posee este servicio en sus empresas, ellos manifiestan algunas

razones por las cuales no tienen el servicio, y es por falta de dinero en su mayoría, y otras respuestas como, no lo habían considerado o porque tuvieron una mala experiencia con una empresa de seguridad.

En Quito existen 211.184 empresas entre micro, pequeñas y medianas según un estudio realizado por el INEC, de las cuales se piensa que solo 73.914 cuentan con seguridad privada actualmente según los resultados obtenidos en las encuestas. Para el cálculo de la demanda se utilizará la siguiente fórmula.

$$D = N * p * q$$

N = población

p = tiempo de contrato

q = precio promedio del servicio

En este caso para el valor N se toman el número total de empresas micro, pequeñas y medianas en la ciudad de Quito, para el valor p se utiliza el número 1 que es la frecuencia con al que un cliente adquiere el servicio de seguridad es decir 1 vez al año, que es lo que dura un contrato promedio, y para q se utilizará el precio promedio del servicio por 24 horas de lunes a domingo. El Ministerio de Gobierno de la Republica del Ecuador emite costos referenciales para la contratación de empresas de seguridad privada, de acuerdo con el servicio con o sin armas de fuego.

DETALLE	24 horas Lunes a Domingo
Costos Directos C.C.P.	\$ 2.928,49
Costos Indirectos C.C.N.P.	\$ 292,85
Costo Total	\$ 3.221,34
3% Utilidad	\$ 99,63
Precio Final	\$ 3.320,97

Elaboración: DEES-SEE-MDG
Fecha: 30/01/2019

Figura 29. Costos referenciales servicio sin arma
Fuente: (MinisteriodeGobierno, 2019)

DETALLE	24 horas Lunes a Domingo
Costos Directos C.C.P.	\$ 2.956,02
Costos Indirectos C.C.N.P.	\$ 295,60
Costo Total	\$ 3.251,62
3% Utilidad	\$ 100,57
Precio Final	\$ 3.352,19

Elaboración: DEES-SEE-MDG
Fecha: 30/01/2019

Figura 30. Costo referencial servicio con arma
Fuente: (MinisteriodeGobierno, 2019)

Para la fórmula se calculará el promedio simple entre los dos costos referenciales del servicio con arma y sin arma de fuego, es decir, \$ 3.336,58. A continuación se presenta la resolución de la fórmula.

$$D = 211.184 * 12 * 3.336,58 = \$8.455'587.728,64 * 0.35 = \$2.959'455.705,02$$

Este valor se lo obtendría en el caso de que todas las empresas de Quito tendrían un servicio de seguridad privada, sin embargo, según la encuesta realizada a los clientes potenciales, se obtuvo que solo el 35% de las empresas cuentan con este servicio, por lo cual se debe obtener el 35% del resultado obtenido, que es igual a \$2.959'455.705,02 que nos da un valor un poco más cercano a la realidad. Con este resultado se observa que existe una opción de crecimiento ya que el 65% de las empresas que no cuentan con el servicio, podrían contratarlo.

2.4.1. Demanda Insatisfecha

“La demanda insatisfecha es aquella parte de la demanda que no ha sido cubierta en el mercado, en otras palabras, la demanda es mayor que la oferta. A continuación, se calculará la demanda insatisfecha, que se lo realiza de la siguiente manera.” Demanda – Oferta = Demanda Insatisfecha (Velasquez, 2011)

$$\text{Demanda Insatisfecha} = 2.959'455.705 - 1.535'788.800. = \$1.423'666.905$$

Se tiene como resultado que, en el mercado de la seguridad privada, la demanda insatisfecha es de \$1.423'666.905. Tomando en cuenta el número de empresas que existen en la ciudad de Quito que son 211.184, y sabiendo que solo el 35% de ellas cuentan con seguridad privada, es decir 73.914 empresas tienen seguridad privada actualmente, mientras que la oferta actual de las empresas de seguridad privada cubre a 46.120, por lo cual la demanda insatisfecha sería 27.794 empresas en las cuales la seguridad privada no está presente. En conclusión, el mercado meta que tiene Segurcas Cia.Ltda. son todas las micro, pequeña y medianas empresas, de cualquier sector económico, que buscan el servicio de seguridad privada, armada y desarmada en la ciudad de Quito,

3. ESTRATEGIAS DE MARKETING

“La estrategia de marketing de una empresa describe la forma en que la empresa cubrirá las necesidades y deseos de sus clientes, según los resultados obtenidos en la investigación de mercados, como son las encuestas y entrevistas realizadas tanto a personal interno de la empresa, como a clientes y personas externas a la misma. En otras palabras, la estrategia de marketing es un método para la forma en que la empresa usará sus fortalezas y habilidades para juntarlas con las necesidades y requerimientos del mercado.” (Ferrell O, 2012)

3.1. Segmentación

Se refiere a diferenciar el total de mercado de un producto o servicio en grupos diferentes de consumidores, iguales entre sí y diferentes a los demás, en cuanto a hábitos, necesidades y gustos, que podrían precisar producto o combinaciones de marketing diferentes. (Monferrer, 2013)

“La segmentación se puede dividir en diferentes niveles o grados al mercado, como son, el marketing de masas que se refiere a que la empresa plantea una oferta única para todos los clientes, el marketing segmentado que se refiere a que la empresa diferencia a grupos de personas con características similares y el marketing individual que se refiere a que la empresa plantea ofertas personalizadas por individuos o lugares.” (Seco, 2017)

3.1.1. Geográfica

Se realizará una segmentación geográfica, la cual tendrá lugar en la ciudad de Quito. La empresa Segurcas Cia,Ltda. actualmente presta sus servicios a los clientes que se

encuentran dentro del Distrito Metropolitano de Quito, el cual se presenta en el siguiente mapa.



Figura 31. Mapa Distrito Metropolitano de Quito
Fuente: (GoogleMaps, 2020)

3.1.2. *Tamaño de Empresa*

En Quito se encuentra el 23.75% de las micro, pequeñas y medianas empresas del Ecuador, es decir, 211.184 empresas, de las cuales solo el 35% de ellas según una encuesta realizada cuenta con seguridad privada actualmente.

Según un estudio realizado por el Directorio de Empresas INEC en noviembre de 2019, El tamaño de empresa se define de acuerdo con el volumen de ventas anuales (V) y el

número de personas afiliadas (P) sea a nivel de plazas de empleo registrado o empleo registrado en la seguridad social. Para su determinación, prevalece el criterio de volumen de ventas anuales sobre el criterio de personal afiliado. (INEC, 2019)

Con anterioridad al calcular el tamaño de la población, previo a la realización de la encuesta a clientes potenciales se habló sobre el tamaño de las empresas y su clasificación.

3.1.3. Sector Económico de las empresas

Las empresas serán segmentadas por el sector al que pertenecen, esto es establecido de acuerdo con el giro del negocio, como, por ejemplo: servicios, comercio, industrias manufactureras, etc. En este caso Segurcas Cia.Ltda. está dirigido a todos los sectores con el servicio de seguridad privada.

3.1.4. Comportamiento de Compra

Según las encuestas realizadas se observó que para la mayoría de las empresas la seguridad privada es necesaria, por lo cual Segurcas Cia.Ltda. está dirigida a este segmento de empresas, donde, en su cultura empresarial o dentro de sus prioridades, sea vital invertir en seguridad privada. Sin embargo, a las empresas que creen que la seguridad no es necesaria se les podría demostrar que la misma lo es, y mostrar todos los beneficios que tiene para poder de alguna manera cambiar su perspectiva.

3.1.5. Seguridad armada y desarmada

Por otro lado, se buscará segmentar a los clientes por seguridad armada y desarmada, en el caso de seguridad armada se refiere a armas de fuego letales o de fogeo, mientras que, en el caso de seguridad desarmada, se puede encontrar el tolete o tonfa, el gas pimienta, bastones eléctricos, inmovilizadores eléctricos, entre otros. Cada uno de ellos se utiliza de acuerdo con los requerimiento y necesidades de cada uno de los clientes. En algunos casos como es el de los conjuntos habitacionales o domicilios, no se permite al guardia de seguridad portar arma de fuego, ya que existen niños, los cuales podrían ser afectados por los mismos en casos extremos.

3.2.Posicionamiento

“El objetivo principal de todas las empresas es tener posicionamiento en la mente del cliente, con su producto o servicio. El posicionamiento se refiere a darle un espacio determinado al producto o servicio en la mente del consumidor, frente a otras marcas competidoras. Una vez que el producto o servicio se encuentren posicionados en la mente del cliente de manera positiva, la aceptación de este es general.” (Montero, 2017)

En este caso se utilizará la pregunta 6 de la encuesta que fue realizada a los clientes potenciales, la cual cuestionaba que, al momento de elegir un servicio de seguridad privada, cuáles de los siguientes aspectos serían importantes para ellos, posteriormente se desplegada una lista de razones, Figura 26. Como resultado de esta pregunta se obtuvo que los 3 aspectos más importantes para el cliente serían la calidad del servicio, la supervisión constante y el costo del servicio. Por lo cual la empresa Segurcas Cia.Ltda. buscará posicionarse de la siguiente manera.

3.2.1. Calidad del servicio

“Se refiere a calidad del servicio como la satisfacción de las expectativas que tienen los usuarios o consumidores, es decir, se define como el grado en que se cumplen las expectativas y necesidades que tienen ellos. Es una definición basada en la percepción de los clientes, esto es importante para conocer qué necesitan los usuarios, y por otro lado se refiere como excelencia, es decir, de acuerdo con el término, se deben conseguir los mejores resultados, por medio del personal altamente capacitado y por las tecnologías manejadas por la empresa y los guardias de seguridad.” (Ceupe, 2020)

3.2.2. Supervisión Constante

La supervisión es indispensable y necesaria para el control, capacitación y evaluación de las actividades y funciones de los guardias de seguridad en los distintos puestos de vigilancia, mediante esta actividad se fortalecen las funciones del guardia, mejorando su desempeño a más de permanentemente evaluar y analizar las condiciones de riesgo e inseguridad que las instalaciones de los clientes pudieran presentar.

Segurcas Cia.Ltda. cuenta con supervisores de seguridad, con amplia experiencia en la seguridad privada, liderazgo y don de mando, quienes concurren diariamente en turnos diurnos y nocturnos a los puestos de vigilancia. Según la encuesta realizada a los clientes potenciales el 63.2% de ellos cree que la supervisión constante del servicio de seguridad es importante a la hora de inclinarse por una empresa de seguridad privada.

3.2.3. Precio del servicio

En el Ecuador la seguridad privada es una necesidad latente, por lo que existe una gran cantidad de empresas que prestan este servicio. Sin embargo, en el mercado existen empresas que no cuentan con todos los permisos necesarios de funcionamiento y tampoco brindan una remuneración adecuada a sus guardias de seguridad con el valor establecido por la ley, sino, lo hacen por debajo del mismo, por lo cual ofrecen precios notablemente bajos a sus clientes, por debajo de la media del mercado lo cual perjudica a las empresas que cumplen con todas las normativas legales. Según la revista Vistazo se cree que esta situación es muy grave, ya que todo esto da como resultado que los costos que cobran por el servicio van en contra de la calidad de este. (Vistazo, 2019)

Segurcas Cia.Ltda. en este caso cobra un precio bajo en comparación con otras empresas más grandes, sin embargo, cuenta con todos los permisos necesarios y se encuentra legalmente constituida, remunerando a todo su personal de la manera que exige el reglamento.

3.3.Diferenciación

“Son estrategias que las empresas utilizan para comercializar o sobresalir una marca sobre otras similares en el mercado. Esta estrategia busca facilitar a la empresa una ventaja competitiva, es importante que esta estrategia se encuentre orientada directamente a un segmento específico del mercado y entregue un mensaje preciso acerca de lo distinto del producto a los demás productos del mercado.” (Riquelme M. , Web y empresas, 2018)

La empresa Segurcas Cia.Ltda. cuenta con ciertos estándares de calidad que son necesarios para determinar un mínimo necesario de condiciones, para que las características del servicio sean suficientes para satisfacer las necesidades de los clientes. Los indicadores de calidad que maneja Segurcas Cia.Ltda. son: la eficacia y la satisfacción del cliente.

3.3.1.Elementos diferenciadores

La mayoría de las empresas que se desempeñan en el sector de la seguridad privada cuentan con una gama de servicios similares, como es: la seguridad física, la seguridad electrónica, asesoría en seguridad, custodia de valores, entre otros.

Sin embargo, Segurcas Cia.Ltda. se diferencia de otras empresas por la calidad de su servicio, ya que, brinda un servicio personalizado a cada uno de sus clientes, a través de la supervisión constante, la capacitación del personal de seguridad y uno de los más importantes es la visita constante del Gerente General a cada uno de los puestos para conversar con los clientes, ya que, casi ningún Gerente en la seguridad privada realiza la labor de salir a cada uno de sus puestos para observar el trabajo de sus guardias, sin embargo el Gerente de Segurcas Cia.Ltda. si brinda una atención personalizada, por lo cual muchos clientes sienten que existe una preocupación por parte de la empresa se seguridad hacia ellos.

Por otra parte, Segurcas Cia.Ltda. también cuenta con tecnología actualizada para los guardias de seguridad, como son los detectores de metales, bastones eléctricos, cámaras de vigilancia, entre otras, sin embargo, la mayoría de las empresas también cuentan con estos implementos para el servicio, por lo cual no sería un factor que lo diferencia de las demás.

3.4.Estrategia de Crecimiento

Para que una empresa pueda mantenerse en el mercado debe proponerse de manera constante el desarrollo de estrategias de crecimiento, pero no sólo para mejorar las ventas, o el tamaño de la empresa, sino también para resistir a los ataques de la competencia.

“Existen varios tipos de estrategias de crecimiento, en este caso se utilizará una específicamente, que es la estrategia de crecimiento estable o penetración de mercado, que consiste en incrementar las ventas de una compañía en los mercados en los que está presente y con productos actuales. Esto se adquiere cuando conseguimos aumentar nuestra cuota de mercado o cuando conseguimos crecer con la expansión del mercado.”
(Fuentes, 2019)

3.4.1. Clientes actuales

Como estrategia de crecimiento, Segurcas Cia.Ltda. en primera instancia deberá mantener los clientes que tiene actualmente para después poder crecer, existen algunas maneras por las cuales se puede mantener a los clientes, algunas de ellas y las que la empresa ocupará, serán, brindar el servicio personalizado para cada una de los clientes, es decir, mantener siempre la comunicación con los mismos para saber sugerencias, necesidades y requerimientos, por otro lado, capacitar a los guardias de seguridad y supervisores constantemente para que cuenten con información actualizada. De esta manera se espera que los clientes actuales y futuros de la empresa sigan renovando sus contratos anualmente con Segurcas Cia.Ltda. sintiéndose seguros principalmente y satisfechos con el servicio con el que cuentan en sus establecimientos.

3.4.2. Clientes Potenciales

Según la situación actual del país, se espera que los establecimientos requieran en mayor cantidad del servicio de seguridad, ya que la delincuencia, migración extranjera y desempleo seguirán creciendo notablemente.

Para que Segurcas Cia.Ltda. crezca dentro del mercado se espera llegar a los clientes que no cuentan con un servicio de seguridad actualmente, según la encuesta realizada a clientes potenciales, se obtuvo que el 65% de ellos no cuenta con el servicio por varias razones, como, por ejemplo, falta de dinero, porque no lo habían considerado, etc. Razones por las cuales se podría llegar a estos clientes, con los aspectos que ofrece la empresa anteriormente mencionados, un buen precio, considerando la economía actual que vive el país y las empresas que en él se encuentran, y un excelente servicio. De esta manera la empresa ganaría una mayor cantidad de clientes y tendría crecimiento.

Por otra parte, según Jurgen Klaric, menciona que todo producto o servicio debe vender 3 cosas: seguridad, confort y placer. Empezando por la seguridad, para luego dar confort y después llegar al placer, menciona que el cerebro humano siempre busca estas 3 cosas para poder comprar. (Klaric, 2014)

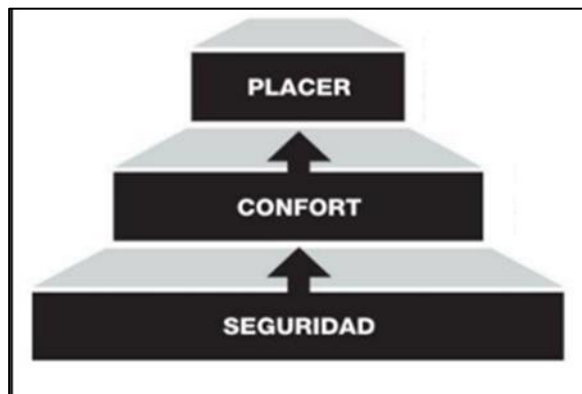


Figura 32. Escalera emocional de decisión
Fuente: (Klaric, 2014)

Ya que la seguridad es lo principal al momento de comprar, antes que el confort y el placer, los consumidores siempre velarán por su bienestar y en este caso elegirán a la seguridad privada para cuidar sus hogares, empresas, etc.

3.5.Estrategia Competitiva

“La estrategia competitiva es un proyecto de la empresa a largo plazo, que le ayudará a examinar sus fortalezas, desarrollar nuevas competencias y aprovechar oportunidades para, diseñar una ventaja competitiva sostenible que la ayude a posicionarse en el mercado. Otro objetivo de la estrategia competitiva es dejar atrás a los competidores con los que cuenta la empresa, sentando las bases para un futuro empresarial próspero donde la atracción y fidelización de clientes no sean un problema.” (Universitat de Barcelona, s.f.)

Dentro de las estrategias competitivas que existen, la empresa se caracteriza por la estrategia de seguidor, lo cual significa que tiene una parte del mercado más pequeña que el líder y los retadores, sin embargo, su estrategia consiste en tomar decisiones con respecto al líder, en otras palabras, copiando al líder, lo que genera gran estabilidad en las participaciones en el mercado. (Kotler & Keller, 2016)

La estrategia competitiva de Segurcas Cia.Ltda. se basa en ser seguidor de mercado por el momento, buscando dentro de algunos años alcanzar un nivel más alto. La empresa tiene una ventaja competitiva frente a otras por la calidad de su servicio, ya que, Segurcas se enfoca en que sus clientes reciban un servicio adecuado, con el personal siempre capacitado, las herramientas que necesitan, como tonfas, en algunos casos armas de fuego, también mantienen la supervisión constante en todos los puntos, lo cual esta incluido en la calidad.

Existen otros servicios adicionales con los que cuenta Segurcas Cia.Ltda como: seguridad para eventos sin costo adicional por 3 veces al año y traslado VIP 2 veces al año sin ningún costo extra. Cabe mencionar que en la encuesta que fue realizada a los clientes potenciales, la seguridad para eventos se encuentra en el cuarto lugar en importancia para los clientes al momento de contratar un servicio de seguridad, con el 48.6%.

3.6.Marketing Mix

“El marketing mix es un elemento del marketing, se compone de cuatro variables conocidas como las 4Ps, producto, precio, plaza y promoción. Para esto es totalmente necesario que las cuatro variables del marketing mix se combinen con total coherencia y trabajen conjuntamente para lograr complementarse entre sí.” (Espinosa, 2018)

3.6.1.Producto

Se refiere a un producto o un servicio que se oferta y que está en el mercado para satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores. En el servicio se encuentran aspectos importantes que se deben tomar en cuenta como la imagen que da la empresa, la marca o los servicios de postventa. (Martinez , Ruiz , & Escriva, 2014)

3.6.1.1. Servicios Ofertados

La empresa Segurcas Cia.Ltda. ofrece los siguientes servicios:

- Seguridad física
- Asesoramiento, estudios, procedimientos y Manuales Operativos de Seguridad.
- Supervisión móvil.

- Implementos y accesorios de seguridad
- Armas de fuego con los respectivos permisos de porte.
- Estudios de seguridad y controles internos
- Agentes encubiertos
- Asesoría en seguridad privada
- Traslado VIP de personas
- Seguridad para eventos
- Cámaras de vigilancia

Segurcas Cia.Ltda. fue creada con el propósito de brindar servicios de seguridad que otorguen confianza y tranquilidad las 24 horas a todos sus clientes, tanto en sus negocios como en su vida privada. Cuentan con profesionales altamente capacitados y una infraestructura totalmente adaptable que les permite prestar servicios de seguridad a todos sus clientes.

3.6.1.2. Traslado de los guardias a los puntos

Para que el servicio de seguridad privada llegue al cliente final, se debe cumplir algunos pasos, en primer lugar, debe existir un contrato de por medio en donde la empresa y el cliente se encuentren de acuerdo con las consignas y obligaciones de ambos lados, posterior a esto Segurcas Cia.Ltda. realiza el proceso de selección de personal para la contratación de los guardias de seguridad. En el momento en que el guardia de seguridad es contratado por la empresa, cumpliendo todos los requisitos necesarios, se le brinda un uniforme, que cuenta con una camisa de color gris con el logotipo de la empresa, una corbata de color negro, un pantalón gris con líneas negras a los costados, una chompa de color negro con el logotipo de la empresa, un chaleco con el isologo de la empresa en donde se colocan las placas antibalas, botas altas de color negro estilo militar y un cinto.



Figura 33. Uniforme guardia de

Fuente: (Segurcas, Información general de la empresa, 2019)

En cuanto a los implementos que el guardia necesita para prestar el servicio adecuado se encuentran, una radio portátil alineada a la frecuencia exclusiva de la empresa y una tonfa. Al momento que el guardia de seguridad se encuentra uniformado se dirige al punto de vigilancia con el supervisor en la motocicleta de la empresa. Cuando el guardia de seguridad se encuentra en el punto, el jefe de operaciones se dirige inmediatamente al lugar para proveer al guardia de los siguientes implementos que se quedaron en el punto de vigilancia, si el cliente lo requiere se proveerá al punto un arma letal o de fogeo, una linterna, un cargador para la radio portátil y una bitácora, que es donde el guardia de seguridad registrará cada acción que realice para que Segurcas Cia.Ltda. y el cliente puedan tener constancia en caso de un mal entendido. Realizados todos estos pasos el guardia de seguridad empieza a brindar el servicio con normalidad.

En los días posteriores el guardia de seguridad se dirige desde su domicilio, en el medio de transporte de su preferencia, hasta el punto de vigilancia. Cabe mencionar que Segurcas Cia.Ltda. trata de ubicar a los guardias de seguridad en los puntos de vigilancia que se encuentren más próximos a su domicilio para tener en cuenta su propia seguridad al retornar a el mismo.

3.6.1.3. *Consignas de los guardias de seguridad*

El guardia de seguridad al momento de encontrarse en el punto tiene varias actividades que debe cumplir llamadas consignas en el ámbito de la seguridad, que se encuentran detalladas a continuación

- El guardia de seguridad debe presentarse en el punto de vigilancia con media hora de anticipación, para cumplir con el próximo turno. Cabe mencionar que para cada punto de vigilancia hay dos guardias y uno adicional llamado saca francos.
- El guardia de seguridad procede a recibir el puesto con o sin novedades por parte del agente saliente, autorizada y verificada su entrega procederá a uniformarse y hacerse cargo del punto de vigilancia.
- Una vez que se ha hecho cargo del puesto debe preocuparse de hacer un recorrido del lugar o lugares desde los cuales pueda defenderse y dar la debida seguridad al establecimiento que tiene a su cuidado.
- El guardia debe hacer ejercicios de defensa de la propiedad que está bajo su cuidado, debe planificar en su mente lo que los asaltantes podrían hacer para tomarse el establecimiento y lo que el haría en la práctica para rechazarlos. (Esto lo hará sin usar su arma).
- Si alguna personal lo llama, no se debe presentar inmediatamente y si no debe obligarlo a identificarse, caso contrario, corre el riesgo de ser victimado.

- Si algún individuo demuestra los claros propósitos de tomarse las instalaciones, debe realizar uno o dos disparos al aire, debe pedir ayuda por radio a su supervisor o por teléfono al Jefe de Operaciones y a la oficina de Segurcas Cia.Ltda, mientras se mantiene listo, controlando los límites de las instalaciones, ya que puede producirse escalamientos de un momento a otro.
- Mientras dure el turno del guardia de seguridad, no debe abandonar el arma ni la dotación de municiones que le fueron entregados por parte del Jefe de Operaciones.
- No debe prestar el arma a ninguna persona particular, puede ser perjudicial.
- Si usted se ve obligado a disparar para atemorizar a los ladrones que deambulan por los alrededores de la empresa, no se olvide de anotar en los libros de novedades, haciendo constar la hora, razón y número de cartuchos utilizados para que le sean reemplazados en el menor tiempo posible.
- Debe recordar que el arma será utilizada en legítima defensa de la vida de este y seguridad del establecimiento.
- Está prohibido sacar el arma del área de trabajo peor llevarla al domicilio, corre el riesgo de que se le pierda o sea requisada por las autoridades.
- Todos los guardias serán los encargados de limpiar el arma en presencia del supervisor.

- Debe tratar con educación, amabilidad y cortesía, a todas las personas que por cualquier motivo soliciten alguna información.
- Se debe utilizar la caseta de control, exclusivamente para atender las llamadas telefónicas y anotar las novedades que se producen durante su servicio. Está terminantemente prohibido permanecer en su interior por largo tiempo, solamente en caso de lluvia o intenso frío, ya que puede ser sorprendido por los ladrones y ser eliminado fácilmente.
- Está prohibido la utilización del celular para uso personal, ya que descuida de las obligaciones.
- No debe hacer amistad estrecha con ninguna persona, ya que perderá su autoridad y posteriormente tendrá muchas dificultades.

3.6.1.4. Negociación y contratación del servicio

Para la contratación del servicio de seguridad privada de Segurcas Cia.Ltda. primero debe existir la necesidad del servicio por parte del cliente, para que pueda comunicarse con la empresa para solicitar información de precios, gama de servicios, entre otros.

Como parte del servicio y antes de iniciar la contratación, se realiza un informe detallado de la inspección física del área a vigilar como, muros perimétricos, sistemas de iluminación, edificaciones, áreas vulnerables o críticas, acceso de personas y vehículos, área de estacionamiento, etc. El objetivo principal del estudio es señalar las debilidades que deben solucionarse en un determinado periodo de tiempo, mediante un plan de seguridad y los puntos críticos que deben atenderse en prioridad, para prevenir que se

conviertan en vulnerabilidades que finalmente se convierten en pérdidas para los clientes. (Segurcas, Información general de la empresa, 2019)

El propósito del proceso de gestión de negociación y contratación es asegurar la contratación de servicios con clientes que sean fieles y a largo plazo, mediante la oferta de servicio de manera sencilla, atractiva, transparente y oportuna a través de solicitudes y negociaciones con el cliente por medio de visitas y el análisis de los parámetros del servicio a brindar. Segurcas S.A. tiene el compromiso de brindar el servicio tal cual las especificaciones solicitadas por el cliente en el contrato previamente firmado. En caso de que existiera algún problema al brindar el servicio se comunica al cliente lo suscitado y el tiempo en el que se volverán a reanudar el servicio, así como los planes para solucionar las incomodidades causadas. El servicio se brindará únicamente en los lugares especificados y aceptados por el cliente.

Se elaboró el flujo en donde se detalla todas las actividades realizadas para cumplir todo el proceso de gestión de negociación y contratación, se lo puede encontrar en el Anexo I.

3.6.1.5. Servicio de guardianía

El propósito del servicio de guardianía es brindar un servicio de seguridad privada de excelencia, con compromiso y responsabilidad a través de agentes de seguridad capacitados que cumplan todos los requisitos y permisos por ley.

Por otro lado, también debe cumplir ciertos requisitos en su puesto de trabajo, como por ejemplo, el agente de seguridad deberá presentarse en el puesto de trabajo 10 minutos antes del inicio de su jornada, el agente de seguridad deberá realizar rondas de reconocimiento constantes cada media hora, en el caso de presentarse algún

inconveniente o no conformidad el agente de seguridad deberá actuar según las especificaciones establecidas en la ley interna y externa y por último, en el caso de que el guardia de seguridad no pueda resolver el inconveniente o la no conformidad deberá reportárselo inmediatamente al jefe de operaciones y esperar a sus instrucciones. Se elaboró el flujo en donde se detalla todas las actividades realizadas para cumplir todo el proceso de gestión de servicio de guardianía, se lo puede encontrar en el Anexo J.

