



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS

CARRERA: INGENIERÍA DE EMPRESAS

TRABAJO DE TITULACIÓN

TIPO: Proyecto de Investigación

Previo a la obtención del título de:

INGENIERO DE EMPRESAS

TEMA:

DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE LA COMPAÑÍA DE SEGURIDAD PRIVADA “SEGURIVANOV” CIA. LTDA., EN EL CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR, PERIODO 2018-2022.

AUTOR:

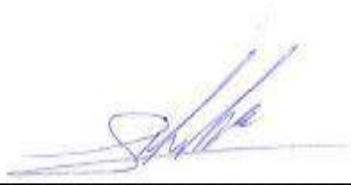
JERSSON JAVIER SILVA BAÑO

RIOBAMBA - ECUADOR

2019

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por el Sr. Jersson Javier Silva Baño, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.



Ing. José Luís López Salazar

DIRECTOR DEL TRIBUNAL



Ing. Ángel Eduardo Castelo Salazar

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Jersson Javier Silva Baño, declaro que el presente trabajado de titulación es de mí autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica del contenido de este trabajo de titulación.

Riobamba, 11 de Abril del 2019



Jersson Javier Silva Baño

C.C: 0202056891

DEDICATORIA

En primer lugar, doy gracias a Dios, por darme salud y vida para poder llegar alcanzar este momento tan especial en mi vida. Por las enseñanzas aprendidas al dejar el hogar para salir a estudiar en otra ciudad en busca de la obtención de un título que aumente las posibilidades de conseguir un buen trabajo y construir un mejor futuro.

A mis abuelitos Wilson Silva y Olga González por los valores enseñados en el hogar y apoyo incondicional durante todos los momentos de mi vida debido a que sin su valioso esfuerzo este momento no hubiera sido posible.

A mis padres Xavier Silva y Nancy Baño por la confianza otorgada durante todo el proceso estudiantil.

A mi esposa Lady Apolo y mi hijo Derek Silva porque me enseñaron a madurar además de ser mi pilar fundamental de superación y ser el motor para no rendirme y seguir superándome para brindarles una mejor calidad de vida.

Finalmente, a mis amigos por ser un apoyo incondicional y estar siempre en las buenas y mucho más en las malas.

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios, por haberme dado salud y vida para culminar esta etapa de mi vida.

Agradezco también a mis Abuelitos Wilson Silva y Olga González, quienes sin duda alguna confiaron en mí para poder culminar mi carrera profesional. Sobre todo, por ser un ejemplo de vida a seguir.

A mis padres Xavier Silva y Nancy Baño por su apoyo moral y económico en todos los proyectos que he tenido en mi vida.

A mi amada esposa Lady Apolo, por su apoyo y ánimo que me brinda día con día para alcanzar nuevas metas, tanto profesionales como personales.

A mi adorado hijo Derek Silva quien es lo más valioso que tengo en mi vida, a quien siempre cuidaré para verlo hecho una persona capaz y que pueda valerse por sí mismo.

A mis hermanos Brayan y Olga Silva por ser parte importante de mi vida y la ayuda que me han brindado durante este proceso.

A mis tutores de tesis Ing. José Luis López, Ing. Ángel Castelo por su tiempo, paciencia y haber compartido conmigo sus conocimientos.

A mis amigos por confiar y creer en mí y estar presentes cuando los he necesitado.

Además, agradezco a todas las personas que me ayudaron directa e indirectamente en la obtención de este logro en mi vida.

Gracias mi amada familia.

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	2
1.1 Planteamiento del problema	2
<i>1.1.1 Formulación del problema</i>	3
<i>1.1.2 Delimitación del problema</i>	3
1.2 Justificación del problema	4
1.3 Objetivos	6
<i>1.3.1 Objetivo General</i>	6
<i>1.3.2 Objetivos Específicos</i>	6
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	7
2.1 Antecedentes investigativos	7
<i>2.1.1 Reseña histórica</i>	8
<i>2.1.2 Normativas propuestas para la compañía “SEGURIVANOV”</i>	14
<i>2.1.3 Manual de Funciones para la compañía “SEGURIVANOV”</i>	15
2.2 Fundamentación teórica	21
<i>2.2.1 La planificación</i>	21
<i>2.2.1.1 Tipos de planificación</i>	22
<i>2.2.1.2 Niveles de planificación</i>	24
<i>2.2.2 Las estrategias</i>	25
<i>2.2.2.1 Importancia de las estrategias</i>	26
<i>2.2.2.2 Aplicación de las estrategias en diversos ámbitos</i>	27
<i>2.2.3 La planificación estratégica</i>	28
<i>2.2.3.1 Procesos de elaboración de la planificación estratégica</i>	30
<i>2.2.3.2 Ventajas de la planificación estratégica</i>	34
<i>2.2.3.3 Direccionamiento estratégico</i>	35
<i>2.2.4 Elementos orientadores de las compañías</i>	36
<i>2.2.4.1 La misión</i>	36

2.2.4.2 <i>La Visión</i>	37
2.2.4.3 <i>Valores y principios Corporativos</i>	39
2.2.4.4 <i>Organigrama</i>	40
2.2.5 <i>Análisis FODA</i>	41
2.2.5.1 <i>Fortalezas institucionales</i>	42
2.2.5.2 <i>Debilidades Institucionales</i>	43
2.2.5.3 <i>Oportunidades Institucionales</i>	44
2.2.5.4 <i>Amenazas Institucionales</i>	45
2.2.6 <i>La toma de decisiones empresariales</i>	46
2.2.6.1 <i>El proceso de toma de decisiones</i>	47
2.2.6.2 <i>Líder vs. jefe en la toma de decisiones</i>	48
2.2.6.3 <i>¿La importancia de tomar decisiones eficientemente?</i>	49
2.2.7 <i>Definición de términos</i>	50
2.3 <i>Idea a defender</i>	53
2.3.1 <i>General</i>	53
2.3.2 <i>Específicas</i>	54
2.4 <i>Variables</i>	54
2.4.1 <i>Variable Independiente</i>	54
2.4.2 <i>Variable Dependiente</i>	54
2.4.3 <i>Operacionalización de las variables</i>	54
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	56
3.1 <i>Modalidad de la investigación</i>	56
3.2 <i>Tipos de investigación</i>	56
3.3 <i>Métodos, técnicas e instrumentos</i>	57
3.3.1 <i>Métodos</i>	57
3.3.2 <i>Técnicas</i>	57
3.3.3 <i>Instrumentos</i>	58
3.4 <i>Población</i>	58
3.5. <i>Muestra</i>	59
3.6 <i>Resultados</i>	59
3.6.1 <i>Resultados de las Encuestas aplicadas a los trabajadores</i>	59
3.6.2 <i>Resultados entrevista aplicativa al personal administrativo de la compañía</i>	69
3.6.3 <i>Resultados de la ficha de observación</i>	73
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO	75

4.1 Título de la propuesta	76
4.2 Objetivos de la propuesta	76
<i>4.2.1 Objetivo general de la propuesta</i>	76
<i>4.2.2 Objetivos específicos de la propuesta</i>	76
4.3 Proceso de control en la aplicación del plan estratégico	76
4.4 Gestión administrativa de la compañía “Segurivanov”	77
<i>4.4.1 Mejoramiento de la gestión administrativa</i>	77
<i>4.4.1.1 Evaluación de desempeño</i>	78
4.5 Plan estratégico y gestión administrativa	78
<i>4.5.1 Lineamientos de la propuesta</i>	79
4.6 Maneras de dar a conocer la propuesta	80
4.7 Expectativas esperadas con la propuesta	81
4.8 Diseño del plan estratégico	82
<i>4.8.1 La filosofía empresarial</i>	82
<i>4.8.2 Misión propuesta para la compañía “Segurivanov” Cía. Ltda</i>	82
<i>4.8.3 Visión propuesta para la compañía “Segurivanov” Cía. Ltda</i>	83
<i>4.8.4 Objetivos empresariales propuestos para la compañía “Segurivanov”</i>	84
<i>4.8.5 Valores corporativos propuestos para la compañía “Segurivanov”</i>	85
4.9 Análisis situacional de la compañía “Segurivanov”	87
<i>4.9.1 Análisis externo</i>	87
<i>4.9.2 Análisis interno</i>	89
<i>4.9.3 Análisis FODA compañía “Segurivanov”</i>	89
<i>4.9.3.1 FODA interno compañía “Segurivanov”</i>	90
<i>4.9.4 FODA externo compañía “Segurivanov”</i>	90
<i>4.9.5 Matriz FODA compañía “Segurivanov”</i>	91
<i>4.9.6 Matriz EFE</i>	92
<i>4.9.7 Matriz EFI</i>	93
<i>4.9.8 Matriz FODA ponderada</i>	94
<i>4.9.9 FODA estratégico</i>	95
4.10 Formulación estratégica	98
<i>4.10.1 Definición de estrategias y objetivos operativos</i>	98
<i>4.10.2 Definición de objetivos, proyectos y actividades</i>	100
4.11 Táctico operacional	105
<i>4.11.1 Programación plurianual</i>	105

4.12 Programación anual	109
CONCLUSIONES	116
RECOMENDACIONES	117
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 - 2 Operacionalización de la variable independiente.....	54
Tabla 2 - 2 Operacionalización de la variable dependiente.....	55
Tabla 1 - 3 Cuantificación de la población.....	58
Tabla 2 - 3: La administración toma las mejores decisiones.....	60
Tabla 3 - 3: Conoce cuantas y cuáles son las funciones que tiene.....	60
Tabla 4 - 3: La compañía controla todas las actividades funcionales.....	61
Tabla 5 - 3: La compañía tiene una administración eficiente.....	62
Tabla 6 - 3: Se cuenta con herramientas para tomar buenas decisiones.....	63
Tabla 7 - 3: La compañía cuenta actualmente con un plan estratégico.....	64
Tabla 8 - 3: Hay influencia entre planificación estratégica y toma de decisiones.....	65
Tabla 9 - 3: Conoce la conceptualización e importancia del plan estratégico.....	66
Tabla 10 - 3: Se debe mejorar la actual gestión administrativa.....	67
Tabla 11 - 3: Estaría de acuerdo en implementar propuestas de mejoramiento.....	68
Tabla 12 - 3: Ficha de observación.....	74
Tabla 1 - 4: Factores externos.....	86
Tabla 2 - 4: Factores internos.....	89
Tabla 3 - 4: FODA interno compañía “Segurivanov” Cía. Ltda.....	90
Tabla 4 - 4: FODA externo de la compañía “Segurivanov” Cía. Ltda.....	90
Tabla 5 - 4: Matriz foda compañía “Segurivanov” Cía. Ltda.....	91
Tabla 6 - 4 MATRÍZ EFE.....	90
Tabla 7 - 4 MATRÍZ EFL.....	91
Tabla 8- 4: FODA ponderado.....	94
Tabla 9 - 4: FODA estratégico.....	96
Tabla 10 - 4: Definición de objetivos estratégicos.....	98
Tabla 11 - 4: Definición de objetivos, proyectos y actividades de la empresa.....	100
Tabla 12 - 4: Definición de objetivos, proyectos y actividades de la organización.....	101
Tabla 13 - 4: Definición de objetivos, proyectos y actividades de coordinación.....	102

Tabla 14 - 4: Definición de objetivos, proyectos y actividades fortalecimiento del área administrativa y talento humano.....	104
Tabla 15 - 4: Definición de metas e indicadores oo-1.....	105
Tabla 16 - 4: Definición de metas e indicadores oo-2.....	106
Tabla 17 - 4: Definición de metas e indicadores oo-3.....	107
Tabla 18 - 4: Definición de metas e indicadores oo-4.....	108
Tabla 19 - 4: Cronograma plurianual del oo-1.....	109
Tabla 20 - 4: Cronograma plurianual del oo-2.....	110
Tabla 21 - 4: Cronograma plurianual del oo-3.....	112
Tabla 22 - 4: Cronograma plurianual del oo-4.....	114
Tabla 23 - 4: Tabla de presupuestos.....	112

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - 3: Cuantificación de la población.....	59
Gráfico 2 - 3: La administración toma las mejores decisiones.....	60
Gráfico 3 - 3: Conoce cuantas y cuáles son las funciones que tiene	61
Gráfico 4 - 3: La compañía controla todas las actividades funcionales.....	62
Gráfico 5 - 3: La compañía tiene una administración eficiente.....	63
Gráfico 6 - 3: Se cuenta con herramientas para tomar buenas decisiones.....	64
Gráfico 7 - 3: La compañía cuenta actualmente con un plan estratégico.....	65
Gráfico 8 - 3: Hay influencia entre planificación estratégica y toma de decisiones.....	66
Gráfico 9 - 3: Conoce la conceptualización e importancia del plan estratégico.....	67
Gráfico 10 - 3: Se debe mejorar la actual gestión administrativa.....	68
Gráfico 11 - 3: Estaría de acuerdo en implementar propuestas de mejoramiento.....	69

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - 2: Manuales de funciones propuestos compañía “segurivanov”.....	15
Figura 2 - 2: Importancia de la planificación.....	25
Figura 3 - 2: Las estrategias en diversos ámbitos.....	28
Figura 4 - 2: Procesos de la elaboración de la planificación estratégica.....	30
Figura 5 - 2: Pasos para la elaboración de una planificación estratégica.....	31
Figura 6 - 2: Pasos para la elaboración de un plan estratégico.....	32
Figura 7 - 2: Pasos para la elaborar un plan estratégico de una empresa exitosa.....	33
Figura 8 - 2: Visión institucional conceptualizaciones.....	38
Figura 9 - 2: Organigrama de “Segurivanov” Cia. Ltda.....	40
Figura 10 - 2: Aspectos a conocer para identificar fortalezas.....	43
Figura 11 - 2: Aspectos a conocer para identificar debilidades.....	44
Figura 12 - 2: Aspectos a conocer para identificar oportunidades.....	45
Figura 13 - 2: Aspectos a conocer para identificar amenazas.....	46
Figura 1 - 4: Dimensiones de la visión.....	83
Figura 2 - 4: Dimensiones de la visión.....	84

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A: Componentes de la Encuesta

Anexo B: Diseño del Cuestionario

Anexo C: Modelo de Encuesta para los Trabajadores de la Compañía “Segurivanov”

Anexo D: Formato de Entrevista

Anexo E: Formato de Ficha de Observación

Anexo F: Fotografías de la Empresa

RESUMEN

El presente proyecto de investigación Diseño del plan estratégico de la compañía de seguridad privada “SEGURIVANOV” Cía. Ltda., en el cantón Guaranda, Provincia de Bolívar, periodo 2018-2022., tiene como finalidad mejorar la gestión administrativa de la compañía de seguridad, utilizando estrategias que ayude a corregir los fallos administrativos que se ha evidenciado por la falta de planificación estratégica. La metodología utilizada se basa en la realización de encuestas que se aplicaron tanto al personal administrativo como a los guardias de seguridad, además se realizó una entrevista al gerente de la empresa, se determinó la situación actual de la compañía para tener un punto de partida y de análisis mediante la Matriz FODA del contexto interno y externo de la organización. Los resultados indican que la compañía de seguridad privada no cuenta con un plan estratégico, los trabajadores carecen de capacitaciones así como un crecimiento significativo de la competencia. La propuesta se basa en diseñar un plan estratégico que permita a sus actores y autoridades mejorar la gestión administrativa mediante la planificación y ayude a la compañía a definir los objetivos según los resultados obtenidos del análisis realizado determinar cuáles son las mejores acciones a tomar en el presupuesto y tiempo establecido en el POA para alcanzar los objetivos y poder llegar a la excelencia en la prestación de sus servicios. Se recomienda a la compañía de seguridad privada poner en marcha el Plan Estratégico propuesto para mejorar su gestión administrativa a través de las estrategias pensadas y llevándolo a cabo en el tiempo establecido.

Palabras claves: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>
<PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA> <ORGANIZACIÓN> <FODA>
<ESTRATEGIAS> <GESTIÓN> <GUARANDA (CANTÓN)>



Ing. José Luis López Salazar

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

ABSTRACT

The present research project design of the strategic plan of the private security company "SEGURIVANOV" Cía.Ltda., In the canton Guaranda, Province of Bolívar, period 2018-2022., Aims to improve the administrative management of the security company, using strategies that help to correct the administrative failures that has been evidenced by the lack of strategic planning. The methodology used is based on the accomplishment of surveys that apicado both to the administrative personnel as to the security guards, in addition an interview was conducted To the manager of the company, the current situation of the company was determined to have a point of departure and analysis through the SWOT Matrix of the internal and external context of the organization. The results indicate that the private security company does not have a strategic plan that allows its actors and authorities to improve administrative management through planning and helps the company to define the objectives according to the results obtained from the analysis carried out, determine which are the better actions to take in the budget and time established in the POA to achieve the objectives and be able to reach excellence in the provision of their services. It is recommended that the private security company implement the proposed Strategic Plan to improve its administrative management through the strategies designed and carried out in the established time.

Keywords: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <STRATEGIC PLANNING>, <ORGANIZATION>, <SWOT>, <STRATEGIES>, <MANAGEMENT>, <GUARANDA (CANTON)>.



INTRODUCCIÓN

La planificación estratégica se ha convertido actualmente en un modelo casi de uso obligatorio para las empresas, en donde se manifiesta todo lo que es y representa un negocio; sus objetivos, metas, reglamentaciones sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades con las que cuenta y como hacer un correcto uso de recursos para obtener mejores resultados e inclusive superar los cumplimientos de objetivos. Por otra parte, la gerencia se ha convertido en una herramienta fundamental para conseguir el éxito empresarial, basado que los supervisores, dueños o gerentes empresariales ya no deben ser jefes sino más bien líderes que guíen en conjunto a todos los integrantes de la organización al logro y cumplimiento eficiente de objetivos empresariales.

Entonces se debe impulsar la creación de una planificación estratégica para las organizaciones de tal manera que ayuden a los líderes a tomar las mejores decisiones, o caminos de acción a seguir para conseguir una meta determinada. Finalmente, los planes estratégicos ayudan a identificar a las organizaciones cuáles serán sus diagnósticos situacionales y el desarrollo de estrategias eficientes.

Para ello el presente proyecto investigativo se subdivide por cuatro capítulos:

I: constituido por el problema, su planteamiento, su limitación; por la justificación y los objetivos.

II: constituido por el Marco Teórico que está integrado por los antecedentes investigativos, reseñas históricas de la empresa, las variables de la investigación, la idea a defender y las teorizaciones requeridas que fundamentan la investigación y son la base para realizar la propuesta.

III: en donde consta la modalidad y tipo de investigación, utilizada la población y muestra de la presente investigación y los resultados del proceso investigativo es decir la comprobación de la idea a defender.

IV: constituido por la propuesta de mejora de la problemática en cuestión, cuyo tema es el diseño de un plan estratégico para la compañía “SEGURIVANOV”.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

La Planificación Estratégica es un concepto que ha ido evolucionando con el paso de tiempo, el mismo que fue utilizado desde las antiguas civilizaciones, pero no era visto desde una perspectiva empresarial sino más bien como herramienta para crear tácticas de guerra. Hoy en día el mayor reto para los dirigentes de toda empresa radica en tener la capacidad de subsistir y progresar ante la inestabilidad e incertidumbre que se produce en el ambiente cambiante con el que interactúa, provocado principalmente por los acelerados cambios tecnológicos y las tendencias de globalización, competencia y exigencias en los mercados en el mundo.

Por lo que la planeación estratégica representa un recurso importante, porque a través de ella es posible dar una mejor respuesta a los cambios del ambiente, ya que permite adquirir un concepto más claro de la organización, al brindar una perspectiva certera de la situación actual de los elementos que la rodean y un enfoque preciso del destino al que se desea llegar.

Se hace necesario que, en el país, se incentive la implantación de aspectos y conceptos de planificación, en razón de que son pocas las empresas que se interesan en adelantarse al futuro y las compañías de seguridad con más razón debido a la existencia de un problema de inseguridad que vive el país, el cual ha afectado de manera grave a toda la ciudadanía; además de la insuficiencia de recursos humanos, técnicos y materiales de que carecen los gobiernos, y no solo para proteger al habitante común, sino también a las instituciones públicas y privadas, organizaciones y empresas sociales. Motivo por el cual en los últimos años la seguridad privada ha ganado un lugar de relevancia en el país por sus cifras en ventas de servicios prestados y por la tasa de crecimiento, sin dejar a un lado que es uno de los principales generadores de fuentes de empleo formal, en un aporte sustancial de la situación general de la seguridad del país.

La falta de planificación, estrategias, políticas, ha impedido que el personal de la empresa sea participe de las actividades de la institución, con el fin de preservar los contratos que se mantiene vigentes con las instituciones que solicitan el servicio; por ello es fundamental que la gerencia considere este factor como indicador relevante, creando

nuevas políticas e incentivos para sus empleados con el fin de generar confianza en los clientes.

Por otra parte es innegable que en los últimos años la tecnología se ha convertido en una herramienta fundamental de trabajo para toda persona que trabaja en el área de seguridad, facilitando así las actividades que se desarrollan, por ende es esencial que las personas que realizan esta función deben conocer la importancia de la utilización de esta herramienta para mejorar su trabajo y brindar un servicio de calidad a los usuarios que solicitan el servicio de custodia de valores.

Se puede predecir que si no se mejora la gestión administrativa de La compañía de seguridad privada “SEGURIVANOV” CIA. LTDA., finalmente se perdería la confianza de sus empleados y de los clientes, lo que generara perdidas para la empresa, por las razones expuestas se considera importante la implementación del plan estratégico.

1.1.1 Formulación del Problema

El diseño de un plan estratégico de qué manera contribuirá en la gestión administrativa de la compañía de seguridad privada “SEGURIVANOV” CIA LTDA, del Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar; en el período 2018-2022

1.1.2 Delimitación del Problema

La presente investigación tendrá la siguiente delimitación:

- **Área:** Administrativa
- **Contenido:** Plan Estratégico
- **Delimitación espacial:** Compañía de Seguridad Privada “SEGURIVANOV” Cía. Ltda”
- **Provincia:** Bolívar
- **Cantón:** Guaranda
- **Temporal:** 2018-2022

1.2 Justificación del problema

La seguridad privada es un servicio que se expande en virtud de la incapacidad del Estado para promover seguridad pública, cada vez más las actividades de seguridad privada se consolidan como parte del sector de servicios, insertadas en la lógica de mercado, para las cuales hay demanda suficiente para su crecimiento y fortalecimiento.

Se pudo verificar que la compañía de estudio no cuenta con un plan estratégico; por lo cual al elaborar esta investigación “SEGURIVANOV” CIA. LTDA., producirá beneficios ya que tendrán la capacidad de hacer una gestión más eficiente y eficaz; con ello se sabrá la situación actual de la compañía, cuales son los propósitos a futuro y se podrá detectar de una manera más exacta los problemas y riesgos que se pueden ocasionar durante las labores empresariales.

La presente investigación es necesaria por cuanto se va a poder determinar la importancia que tiene la planificación estratégica en la gestión administrativa de la compañía, mismo que va a permitir recuperar y fomentar la credibilidad en el mercado y así incrementar un mayor número de clientes como también su capital.

Esta investigación es viable puesto que se cuenta con los elementos necesarios: económicos, disponibilidad de tiempo y apertura para realizar este trabajo considerando las necesidades institucionales por cuanto la implementación de la planificación estratégica juega un papel primordial en el desarrollo de la misma. La limitación principal para realizar este estudio es la distancia, ya que la empresa se encuentra localizada en la ciudad de Guaranda.

Este proyecto generará un gran impacto, por cuanto permitirá elaborar estrategias de solución para mejorar la gestión administrativa de la empresa de seguridad privada SEGURIVANOV Cía. Ltda.

El proyecto es factible porque se cuenta con bibliografía especializada y actualizada, la colaboración de los funcionarios y clientes de la empresa. Se dará solución mediante la aplicación de estrategias determinando la importancia que genera está en la gestión administrativa.

Los beneficiarios directos de la investigación son el gerente, los empleados administrativos y operativos, los clientes de la empresa de seguridad privada SEGURIVANOV Cía. Ltda., en la ciudad de Guaranda, período año 2018 - 2022, e indirectamente la comunidad en general.

Para realizar el presente plan estratégico para la compañía se iniciará identificando lo que anhela y precisando con claridad los propósitos que se proyectan, con informaciones relevantes y doctrinas claras.

El diseño del plan estratégico que es de ayuda para el crecimiento de la eficiencia y eficacia de la compañía contará con:

Resumen Ejecutivo

Misión y Visión

Análisis Interno y Externo (FODA)

Objetivos

Estrategias

Políticas

Plan de Acción

Presupuesto

Seguimiento

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Diseñar el Plan Estratégico de la Compañía de Seguridad Privada “SEGURIVANOV” CIA. LTDA., en el Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar, periodo 2018-2022, para que permita mejorar la gestión administrativa de la compañía.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Definir el marco teórico para que sustente teórica y científicamente el desarrollo de las variables de investigación, marco metodológico para el desarrollo de métodos y técnicas que facilite la elaboración del plan estratégico.
- Elaborar un diagnóstico situacional de la compañía, servicios de seguridad, vigilancia, investigación y protección privada “SEGURIVANOV” CIA. LTDA., con el fin de verificar sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades.
- Desarrollar estrategias que aporten al proceso estratégico, operacional para alcanzar una excelente gestión administrativa.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes investigativos

En el trabajo de titulación: Diseño de un plan estratégico para la compañía de transporte pesado “RÍO ANZU S.A.”, del cantón Carlos Julio Arosemena Tola, de la provincia de Napo, período 2017-2022; en una de sus conclusiones menciona:

Se ha podido preparar el plan estratégico de la compañía donde se evidencian las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas a las que se enfrenta la organización en las que se determinaron los factores claves de éxito, así como elementos que necesitan ser fortalecidos principalmente con el uso de herramientas administrativas para una adecuada toma de decisiones.(Edwin, 2017)

En el trabajo de titulación titulado: Plan Estratégico para el Desarrollo Institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Sinaí, provincia de Morona Santiago, período 2017 – 2020; en una de sus conclusiones menciona:

El presente trabajo debe ser tomado como un referente en el diseño de esta importante herramienta como es el plan estratégico por cuanto la información proporcionada en él refleja la realidad de la institución sujeta a investigación.(Chocho, 2017)

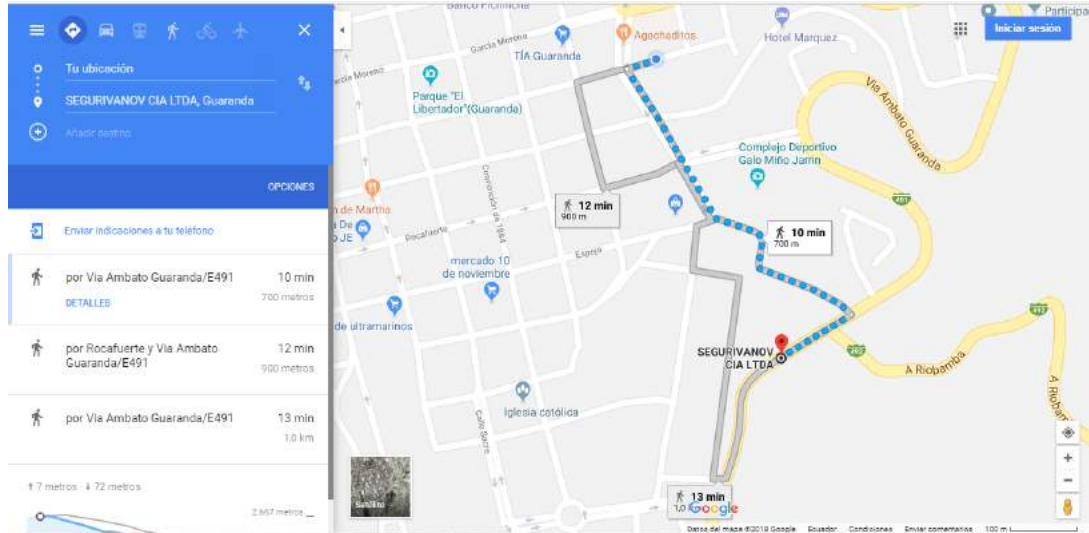
2.1.1 Reseña histórica



Segurivanov Cía. Ltda. – empresa de Seguridad Privada

Ecuador Provincia Bolívar Cantón Guaranda

Fuente: Empresa "Segurivanov" Cía. Ltda., 2018



La Compañía de Seguridad Privada SEGURIVANOV CIA LTDA, es una empresa legalmente constituida bajo la figura de Responsabilidad Limitada, creada por el Tecnólogo Dennis Rafael Cocha Romero hace 4 años como un emprendimiento familiar al retirarse de la Policía Nacional del Ecuador.

Dedicada a la comercialización de equipos tecnológicos especializados en la rama de seguridad privada, debido a los bajos niveles de seguridad que dan inicio a un alto índice de delincuencia alteración del orden público y daños a la infraestructura de las viviendas. El mismo que cumple con todos los requerimientos exigidos por la Ley de Compañías para prestar servicios de seguridad privada, y fue aprobada por la Superintendencia de Compañías.

La Empresa Segurivanov Cía. Ltda. se encuentra ubicada en la avenida Elisa Mariño de Carvajal en el Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar, La misma que inicia sus operaciones en el año 2012, con ventas e instalaciones de sistemas de seguridad integral, es decir: cámaras, alarmas, cercas eléctricas, controles de acceso, rastreo vehicular, estudios y diagnósticos de seguridad, análisis de riesgo, salud ocupacional, con el fin de brindar seguridad a la comunidad Guarandeña buscando convertirse en una empresa líder y pionera en la Provincia de Bolívar, por ser la primera y única en la actualidad en brindar un servicio integrado de seguridad privada, de esta manera a generando muchas plazas de

empleo, y contribuyendo con la seguridad ciudadana, realizando varios convenios interinstitucionales enmarcados en la Constitución Política del Estado, del buen vivir y convivencia pacífica.

En la actualidad la empresa de seguridad privada antes mencionada cuenta con más de 187 trabajadores en diferentes provincias del Ecuador ocupando cargos como Agentes de Seguridad Privada, Supervisores, personal administrativo entre otros, resultados positivos en la trayectoria de Segurivanov Cía. Ltda. Gracias a los protocolos de seguridad con lo que se rigen como empresa privada, brindando cada vez un mejor servicio a la colectividad.

Marco legal

El presente trabajo se enmarca en la constitución del Ecuador y la ley de vigilancia y seguridad privada

LEY DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD PRIVADA

Ley 12

Registro Oficial 130 de 22-jul.-2003

Estado: Vigente

EL CONGRESO NACIONAL

Considerando

Que en el país existen innumerables compañías que se dedican a la prestación de servicios de vigilancia y seguridad privada;

Que, por la naturaleza e importancia de dichos servicios, es indispensable que el Estado cuente con un marco jurídico adecuado, que permita la regulación y control de las compañías de vigilancia y seguridad privada;

Que la prestación de los servicios de vigilancia y seguridad privada debe orientarse a disminuir las amenazas que puedan afectar la vida, la integridad personal y el pleno ejercicio de los legítimos derechos sobre la propiedad y bienes de las personas que reciban tales servicios, sin invadir la órbita de competencia privativa reservada a la fuerza pública.

Del control de las compañías de vigilancia y seguridad privada.

Art. 17.- Las compañías de vigilancia y seguridad privada estarán sujetas al control y vigilancia del Ministerio de Gobierno y Policía, conjuntamente con la Superintendencia de Compañías de conformidad con la Ley de Compañías.

Art. 18.- La Superintendencia de Compañías notificará, en forma inmediata, la disolución de las compañías de vigilancia y seguridad privada al Ministerio de Gobierno y Policía para los fines legales pertinentes.

Art. 19.- La Secretaría Nacional de Telecomunicaciones autorizará a las compañías de vigilancia y seguridad privada la utilización de equipos y frecuencias de radiocomunicación; y, la Superintendencia de Telecomunicaciones realizará el control técnico de los mismos. La concesión de frecuencias se efectuará siempre y cuando no interfieran con las de la Fuerza Pública, de conformidad con lo establecido en la Ley Especial de Telecomunicaciones.

Art. 4.- Vigilancia Fija. - Las compañías de vigilancia y seguridad privada bajo la modalidad de vigilancia fija son exclusivamente responsables de los puestos de vigilancia, que, de conformidad con las recomendaciones de seguridad y las disposiciones legales, se establezcan con el objeto de brindar protección permanente a las personas naturales y jurídicas, bienes muebles o inmuebles y valores en un lugar o área determinada.

Art. 8.- Capacitación del Personal. - Las compañías de vigilancia y seguridad privada pueden establecer centros de capacitación y formación de personal de vigilancia y seguridad privada, para lo cual requieren de la aprobación de un pensum y certificación de funcionamiento extendidos por el Ministerio de Gobierno y Policía, previo informe del Departamento de Control y Supervisión de las Compañías de Seguridad Privada y posterior registro en el Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas.

Modalidades de los servicios de vigilancia y seguridad privada.

Art. 4.- Vigilancia Fija. - Las compañías de vigilancia y seguridad privada bajo la modalidad de vigilancia fija son exclusivamente responsables de los puestos de vigilancia

que, de conformidad con las recomendaciones de seguridad y las disposiciones legales, se establezcan con el objeto de brindar protección permanente a las personas naturales y jurídicas, bienes muebles o inmuebles y valores en un lugar o área determinada.

Art. 5.- Vigilancia Móvil. - Las compañías de vigilancia y seguridad privada bajo la modalidad de vigilancia móvil, podrán prestar servicios a través de puestos móviles, sistemas de monitoreo de central para recepción, verificación y transmisión de señales de alarmas o guardias, con el objeto de brindar protección a personas y bienes en sus desplazamientos.

Art. 6.- Investigación Privada. - Las compañías de vigilancia y seguridad privada bajo la modalidad de investigación privada, podrán realizar investigaciones sobre el estado y situación de personas naturales o jurídicas y/o sus bienes, que no revistan carácter penal y de seguridad nacional; previo el acuerdo de las partes contratantes, a cambio de una retribución económica, por concepto de los servicios prestados, con estricta sujeción a la Constitución Política de la República y a las leyes.

Del control de las compañías de vigilancia y seguridad privada.

Art. 20.- Control del Ministerio de Gobierno y Policía. - Otorgado el permiso de operación por parte del Ministerio de Gobierno y Policía, este podrá disponer en cualquier momento y circunstancia inspecciones de supervisión y control a las compañías de vigilancia y seguridad privada, por intermedio del Departamento de Control y Supervisión de las compañías de Seguridad Privada de la Inspectoría General de la Policía Nacional, inspección y control que versará sobre el área de su competencia.

El Ministerio de Gobierno y Policía podrá imponer a las compañías de vigilancia y seguridad privada, cualquiera de las sanciones establecidas en el artículo 23 de la Ley de Vigilancia y Seguridad Privada, previo informe debidamente fundamentado de la Policía Nacional.

Art. 22.- Control del Comando Conjunto de la Fuerzas Armadas. - El Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas realizará el control y seguimiento del armamento autorizado para el uso de las compañías de vigilancia y seguridad privada de conformidad con la Ley de Fabricación, Importación, Comercialización y Tenencia de Armas, Municiones, Explosivos y Accesorios y su reglamento.

De las sanciones.

Art. 23.- Infracciones Administrativas. - A fin de dar cumplimiento al Capítulo V de la Ley de Vigilancia y Seguridad Privada, los representantes legales y/o administradores de las compañías de vigilancia y seguridad privada, que incurrieran en infracciones de carácter administrativo, sin perjuicio de las acciones civiles y penales a que hubiere lugar, serán sancionados de la siguiente manera:

Con amonestación escrita:

1. Falta de presentación de los reportes periódicos establecidos en el artículo 15 de la Ley de Vigilancia y Seguridad Privada, dentro de los plazos de entrega previstos en este reglamento.
2. No dotar al personal de la credencial de identificación actualizada para su servicio
3. Utilización de los grados jerárquicos e insignias de la fuerza pública para denominar a su personal;

Con multa de doscientos a seiscientos dólares de los Estados Unidos de América:

1. Contratación de personal sin cumplir con los requisitos, prohibiciones y obligaciones establecidos en los artículos 4, 5, 6 y 13 de la Ley de Vigilancia y Seguridad Privada y las disposiciones del presente reglamento.
2. Falta de control al personal en lo referente al uso de uniformes.
3. La utilización de balizas y otros sistemas destinados al uso de la fuerza pública.
4. Reincidencia al cometer una de las infracciones administrativas previstas en la letra a) del presente artículo;

Con suspensión temporal de quince a treinta días de operación:

1. Falta de contratación de una póliza de seguro de responsabilidad civil de daños contra terceros, de conformidad con el presente reglamento.
2. Falta de contratación de una póliza de seguro de vida y de accidentes personales a favor de su personal de conformidad con el presente reglamento.
3. Reincidencia en la comisión de las infracciones administrativas previstas en la letra b) del presente artículo.(NACIONAL, 2003)Según la ley de vigilancia y seguridad privada de Ecuador, obliga a todas las empresas que se dedica a brindar servicios de seguridad privada a seguir varios tipos de procedimientos legales y exigir a sus trabajadores el

estricto cumplimiento de los requisitos requeridos por la ley, de igual manera las empresas se ven obligas a presentar informes semestrales sobre los contratos mantenidos con el sector público y privado y poder justificar el buen uso del permiso de operaciones otorgado por el Ministerios del Interior .

Servicios que presta la empresa.

En la actualidad la empresa SEGURIVANOV Cía. Ltda., cuenta con los productos y servicios de:

Sistema de seguridad integral.

- Alarmas
- Cámaras de Video Vigilancia CCTV
- Cercas Eléctricas
- Sistemas Biométricos
- Sistema Contra Incendios

Seguridad y vigilancia privada.

- Guardias armados y debidamente capacitados las 24 horas
- Custodia de valores y bienes

Protección personal.

- Protectores entrenados y armados con equipo de comunicación
- Protección con equipos y vehículos de seguridad
- Monitoreo de protección personal a través del centro de operaciones

Capacitación y entrenamiento.

- Protección VIP “personas importantes”
- Conducción evasiva
- Capacitación en seguridad de acuerdo a su problemática

Servicios adicionales de seguridad integral.

- Estudios de seguridad integral en instituciones públicas y privadas
- Diagnóstico de seguridad objetiva
- Análisis y evaluación de riesgos reales y potenciales
- Auditorias de seguridad

- Consultorías en seguridad
- Servicios de investigación privada
- Investigación inmediata en caso de actos ilícitos.

2.1.2 Normativas propuestas para la Compañía “SEGURIVANOV”

Primero una normativa es algo que obligatoriamente se debe cumplir y generalmente toda empresa u organización tienen sus propias normativas según sus propias conveniencias o su naturaleza.

Al ser en primer lugar una CIA LTDA, y dedicada a brindar servicios de seguridad privada se proponen las siguientes normativas a todos los miembros de la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA.

Cero tolerancias ante peculado

Descuento del 2% del salario por cada media hora de retraso

Descuento del 7% del salario en caso de faltas injustificadas

Comunicación constante; es decir comunicar que novedades existen y que todos los trabajadores ejecuten tareas en conjunto y colaboren con sus demás compañeros; en caso de existir un trabajador que no colabore con el resto e hará saber al área administrativa para que aplique una multa o llamado de atención según la gravedad del caso.

Contar con un fondo de reserva o “caja chica” en caso de que sucedan problemas no planificados

Regularizar y monitorear que la guardianía se encuentre en su puesto de trabajo

Comprometer al personal de guardianía, para que en la empresa donde desarrolle su trabajo sea un apoyo adicional.

En lo posible comunicar resultados de campañas sociales a la comunidad

En lo posible hacer reuniones con la comunidad para conocer las principales necesidades que existan en el entorno y en la población aledaña.

En caso de agresión a un compañero de trabajo o a un cliente se descontará el 50% del salario, y el caso será estudiado por la administración, para ver si las personas involucradas continúan en la compañía o son retiradas de la misma.

La compañía debe hacerse responsable de pagar horas suplementarias y horas extras a los trabajadores en caso de que sobrepasen su horario laboral.

Cumplir puntualmente con pagos arancelarios y tributarios al Gobierno, GAD, municipio, etc.

Ejecutar semestral o anualmente campañas sociales en la región

No alterar o destruir la ecología del entorno al momento de brindar servicios de limpieza.

Utilizar materiales que no sean contaminantes para el medio ambiente

Reutilizar materiales; básicamente para dos objetivos el primero reducir gastos y costos productivos y el segundo preservar el medio ambiente.

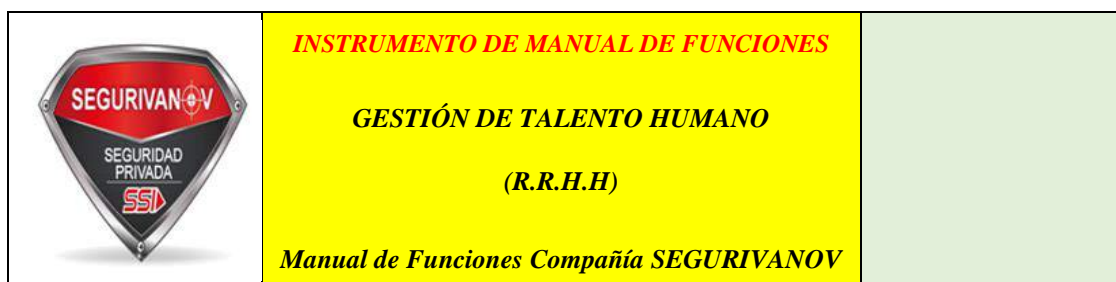
En lo posible innovar los servicios que se brindan a los clientes

Escuchar a todos los miembros de la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA para que propongan mejoramientos a la compañía; lo cual puede hacerse por medio de reuniones generales trimestrales.

2.1.3 Manual de Funciones para la compañía “SEGURIVANOV”

Figura 1 - 2: Manuales de funciones propuestos Compañía “SEGURIVANOV”

: Manuales de funciones propuestos Compañía “SEGURIVANOV”



		“S EG UR ID AD PR IV AD A”
--	--	-------------------------------------------------------------------

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
<i>Denominación del Cargo: ÁREA ADMINISTRATIVA (ADMINISTRADORES)</i>
<i>Superior Inmediato: Todos los miembros o la junta de la compañía SEGURIVANOV</i>
<i>Departamento: Administrativo</i>
<i>Personas a cargo: 2</i>

II. NATURALEZA DEL CARGO

Estas dos personas son las que representan y tomas las decisiones en la compañía “SEGURIVANOV” administran, y hacen la gestión administrativa de la compañía; y son ellos los que al final deciden si se aceptan propuestas de mejoramiento.

III. FUNCIONES

Deben tomar decisiones eficientemente

Estudiar los diversos factores tanto interno como externo que influyen en la compañía SEGURIVANOV; para en base a dichos conocimientos obtener un direccionamiento estratégico.

Realizar un análisis o diagnóstico situacional previo antes de tomar decisiones importantes.

Monitorear las acciones de los trabajadores

Coordinar las actividades para que no existan cruces ni procesos burocráticos.

Evaluar resultados de forma periódica.

Preocuparse por brindar capacitaciones a los miembros de la Compañía

Ser líderes y guiar a todo el personal y a la compañía en conjunto al éxito y al logro de los objetivos empresariales propuestos.

IV. RESPONSABILIDADES

Ser representantes organizacionales de la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA

Ser líderes, guías y apoyos para el resto del personal y miembros de la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA.

Evaluar su trabajo y el de sus compañeros

Auto motivarse y motivar al resto del personal

Establecer premios y sanciones laborales

V. OBLIGACIONES

Ambos son personas naturaleza que se convierten en representantes legales de la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA.

Cumplir con las normativas institucionales propuestas

Honestidad y cero “peculado” prohibido el enriquecimiento ilícito, justificarse los ingresos provenientes.

Fuente: Compañía SEGURIVANOV

Elaborado: Jersson Silva, 2018



INSTRUMENTO DE MANUAL DE FUNCIONES

GESTIÓN DE TALENTO HUMANO

(R.R.H.H)

Manual de Funciones Compañía SEGURIVANOV

**“S
EG
UR
ID
AD
PR
IV
AD
A”**

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Denominación del Cargo: Área de Guardianía y Seguridad

Superior Inmediato: Área Administrativa

Departamento: R.R.H.H Talento Humano

Personas a cargo: 22

II. NATURALEZA DEL CARGO

Se encargan de brindar servicios de guardianía y seguridad a empresas, organizaciones o personas externas.

III. FUNCIONES

Servir y proteger

Acudir y dar opiniones en las reuniones generales de la compañía SEGURIVANOV
Cuidar, mantener, preservar y reparar los insumos dados recibidos por parte de la compañía para brindar un servicio de guardianía y seguridad de calidad.

Cumplir con los horarios de trabajo de la compañía y de su lugar de trabajo.

IV. RESPONSABILIDADES

Es responsable y tiene la libertad suficiente para tener voz y voto para la adquisición de materiales o artículos nuevos y tecnológicos en el servicio de guardianía y seguridad.

Responsable de representar a la compañía ejerciendo sus labores en organizaciones externas; por tanto debe comprometerse a trabajar eficientemente para quedar bien él o ella y hacer queda bien a la compañía que representa.


V. OBLIGACIONES

Reducir los riegos en su labor; es decir anticiparse a las catástrofes, para mitigar los problemas.

Trabajar con honestidad

Fuente: Compañía SEGURIVANOV

Elaborado: Jersson Silva, 2018

	<p>INSTRUMENTO DE MANUAL DE FUNCIONES</p> <p>GESTIÓN DE TALENTO HUMANO</p> <p>(R.R.H.H)</p> <p><i>Manual de Funciones Compañía SEGURIVANOV</i></p>	
-------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

		“S EG UR ID AD PR IV AD A”
--	--	-------------------------------------------------------------------

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
<i>MANUAL DE FUNCIONES ALTERNO</i>
<i>Superior Inmediato: Área Administrativa</i>
<i>Departamento: R.R.H.H Talento Humano</i>
<i>Personas a cargo: Dependiendo de las ocupaciones</i>

II. NATURALEZA DEL CARGO

Este manual de funciones será ocupado únicamente, cuando el área de guardianía y seguridad se encuentre desocupada o libre; es decir no esté ubicado en alguna institución, persona o empresa.

III. FUNCIONES

Ser auxiliar en la compañía SEGURIVANOV en cualquiera de las áreas
Ayudar a tomar decisiones en base a su experiencia en los servicios de guardianía y seguridad.
Capacitarse constantemente para fortalecer la excelencia en sus servicios y aumentar las probabilidades de ser subcontratado por una organización externa.

IV. RESPONSABILIDADES

Fidelidad a la organización
Colaborativo a todo nivel
Responsable de aumentar las relaciones interpersonales entre todos los miembros de la compañía SEGURIVANOV.

V. OBLIGACIONES

Trabajar con honestidad
Convertirse en un auxiliar momentáneo

Fuente: Compañía SEGURIVANOV
Elaborado por: Jersson Silva, 2018

2.2 Fundamentación teórica

El marco teórico a niveles más científicos y concretos, comprende la ubicación del problema en una determinada situación histórico – social, sus relaciones con otros fenómenos, la relaciones de los resultados por alcanzar con otros ya logrados, como también definiciones de nuevos conceptos, redefiniciones de otras clasificaciones y tipologías por usar(Bernal C. , 2015).

A continuación, se muestran cada una de las bases teóricas utilizadas, las cuales fundamentan la investigación y serán la base para la elaboración de la propuesta.

2.2.1 La Planificación

La planificación se convierte, para cada persona, en un proceso que hace parte de su vida cotidiana, por cuanto determina aquello que va a realizar durante el día, durante el año o a lo largo de su vida (Guzmán et al. ,2013).

La planificación es prever las cosas que pueden suceder, antes de que sucedan, aunque lo anterior mencionado es redundante, es la realidad, puesto que adelantarse a la realidad, no es algo nuevo históricamente se ha utilizado en las guerras y conquistas analizando las batallas antes de que sucedan con el análisis de los lugares específicos donde se irán a desarrollar dichos combates para de esta manera tener ventajas sobre los enemigos con el conocimiento del entorno y las ventajas que se puede obtener de él.

La planificación es aplicable a muchos de los ámbitos humanos y animales ya sea en ámbito económicos, empresariales, tácticos, humanísticos, éticos, razonables, financieros, reproductivos, etc. Por otra parte, la planificación se convierte en las diversas proyecciones que se espera de alguna actividad específica o esencial, estableciendo diversos planes de acción u operacionales que se ejecutan cuando se desarrolla alguna actividad para que todos y cada uno de los procesos y requerimientos vayan de acuerdo a los planes, así cumpliendo efectivamente los objetivos que se tuvo desde un inicio (Fernández, 2010).

En otras palabras, el autor quiere decir que la planificación es la primera acción que se ejecutan en el proceso de la administración de empresas; puesto que las empresas primero planifican sus actividades y proceso y establecen objetivos, para tiempo después organizar en orden sus labores, después coordina los esfuerzos laborales, e inspeccionan cada labor para que vaya de acuerdo a lo planificado, para finalmente evaluar los resultados después de un lapso específico de tiempo.

Finalmente, la planificación son los modelos que se tiene de la realidad e indican las pautas y comportamientos que restringen o delimitan ciertas acciones.

2.2.1.1 Tipos de Planificación

Existen tres tipos de planificación:

- a. Planificación a corto plazo, temporal o inmediata, en la cual se establecen periodos de dos o tres años para este tipo de planificaciones y señala que cuanto menor sea su periodo de vigencia, mayor tendencia a centrar su análisis en aspectos cuantitativos y de resolución inmediata.

b. Planificación intermedia, táctica o a medio plazo, estas son planificaciones puntuales y concretas. Su duración no debe sobrepasar los cuatro años.

c. Planificación estratégica o a largo plazo. Según (Frau, 2011)

Los tipos de planificación mencionados anteriormente son únicamente tipos de planificación de acuerdo al tiempo.

Existen otros tipos de planificación como:

Planificación de Conflictos o guerras, cuando se comenzaron a estudiar las guerras, hace muchísimos años analizaban las formas de los enfrentamientos, pensando en seguir una serie de tácticas las cuales podrían colocarlos en condiciones de vencer más fácilmente.

Planificación táctica; analiza cada paso a seguir tanto de uno mismo como la de los enemigos, analiza el entorno de la lucha y busca obtener ventajas del entorno y estudia a los enemigos para conocer sus puntos débiles.