3.6.1.6. Supervisión del servicio

La supervisión es indispensable y necesaria para el control, capacitación y evaluación de las actividades y funciones de los guardias de seguridad en los distintos puestos de vigilancia, mediante esta actividad se fortalece sus funciones, mejorando su desempeño a más de permanentemente evaluar y analizar las condiciones de riesgo e inseguridad que las instalaciones los clientes pudieran presentar. Para esta actividad Segurcas Cia.Ltda. cuenta con supervisores de seguridad, con experiencia en la seguridad privada, liderazgo y don de mando, quienes acuden diariamente en turnos diurnos y nocturnos a los puestos de vigilancia.

El propósito de la supervisión del servicio es garantizar que el servicio brindado se realice de manera adecuada, oportuna, y pertinente por medio de supervisión motorizada y cámaras de vigilancia. La supervisión del servicio se la realiza a diario con 1 visita a cada puesto de guardianía, cabe mencionar que si es necesario o existe alguna emergencia se debe acudir más de una al día. Se elaboró el flujo en donde se detalla todas las actividades realizadas para cumplir todo el proceso de supervisión del servicio, se lo puede encontrar en el Anexo K.

3.6.1.7. Contratación de personal

El guardia de seguridad de Segurcas Cia.Ltda. es sometido a una estricta selección y estudio individual que incluye la verificación de datos personales, familiares, laborales y de orden legal. Se realizan visitas a sus domicilios con archivo de imágenes, desenvolvimiento en empleos anteriores, análisis de datos familiares y la verificación de factores que permiten obtener y mantener un buen recurso humano al servicio de las funciones de seguridad. Posteriormente se evalúa su aptitud para el servicio mediante elementales exámenes y pruebas psicoanalíticas y, por otra parte, periódicamente es capacitado basándose en los procedimientos y normas de los clientes y de la empresa.

El propósito de este proceso es cubrir una vacante de personal competente, con transparencia, de manera oportuna, dentro del presupuesto establecido mediante el reclutamiento y selección de talento internos y externos, y la legalización del contrato de trabajo. Se elaboró el flujo en donde se detalla todas las actividades realizadas para cumplir todo el proceso de contratación del personal, se lo puede encontrar en el Anexo L.

3.6.1.8. Capacitación de personal

El propósito del proceso de capacitación del personal es instruir a los guardias de seguridad de la empresa mediante cursos dictados por profesionales ajenos a la organización para ayudar en su crecimiento personal y brindar un mejor servicio a los usuarios.

- Las capacitaciones se realizan en un establecimiento externo a la empresa

- La empresa solventa el pago de las capacitaciones brindadas a los agentes de seguridad, a excepción del curso de 120 horas obligatoria que deben cumplir cada uno de ellos para poder ejercer en el entorno de la guardianía.
- Las capacitaciones se realizan 2 veces al año.

3.6.1.9. Dotación de implementos a los agentes de seguridad

Segurcas Cia.Ltda. cuenta con algunos implementos necesarios para prestar el servicio de seguridad a los clientes, como son:

Armas letales y de fogueo: La empresa cuenta con 12 armas letales y 3 arma de fogueo, adquiridas legalmente con sus respectivos permisos de portación. Cada uno de los clientes elige si desea dentro de su establecimiento que el guardia de seguridad sea portador de un arma letal o de fogueo. Actualmente ninguno de los clientes de la empresa requiere de armas letales en sus establecimientos, mientras que, 2 de ellos cuentan con armas de fogueo.

Tonfas y placas antibalas: Segurcas Cia.Ltda. dota a cada uno de sus guardias de seguridad con una tonfa o más conocido en el mercado como tolete y una placa antibala. Las placas antibalas son de uso obligatorio y deben pasar por ciertas pruebas de seguridad realizadas por el Comando Conjunto del Ecuador, previo a su respectiva utilización.

Sistemas de Comunicación: Cada uno de los guardias de seguridad y supervisores de Segurcas Cia.Ltda. cuentan con radios portátiles con frecuencia de uso exclusivo de la empresa, debidamente autorizada por SENATEL que garantizan un efectivo enlace entre los guardias de seguridad, los supervisores y la base de Operaciones de la empresa, lo que permite solucionar oportunamente cualquier evento que involucre los servicios de protección.

3.6.2. Precio

El precio se refiere al valor que el cliente paga por el producto o servicio. Al momento en que una empresa estipula un precio, debe tener en cuenta la percepción del cliente hacia el producto o servicio. El precio determina muchos aspectos que el cliente ve sobre el producto, en muchas ocasiones el cliente piensa que mientras más alto el precio, más alta es la calidad del producto, mientras que el precio bajo significa lo contrario. Lo cual no tiene veracidad.

Dentro del precio se deben tomar en cuenta varios aspectos, como, por ejemplo, los costos en los que se debe incurrir para fabricar el producto o prestar el servicio, se debe también establecer un margen entre los costos y el precio de ventas. La fijación del precio del producto o servicio pueden ser establecidos en base a dos aspectos como: la base de sus costos o según los precios de la competencia o que establece el mercado. (Martinez , Ruiz , & Escriva, 2014)

3.6.2.1. Fijación del precio

Segurcas Cia.Ltda. desde que fue constituida ha estado al mando de 5 gerentes hasta la actualidad, todos han coincidido en manejar el precio de servicio en base al mercado, no existe una política o parámetros establecidos para fijar el precio que se cobra actualmente. A continuación, se observa la tabla de precio que maneja Segurcas Cia.Ltda. para cobrar a sus clientes.

Tabla 12. Rango de precios

Número de Horas	Días	Cotización	IVA 12%	Precio Final
12 Horas	Luneas a Viernes	1.000,00	120,00	1.120,00
12 Horas	Lunes a Sábado	1.150,00	138,00	1.288,00
12 Horas	Lunes a Domingo	1.300,00	156,00	1.456,00
24 Horas	Luneas a Viernes	1.900,00	228,00	2.128,00
24 Horas	Lunes a Sábado	2.200,00	264,00	2.464,00
24 Horas	Lunes a Domingo	2.400,00	288,00	2.688,00

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar en la tabla que los precios están establecidos de acuerdo con el número de horas y los días que el cliente lo requiera, siendo 2.688 incluido IVA el precio más alto y 1.120 incluido IVA el precio más bajo. Cabe mencionar que la mayoría de los clientes actuales cuenta con el servicio de 24 horas de lunes a domingo.

Según una reunión organizada por el Ministerio del Interior en el año 2019, en la que fueron invitadas todas las empresas de seguridad privada, en la cual se trató de establecer un precio unificado para todas las empresas de seguridad privada, sin embargo, aunque todas las empresas unificaran su precio, dentro del mercado existen empresas las cuales cobran un precio relativamente bajo, lo cual desestabiliza al mercado y crea una competencia desleal. Se considera competencia desleal ya que estas empresas cobran un precio muy bajo pero sus empleados no son remunerados de acuerdo con lo que establece la ley. Cabe mencionar que el precio que cobra Segurcas Cia.Ltda. es mucho más bajo al de la empresa, como se lo puede observar en el Anexo Q.

De acuerdo con la situación actual que vive el Ecuador en cuanto a la Pandemia mundial, se conoce que las empresas y personas han perdido mucho dinero por lo cual han renunciado a muchos servicios con los que contaban antes. A pesar de esta situación el

sector de la seguridad privada no ha sentido un golpe tan fuerte como otros sectores, sin embargo, se debe tomar en cuenta que los clientes deben estar contentos y satisfechos para que no dejen el servicio y las empresas de seguridad pierdan clientes.

Se realizaron todos los cálculos necesarios junto con el contador general, para plantear una reducción de precio y así poder crecer en el mercado. Lo cual según el contador general no se podría realizar en la empresa, ya que los costos serían mayores que los ingresos. Sin embargo, Segurcas Cia.Ltda. tiene un precio muy bajo en comparación con otras empresas de seguridad privada por lo cual sería un tanto riesgoso reducir más el precio.

3.6.3. Plaza

“La plaza se refiere a la colocación del producto o servicio, en lugar donde se da el consumo, es el conjunto de actividades que están involucradas en el traslado del producto o servicio, desde el lugar de producción hasta el lugar de consumo.” (Martinez , Ruiz , & Escriva, 2014)

Segurcas Cia.Ltda. se encuentra ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito y presta sus servicios dentro del perímetro de este. Su oficina está ubicada en las calles Eduardo Salazar N37-24 y Carlos Julio Arosemena (Batán Alto) en el norte de la ciudad.

3.6.3.1. Ubicación de los puntos de seguridad

Los guardias de seguridad de la empresa se encuentran ubicados en los puntos establecidos por cada uno de los clientes. A continuación, se muestra la ubicación de algunos de ellos.

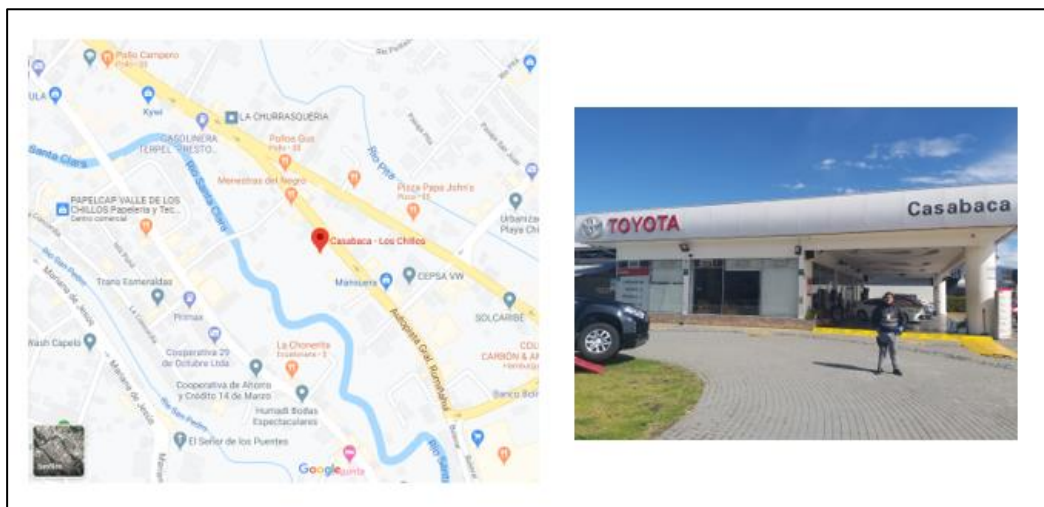


Figura 34. Cliente Toyota Casabaca los Chillos

Fuente: (Segurcas, Información general de la empresa, 2019)

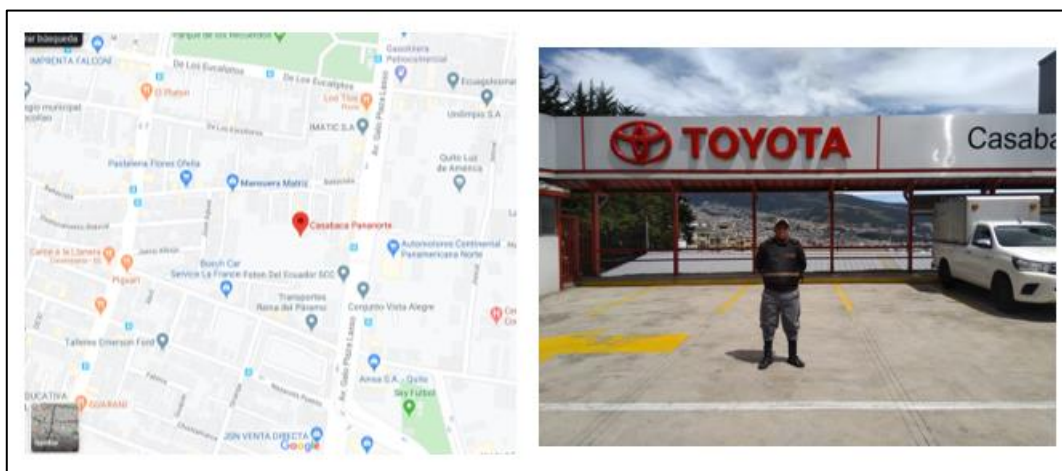


Figura 35. Cliente Toyota Pananorte

Fuente: (Segurcas, Información general de la empresa, 2019)

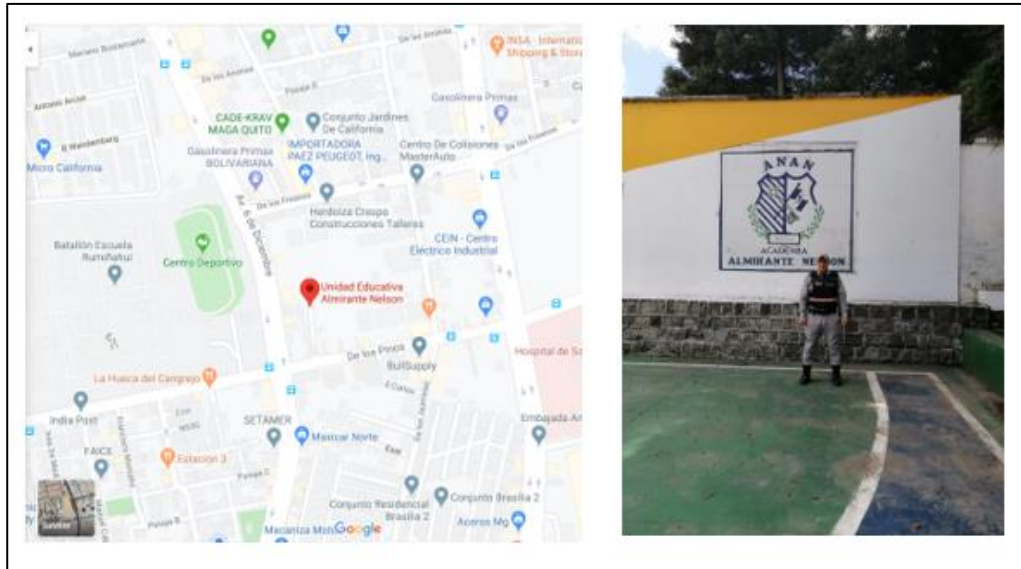


Figura 36. Cliente ANAN

Fuente: (Segurcas, Información general de la empresa, 2019)

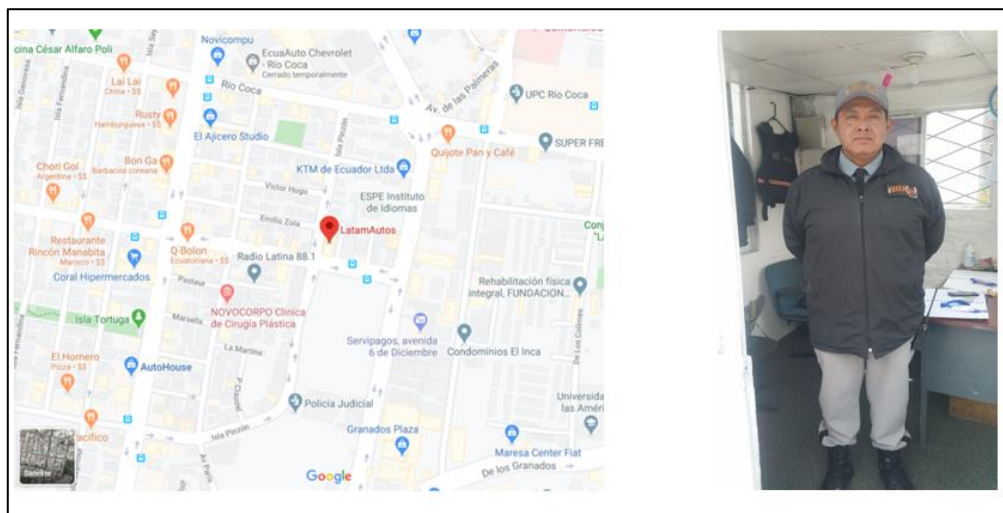


Figura 37. Cliente Latam autos

Fuente: (Segurcas, Información general de la empresa, 2019)

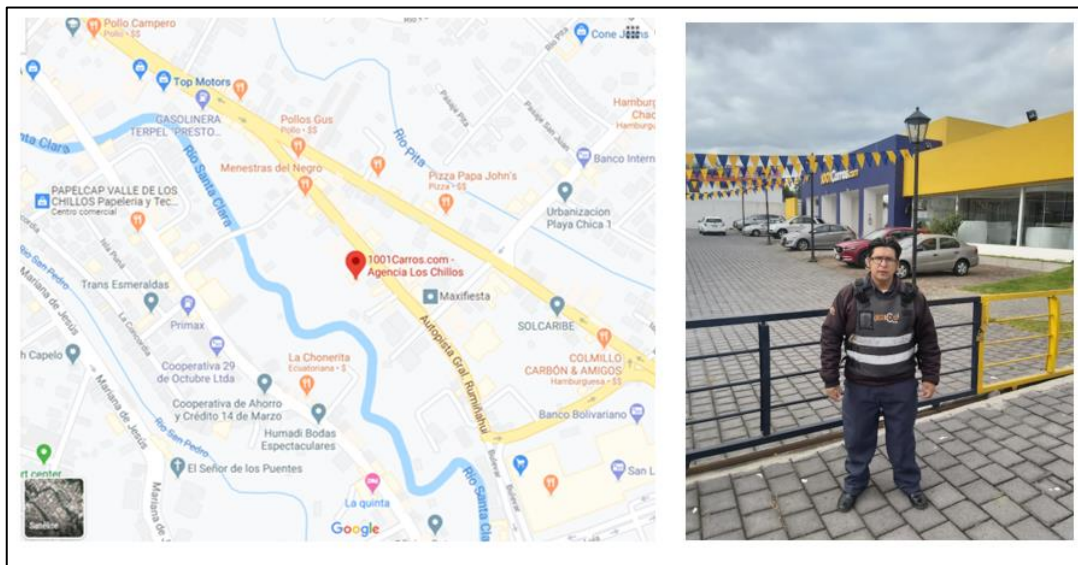


Figura 38. Cliente 1001 carros

Fuente: (Segurcas, Información general de la empresa, 2019)

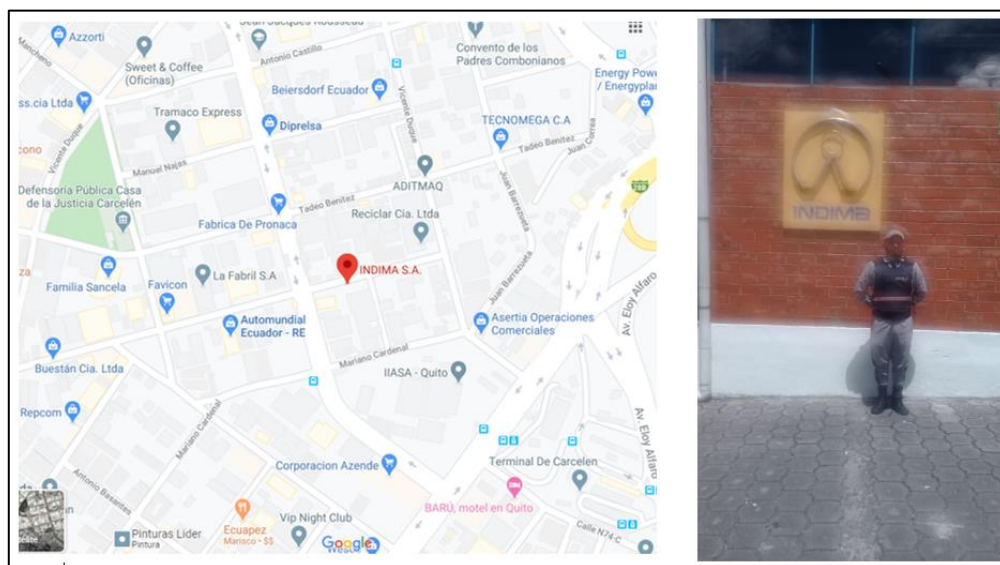


Figura 39. Cliente Indima S.A.

Fuente: (Segurcas, Información general de la empresa, 2019)

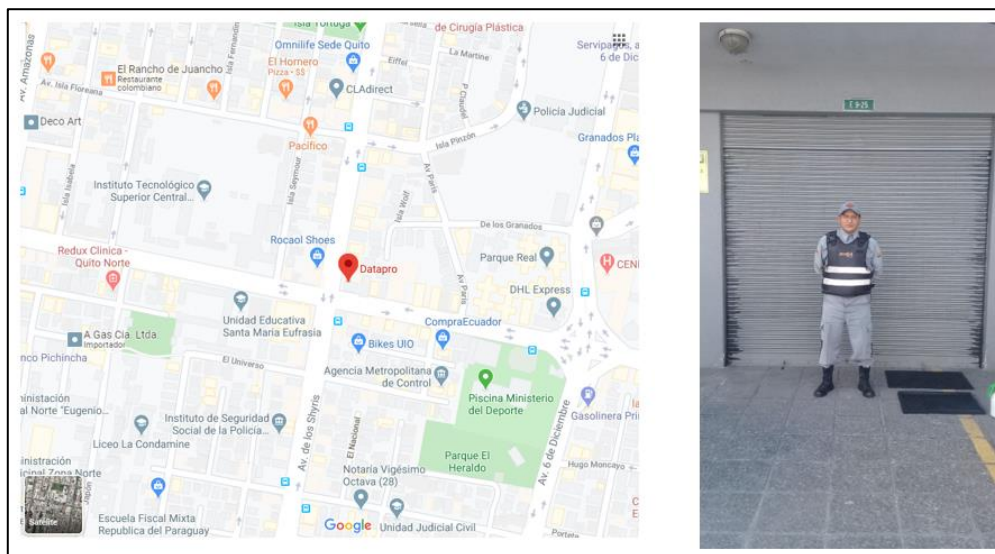


Figura 40. Cliente Datapro S.A.

Fuente: (Segurcas, Información general de la empresa, 2019)

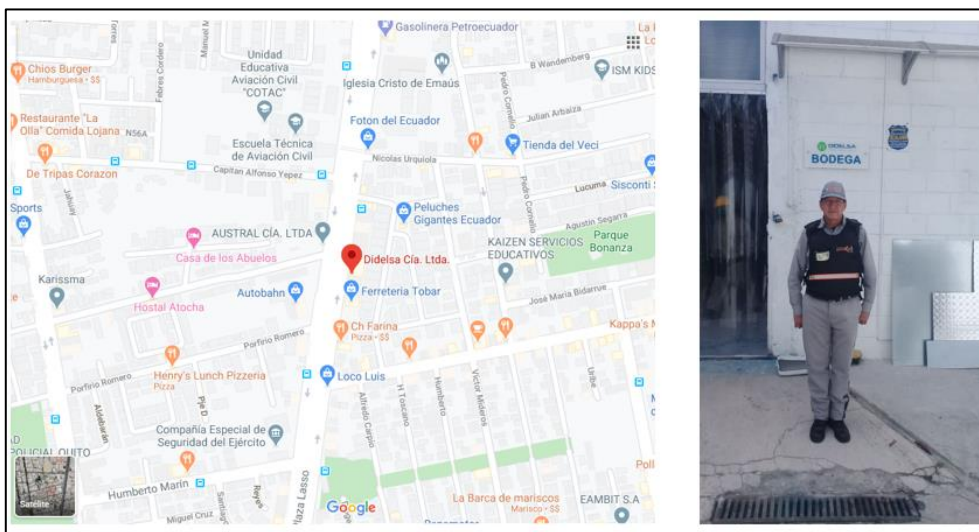


Figura 41. Cliente Didelsa

Fuente: (Segurcas, Información general de la empresa, 2019)

3.6.4. Promoción

“Se define como promoción a todos los métodos que se realizarán para dar a conocer el producto o servicios en el mercado. Esto incorpora actividades como la publicidad, la propaganda, la venta personal, el marketing directo o las relaciones públicas. Se debe analizar las diferentes combinaciones de los instrumentos que se va a utilizar para la promoción, para optimizar los recursos y obtener buenos resultados.” (Martínez , Ruiz , & Escrivá, 2014)

3.6.4.1. Isologo

“Se refiere a un isologo cuando se encuentra conformado por un logotipo y un isotipo en un solo elemento, puede ser que el texto se encuentre dentro de la imagen o la imagen dentro del texto, de manera que no pueden separarse sin que se pierda su sentido. En cuanto al logotipo, se refiere a nombres propios, letras, en si palabras escritas con su propio diseño, mientras que un isotipo es un símbolo, un icono o una imagen que distingue a la empresa.” (Harada, s.f.)

Segurcas Cia.Ltda. cuenta con un logotipo actualmente ilustrado a continuación:



Figura 42. Logotipo Segurcas Cia.Ltda.

Fuente: (Segurcas, Información general de la empresa, 2019)

Este logotipo fue realizado por la administración anterior de la empresa, por lo cual no se tiene ninguna información acerca de sus colores, letra o significado de este. Se considera que la empresa necesita un isologo por el cual pueda ser reconocida, por lo cual se presentó una propuesta de isologo, ilustrado a continuación.



Figura 43. Propuesta Isologo
Fuente: Elaboración propia

Cabe mencionar que el isologo presentado anteriormente, fue diseñado por una empresa de *Community Manager*, que, dentro de la variedad de sus servicios, uno de ellos es la elaboración de un isologo. El isologo presentado anteriormente se encuentra compuesto por las letras S y G que son las siglas distintivas de Segurcas Cia.Ltda. y también se encuentra compuesto de un símbolo que representa a la mira de un arma de fuego, que es el servicio de seguridad privada que brinda la empresa.

Los colores que se ha escogido para este isologo son los mismos del logotipo con el que ya contaba la empresa, para no cambiar demasiado la imagen actual de esta. El color naranja significa seguridad y comodidad, y el color azul simboliza lealtad, fidelidad y verdad. Por lo cual estos colores distinguen muy bien a la empresa frente a los clientes y capta la atención de estos por los significados de cada color mencionado anteriormente.

3.6.4.2. Uniformes

“El uniforme es utilizado para diferenciar entre grupos, y es un distintivo de una institución, se utiliza mientras se está en ella o ejerciendo una actividad en la que la institución se encuentra comprometida.” (DeConceptos, s.f.)

La empresa cuenta desde su constitución con un uniforme distintivo de la misma, ha tenido ligeros cambios a través del tiempo, establecidos por cada uno de los gerentes. Cabe mencionar que la empresa cuenta con un solo tipo de uniforme, tanto para guardias de seguridad como para supervisores y jefe de operaciones. Lo que se propone, es implementar 4 tipos de uniformes diferentes, para diferenciar a guardias de seguridad de supervisores y jefe de operaciones.

El primer diseño es para los guardias de seguridad que se encuentren en la parte externa de los establecimientos a los que prestan el servicio de seguridad privada, es decir, se encuentra en patios, garitas exteriores, etc. Este diseño está compuesto de camisa y pantalón color gris con el logotipo de la empresa, una corbata de color negro, un chaleco porta placas antibalas color negro con el logotipo de la empresa, un cinto y botas estilo militar. El costo de elaboración de este se encuentra detallado en el Anexo M.



Figura 44. Uniforme Tipo 1
Fuente: Elaboración propia

El segundo prototipo será diseñado para los guardias de seguridad que se encuentren ubicados en puntos internos de los establecimientos, es decir, recepciones, garitas internas, etc. El uniforme contiene un pantalón de color gris y una camisa blanca con el logotipo de la empresa, una corbata de color negro, un chaleco con el logotipo, zapatos *Oxford* negros, un cinto y una gorra de plato color gris con el logotipo de la empresa. El costo de elaboración de este se encuentra detallado en el Anexo N.



Figura 45. Uniforme Tipo 2
Fuente: Elaboración propia



Figura 46. Uniforme Tipo 3
Fuente: Elaboración propia

El tercer prototipo de uniforme será utilizado exclusivamente para los supervisores, este uniforme contiene, un overol de color negro con líneas distintivas fosforescentes las cuales son utilizadas para que se distingan de los vehículos en la noche, una gorra de color negro con el logotipo y botas tipo militar. El costo de elaboración de este se encuentra detallado en el Anexo O.