Planificación engañosa; este tipo de planificación no es muy conocida, puesto que es clasicista, y manifiesta que se debe engañar al enemigo, el ejemplo más claro de este tipo de planificación es la del “Caballo de Troya”, es decir engañar al enemigo haciéndole creer superior mientras se analizan sus debilidades, y atacar cuanto no se espera; “atacar por sorpresa”.

Planificación Humanística, Se tratará de la Planificación Didáctica, es decir la planificación de aula, sus modelos, momentos y características.

Planificación Antropológica, diversos estudios de la humanidad, sus orígenes y el entendimiento de sus maneras de comportarse frente a ciertas situaciones.

Planificación de la Vida, planificar todos los modelos de comportamiento; es decir saber cuáles serán los principios conductuales sobre los cuales se va a regir una persona, para delimitar sus acciones y prioridades.

Planificación Ética, elaborar planes para que las personas adquieran valores como la honestidad, empatía, comprensión y asertividad.

Planificaciones Empresariales, son la hoja de ruta sobre la que se escribe el futuro del negocio. Igual que sucede en el ámbito de los proyectos, esta preparación previa a la ejecución, el análisis y estructuración que precede a la toma de acción es vital para minimizar el riesgo y apuntar hacia el éxito.

Planificación Comercial, busca la mejor manera de realizar la comercialización de productos, los canales de distribución y busca obtener las mejores negociaciones para que las empresas obtengan grandes ventajas como el aumento de ventas, reducciones de gastos e incremento de rentabilidades

Planificación Estratégica, es un proceso sistemático de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos u objetivos.

2.2.1.2 Niveles de Planificación

Los niveles de planificación son:

Plan de sistema. - es un plan que engloba todos los proyectos que deben ser abordados para dotar de sistemas en un área específica del negocio.

El plan general de desarrollo de un sistema. - es aquella parte del plan de sistema que corresponde a dicho sistema. En él muestran los planes para las fases que abran de ser cumplidas para llevarlo a término.

El plan para el resto del proyecto.- al presentar el plan detallado de una fase se deberá incluir la proyección hasta el final del proyecto o como mucho lo denomina el plan para el resto de proyecto(Llorens, 2005).

2.2.1.3 Importancia de la planificación

La planificación ayuda a los empresarios a mejorar las probabilidades de que la empresa logre sus objetivos. Así como también a identificar problemas claves, oportunidades y nuevas estrategias(Bastidas, 2009).

Existen diversos factores sobre los cuales radica la importancia de la planificación en las empresas; los cuales se explican a continuación:

Figura 2 - 2: Importancia de la Planificación.



1) Define los planes de acción para ejecutar tareas.



2) Establece mediciones cuantitativas y cualitativas en el logro de objetivos.



3) Ayuda a entender el ámbito interno y externo de las organizaciones.



4) Sirve para crear estrategias competitivas, mejorando los procesos productivos.



5) Prevee cada una de las posibilidades en un futuro distante y las gestiona.



6) Analiza la situación actual y corrige algunas de las definiciones del negocio.

Fuente: www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10983/3/anexoModulo1_clase2.pdf
Elaborado: Jerisson Silva, 2018

2.2.2 Las estrategias.

Estrategia es el arte de proyectar, ordenar y dirigir grandes movimientos de masas; (Gonzales; V , 2001).

Una estrategia analiza la situación actual, pasada y futura de las organizaciones estableciendo las principales debilidades y fortalezas de las organizaciones y del medio analiza y estudia las amenazas u oportunidades; ya con todos estos conocimientos establece tácticas y actividades para ejecutar ciertas funciones empresariales, especialmente en el ámbito comercial, toma de decisiones, competitividad, mejoramiento de procesos administrativos, negociaciones, talento humano y para mejorar las actividades funcionales de la empresa.

En otras palabras, la estrategia es el estudio constante de situaciones que pueden ayudar o perjudicar a una organización; y es trabajo de la administración saber utilizar los

resultados que dejan las estrategias, para tomar las mejores decisiones empresariales, es decir elegir el mejor camino para conseguir objetivos empresariales.

Las empresas pueden tener una o varias estrategias lo recomendable es tener varias estrategias, ya que si solo se concibe una sola estrategia la misma rige a cada área de la empresa, sabiendo que cada empresa persigue objetivos diversos y diferenciales; en cambio si se tuviese varias estrategias será mejor para controlar mejor las actividades; ejemplo: una estrategia para los recursos humanos, para que la selección del nuevo personal sea excelente y elegir a trabajadores según sus habilidades y aptitudes; estrategia gerencial, estrategia que manifiesta que se deben analizar todos y cada uno de los resultados y las posibilidades de éxito para allí elegir el mejor camino a seguir; estrategia en el área de producción, saber gestionar los recursos, eliminar los residuos o desperdicios y producir con calidad; estrategias comerciales, elegir las mejores maneras de comercializar y dar a conocer el producto, de esta manera aumenta las posibilidades de compra y venta por parte de los consumidores o mayoristas; estrategias de control o inspección, manifiesta que cada tarea o labor ejecutada debe ser controlada, para verificar que no exista ningún tipo de novedad y así se pueda cumplir a cabalidad con los objetivos propuestos por una organización(Bermeo, 2010).

Finalmente, una estrategia se fundamenta en la superación constante; es decir ir más allá del cumplimiento de los objetivos empresariales o como se denomina “superar las propias expectativas” en sí con el conocimiento de las situaciones tanto internas como externas, se puede establecer tácticas para un mejoramiento constante, haciendo crecer a las organizaciones.

2.2.2.1 Importancia de las estrategias

La estrategia empresarial es posiblemente el factor más importante a tener en cuenta a la hora de escoger una empresa en la que invertir nuestros ahorros. La elección de una estrategia determinará los objetivos a largo plazo de una compañía, así como la adopción de medidas y utilización de los recursos necesarios para lograr esos objetivos. El objetivo principal de la estrategia es asegurar la supervivencia y la prosperidad de la compañía a largo plazo. La estrategia tiene que responder a la pregunta: ¿Cómo crea valor la compañía?(Valdez, 2005).

Existen dos tipos de estrategia que influirán de manera decisiva en los beneficios futuros de la compañía, que son la estrategia de negocio y la estrategia corporativa.

La Estrategia Corporativa

La estrategia corporativa comprende los sectores y mercados en los que la compañía decide competir. En otras palabras, ¿en qué industrias debe competir la compañía? Las decisiones sobre estrategia corporativa incluyen inversiones en diversificación, integración vertical, fusiones y adquisiciones y la asignación de recursos entre los diferentes negocios de la compañía.

La Estrategia de Negocio

La estrategia de negocio se centra en la manera que tiene una empresa de competir en un sector o mercado particular. Si una compañía tiene éxito y prospera en una industria, ésta puede establecer una ventaja competitiva sobre sus rivales. Por ello, a la estrategia de negocio también se le llama estrategia competitiva. Esta estrategia debe responder a la pregunta: ¿De qué manera ha de competir la compañía?(Rakia España, 2008)

2.2.2.2 Aplicación de las estrategias en diversos ámbitos

Al hablar de las estrategias en todos los aspectos se refiere a las aplicaciones que tiene las estrategias o los tipos de estrategia que se puede aplicar en los diversos ámbitos de la humanidad como pueden ser empresariales, éticos, económicos, etc.

A continuación, se detalla la aplicación de estrategias en diversos ámbitos

Figura 3 - 2: Las estrategias en diversos ámbitos



Fuente: Libro; Diccionario Estratégico empresaria / (Manso, 2003)

2.2.3 La planificación estratégica

Es el conjunto de elemento que permite alcanzar los objetivos previsto, este documento llamado también estrategia debería incluir objetivos, normas, medidas de actuación, planes de acción, indicadores y responsable(Muñiz, 2009).

Normalmente permite marcar las directrices, objetivos y medidas de actuación para un período de tiempo de dos o tres años, es decir un medio plazo, ya que ir más allá de estos plazos resta credibilidad a los dados.

La planificación estratégica requiere escoger o elegirse por un ejercicio o conjunto de acciones, la planificación siempre será un proceso dudoso, con un gran elemento humano, por muchos juicios y modelos que se empleen al momento de elegir el futuro.

En la planificación estratégica, este momento se conoce también como momento preceptivo, necesariamente porque este orientado al procedimiento de reglas y ordenamientos institucionales; sino porque está agrupado a unos modeladores de tipo normativos. En expresión común planear significa precisar y fundar una sucesión de gestiones encaminados a la producción de una o varias secuelas, encuadrados en un tiempo determinado(Ubaldo, 2012).

La planificación estratégica también es un proceso que pretende, de inicio establecer un sistema de objetivos coherentes fijando sus prioridades; determinar los medios apropiados para la consecución de dichos objetivos con lo que asegurarán la efectiva ejecución de estos medios para alcanzar los objetivos señalados(Valdez, 2005).

En simples palabras la planificación estratégica es como un sumario que coloca a la orientación de una organización a lograr sus objetivos lo cual quiere decir que hay que pasar por una serie de gestiones que le permitan establecer la estrategia o estrategias para alcanzar algo deseado.

Es un instrumento de encargo empresarial que tiene como base el edificar un futuro deseado pero realizable, fundamentado en el comportamiento del medio y la capacidad de resistencia por parte de la competencia.

2.2.3.1 Procesos de elaboración de la planificación estratégica

Según (Muñiz, 2009) nos indica los procesos de planificación:

Figura 4 -2: Procesos de la elaboración de la planificación estratégica

PASOS	ELEMENTOS	RESULTADOS
1	Elaborar la misión de la empresa	¿Cuáles son los principios básicos y esenciales?
2	Elaborar la visión de la empresa	¿Cuáles son los planes para el futuro que queremos y a dónde llegaremos?
3	Elaborar los objetivos a conseguir	¿Qué queremos alcanzar?
4	Crear las iniciativas o planes de acción para conseguir los objetivos	¿Cómo lo vamos a determinar?
5	Diseñar un sistema de indicadores para controlar el cumplimiento de la estrategia.	¿Qué tipo de indicadores y cuantos se van a diseñar?
6	Valorar los objetivos y su cumplimiento : plan financiero	¿Qué resultado vamos a obtener?
7	Obtener el plan estratégico = suma de los pasos 1 a 5.	¿Resultado final = planificación estratégico a medio plazo?

Fuente: Control presupuestario Planificación, elaboración y seguimiento de presupuesto
Elaborado: Jersson Silva, 2018

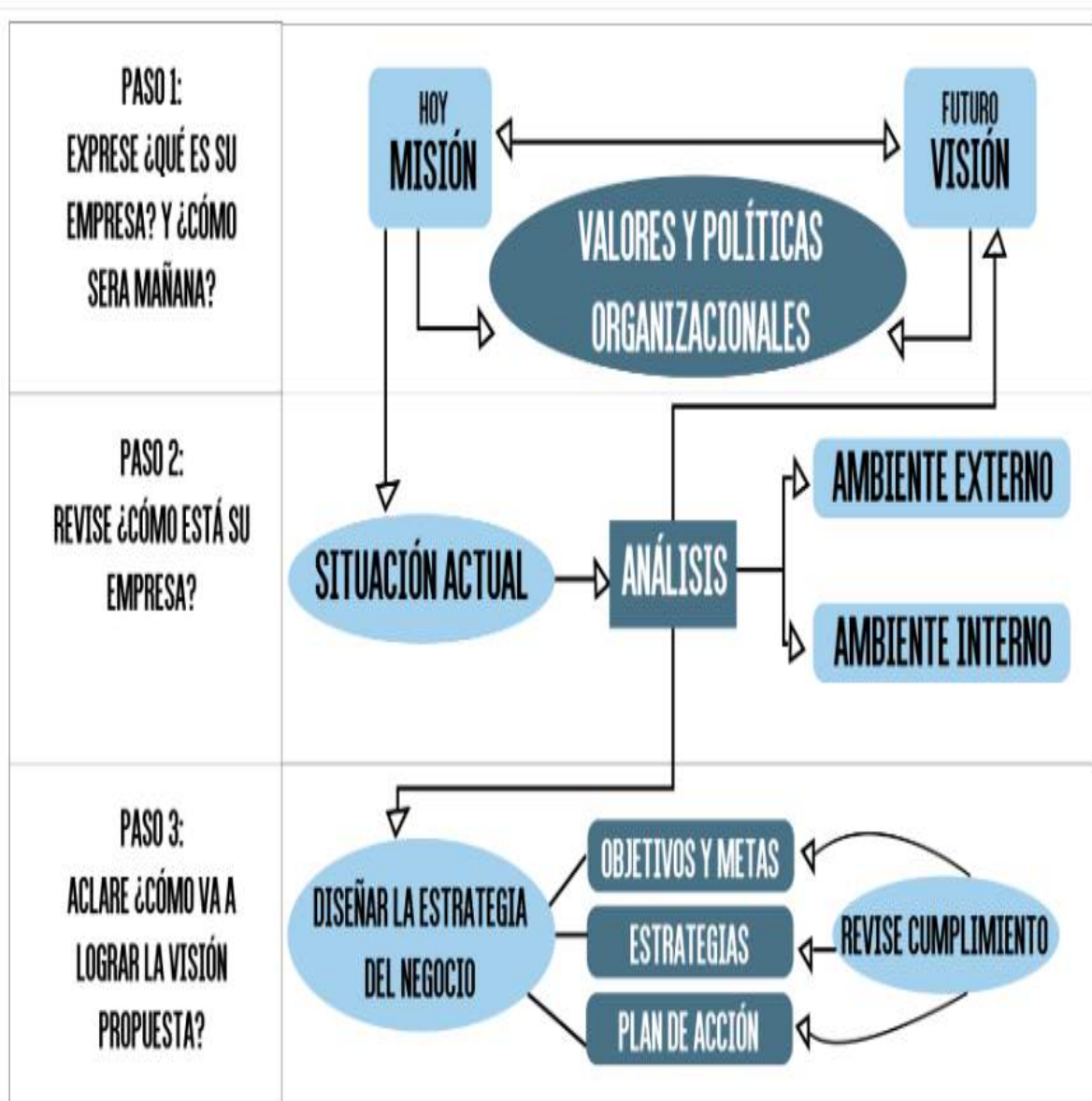
Figura 5 - 2: Pasos para la elaboración de una Planificación Estratégica



Fuente: Fred R. David, “Conceptos de Administración Estratégica”.

Elaborado: Jersson Silva, 2018

Figura 6 - 2: Pasos para la elaboración de un plan estratégico



Fuente: Rubio, Juan Manuel. (2013). Cómo elaborar un plan estratégico.

Figura 7 - 2: Pasos para la elaboración de un plan estratégico de una empresa exitosa



Paso 1: Busca ser el mejor.
Desarrollar una ventaja competitiva. Pregúntate qué puede hacer tu empresa mejor que ninguna.



Paso 2: Establece la razón de ser de tu firma.
Tener clara la meta de tu empresa servirá como guía de las operaciones diarias y la toma de decisiones.



Paso 3: Piensa a mediano y largo plazo.
Una visión estratégica es también la imagen del futuro de tu compañía (hacia qué dirección va, la posición que debe ocupar en el mercado, etcétera). Por este motivo, tus proyecciones deben ser a cinco o 10 años.



Paso 4: Haz un inventario de los hechos.
Analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) te ayudará a ver tu empresa de una manera crítica y aprender de tus errores.



Paso 5: Conoce al personal y a tus clientes.
Contar con un servicio personalizado para tus consumidores ha vuelto una ventaja competitiva, aunque en aras de lograrlo necesitas conocer sus necesidades y gustos mejor que la competencia.



Paso 6: Define tus metas y objetivos reales.
Estos surgen del FODA y del perfil del cliente. Los objetivos establecen la agenda, son amplios y globales por naturaleza; mientras que las metas deben ser cuantificables y sustentar tus objetivos.



Paso 7: Realiza un presupuesto.
Como en todo negocio, el presupuesto nunca es suficiente para hacer todo lo deseado. Establece prioridades y pregúntate si tienes los recursos humanos para cumplir tu plan.



Paso 8: Ejecuta.
Escribe por cada meta una lista de cosas por hacer, así como los plazos y fechas en que deberán estar finalizadas.



Paso 9: Mantén el resultado.
Haz un recuento de las acciones que funcionan y de las que no, y recuerda adoptar medidas correctivas cuando sea necesario.



Paso 10: Haz de la estrategia un hábito.
Planea reuniones cada cierto tiempo para reportar el progreso logrado.

Fuente: Mario Rizo Rivas, experto en asesoría empresarial y socio director de la firma de consultoría Salles Sainz-GrantThornton.
Elaborado: Jersson Silva, 2018

2.2.3.2 Ventajas de la planificación estratégica.

Las ventajas tratan de un método de trabajo que pretende sistematizar las actividades de una organización para el logro eficiente de sus objetivos.(Ramos & Sanchez, 2013)

Esto implica que se aumente el grado de cohesión e integración de la organización, pues requiere del trabajo en equipo evitando la dispersión de las diferentes unidades organizativas y fomentando la coordinación de todos en la consecución de los objetivos establecidos.

Del mismo modo, se establecen los mecanismos que identifican a los responsables de los proyectos, propiciando que se instale en la organización una presión positiva para utilizar mejor los recursos disponibles y mejorar los procesos de asignación de los mismos.

Se introduce por lo anterior, un importante factor de motivación del conjunto de los responsables y cuadros directivos y pre directivos mediante su participación en el proceso de planificación y su compromiso en la ejecución de los proyectos que integran el plan estratégico que se trate. Por último, desarrolla una cultura de trabajo que facilita poner en práctica el principio de transparencia en la gestión y la rendición de cuentas en términos de resultados alcanzados, de acuerdo con el proceso de seguimiento y evaluación que periódicamente la organización deberá realizar (Bernal C. , 2015).

La planificación estratégica es una herramienta significativa porque alcanza la audacia de los objetivos, metas u objetivos a corto y largo plazo, consiguiendo instituir la misión y visión. El triunfo de la organización estratégica radica en el dominio de anticipo, la decisión y la renuencia acertada del cambio, sosteniendo sus actos no en sucesos efectivos sino con una técnica, plan o lógico, establecimiento así los objetivos de la organización y la ilustración de las programaciones adecuadas para conseguir el éxito empresarial (Ubaldo, 2012).

Las ventajas y/o beneficios de la planificación estratégica es: “la conveniente maniobra de cualquier grupo social, ya que a través de esta se avisan las fatalidades y los permutas que pueden entregar el futuro, y se establecen las moderadas necesarias para combatirlas” (Munch, 2005).

2.2.3.3 Direccionamiento Estratégico

La dirección estratégica es el procedimiento a través del cual las organizaciones analizan y aprenden de sus entornos interno y externo, dictan al dirección estratégica, crean estrategias destinadas a la consecución de objetivos establecidos y ejecutan dichas estrategias, todo ello destinado satisfacer las exigencias de una parte clave de la organización: los stakeholders (grupo de interés), establecido por (Harrison & Caron, 2002).

El direccionamiento estratégico es una herramienta mediante el cual una empresa analiza las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades y al mismo tiempo describen el propósito organizacional teniendo en claro hacia dónde y cómo lo desea alcanzar.

Para tener éxito en la Administración de la Empresa es de vital importancia que la persona encargada de una empresa o negocio sea este gerente, propietario o accionista debe tener ciertas cualidades como ser un emprendedor innato, no tener miedo al fracaso, ser un líder natural, poder expresarse bien en público, un vasto conocimiento administrativo, etc.

El autor Kahneman (2012) manifiesta que la principal estrategia para alcanzar el éxito empresarial es y como titula su libro “Pensar rápido, pensar despacio” donde manifiesta que aunque los seres humanos somos seres altamente complejos y tecnológicos no dejamos de tener instintos como las otras especies animales; así obteniendo un eficiente direccionamiento estratégico, en sí y para resumir de manera específica este autor manifiesta que cada persona reacciona diferente a un problema o conflicto según su modo de pensar, su cultura y su conocimiento y/o experiencia, por eso debemos reconocer cuando se presente un conflicto cuál de las dos formas se debe aplicar si pensar rápido (según la experiencia) es decir solucionar rápido el problema y obtener beneficios del mismo, o Pensar despacio (meditación) si el problema en cuestión requiere para su solución un plan o proyecto estratégico. Y la manera más inteligente para saber cuál de las dos opciones hacer /rápido o despacio) es el análisis, la intuición: es decir que si se conoce el problema y ha tenido experiencias parecidas se debe “Pensar rápido” y si los problemas son cifras, estados financieros descuadrados y peculado se debe “pensar despacio” analizar la situación y dar posibles respuestas a dichos problemas para con el tiempo ver cuál es la mejor opción a elegir.

Otra estrategia de suma importancia para alcanzar el éxito empresarial y obtener un correcto direccionamiento estratégico son las negociaciones, el autor (Raffia, 2015) manifiesta que negociar no es un proceso o procedimiento fácil sino más bien es complejo hasta puede considerarse la negociación como un arte; además no cualquier persona puede dedicarse a esta actividad. La negociación no es más que convencer a otra persona mediante algunos elementos tales como el poder del convencimiento, la astucia. Pero porqué es importante la negociación en la administración de una empresa; pues simple ya que toda empresa sin importar su tipo se dedica a la venta o brindar servicios y en ocasiones habrá personas a las cuáles venderles será difícil y allí entra la negociación. Por último, se habla acerca del poder de la palabra; es decir hablar o callar justo en el momento preciso (Ubaldo, 2012).

2.2.4 Elementos Orientadores de las compañías

2.2.4.1 La misión.

La misión es el medio que conduce al lugar que se desea alcanzar la visión y para que dicho enunciado sea efectivo debería definir la siguiente tríada de elementos:

El cliente

La premisa de valor fundamental que satisface las necesidades del cliente.

Lo que nos hace especiales en la forma de creación de valor para obtener el interés del cliente y conservarlo, y para que sea efectivo debe ser: definitorio, identificatorio, conciso, accionable y memorable, (Mantilla, 2011)

Teniendo en claro que la misión es la razón de ser de una empresa, se procede a responder las siguientes preguntas para la elaboración de la Misión:

¿Por qué existe la empresa?

Ofrecer servicios de seguridad, vigilancia y protección privada con precios accesibles.

¿Cuál es su negocio?

Ofertar seguridad, vigilancia y protección privada

¿Cuáles son sus objetivos?

Brindar servicios de calidad para satisfacer las necesidades de los clientes en el ámbito de seguridad

¿Cuáles son sus clientes?

Mercado local y nacional.

¿Cuál es su responsabilidad y derechos frente a sus colaboradores?

Dar confianza a los trabajadores con el fin de que se sientan conforme en su área de trabajo y sean parte de la compañía.

¿Cuál es su responsabilidad social?

Da satisfacción a los clientes brindando un servicio de calidad con personal calificado en el ámbito de seguridad y con valores de honestidad, confianza y respeto.

2.2.4.2 La Visión

La visión es la capacidad de tender un puente entre lo que es y lo que puede ser. ¿Cómo lograr que los retos se conviertan en oportunidades? ¿Cómo conseguir que estos clientes queden satisfechos? afirmado por (Yates, 2008).

La visión de una organización es un objetivo a futuro; teniendo en claro sus oportunidades y diferentes capacidades se procede responder las siguientes preguntas:

¿Qué quiere ser la empresa?

Ser una compañía líder prestando servicios de seguridad, vigilancia y protección privada con tecnología de punta.

¿Qué hace la empresa?

Brindar servicios de seguridad, vigilancia y protección privada


¿Para quién lo hace?

Para los mercados locales y nacionales, con personal capacitado en el ámbito de seguridad y aplicando tecnología actualizada.

¿A cambio de que lo hace?

A cambio de poder solucionar problemas de seguridad y manteniendo la satisfacción de los clientes.


Figura 8 - 2: Visión Institucional Conceptualizaciones.



Conforme lo establece (Albreth, 1996) la vision es:

"Metas y propositos que se marca una empresa y que espera conseguir en el futuro. Consiste en una expectativa ideal, que muestra el planteamiento de lo que desean ser y conseguir con el tiempo.

Los objetivos que se planteen cualquier negocio deben ser eticas, medibles, logicas y realizables" (p.37).



Segun (Norton & Kaplan, 2009) La Vision es:

"Habilidad que poseen ciertas personas de percibir el futuro de su empresa a largo plazo, proyectandose en el tiempo, para imaginar nuevos contextos donde debiera funcionar, con nuevas necesidades y recursos, previendo lo necesario para adecuarse a ello" (p.17).

Fuente: Libro; Liderazgo y toma de decisiones / (Accerto, 2014)
Elaborado: Jersson Silva, 2018

En resumidas palabras la visión es lo que se espera de un futuro incierto y hasta donde se puede llegar en dicho futuro.

2.2.4.3 Valores y principios Corporativos

Los valores son estimaciones éticas que regulan de cierto modo el comportamiento de las personas dentro de las empresas.

Algunos autores como Bernal &Serna (2008) definen a los valores y cultura institucional como:

“El nuevo ambiente mundial de los negocios, los valores que regulan la vida de las organizaciones, y por consiguiente todas las acciones y decisiones de éstas se fundamentan en ellos, de tal forma que en todos los procesos de planeación es importante identificarlos y analizarlos. En el nuevo ambiente de las organizaciones se requiere, entonces, contar con una definición clara de sus valores que guíen su filosofía organizacional. La cual, a su vez, es el fundamento para el comportamiento de la corporación, y por ende, de sus integrantes.”

En otras palabras, los valores son sabidurías y sirven como fundamentación para incrementar el bienestar del personal, mejoramiento del clima organizacional y mejoramiento del trabajo en equipo, estimando que siempre el trabajo en conjunto dará mejores resultados que la suma individual de las labores.

A continuación, se detalla los principios y valore de servicios de seguridad, vigilancia, investigación y protección privada “SEGURIVANOV” CIA. LTDA.:

- Respeto
- Responsabilidad
- Honestidad
- Lealtad
- Integridad
- Comunicación
- Compañerismo
- Satisfacción de los clientes
- Compromiso
- Trabajo en equipo

- Puntualidad
- Calidad
- Seguridad
- Justicia
- Confianza
- Perseverancia

2.2.4.4 Organigrama

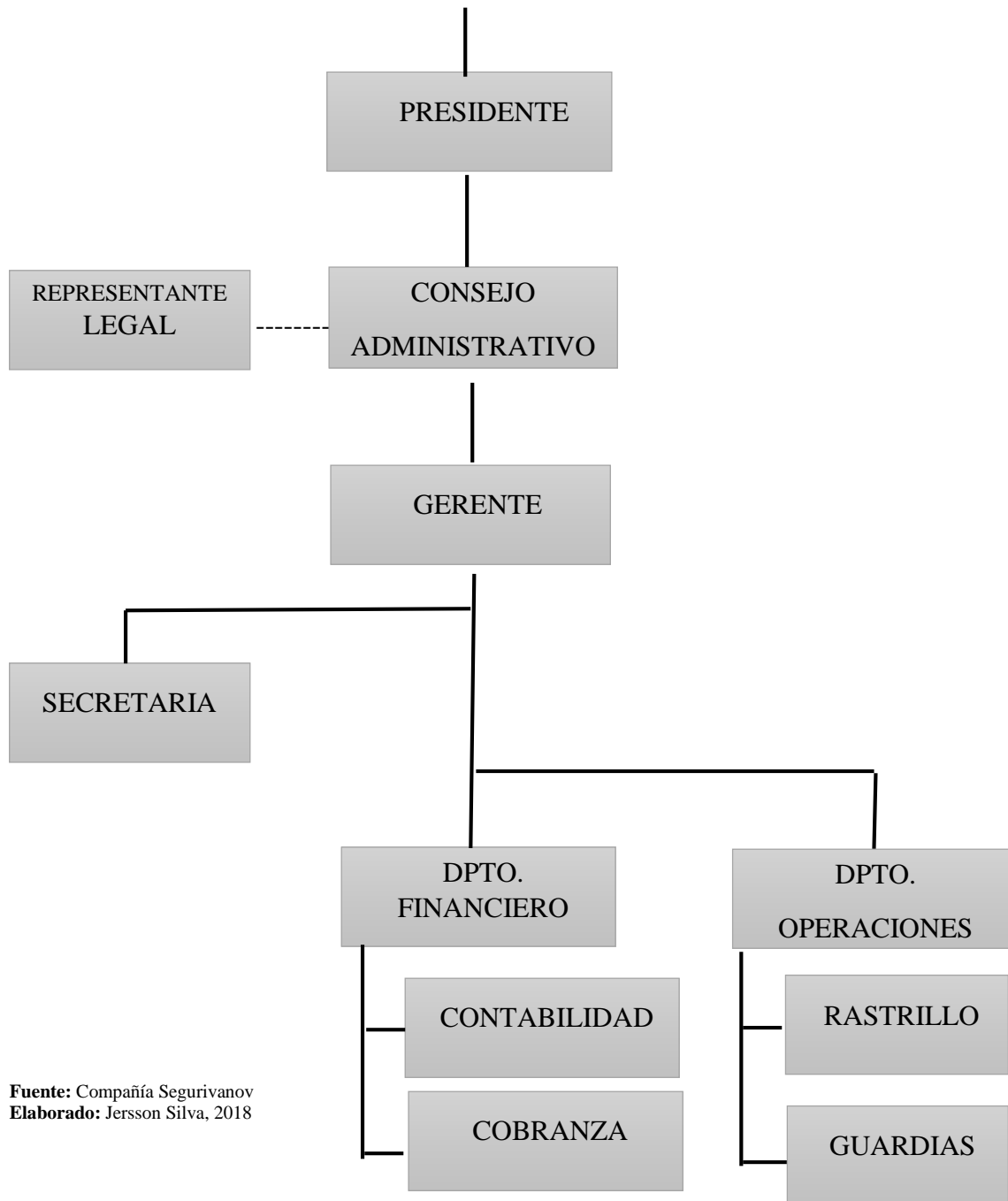
Organigrama son cada uno de los representativos o imágenes, donde las organizaciones manifiestan su funcionamiento interno, sus actividades, niveles jerárquicos, sus niveles de producción, sus diversas gamas de productos, además establecen en orden cronológico las actividades a ejecutar para realizar ciertos productos; finalmente los organigramas ayudan a identificar las responsabilidades y funciones esenciales de las organizaciones.

A continuación, se plasma el organigrama de la compañía SEGURIVANOV.

Figura 9 - 2: Organigrama de “SEGURIVANOV” CIA. LTDA.



JUNTA GENERAL
DE ACCIONISTAS



Fuente: Compañía Segurivanov
 Elaborado: Jersson Silva, 2018

2.2.5 Análisis FODA

Metodología que analiza y estudia dos diversos factores:

Factores Internos: que depende de la empresa fortaleza y debilidades.

Factores Externos: que depende del entorno oportunidades y amenazas.

Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas; constituye un mecanismo de análisis para la empresa, ya que una cosa es distinguir las oportunidades atractivas del entorno y otra muy distinta es disponer de las habilidades necesarias para alcanzar el éxito con estas oportunidades.

El análisis FODA para los autores Martínez & Milla (2012) es:

“La disertación situacional de una sociedad, empresa, compañía e institución; alcanzando e identificando sus características internas y externas”

En otras palabras, para realizar el análisis FODA de una manera correcta se lo debe subdividir en partes, primero analizando los factores internos propios de la organización, para a continuación analizar los componentes externos que afectan o ayudan al accionar empresarial de una organización.

Ahora bien, para analizar los factores internos propios de las organizaciones se los hace bajo dos preceptos fundamentales, el primero es el análisis, el estudio y hasta el descubrimiento de las diversas fortalezas con las que cuenta una organización para finalmente plasmar un análisis y un estudio; hasta el descubrimiento de las debilidades que actualmente aquejan a una organización.

Para analizar los factores externos que afectan o ayudan al accionar empresarial de una organización, se realiza un estudio y un análisis para el descubrimiento de las diversas oportunidades que una organización posee del medio ya que algunas de esas oportunidades no se las esté aprovechando; finalmente se realizará un estudio y análisis hasta el conocimiento a cabalidad de las diversas amenazas que pueden aquejar a una organización.

2.2.5.1 Fortalezas institucionales

Las fortalezas empresariales son: las delanteras profesionales que una organización posee (Van den, 2016).

Es decir, cada elemento o parámetro que ejecutan las organizaciones de manera eficiente y políticas eficientes, infraestructura adecuada que apoya y facilitan a las empresas.

Ahora bien, para el análisis y el estudio; hasta el mero conocimiento de las fortalezas una organización debe conocerse internamente en los siguientes aspectos:

Figura 10 - 2: Aspectos a Conocer para Identificar Fortalezas.



Fuente: Libro; Gestión Gerencial y Empresarial Aplicadas al siglo XXI / (Van den, 2016)

Elaborado: Jersson Silva, 2018

En otras palabras, todos los elementos internos que ayudan a las organizaciones para mejorar y seguir ejerciendo funciones y tareas de manera efectiva, utilizando la menor cantidad de recursos posibles y en el menor tiempo estimado.

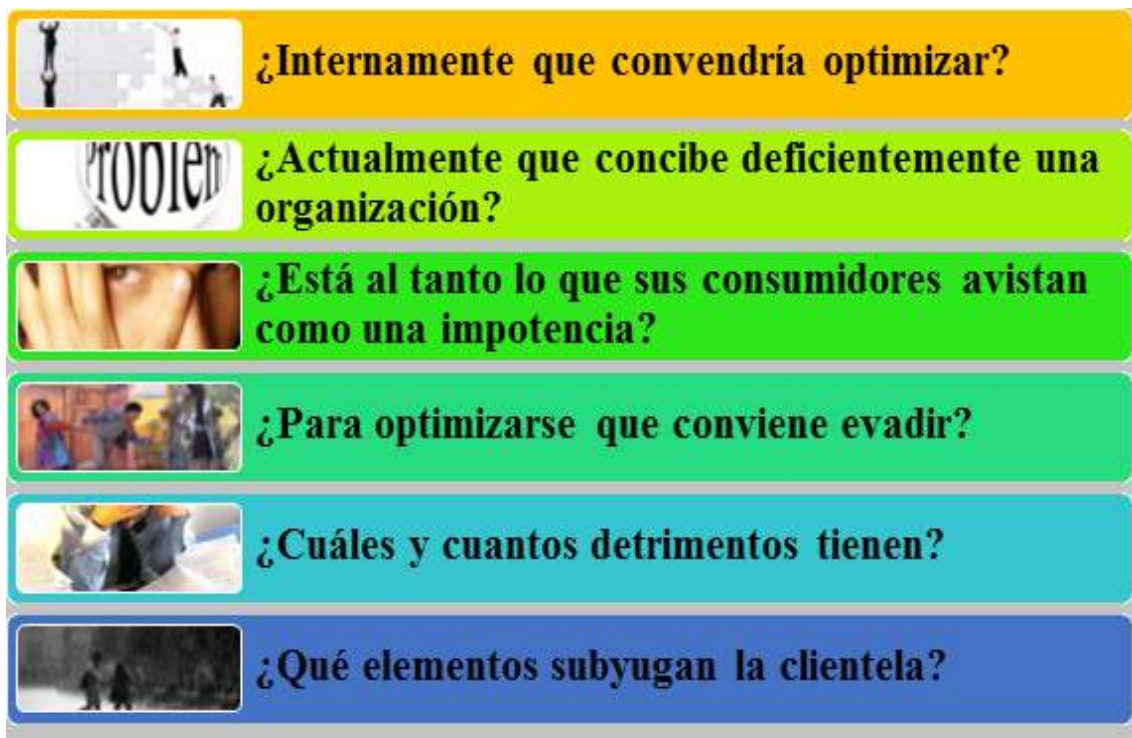
2.2.5.2 Debilidades Institucionales

Para la Real academia española (2002) las debilidades son: “Aquellas áreas en las que una empresa deficiente y que de alguna manera impiden conseguir los objetivos inicialmente marcados. Con el paso del tiempo y una estrategia bien planteada convertirá las debilidades en las fortalezas de la empresa.”

Es decir que las debilidades son errores propios de las organizaciones que con las respectivas evaluaciones y gestiones se las puede corregir y eliminar para el buen funcionamiento y cumplimiento de tareas.

Ahora bien, para el análisis y el estudio; hasta el mero conocimiento de las debilidades, las organizaciones deben manejarse de la siguiente manera y hacerse las siguientes cuestiones:

Figura 11 - 2: Aspectos a Conocer para Identificar Debilidades.



Fuente: Libro; Fundamentos Empresariales / (Rico & Sacristán, 2012)
Elaborado: Jersson Silva, 2018

2.2.5.3 Oportunidades Institucionales

Según los autores Hernández & Correa (2011) las oportunidades son: “Generadoras del medio en el que se desenvuelve una organización y las mismas son útiles y eficientes para el accionar empresarial, por lo cual debe ser una meta mantenerlas activas.”

En otras palabras, las oportunidades son aspectos externos que facilitan las metas en las empresas y las organizaciones efectivas y grandes lograron obtener gran éxito con el aprovechamiento al máximo de las oportunidades.

Ahora bien, para el análisis y el estudio; hasta el mero conocimiento de las oportunidades y que auxiliarán al progreso de las mismas son:

Figure 12 - 2: Aspectos a Conocer para Identificar Oportunidades.



Fuente: Libro; Cómo evaluar un proyecto empresarial / (Hernández & Correa, 2011)
Elaborado: Jersson Silva, 2018

En otras palabras, como se aprovechan del entorno cada una de las empresas, así que es importante reconocer el lugar físico o espacial en el que se encuentran las empresas y que elementos externos benefician a la superación empresarial.

2.2.5.4 Amenazas Institucionales

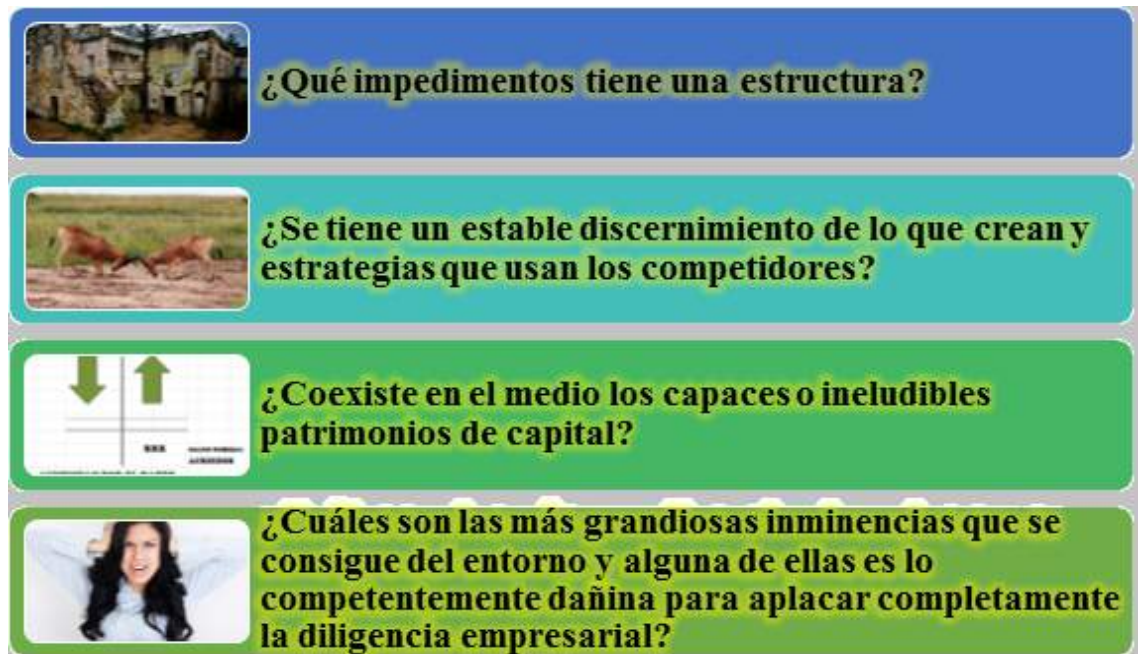
Según la autoría de Manso (2003) en su diccionario enciclopédico de estrategia empresarial, concreta a las amenazas empresariales como:

“Algo perjudicial externo que según el entorno y las expectativas se las puede o no controlar.”

Es decir que se necesitarán de algunas gestiones para reducir los impactos negativos de las amenazas.

Ahora bien, para el análisis y el estudio; hasta el mero conocimiento de las amenazas, las organizaciones deben manipular de la siguiente manera y formarse de los siguientes argumentos:

Figura 13 - 2: Aspectos a Conocer para Identificar Amenazas.



Fuente: Libro; Diccionario Estratégico de Estrategia Empresarial / (Manso, 2003)
Elaborado: Jerisson Silva, 2018

En decir que una amenaza viene del exterior y es un problema que es muy difícil de controlar, lo ideal es aprender a vivir con una amenaza y que la misma tenga el mínimo impacto dentro de las entidades, instituciones o empresas.

2.2.6 La toma de decisiones empresariales.

En el proceso de toma de decisiones, se puede aplicar a un sinnúmero de ámbitos como: estudiantiles, profesionales, empresariales, colectivos, reproductivos y demás; para la presente investigación se enfocará únicamente en la toma de decisiones empresariales, es decir las diversas decisiones o caminos a seguir que se aplican en el día a día empresarial.

Las empresas son organismos complejos ya que día a día sufren de cambios o riesgos que amenazan el buen accionar empresarial; es por ello que las empresas necesitan administradores o gerentes que inspeccionen las actividades de todos los trabajadores y que cada una de sus labores vaya encaminadas a las conveniencias de la empresa. Además, son los gerentes o administradores las personas encargadas de tomar las decisiones en las empresas.

Generalmente las empresas se subdividen en áreas o departamentos como son: Recursos humanos, Productivo, Financiero, Gerencial, Contabilidad y Marketing. Y cada área o departamento necesita de gestiones distintas y de caminos a seguir diversos, ejemplo: el área o departamento de producción necesita elegir una decisión entre escoger a dos proveedores que suministren materiales óptimos que mejoren la calidad de los productos; entonces es trabajo del jefe departamental del departamento de producción analizar a dichos proveedores y elegir al mejor, todo en pro y beneficio de la empresa. Las decisiones empresariales son el escogimiento del mejor camino o decisión para obtener ventajas competitivas y el aumento en ventas, (Ripoll & Balada, 2004)

2.2.6.1 El proceso de toma de decisiones

Todo el proceso de toma de decisiones es responsabilidad del gerente, encargado, dueño o de los altos mandos de una empresa o institución. Por lo tanto, mientras mayor sea el conocimiento de la gerencia de temas administrativos, organizacionales, de estrategias empresariales y del conocimiento a cabalidad de las funciones y movimientos de la empresa; mejores serán sus decisiones y elegirán el mejor camino de acción para que la empresa consiga incrementar su prestigio, alcanzar la efectividad, cumplan a cabalidad con sus objetivos, soluciones algún problema organizacional, etc. Elegir caminos de acción o caminos a seguir para conseguir objetivos siempre va a ser conflictivo, ya que elegir el camino correcto influye directamente en la organización, y si una organización va por mal camino, al primero que se culpa es a la gerencia; es por ello que se deben analizar cada camino o alternativas a seguir, ver los beneficios, los pro y en contra de dichas alternativas para elegir la mejor; pero aunque se elija aparentemente la mejor alternativa, debe la gerencia ir analizando el camino seguido, y sacar el máximo beneficio del mismo. El ejemplo más evidente de tomar decisiones es la elección de un proveedor, entonces la gerencia debe analizar a cada proveedor, ver cual le ofrece los mejores productos y el menor costo, para la fabricación de productos de calidad; en la toma de decisiones también es importante romper paradigmas y tener creatividad; es decir la gerencia puede ir comprobando un proveedor a la vez para conocer cuál es el mejor; o a su vez no tener un solo proveedor sino varios (Accerto, 2014).

El proceso de toma de decisiones también sirve para obtener ventajas competitivas; es decir sobresalir de la competencia, buscar formas e ideas nuevas e innovadoras que empuje a la competencia, ya que una empresa o institución dentro de un mercado

se la puede comparar como un campo de batalla: una guerra o un juego de ajedrez; en donde cada paso que se da, es fundamentado por una toma de decisión, en donde cada paso a dar puede llevar a la victoria o a la derrota.

Tomar una decisión debe ser un proceso serio y altamente pensado y científico, no se debe tomar decisiones basados en supuestos, o dejándose llevar por las emociones, puesto que para tomar decisiones también es necesario no dejarse influir por personas externas que quieren obtener ventajas de nosotros mismos, o tomar decisiones aclaradas en un momento de coraje o experimental, (Eingorn, 2007).

2.2.6.2 Líder vs. jefe en la toma de decisiones

Un jefe como la o las personas encargadas de la inspección o control de las actividades de los trabajadores, cuyas aclaraciones son irrefutables o indiscutibles y la relación entre los jefes y trabajadores es únicamente profesional. En cambio un líder es, un guía, orientador e impulsador; es decir es el ejemplo a seguir para toda la organización, cuyo trabajo es analizar todas y cada una de las situaciones y de las posibilidades para elegir el mejor camino, es decir elegir la mejor decisión posible, para lo cual no se cierra, es decir está apto para escuchar las diversas opiniones del resto del personal, ya que él o ella entiende que los trabajadores, son los que más conocen de la propia empresa y en conjunto se toma las mejores decisiones; entonces la función del líder es encaminar a toda la organización incluido a los trabajadores al éxito o a la consecución de objetivos(Eingorn, 2007).

Entonces con lo anteriormente expuesto se manifiesta las diversas diferencias en el proceso de toma de decisiones de un jefe en relación a un líder; ya que un jefe cree tener la razón siempre y no le gusta que cuestionen sus ideas, entonces toma las decisiones basados únicamente en su experiencia, por ende, los jefes están más propenso a cometer errores o fallos en el momento de tomar o elegir decisiones. En cambio, un líder para tomar decisiones o elegir un camino de acción lo primero que hace es analizar la situación; es decir se basa en la toma de decisiones en el estudio y el conocimiento; además escucha las opiniones de otras personas y finalmente medita todas las posibilidades hasta establecer cuál será el mejor camino a seguir.

Entonces se puede decir que las características o peculiaridades de un líder son: buena voluntad, tienen relaciones interpersonales eficientes con todo el personal, les gusta el estudio y el conocimiento, les gusta escuchar opiniones diversas, les gusta ser una guía y un buen ejemplo para el resto de los trabajadores.

En cambio, las características o peculiaridades del jefe son: tiene poca empatía, les gusta tener la razón, son incuestionables, creen demasiado en sí mismo, le gusta la disciplina y el comportamiento adecuado, son jerárquicos. Es por ello que en la actualidad las empresas necesitan líderes exitosos que guíen a las organizaciones al éxito y tomen las mejores decisiones en base al estudio de las situaciones; la mejor manera de convertir a un jefe en un líder es la capacitación constante, el empoderamiento, las remuneraciones adicionales, las motivaciones y dándole a conocer la importancia que implica ser un líder organizacional.

El liderazgo y la toma de decisiones tiene una influencia total una sobre la otra; ya que el trabajo de un líder es precisamente elegir las mejores opciones para llegar a una meta determinada, por ello el líder debe ser efectivo, analizando todas las alternativas y para la toma de decisiones debe basarse en echo reales y estudios constantes no en la experiencia y especulaciones; dicho por (Accerto, 2014).

2.2.6.3 ¿La importancia de tomar decisiones eficientemente?

Para tomar las mejores decisiones es necesario conocer: el entorno que rodea a una empresa o institución y conocer cómo funciona internamente una empresa o institución; para en base a ello elegir el mejor camino a seguir. Hay 5 pilares fundamentales para elegir las mejores acciones organizacionales.

Pilares fundamentales para la toma de decisiones empresariales.

Primera. - el conocimiento interno; es decir saber lo que es una organización, cuáles son sus límites y potencialidades, para así tener una certeza de hacia dónde debe dirigirse.

Segunda. - el conocimiento ajeno; también llamado el conocimiento externo, saber todos y cada uno de los factores externos que ayudan o perjudican a una empresa, permitirá la elección eficiente de decisiones.

Tercera. - la efectividad de la gerencia; la o las personas a cargo de una organización de cualquier tipo deben ser las mejores, con aptitudes positivas y altos conocimientos de administración de empresas.

Cuarta. - influencia del personal; aunque las decisiones las tomen los altos directivos, ellos se pueden influenciar de los conocimientos de los trabajadores de una empresa; puesto que ellos conocen mejor que nadie el funcionamiento de la organización como tal.

Quinta. - las mediciones; se conocerá si una decisión fue o no fue la correcta o acertada, con los diversos resultados que ella origine; en caso de ser negativos se deben cambiar los planes de acción y tomar nuevas decisiones de mejora.

Analizando los 5 pilares fundamentales mencionados con anterioridad, se puede manifestar que 4 de ellos son analíticos previos; es decir se los ejecuta antes de la toma de disposiciones y de echo tiene como función en análisis de las circunstancias para según esas informaciones obtenidas, ejecutar el proceso de toma de decisiones; finalmente el último de ellos es más como una medida de control, la cual analiza si el proceso de toma de decisiones fue correcto o hubo algún error.

Si se desea conseguir las mejores decisiones organizacionales, lo primero que se tiene que realizar es encontrar un problema para después definirlo y analizarlo; ya con esto se plasma diversas alternativas, dichas alternativas serán calificadas y evaluadas para tiempo después, elegir la o las mejores alternativas; y finalmente ya viene la aplicación de la decisión (Lazzati, 2013)

2.2.7 Definición de términos

Amenazas: todos aquellos del medio ambiente externo que, de representarse, complicarían o evitarían el logro de los objetivos. Eventos, hechos o tendencias en el entorno de una organización que inhiben, limitan o dificultan su desempeño operativo.

Clientes: es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización.

Competencia: tiene dos grandes vertientes; por un lado, hace referencia al enfrentamiento o a la contienda que llevan a cabo dos o más sujetos respecto a algo. En el mismo sentido, se refiere a la rivalidad entre aquellos que pretenden acceder a lo mismo, a la realidad que viven las empresas que luchan en un determinado sector del mercado al vender o demandar un mismo bien o servicio, y a la competición que se lleva a cabo en el ámbito del deporte.

Competitividad: Consiste en la capacidad de un sector para mantener y aumentar su participación en el mercado, en términos de volumen y/o de ingresos.

Componente organizacional: este componente tiene que ver con la parte de la administración que supone el establecimiento de una estructura intencionada de los papeles que el personal debe desempeñar en una empresa y en sus unidades funcionales. Esta estructura debe tener como fin la elaboración de un entorno favorable para la realización de las labores del recurso humano.