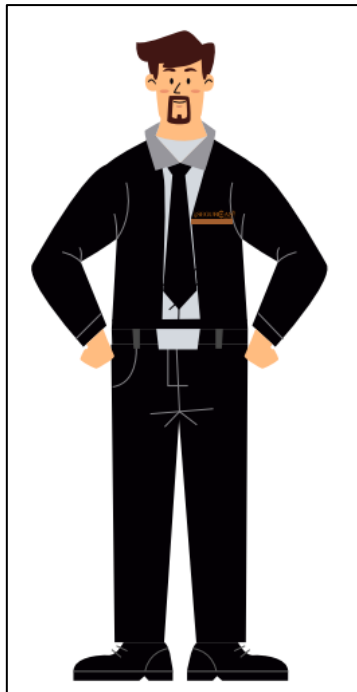


Figura 47. Uniforme Tiop 4 Jefe de
Fuente: Elaboración propia

El cuarto y último prototipo de uniforme, será utilizado únicamente por el jefe de operaciones de la empresa, el cual debe estar más formal que el supervisor y el guardia ya que es él, quien tiene comunicación directa con cada uno de los clientes actuales y nuevos clientes. El uniforme está conformado por un pantalón de color negro, zapatos negros tipo *Oxford*, un cinturón color negro, una corbata de color negro, una camisa blanca con el logotipo de la empresa, y una chompa formal con el logotipo de la empresa en la parte delantera derecha y en la espalda superior. El costo de elaboración de este se encuentra detallado en el Anexo P.

3.6.4.3. Redes Sociales

“El gestor de comunicaciones o más conocido como Community Manager es el profesional o empresa, que se encarga de construir y administrar la comunidad online, y tramitar la marca y la imagen de la empresa, de manera que se puedan formar y mantener excelentes relaciones con cada uno de los clientes de la empresa.” (Fuente, 2019)

La propuesta para Segurcas Cia.Ltda. es contratar un Plan de *Community Manager* el cual ayudará con todos los detalles que se encuentran en la Figura 47. Como primer punto está la creación y gestión de redes sociales, tales como *Facebook* e *Instagram*, que según DX Media son las redes sociales más utilizadas y con más usuarios en Latinoamérica.

Las redes sociales son una excelente alternativa para tener presencia en el mercado, con un presupuesto no muy grande y el mensaje con el que se quiere llegar a las personas puede tener un gran alcance. Por lo cual ayudaría a la empresa a darse a conocer en el mercado, por medio de anuncios en ambas redes sociales y 20 publicaciones mensuales. (Lucca, s.f.)



Figura 48. Plan Community Manager
Fuente: (Búmeran, 2019)

3.6.4.4. Sitio web

Creación y gestión de un sitio web diseñado en Html 5, con 10 páginas, host y dominio. El sitio web es importante ya que da a conocer la empresa en internet, es decir, sirve para dar a conocer la empresa a todas las personas que no sabían de esta, el sitio web es el centro de la estrategia de posicionamiento, ya que las publicaciones realizadas en redes como *Facebook* e *Instagram* conducirán a la página web de la empresa.

El sitio web contará con una página de inicio, que es la primera página que el cliente visualiza cuando entra al sitio web tecleando en el buscador el nombre de dominio; la propuesta de la página de inicio se muestra a continuación.



Figura 49. Prototipo Página Web

Fuente: Elaboración propia

El sitio web contará con información sobre la historia de la empresa, todos los servicios que se ofertan, todas las ventajas y funciones que tiene un guardia de Segurcas Cia.Ltda. y una página de contacto en donde están dos números telefónicos para comunicarse con la empresa, la dirección escrita y la ubicación en *Google Maps*, también se encontrará un formulario que puede ser llenado por el cliente que necesita una cotización en donde se requerirá el nombre, el e-mail, el teléfono y un mensaje. Adicionalmente en la página principal se encontrará un video promocional de la empresa y un hipervínculo en donde los posibles clientes podrán comunicarse directamente al *Whatsapp* de la empresa.

En cuanto a medios digitales el plan de *Community Manager*, también ofrece un diseño de firma electrónica y diseño de *wallpaper* para computadora y celular.

Branding

El *branding* es el proceso de creación de una marca, haciendo referencia a los medios gráficos y de comunicaciones, dentro de los cuales están incluidos la imagen de la empresa, los colores, etc. El objetivo es ubicar la marca en la mente de los consumidores; por lo cual el plan contratado será de gran ayuda ya que incluye, una investigación previa a la elaboración de la marca, la elaboración de esta y el uso. Por otra parte, se ofrece una tipografía de licencia abierta, es decir la empresa puede hacer uso de la marca con su propia licencia, siendo esta original de la misma.

Medios impresos

Dentro del plan se encuentra, el diseño de tarjetas de presentación para todos los colaboradores de la empresa, hojas membretadas, diseño de facturas tamaño A5, Carpetas membretadas con diseño personalizado, cuatro sellos de la empresa, diseño de credenciales o carnets para todos los colaboradores de la empresa y diseño de 4 prototipos de uniformes.

Campañas Publicitarias

Diseño de branding para autos o motocicletas de la empresa, diseño e impresión de 4 banner roll up de 180 x 200 cm, sesión fotográfica de servicios o eventos, diseño de rótulo para la oficina, diseño de señalética para oficina, propuesta de campaña persuasiva o informativa y diseño de stand (estructura, mobiliario y propuesta de activación).

3.6.4.5. Whatsapp Empresarial

Esta es una aplicación desarrollada para el uso en empresas, ya que facilita la comunicación con los clientes por medio de herramientas para automatizar organizar y responder rápidamente a los mensajes. (INC, 2020)

En una de las preguntas en la encuesta realizada a los clientes actuales de la empresa, se obtuvo como resultado que el 95.5% de ellos creen que *Whatsapp* es la mejor manera para poder comunicarse, razón por la cual se propone la creación de un *Whatsapp* Empresarial para Segurcas Cia.Ltda. Dentro de esta aplicación inicialmente se debe crear el perfil de la empresa, ingresando datos como la dirección de la oficina, el correo electrónico o la página web. De esta manera la aplicación se encuentra lista para ser usada. Esta aplicación será de utilidad para la rápida comunicación con cada uno de los clientes actuales y clientes futuros. Por otra parte, se creará un vínculo entre el sitio web y el *Whatsapp* de la empresa para que de esta manera cuando el cliente quiera contactar con la empresa para saber alguna información que requiera, la empresa se comunicará directamente con la persona para atender sus requerimientos por medio de esta aplicación.

3.6.4.6. Tríptico y Video Publicitario

Se realizó un tríptico en el cual se presentó información como, la misión de la empresa, su visión, información resumida de que es Segurcas Cia.Ltda. y con qué permisos cuenta para su funcionamiento, se detallan todos sus servicios de vigilancia y seguridad para personas naturales e instituciones. Adicionalmente se ilustra dos fotografías de los guardias de seguridad de la empresa junto con el logotipo y slogan y finalmente se colocó en la parte posterior la propuesta de isologo junto con la información de contacto de la empresa. Por otra parte, se realizó un video publicitario de la empresa el cual podrá ser difundido por medio de las redes sociales, el sitio web y el *Whatsapp* Empresarial, donde las personas podrán observar más a fondo lo que ofrece la empresa y las técnicas de defensa que se utilizan para proteger los establecimientos. Cabe mencionar que por un acuerdo mutuo con la empresa, el video ya fue realizado y entregado a la empresa. A continuación, se observa el tríptico realizado y la primera imagen del video publicitario.

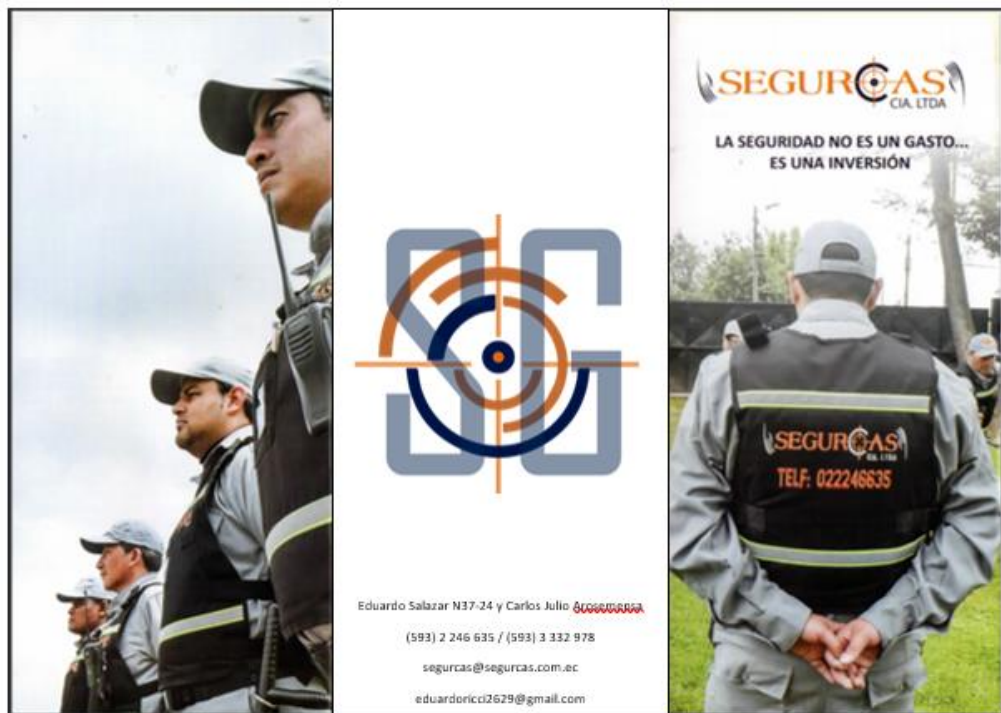


Figura 50. Tríptico Segurcas Cia.Ltda.

Fuente: Elaboración propia

Figura 50 (Continuación)

SERVICIOS		MISIÓN
 SERVICIO DE SEGURIDAD ➤ Seguridad física a empresas, industrias, centros comerciales, hospitales, colegios, urbanizaciones, residencias, condominios, etc. ➤ Capacitación y entrenamiento a personal de seguridad, empleados y ejecutivos. ➤ Asesoramiento, estudios, procedimientos y Manuales Operativos de Seguridad. ➤ Supervisión móvil. ➤ Investigación y verificación de datos personales de empleados.		Brindar servicios y asesorías encaminadas al área de seguridad privada de manera profesional y técnica con el objetivo de proteger la integridad física de las personas así como los bienes de nuestros clientes con la utilización de nuestros agentes de seguridad altamente calificados y apoyados de modernos sistemas de vigilancia con la aplicación de tecnología de punta.
 SERVICIOS DE VIGILANCIA ➤ Si el cliente cuenta con cámaras de seguridad, nosotros podemos monitorear la vigilancia a través de monitores instalados en nuestras oficinas los 245 días de año sin costo para el cliente. ➤ En caso de no disponer cámaras podremos ofrecer estos aparatos de vigilancia e instalaciones a un costo preferencial.		VISIÓN Posicionarnos en el mercado entre las mejores empresas del país, con la capacidad de brindar en forma eficiente y efectiva la protección física a nuestros clientes así como sus bienes y valores con la utilización de personal altamente capacitado y herramientas tecnológicas avanzadas.
 PARA PERSONAS NATURALES ➤ Nuestros agentes están especializados y entrenados para solventar cualquier percance en temas de seguridad de tu hogar, familia, etc. ➤ Capacitados en defensa personal con manos libres, combate con torita, tipo de reacción israelita, análisis de riesgo, motivación, atención al cliente y evaluaciones psicológicas. ➤ Contamos con custodia en tránsito con nuestros modernos vehículos de seguridad adaptados para transportar de manera oportuna y segura.		QUIENES SOMOS SEGURICAS CIA. LTDA., se constituye jurídicamente mediante Resolución 94-S-5-5-5402 dictada por la Superintendencia de Compañías el 24 de junio de 1994, y, obtiene la Autorización de Funcionamiento del Ministerio de Gobierno, mediante Acuerdo Ministerial No. 256 de 19 de junio de 1997. Posteriormente, con la promulgación del Mandato 9 en abril de 2008, SEGURICAS CIA. LTDA. obtiene la RENOVACIÓN DE AUTORIZACIÓN DE FUNCIONAMIENTO DE EMPRESAS DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS, otorgado por el MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES No 0071 – DETMIG – 2010 del 16 de septiembre de 2010. Contamos con los debidos permisos de funcionamiento y cumplimos con documentos exigidos por las entidades de control como son: RUC emitido por el S.R.L encontrándose al día en sus obligaciones. Autorización emitida por el Ministerio de Relaciones Laborales. Autorización de la Superintendencia de Compañías. Autorización del Comando Conjunto de las FF.AA. para operaciones. Permiso de Tenencia de Armas otorgado por el Comando Conjunto de las FF.AA. Permiso de Uso de Uniformes y Equipos otorgado por el Departamento de control de Organizaciones de Seguridad Privada COSP. Autorización para el Uso de Frecuencias de Radio a Nivel Nacional emitida por la SENATEL. Pólizas de seguros contra daños de terceros. Pólizas de seguro de vida y accidentes del personal. Cumplimiento de artículos del mandato 8.
 PARA INSTITUCIONES ➤ Para la mayor seguridad de su negocio o cualquier institución. Personal calificado, preparado y entrenado en: - Vigilancia - Defensa personal - Uso progresivo de la fuerza - Relaciones humanas - Técnicas de detención - Primeros auxilios		
 LA SEGURIDAD NO ES UN GASTO... ES UNA INVERSIÓN		



Figura 51. Video Publicitario
Fuente: Elaboración propia

3.6.4.7. *Fuerza de Ventas*

La fuerza de ventas está compuesta por todas las personas de la empresa, cuya función sea vender los servicios de la empresa, ya que por más atractivo que sea un producto si no se vende de la manera adecuada, la empresa no crecerá y no presentará beneficios. (Content, 2019)

Actualmente la empresa no cuenta con un departamento de marketing, por lo cual, dentro de esta propuesta, se encuentra la creación de uno, el que estará conformado de un jefe de departamento y un vendedor. Para el jefe de departamento, se contratará una persona que haya finalizado sus estudios en Administración de Empresas o carreras relacionadas, el cual cuente con el conocimiento en el área de marketing. Esta persona será la encargada de manejar el CRM que contratará la empresa, trabajar en conjunto con el *Community Manager* y supervisar el trabajo del vendedor. Para la fuerza de ventas de Segurcas Cia.Ltda. se contratará a una persona con conocimientos sobre ventas y atención al cliente la cual será remunerada con un sueldo mensual de \$400 más comisiones del 3% por cada venta realizada, esperando realice 4 ventas anuales. Esta persona recibirá un curso de ventas previo a formar parte de la fuerza de ventas de la empresa. Posterior a esto será dotado de 2000 trípticos anuales y un banner roll up de la empresa.

3.6.4.8. *CRM*

Las siglas CRM traducidas al español se refiere a la Gestión de Relaciones con Clientes, este es un software utilizado para que todas las comunicaciones que la empresa tenga con el cliente se encuentren en el mismo sitio. Dentro de este software se pueden crear fichas por cada uno de los clientes, de manera que todas las conversaciones, emails o llamadas que se tengan con este, se guardan en un mismo lugar, dentro de la misma ficha se pueden añadir actividades o notas sobre cada cliente. (CRM, s.f.)

El CRM en Segurcas Cia.Ltda. servirá es su mayoría para la postventa, ya que, de esta manera se podrá saber la satisfacción del cliente a través de llamadas, emails, etc. Y otro de sus mayores beneficios es que se podrá dar una atención personalizada y rápida a cada uno de los clientes, de esta manera se puede fidelizar a los mismos.

La propuesta es contratar un CRM que incluye 5 usuarios, contactos ilimitados, espacio ilimitado, embudo de ventas, email sincronizado, email tracking que permite saber cuándo los correos han sido recibidos y leídos, email marketing, informes de actividad, informes de ventas y soporte chat/email.

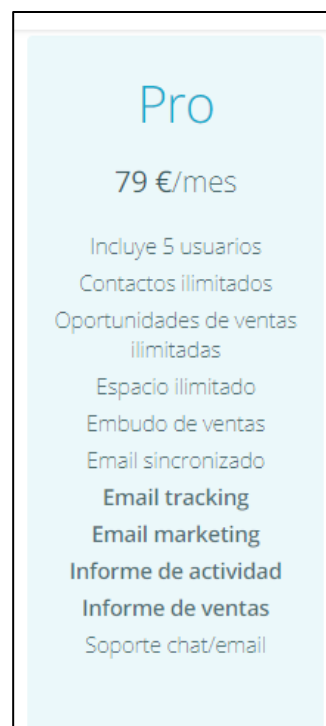


Figura 52. Suma CRM

Fuente: (CRM, s.f.)

3.6.4.9. Relaciones Públicas

“Las relaciones públicas de una empresa son el conjunto de actividades guiadas a comercializar una empresa, una empresa acude a las relaciones públicas para mantener buena comunicación con sus grupos de interés, por las mismas razones por las que coloca publicidad en diferentes lugares. Las relaciones públicas pueden dar a conocer a las personas las labores de una empresa y crear una imagen en cada una de ellas. Existen algunos métodos de relaciones públicas, algunos de ellos son el patrocinio de evento y las relaciones con los empleados.” (Ferrell O, 2012)

En el caso de Segurcas Cia.Ltda. actualmente sus relaciones públicas se basan en el Gerente General, ya que cuando hay un nuevo cliente, existe una emergencia en algún punto de vigilancia o se tiene que cerrar un contrato, es el quien acude en cada uno de estos casos por lo cual los clientes se sienten respaldados por algo extra en la empresa. Por lo cual la imagen del Gerente General frente a los clientes es muy importante mantenerla en perfecto estado.

Se propone que el Gerente General pueda realizar una reunión mensual con cada uno de sus clientes, en horas de almuerzo, ya que se conoce que un trato o una conversación de negocios es mejor hacerlo en el momento de alimentarse, de manera que se puede hablar sobre el servicio que presta la empresa personalmente con cada uno de los clientes.



Figura 53. Menú reuniones corporativas
Fuente: (HotelFinlandia, 2020)

Por otro lado, se publicará en la página web y redes sociales, experiencia de clientes actuales de la empresa, es decir, se realizará una entrevista con algunos clientes para saber qué tan satisfechos se encuentran con Segurcas Cia.Ltda. o como han estado sus expectativas sobre el servicio; lo cual puede ser publicado en las redes para conocimiento, tanto de los clientes actuales como de otros que se encuentren buscando un servicio de seguridad privada.

4. PRESUPUESTO Y BENEFICIOS

4.1. Ingresos

“Los ingresos son el incremento de los recursos económicos, es decir, todas las ganancias que se aumentan al total del presupuesto de una organización. Las organizaciones en su actividad comercial reciben dinero por prestar sus servicios o vender sus productos, de esta manera se aumenta el patrimonio de la organización.”
(Debitoor, s.f.)

El 99.9% de los ingresos de Segurcas Cia.Ltda. son obtenidos por medio de sus ventas realizadas que se encuentran registradas contablemente en el Estado de Resultados como Ventas Totales, es decir, por la prestación del servicio a sus clientes por el cual se cobra un importe mensual, por otra parte del año 2017 al 2018 el 0.003% pertenece a ingresos no operativos, que eran intereses generados en bancos, el mismo no ha existido en la empresa a partir del año 2019 hasta la actualidad, hoy en día, el 100% de los ingresos de la empresa están en las ventas realizadas.

A continuación, se encuentran detallados todos los ingresos percibidos por la empresa desde el año 2016 hasta el 2020.

Tabla 13. Ingresos Totales

	INGRESOS			
	2017	2018	2019	2020
Ventas servicios	414.112,77	457.681,49	408.904,14	326.367,13
Ingresos no Operativos	25,14	39,34	-	-
TOTAL INGRESOS	414.137,91	457.720,83	408.904,14	326.367,13

Fuente: (Segurcas, Estados de Resultados Segurcas Cia.Ltda., 2020)

4.2. Egresos

“Los egresos son la salida de dinero de las empresas donde se encuentran incluidos los gastos y las inversiones, por otra parte, los egresos son la salida de recursos financieros de la empresa para realizar un pago. Existen 3 tipos de estos, los egresos fijos, que se mantienen constantes como servicios básicos, suministros, entre otros, los egresos variables que son aquellos que van de acuerdo con la demanda de sus servicios, y por último están los egresos extraordinarios que solo son esporádicos.” (Díaz, 2018)

Tomando como referencia el año 2020, Segurcas Cia.Ltda. tiene el 75% de sus gastos en el gasto de ventas, que es la cuenta donde se encuentra los sueldos y salarios del personal de guardianía, junto con todos los beneficios de ley, pólizas de seguros, útiles de oficina, combustible de vehículos, planes mensuales de teléfonos celulares, entre otros.

Por otra parte, el 16% de los gastos se encuentran en los gastos de administración donde se encuentran las cuentas de sueldos y salarios del personal administrativo, sus beneficios de ley, servicios básicos de oficina, movilización del personal, gastos legales, mantenimiento de vehículos, entre otros, y finalmente el 0.29% se encuentra en los gastos financieros donde se contabilizan pagos al ministerio de relaciones laborales por mora de presentación de formularios, según el contador de Segurcas Cia.Ltda. este gasto no es un valor fijo cada año, ya que es de acuerdo al tiempo que se demora la empresa en entregar los documentos necesarios, por lo cual se mencionó que son esporádicos. Cabe mencionar que toda la información desde el año 2017, fue extraída de los Estados de Resultados de la empresa, que se encuentran en los Anexos, R, S, T y U.

A continuación, se puede observar en la siguiente tabla el detalle de todos los gastos del 2016 hasta el 2020 de la empresa Segurcas Cia.Ltda.

Tabla 14. Gastos Totales

	GASTOS			
	2017	2018	2019	2020
Gastos de Administración	68.684,17	74.369,27	70.937,36	73.173,84
Gasto de Ventas	339.280,60	374.645,68	353.449,95	245.235,50
Gasto Financiero	674,75	1.063,75	1.387,75	949,41
TOTAL GASTOS	408.639,52	450.078,70	425.775,06	319.358,75

Fuente: (Segurcas, Estados de Resultados Segurcas Cia.Ltda., 2020)

4.3. Inversión para la propuesta

Para cumplir con la propuesta realizada en el capítulo número tres de esta investigación, se realizó un presupuesto teniendo como referencia todas las cotizaciones solicitadas a las diferentes empresas que provean de productos o servicios.

Tomando en cuenta cada uno de los elementos mencionados en la siguiente tabla, se necesita un presupuesto de \$34.744,08 para el primer año y a partir del segundo año se necesita un presupuesto de \$35.944,08 anualmente. A continuación, se encuentra detallado cada uno de los elementos que serán utilizados en esta propuesta, junto con su respectivo precio. Se propone implementar esta propuesta desde el primer mes del año 2021 en adelante.

Tabla 15. Presupuesto año 1

AÑO 1	
PRESUPUESTO DE PLAN DE MARKETING	
PRODUCTO / SERVICIO	PRECIO
Plan de Community Manager / Empresa	\$ 3.220,00
Elaboración de Uniforme Tipo 1 (guardias)	\$ 3.990,40
Elaboración de Uniforme Tipo 2 (guardias)	\$ 2.116,80
Elaboración de Uniforme Tipo 3 (supervisores)	\$ 196,00
Elaboración de Uniforme Tipo 4 (jefe de operaciones)	\$ 188,16
2000 trípticos 10x21cm en papel gouche	\$ 220,00
1 personas para fuerza de ventas	\$ 4.800,00
Beneficios laborales fuerza de ventas	\$ 1.855,20
Comisiones por venta de 3% , por vendedor	\$ 390,00
Suma CRM (Plan pro) / anual	\$ 1.041,12
1 jefe de departamento de Ventas	\$ 9.600,00
Beneficios laborales jefe de ventas	\$ 3.166,40
Reuniones con clientes	\$ 3.960,00
TOTAL	\$ 34.744,08

Fuente: Elaboración propia

Esta diferencia de precio entre el primer y segundo año en adelante se da, ya que, se propone contratar una persona para fuerza de ventas y un jefe de departamento de marketing, los cuales en sus beneficios laborales tienen los fondos de reserva, que se pagan a los empleados a partir del primer año en la empresa, razón por la cual la diferencia en los valores entre estos años.

Tabla 16. Presupuesto año 2

AÑO 2 EN ADELANTE	
PRESUPUESTO DE PLAN DE MARKETING	
PRODUCTO / SERVICIO	PRECIO
Plan de Community Manager / Empresa	\$ 3.220,00
Elaboración de Uniforme Tipo 1 (35 guardias)	\$ 3.990,40
Elaboración de Uniforme Tipo 2 (20 guardias)	\$ 2.116,80
Elaboración de Uniforme Tipo 3 (2 supervisores)	\$ 196,00
Elaboración de Uniforme Tipo 4 (1 jefe de operaciones)	\$ 188,16
2000 trípticos 10x21cm en papel gouche	\$ 220,00
1 personas para fuerza de ventas	\$ 4.800,00
Beneficios laborales fuerza de ventas	\$ 2.255,20
Comisiones por venta de 3% , por vendedor	\$ 390,00
Suma CRM (Plan pro) / mensual	\$ 1.041,12
1 jefe de departamento de Ventas	\$ 9.600,00
Beneficios laborales jefe de ventas	\$ 3.966,40
Reuniones con clientes	\$ 3.960,00
TOTAL	\$ 35.944,08

Fuente: Elaboración propia

4.4. Análisis sin aplicación de la propuesta

Dentro de este análisis se proyecta los datos históricos de Segurcas Cia.Ltda. sin ninguna propuesta de plan de marketing, es decir, si la empresa continuaría desenvolviéndose igual que los años anteriores.

Empezando por los ingresos, se proyectó las ventas por servicio, las cuales se obtuvieron realizando promedio porcentual entre cada año, es decir ((Año Y/Año X)-1), por lo cual

se obtuvo un resultado de -7%, valor con el cual se proyectó del año 2021 hasta el 2024, sumando (Año 1*-13%+Año 1) y de igual manera para los siguientes años. Por otra parte, los ingresos operativos y otros ingresos no se proyectaron, sino que se mantuvo con valor 0 para los siguientes años, por lo mencionado en el literal 4.2. acerca de estos.

En el caso de los gastos de administración y gastos de ventas se proyectaron de la misma manera que las ventas por servicio, es decir ((Año Y/Año X)-1), en las cuales se obtuvieron como resultados -2% para los gastos administrativos y -9% para los gastos de ventas. Finalmente, el gasto financiero se proyectó con promedio simple. A continuación, se observa la tabla de proyección realizada para 4 años.

Tabla 17. Proyección de beneficios sin aplicación de la propuesta

	SIN LA PROPUESTA							
				AÑO 0	PROYECCIÓN			
Ingresos	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas servicios	414.112,77	457.681,49	408.904,14	326.367,13	303.521,43	282.274,93	262.515,69	244.139,59
Ingresos no Operativos	25,14	39,34	-	-	-	-	-	-
TOTAL INGRESOS	414.137,91	457.720,83	408.904,14	326.367,13	303.521,43	282.274,93	262.515,69	244.139,59
Gastos								
Gastos de Admin.	68.684,17	74.369,27	70.937,36	73.173,84	74.637,32	76.130,06	77.652,66	79.205,72
Gasto de Ventas	339.280,60	374.645,68	353.449,95	245.235,50	223.164,31	203.079,52	184.802,36	168.170,15
Gasto Financiero	674,75	1.063,75	1.387,75	949,41	1.018,92	1.104,96	1.115,26	1.047,13
TOTAL GASTOS	408.639,52	450.078,70	425.775,06	319.358,75	298.820,54	280.314,54	263.570,28	248.423,00
UTILIDAD DEL EJER.	5.498,39	7.642,13	-16.870,92	7.008,38	4.700,89	1.960,39	-1.054,60	-4.283,41

Fuente: Elaboración propia

4.5. Análisis con aplicación de la propuesta

Dentro de este análisis se proyecta los datos históricos de Segurcas Cia.Ltda. con la propuesta de plan de marketing, es decir, implementando todo lo mencionado en el literal 4.3. y también en el capítulo 3 de este trabajo.

4.5.1. Ingresos

Para la proyección de ingresos por ventas de 2021 a 2024, se propone aumentar 4 clientes por cada año y mantener los que ya se encuentren con el servicio de Segurcas Cia.Ltda. Cabe mencionar que la empresa cobra un importe mensual de \$2.688 por la prestación del servicio mensual a todos sus clientes. Por lo cual anualmente al aumentar los clientes mencionados anteriormente, la empresa podrá recibir \$129.024 en la cuenta de ventas por servicio. Los ingresos operativos y otros ingresos no se proyectaron por lo mencionado en el literal 4.1.