Control: es el proceso de verificar el desempeño de distintas áreas o funciones de una organización.

Debilidades: Todas aquellas actividades que realiza con bajo grado de eficiencia. Atributos internos de una organización que dificultan su éxito.

Desempeño: Tiene que ver directamente con el logro de objetivos. Es la manera como alguien o algo trabaja, juzgado por su efectividad. Empresa: Es una unidad productiva dedicada y agrupada para desarrollar una actividad económica y tienen ánimo de lucro. En nuestra sociedad, es muy común la constitución continua de empresas. En general, se puede definir como una unidad formada por un grupo de personas, bienes materiales y financieros, con el objetivo de producir algo o prestar un servicio que cubra una necesidad y, por el que se obtengan beneficios.

Entorno: Es aquello que rodea a algo o alguien. Es el marco externo que influye en el desarrollo de la actividad de una empresa. El sistema fiscal, el apoyo estatal y la legislación son algunos de los factores que forman el entorno empresarial.

Estrategia: Se refiere a un plan de acción que me va a asistir en el logro del Objetivo y por ende de la Visión. La estrategia es el “Como logro esto”. Muchas empresas y personas saben que es lo que quieren, pero no saben cómo lograrlo.

Fortalezas: Todas aquellas actividades que realiza con un alto grado de eficiencia. Atributos internos de una organización que contribuyen al logro de sus objetivos.

Gestión: hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo.

Infraestructura: Incluye los aspectos relacionados con la formación física de capital, cuya operación en red es fuente de significativas economías externas. Incluye infraestructura básica, de transporte y tecnológica.

Intangible: Son aquellos recursos que tienen una naturaleza inmaterial y poseen la capacidad para generar beneficios económicos futuros que pueden ser controlados por la empresa.

Mercado: En términos económicos, se le dice mercado al escenario (físico o virtual) donde tiene lugar un conjunto regulado de transacciones e intercambios de bienes y servicios entre partes compradoras y partes vendedoras.

Metas: Son objetivos a corto plazo, son cuantificables y medibles y pueden ser mensuales o hasta logros en el día a día. También tiene que estar alineado en el marco y en el tiempo con el objetivo.

Misión: Define el negocio al que se dedica la organización, las necesidades que cubren con sus productos y servicios, el mercado en el cual se desarrolla la empresa y la imagen pública de la empresa u organización. La misión de la empresa es la respuesta a la pregunta, ¿Para que existe la organización? En el caso de un individuo la Misión sería lo que la persona quiere hacer que lo hace feliz. La Misión está enfocada en el presente.

Objetivos: Es un logro que nos proponemos en un plazo determinado. El objetivo es cuantificable, necesita ser medido. Tiene que ser enunciado específicamente y de forma positiva. Además, tiene un plazo de tiempo para su concreción. El Objetivo tiene que estar alineado en el tiempo con la Visión y en el marco con la Misión.

Personal: Conjunto de las personas que trabajan en un mismo organismo, empresa o entidad. El personal es el total de los trabajadores que se desempeñan en la organización.

Plan: Es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra.

Planificación: es un método que permite ejecutar planes de forma directa, los cuales serán realizados y supervisados en función del planeamiento.

Proveedores: Son los diferentes entes económicos que suministra a otra(s) empresa(s), o personas de bienes y/o servicios de distintos tipos.

Recurso humano: Identifica el nivel y desarrollo del capital humano y del factor trabajo.

Riesgo: término vinculado a la vulnerabilidad y amenaza. Se trata de un hecho que anticipa un daño. Por lo que el riesgo puede ser contemplado como elemento de incertidumbre que puede afectar a la actividad empresarial.

Servicio: cúmulo de tareas desarrolladas por una compañía para satisfacer las exigencias de sus clientes. Tecnología: Es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de las personas.

2.3 Idea a defender

2.3.1 General

El diseño de un plan estratégico influye en la gestión administrativa en la compañía, de seguridad privada “SEGURIVANOV” Cía. Ltda., del cantón Guaranda.

2.3.2 Específicas

- Si cada una de las bases teóricas utilizadas en la presente investigación son de calidad o pertenecientes a las normas científicas y también las mismas son analizadas e interpretadas según la conveniencia del presente trabajo y del autor; la investigación será más efectiva y de mejor entendimiento.
- Si la metodología, así como los instrumentos utilizados para la presente investigación fueron adecuados y aplicados a la realidad, eso significará que la investigación sea de mayor comprensión y veracidad, lo cual servirá para solucionar la problemática que aqueja a la Compañía de Seguridad Privada “SEGURIVANOV” Cía. Ltda., del Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar.
- La ejecución de la propuesta de Plan Estratégico para la Compañía de Seguridad Privada “SEGURIVANOV” Cía. Ltda., debe ser eficiente ya que de esta manera se podrá identificar las necesidades de los clientes, sus exigencias y que productos prefieren; de esta manera se logrará el incremento en las ventas.

2.4 Variables

2.4.1 Variable Independiente

Diseño de un Plan Estratégico eficiente

2.4.2 Variable Dependiente

Gestión Administrativa efectiva

2.4.3 Operacionalización de las variables

Tabla 1 -2: Operacionalización de la variable independiente

VARIABLE	DEFINICIÓN	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
----------	------------	-----------	-------------	-------------------------

<u>Independiente</u> Implantación de un Plan Estratégico Eficiente	Todas las bases teóricas que sustentan el plan estratégico y las maneras para alcanzar los objetivos y metas empresariales.	- Planificación - Tipos de Planes - Método de evaluación la planificación estratégica. - Valores y principios	- Evaluación de procesos - Manejo adecuado de recursos. - Nivel de cumplimiento de la visión y misión.	Técnica: Entrevista Instrumento: Guía de entrevista Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
-------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Libro; Quehacer Científico II / (López, 1998)

Elaborado: Jerisson Silva, 2018

Tabla 2 -2: Operacionalización de la variable dependiente.

VARIABLE	DEFINICIÓN	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<u>Dependiente</u> Toma de decisiones efectivas	Análisis de situación para elegir opciones y caminos a seguir, con la guía de líderes empresariales.	- Administración - Liderazgo - Política - Análisis Situacional FODA - Comportamiento Organizacional	Influencia o incidencia de oportunidades y fortalezas. Influencia o incidencia de amenazas y debilidades.	Técnica: Entrevista Instrumento: Guía de entrevista Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario

Fuente: Libro; Quehacer Científico II / (López, 1998)

Elaborado: Jerisson Silva, 2018

Interpretación:

La implantación de un plan estratégico eficiente (V. Independiente) va a regir a la Compañía de Seguridad Privada “SEGURIVANOV” CIA. LTDA., en todas sus actividades y procesos empresariales, con una nueva misión, visión, la implementación de estrategias o planes de acción y la creación de valores conductuales al personal; analizando y entendiendo todos los factores internos y externos que influyen, para que puedan tomar decisiones efectivas (V. Dependiente).

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 Modalidad de la investigación

Dentro de esta investigación implantaremos los métodos cualitativos y cuantitativos para el diseño del plan estratégico.

Cualitativo por medio de este método se buscará en qué estado se encuentra en la actualidad la compañía “SEGURIVANOV” Cía. Ltda., a través de la toma de decisiones.

Cuantitativo por lo que se maneja números por intermedio de las encuestas que serán desarrolladas en la presente investigación a los colaboradores de la empresa.

3.2 Tipos de investigación

Investigación de campo mediante el uso de encuestas:

Se caracterizaría principalmente por la acción del investigador en contacto directo con el ambiente natural o las personas sobre quienes se desea realizar el estudio en cuestión (Mendoza, 2016).

Se utilizará este tipo de investigación debido a que se recopilará información en el contexto de la compañía de seguridad, interactuando con sus colaboradores.

Investigación descriptiva:

Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes, o sobre como una persona, grupo o cosa. La investigación descriptiva trabaja sobre realidades y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta (Rodríguez, 2003).

En esta investigación se describirá toda la información que fue recopilada por medio de la encuesta que permita conocer la situación actual y futura de la planificación estratégica de la compañía de seguridad.

Investigación bibliográfica – documental:

Este tipo de investigación se aplicó para desarrollar el marco teórico con conceptos de diferentes autores relacionados a la planificación estratégica y sus derivados.

3.3 Métodos, técnicas e instrumentos

3.3.1 Métodos

Métodos Teóricos:

Cumplen un papel gnoseológico de gran importancia puesto que permite la interpretación conceptual de los logros empíricos (Díaz, 2006).

Métodos Empíricos:

Recopila información a través de la experiencia encontrado en el campo de estudio.

Recolección de información:

A los trabajadores de la Compañía de Seguridad Privada “SEGURIVANOV” CIA. LTDA.

Observación

Para verificar las áreas o elementos donde existieron novedades o problemas que tengan relación con la temática planteada.

Inductivo-Deductivo; se indujo la información o datos y se dedujo o estableció diversas conclusiones y conocimientos.

3.3.2 Técnicas

Son los procedimientos de producción de información que el investigador utiliza para obtener los datos del estudio (Vásquez et al., 2006).

Encuestas

Entrevistas

Ficha de Observación

3.3.3 Instrumentos

Deben ser correctos, o que indiquen lo que interesa con factibilidad y eficiencia(Namakforoosh, 2005).

Documentos electrónicos

Cuestionario / banco de preguntas

Observación Directa

Para el presente trabajo de titulación se elaboró preguntas cerradas para toda la población de la compañía “SEGURIVANOV” Cía. Ltda., del cantón Guaranda con el fin de adquirir la información pretendida.

Tipos de preguntas de la encuesta

La encuesta del trabajo de titulación está desarrollada con las preguntas de tipo cerradas debido a que contienen respuestas alternativas específicas, el cual reduce el error del encuestador en cuanto a la codificación.

Observación directa

Este instrumento tiene como finalidad de describir y explicar la situación de la población de estudio mediante el acceso de información directa e inmediata y a la vez genera conocimiento para el planteamiento del problema y el desarrollo de la idea a defender.

3.4 Población

La población objeto de investigación está constituida en total por 24 personas que constituyen el talento humano de “SEGURIVANOV” Cía. Ltda. En el cantón Guaranda, provincia de Bolívar; cabe recalcar que dicha población está constituida por 22 trabajadores dedicados a la “guardianía y seguridad” a los cuales se les aplicó una encuesta y 2 administradores a los cuales se le realizó una entrevista.

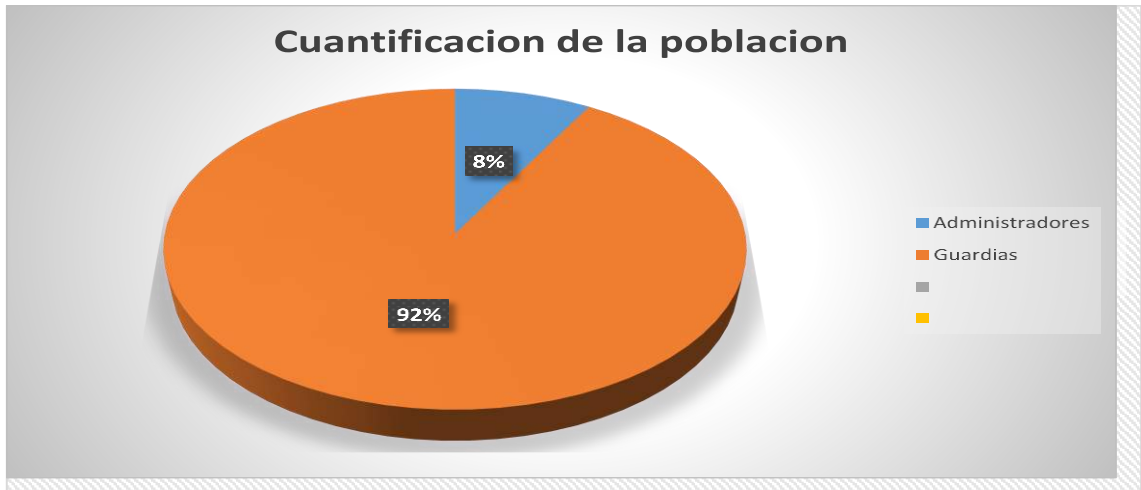
Tabla 1 - 3: Cuantificación de la población

Ocupación	Nº	Porcentaje %
Administrativos	2	8,33%

Guardianía y seguridad	22	91,66%
TOTAL:	24	100%

Fuente: Compañía "Segurivanov" Cía Ltda.
Elaborado: Jersson Silva, 2018

Gráfico 1 - 3: Cuantificación de la población



Fuente: Tabla N° 3 Cuantificación de la población
Realizado: Jersson Silva, 2018

Análisis

Del 100% de la población un total del 92% representa a los trabajadores encargados de la guardianía y seguridad, finalmente un 8% que representan a los Administradores de "SEGURIVANOV" Cía. Ltda.

Interpretación

Se conoce que la población total objeto de estudio está constituido por 24 personas que dentro de "SEGURIVANOV" Cía. Ltda. Desempeñan diferentes labores; 2 de las 24 personas son administradores, mientras que 22 personas están encargadas de la guardianía y seguridad.

3.5. Muestra

Debido a que la población es pequeña se ha optado por tomar como muestra al total del personal de la empresa.

3.6 Resultados

3.6.1 Resultados de las Encuestas aplicadas a los trabajadores

Pregunta N° 1: ¿Cree usted que la Administración toma las mejores decisiones, para un mejoramiento constante?

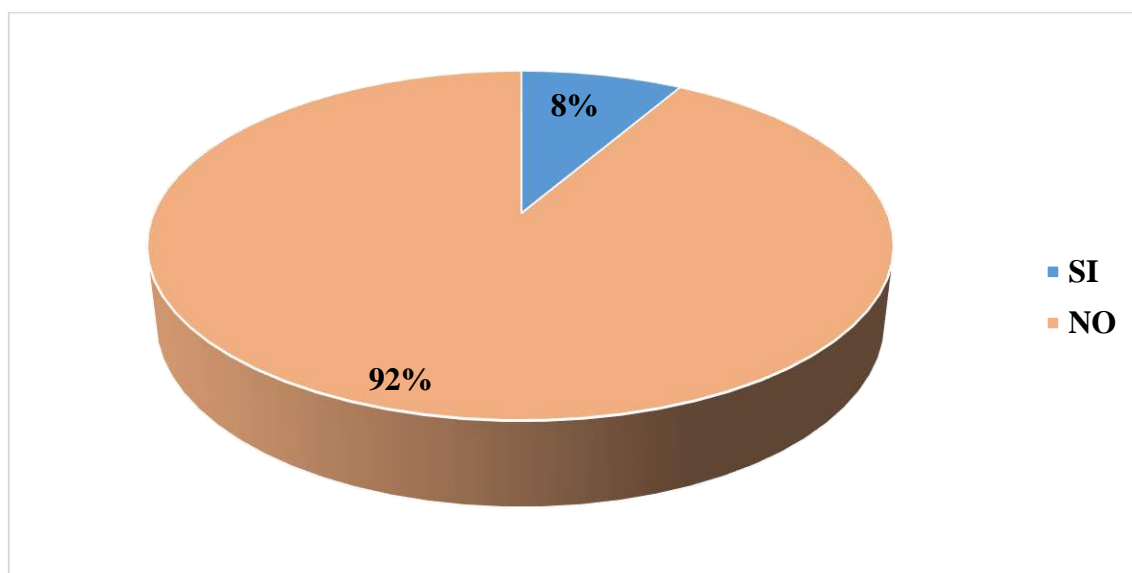
Tabla 2 - 3: La administración toma las mejores decisiones

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
SI	2	8%
NO	20	92%
TOTAL:	22	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la Compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA.

Elaborado: Jersson Silva, 2018

Gráfico 2 - 3: La administración toma las mejores decisiones



Fuente: Tabla N° 4: La administración toma las mejores decisiones

Elaborado: Jersson Silva, 2018

Análisis:

Del 100% de la población el 92% manifestó que la actual administración no toma las mejores decisiones; mientras que el 8% aseguró que la administración actual si toma las mejores decisiones.

Interpretación:

De los 22 trabajadores de la Compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA; 20 de ellos manifestaron que la administración no toma las mejores decisiones por ello no es competitiva; apenas 2 trabajadores manifestaron que la administración de la compañía toma decisiones adecuadas en la parte económica, contable y financiera.

Pregunta N° 2: ¿Conoce usted cuantas y cuáles son las funciones y responsabilidades que tiene dentro de la organización?

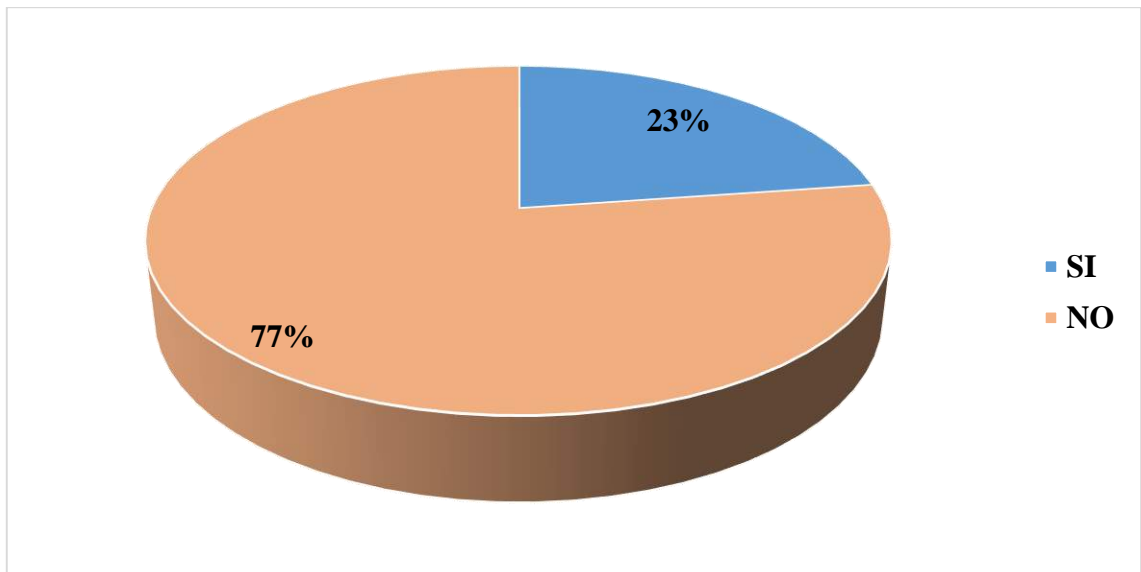
Tabla 3 - 3: Conoce cuantas y cuáles son las funciones que tiene

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
--------	------------	--------------

SI	5	23%
NO	17	77%
TOTAL:	22	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la Compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA.
Elaborado: Jersson Silva, 2018

Gráfico 3 - 3: Conoce cuantas y cuáles son las funciones que tiene



Fuente: Tabla N° 5 Conoce cuantas y cuáles son las funciones que tiene
Elaborado: Jersson Silva, 2018

Análisis:

Del 100% de la población el 77% manifestó que no conocen cuantas ni cuáles son las funciones que deben desempeñar dentro de la compañía; mientras que el 23% aseguró que conocen sus responsabilidades y actividades que deben hacer dentro de la compañía.

Interpretación:

De los 22 trabajadores de la Compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA; 17 de ellos manifestaron que no conocen en su totalidad cuantas ni cuáles son las actividades que deben ejecutar en la compañía; apenas 5 trabajadores manifestaron que conocen a su totalidad cuántas funciones desempeñan, que actividades deben hacer y cuáles son las normas y responsabilidades que debe cumplir.

Pregunta N° 3: ¿La compañía “SEGURIVANOV” controla todas sus actividades funcionales?

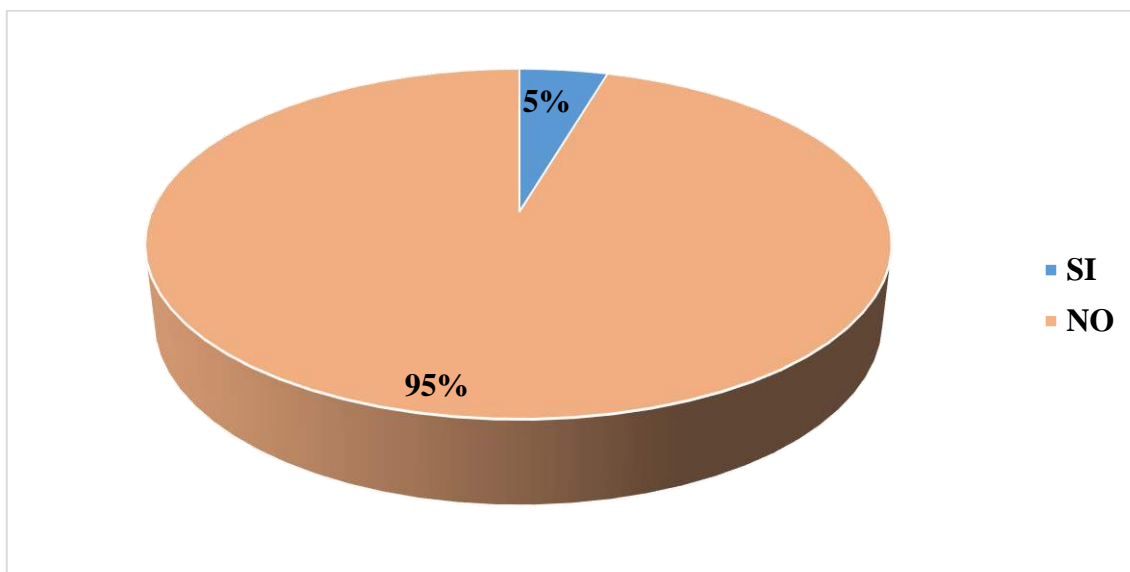
Tabla 4 - 3: La compañía controla todas las actividades funcionales

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
SI	1	5%

NO	21	95%
TOTAL:	22	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la Compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA.
Elaborado: Jersson Silva, 2018

Gráfico 4 - 3: La compañía controla todas las actividades funcionales



Fuente: Tabla N° 6 La compañía control todas las actividades funcionales
Elaborado: Jersson Silva, 2018

Análisis:

Del 100% de la población el 95% manifestó que la compañía no controla todas las actividades funcionales; mientras que el 5% aseguró la compañía controla a cabalidad todas las actividades funcionales en sus acciones.

Interpretación:

De los 22 trabajadores de la Compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA; 21 de ellos manifestaron que la compañía no se abastece y no puede controlar todas las actividades funcionales lo cual les ocasiona pérdidas de oportunidades y crecimiento; apenas 1 trabajador manifestó que la compañía alcanza un monitoreo de todas las actividades funcionales.

Pregunta N° 4: ¿La compañía planifica, organiza, coordina sus actividades y controla eficientemente todas las labores?

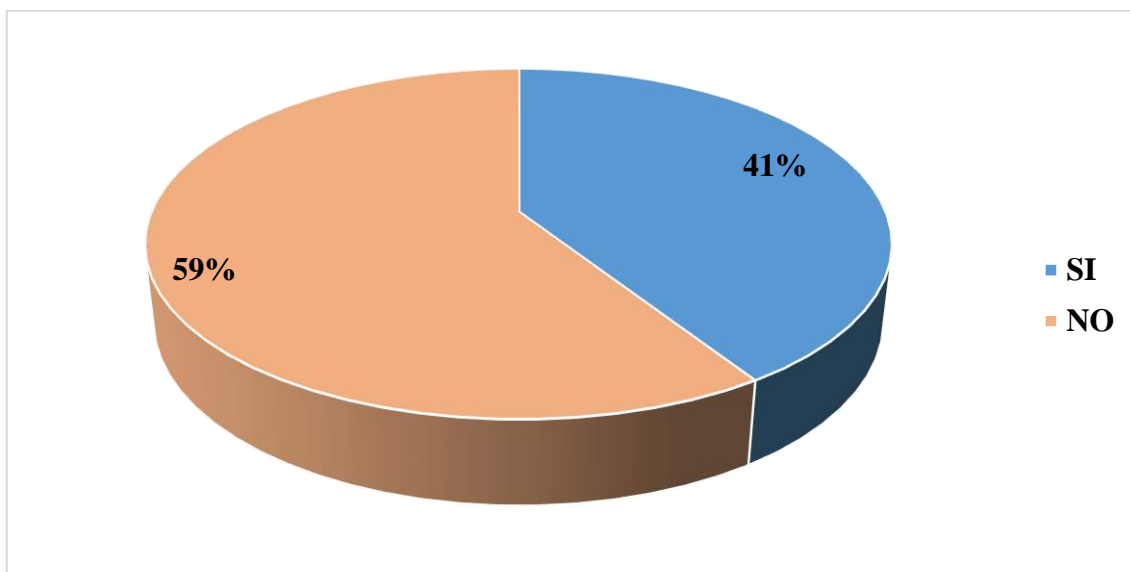
Tabla 5 - 3: La compañía tiene una administración eficiente

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
SI	9	41%

NO	13	59%
TOTAL:	22	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la Compañía "Segurivanov" Cia Ltda.
Elaborado: Jersson Silva, 2018

Gráfico 5 -3: La compañía tiene una administración eficiente



Fuente: Tabla N° 7 La compañía tiene una administración eficiente
Elaborado: Jersson Silva, 2018

Análisis:

Del 100% de la población el 59% manifestó que la compañía no planifica, organiza, coordina ni controla eficientemente todas sus labores; mientras que el 41% aseguró que la compañía cuenta con una eficiente administración.

Interpretación:

De los 22 trabajadores de la Compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA; 13 de ellos manifestaron que la compañía no planifica, no organiza, no coordina sus actividades y no controla eficientemente las labores, puesto que no cuentan con ningún plan para hacer una administración eficiente; apenas 9 trabajadores manifestaron que parcialmente es buena la actual administración de la compañía pero que necesita de mejoras.

Pregunta N° 5: ¿La compañía cuenta con las herramientas necesarias para tomar las mejores decisiones posibles?

Tabla 6 - 3: Se cuenta con herramientas para tomar buenas decisiones

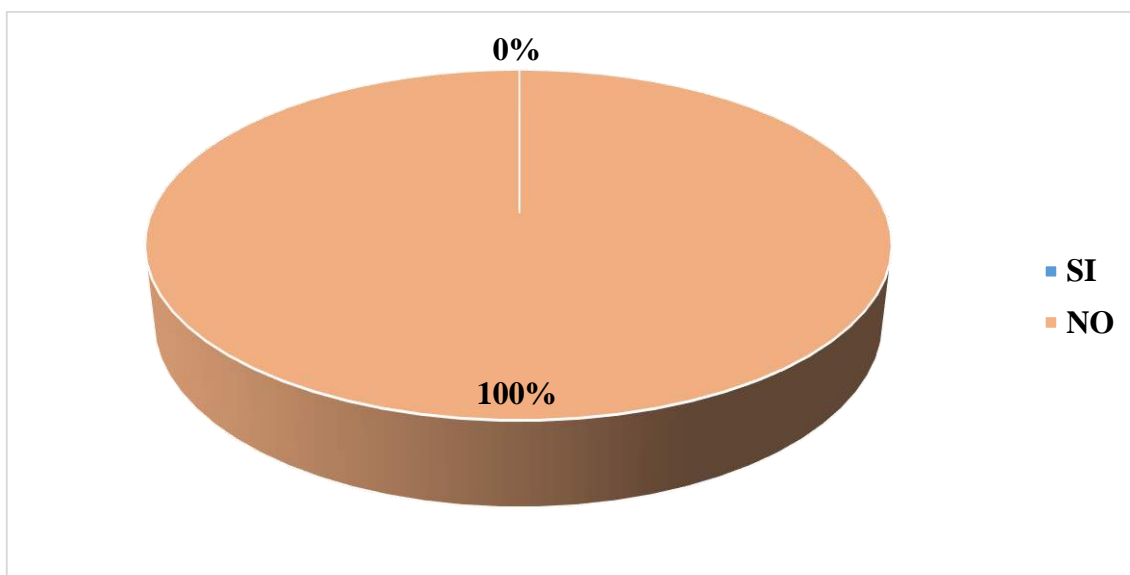
Opción	Frecuencia	Porcentaje %
SI	0	-
NO	22	100%

TOTAL:	22	100%
---------------	-----------	-------------

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la Compañía "Segurivanov" Cia Ltda.

Elaborado: Jersson Silva, 2018

Gráfico 6 - 3: Se cuenta con herramientas para tomar buenas decisiones



Fuente: Tabla N° 8 Se cuenta con herramientas para tomar buenas decisiones

Elaborado: Jersson Silva, 2018

Análisis:

Del 100% de la población el 100% manifestó que la compañía no cuenta con herramientas efectivas para ser utilizadas para tomar decisiones en favor y en beneficios de la compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA.

Interpretación:

De los 22 trabajadores de la Compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA; todos y cada uno de ellos han sabido manifestar que la compañía no cuenta con ninguna herramienta para analizar situaciones y elegir las mejores decisiones empresariales; por tanto se requiere implementar herramientas para tomar buenas decisiones como la elaboración de un plan estratégico.

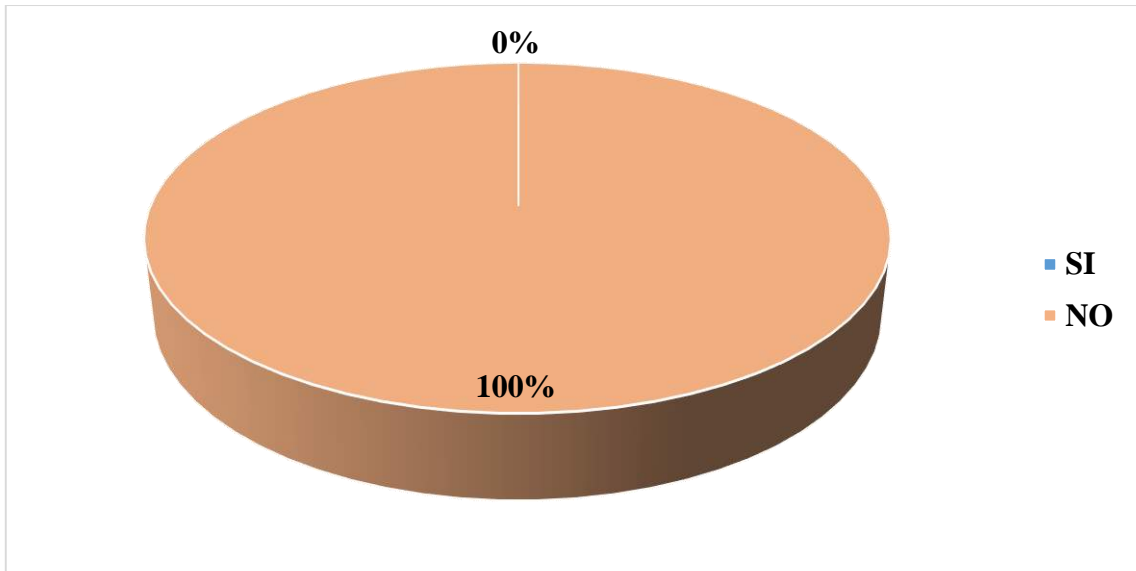
Pregunta N° 6: ¿Sabe usted si la compañía cuenta actualmente con un plan estratégico?

Tabla 7 - 3: La compañía cuenta actualmente con un plan estratégico

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
SI	0	-
NO	22	100%
TOTAL:	22	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la Compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA.
Elaborado: Jersson Silva, 2018

Gráfico 7 - 3: La compañía cuenta actualmente con un plan estratégico



Fuente: Tabla N° 9 La compañía cuenta actualmente con un plan estratégico
Elaborado: Jersson Silva, 2018

Análisis:

Del 100% de la población el 100% manifestó que la compañía no cuenta actualmente con una Plan Estratégico.

Interpretación:

De los 22 trabajadores de la Compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA; todos y cada uno de ellos han sabido manifestar que la compañía no cuenta con un plan estratégico que delimite funciones, mejore sus actividades productivas, mejore su gestión administrativa y ayude a tomar buenas decisiones.

Pregunta N° 7: ¿Cree usted que existe una influencia vigente de la planificación estratégica en la toma de decisiones?

Tabla 8 - 3: Hay influencia entre planificación estratégica y toma de decisiones

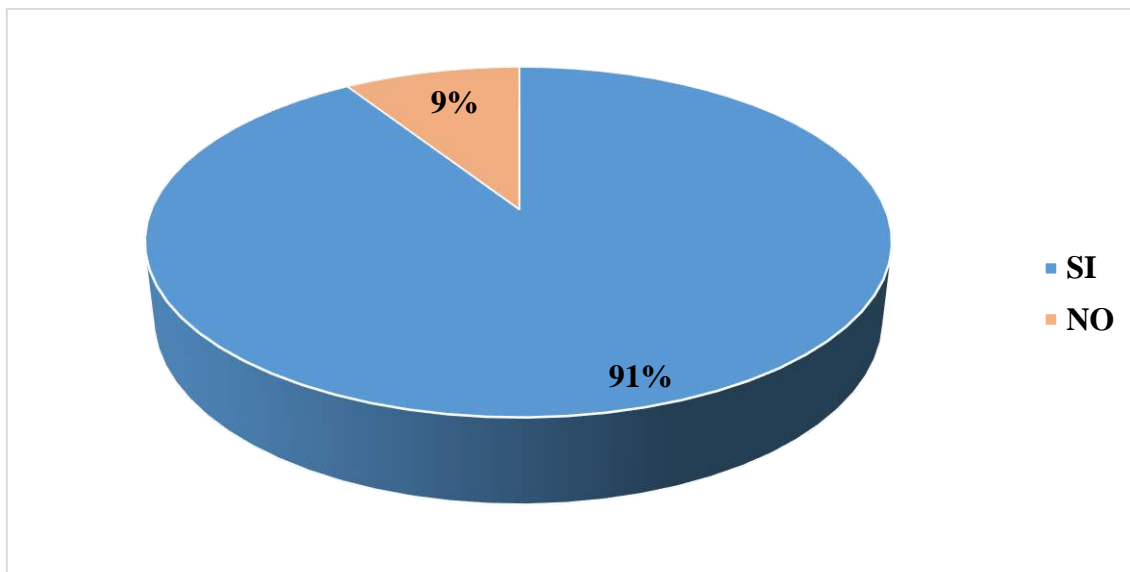
Opción	Frecuencia	Porcentaje %
SI	20	9%
NO	2	91%

TOTAL:	22	100%
---------------	-----------	-------------

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la Compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA.

Elaborado: Jersson Silva, 2018

Gráfico 8 - 3: Hay influencia entre planificación estratégica y toma de decisiones



Fuente: Tabla N° 10 Hay influencia entre plan estratégico y toma de decisiones

Elaborado: Jersson Silva, 2018

Análisis:

Del 100% de la población el 91% manifestó que existe influencia entre plan estratégico y toma de decisiones eficientes; mientras que el 9% aseguró que no hay relación entre un plan estratégico con la toma de decisiones.

Interpretación:

De los 22 trabajadores de la Compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA; 20 de ellos manifestaron que debe existir una influencia vigente entre los planes estratégicos con la toma de buenas decisiones empresariales; apenas 2 trabajadores manifestaron que no existe relación entre plan estratégico y la toma de decisiones en las compañías.

Pregunta N° 8: ¿Conoce usted la importancia y conceptualizaciones de una planificación estratégica?

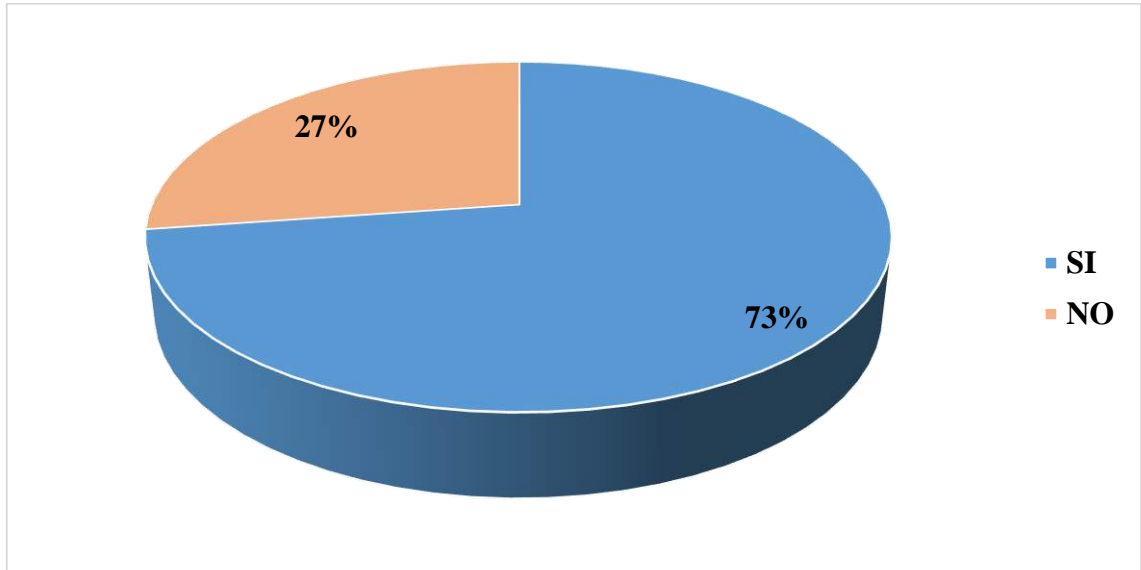
Tabla 9 - 3: Conoce la conceptualización e importancia del plan estratégico

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
SI	16	73%

NO	6	27%
TOTAL:	22	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la Compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA.
Elaborado: Jersson Silva, 2018

Gráfico 9 - 3: Conoce la conceptualización e importancia del plan estratégico



Fuente: Tabla N° 11 Conoce la importancia y conceptualización del plan estratégico
Elaborado: Jersson Silva, 2018

Análisis:

Del 100% de la población el 73% manifestó que conoce la importancia y diversas conceptualizaciones de la planificación estratégica; mientras que el 27% aseguró que no conocen la importancia y/o definiciones de la planeación estratégica.

Interpretación:

De los 22 trabajadores de la Compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA; 16 de ellos manifestaron que conocen la temática de planeación estratégica sus beneficios e implicaciones; apenas 6 trabajadores manifestaron un desconocimiento de la temática de plan estratégico.

Pregunta N° 9: ¿Considera que la compañía "SEGURIVANOV" debería mejorar su gestión administrativa?

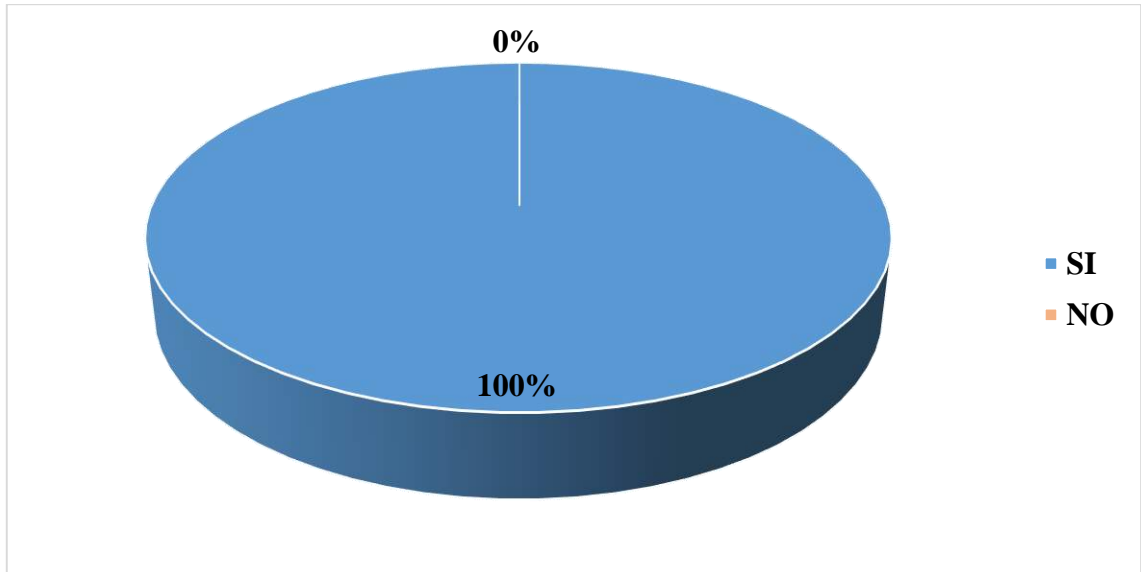
Tabla 10 - 3: Se debe mejorar la actual gestión administrativa

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
--------	------------	--------------

SI	22	100%
NO	0	-
TOTAL:	22	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la Compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA.
Elaborado: Jersson Silva, 2018

Gráfico 10 - 3: Se debe mejorar la actual gestión administrativa



Fuente: Tabla N° 12 Se debe mejorar la actual gestión administrativa
Elaborado: Jersson Silva, 2018

Análisis:

Del 100% de la población el 100% manifestó que la compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA debe mejorar su actual gestión administrativa.

Interpretación:

De los 22 trabajadores de la Compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA; todos y cada uno de ellos han sabido manifestar que la compañía debe mejorar su actual gestión administrativa, para lo cual necesitan de herramientas o estrategias de mejoramiento.

Pregunta N° 10: ¿Estaría usted de acuerdo en la implementación de propuestas, todo en pro y en beneficio de la compañía?

Tabla 11 - 3: Estaría de acuerdo en implementar propuestas de mejoramiento

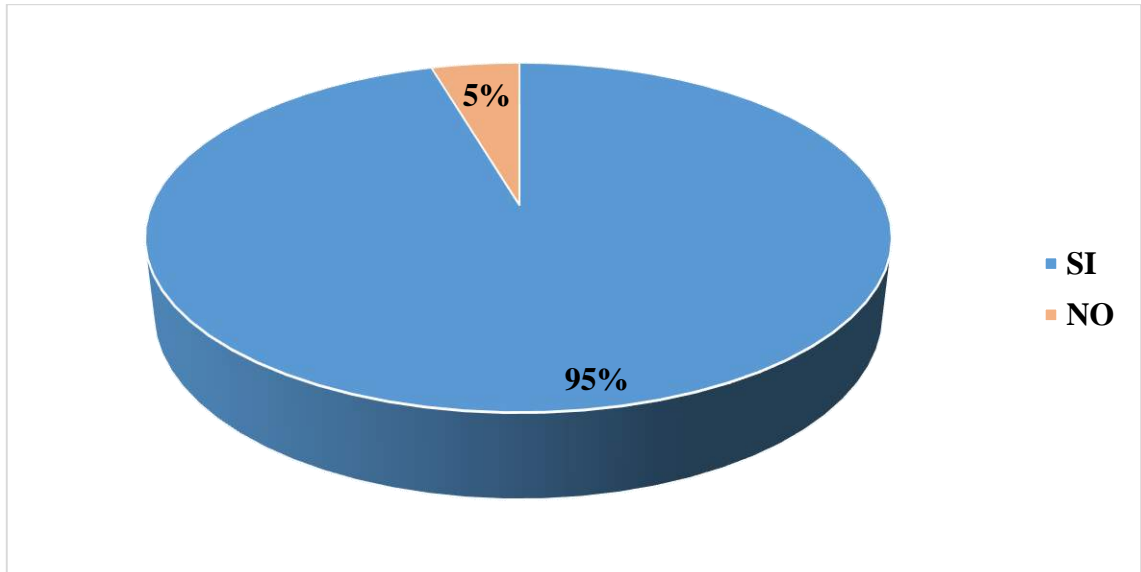
Opción	Frecuencia	Porcentaje %
--------	------------	--------------

SI	21	95%
NO	1	5%
TOTAL:	22	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la Compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA.

Elaborado: Jersson Silva, 2018

Gráfico 11 - 3: Estaría de acuerdo en implementar propuestas de mejoramiento



Fuente: Tabla N° 13 Estaría de acuerdo en implementar propuestas de mejoramiento

Elaborado: Jersson Silva, 2018

Análisis:

Del 100% de la población el 95% manifestó que está dispuesto y de acuerdo en implementar propuestas de mejoramiento para la compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA; mientras que el 5% aseguró que no mostrarían apertura en hacer cambio o propuestas para la compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA.

Interpretación:

De los 22 trabajadores de la Compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA; 21 de ellos manifestaron que no solo están de acuerdo en implementar propuestas de mejoramiento sino que brinda su ayuda y apoyo para crear nuevas herramientas que mejoren el funcionamiento interno de la compañía; apenas 1 trabajador manifestó no estar de acuerdo en implementar nuevas estrategias, pero es solo una minoría absoluta.

3.6.2 Resultados entrevista aplicativa al personal administrativo de la compañía

La Compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA cuenta con un total de 2 personas encargadas del área administrativa a las cuales se les aplicó una entrevista con 4 preguntas abiertas; cabe decir que el proceso de la encuesta fue efectivo y se obtuvieron datos,

informaciones y respuestas de gran importancia para la presente investigación las cuales se explican a continuación:

Pregunta N° 1: ¿Cuáles son los parámetros sobre los cuales se fundamenta para la toma de decisiones empresariales?

Respuestas:

Personal Administrativo 1:

Analizo las probabilidades, tomo como punto de referencia los caminos seguidos anteriormente, me guío en mi experiencia, realizo reuniones conjuntas con mi compañero administrativo y seguimos un punto trazado fijo, es decir no hacemos modificaciones grandes y existe resistencia al cambio.

Personal Administrativo 2:

Lidero al grupo y reflejo las mejores posibilidades, tomo la opción que dé a la compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA mayores réditos, se analizan los tiempos y costos de las decisiones, me baso en la experiencia.

Análisis e interpretación de las respuestas obtenidas:

Se nota que tanto el personal administrativo 1 y 2 son empíricos es decir se basan únicamente en su experiencia para la toma de decisiones, sin realizar previamente análisis de situaciones tanto internas como externas; además no cuentan con una herramienta para tomar decisiones eficiente como puede ser un "Plan estratégico" por último no toman en cuenta las opiniones del resto del personal para tomar una decisión en conjunto, puesto que son los trabajadores los que conocen de mejor manera cómo funciona la compañía y cuáles son las principales falencias y oportunidades que se puedan dar.

Pregunta N° 2: ¿Qué piensa usted del diseño de un plan estratégico y conoce la importancia que este tiene?

Respuestas:

Personal Administrativo 1:

Pues considero que sería altamente factible y positivo para la compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA, al ser mi función al área administrativa conozco casi en su totalidad de las conceptualizaciones de la planificación estratégica, en mi opinión creo que se debería conocer la opinión de los trabajadores para verificar si estarían de acuerdo o no en implementar un plan estratégico.

Personal Administrativo 2:

El diseño de un plan estratégico para nuestra compañía debe hacerse y de manera urgente, ya que así el personal administrativo y el resto de trabajadores, va a tener una herramienta en la cual basarse para mejorar funciones laborales y en conjunto llevar a la compañía al éxito, sobresaliendo por encima de nuestros competidores y lograr un crecimiento y desarrollo institucional; por último el plan estratégico debe ser de fácil entendimiento para todos los miembros de la compañía y debe mostrar los diversos beneficios y ventajas que tendrá la compañía con el diseño de un plan estratégico.

Análisis e interpretación de las respuestas obtenidas:

Ambos trabajadores del área administrativa de la compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA; conocen de la importancia de un plan estratégico y están de acuerdo en el diseño del mismo para la compañía, siempre y cuando el mismo sea comprensible y entendible según los niveles de conocimiento de todos los miembros que conforma la compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA, además debe ser aceptado por la mayoría de los trabajadores de la compañía y finalmente debe mostrarse los diversos beneficios del mismo.

Pregunta N° 3: ¿Brindaría apertura a propuestas en pro de mejora y estaría de acuerdo en sus aplicaciones y fundamentaciones?; ¿Si, no (porqué)?

Respuestas:

Personal Administrativo 1:

Brindo mi apoyo y estoy de acuerdo en implementar propuestas todo en pro de mejora y en beneficio de la compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA ya que todos los trabajadores nos sentimos identificados con nuestra compañía y queremos lo mejor para ella; como la misma pregunta afirma se debe analizar las fundamentaciones e implicaciones de las propuestas para verificar su cumplimiento y las prerrogativas que se obtendrán.

Personal Administrativo 2:

De mi parte brindo una total apertura y apoyo a propuestas de mejoramiento, siempre y cuando como mencionaba en la pregunta anterior las propuestas sean entendibles para todos los miembros de la compañía, la propuesta debe tener un objetivo, modelos, pasos a seguir y resultados que se tendrá con la misma.

Análisis e interpretación de las respuestas obtenidas:

Ambos trabajadores del área administrativa de la compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA; brindan total apertura, apoyo y colaboración en propuestas de mejoramiento de la compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA, siempre y cuando las propuestas de mejoramiento sean plasmadas de manera detallada con objetivos, los miembros de la compañía estén conformes con la propuesta, expectativas, fundamentaciones e implicaciones.

Pregunta N° 4: ¿Cómo realizan sus procesos de gestión administrativa; es decir cuáles son sus modelos de planificación, organización, dirección, coordinación, control y evaluación?

Respuestas:

Personal Administrativo 1:

Pues nos basamos en un modelo clasicista, donde prevalecen las ganancias sobre el talento humano, lo cual me parece negativo, ya se desmotivan los trabajadores; por ende se necesitaría de una nueva estrategia, propuesta o herramienta donde se mejore la gestión administrativa; exista un monitoreo o control eficiente de las actividades laborales, se coordine de manera perfecta las tareas a ejecutar, se planifique de manera eficiente pensando en todos y cada uno de los factores que influyen en la compañía y contar con un modelo de evaluación para analizar resultados y ver en que medida se pudo cumplir con los objetivos expuestos en una planificación.

Personal Administrativo 2:

Podría decirse y en cierta medida que no se aplica una gestión administrativa, el modelo de gestión administrativa es únicamente la experiencia lo cual es altamente negativo, ya que es un modelo desactualizado, nos debemos enfocar en los trabajadores ya que mientras más motivados estén los trabajadores mejor será su labor, por ende será más fácil coordinarlos, elaborar planificaciones en conjunto, evaluarlos y controlar las actividades que ejecutan para de esta manera y en lo posible elaborar un manual de funciones para delegar tareas, metas y responsabilidades.