4.5.2. Gastos

En el caso de los gastos de administración, se calculó desde el 2017 hasta el 2020 el porcentaje que representa este gasto en cuanto a las ventas, sacando el promedio porcentual, se obtuvo que este gasto es el 16% de las ventas por servicio. Por lo cual para los siguientes años se proyectó con este porcentaje, ya que, si existen más ventas en la empresa, se contratará más personal administrativo como por ejemplo más supervisores, por lo cual se pagarán más salarios, más beneficios de ley, etc.

Los gastos de ventas se proyectaron de la misma manera, solo con una pequeña variación. Se calculó desde el 2017 al 2020 el porcentaje y como resultado se obtuvo, que los gastos de ventas representan el 80% de las ventas por servicio, sin embargo, en el 2020 la empresa logró reducir su gasto de ventas hasta el 75%, lo cual según Segurcas Cia.Ltda. mantendrán ese porcentaje por los siguientes años. Por lo tanto, se proyectó al gasto de ventas como el 75% de las ventas por servicio, del año 2021 al 2024.

El gasto de plan de marketing es el más importante dentro de esta propuesta, ya que, es el costo por todo lo que se propone implementar para la empresa. Este gasto se lo tiene con un valor específico para el 2021 y 2022, como fue explicado en el literal 4.3. Se observa que el valor del plan de marketing del año 2022 es el 3% más que el año 2021, por lo cual se utilizó este porcentaje para proyectar para el año 2023 y 2024.

Para el gasto financiero se realizó el cálculo por promedio simple para todos los años, ya que, este gasto no es un valor fijo cada año, ya que son multas de acuerdo con el tiempo que se demora la empresa en entregar los documentos necesarios al ministerio de trabajo, por lo cual se mencionó que son esporádicos. A continuación, se observa en la tabla la proyección realizada para 4 años.

Tabla 18. Proyección de los beneficios con aplicación de la propuesta

	CON LA PROPUESTA							
				AÑO 0	PROYECCIÓN			
Ingresos	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas servicios	414.112,77	457.681,49	408.904,14	326.367,13	455.391,13	584.415,13	713.439,13	842.463,13
Ingresos no Operativos	25,14	39,34	-	-	-	-	-	-
TOTAL INGRESOS	414.137,91	457.720,83	408.904,14	326.367,13	455.391,13	584.415,13	713.439,13	842.463,13
Gastos								
Gastos de Admin.	68.684,17	74.369,27	70.937,36	73.173,84	72.862,58	93.506,42	114.150,26	134.794,10
Gasto de Ventas	339.280,60	374.645,68	353.449,95	245.235,50	341.543,35	438.311,35	535.079,35	631.847,35
Gasto Plan de Marketing	-	-	-	-	34.786,08	35.986,08	37.068,66	38.180,72
Gasto Financiero	674,75	1.063,75	1.387,75	949,41	1.018,92	1.104,96	1.115,26	1.047,13
TOTAL GASTOS	408.639,52	450.078,70	425.775,06	319.358,75	450.210,92	568.908,80	687.413,53	805.869,31
UTILIDAD DEL EJER.	5.498,39	7.642,13	-16.870,92	7.008,38	5.180,21	15.506,33	26.025,60	36.593,82

Fuente: Elaboración propia

Como resultado de todas las proyecciones, se obtiene la tabla mostrada anteriormente. Se observa que desde el año 2021 hasta el año 2024, un incremento en la utilidad de la empresa en comparación con la proyección que se realizó de la empresa sin la aplicación de la propuesta.

4.6. Análisis costo – beneficio

Posterior al análisis de la situación de la empresa sin y con la propuesta, se puede evidenciar que con el plan de marketing que se desea implementar, cada año tendría más utilidades en comparación a si no se aplicaría este plan. A continuación, se puede observar los cambios entre cada año sin y con la propuesta.

Tabla 19. Análisis Costo-Beneficio

	COSTO - BENEFICIO			
	2021	2022	2023	2024
Utilidad del Ejercicio sin Propuesta	4.700,89	1.960,39	-1.054,60	-4.283,41
Utilidad del Ejercicio con Propuesta	5.180,21	15.506,33	26.025,60	36.593,82
Diferencia	479,31	13.545,93	27.080,20	40.877,24
Inversión de Marketing	34.786,08	35.986,08	37.068,66	38.180,72
Ganancia Recuperada	0,01	0,38	0,73	1,07

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla, la utilidad del ejercicio con propuesta es mayor en todos los años para la utilidad sin propuesta, por lo cual se puede llegar a la conclusión de que, el plan de marketing aplicado en esta investigación es de mucha utilidad para el posterior desenvolvimiento de la empresa en el mercado. Por otro lado, se observa el valor que recuperaría la empresa por invertir en el plan de marketing propuesto, en los siguientes 4 años. El valor de la ganancia recuperada se obtiene como resultado de la división entre: la diferencia entre la utilidad del ejercicio con propuesta y la utilidad del ejercicio sin propuesta, y el valor de la inversión de marketing que se realizaría por cada año. Lo cual dio como resultado los siguientes valores. En el año 2021, por cada dólar que la empresa invertiría, recibiría ese dólar y \$0.01 más. Para el año 2022, se recuperaría el dólar y \$0.38 más, en el año 2023 se recuperaría el dólar y \$0.73 más y finalmente en el 2024 la empresa recuperaría ese dólar y \$1.07 más.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Al realizar el análisis interno de la empresa se dio a conocer, su estructura organizacional mediante un organigrama, estableciendo su ventaja competitiva por medio de la cadena de valor, y la gestión de los procesos que tiene la empresa por medio de un mapa gráfico. Además, pudieron ser identificadas las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene la empresa mediante un análisis FODA.
- El análisis externo de la empresa tuvo como resultado, que dentro del mercado existe una gran cantidad de competencia, por el gran número de empresas de seguridad que existen actualmente. Por otra parte, se concluyó que la seguridad privada no tiene un sustituto evidente, cabe mencionar que existen otras opciones que realizan el mismo trabajo que la seguridad, pero no algo que pueda sustituirla.
- En cuanto a los factores económicos, según El Comercio, en los últimos años el gobierno ha invertido alrededor de 355 millones de dólares en las fuerzas armadas, destinados al aumento de la seguridad ciudadana, ya que, según la misma fuente, la inseguridad en el país no ha disminuido. Adicionalmente, se dedujo que el sector de la seguridad privada ha crecido notablemente, por lo cual ha existido un aumento en el número de empresas de seguridad en los últimos años.
- La investigación de mercado determinó que el Ecuador es un país inseguro para los ciudadanos, sin embargo, se cree que el gobierno ha tomado ciertas medidas frente a esto, lo cual no ha sido suficiente para frenar la delincuencia. Además, recalcan que

las empresas de seguridad privada son muy necesarias para el entorno en el que vivimos, ya que es una ayuda extra al trabajo de las fuerzas armadas y policía nacional.

- Analizando las encuestas se comprobó, que para el 77.3% de los clientes, la seguridad privada es muy importante para proteger sus establecimientos, y que las dos características más importantes por las cuales los clientes de Segurcas Cia.Ltda. los eligieron frente a otras empresas son la calidad de su servicio y el personal capacitado con el que cuentan para la prestación de su servicio.
- En el caso de los clientes potenciales, se identificó que para el 80.7% de ellos, la seguridad privada es necesaria en las empresas a las que pertenecen, y que solo el 35% de ellos cuenta con este servicio. Por lo cual, se observa una oportunidad de nuevos clientes para Segurcas Cia.Ltda.
- Las estrategias de marketing creadas ayudarán al desempeño de la empresa con sus clientes actuales y futuros. Un nuevo diseño de isologo fue propuesto, con el objetivo de cambiar la presentación de la empresa frente a sus clientes. Se diseñaron nuevos prototipos de uniformes para guardias externos, internos, supervisores y jefe de operaciones, con el objetivo de brindar una mejor imagen. Adicionalmente, se propuso contratar una empresa con un plan de *Community Manager*, la cual estaría encargada del manejo de medios digitales, entre otros.
- Una de las estrategias de promoción fue, elaborar un video publicitario de la empresa, el cual, en acuerdo con el Gerente de esta, ya fue realizado con éxito. Por otro lado, se propuso la creación de un departamento de marketing en la empresa, con el objetivo de concentrar todas las estrategias planteadas en un solo lugar.

- El presupuesto de marketing sería realizable por un valor de \$34.744,08 para el primer año y \$35.944,08 del segundo año en adelante, el cual se propone ponerlo en marcha a inicios del año 2021.
- La proyección de utilidades elaborada para 4 años dio como conclusión que implementando la propuesta la empresa aumentaría su rentabilidad. Además, se demostró que se recuperaría la inversión realizada a partir del año 2021.

5.2. Recomendaciones

- Se recomienda la ejecución de un análisis interno a fondo de la empresa, debido a la situación por la que cursa el país. Los factores tanto políticos, económicos y sociales dan un cambio drástico en la actualidad, por lo que se los debería tener siempre en cuenta para el desempeño de la empresa.
- Se propone tomar en cuenta el análisis FODA, en donde se muestra que el sector de la seguridad crece rápidamente, es decir, la competencia crece y se fortalece cada vez más. Por lo cual Segurcas Cia.Ltda. debería hacerlo de la misma manera.
- En base a las encuestas llevadas a cabo, se aconseja mejorar la rapidez ante emergencias, ya que según sus clientes tiene cierto porcentaje de falencia. Por otro lado, se recomienda siempre tener a su personal capacitado, ya que es un aspecto muy importante para los clientes actuales.

- De acuerdo con las encuestas a clientes potenciales, se observó que al momento de contratar una empresa toman mucho en cuenta la supervisión del servicio, el 63.2% considera que es uno de los aspectos de mayor importancia, por lo cual el proceso de supervisión del servicio debe mantenerse impecable y en continuo desarrollo en base a las expectativas de los clientes.
- Para un futuro próximo, sería de gran beneficio para la empresa aumentar su gama de servicios, como podría ser, la custodia de valores, diseño de sistemas de seguridad, cursos de seguridad, entre otros, los cuales podrían incrementar sus ventas, puesto que su mercado se ampliaría.
- En cuanto al precio que cobra mensualmente la empresa, se sugiere mantenerlo, ya que la mayoría de sus clientes cree que Segurcas Cia.Ltda. cobra un precio justo en relación con el servicio que presta. Por otro lado, para los clientes futuros el precio más bajo que otras empresas también es un atractivo.
- Se sugiere implementar el proceso de gestión de quejas y monitoreo de satisfacción, dado que la post-venta es una parte fundamental para poder fidelizar a sus clientes actuales.
- Respecto a los gastos de ventas que tiene la empresa, sería beneficioso no aumentarlos y mantenerlos en el 75% de las ventas, ya que esto generaría un equilibrio entre cada año y la utilidad podría aumentar.
- Por lo que corresponde al plan de marketing se aconseja implementarlo a futuro, tomando en cuenta todos los beneficios, tanto económicos como de posicionamiento en el mercado que la empresa podría obtener.

BIBLIOGRAFÍA

1. ActivaConocimiento. (s.f.). *Activa Conocimiento*. Obtenido de <http://activaconocimiento.es/las-cinco-fuerzas-de-porter/>
2. 2. Búmeran. (2019). *Búmeran Agencia de Comunicación* . Obtenido de <https://bumeranagencia.com/disenio-de-logos/manejo-de-redes-sociales-quito/>
3. Ceupe, B. (2020). *Ceupe*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-calidad-de-servicio.html>
4. ConexionEsan. (06 de Octubre de 2016). *ConexionEsan*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/10/que-es-el-mapa-de-procesos-de-la-organizacion/>
5. Content, R. (24 de Junio de 2019). *Rockcontent*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/fuerza-de-ventas/>
6. CRM, S. (s.f.). *Suma CRM*. Obtenido de <https://www.sumacrm.com/>
7. Debitoor. (s.f.). *Debitoor*. Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/que-es-un-ingreso>
8. DeConceptos. (s.f.). *Deconceptos*. Obtenido de <https://deconceptos.com/general/uniforme>
9. Díaz, T. (2 de Julio de 2018). *Economía simple*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/egresos>
10. El Comercio. (15 de Febrero de 2020). *El comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/opinion/editorial/inseguridad-violencia-homicidios-seguridad-ciudadania.html>
11. ElComercio. (08 de Agosto de 2019). *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-inversion-ffaa-seguridad-moreno.html>

12. ElTelégrafo. (21 de Julio de 2018). *El Telégrafo*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/empresas-seguridad-inspeccion-ecuador>
13. ElUniverso. (04 de Agosto de 2019). *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/08/04/nota/7455459/delitos-aumento-distintas-zonas-pais>
14. Espinosa, R. (2018). *Roberto Espinosa*. Obtenido de <https://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2>
15. Fernández, P. (2002). *Investigación cuantitativa y cualitativa*. Coruña, España: Unidad de Epidemiología Clínica y Bioestadística.
16. Ferrell O, H. M. (2012). *Estrategia de markeing*. Mexico: Cengage Learning.
17. Fuente, O. (16 de Enero de 2019). *IeBS*. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/que-es-un-community-manager-redes-sociales/>
18. Fuentes, G. (9 de Mayo de 2019). *Bring*. Obtenido de <https://bringconnections.es/estrategias-de-crecimiento/>
19. G4s. (2020). *G4s*. Obtenido de <https://www.g4s.com/es-ec>
20. GoogleMaps. (2020). *Google Mpas*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/@15,-2.970703,3z?hl=es>
21. Harada, E. (s.f.). Obtenido de [http://minerva.dcaa.unam.mx/app/webroot/files/157/Logotipos,_isotipos,_imago tipos_e_isologos_\(e.pdf](http://minerva.dcaa.unam.mx/app/webroot/files/157/Logotipos,_isotipos,_imago_tipos_e_isologos_(e.pdf)
22. HotelFinlandia. (2020). *HotelFinlandia*. Obtenido de <https://www.hotelfinlandiaquito.com/es/restaurante/>
23. INC, W. (2020). *Whatsapp Business*. Obtenido de https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Ffaq.whatsapp.com%2Fes%2Fandroid%2F26000092%2F%3Fcategory%3D5245246%26fbclid%3DIwAR1ohVLlOI-8oLZzkybmweLwsqRt-5BWpcWqLWc_EuJ-A9RFGzTral-

Liws&h=AT2YCYgrbcMv7RReU23yTFlyN7f04H33CE4Tsw_a8GBymD8Ydb
8l1Gggeev_aXDc3UwPt

24. INEC. (2019). *Directorio de Empresas y Establecimientos*. Ecuador: INEC.
25. ISO Tools. (27 de Julio de 2015). *ISO Tools*. Obtenido de <https://www.isotools.org/2015/07/27/5-ejemplos-de-indicadores-de-calidad-que-no-pueden-faltar-en-tu-plan/>
26. Jaraseg. (2020). *Jaraseg*. Obtenido de <http://jaraseguridad.com.ec/>
27. K, A. (19 de Diciembre de 2019). *Crece Negocios*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/estrategias-de-marketing/>
28. Klaric, J. (2014). *Vendele a la mente, no a la gente*. Lima, Peru: BiiA International Publising.
29. Kluwer, W. (s.f.). *Wolters Kluwer*. Obtenido de https://www.guiasjuridicas.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAA AAEAMtMSbF1jTAAASNjMzNTtBLUouLM_DxbIwMDS0NDA7BAZlqlS35 ySGVBqm1aYk5xKgCV229FNQAAAA==WKE
30. Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Dirección de Marketing*. México: Pearson.
31. Lucca, R. (s.f.). *DX Media* . Obtenido de <https://dxmedia.net/redes-sociales-usuarios-2020/>
32. Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados*. Naucalpan de Juárez: Pearson Educación .
33. Mantilla, S. (18 de Septiembre de 2019). *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/opinion/incremento-inseguridad-opinion-sebastian-mantilla.html>
34. Martinez , A., Ruiz , C., & Escriva, J. (2014). *Marketing en la actividad comercial*. Madrid: Mc Graw Hill.
35. MinisteriodeGobierno. (2019). *Ministerio de Gobierno*. Obtenido de <https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/permiso-de-operacion-anual-para-las-companias-de-seguridad-privada/>

36. Mkt, B. (2020). *Boomerang Mkt*. Obtenido de <http://boomerang-mkt.com/servicios/>
37. Monferrer, D. (2013). *Fundmentos de Marketing*. Universitat Jaume.
38. Montero, M. (03 de Noviembre de 2017). *Emprende Pyme*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/estrategias-de-posicionamiento.html>
39. Murillo, J. (2006). *Universidad Autonoma de Madrid*. Obtenido de http://www.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy
40. Pedrosa, S. (2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>
41. Peiro, A. (s.f.). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>
42. Peiró, R. (20 de Febrero de 2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/cadena-de-valor.html>
43. Porter, M. (9 de Julio de 2020). *Web Y empresas*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/la-cadena-de-valor-de-michael-porter/>
44. PRIVADA, L. D. (22 de Julio de 2003). *LEY DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD PRIVADA*. Obtenido de <https://controlarmas.ccffaa.mil.ec/wp-content/uploads/sites/13/2016/08/LEY-DE-VIGILANCIA-Y-SEGURIDAD-PRIVADA.pdf>
45. Pumaseg. (2020). *Pumaseg*. Obtenido de <https://www.pumaseg.com/>
46. Riquelme, M. (Diciembre de 2016). *Análisis FODA*. Obtenido de <https://www.analisisfoda.com/>
47. Riquelme, M. (2 de Abril de 2018). *Web y empresas*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/estrategia-de-diferenciacion/>
48. Riquelme, M. (30 de Octubre de 2019). *Web y empresas*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/la-cadena-de-valor-de-michael-porter/>

49. Salesforce. (26 de Marzo de 2018). *Salesforce ventas*. Obtenido de <https://www.salesforce.com/mx/blog/2018/3/Postventa-que-es-y-como-hacer.html>
50. Seco, M. (06 de Septiembre de 2017). *emprende pyme*. Obtenido de https://www.emprendepyme.net/estrategias-de-segmentacion-de-mercado.html#que_tipos_de_estrategias_existen_para_segmentar_el_mercado
51. Segurcas. (Octubre de 2019). Información general de la empresa. (S. Ricci, Entrevistador)
52. Segurcas. (2020). Estados de Resultados Segurcas Cia.Ltda. (S. Ricci, Entrevistador)
53. Trenza, A. (23 de Julio de 2018). *Ana Trenza mix finanzas*. Obtenido de <https://anatrenza.com/analisis-pestel/>
54. Universitat de Barcelona. (s.f.). *Business School*. Obtenido de <https://obsbusiness.school/es/blog-investigacion/mba/estrategia-competitiva-definicion-tipos-y-planteamiento>
55. Velasquez, L. (26 de Agosto de 2011). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha>
56. Vistazo. (2019). Seguridad Privada. *Vistazo*, 2-13.

ANEXOS

ANEXO A

Entrevista a Experto Externo 1

Capitán de Navío. Hugo Álvarez
Jefe de seguridad de la Presidencia del Ecuador

1. ¿Considera usted que existe inseguridad en nuestro país?

Debemos partir del concepto de seguridad que es un medio o un fin en efecto la seguridad es el concepto más claro que se puede percibir la ausencia de riesgo o de peligro, habría que preguntarnos cuanto de eso la seguridad siente o tiene la sensación, entonces se podría decir que existe un nivel de seguridad en nuestro país, porque en la actualidad existe una gran cantidad de amenazas, amenazas que pueden ser internas o externas, amenazas que pueden ser riesgos que existen a nivel antrópico o natural. Todos estos factores inciden en que la personas tenga esa percepción de que se encuentra en peligro, entonces podemos decir que existe inseguridad en nuestro país por la creciente población que está ingresando de gente extranjera que ha sido desplazada de sus países de origen, indudablemente que entre esas personas hay personas que se han visto involucradas en una serie de actos delictivos de dan esta percepción de inseguridad.

2. ¿Cree usted que el gobierno ha tomado medidas sobre la seguridad ciudadana?

La seguridad ciudadana es una función del gobierno y el gobierno cuenta principalmente con la policía nacional, la cual es llamada a controlar todas aquellas amenazas que tienen que ver con la ciudad con el clima y el cometimiento de delitos y crímenes indudablemente el gobierno hace el mejor esfuerzo, pero siempre este resulta insuficiente, porque hay muchas otras circunstancias de que hacen percibir a la ciudadanía a las empresas de que existe un nivel de riesgo, que existe un nivel de peligro.

El gobierno por sí mismo ha hecho un fortalecimiento de sus entidades de control de seguridad como es el caso de la policía nacional pero siempre este esfuerzo será insuficiente dada la cantidad de población y la cantidad de riesgos y factores que pueden incidir en la inseguridad

3. ¿La economía del país tiene influencia sobre el sector de seguridad?

Probablemente el realizar esfuerzos en beneficio ingentes recursos económicos porque si nosotros queremos combatir o si es preocupación del Estado es principalmente el responsable el combatir la inseguridad, debe tener recursos para fortalecimiento de las instituciones, mayor número de policías que ejerzan el control, medios logísticos medios tecnológicos. La evolución tecnológica es tan fuerte que muchos países que tienen gran capacidad económica y desarrollo muchas veces la vigilancia de una persona de una patrulla se reemplaza por tecnología, entonces para eso hay que tener muchos ingentes recursos económicos y la economía tiene que ver mucho con el control de la seguridad.

4. ¿Cuáles cree usted que sean las causas que fomentan la inseguridad y delincuencia en el Ecuador?

Normalmente las actividades alrededor de nuestros países convergen en actividades de carácter ilícito, uno de los principales factores que inciden en la inseguridad es el narcotráfico, por ejemplo, porque conectado al narcotráfico están una serie de actividades ilícitas, la prostitución en lavado de dinero el sicariato el secuestro, el contrabando, es una actividad delictiva que engloba una serie de actividades que indudablemente fomentan la inseguridad y la delincuencia en el Ecuador. Otra situación indudablemente es la migración masiva de personas, la poca disponibilidad del trabajo de fuentes de trabajo posiblemente a persona que

nunca ha incurrido en estas actividades les obliga a que se cometan robos, posiblemente de menor magnitud, robo al arranche, al descuido, no robo con violencia, pero si son también actividades delincuenciales que, si están en aumento, que se debe a muchos factores, tanto interno como externos.

5. ¿Considera que el gobierno cuenta con las herramientas para hacer frente al crimen organizado?

Ya lo habíamos dicho cualquier esfuerzo que hace el gobierno tiene relación con su capacidad económica, yo creo que el gobierno realiza el mejor esfuerzo posible pero siempre va a ser insuficiente, dada la capacidad que tienen los grupos delincuenciales organizado, porque estamos hablando inclusive de delincuencia organizada, a diferencia de la policía es visible, es fácilmente identificables lo que no sucede con los criminales, pueden estar en cualquier lugar, pueden camuflarse, de hecho no evidencian su presencia de manera franca y pues obviamente se constituye una barrera bastante grande de alcanzar con las herramientas y capacidades que tiene el gobierno.

6. ¿Cree usted que existe cierto tipo de desarrollo tecnológico dentro de este sector?

La tecnología siempre estará a disposición, lo que es importante es tener los recursos suficientes para acceder a esa tecnología. Hablemos de qué si hablamos de la seguridad ciudadana que como hemos estado insistiendo es responsabilidad primordialmente de la policía nacional, debería estar totalmente equipada para hacer frente a las situaciones de emergencia o antidelincuenciales, si bien en el Ecuador existe una estructura que se llama Ecu911, que es una herramienta de receptar una serie de denuncias o alertar y ser quienes articulen la respuesta que

necesita la ciudadanía en temas de seguridad, esa respuesta posiblemente no es la que está debidamente equipada con la capacidad de reaccionar en el menor tiempo posible, porque para eso se necesita tecnología, recursos y personal disponible las 24 horas del día.

7. ¿Qué medidas cree usted que se deberían tomar para aumentar la seguridad de la ciudadanía?

La seguridad ciudadana si es una responsabilidad del gobierno yo creo que implica también una corresponsabilidad por parte de la ciudadanía, se dice que la mejor forma de colaborar con la seguridad es criar bien a los hijos, es educación definitivamente, y lo que tiene que ver es con el esfuerzo que el gobierno hace por la educación, fuentes de trabajo, fortalecimiento de las instituciones que encargado del control, eso básicamente creo que es las medidas que se deberían tomar fundamentalmente educación y oportunidades de trabajo y creo que serían las mejores formas de reducir la delincuencia.

8. ¿Qué opina usted sobre la seguridad privada?

Habíamos comenzado indicando el concepto de que percibe una persona como seguridad, y es la ausencia de riesgo o peligro. Mientras esa percepción persista las personas van a buscar el estar protegidas, y van a buscar empresas de seguridad. Porque saben que, si bien existe una policía nacional desplegando sus mejores esfuerzos por controlar la delincuencia, esta no es suficiente, de hecho, existen los estudios de seguridad que evidencian en una instalación en un determinado lugar cuáles son las falencias, cuáles son las cosas que se deben fortalecer, y entre ellas está la seguridad privada, no todo es tecnología. También es la presencia de gente que le dé un conjunto, una empresa, ese servicio de

seguridad, indudablemente las empresas de seguridad siempre van a tener cabida porque persiste esta sensación de que no siempre se está seguro.

9. ¿Cree usted que las empresas de seguridad privada son necesarias?

No existe perfección en ninguna parte del mundo, siempre cualquier actividad relacionada especialmente en la seguridad es perfectible, siempre todo se puede mejorar, indudablemente hay empresas con muchos años de experiencia en implementación con muchas capacidades de control de vigilancia, pero normalmente la gente que trabaja en esas empresas es gente ecuatoriana y siempre tiene que estar capacitando esa gente entrenándola y siempre ese requerimiento de entrenamiento de control o de adoctrinamiento va a ser insuficiente, desafortunadamente el tiempo de adoctrinamiento, de preparación, de capacitación, entrenamiento en diferentes actividades debería tener muchos más mucho más tiempo que es lo que normalmente se estila en organizaciones de seguridad a cargo de proteger de personas o de infraestructura crítica e infraestructura del estado.

ANEXO B

Entrevista a Experto Externo 2

Capitán. Antonio Lugo

Jefe de Seguridad de la Base Aérea Cotopaxi y Piloto e instructor del equipo beechcraft King Air350

1. ¿Considera usted que existe inseguridad en nuestro país?

Evidentemente, considero que todos los factores que han venido contribuyendo al recabar información dentro de las fuerzas armadas y de la policía nacional, nos han llevado a que sí, hay un enorme crecimiento de la delincuencia dentro de nuestro país, sea organizada o no, entonces todo este factor y lastimosamente por la economía variable y los golpes que ha sufrido el país, tanto por el terremoto de 2016 o las tomas de decisiones de los gobiernos, todos estos han sido factores determinantes para que la inseguridad y la delincuencia crezcan en nuestro país.

2. ¿Cree usted que el gobierno ha tomado medidas sobre la seguridad ciudadana?

Considero que sí, creo que el gobierno ha tomado medidas para tratar de mitigar en algo, estos factores que lastimosamente afectan a toda la ciudadanía. Sin embargo, personalmente creo que si han sido bastante lentos los procesos y la toma de decisiones en cuanto a mejorar este factor que es importante para la ciudadanía en general. Han faltado mayores medidas, determinantes más específicas de manera que se permita que la fuerza pública pueda actuar de mejor manera y más contundente, que envíe un mensaje a esos futuros pensamientos de personas o ciudadanos malos en donde quieran entrar en esa vida. Creo que si han faltado un poco de medidas a pesar de que si han tomado cartas en el asunto.

3. ¿La economía del país tiene influencia sobre el sector de seguridad?

Claramente la economía del país para todo factor, para toda ejecución de cualquier situación dentro de la actividad de una nación es afectada directamente por la economía que tenga su nación. Todas las capacitaciones que pueda tener tanto fuerzas armadas como fuerza pública están directamente conectadas con este factor, están conectados a un presupuesto. Este presupuesto es el que se maneja para dar capacitaciones o equipamientos para poder mitigar este factor de la delincuencia y mantener una seguridad que la ciudadanía necesita.

4. ¿Cuáles cree usted que sean las causas que fomentan la inseguridad y delincuencia en el Ecuador?

Yo creo que dentro de las causas que influyen directamente para que se fomente esto, puede ser algo que tal vez no tiene costo como series o programa en los medios televisivos que incentivan a las personas, especialmente a los niños, se va fomentando y creando una forma de pensar agresiva. Esto de la mano de un sistema de corrupción que se ha venido evidenciando en los últimos años, lastimosamente todo eso guía a que se vea la forma y la solución para salir fácilmente de su situación económica mala.