Análisis e Interpretación de las respuestas obtenidas:

Sus actuales modelos de gestión administrativa no son eficientes ni buenos por ende necesitan de estrategias innovadoras, para estar a la par de la competencia, su principal falla en la gestión administrativa es el primer paso que se considera el más importantes; es decir la "planificación" es decir no se estudia o analiza a futuro no se toma en cuenta factores que pueden influir en la compañía y no se ejecutan estrategias aptas; por ende si no hay planificaciones ni estrategias, se necesita de una Planificación Estratégica.

3.6.3 Resultados de la ficha de observación

Para la ficha de observación se visitó constantemente las instalaciones de la compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA, para observar-mirar las falencias, debilidades y fortalezas que tiene la compañía.

La ficha de observación son los aspectos que se observaron y que mayor relevancia o influencia tuvieron para la presente investigación; del diseño de un “PLAN ESTRATÉGICO”.

Se observó cada factor por separado y se los cuantifico con una calificación sobre 5 donde:

5 Todo está bien o es excelente

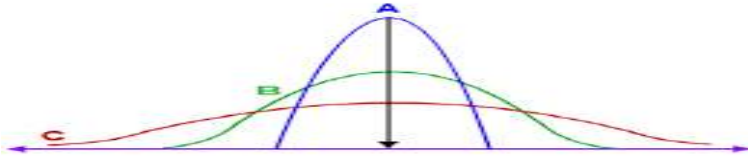
1, 2 Requiere cambios, es malo o no se aplica de buena manera

3, 4 No funciona del todo bien

Se obtuvo los siguientes resultados.

Tabla 12 - 3: Ficha de Observación

ASPECTOS A OBSERVAR	EVALUACIÓN CUANTITATIVA SOBRE 5
----------------------------	--------------------------------------------



Clima laboral u organizacional	<u>5</u>
Misión y visión actuales	<u>1</u>
Eficiencia en la toma de decisiones	<u>1</u>
Ordenamiento de materiales	<u>4</u>
Los procesos administrativos	<u>3</u>
Control de Actividades Funcionales	<u>2</u>
Desempeño Laboral	<u>4</u>
Atención al cliente	<u>5</u>
Total, aspecto Observados: 8	

Elaborado: Jersson Silva, 2018

Análisis e interpretación de los resultados de la Ficha de Observación:

La compañía "SEGURIVANOV" CIA LTDA, cuenta con un excelente clima laboral, puesto que existe un ambiente de armonía y apoyo entre todos los miembros de la misma; así mismo es muy buena la atención al cliente. El ordenamiento de materiales y el desempeño laboral están bien, pero se podría mejorar. Los procesos administrativos que aplica la compañía no son del todo buenos. El control que ejecutan para las actividades funcionales no se aplica de buena manera, debe mejorarse de manera inmediata. Finalmente, tanto la toma de decisiones como la misión y visión actuales son deficientes y requieren cambios; para lo cual es necesario implementar o diseñar nuevos modelos administrativos como un plan estratégico.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 Título de la propuesta

DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA, DE SEGURIDAD PRIVADA SEGURIVANOV CÍA. LTDA., DEL CANTÓN GUARANDA.

4.2 Objetivos de la propuesta

4.2.1 Objetivo general de la propuesta

Diseñar un Plan Estratégico para la Compañía, de seguridad privada “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA., del cantón Guaranda; que mejore la actual Gestión Administrativa.

4.2.2 Objetivos específicos de la propuesta

- Desarrollar una nueva filosofía empresarial, la cual conste de una nueva misión, visión, objetivos empresariales, valores corporativos, normativas, responsabilidades, planes de contingencia y planes de acción para la Compañía, de seguridad privada “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA.
- Ejecutar un estudio exhaustivo para la Compañía, de seguridad privada “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA; entendiendo así los diversos factores internos y externos que influyen en la misma, con la realización de una Matriz “FODA” añadiendo estrategias para incrementar fortalezas, aprovechar oportunidades, eliminar debilidades y mitigar amenazas.
- Mejorar la Gestión Administrativa (planificación, organización, coordinación, monitoreo y evaluación) de la Compañía, de seguridad privada “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA., con planes estratégicos y motivaciones al personal.

4.3 Proceso de control en la aplicación del plan estratégico

El diseño de un plan estratégico conlleva un sinnúmero de elementos, es decir no se puede aplicar una planificación estratégica sin contar con planes y controles, para que el plan estratégico propuesto sea de calidad.

Es por ello que el plan estratégico debe ser monitoreado en especial por el área administrativa de la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA; para que se vaya

cumpliendo en fases y en manera ordenada el plan estratégico, sin saltarse ningún paso; ejemplo: no se puede elaborar una visión o las responsabilidades mientras no esté plasmada la misión de la compañía.

Así mismo en el diseño del plan estratégico es importante conocer los factores que influyen en la compañía es decir el análisis situacional.

Por lo tanto se determina que un plan estratégico es de gran utilidad para cualquier empresa o compañía, donde se ejecuta un estudio y análisis situacional y ver la naturaleza del negocio para implantar una misión que guie a toda la institución, para después se plasme una visión para el futuro, continuando con valores, responsabilidades y normativas organizacionales; es así como se deberá aplicar el plan estratégico para la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA, para monitorear y controlar proceso a procesos o más bien dicho paso a paso; de cada elemento que conforma el plan estratégico.

Es importante también controlar al personal durante la implantación del plan estratégico para la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA, para que colaboren con dicha implantación y vayan entendiendo de que trata y las ventajas de la propuesta de mejoramiento.

4.4 Gestión administrativa de la compañía “Segurivanov”

Incluye la planificación, organización, coordinación, monitoreo y evaluación de todos los procesos, actividades y funciones que ejecute la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA.

4.4.1 Mejoramiento de la gestión administrativa

La obtención de una mejor Gestión Administrativa de la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA, incluye propuestas de mejoramiento en las siguientes áreas:

Mejoramiento de la planificación de la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA

Mejoramiento de la organización de la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA

Mejoramiento de la coordinación de la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA

Mejoramiento de procesos de evaluación de la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA.

4.4.1.1 Evaluación de desempeño

Se propone evaluar el desempeño laboral de la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA, en base a:

Conocimientos que obtengan

Utilidad y uso de las capacitaciones brindadas

Niveles de aceptación para trabajar en conjunto

Niveles de liderazgo

Cumplimiento de metas y tareas con el manual de funciones propuesto

Habilidades y destrezas mostradas

Colaboración para solucionar y mitigar problemas y conflictos

Puntualidad

Por último, se propone cuantificar las evaluaciones de desempeño con la siguiente numeración:

10/10 Excelente

9/10 Muy buena

8 - 7 - 6 / 10 Bueno, pero le falta colaboración.

5 - 4 / 10 Cumple a medias con los objetivos y expectativas expuestas.

3 - 2 - 1 / 10 Funcionamiento inadecuado necesita de capacitaciones.

4.5 Plan estratégico y gestión administrativa

El diseño del plan estratégico propuesto va a permitir mejorar la gestión administrativa de la Compañía “SEGURIVANOV” ya que todo el trabajo investigativo así lo demuestra; ejemplos:

La Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA al contar con una nueva misión y visión que son más retadoras organizacionalmente hablando le va a permitir obtener una mejor planificación y control de las actividades.

La Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA al contar con nuevos y mejores valores va a regularizar la conducta de los trabajadores fortaleciendo el trabajo en equipo y eliminando el individualismo laboral.

Si se desea mejorar los procesos evaluativos de la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA es necesario que los objetivos, la misión y la visión propuestas deben contener delimitaciones espaciales – de lugar, temporalidades - de tiempo.

Con los objetivos empresariales propuestos se va a lograr tener una mejor coordinación y organización de trabajadores, materiales y tareas a ejecutarse.

La Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA con la visión propuesta está manifestando lo que se espera de un futuro incierto, lo cual es la base fundamental para establecer una planificación eficiente.

Con el plan estratégico eficiente se promueve y valora el trabajo en equipo lo cual ayuda en gran medida para obtener una correcta coordinación de todos los procesos.

En general con el diseño del plan estratégico y con todos sus componentes permite fortalecer la actual gestión administrativa y sus 5 herramientas fundamentales como son: la organización, la planificación, el control de actividades, la coordinación de tareas y la evaluación de los resultados.

Con la misión plasmada se obtiene un direccionamiento estratégico fijo sobre el cual deben ir encaminadas todas las obligaciones, tareas, procesos y demás actividades que vaya ejecutando la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA.

4.5.1 Lineamientos de la propuesta

Científicas

Sociales

Culturales

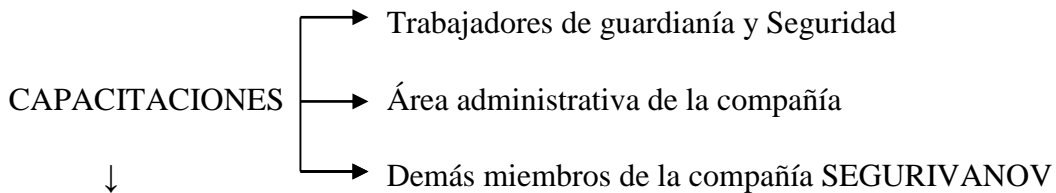
Colaborativas; con la comunidad

Mejoramientos económicos – rentables

De seguridad

Desarrollo en conjunto (comunidad, compañía medio ambiente)

4.6 Maneras de dar a conocer la propuesta



Las capacitaciones son para que todos los partícipes de la compañía conozcan y se empapen de conocimientos empresariales tales como:

Planes Estratégicos

Solvencia Empresarial

Delegación y funcionalidad empresarial

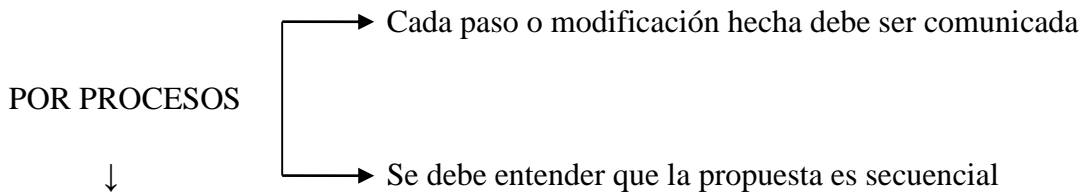
Gestión Administrativa

Manejo de R.R.H.H “Talento Humano”

Mejor calidad en los servicios

Niveles de competitividad

Economía



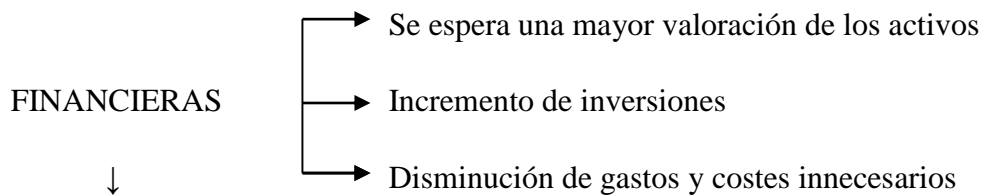
Todos y cada uno de los partícipes de la Compañía SEGURIVANOV debe entender que la aplicación de la propuesta es secuencial y cronológica; es decir por paso primero con la misión y visión, para las estrategias de cumplimiento de objetivos empresariales para

finalmente seguir los mejoramientos propuestos en la planificación, coordinación, control y evaluación de la compañía.

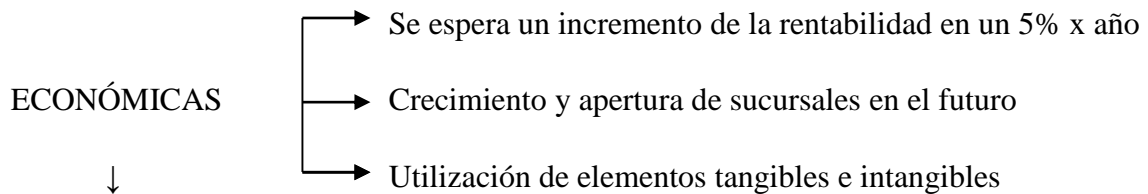
COMUNICACIONAL

La mejor manera de dar a conocer la propuesta es la comunicación constante; es decir avisar el paso a paso y todos los contenidos plasmados en las propuestas para que todos los puntos sean entendidos, comprensibles y aceptados por toda la compañía.

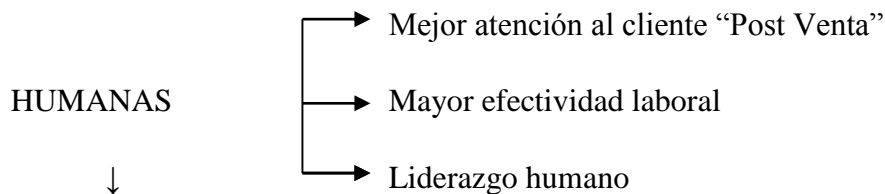
4.7 Expectativas esperadas con la propuesta



La valoración de los activos aumenta debido al mejor cuidado, mantenimiento y precaución de todos los materiales, insumos para brindar servicios de guardianía y seguridad; se incrementarán posibles inversores debido al incremento de imagen y popularidad de la compañía.

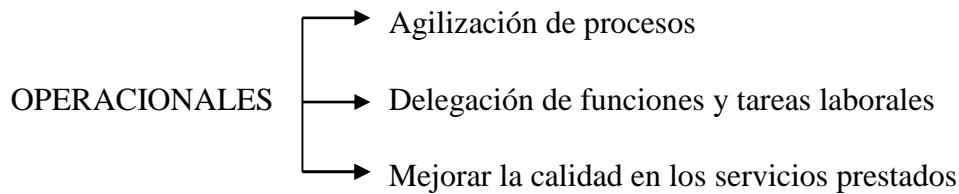


El crecimiento del 5% de rentabilidades por año se debe a los beneficios que trae la propuesta y con el incremento de clientes; los recursos tangibles son las capacidades competitivas, la organización y tecnología. Los recursos intangibles es el capital intelectual: humano, relacional y de gestiones administrativas.



Con la propuesta expuesta se prevé, mejorar la atención al cliente para fortalecer relaciones interpersonales y seguimiento constante de post venta, para fidelizar clientes y conseguir potenciales clientes nuevos; con la propuesta se busca que los trabajadores

realicen sus labores en el menor tiempo posible y utilizando la mínima cantidad de recursos; finalmente no ser individualista sino pensar en el desarrollo y éxito conjunto.



4.8 Diseño del plan estratégico

El plan estratégico de la Compañía, de seguridad privada “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA., contiene la filosofía empresarial, la misión, visión, objetivos y valores propuestos.

4.8.1 La filosofía empresarial

La filosofía empresarial de la Compañía, de seguridad privada “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA., definen lo que es la compañía (misión), que es lo que se desea conseguir (visión) y por último la integridad de la organización (valores corporativos).

4.8.2 Misión propuesta para la compañía “Segurivanov” Cía. Ltda

Somos una empresa dedicada a brindar protección, confianza y responsabilidad, desarrollando servicios de seguridad basados en la mejora continua al contar con un personal altamente capacitado e innovación tecnológica, siendo una organización confiable y coherente entre lo que se presta y se promete, centrando los esfuerzos en la satisfacción de nuestros clientes inicialmente en la provincia de Bolívar, y posteriormente en el resto del país.

Dimensiones de la misión propuesta.

Figure 1 - 4: Dimensiones de la visión.



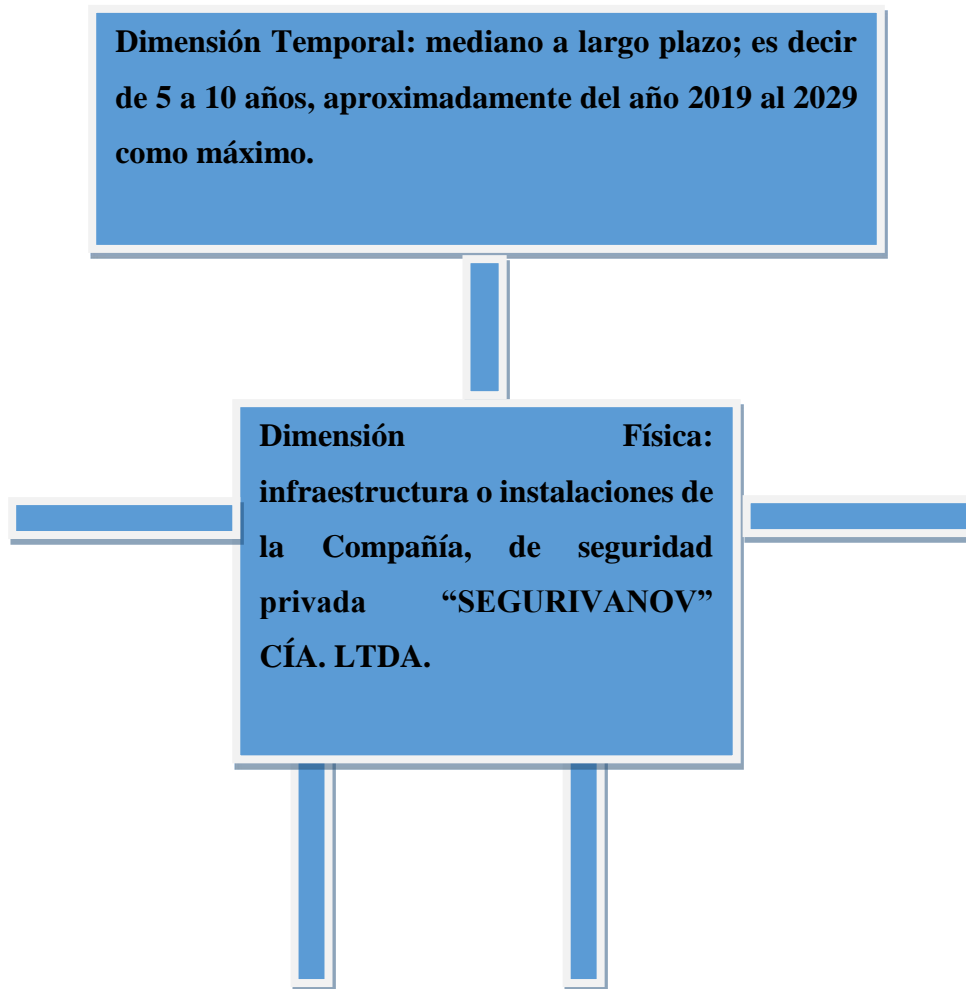
Fuente: Compañía SEGURIVANOV
Realizado: Jersson Silva, 2018

4.8.3 Visión propuesta para la compañía “Segurivanov” Cía. Ltda

Ser la compañía líder en la prestación de servicios de seguridad – guardianía a nivel local y una de las pioneras a nivel nacional, mediante una gestión administrativa eficiente, enfocada en la capacitación humana, la innovación tecnológica y el trabajo en equipo fortaleciendo así nuestro liderazgo y garantizando un servicio de alta calidad para todos nuestros clientes.

Dimensiones de la visión propuesta.

Figura 2 - 4: Dimensiones de la visión.



Dimensión Espacial: catón Guaranda; provincia Guaranda; país Ecuador ↓

Fuente: Compañía Segurivanov
Realizado: Jersson Silva, 2018

4.8.4 Objetivos empresariales propuestos para la compañía “Segurivanov”

Mejorar la atención al cliente

En caso de que el personal de guardianía se encuentre sin ocupación o ubicación en una institución, él o ella deben servir de apoyo a la administración.

Fortalecer la gestión administrativa de la Compañía, de seguridad privada “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA.

Mejorar el ambiente organizacional

Modificar según sea el caso o las necesidades de la filosofía empresarial propuesta

Manejar de manera correcta el plan estratégico propuesto, dando oportunidades de tener ventajas competitivas y crecimiento constante.

Incrementar las ganancias o utilidades de la compañía con el excelente servicio a los clientes, para así garantizar la fidelidad de los clientes actuales y llamar la atención de nuevos y potenciales clientes con la gran calidad en servicios de seguridad y guardianía.

Reducir y de ser posible eliminar las debilidades organizacionales

Incrementar las fortalezas institucionales

Aprovechar las oportunidades que se obtiene del medio, entorno y mercado

Mitigar las consecuencias negativas de las amenazas del entorno con diversas estrategias, ya que las amenazas son muy difíciles de controlar.

Crear planes de contingencia en caso de que ocurra algo no planeado.

Brindar servicios de limpieza altamente efectivos y de calidad con servicios de post venta; el cual consista en comunicarse continuamente con los clientes para verificar la aceptación o niveles de satisfacción de los servicios de limpieza; estudiando a la competencia verificar como brindan los servicios de limpieza y en que se podría mejorar.

4.8.5 Valores corporativos propuestos para la compañía “Segurivanov”

Cabe decir que los siguientes valores corporativos propuestos deben ser aplicados y cumplidos a cabalidad por todos los miembros que integren la Compañía, de seguridad privada “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA. Para lo cual se prevé y considera necesario una reunión general de todos los partícipes de la Compañía, de seguridad privada “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA para informarles la nueva misión, visión, valores y

responsabilidades a las cuales regirse; donde se justificará cada uno de los puntos expuestos y la importancia que tendrá para la compañía.

❖ Trabajo en equipo.

Este valor es el más representativo entre los empleados, dentro de la empresa el trabajo en equipo es esencial para las actividades cotidianas y la buena relación con los compañeros, la sociedad, empresa, etc.

❖ Disciplina.

Como un valor institucional de todos los miembros de SEGURIVANOV CIA LTDA, la disciplina es parte de la vida y filosofía de las personas del área de seguridad.

❖ Trabajo Desinteresado.

Es uno de los valores que se relaciona con el grado de compromiso que el personal tiene con la institución que pese a sus limitaciones realiza un trabajo de calidad y con entusiasmo.

❖ Compañerismo.

El compañerismo al igual que el trabajo en equipo resalta la importancia de llevarse bien con las personas con quienes comparten su diaria labor.

❖ Puntualidad.

Como una cultura organizacional y un valor a difundir a todo nivel en el Ecuador, se encuentra la puntualidad que deja de ser una exigencia para constituirse en una parte de la vida del personal de SEGURIVANOV.

❖ Honradez.

Este valor tiene su correspondencia con el valor institucional que lucha contra la delincuencia y que fomenta que todos los integrantes de la empresa sean personas íntegras y honestas.

❖ Optimismo.

Se relaciona para con la empresa, compañeros y familia, ya que con buen ánimo y predisposición para el trabajo se logran mejores resultados tanto para la organización como a nivel personal.

❖ Respeto.

A todas las personas que conforman la empresa como a nuestros clientes en sí a toda la sociedad en general.

❖ Cumplimiento.

Con nuestras obligaciones dentro y fuera de la empresa ofreciendo los servicios que están al alcance del personal de la compañía

❖ Motivación.

A los trabajadores con el fin que presten un mejor servicio.

4.9 Análisis situacional de la compañía “Segurivanov”

Son los factores, elementos y demás componentes tanto interno como externos que influyen en la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA.

4.9.1 Análisis externo

Después de un exhaustivo estudio e investigaciones a la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA, se obtuvo varios factores externos que influyen en la misma, algunos positivos y otros negativos los cuales se explica a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 1 - 4: Factores externos

N°	FACTOR
1	Competencia desleal.- no es ningún secreto que en el cantón de Guaranda, provincia de Bolívar, en lo que se refiere a la guardianía y seguridad hay varias empresas dedicadas a brindar dicho servicio, cuya competencia es desleal, pues hacen rumores falsos de las otras empresas para que así pierdan prestigio institucional lo cual es alarmante y un factor negativo para la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA.
2	Economía en déficit; en los últimos años la economía ha ido bajando de nivel por ende no existe apoyo a los emprendimientos ni son bien vistas las inversiones extranjeras por lo que resulta conflictivo crear un organización, empresa o negocio; quienes son los principales clientes para requerir servicios de guardianía y seguridad.
3	Aumento de la delincuencia; por recibimiento de personas extranjeras y por la falta y escases de fuentes de empleo.
4	Uso de las Redes sociales; se convierte en un oportunidad grandísima aprovecharse de las TICS y la influencia de las redes sociales en las personas en los últimos años, para promocionar a la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA, por estos medios para brindar servicios de guardianía y seguridad.
5	Mercado creciente en el cantón Guaranda y en la provincia de Bolívar.
6	La Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA está exenta o absuelta de ciertos pagos tributarios; según la ley de Compañías; las cooperativas, sociedades o compañías están absueltas de varios pagos arancelarios y tributarios, siempre y cuando cumplan con las bases del desarrollo sustentable y la responsabilidad social corporativa.
7	Avances tecnológicos; para poder adquirir artículos novedosos y con gran tecnología en lo referente a brindar servicios de guardianía y seguridad.
8	La comunidad en algunos casos no ve la necesidad de contratar servicios de guardianía y seguridad.
9	Cambios en la legislación gubernamental.
10	Competencia laboral. Debido a la creación de más empresas de seguridad en la provincia de Bolívar.

Fuente: Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA
Elaborado: Jersson Silva, 2018

4.9.2 Análisis interno

Después de un exhaustivo estudio e investigaciones a la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA, se obtuvo varios factores internos que influyen en la misma, algunos positivos y otros negativos los cuales se explica a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 2 - 4: Factores internos

N°	FACTOR
1	Poca capacidad para adaptarse a los cambios “resistencia al cambio”
2	Gran margen de atención al público.
3	No hay un direccionamiento estratégico fijo.
4	Cuentan con una nueva gestión administrativa.
5	La Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA, cuenta con los recursos necesarios y suficientes para un crecimiento y mejora continua.
6	La misión y visión actuales son ineficientes y poco retadoras.
7	El personal no es capacitado constantemente.
8	Buen clímax laboral entre los trabajadores de la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA.
9	La Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA cuenta con una imagen y prestigio institucional adecuado y ya establecido y reconocido dentro del mercado “Guaranda-Bolívar”
10	Los trabajadores sienten empatía con la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA, y son fieles con la compañía.