5. ¿Considera que el gobierno cuenta con las herramientas para hacer frente al crimen organizado?

Actualmente creo que el gobierno ha extendido unos buenos recursos para poder implementar lo que ha estado a su alcance económicamente, sin embargo, que si ha dejado a un lado este factor y no le ha dado la importancia que en realidad amerita, porque estamos viviendo momentos difíciles en donde las persona tratan de salir adelante, sin embargo, también hay las otras que buscan la manera fácil y

buscan perjudicar. Entonces el gobierno talvez no tiene las herramientas económicas para poder solventar las falencias que se ha presentado a lo largo de estos años, hablemos de un equipamiento al ECU911 con cámaras, a la misma fuerza pública con capacitaciones, con equipamiento que necesitan, en donde sea una motivación tanto para el personal que va a realizar su labor de protección a la ciudadanía y sentirse respaldado de un sistema legal y jurídico que si yo considero y atrapo a un ladrón y lo verifico, sea respaldado mi accionar, entonces estamos en un sistema que lastimosamente yo no sé si hacerlo porque no sabre si después saldré yo perjudicado por esa acción , entonces incluso se ha llegado a analizar si actuar o no frente a estas situaciones.

6. ¿Cree usted que existe cierto tipo de desarrollo tecnológico dentro de este sector?

A nivel nacional existen varias herramientas tecnológicas, pero lastimosamente por la situación económica del país no se ha podido implementar dentro del programa de seguridad en general y la afectación al país ha sido muy grande y muy fuerte porque ha arremetido contra una sociedad trabajadora, que busca salir adelante, sin embargo la inseguridad ha salido más fuerte, incluso hasta más preparados tecnológicamente por mitigadores de señales, por equipos de armamento que han sabido solventarse ellos mismos para poder sobrellevar y superar estas tecnologías incluso a veces ya obsoletas de la policía nacional.

7. ¿Qué medidas cree usted que se deberían tomar para aumentar la seguridad de la ciudadanía?

Considero que deberían implementar programas de concientización por un lado y por otro se debería priorizar en cambiar los equipos tecnológicos como cámaras, y ubicar nuevas en varios puntos estratégicos del país, así como los puestos de

auxilio, como botones de auxilio que, si se han implementado, sin embargo, el sistema está saturado y todavía no ha existido un sistema integrado en donde se encuentren alineados todos estos programas, y que exista una respuesta rápida a cualquier evento.

8. ¿Qué opina usted sobre la seguridad privada?

Considero que la seguridad privada es una buena opción, ya que cubre las falencias de la fuerza pública en determinados sectores, como hablamos en los puntos anteriores no se puede cubrir y abarcar todo el esquema de un país para protegerlo, por las falencias económicas y tecnológicas que se habló anteriormente, entonces la opción de una empresa de seguridad privada es muy buena para proteger puede ser a mi familia, y si tengo que realizar una inversión en seguridad lo haría sin pensarlo, puesto que es un factor que me va a tener tranquilo y poder asegurar así a cada negocio y cada familia. Por lo que es una opción muy interesante.

9. ¿Cree usted que las empresas de seguridad privada son necesarias?

Considero que sí, han llegado a ser necesarias, no solo se lo ve como un negocio sino como una necesidad dentro del país en donde lastimosamente ha crecido la delincuencia, por lo que la seguridad privada es una alternativa y es muy importante para proteger a mis recursos. Nosotros confiamos en el trabajo de la fuerza pública, sin embargo, es evidente la problemática que hay tanto por la parte legal como por la parte de implementación de equipos, por la parte de capacitación, por la parte de cobertura, entonces confiamos en su trabajo claro que sí, pero, el trabajo focalizado y específico de una empresa de seguridad privada que nos da mayor tranquilidad, es más específico y seguro.

ANEXO C

Entrevista a Experto Interno 1

Sr. Eduardo Ricci
Gerente General Segurcas Cia.Ltda.

1. ¿Considera usted que existe inseguridad en nuestro país?

Bueno considero que el incremento de inseguridad en nuestro país es definitivamente una realidad según datos oficiales el incremento de delitos en general crece cada año y esto se debe a muchos factores que actualmente están presentes en nuestro país y en el mundo.

2. ¿Cree usted que el gobierno ha tomado medidas sobre la seguridad ciudadana?

A pesar de que el gobierno tome medidas con cada organismo responsable, todo esto es insuficiente ya que las medidas cambian, las formas la tecnología los medios, métodos, armas y realmente son un factor que debería considerarse que hay que hacer mayor esfuerzo ya que es insuficiente el control de inseguridad en el Ecuador.

3. ¿La economía del país tiene influencia sobre el sector de seguridad?

Definitivamente este tema es fundamental y que tiene que ver con la inseguridad ya que el factor económico está ligado con el nivel social y es donde más los gobiernos deberían trabajar, es una preocupación que se ve que cada día aumenta la pobreza en nuestros países y esto incrementa el nivel de inseguridad, ya que la gente tiene que salir a las calles a trabajar el día a día y cada vez hay menos trabajo entonces todos estos factores y a raíz de esta consecuencia aumenta la inseguridad en el país.

4. ¿Existen desarrollos tecnológicos dentro de este sector?

Siempre este tema va a ser muy importante ya que dentro de lo que es la seguridad el factor tecnológico va a ser primordial ya que nos ayuda a manejar áreas más extensas con menos personal y uno de los problemas que existe actualmente es la falta de personal para manejar esto de la seguridad entonces el factor tecnológico es importante sin dejar el hecho de que tiene costos elevados los servicios tecnológicos también entonces no está al alcance de todo mundo entonces tenemos que tratar de que esto esté al alcance para mejorar la inseguridad y minimizar la delincuencia.

5. ¿Considera que la seguridad pública se encuentra capacitada para combatir contra la delincuencia?

Yo considero que todos los organismos de control están capacitados en muchos temas, yo pienso que el tema va por otro como lo que es tener poco personal, falta de armas, medios tecnológicos, factores incluso hasta de leyes que no son muy claras y hacen que los organismos de control no puedan llegar o no puedan actuar contra la delincuencia en este país entonces son aspectos importantes que se deberían mejorar para mejorar lo que es la seguridad.

6. ¿Cree usted que las empresas de seguridad privada son necesarias?

Definitivamente son muy necesarias ya que por todos los factores que hemos analizado como el económico, social, tecnológico y político considero que hace que los organismos de control no abarquen con toda la seguridad que requiere el país, cada una de las personas, esto hace que nosotros ingresemos a la seguridad como parte de los organismos de control siempre trabajando en una forma conjunta pero nosotros podemos colaborar minimizando el riesgo y cubriendo zonas más extensas a las que no puede llegar el gobierno con sus organismos.

7. ¿Cuáles es la ley a la que se debe acoger la empresa de seguridad?

Existe una ley, es la ley de vigilancia y seguridad privada la misma regula las actividades relacionadas con la prestación de servicios y seguridad a favor de

personas naturales o jurídicas y está a nuestro cargo bienes, muebles y valores por las compañías legalmente reconocidas en el país.

8. ¿Cómo se encuentra Segurcas Cia.Ltda. dentro del sector?

Segurcas como compañía de seguridad privada en la actualidad es una empresa que cada año crece considero que se debe al buen servicio que entregamos a nuestro cliente con personal capacitado, profesional, brindamos la seguridad que el cliente requiere. Segurcas dentro de las empresas de seguridad del país se encuentra entre las que más tiempo a permanecido en el mercado estamos más de 20 años y el crecimiento es gradual y va acorde con crecimiento del país.

9. ¿Qué cree usted que la empresa necesita para aumentar sus ventas?

Considero que toda empresa en la actualidad requiere fundamentalmente del factor económico ya que como tratamos el tema la inversión tecnológica, la inversión en armas, en medios de transporte cada vez más alta entonces considero que es un medio importante para que cada empresa pueda seguir mejorando el servicio de cada empresa.

10. ¿Qué aspectos se considera para la contratación de personal?

Para la contratación del personal en Segurcas primeramente se analiza las carpetas de cada uno, se verifica los datos, las referencias que son factores importantísimos para saber qué tipo de persona son, el segundo aspecto que nosotros valoramos es el profesionalismo de cada persona y principalmente siempre hacemos énfasis en la capacidad de nuestro agente de seguridad de establecer una comunicación con el cliente, consideramos que hoy en día la comunicación, el servicio es importante y ha cambiado con muchos años entonces de esta manera tratamos de seleccionar a personas buenas, honestas y honradas y sobre todo recalcamos como siempre que tengan la capacidad de establecer cualquier tipo de dialogo con el cliente.

11. ¿La empresa cuenta con proveedores? ¿Cuáles son?

Lógicamente contamos con proveedores en aspectos tenemos por ejemplo una empresa que nos provee de uniformes, empresas que nos proveen de implementos de seguridad, lo que son accesorios para los señores guardias que son toletes, cintos, porta armas, porta gas, porta tonfa, chalecos, armas empresas que nos proveen de frecuencias de radio, compañías de seguridad que nos proveen de pólizas que nos exige la ley, otras de telefonía fija y celular, servicios de mantenimiento vehicular y de mantenimiento de lo que es sistemas de internet.

12. ¿Usted considera que la competencia en el sector es alta?

Considero que actualmente existe en el sector mucha competencia principalmente en Quito y el país lo que simplemente nos obliga a tener un servicio altamente competitivo para ofrecer a nuestros clientes lo que él está buscando.

13. ¿Qué tan difícil es entrar al sector de seguridad como una empresa? ¿Qué requisitos se necesitan?

Indispensablemente creo que ingresar en el mundo de la seguridad es una responsabilidad ya que bajo nuestra responsabilidad se encuentran vidas humanas, bienes, bienes y muebles, eso hace del negocio en si de mucha y alta responsabilidad y si necesitamos obtener permisos de los medios que a nosotros nos regulan como son un permiso de operaciones de la empresa, esto lo entrega el ministerio del interior una vez que se ha cumplido con todo lo que se exige que es mantener: las áreas permitidas y necesarias que son obligatorias en cada empresa, tenemos el ministerio de defensa nos provee del permiso de porte de armas y el permiso de cada arma, esto cada arma de cumplir año a año el mantenimiento pasar especificaciones para que sean armas aptas para el manejo de nuestro personal en los puntos de requerirlo, tenemos la licencia que entrega el municipio la LUAE e igualmente se cumple con lo que exigen ellos, con el pago anualmente de este servicio, mantenemos

pólizas de servicio de vida y responsabilidad civil que son elementos fundamentales para obtener este permiso de operaciones y básicamente esos son los requisitos necesarios aparte de siempre lógicamente mantener el personal capacitado, carnet del ministerio del interior que nos permite a nosotros mantener gente profesional al servicio de nuestros clientes.

14. ¿Cuál es la razón por la cual los clientes eligen a Segurcas Cia.Ltda. frente a otras empresas?

Estoy seguro de que el servicio profesional y personalizado que brindamos al cliente en todo aspecto es lo que realmente nos ha sabido mantener con nuestros clientes por algunos años, el control que realizamos en cada puesto diario con la tecnología de punta nos ha hecho que Segurcas sea preferido ante algunos clientes como una empresa realmente, nos han considerado parte de las empresas con el servicio que nosotros brindamos profesional.

15. ¿De qué manera la empresa se da a conocer por sus clientes?

Algo muy importante que se debe mantener es el constante contacto con cada cliente más un trabajo profesional que nos permite saber, ver, entender diariamente lo que el cliente requiere, las formas de trabajo, minimizando el riesgo del personal que trabaja, las áreas que trabaja y el estar constantemente mirando, observando, lo cambiante que es el mundo, lo cambiante que es la inseguridad, la delincuencia y todos esos factores creo que son importantes y nos han permitido que nuestros clientes estén realmente confiados en Segurcas.

16. ¿Es necesario el marketing dentro de la empresa?

Es estrictamente hoy en la actualidad es necesario ya que hoy el número de medios y darse a conocer es una forma masiva en el mundo no solo en el país entonces yo pienso que es fundamental en cada empresa mantener un sistema de marketing en todas las áreas y formas que se pueda porque es la única manera que se pueda llegar masivamente a todas las personas y empresas.

17. ¿Cree usted que existen falencias en la prestación del servicio?

Mas que falencias, nosotros dependemos mucho del factor humano y que cumpla con cada una de las disposiciones que nos entregan en nuestra empresa. Como Segurcas nosotros tratamos de mantener siempre un contacto, tratamos de mantener siempre a nuestro personal en buen estado, cancelado al día para que a su vez también pueda entregar el mejor de los servicios a nuestros clientes sin dejar de cometer errores dentro de lo que es el servicio diario de cumplimiento de consignas dentro de lo que nos entregan las empresas.

18. ¿Qué podría mejorar en la prestación del servicio?

Yo considero que para mejorar la prestación del servicio volvemos a tocar el tema económico que realmente es un factor que actualmente la mayor parte de empresas lo tenemos la falta de factor económico y esto nos ayudaría a mejorar el temas de lo que es comunicación, armas, vehículos que a la final son medios muy importantes para nosotros poder brindar un mejor servicio a nuestros clientes de una forma masiva y nos permita también llegar a otro tipo de empresas más grandes donde se requieren otro tipo de medios de vigilancia que actualmente no tenemos como sería vehículos blindados eso es un paso muy importante porque al tenerlos se puede brindar otro servicio y extender nuestra visión de empresa.

19. ¿En qué otra área de su empresa cree usted que podría mejorar?

Lamentablemente por la situación económica del país no se puede actualmente pero pienso que una constante capacitación del personal de seguridad no solo lo que tiene que ver con técnicas y la seguridad sino también en muchos aspectos más como el social, cultural que harían que nuestro personal realmente personas que puedan acceder a muchos temas y principalmente que seguimos topando que lamentablemente es un tema que deberíamos mejorar

el área económica que nos permite alcanzar medios como ya hemos explicado anteriormente medios digitales, modernos, tecnológicos que nos puedan ayudar a tener masivamente un mejor servicio.

ANEXO D

Entrevista a Experto Interno 2

Sr. Daniel Zapata
Gerente de Operaciones Segurcas Cia.Ltda.

1. ¿Considera usted que existe inseguridad en nuestro país?

Lamentablemente existe un alto índice de inseguridad en nuestro país, por varios factores por mencionar algunos el desempleo, la mendicidad y en estos últimos tiempos la migración.

2. ¿Cree usted que el gobierno ha tomado medidas sobre la seguridad ciudadana?

Creo que el gobierno ha actuado muy endeble sobre este tema ya que los delincuentes tienen más derechos que los propios ciudadanos e incluso que las autoridades ya que lamentablemente un policía piensa dos veces antes de actuar ante un delito.

3. ¿La economía del país tiene influencia sobre el sector de seguridad?

Por supuesto mientras exista una economía estable en el país más puertas se nos abrirá a las empresas de seguridad privada.

4. ¿Existen desarrollos tecnológicos dentro de este sector?

Existen varios sistemas de vigilancia que son de mucha ayuda en realidad para la gente de seguridad como, por ejemplo: sistemas de vigilancia digital, sistemas de circuito cerrado de televisión, sistemas de sensores de movimiento, lo que se conoce comúnmente como seguridad electrónica que cada vez son de última tecnología.

5. ¿Considera que la seguridad pública se encuentra capacitada para combatir contra la delincuencia?

La seguridad pública se encuentra en permanente capacitación para combatir la delincuencia en realidad, pero como mencione anteriormente un policía piensa dos veces antes de actuar ante un delincuente ya que las leyes no amparan y al final el que termina preso es el policía.

6. ¿Cree usted que las empresas de seguridad privada son necesarias?

Claro que si la seguridad publica cubre un amplio territorio y no puede concentrarse en una sola casa, edificio o negocio por lo que los ciudadanos contratan seguridad privada para tener una reacción inmediata para cualquier amenaza.

7. ¿Cuáles es la ley a la que se debe acoger la empresa de seguridad?

Sobre este tema legalmente las empresas de seguridad privada nos acogemos al mandato 8 el cual especifica claramente lo que un agente de seguridad puede o no puede hacer.

8. ¿Cómo se encuentra Segurcas Cia.Ltda. dentro del sector?

Trabajamos muy duro cada día para convertirnos en una de las mejores compañías de seguridad privada, tratamos de ofrecer un servicio eficiente, eficaz y sobre todo profesional.

9. ¿Qué cree usted que la empresa necesita para aumentar sus ventas?

En lo personal creo que debemos aprovechar la gran difusión y alcance que tienen las redes sociales, promocionándonos por este medio creo que llegaremos a muchas más personas que a la larga se convertirán en clientes potenciales.

10. ¿Qué aspectos se considera para la contratación de personal?

En el campo de la seguridad privada el personal que presta este servicio deberá cumplir con varios factores en realidad, entre los más importantes para mí: deben tener experiencia laboral, deben tener un buen razonamiento, tener

sentido común, facilidad de palabra, buena atención al cliente y entre otros también.

11. ¿La empresa cuenta con proveedores? ¿Cuáles son?

Contamos con varios tipos de proveedores, entre algunos tenemos: suministros de oficina, fábrica de uniformes, equipamientos de seguridad como chalecos, botas, tonfas, cinturones, armamento, etc.

12. ¿Usted considera que la competencia en el sector es alta?

Existen varias empresas de seguridad, la competencia más que alta es desleal ya que existen empresas que cobran 1000 dólares en un puesto de 24 horas cuando normalmente se debería cobrar entre 2500-2700 para poder cumplir con los gastos correspondientes como son sueldos, seguros, etc.

13. ¿Qué tan difícil es entrar al sector de seguridad como una empresa? ¿Qué requisitos se necesitan?

Es difícil en el sentido económico ya que como mencione en la pregunta anterior existe competencia desleal claro que ahí debes cumplir con ciertos requisitos administrativos, tributarios, financieros y en infraestructura también para que te otorguen los permisos de funcionamiento.

14. ¿Cuál es la razón por la cual los clientes eligen a Segurcas Cia.Ltda. frente a otras empresas?

Creo que nuestra principal virtud es el servicio que brindamos, siempre estamos preocupados porque nuestros agentes cuenten con el servicio necesario para su buen desempeño, adicional a esto contamos con un equipo de operaciones que constantemente estamos en los puestos verificando que todo vaya bien y no exista ninguna novedad.

15. ¿De qué manera la empresa se da a conocer por sus clientes?

Cada uno de nuestros clientes tienen una buena imagen de Segurcas, tanto por el servicio que ya mencioné y gracias a esto hemos permanecido años en la mayoría de nuestros puestos.

16. ¿Es necesario el marketing dentro de la empresa?

Por supuesto, si contamos con un buen marketing lograremos conseguir más clientes y por ende crecer como empresa.

17. ¿Cree usted que existen falencias en la prestación del servicio?

Trabajamos muy duro la verdad para que esto sea mínimo si encontramos alguna falencia inmediatamente la solventamos para seguir brindando un excelente servicio.

18. ¿Qué podría mejorar en la prestación del servicio?

Día a día tratamos de brindar un mejor servicio y presencia sobre todo pienso que mejoraríamos si realizamos una capacitación a nuestros agentes constante tanto académica como física.

19. ¿En qué otra área de su empresa cree usted que podría mejorar?

En el área administrativa mejoraría mucho si contásemos con un departamento medico por ejemplo o un departamento de ayuda social, alguien que se preocupe de otros aspectos de nuestros agentes que no sea el servicio.

ANEXO E

Entrevista a Cliente 1

Sr. Mauricio Noboa
Jefe de Seguridad Hotel Quito

1. ¿Considera usted que existe inseguridad en el Ecuador?

Considero que, dentro de nuestro país, existe mucha inseguridad por varios aspectos, como, por ejemplo: la migración forzada, el desempleo, razones por las cuales estas personas se encuentran en necesidad de cometer actos delictivos.

2. ¿Cree usted que el gobierno ha tomado medidas sobre la seguridad ciudadana?

Si considero que el gobierno actual ha tomado medidas sobre la seguridad, pero estas no han sido utilizadas de la mejor manera.

3. En su opinión, ¿Qué medidas cree usted que se deberían tomar para la seguridad de los ciudadanos de nuestro país?

Creo que debería existir un cambio en los reglamentos del país, se debería eliminar la corrupción en los juzgados, debe existir mucha mano dura con los delincuentes, violadores, etc., que son detenidos y después de pocas horas o pocos días son liberados, también debería existir más capacitaciones para la policía nacional como también para la ciudadanía.

4. ¿Considera usted que la seguridad pública o policía nacional se encuentra capacitada para combatir a la delincuencia?

La policía nacional si se encuentra capacitada, sin embargo, existen muchos factores por los cuales les resulta difícil combatir el crimen organizado.

5. ¿Qué opina usted sobre la seguridad privada?

Me parece que la seguridad privada es de mucha ayuda para varios establecimientos, ayudan a la policía a cuidar y proteger a varias empresas, colegios, conjuntos de casas, entre otros.

6. ¿Cree usted que es necesario contratar un servicio de seguridad privada?

Por supuesto, estoy de acuerdo ya que la policía nacional no puede estar encargada de cada rincón de la ciudad o del país en todo momento y no se abastece para la cantidad de delincuencia que tenemos hoy en día. Por este motivo es muy necesario la seguridad privada.

7. ¿Qué es lo más importante para usted al momento de elegir entre varias empresas de seguridad?

Lo más importante para mí es la manera en la que la empresa funciona o más bien dicho la experiencia con la que cuenta. Por otro lado, que cuente con la documentación y permisos que son solicitados por las entidades de gobierno, que estén en orden y que estén al día, que cuenten con certificados y carnets de los agentes de seguridad al día. Pero lo que considero as importante es la atención al cliente, ya que en el hotel recibimos a turistas de todo el mundo los cuales merecen un excelente trato, ya que el guardia de seguridad es la primera persona que ven al momento de ingresar al hotel.

8. ¿Cuál es la razón por la cual usted contrato el servicio de Segurcas Cia.Ltda?

Justamente por lo mencionado anteriormente, además porque la empresa Segurcas Cia.Ltda. nos dio la apertura para nosotros poder elegir a los agentes de seguridad que requería el hotel.

**9. En su opinión, ¿Qué le parece el servicio de seguridad que presta Segurcas?
¿Está satisfecho?**

Todos los que formamos el Hotel Quito nos encontramos muy satisfechos con esta empresa y con el servicio personalizado que nos brindan, y más que todo por la frecuente presencia de los supervisores para controlar al personal de seguridad, también porque cuando se requería la presencia del Gerente General de Segurcas él se dirigía inmediatamente.

10. ¿Cree usted que el precio que Segurcas cobra por el servicio de seguridad concuerda con el servicio prestado? ¿Por cuál o cuáles razones?

Estoy de acuerdo con el valor que cobra Segurcas, ya que ha cumplido todo lo que nos ha ofrecido en cuanto a los agentes de seguridad, existen muchas empresas que cobran un valor mucho más alto y en muchas ocasiones no cumplen con lo ofrecido.

11. ¿Usted recomendaría Segurcas a otros establecimientos? ¿Por qué?

Desde luego, si lo recomiendo y lo he venido haciendo desde que observe la excelente calidad en el servicio, el profesionalismo de los agentes de seguridad y las demás personas que conforman Segurcas

12. ¿Por cuál medio de comunicación se comunica usted con Segurcas para cualquier requerimiento o necesidad? ¿Le gustaría utilizar algún otro medio de comunicación que sea más fácil para usted?

Generalmente me comunico con la empresa vía telefónica, lo cual considero que es lo más rápido y eficiente.

13. ¿Al momento de resolver algún problema dentro de su establecimiento, Segurcas ha cumplido con sus expectativas? ¿Por qué?

Cuando se han presentado problemas, Segurcas si ha cumplido con mis expectativas, ya que hemos tenido la presencia inmediata de los supervisores y si ha sido necesario del Gerente. Y obviamente los inconvenientes que hemos tenido siempre se han resuelto de la manera más rápida posible

14. Según su opinión y su experiencia con Segurcas, ¿que les recomendaría mejorar y que aprecia usted de nuestra empresa?

Según mi experiencia con Segurcas, recomendaría que cuenten con personal, es decir, agentes de seguridad de reserva si surge algún inconveniente, como por ejemplo la no asistencia de algún agente de seguridad a su lugar de trabajo. Por otro lado, aprecio el profesionalismo y la seriedad con que realizan el trabajo los señores agentes de seguridad, aprecio el buen trato que tienen los dirigentes de la empresa hacia los agentes de seguridad y también hacia sus clientes.

ANEXO F

Entrevista a Cliente 2

Sr. Fernando Chalá
Jefe de Seguridad Toyota Casabaca

1. ¿Considera usted que existe inseguridad en el Ecuador?

Personalmente considero que sí, existe inseguridad en el país, creo que es evidente la situación que se vive de inseguridad. No sola mente con la que vemos en la televisión o se escucha en la radio sino quien no tiene un familiar o un amigo que no ha sido víctima de la delincuencia entonces creo que si podemos hablar de que existe inseguridad en el Ecuador totalmente.

2. ¿Cree usted que el gobierno ha tomado medidas sobre la seguridad ciudadana?

Creo que el gobierno ha tomado medidas pero siempre serán insuficientes, nunca estaremos contentos como ciudadanía de todo lo que hace el gobierno en cuanto a seguridad, creo que se ha hecho algo que no es como digo suficiente y que hace falta hacer muchas cosas más de parte de las autoridades y precisamente porque ese es su trabajo, velar por los intereses ciudadanos, creo que hace falta mucho más por parte de ellos para que la gente se sienta segura que es su derecho el habitar en este país o en cualquier ciudad del Ecuador, también más allá de hacer algo específicamente por la seguridad los gobiernos lo que deben hacer es partir por nivelar las brechas sociales que hay, es decir: personalmente no creo que la mayoría de personas roben porque les guste ser delincuentes sino muchas veces por necesidad, ya por supuesto ahora ya hay bandas organizadas o grupos delictivos ya más avanzados que ellos si lo hacen por otro tipo de intereses incluso intereses políticos, así podemos decir que no nos sentimos seguros ni con las mismas autoridades. El trabajo que hay que hacer es mucho por parte del gobierno.

3. En su opinión, ¿Qué medidas cree usted que se deberían tomar para la seguridad de los ciudadanos de nuestro país?

Como medidas como dije en la pregunta anterior sería reducir las brechas sociales, es decir si la gente tendría más empleo no tendría la necesidad de salir a hacer otro tipo de actividades, más allá de eso otra actividad de donde parte la inseguridad es la educación que tienen las personas es decir si una persona joven no tiene nada que hacer en su casa y no está yendo a clases o no está estudiando lo único que va a hacer es impulsarse por otro tipo de actividades que seguramente serán delictivas en la mayoría de los casos, entonces como actividades del gobierno no creo que las mediadas vayan por incrementar más policías o militares en las calles que sin duda alguna da una percepción de seguridad a las personas pero personalmente no considero que por ahí es el origen del problema, entonces si podemos tal vez como gobierno aunque sea un poco utópico hablar de esto sería reducir las brechas sociales y fomentar la educación gratuita donde en un futuro tengamos una sociedad más educada donde no necesariamente necesitemos mayor presencia policial o militar, no siempre la sociedad más segura es donde más policías tiene sino donde menos delitos se cometen.

4. ¿Considera usted que la seguridad pública o policía nacional se encuentra capacitada para combatir a la delincuencia?

Si personalmente considero que la preparación que se les da a los uniformados es buena es óptima porque ellos salen a combatir delitos en contra con las pocas herramientas que se les da por parte del estado y las pocas garantías que les brindan a ellos para poder hacer su trabajo entonces el factor no va simplemente en que tan capacitados están ellos sino la sociedad que tan capacitada esta para que ellos puedan ejercer su trabajo de una manera adecuada.

5. ¿Qué opina usted sobre la seguridad privada?

Me parece que es una buena opción a seguridad privada, que exista esta competencia empresarial que dedique a ofrecer estos servicios y que entre ellos vayan compitiendo sanamente para brindar un mejor servicio a la ciudadanía, como hemos dicho no es que el estado pueda cumplir al 100% la satisfacción que la ciudadanía tiene para sentirse segura entonces la seguridad privada sin duda es la mejor opción para los ciudadanos que pueden acceder a ella para resguardar sus bienes, sus familias, sus empresas y por supuesto la competencia también es buena entre estas empresas para que vayan ofreciendo un mayor abanico de los servicios a sus clientes.

6. ¿Cree usted que es necesario contratar un servicio de seguridad privada?

Si, personalmente considero que si es que no se puede manejar la seguridad dependiendo la importancia de cada una de las empresas y no se puede con lo que ofrece la policía es necesario obviamente la seguridad privada siempre es buena dejar en manos de profesionales este tipo de cosas, cuando ya está en riesgo muchas vidas o mucho capital o muchas cosas de valor también.

7. ¿Qué es lo más importante para usted al momento de elegir entre varias empresas de seguridad?

Lo más importante: la experiencia que tengan las personas que están a cargo de la empresa, igual la empresa, la cantidad de talento humano que tengan también para cubrir todas las necesidades que se tiene en cuanto a seguridad, el servicio tecnológico que brindan por supuesto es algo importante, que se estén actualizando, nuevas herramientas y como digo lo más importante es la confiabilidad que uno tienen porque les están confiando muchas cosas importantes y por eso contratas su servicio precisamente.

8. ¿Cuál es la razón por la cual usted contrato el servicio de Segurcas Cia.Ltda?

Bueno apreciamos mucho el estar directamente trabajando con quienes llevamos a cargo la seguridad de empresas y con quienes contratamos sus servicios, algo que se puede mejor sin duda alguna es un poco más exigentes con todo tipo de trabajo siempre hay algo que mejorar y eso seguro nos llevara a cumplir mayores objetivos.

9. En su opinión, ¿Qué le parece el servicio de seguridad que presta Segurcas? ¿Está satisfecho?

Si, Segurcas siempre ha estado con nosotros ante cualquier requerimiento oportuna mente y lo han sabido arreglar o resolver mucho menos ninguna queja podríamos decir en cuanto al servicio que nos ofrecen.

10. ¿Cree usted que el precio que Segurcas cobra por el servicio de seguridad concuerda con el servicio prestado? ¿Por cuál o cuáles razones?

Si, podemos decir que estamos bastante satisfechos con las prestaciones que nos han dado aquí en cuanto a la seguridad privada y nos sentimos seguros que es lo más importante que la empresa, las personas y los bienes se encuentren resguardados por una institución seria que nos de la garantía de poder dormir tranquilos sabiendo que ellos están haciendo el trabajo que deben hacer y a veces mucho más de lo que se les pide o para lo que fueron contratados.

11. ¿Usted recomendaría Segurcas a otros establecimientos? ¿Por qué?

Claro nosotros recomendaríamos Segurcas sin pensarlo dos veces a cualquier persona que necesite o institución que necesite el servicio de seguridad privada. La razón, por la confianza que nos ha brindado a nosotros, por el resultado que hemos tenido con su trabajo y principalmente por la experiencia que ellos tienen en el campo de seguridad privada.

12. ¿Por cuál medio de comunicación se comunica usted con Segurcas para cualquier requerimiento o necesidad? ¿Le gustaría utilizar algún otro medio de comunicación que sea más fácil para usted?

Primero nos comunicamos con llamadas telefónicas, en las nuevas tecnologías que hay y si es que había otros canales también los usaríamos. Mientras la tecnología ayude a tener mayor seguridad será mejor para todos.

13. ¿Al momento de resolver algún problema dentro de su establecimiento, Segurcas ha cumplido con sus expectativas? ¿Por qué?

Si, podemos decir que estamos bastante satisfechos con las prestaciones que nos han dado aquí en cuanto a la seguridad privada y nos sentimos seguros que es lo más importante que la empresa, las personas y los bienes se encuentren resguardados por una institución seria que nos de la garantía de poder dormir tranquilos sabiendo que ellos están haciendo el trabajo que deben hacer y a veces mucho más de lo que se les pide o para lo que fueron contratados.

14. Según su opinión y su experiencia con Segurcas, ¿qué les recomendaría mejorar y que aprecia usted de nuestra empresa?

Bueno nosotros contratamos el servicio de seguridad privada primero por todas sus opciones de servicio que nos ofrece la empresa como las cámaras de seguridad, las visitas constantes, el perfil del guardia que ellos manejan, la experiencia que han tenido en otras instituciones donde les ha ido bastante bien y nos han recomendado que trabajemos con Segurcas entonces principalmente por eso fue por lo que elegimos esta opción.

ANEXO G

Formato de encuesta a clientes actuales

ENCUESTA SEGURCAS CIA.LTDA.

La presente encuesta tiene como objetivo principal, conocer el grado de satisfacción que tiene usted con el servicio de seguridad privada prestado por la empresa Segurcas Cia.Ltda.

Agradecemos de antemano su gentil ayuda.

"La seguridad no es un gasto, es una inversión"

***Obligatorio**

1. 1. ¿A qué sector pertenece el lugar en donde usted mantiene el servicio de seguridad privada? *

*

Marca solo un óvalo.

☐ Conjunto Habitacional

☐ Domicilio

☐ Empresa

☐ Bodega

☐ Otros: _____

2. 2. ¿En que sector de la ciudad de Quito se encuentra ubicado su establecimiento? *

Marca solo un óvalo.

☐ Norte

☐ Centro

☐ Sur

☐ Valles

3. 3. ¿Con cuantos puestos de seguridad cuenta su establecimiento? *

Marca solo un óvalo.

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5 o más

4. 4. ¿Cuan importante es para usted contar con un servicio de seguridad en el establecimiento al que pertenece? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Muy Importante
☐ Importante
☐ Me es indiferente
☐ Poco importante
☐ Nada Importante

5. 5. ¿Cual de estas características es la más importantes para usted al momento de elegir un servicio de seguridad? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Precios bajos
☐ Calidad de servicio
☐ Empresa grande
☐ Personal capacitado
☐ Rápida respuesta ante emergencia
☐ Sistema de alarmas
☐ Cámaras de seguridad
☐ Otras: _____

6. 6. ¿Desde hace cuanto tiempo usted utiliza nuestros servicio?

Marca solo un óvalo.

- ☐ menos de un año
☐ 1 a 2 años
☐ 2 a 3 años
☐ más de 3 años

7. 7. En su opinión, cree usted que el precio que Segurcas Cia.Ltda. cobra por el servicio de seguridad concuerda con el servicio prestado? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí
☐ No
☐ Tal vez
☐ Otras: _____

8. 8. ¿Considera usted que el servicio satisface sus necesidades? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Supera mis expectativas
☐ Resuelve mis necesidades sin más
☐ Es útil, pero hay mejores opciones
☐ No resuelve mis necesidades
☐ Otras: _____

9. 9. ¿En general, que tan satisfecho se encuentra usted con Segurcas Cia.Ltda.?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Altamente Satisfecho
☐ Muy Satisfecho
☐ Satisfecho
☐ Poco Satisfecho
☐ Completamente Insatisfecho

10. 10. ¿Por medio de que red social le gustaria a usted recibir información sobre la empresa?

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- ☐ Facebook
- ☐ Messenger
- ☐ Whastapp
- ☐ Instagram
- ☐ Twitter

11. 11. ¿Cual es la probabilidad de que usted recomiende nuestra empresa a otra persona?
siendo 1 Nada probable y 5 Muy probable *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Nada Probable	☐	☐	☐	☐	☐	Muy Probable

ANEXO H

Formato de encuesta a clientes potenciales

ENCUESTA SEGURCAS CIA.LTDA.

La presente encuesta tiene como objetivo principal, conocer como maneja su empresa la seguridad física de clientes, empleados y el establecimiento.

Agradecemos de antemano su gentil ayuda.

"La seguridad no es un gasto, es una inversión"

***Obligatorio**

1. 1. ¿Cual es el tamaño de su empresa? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Grande
☐ Mediana
☐ Pequeña
☐ Microempresa

2. 2. ¿En que sector económico se encuentra? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca
☐ Comercio
☐ Explotación de minas y canteras
☐ Industrias manufactureras
☐ Servicios
☐ Otros: _____

3. 3. ¿En su empresa, la seguridad privada es necesaria? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí
☐ No

4. 4. ¿Cuenta usted con seguridad privada en su empresa? *

Marca solo un óvalo.

☐ Sí

☐ No

5. 4.1. En el caso de haber respondido "sí" a la pregunta 4. ¿Que empresa de seguridad le brinda el servicio a usted?

Marca solo un óvalo.

☐ G4S

☐ Laar Seguridad

☐ Securitas

☐ Jaraseg

☐ Pumaseg

☐ Gruvipro

☐ Liderman

☐ Sepronac

☐ Falcon Seguridad

☐ Sepribe

☐ Vicosá

☐ Otros: _____

6. 4.2. En el caso de haber respondido "sí" a la pregunta 4. ¿En que grado esta usted satisfecho con la empresa y el servicio de seguridad privada con el que cuenta?; siendo 1 (totalmente insatisfecho) y 5 (totalmente satisfecho).

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Totalmente Insatisfecho	☐	☐	☐	☐	☐	Totalmente Satisfecho

7. 4.3. En el caso de haber respondido "sí" a la pregunta 4. ¿Que le recomendaría mejorar a la empresa de seguridad?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Supervisión
- ☐ Capacitación de guardias
- ☐ Respuesta ante emergencias
- ☐ Calidad del servicio
- ☐ Servicios electrónicos
- ☐ Atención al cliente
- ☐ Me encuentro satisfecho
- ☐ Otros: _____

8. 4.4. En el caso de haber respondido "no" a la pregunta 4. ¿Cual de la siguientes sería una razón por la cual usted no ha contratado un servicio de seguridad?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Falta de dinero
- ☐ Cuanta con un guardia que forma parte de su empresa (conserje)
- ☐ No existe necesidad de seguridad
- ☐ Mala experiencia con alguna empresa de seguridad
- ☐ Considera un gasto innecesario
- ☐ No tiene vulnerabilidad el lugar donde se encuentra la empresa
- ☐ No lo había considerado
- ☐ Otros: _____

9. 5. De la siguiente lista, ¿De cuales empresas usted ha escuchado? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- ☐ G4S
- ☐ Securitas
- ☐ Laar Seguridad
- ☐ Jaraseg
- ☐ 593
- ☐ Falcon Seguridad
- ☐ Segurcas
- ☐ Aeroseg
- ☐ Liderman
- ☐ Vicosá
- ☐ Sepronac
- ☐ Sepribe
- ☐ Pumaseg
- ☐ Gruvipro

10. 6. Al momento de contratar una empresa de seguridad. ¿Cuales aspectos de la siguiente lista serian importantes para usted? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

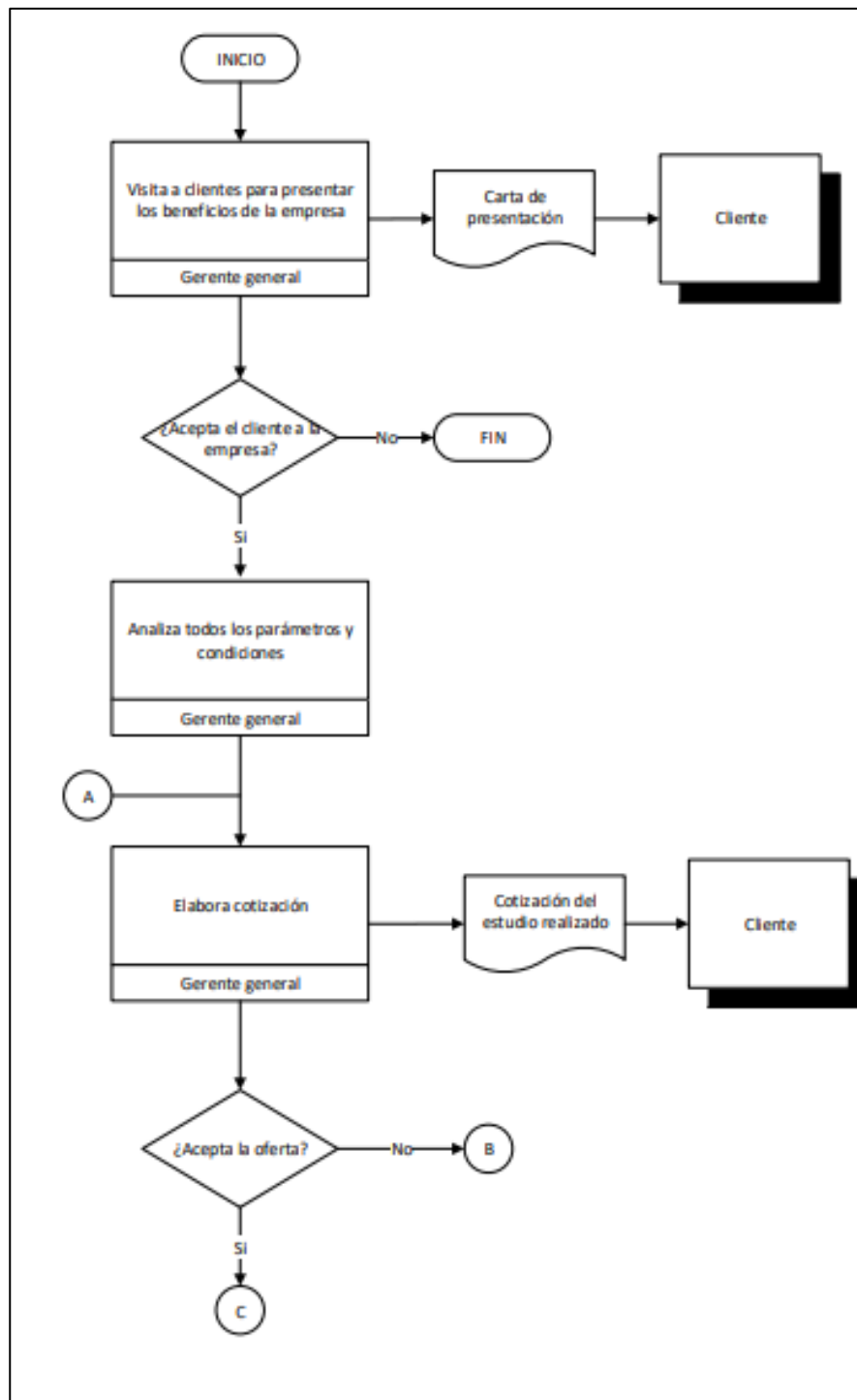
- ☐ Calidad de servicio
- ☐ Tamaño de la empresa
- ☐ Servicio personalizado
- ☐ Costo del servicio
- ☐ Aspecto personal del guardia de seguridad
- ☐ Variedad de servicios ofertados (armas, tonfas, cámara de vigilancia, etc.)
- ☐ Cumple con sus requerimientos
- ☐ Seguridad para eventos
- ☐ Supervisión constante

Google no creó ni aprobó este contenido.

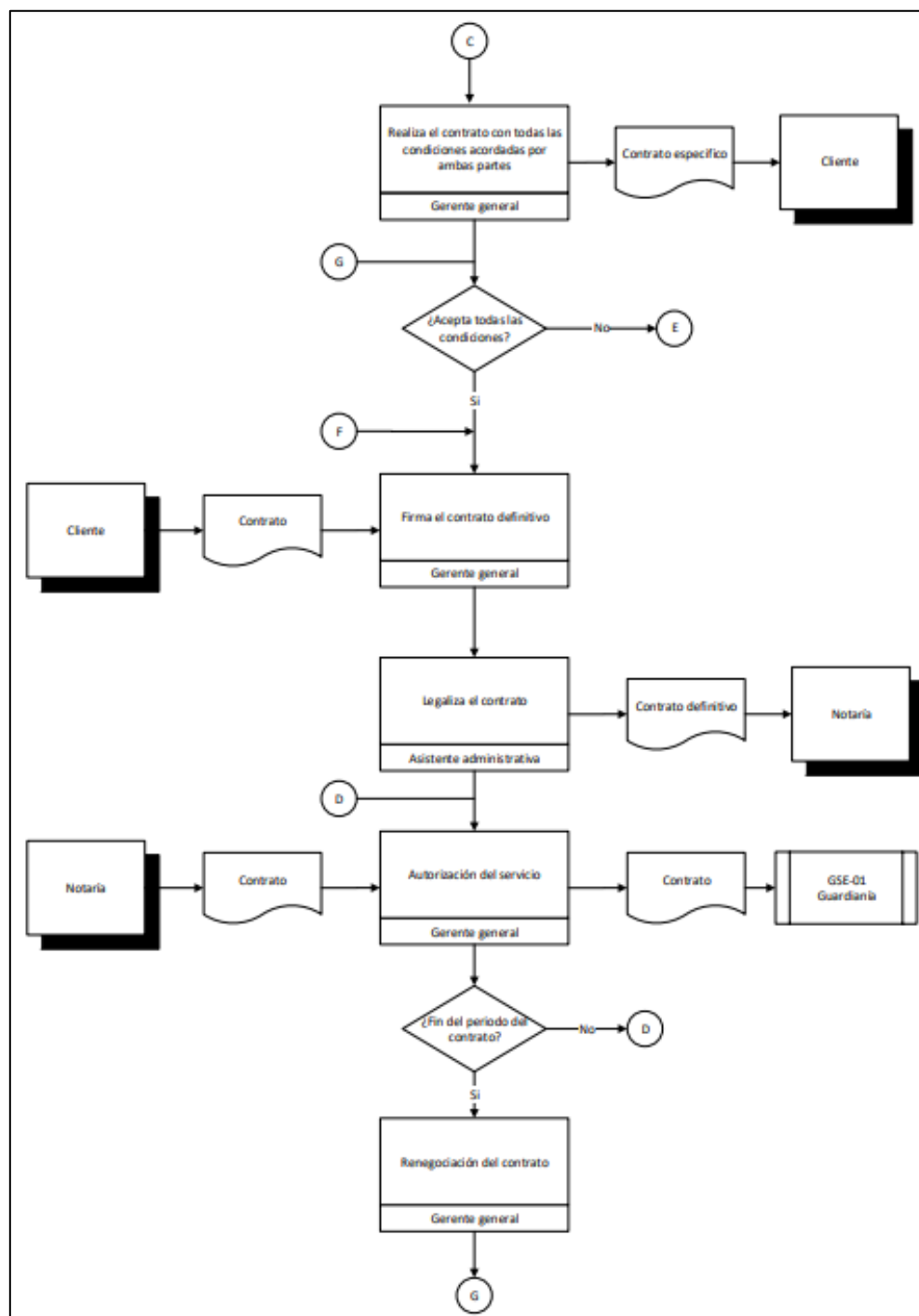
Google Formularios

ANEXO I

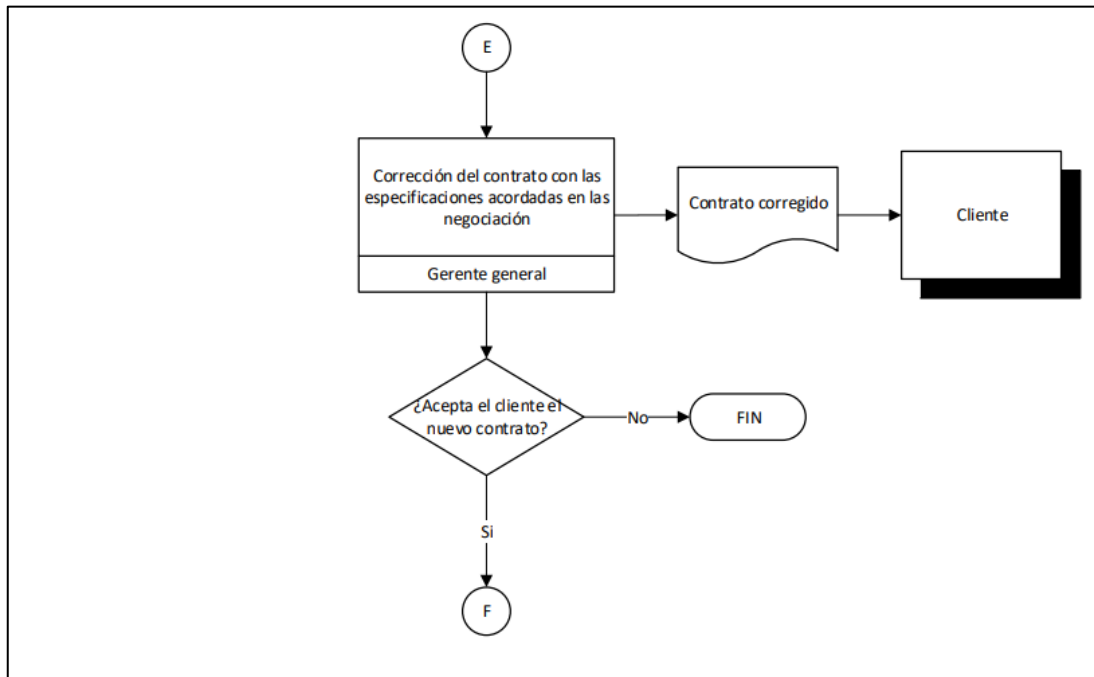
Flujograma Negociación y contratación del servicio



Anexo I. (Continuación)

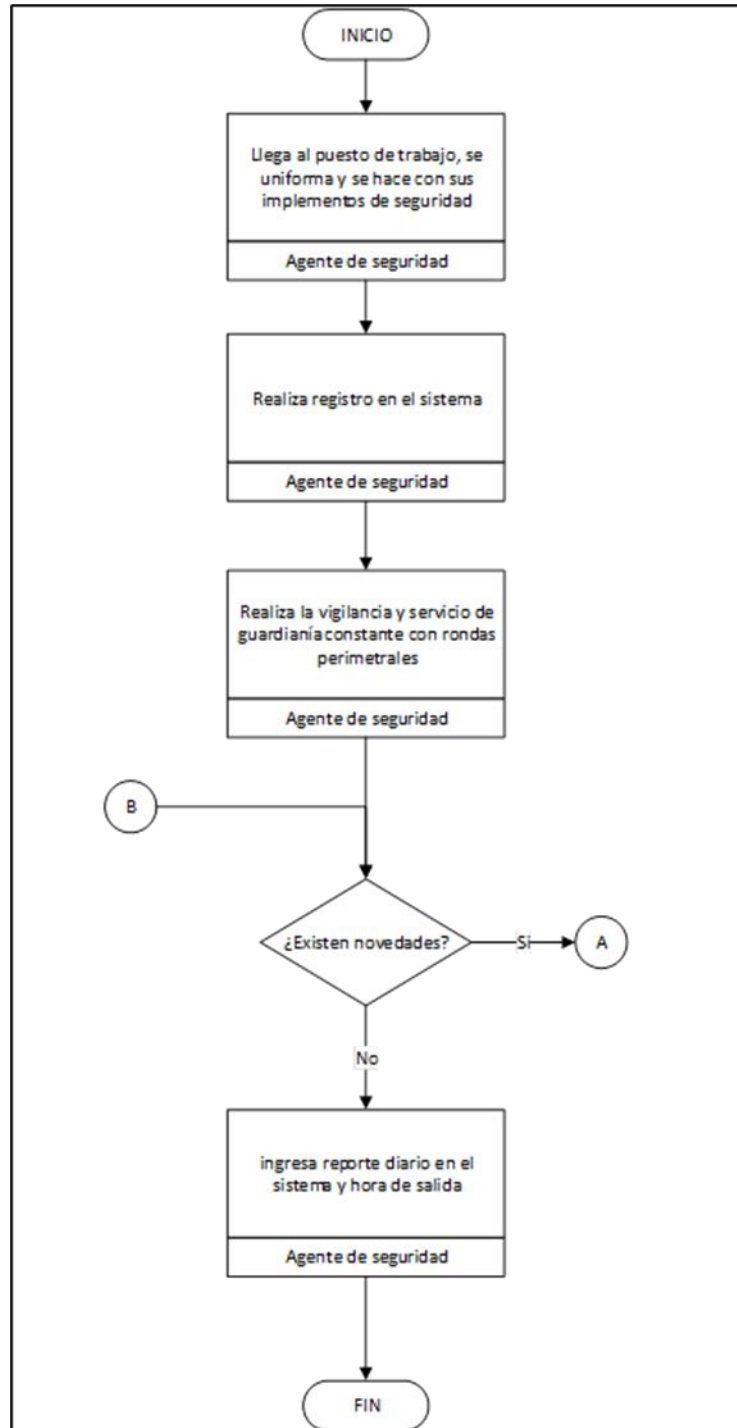


Anexo I (Continuación)

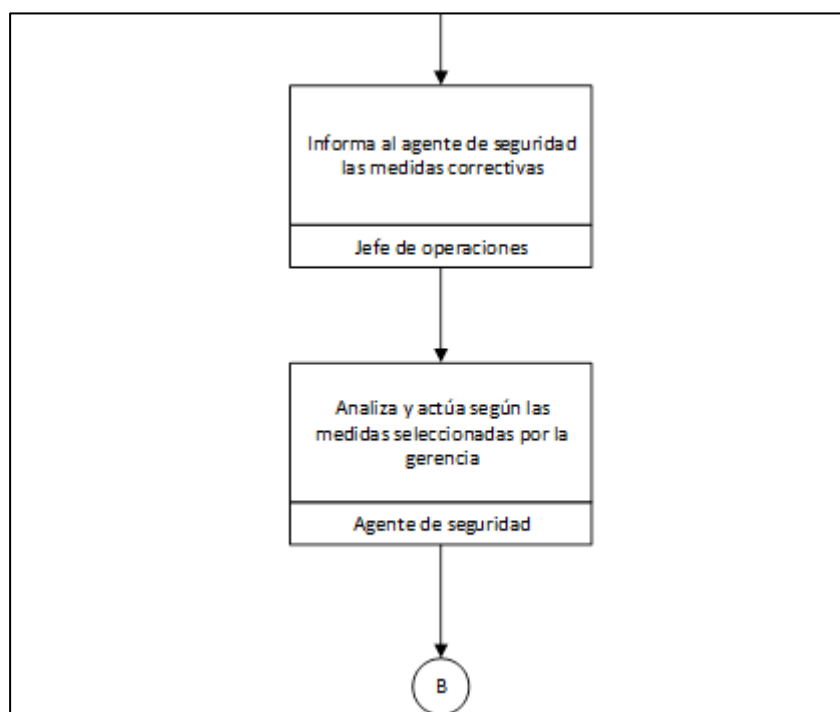
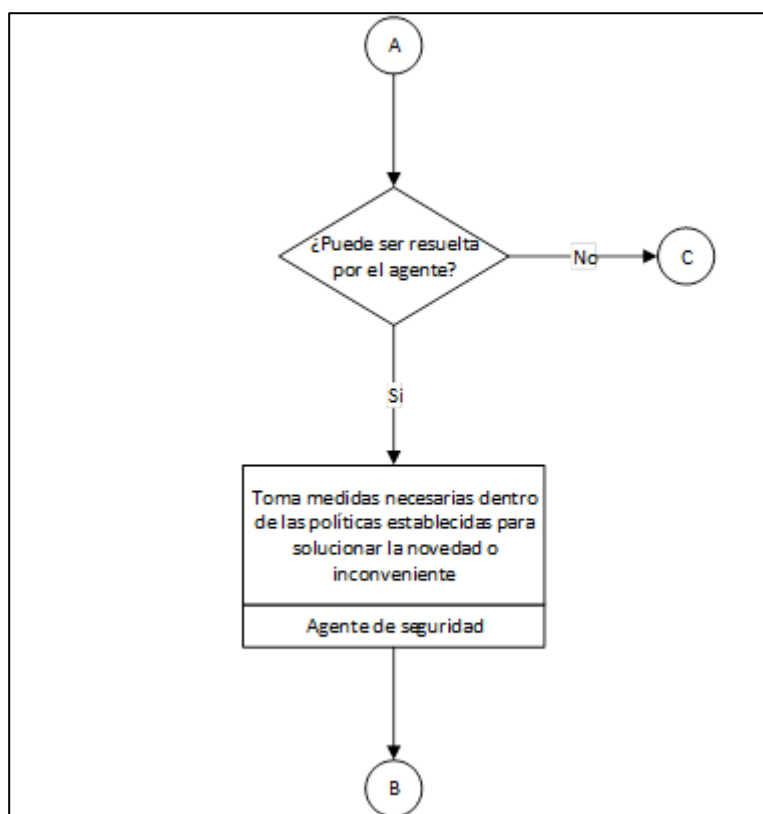


ANEXO J

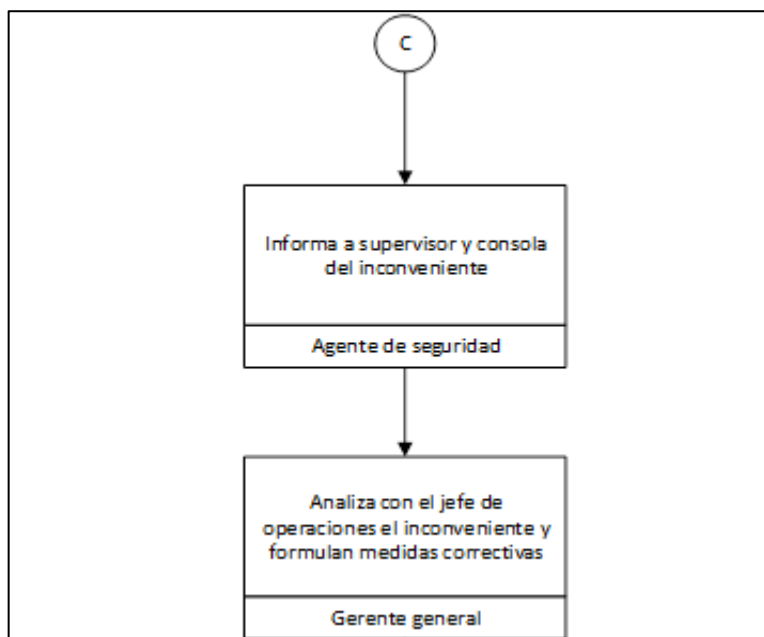
Flujograma Servicio de guardianía



Anexo J (Continuación)

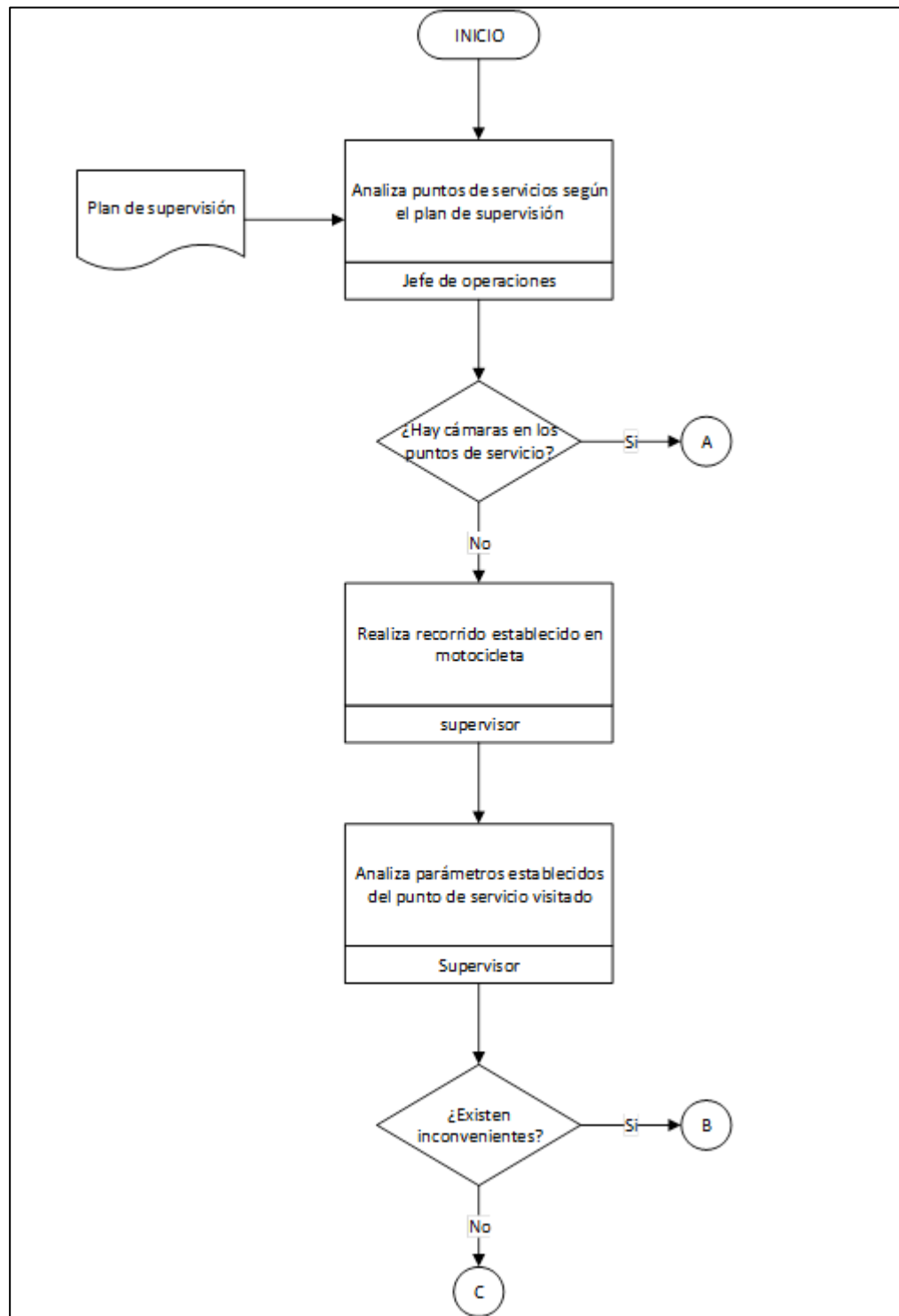


Anexo J (Continuación)

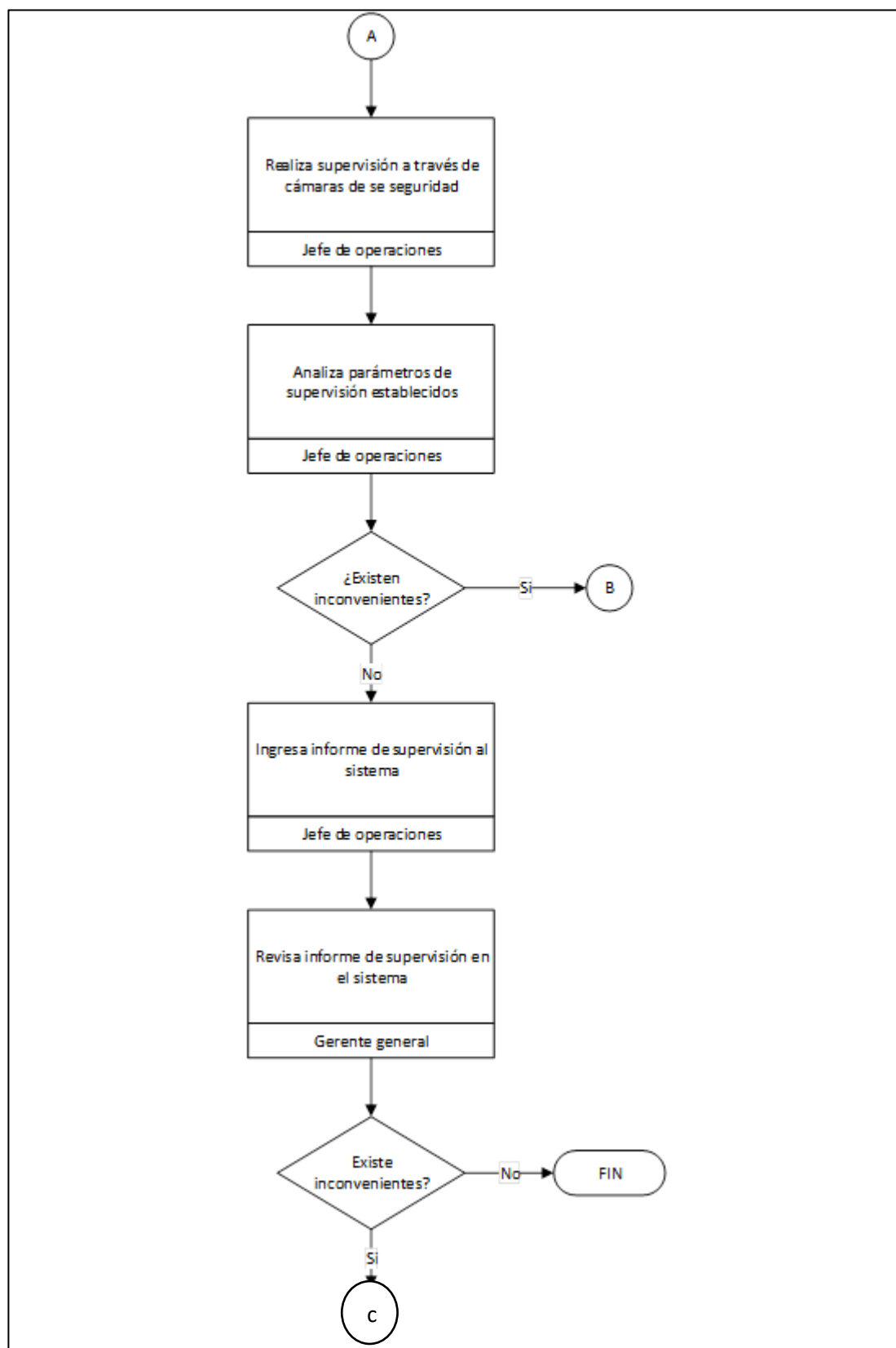


ANEXO K

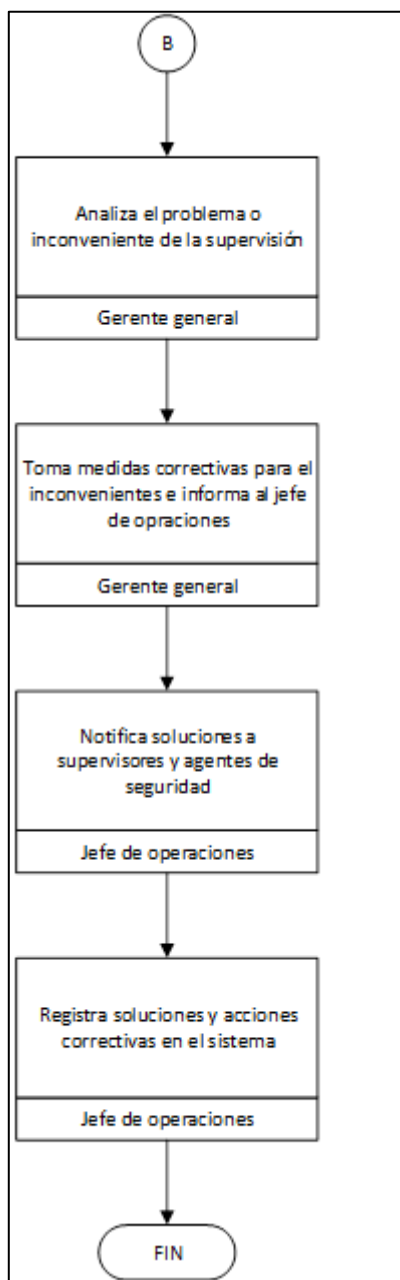
Flujograma Supervisión del servicio



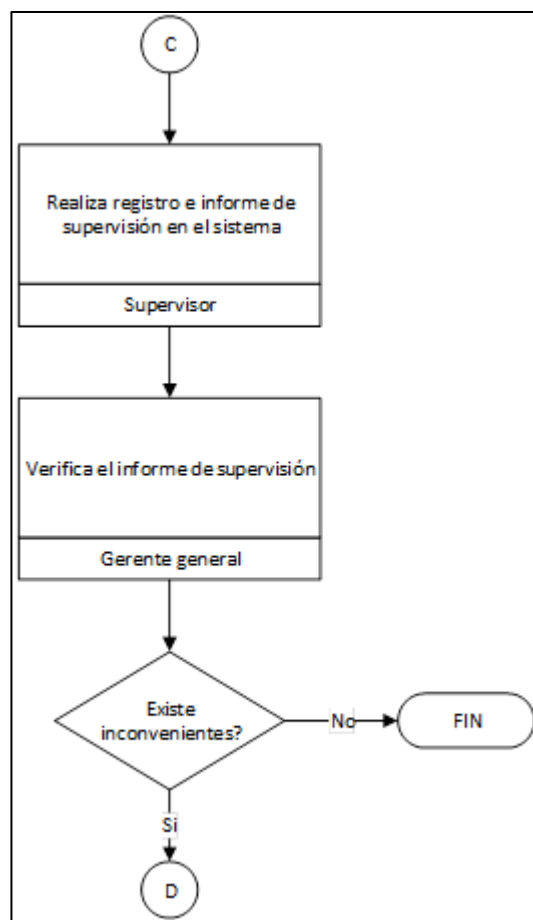
Anexo K (Continuación)



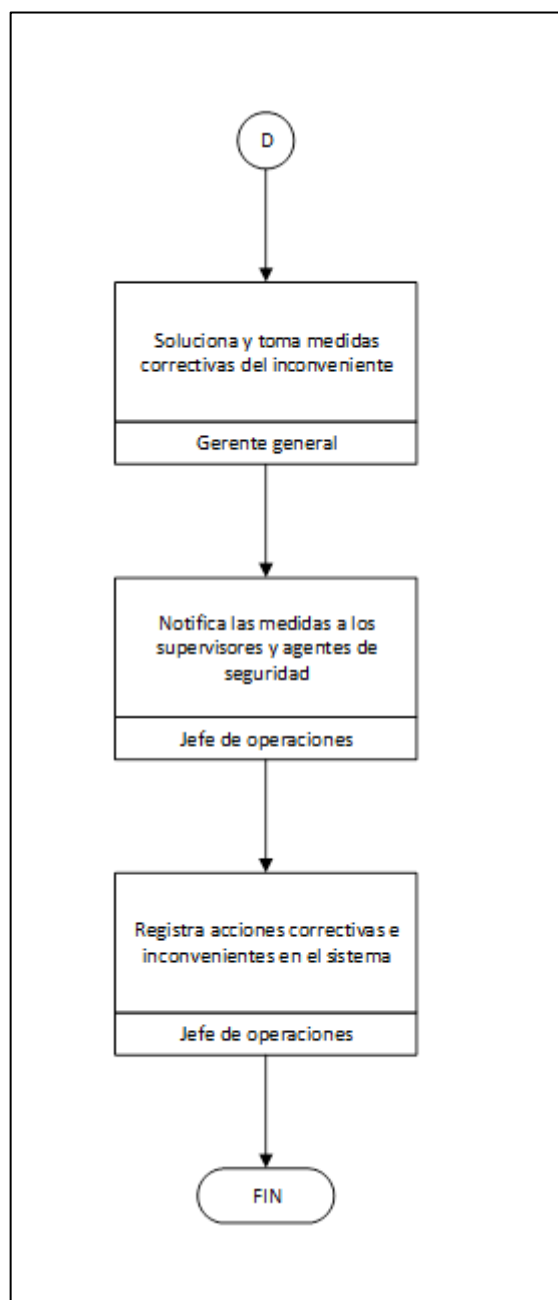
Anexo K (Continuación)



Anexo K (Continuación)

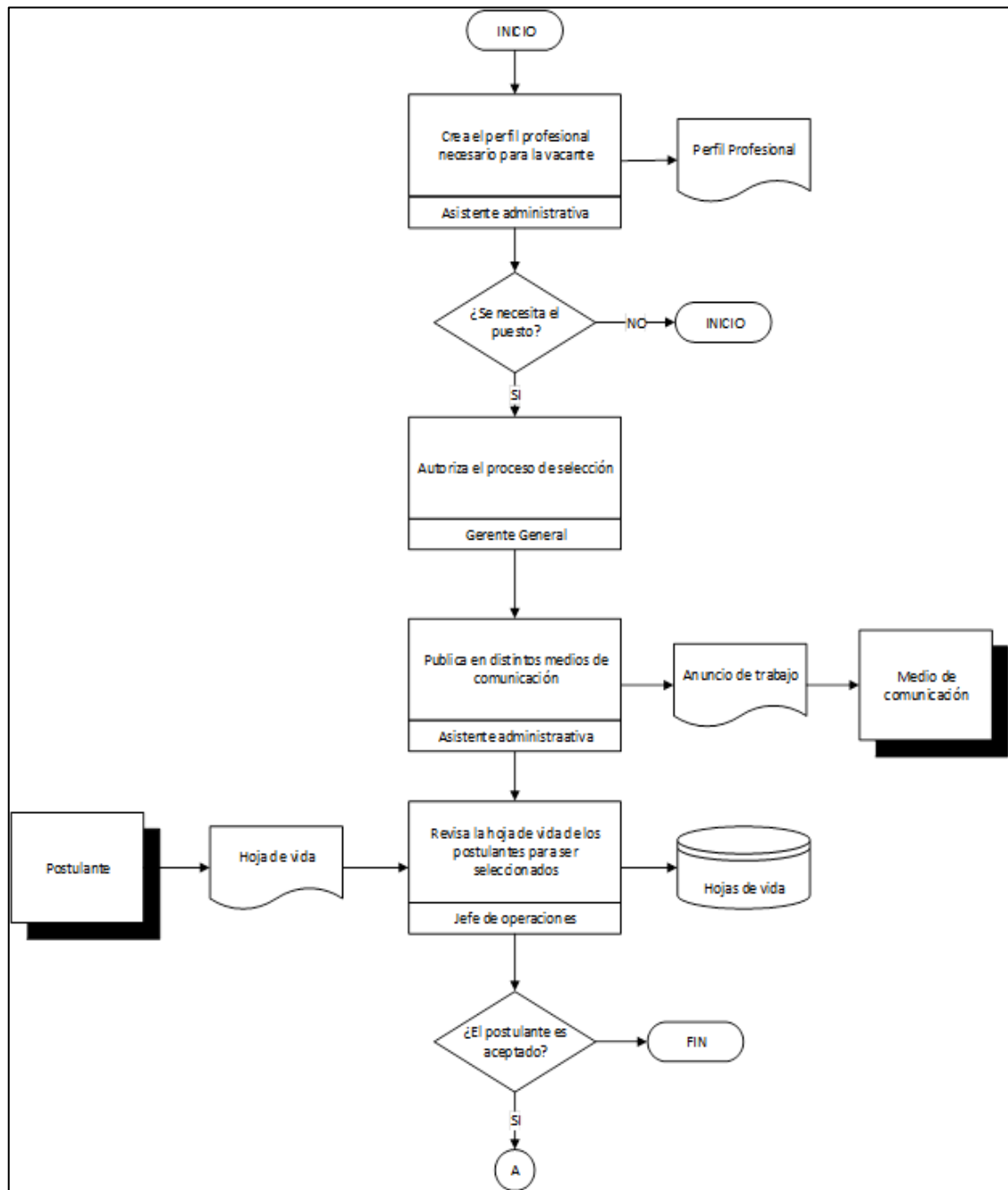


Anexo K (Continuación)

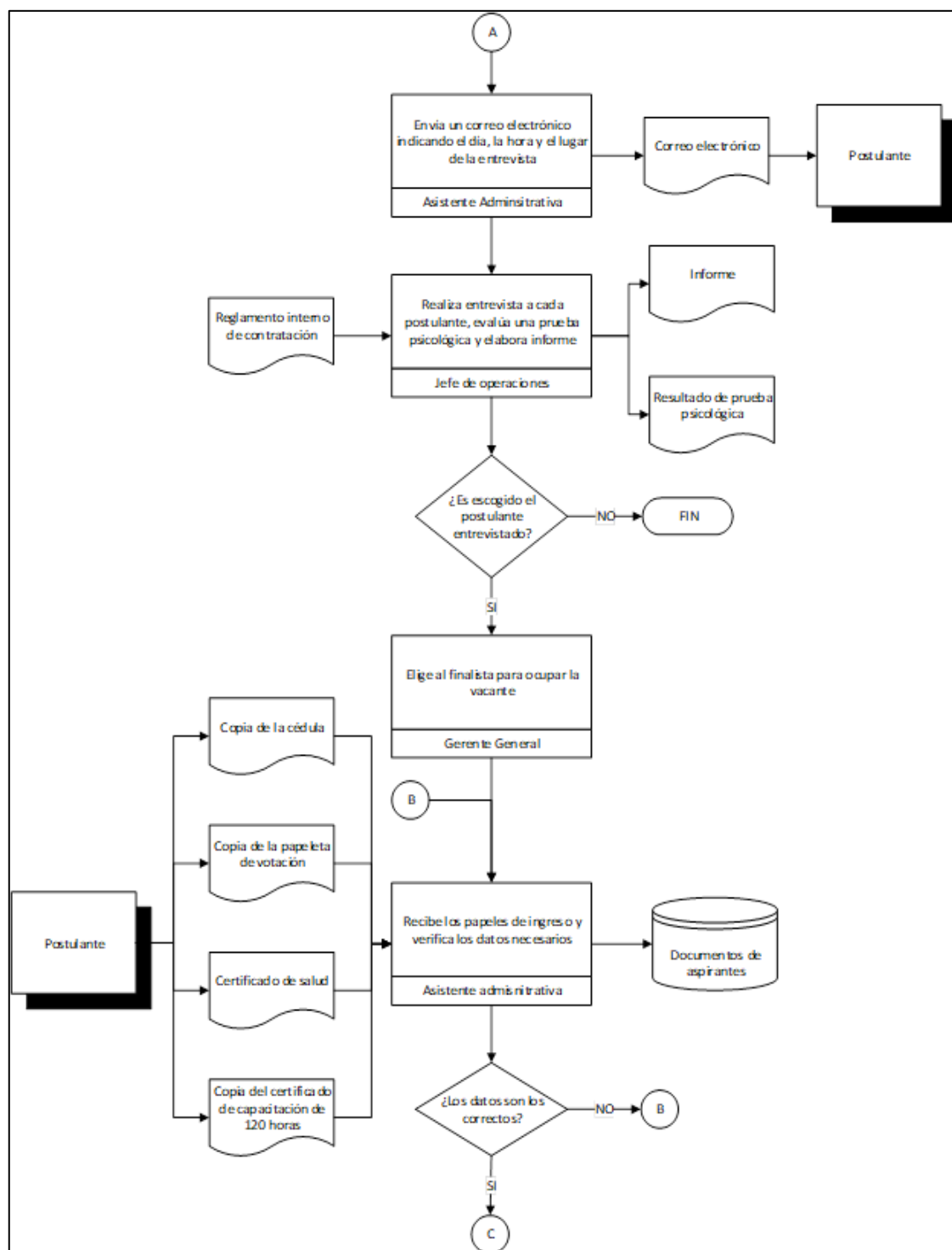


ANEXO L

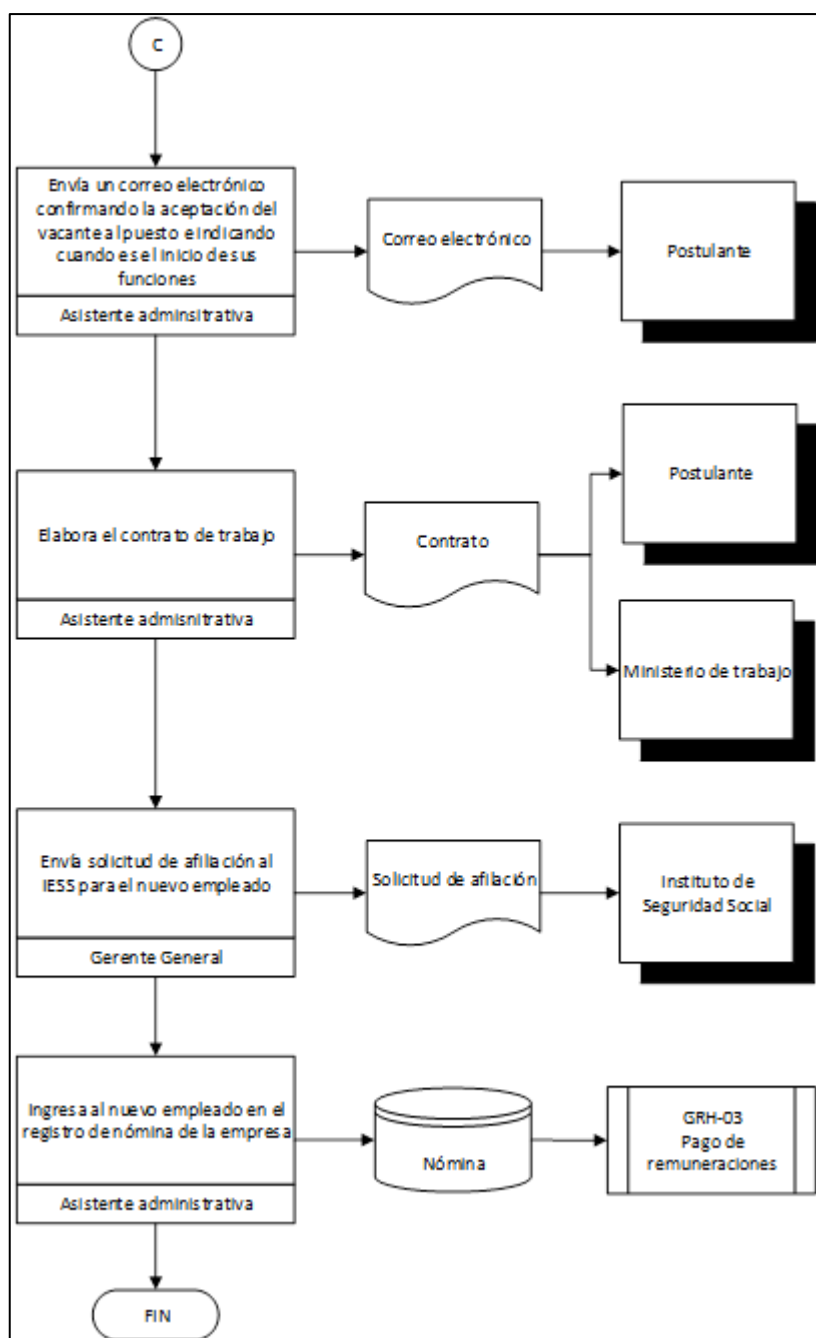
Flujograma de Contratación de personal



Anexo L (Continuación)



Anexo L (Continuación)



ANEXO M

Cotización Uniforme Tipo 1

		ES Confecciones San José del Condado, Fernando Daquilema N70-205 y Pablo Picasso Telf.: 02-2492490 / 0998345014 es_confeccion@hotmail.com Quito - Ecuador		
PROFORMA				
CLIENTE DIRECCION QUITO TELÉFONO 14/05/20	SEGURCAS CIALTDA EDUARDO SALAZAR N37-24 2246635			
	309			
REFERENCIA	CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
	CHALECO CON LINEAS FOSFORECENTES Y LOGO	1	20,00	20,00
	PANTALON GRIS	1	13,00	13,00
	BOTAS	1	38,00	38,00
	CINTURON	1	12,00	12,00
	CORBATA	1	2,50	2,50
	CAMISA GRIS	1	14,00	14,00
			SUMA	99,50
			IVA 12%	11,94
FORMA DE PAGO	50% anticipo	50% entrega	TOTAL FACTURA	
Nº DE CUENTA	22XXXXXXX8	BANCO		
VENCIMIENTO		PICHINCHA		

ANEXO N

Cotización Uniforme Tipo 2

		ES Confecciones San José del Condado, Fernando Daquilema N70-205 y Pablo Picasso Telf.: 02-2492490 / 0998345014 es_confeccion@hotmail.com Quito - Ecuador			
		PROFORMA			
		CLIENTE	SEGURCAS CIA LTDA		
		DIRECCIÓN	EDUARDO SALAZAR N37-24		
		QUITO			
TELÉFONO	2246635				
14/05./2020			310		
REFERENCIA	CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	
	UNIFORME 2				
	CAMISA BLANCA CON LOGO	1	13,00	13,00	
	CHALECO CON LINEAS FOSFORECENTES Y LOGO	1	20,00	20,00	
	PANTALON GRIS	1	13,00	13,00	
	ZAPATOS	1	34,00	34,00	
	CINTURON	1	12,00	12,00	
	GORRAY LOGO	1	2,50	2,50	
			SUMA	94,50	
			IVA 12%	11,34	
FORMA DE PAGO	50% anticipo	50% entrega	TOTAL FACTURA		
Nº DE CUENTA	22XXXXXX8	BANCO PICHINCHA	105,84		
VENCIMIENTO					

ANEXO 0

Cotización Uniforme Tipo 3



ES Confecciones

San José del Condado, Fernando Daquilema N70-205 y Pablo Picasso

Telf.: 02-2492490 / 0998345014

es_confeccion@hotmail.com

Quito - Ecuador

PROFORMA

CLIENTE

DIRECCIÓN

QUITO

TELÉFONO

SEGURCAS CIA LTDA

EDUARDO SALAZ N37-24

2246635

311

REFERENCIA	CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
	UNIFORME 3			
	VEROL NEGRO CON LINEAS FOSFORECENTES Y LOGO	1	35,00	35,00
	BOTAS	1	38,00	38,00
	CINTURON	1	12,00	12,00
	GORRA CON LOGO	1	2,50	2,50
			SUMA	87,50
			IVA 12%	10,50
FORMA DE PAGO	50% anticipo	50% entrega	TOTAL FACTURA	98,00
Nº DE CUENTA	22XXXXXXX8	BANCO		
VENCIMIENTO		PICHINCHA		

ANEXO P

Cotización Uniforme Tipo 4

		ES Confecciones San José del Condado, Fernando Daquilema N70-205 y Pablo Picasso Telf.: 02-2492490 / 0998345014 es_confeccion@hotmail.com Quito - Ecuador		
PROFORMA				
CLIENTE	SEGURCAS CIA LTDA			
DIRECCIÓN	EDUARDO SALAZAR N37-24			
QUITO				
TELÉFONO	2246635			
14/05/20		312		
REFERENCIA	CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
	UNIFORME 4			
	CHOMPA SEGURCAS	1	22	22
	PANTALÓN NEGRO	1	13	13
	CAMISA BLANCA CON LOGO	1	14	14
	CORBATA	1	2,5	2,5
	ZAPATOS	1	34	34
			SUMA	105,5
			IVA 12%	12,66
			TOTAL FACTURA	118,16
FORMA DE PAGO	50% anticipo	50% entrega		
Nº DE CUENTA	22XXXXXXX8	BANCO		
VENCIMIENTO		PICHINCHA		

ANEXO Q

Cotización de seguridad empresa SECURITAS



Quito, 15 de abril del 2020

Señor
Stefano Ricci
Presente. -

Estimado Sr. Ricci:

De acuerdo con su requerimiento hemos preparado la propuesta adjunta:

Servicio	Cant	Tarifa Mensual
Puesto 24 Horas Lunes a Domingo	1	\$3.090,00

Valores no incluyen IVA

Servicio incluye:

- Personal Capacitado
- Supervisión
- Comunicaciones
- Accesos a plataforma Connect
- Contrato 1 año
- Pago 30 días

Quedamos a la espera de cualquier inquietud.

Atentamente,

Raquel Sarrade
Gerente
Securitas Ecuador

ANEXO R

Estado de Resultados Segurcas Cia.Ltda. 2017

*** SEGURO CAS CIA. LTDA. ***			
-ESTADO DE RESULTADOS- <NIVEL 6>			
Al 31 De -DICIEMBRE- Del 2017			
*** EN U.S. DOLARES, ***			
Emision (aaaaammdd): 2017.03.17 13:16:55		PAG: 1	
INGRESOS TOTALES NETOS			414,112.77
VENTAS QUITO			414,112.77
VENTAS SERVICIOS			414,112.77
411.02.01	VENTA SERVICIOS	414,112.77	
411.02.01.01	401 Ventas Servicios Con IVA	412,803.78	
411.02.01.02	403 Ventas Servicios T0%	1,308.99	
OTROS INGRESOS			
411.16.01	OTROS INGRESOS		
411.16.01.01	Multas empleados		
COSTOS DE PRODUCCION QUITO			0.00
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION			0.00
UTILIDAD EN FACTURACION ==>			414,112.77
GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS			407,824.95
GASTOS OPERATIVOS QUITO			407,824.95
GASTOS DE ADMINISTRACION			68,684.17
611.01.01	SUELDOS Y SALARIOS	51,366.77	
611.01.01.01	GA. Sueldos	38,736.00	
611.01.01.04	GA. IESS Aporte Patronal 12.15%	4,706.42	
611.01.01.11	GA. Fondos Reserva IESS	2,234.35	
611.01.01.15	GA. Seguros Medicos/Vida Privad.T0%	590.00	
611.01.01.99	GA. Otros Gastos de Personal	5,100.00	
611.01.03	OTROS GASTOS GENERALES	15,149.16	
611.01.03.01	GA. Servicio Luz Electrica T0%	193.38	
611.01.03.03	GA. Materiales, Utiles Ofic T0%	134.72	
611.01.03.04	GA. Materiales, Utiles Oficina	368.78	
611.01.03.05	GA. Materiales Cafeteria, Limpieza	136.12	
611.01.03.06	GA. Movilizaciones, Pasajes, Fletes	500.00	
611.01.03.07	GA. Mantenimiento, Reparac Local	924.10	
611.01.03.08	GA. Mantenimi, Reparac Muebl, Equip	358.40	
611.01.03.09	GA. Bancarios	514.02	
611.01.03.11	GA. Mantenim, Reparac Vehiculos	1,025.10	
611.01.03.14	GA. Gastos Legales,Tramites,Timbres	6,525.48	
611.01.03.15	GA. Combustibles (Gasolina) NO: RF	160.54	
611.01.03.16	GA. Atencion a Clientes	117.50	
611.01.03.19	GA. Polizas de Seguros	2,835.00	
611.01.03.21	GA. EMAAP, Agua T0% SIN RF	70.08	
611.01.03.22	GA. Internet	808.92	
611.01.03.23	GA. Telefonos Celulares	288.62	
611.01.03.24	GA. Telefonos Convencionales	188.40	
611.01.05	GTOS IMPUESTOS Y CONTRIBUCIONES	228.17	
611.01.05.15	GA. LMunic.Quito. Impues T0% NO RF	228.17	
611.01.08	DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	85.00	
611.01.08.04	GA. Depreciacion Equipos Computo	85.00	
611.01.85	GASTOS NO DEDUCIBLES	1,855.07	
611.01.85.99	GND. Varios Gastos No Deducibles	1,855.07	
GASTOS DE VENTAS			339,140.78
611.02.01	SUELDOS Y SALARIOS	332,280.60	
611.02.01.01	GV. Sueldos	159,881.67	
611.02.01.02	GV. Horas Extras	44,758.00	
611.02.01.04	GV. IESS Aporte Patronal 12.15%	23,298.00	
611.02.01.06	GV. 13er. Sueldo	25,777.00	
611.02.01.08	GV. 14to. Sueldo	16,101.00	
611.02.01.09	GV. Vacaciones	11,629.00	
611.02.01.11	GV. Fondos Reserva IESS	17,473.00	
611.02.01.12	GV. Uniformes	560.00	
611.02.01.16	GV. Ingresos no aportables	27,433.98	
611.02.01.18	GV. Alquiler moto	3,525.96	
611.02.01.21	GV. Equipo de comunicacion	1,842.99	
611.02.03	OTROS GASTOS GENERALES	6,860.18	
611.02.03.04	GV. Materiales,Utiles Oficina	596.00	
611.02.03.05	GV. Materiales Cafeteria,Limpieza	218.54	
611.02.03.06	GV. Movilizaciones,Pasajes,Fletes	1,200.00	
611.02.03.07	GV. Mantenimiento,Reparac Vehiculos	146.00	

Anexo R (Continuación)

*** SEURCAS CIA. LTDA. *** -ESTADO DE RESULTADOS- <NIVEL 6> Al 31 De-DICIEMBRE- Del 2017 *** EN U.S. DOLARES. *** Emision (aaaaammdd): 2017.03.17 13:16:55				PAG: 2
611.02.03.08	GV. Mantenimi,Reparac Muebl,Equip	48.00		
611.02.03.15	GV. Combustibles (Gasolina) NO: RF	449.02		
611.02.03.19	GV. Polizas de Seguros	1,878.00		
611.02.03.20	GV. Implementos de Seguridad	500.00		
611.02.03.23	GV. Telefon.Celulares (Con ICE	1,824.62		
GASTOS FINANCIEROS TOTALES				674.75
GASTOS FINANCIEROS				674.75
OTROS GASTOS FINANCIEROS			674.75	
621.09.01	GTOS FINANCIEROS ENTIDADES PUBLIC		674.75	
621.09.01.05	Gto. Financ. Minis.Relac Laborales	674.75		
RESULTADO OPERATIVO/FIANCIERO ==>				6,287.82
INGRESOS NO OPERATIVOS				25.14
OTROS INGRESOS FUERA DE OPERACION			25.14	
OTROS INGRESOS FUERA DE OPERACION			25.14	
711.01.04	INTERESES GANADOS EN BANCOS	2.01		
711.01.99	OTROS INGRESOS NO OPERATIVOS	23.13		
				6,312.96
EGRESOS NO OPERATIVOS				0.00
OTROS EGRESOS FUERA DE OPERACION			0.00	
350.00.00.00 UTILIDAD ANTES DE TRABAJADORES E IMPUESTOS ==>				6,312.96
Cuentas de Nivel 5 y 6 Con Saldos en CERO, no fueron impresas				
 CHRISTIAN TIRAN CONTADOR REG. 1701910		EDUARDO RICCI GERENTE		

ANEXO S

Estado de Resultados Segurcas Cia.Ltda. 2018

*** SEGURCAS CIA. LTDA. ***			
-ESTADO DE RESULTADOS- <NIVEL 6>			
Al 31 De -Diciembre- Del 2018			
*** EN U.S. DOLARES. ***			
Emision (aaaaammdd): 2019.03.07 12:48:08		PAG: 1	
INGRESOS TOTALES NETOS			457,681.49
=====			
VENTAS QUITO			457,681.49

VENTAS SERVICIOS			457,681.49
411.02.01	VENTA SERVICIOS	457,681.49	
411.02.01.01	401 Ventas Servicios Con IVA	457,681.49	
411.02.01.02	403 Ventas Servicios 10%	-	
OTROS INGRESOS			
411.16.01	OTROS INGRESOS	-	
411.16.01.01	Multas empleados	-	
COSTOS DE PRODUCCION QUITO			0.00
=====			
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION			0.00

UTILIDAD EN FACTURACION ==>			457,681.49
=====			
GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS			449,014.95
=====			
GASTOS OPERATIVOS QUITO			449,014.95

GASTOS DE ADMINISTRACION			74,369.27
611.01.01	SUELDOS Y SALARIOS	50,493.84	
611.01.01.01	GA. Sueldos	36,809.51	
611.01.01.04	GA. IESS Aporte Patronal 12.15%	3,529.82	
611.01.01.11	GA. Fondos Reserva IESS	2,234.35	
611.01.01.15	GA. Seguros Medicos/Vida Privad.T0%	655.50	
611.01.01.99	GA. Otros Gastos de Personal	7,264.67	
611.01.03	OTROS GASTOS GENERALES	13,912.42	
611.01.03.01	GA. Servicio Luz Electrica T0%	290.07	
611.01.03.03	GA. Materiales, Utiles Ofic T0%	101.04	
611.01.03.04	GA. Materiales, Utiles Oficina	276.59	
611.01.03.05	GA. Materiales Cafeteria, Limpieza	102.09	
611.01.03.06	GA. Movilizaciones, Pasajes, Fletes	375.00	
611.01.03.07	GA. Mantenimiento, Reparac Local	693.08	
611.01.03.08	GA. Mantenim, Reparac Muebl, Equip	268.80	
611.01.03.09	GA. Bancarios	385.52	
611.01.03.11	GA. Mantenim, Reparac Vehiculos	768.83	
611.01.03.14	GA. Gastos Legales,Tramites,Timbres	5,075.37	
611.01.03.15	GA. Combustibles (Gasolina) NO: RF	120.41	
611.01.03.16	GA. Atencion a Clientes	88.13	
611.01.03.19	GA. Polizas de Seguros	4,350.50	
611.01.03.21	GA. EMAAP. Agua T0% SIN RF	52.56	
611.01.03.22	GA. Internet	606.69	
611.01.03.23	GA. Telefonos Celulares	216.47	
611.01.03.24	GA. Telefonos Convencionales	141.30	
611.01.05	GTOS IMPUESTOS Y CONTRIBUCIONES	360.55	
611.01.05.15	GA. I.Munic.Quito. Impues T0% NO RF	360.55	
611.01.08	DEPRECIACION DE ACTIVOS FUOS	7,129.04	
611.01.08.04	GA. Depreciacion Equipos Computo	7,129.04	
611.01.85	GASTOS NO DEDUCIBLES	2,473.42	
611.01.85.99	GND. Varios Gastos No Deducibles	2,473.42	
GASTOS DE VENTAS			374,645.68
611.02.01	SUELDOS Y SALARIOS	366,642.14	
611.02.01.01	GV. Sueldos	202,767.26	
611.02.01.02	GV. Horas Extras	25,311.42	
611.02.01.04	GV. IESS Aporte Patronal 12.15%	32,120.44	
611.02.01.06	GV. 13er. Sueldo	17,714.49	
611.02.01.08	GV. 14to. Sueldo	10,778.28	
611.02.01.09	GV. Vacaciones	7,676.37	
611.02.01.11	GV. Fondos Reserva IESS	4,650.69	
611.02.01.12	GV. Uniformes	513.33	
611.02.01.16	GV. Ingresos no aportables	28,341.02	
611.02.01.18	GV. Alquiler moto	3,232.13	
611.02.01.29	GV. Provision Beneficios y Jubilacion	33,536.71	
611.02.03	OTROS GASTOS GENERALES	8,003.54	
611.02.03.04	GV. Materiales,Utiles Oficina	695.33	
611.02.03.05	GV. Materiales Cafeteria,Limpieza	254.96	
611.02.03.06	GV. Movilizaciones,Pasajes,Fletes	1,400.00	
611.02.03.07	GV. Mantenimiento,Reparac Vehiculos	170.33	

Anexo S (Continuación)

*** SEGURO CAS CIA. LTDA. ***			
-ESTADO DE RESULTADOS- <NIVEL 6>			
Al 31 De -Diciembre- Del 2018			
*** EN U.S. DOLARES. ***			
Emision (aaaaammdd): 2019.03.07 12:48:08		PAG: 2	
611.02.03.08	GV. Mantenimn,Reparac Muebl,Equip	56.00	
611.02.03.15	GV. Combustibles (Gasolina) NO: RF	523.86	
611.02.03.19	GV. Polizas de Seguros	2,191.00	
611.02.03.20	GV. Implementos de Seguridad	583.33	
611.02.03.23	GV. Telefon.Celulares (Con ICE	2,128.72	
GASTOS FINANCIEROS TOTALES			1,063.75
=====			
GASTOS FINANCIEROS			1,063.75

OTROS GASTOS FINANCIEROS			1,063.75
621.09.01	GTO. FINANCIEROS ENTIDADES PUBLIC	1,063.75	
621.09.01.05	Gto. Financ. Minis.Relac Laborales	1,063.75	
RESULTADO OPERATIVO/FIANCIERO ==>			8,666.54
			=====
INGRESOS NO OPERATIVOS			39.34
=====			
OTROS INGRESOS FUERA DE OPERACION			39.34

OTROS INGRESOS FUERA DE OPERACION			39.34
711.01.04	INTERESES GANADOS EN BANCOS	16.21	
711.01.99	OTROS INGRESOS NO OPERATIVOS	23.13	
			=====
			8,705.88
			=====
EGRESOS NO OPERATIVOS			0.00
=====			
OTROS EGRESOS FUERA DE OPERACION			0.00

UTILIDAD ANTES DE TRABAJADORES E IMPUESTOS ==>			8,705.88
			=====
Cuentas de Nivel 5 y 6 Con Saldos en CERO, no fueron impresas			
CHRISTIAN TIPAN		EDUARDO RICCI	
CONTADOR		GERENTE	
REG. 1701210			

ANEXO T

Estado de Resultados Segurcas Cia.Ltda. 2019

*** SEGURCAS CIA. LTDA. ***			
-ESTADO DE RESULTADOS- <NIVEL 6>			
Al 31 De -Diciembre- Del 2019			
*** EN U.S. DOLARES. ***			
Emission (aaaaamdd): 2020.02.27 11:12:01		PAG: 1	
INGRESOS TOTALES NETOS			408.904,14
=====			
VENTAS QUITO			408.904,14

VENTAS SERVICIOS			408.904,14
411.02.01	VENTA SERVICIOS	408.904,14	
411.02.01.01	401 Ventas Servicios Con IVA	408.904,14	
411.02.01.02	403 Ventas Servicios T0%	-	
OTROS INGRESOS			-
411.16.01	OTROS INGRESOS	-	
411.16.01.01	Multas empleados	-	
COSTOS DE PRODUCCION QUITO			0,00
=====			
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION			0,00

UTILIDAD EN FACTURACION ==>			408.904,14
=====			
GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS			424.387,31
=====			
GASTOS OPERATIVOS QUITO			424.387,31

GASTOS DE ADMINISTRACION			70.937,36
611.01.01	SUELDOS Y SALARIOS	52.886,35	
611.01.01.01	GA. Sueldos	38.420,51	
611.01.01.04	GA. IESS Aporte Patronal 12.15%	4.668,09	
611.01.01.11	GA. Fondos Reserva IESS	3.201,71	
611.01.01.15	GA. Seguros Medicos/Vida Privad.T0%	578,37	
611.01.01.99	GA. Otros Gastos de Personal	6.017,67	
611.01.03	OTROS GASTOS GENERALES	9.885,05	
611.01.03.01	GA. Servicio Luz Electrica T0%	257,10	
611.01.03.03	GA. Materiales, Utiles Ofic T0%	107,78	
611.01.03.04	GA. Materiales, Utiles Oficina	322,68	
611.01.03.05	GA. Materiales Cafeteria, Limpieza	97,23	
611.01.03.06	GA. Movilizaciones, Pasajes, Fletes	357,14	
611.01.03.07	GA. Mantenimiento, Reparac Local	660,07	
611.01.03.08	GA. Mantenimi, Reparac Muebl, Equip	246,40	
611.01.03.09	GA. Bancarios	342,68	
611.01.03.11	GA. Mantenim, Reparac Vehiculos	820,08	
611.01.03.14	GA. Gastos Legales,Tramites,Timbres	2.611,47	
611.01.03.15	GA. Combustibles (Gasolina) NO: RF	110,37	
611.01.03.16	GA. Atencion a Clientes	78,33	
611.01.03.19	GA. Polizas de Seguros	2.927,25	
611.01.03.21	GA. EMAAP. Agua T0% SIN RF	46,72	
611.01.03.22	GA. Internet	577,80	
611.01.03.23	GA. Telefonos Celulares	192,41	
611.01.03.24	GA. Telefonos Convencionales	129,53	
611.01.05	GTOS IMPUESTOS Y CONTRIBUCIONES	583,55	
611.01.05.15	GA. I.Munic.Quito. Impues T0% NO RF	583,55	
611.01.08	DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	7.045,00	
611.01.08.04	GA. Depreciacion Equipos Computo	7.045,00	
611.01.85	GASTOS NO DEDUCIBLES	537,42	
611.01.85.99	GND. Varios Gastos No Deducibles	537,42	
GASTOS DE VENTAS			353.449,95
611.02.01	SUELDOS Y SALARIOS	346.890,26	
611.02.01.01	GV. Sueldos	203.691,37	
611.02.01.02	GV. Horas Extras	25.311,42	
611.02.01.04	GV. IESS Aporte Patronal 12.15%	24.748,50	
611.02.01.06	GV. 13er. Sueldo	17.714,49	
611.02.01.08	GV. 14to. Sueldo	13.766,28	
611.02.01.09	GV. Vacaciones	8.857,25	
611.02.01.11	GV. Fondos Reserva IESS	16.560,11	
611.02.01.12	GV. Uniformes	1.294,06	
611.02.01.16	GV. Ingresos no aportables	12.663,02	
611.02.01.18	GV. Alquiler moto	3.232,13	
611.02.01.29	GV. Provision Beneficios y Jubilacion	19.051,64	
611.02.03	OTROS GASTOS GENERALES	6.559,69	
611.02.03.04	GV. Materiales,Utiles Oficina	603,64	
611.02.03.05	GV. Materiales Cafeteria,Limpieza	294,10	
611.02.03.06	GV. Movilizaciones,Pasajes,Fletes	1.200,00	
611.02.03.07	GV. Mantenimiento,Reparac Vehiculos	845,73	

*** SEGURO CAS C.A. LTDA. ***		
-ESTADO DE RESULTADOS- <NIVEL 6>		
Al 31 De -Diciembre- Del 2019		
*** EN U.S. DOLARES. ***		
Mision (aaaamdd): 2020.02.27 11:12:01 PAG: 2		
1.02.03.08	GV. Mantenimi,Reparac Muebl,Equip	45,33
1.02.03.15	GV. Combustibles (Gasolina) NO: RF	424,07
1.02.03.19	GV. Polizas de Seguros	1.878,00
1.02.03.20	GV. Implementos de Seguridad	500,00
1.02.03.23	GV. Telefon.Celulares (Con ICE	778,81
GASTOS FINANCIEROS TOTALES		1.387,75
=====		
GASTOS FINANCIEROS		1.387,75

OTROS GASTOS FINANCIEROS		1.387,75
1.09.01	Gtos FINANCIEROS ENTIDADES PUBLIC	1.387,75
1.09.01.05	Gto. Financ. Minis.Relac Laborales	1.387,75
RESULTADO OPERATIVO/FIANCIERO ==>		(15.483,17)
		=====
INGRESOS NO OPERATIVOS		0,00
=====		
OTROS INGRESOS FUERA DE OPERACION		0,00

OTROS INGRESOS FUERA DE OPERACION		0,00
1.01.04	INTERESES GANADOS EN BANCOS	0,00
1.01.99	OTROS INGRESOS NO OPERATIVOS	0,00
		(15.483,17)
		=====
EGRESOS NO OPERATIVOS		0,00
=====		
OTROS EGRESOS FUERA DE OPERACION		0,00

UTILIDAD ANTES DE TRABAJADORES E IMPUESTOS ==>		(15.483,17)
		=====
Entas de Nivel 5 y 6 Con Saldos en CERO, no fueron impresas		
CHRISTIAN TIPAN		EDUARDO RICCI
CONTADOR		GERENTE
REG. 1701210		

ANEXO U

Estado de Resultados Segurcas Cia.Ltda. 2020

*** SEGURCAS CIA. LTDA. ***			
-ESTADO DE RESULTADOS- <NIVEL 6>			
Al 30 De -Septiembre- Del 2020			
*** EN U.S. DOLARES. ***			
Emission (aaaaamdd): 2020.11.09 10:02:08		PAG: 1	
INGRESOS TOTALES NETOS			261,093.70
=====			
VENTAS QUITO			261,093.70

VENTAS SERVICIOS			261,093.70
411.02.01	VENTA SERVICIOS	261,093.70	
411.02.01.01	401 Ventas Servicios Con IVA	261,093.70	
411.02.01.02	403 Ventas Servicios T0%	-	
OTROS INGRESOS			-
411.16.01	OTROS INGRESOS	-	
411.16.01.01	Multas empleados	-	
COSTOS DE PRODUCCION QUITO			0.00
=====			
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION			0.00

UTILIDAD EN FACTURACION =>			261,093.70
=====			
GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS			254,727.47
=====			
GASTOS OPERATIVOS QUITO			254,727.47

GASTOS DE ADMINISTRACION			58,539.07
611.01.01	SUELDOS Y SALARIOS	43,851.36	
611.01.01.01	GA. Sueldos	25,641.00	
611.01.01.04	GA. IESS Aporte Patronal 12.15%	3,328.11	
611.01.01.11	GA. Fondos Reserva IESS	2,276.46	
611.01.01.15	GA. Seguros Medicos/Vida Privad.T0%	497.37	
611.01.01.99	GA. Otros Gastos de Personal	12,108.42	
611.01.03	OTROS GASTOS GENERALES	7,968.02	
611.01.03.01	GA. Servicio Luz Electrica T0%	217.00	
611.01.03.03	GA. Materiales, Utiles Ofic T0%	121.25	
611.01.03.04	GA. Materiales, Utiles Oficina	414.88	
611.01.03.05	GA. Materiales Cafeteria, Limpieza	87.51	
611.01.03.06	GA. Movilizaciones, Pasajes, Fletes	321.43	
611.01.03.07	GA. Mantenimiento, Reparac Local	594.06	
611.01.03.08	GA. Mantenimn, Reparac Muebl, Equip	201.60	
611.01.03.09	GA. Bancarios	257.01	
611.01.03.11	GA. Mantenim, Reparac Vehiculos	922.59	
611.01.03.14	GA. Gastos Legales,Tramites,Timbres	1,466.55	
611.01.03.15	GA. Combustibles (Gasolina) NO: RF	90.30	
611.01.03.16	GA. Atencion a Clientes	58.75	
611.01.03.19	GA. Polizas de Seguros	2,409.75	
611.01.03.21	GA. EMAAP. Agua T0% SIN RF	35.04	
611.01.03.22	GA. Internet	520.02	
611.01.03.23	GA. Telefonos Celulares	144.31	
611.01.03.24	GA. Telefonos Convencionales	105.98	
611.01.05	GTOS IMPUESTOS Y CONTRIBUCIONES	394.55	
611.01.05.15	GA. LMunic.Quito. Impues T0% NO RF	394.55	
611.01.08	DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	3,522.50	
611.01.08.04	GA. Depreciacion Equipos Computo	3,522.50	
611.01.85	GASTOS NO DEDUCIBLES	2,802.64	
611.01.85.99	GND. Varios Gastos No Deducibles	2,802.64	
GASTOS DE VENTAS			196,188.40
611.02.01	SUELDOS Y SALARIOS	191,337.74	
611.02.01.01	GV. Sueldos	112,420.00	
611.02.01.02	GV. Horas Extras	7,481.32	
611.02.01.04	GV. IESS Aporte Patronal 12.15%	13,613.02	
611.02.01.06	GV. 13er. Sueldo	10,125.57	
611.02.01.08	GV. 14to. Sueldo	8,449.93	
611.02.01.09	GV. Vacaciones	4,677.32	
611.02.01.11	GV. Fondos Reserva IESS	5,375.74	
611.02.01.12	GV. Uniformes	1,377.06	
611.02.01.16	GV. Ingresos no aportables	13,566.14	
611.02.01.18	GV. Alquiler moto	3,138.56	
611.02.01.29	GV. Provision Beneficios y Jubilacion	11,113.08	
611.02.03	OTROS GASTOS GENERALES	4,850.66	
611.02.03.04	GV. Materiales,Utiles Oficina	343.85	
611.02.03.05	GV. Materiales Cafeteria,Limpieza	395.64	
611.02.03.06	GV. Movilizaciones,Pasajes,Fletes	813.43	
611.02.03.07	GV. Mantenimiento,Reparac Vehiculos	1,108.89	

Anexo U (Continuación)

*** SEGURO CAS CIA. LTDA. ***				
-ESTADO DE RESULTADOS- <NIVEL 6>				
Al 30 De -Septiembre- Del 2020				
*** EN U.S. DOLARES. ***				
Emission (aaaaammdd): 2020.11.09 10:02:08		PAG: 2		
611.02.03.08	GV. Mantenimi,Reparac Muebl,Equip	26.33		
611.02.03.15	GV. Combustibles (Gasolina) NO: RF	296.07		
611.02.03.19	GV. Polizas de Seguros	1,643.25		
611.02.03.20	GV. Implementos de Seguridad	100.00		
611.02.03.23	GV. Telefon.Celulares (Con ICE	123.19		
GASTOS FINANCIEROS TOTALES				759.53
=====				
GASTOS FINANCIEROS				759.53
=====				
OTROS GASTOS FINANCIEROS				759.53
621.09.01	GTO. FINANCIEROS ENTIDADES PUBLIC	759.53		
621.09.01.05	Gto. Financ. Minis.Relac Laborales	759.53		
RESULTADO OPERATIVO/FIANCIERO ==>				6,366.23
=====				
INGRESOS NO OPERATIVOS				0.00
=====				
OTROS INGRESOS FUERA DE OPERACION				0.00
=====				
OTROS INGRESOS FUERA DE OPERACION				0.00
711.01.04	INTERESES GANADOS EN BANCOS	0.00		
711.01.99	OTROS INGRESOS NO OPERATIVOS	0.00		
=====				
				6,366.23
=====				
EGRESOS NO OPERATIVOS				0.00
=====				
OTROS EGRESOS FUERA DE OPERACION				0.00
=====				
UTILIDAD ANTES DE TRABAJADORES E IMPUESTOS ==>				6,366.23
=====				
Cuentas de Nivel 5 y 6 Con Saldos en CERO, no fueron impresas				
CHRISTIAN TIPAN		EDUARDO RICCI		
CONTADOR		GERENTE		
REG. 1701210				