Fuente: Campania “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA
Elaborado: Jersson Silva, 2018

4.9.3 Análisis FODA compañía “Segurivanov”

El análisis FODA permite determinar mediante una matriz, todos y cada uno de los factores (INTERNOS-EXTERNOS) que influyen en la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA.

4.9.3.1 FODA interno compañía “Segurivanov”

En sí son todas y cada una de las Fortalezas y Debilidades existentes en la actualidad de la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA; las cuáles se encuentran numeradas en la siguiente tabla:

Tabla 3 -4: FODA Interno Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA

F O R T A L E Z A S	Fidelidad de los trabajadores con la compañía.
	Imagen y prestigio institucional adecuados.
	Buen clímax laboral entre trabajadores.
	Variabilidad de servicios.
	Recursos suficientes para un crecimiento y mejora continua.
	Gran margen de atención al público.
D E B I L I D A D E S	Falta de publicidad de los servicios que ofrece.
	Resistencia al cambio.
	No hay un direccionamiento estratégico fijo.
	La misión y visión actuales son ineficientes.
	El personal no es capacitado constantemente.
	Laboral. Mala gestión administrativa.

Fuente: Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA

Elaborado: Jersson Silva, 2018

4.9.4 FODA externo compañía “Segurivanov”

Tabla 4 - 4: FODA Externo de la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA

A M E N A Z A S	Competencia desleal o agresiva.
	Economía en déficit.
	La comunidad no contrata regularmente servicios de seguridad.
	Cambios en la legislación gubernamental.
	Competencia laboral.
O P O R T U N I	Conocimiento en el trabajo que realiza.
	Disponibilidad de espacios amplios, a bajos costos.
	Uso de las Redes sociales.
	Mercado creciente en el cantón y provincia.

D A D E S	Exenta de ciertos pagos tributarios.
	Avances tecnológicos.

Fuente: Compañía “SEGURIVANOV” Cia. Ltda

Elaborado: Jersson Silva, 2018

4.9.5 Matriz FODA compañía “Segurivanov”

La matriz FODA es la unión del FODA interno, más el FODA externo; obteniendo una matriz en forma de cuadro de 4x4, la cual indica todos y cada uno de los factores sean estos positivos o negativos; internos o externos que influyen en la Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA.

Tabla 5 - 4: Matriz FODA Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Fidelidad de los trabajadores con la compañía. Imagen y prestigio institucional adecuados. ❖ Buen clímax laboral. ❖ Recursos suficientes para un crecimiento y mejora continua. ❖ Gran margen de atención al público. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Falta de publicidad de los servicios que ofrece. ❖ Resistencia al cambio. ❖ No hay un direccionamiento estratégico fijo. ❖ La misión y visión actuales son ineficientes. ❖ El personal no es capacitado constantemente. ❖ Mala gestión administrativa.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS



<ul style="list-style-type: none"> ❖ Conocimiento en el trabajo que realiza. Disponibilidad de espacios amplios, a bajos costos. ❖ Uso de las Redes sociales. ❖ Mercado creciente en el cantón y provincia. ❖ Exenta de ciertos pagos tributarios. ❖ Avances tecnológicos 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Competencia desleal o agresiva. ❖ Economía en déficit. ❖ La comunidad no contrata regularmente servicios de seguridad. ❖ Cambios en la legislación gubernamental. ❖ Competencia laboral.
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Compañía “SEGURIVANOV” CÍA. LTDA

Elaborado: Jersson Silva, 2018

4.9.6 Matriz EFE

La Matriz de Evaluación del Factor Externo argumenta lo siguiente:

“Esta matriz trata de presentar, en un cuadro de doble entrada, por una parte los factores críticos del éxito relacionados con el entorno (oportunidades y amenazas), y por otra los valores asignados a cada uno de estos factores en función de su contribución al éxito de la empresa o negocio en cuestión.”

Por otro lado Fred David afirma que:

“Esta técnica es similar a la del factor interno con la diferencia de que enfoca las oportunidades y amenazas económicas, sociales, culturales, demográficas, geográficas, políticas, gubernamentales, jurídicas, tecnológicas y competitivas en vez de las fortalezas y amenazas internas.

Tabla 6 - 4: Esquema matriz EFE

FACTORES CLAVES	COLUMNA N°1	COLUMNA N°2	COLUMNA N°3
Descripción de los factores del entorno considerados más relevantes para el negocio (FORTALEZAS - DEBILIDADES)	CALIFICACION	PESO	VALOR PONDERADO

TOTAL	1	VALOR TOTAL
Los valores aquí ubicados deberán oscilar entre uno y cuatro, siendo 4 la máxima puntuación demostrando la efectividad y 1 la mínima, tomando en cuenta la importancia e incidencia en el éxito o fracaso.	Es esta columna en cada fortaleza y debilidad se deberá dividir la calificación otorgada en cada factor clave en la columna N° 1, para el factor 1, de tal manera que la finalizar en el total deberá sumar 1.	Se ubicara el resultado de la multiplicación de la columna N° 1 por la columna N° 2; arrojará resultados, los mismos que siendo mayor a 2,5 serán considerados positivos y menor al mismo serán negativos.

Fuente: Gaudys Rivas

Elaborado: Jerisson Silva, 2018

4.9.7 Matriz EFI

La matriz de evaluación de factor interno es una instrumento o herramienta para formular estrategias que resume y evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un negocio y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas. (Rivas, Ascanio, Subero, Berbín, Zamora, & Domador, 2012).

Tabla 7 - 4: Esquema Matriz EFI

FACTORES CLAVES	COLUMNA N°1	COLUMNA N°2	COLUMNA N°3
Descripción de los factores del entorno considerados más relevantes para el negocio (AMENAZAS - OPORTUNIDADES)	CALIFICACION	PESO	VALOR PONDERADO
TOTAL		1	VALOR TOTAL

Los valores aquí ubicados deberán oscilar entre uno y cuatro, siendo 4 la máxima puntuación demostrando la efectividad y 1 la mínima, tomando en cuenta la importancia e incidencia en el éxito o fracaso	En la presente columna en cada fortaleza y debilidad se deberá dividir la calificación otorgada en cada factor clave en la columna N° 1, para el factor 1, de tal manera que la finalizar en el total deberá sumar 1.	En esta última columna se ubicara el resultado de la multiplicación de la columna N° 1 por la columna N° 2; lo que nos arrojará resultados, los mismos que siendo mayor a 2,5 serán considerados positivos y menor al mismo serán negativos.
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Gaudys Rivas
 Elaborado por: Jersson Silva, 2018

4.9.8 Matriz FODA ponderada

Sirve para saber cuál factor tiene mayor peso o relevancia para lo cual se toma como puntuación los siguientes ítems.

- 5: Influencia total y de gran relevancia o importancia.
- 4: Importancia casi totalitaria.
- 3: Influencia y relevancia media.
- 2: Influencia baja.
- 1: Relevancia mínima o insignificante.

Tabla 8 - 4: FODA ponderado.

Factor / Elemento	Calificación
FORTALEZAS	
F1) Fidelidad de los trabajadores con la compañía	5
F2) Imagen y prestigio institucional adecuados	3
F3) Buen clímax laboral	4
F4) Recursos suficientes para un crecimiento y mejora continua	2
F5) Gran margen de atención al público	5

DEBILIDADES	
D1) Falta de publicidad	5
D2) Resistencia al cambio	3
D3) No hay un direccionamiento estratégico fijo	5
D4) La misión y visión actuales son ineficientes	4
D5) El personal no es capacitado constantemente	2
D6) Mala gestión administrativa	5
AMENAZAS	
A1) Competencia desleal o agresiva	5
A2) Economía en déficit	1
A3) La comunidad no contrata regularmente servicios de seguridad	5
A4) Cambios en la legislación gubernamental	1
A5) Competencia laboral	4
OPORTUNIDADES	
O1) Conocimiento en el trabajo que realiza.	4
O2) Aumento de la delincuencia	5
O3) Uso de las Redes sociales	5
O4) Mercado creciente en el cantón y provincia	3
O5) Exenta de ciertos pagos tributarios	2
O6) Avances tecnológicos	5

Fuente: Campaña "SEGURIVANOV" CÍA. LTDA
 Elaborado: Jersson Silva, 2018

4.9.9 FODA estratégico

Es una herramienta de vital importancia para un plan estratégico ya que permite detallar de manera clara, convincente y precisa las diversas estrategias o tácticas a ejecutar para reducir debilidades, incrementar fortalezas, mitigar amenazas y aprovechar oportunidades; puesto que es una matriz que interrelaciona cada factor positivo, negativo, interno y externo, con el único fin de reducir los factores negativos y aumentar y aprovechar los factores positivos.

Tabla 3: FODA estratégico

Factores	Fortalezas	Debilidades
<p>INTERNOS →</p> <p>EXTERNOS ↓</p>	<p>F1) Fidelidad de los trabajadores con la compañía.</p> <p>F2) Imagen y prestigio institucional adecuados.</p> <p>F3) Buen clima laboral.</p> <p>F4) Recursos suficientes para un crecimiento y mejora continua.</p> <p>F5) Gran margen de atención al público.</p>	<p>D1) Falta de publicidad.</p> <p>D2) Resistencia al cambio.</p> <p>D3) No hay un direccionamiento estratégico fijo.</p> <p>D4) La misión y visión actuales son ineficientes.</p> <p>D5) El personal no es capacitado constantemente.</p> <p>D6) Mala gestión administrativa.</p>
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<p>O1) Conocimiento en el trabajo que realiza.</p> <p>O2) Aumento de la delincuencia.</p> <p>O3) Uso de las Redes sociales.</p> <p>O4) Mercado creciente en el cantón y provincia</p> <p>O5) Exenta de ciertos pagos tributarios.</p> <p>O6) Avances tecnológicos.</p>	<p>F1-O1) Si hay fidelidad por parte de los trabajadores con la compañía, será más fácil emplear los conocimientos en el trabajo que realizan.</p> <p>F2-O4) Si la compañía SEGURIVANOV, tiene una imagen y prestigio institucional bueno ya establecido en el mercado; será más fácil aprovecharse del mercado creciente del cantón y la provincia.</p> <p>F3-O3) Si dentro de la compañía SEGUVIRANOV existe un ambiente de armonía y amistad entre trabajadores, será más fácil aprovecharse de la influencia de las Redes Sociales en las personas, para promocionar a la compañía por dichos medios y obtener nuevos clientes.</p> <p>F4-O2) Si existen los recursos necesarios y suficientes para un</p>	<p>D2-O6) Si existe resistencia al cambio, será complejo la adquisición de productos nuevos, novedosos y tecnológicos para brindar un mejor servicio de guardianía y seguridad.</p> <p>D3-O6) Si la compañía no cuenta con un direccionamiento estratégico fijo no se podrán cumplir los objetivos propuestos ni se mejorarán los servicios de guardianía y seguridad con la compra de materiales novedosos y tecnológicos.</p> <p>D4-O3) Si la actual misión y visión de la compañía no son retadoras se pierde prestigio institucional y será muy difícil promocionar a la compañía por las TICS – redes sociales.</p> <p>D5-O2) Si el personal no es capacitado constantemente, será difícil incrementar clientes en especial por el aumento de la delincuencia en los últimos años.</p>

	<p>crecimiento, se podrá ofrecer un buen servicio a nuestros clientes y protegerlos debido al aumento de la delincuencia.</p> <p>F5-O1) Si la compañía tiene gran atención al público, esto aumentará las probabilidades de que adquieran los servicios de guardianía y seguridad en especial con el aumento de la delincuencia en los últimos años.</p>	<p>D6-O2-O4) Una mala gestión en la compañía le significará pérdidas de oportunidades de crecimiento y no aumentar clientes en el mercado creciente del cantón Guaranda y la provincia Bolívar.</p>
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<p>A1) Competencia desleal o agresiva.</p> <p>A2) Economía en déficit.</p> <p>A3) La comunidad no contrata regularmente servicios de seguridad.</p> <p>A4) Cambios en la legislación gubernamental.</p> <p>A5) Altos precios de exportación.</p>	<p>F1-A1-A4) Si existe fidelidad entre los trabajadores de la compañía es más fácil mitigar los efectos de los cambios legislativos y la competencia agresiva o desleal.</p> <p>F2-A5) Si la compañía cuenta con una adecuada imagen y prestigio institucional será más fácil y aceptable la aplicación de gestiones y tácticas para comprar productos del mercado extranjero - internacional.</p> <p>F3-A1) Si existe un ambiente de amistad entre los trabajadores; la compañía será más competitiva, aún dentro de un mercado en donde la competencia es agresiva.</p> <p>F4-A3) Si los recursos son suficientes para expandirse es más fácil romper una barrera o complejo de la población que ve con malos ojos o una exageración contratar servicios de guardianía y seguridad.</p> <p>F5-A1-A3) Tener un margen alto de atención al público, ayuda a la compañía a ser más competitiva y ayuda a convencer a las personas de los beneficios y ventajas de adquirir servicios de guardianía y seguridad.</p>	<p>D1-A1) Si la compañía no cuenta con un buen plan de marketing, quedará rezagada debido a la competencia desleal y agresiva.</p> <p>D2-A2) Si existe resistencia al cambio serán peores las consecuencias para la compañía de una economía en déficit, debido a que los cambios y propuestas no son bien vistas o aceptables.</p> <p>D3-A3) Al no haber un direccionamiento estratégico fijo, las personas no van a adquirir servicios de guardianía y seguridad porque no ven la necesidad de contratar dichos servicios.</p> <p>D4-A1) Si la misión y visión de la compañía no son retadoras, la compañía no será competitiva y menos en un mercado de competencia agresiva por lo tanto poco a poco ira perdiendo clientes lo que le llevará a una posible desaparición - banca rota.</p> <p>D5-A3) Si el personal no es capacitado constantemente, nunca se va a poder romper la barrera o idiosincrasia de la población que cree innecesario contratar servicios de guardianía y seguridad.</p> <p>D5-A1-A2-A5) Contar con una mala gestión administrativa, no permitirá</p>

		ejecutar tácticas para mitigar los altos precios de exportación, además de convertirse en una desventaja competitiva y obtener consecuencia mayores por una economía en déficit.
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Compañía “SEGURIVANOV” CIA. LTDA

Elaborado: Jersson Silva, 2018

4.10 Formulación estratégica

4.10.1 Definición de estrategias y objetivos operativos

De acuerdo al plan estratégico institucional en la tabla siguiente se presentan los objetivos estratégicos de la empresa de seguridad privada.

Tabla 10 - 4: Definición de objetivos estratégicos

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS OPERATIVOS
OE1. Aumentar la retención de clientes	OO-1.1: Comunicación permanente con el cliente para saber si está satisfecho con nuestros servicios.
OE2. Implementar un plan publicitario para incrementar nuestro volumen de ventas y servicios.	OO-2.1: Dar a conocer nuestra empresa y los servicios que presta.
	OO-2.2: Crear conjuntamente con el departamento financiero el presupuesto necesario para la ejecución del plan publicitario y de mercadeo.

<p>OE3. Impulsar el crecimiento y crear una diferencia significativa en el mercado mediante la innovación.</p>	<p>OO-3.1: Coordinar con el departamento financiero para la creación del presupuesto destinado al equipamiento del nuevo material adquirido por la empresa.</p> <p>OO-3.2: Adquisición de tecnología de punta para alcanzar eficiencia productiva y brindar un mejor servicio en satisfacción de las necesidades del cliente.</p>
<p>OE4. Fortalecimiento del área administrativa y RR HH.</p>	<p>OO-4.1: Plan de capacitación continúa dirigido a todo el personal de la empresa.</p>

Elaborado: Jersson Silva, 2018

4.10.2 Definición de objetivos, proyectos y actividades

a) Función: Planificación.

Objetivo Estratégico 1: Aumentar la retención de clientes.

Tabla 11 - 4: Definición de objetivos, proyectos y actividades de la empresa.

OBJETIVOS OPERATIVOS	ESTRATEGIAS	PROYECTOS	ACTIVIDADES
OO-1.1: Comunicación permanente con el cliente para saber si está satisfecho con nuestros servicios.	Generar propuestas de alto valor agregado para que en común acuerdo con los clientes ofrecer soluciones apegadas a la realidad.	Mejoramiento del servicio al cliente.	Estudio de mercado nuevos sectores.
			Estudio necesidades, preferencias clientes.
			Estudio lealtad clientes.
		Estudio de lealtad de los clientes.	Brindar productos y servicios de calidad con valor agregado y a Tiempo.
		Mejora de la productividad.	Aprovechando al máximo los recursos de la empresa.
			Reducción de costos.
Fijación de descuentos preferenciales.	Verificación de los montos de compra de los clientes.		

Elaborado: Jerisson Silva, 2018

a) Función: Organización.

Objetivo Estratégico 2: Implementación de un plan publicitario para incrementar nuestro volumen de ventas y servicios.

Tabla 12 - 4: Definición de objetivos, proyectos y actividades de la organización.

OBJETIVOS OPERATIVOS	ESTRATEGIAS	PROYECTOS	ACTIVIDADES
OO-2.1: Dar a conocer a nuestra empresa y los servicios que presta.	Difusión de servicios por diversos medios.	Fomentar la identidad empresarial para afianzar sus relaciones tanto comerciales, legales y financieras.	Participación en ferias locales con proyectos de alto impacto en temas de seguridad.
			Publicar logros de la compañía, ofertas, reconocimientos en medios públicos como: prensa, radio, televisión, redes sociales, etc.
OO-2.2: Crear conjuntamente con el departamento financiero el presupuesto necesario para la ejecución del plan publicitario y de mercadeo.	Asegurar el crecimiento de la empresa de acuerdo con la realidad del mercado.	Promover la creación de una base de datos de los clientes actuales y potenciales con la finalidad de hacerles conocer las distintas actividades productos y servicios que oferta la empresa.	Hacer un mix de promoción acorde la estrategia de marketing
			Estipular precios de acuerdo con la realidad económica de los consumidores.
			Realizar un análisis y evaluación de los procesos para verificar su eficacia.
			Creación de la página web de la compañía de seguridad para mayor información de los servicios que presta.

Elaborado: Jersson Silva, 2018

b) Función: Coordinación.

Objetivo Estratégico 3: Adquisición de tecnología de punta para alcanzar eficiencia productiva y brindar un mejor servicio en satisfacción de las necesidades del cliente.

Tabla 13- 4: Definición de objetivos, proyectos y actividades de coordinación.

OBJETIVOS OPERATIVOS	ESTRATEGIAS	PROYECTOS	ACTIVIDADES
OO-3.1: Coordinar con el departamento financiero para la creación del presupuesto destinado al nuevo equipamiento adquirido.	Realizar el análisis de los problemas que afectan en la sociedad actual, de esta manera se captaran nuevos clientes.	Captación de nuevos contratos	Adquisición de nuevas unidades móviles, como también uniformes etc.
OO-3.2: Adquisición de tecnología de punta para alcanzar eficiencia productiva y brindar un mejor servicio en satisfacción de las necesidades del cliente.	Implementación de nuevos productos y servicios, marcando un plus frente a la competencia.	Seguridad Electrónica.	Instalación de Sistemas de Alarmas y Cámaras.
			Control de Acceso
			Sistemas de Incendios
			Instalación de Cercos Eléctricos
			Información confidencial del movimiento de cargas.

		Implementación de la custodia de cargas	Monitoreo de operaciones mediante dispositivos GPS.
			Adquisición de Modernas unidades móviles.
		Adquisición de la unidad de vigilancia móvil.	Monitorear a los puestos de trabajo donde se encuentran nuestros agentes para verificar el cumplimiento de su trabajo.
			Vigilancia 24/7 en caso de una emergencia.
		Brindar Seguridad VIP (Guardaespaldas)	Contratación de personal debidamente entrenado con la capacidad de reacción, técnicas y procedimientos evasivos de la modalidad delictiva.
			1 Vehículo, 1 Conductor y 2 Escoltas. 2 Vehículos 2 Conductores y 4 Escoltas.

Elaborado: Jersson Silva, 2018

c) **Función: Evaluación.**

Objetivo Estratégico 4: Fortalecimiento del área administrativa y Talento Humano.

Tabla 14 - 4: Definición de objetivos, proyectos y actividades Fortalecimiento del área administrativa y Talento Humano.

OBJETIVOS OPERATIVOS	ESTRATEGIAS	PROYECTOS	ACTIVIDADES
<p>OO-4.1: Plan de capacitación dirigido a todo el personal de la empresa.</p>	<p>Formar al personal de la empresa para estar preparados al cambio y promover su participación garantizando un servicio de calidad.</p>	<p>Creación de un sistema de calidad que sirva como un mecanismo de regulación de la gestión que realiza la empresa.</p>	<p>capacitaciones permanentes permitiendo estar al día a todo el personal de la empresa con los cambios que ocurre con la sociedad y la tecnología</p>
			<p>Preparar al personal para que Brinden un trato personalizado en la atención al cliente.</p>
			<p>Control y evaluación de los resultados mediante indicadores.</p>

Elaborado: Jersson Silva

4.11 Táctico operacional

4.11.1 Programación plurianual

a) Función: Planificación.

Objetivo Estratégico 1: Aumentar la retención de clientes.

Tabla 15 - 4: Definición de metas e indicadores OO-1

Objetivos Operativos	Metas	Indicadores (%)
OO-1.1: Comunicación permanente con el cliente para saber si está satisfecho con nuestros servicios.	Estudio de mercado nuevos sectores.	$\frac{\text{resultado final del estudio}}{\text{resultado esperado del estudio}} \times 100$
	Estudio necesidades, preferencias clientes.	$\frac{\# \text{ necesidades de los clientes}}{\# \text{ servicios que brinda la empresa}} \times 100$
	Lograr el crecimiento de nuestros clientes.	$\frac{\# \text{ clientes activos}}{\# \text{ clientes potenciales}} \times 100$
	Brindar productos y servicios de calidad con valor agregado y a Tiempo.	$\frac{\# \text{ de contratos}}{\# \text{ productos y servicios ofertados}} \times 100$
	Aprovechando al máximo los recursos de la empresa.	$\frac{\# \text{ resultados alcanzados}}{\# \text{ total de recursos}} \times 100$
	Verificación de los montos de compra de los clientes.	$\frac{\# \text{ compras realizadas}}{\# \text{ total compras}} \times 100$

Elaborado: Jersson Silva, 2018

b) Función: organización.

Objetivo Estratégico 2: Implementación de un plan publicitario para incrementar nuestro volumen de ventas y servicios.

Tabla 16 - 4: Definición de metas e indicadores OO-2

Objetivos Operativos	Metas	Indicadores (%)
OO-2.1: Dar a conocer a nuestra empresa y los servicios que presta.	Participar en ferias locales con proyectos de alto impacto en temas de seguridad.	$\frac{\# \text{ ferias realizadas}}{\# \text{ ferias programados}} \times 100$
	Publicar logros de la compañía, ofertas, reconocimientos en medios públicos como: prensa, radio, televisión, redes sociales, etc.	$\frac{\# \text{ medio público utilizado}}{\# \text{ clientes encuestados}} \times 100$
OO-2.2: Crear conjuntamente con el departamento financiero el presupuesto necesario para la ejecución del plan publicitario y de mercadeo.	Hacer un mix de promoción acorde la estrategia de marketing	$\frac{\# \text{ ventas realizadas}}{\# \text{ ventas esperadas}} \times 100$
	Estipular precios de acuerdo con la realidad económica de los consumidores.	$\frac{\# \text{ compradores potenciales}}{\# \text{ clientes visitados}} \times 100$
	Realizar un análisis y evaluación de los procesos para verificar su eficacia.	$\frac{\# \text{ actividades realizados}}{\# \text{ objetivos programados}} \times 100$

Elaborado: Jerisson Silva, 2018

c) **Función: Coordinación.**

Objetivo Estratégico 3: Impulsar el crecimiento y crear una diferencia significativa en el mercado mediante la innovación.

Tabla 17 - 4: Definición de metas e indicadores OO-3

Objetivos Operativos	Metas	Indicadores (%)
<p>OO-3.1: Coordinar con el departamento financiero para la creación del presupuesto destinado al nuevo equipamiento adquirido.</p>	<p>Adquirir nuevas unidades móviles, como también uniformes etc.</p>	$\frac{\# \text{ unidades adquiridas}}{\# \text{ unidades necesarias}} \times 100$
<p>OO-3.2: Adquisición de tecnología de punta para alcanzar eficiencia productiva y brindar un mejor servicio en satisfacción de las necesidades del cliente.</p>	<p>Instalación de Sistemas de Alarmas y Cámaras.</p>	$\frac{\# \text{ contratos realizados}}{\# \text{ total de contratos registrados}} \times 100$
	<p>Control de Acceso.</p>	$\frac{\# \text{ ingresos}}{\# \text{ total de acceso}} \times 100$
	<p>Instalación de Cercos Eléctricos.</p>	$\frac{\# \text{ instalaciones realizadas}}{\# \text{ total de intalaciones}} \times 100$
	<p>Monitorear a los agentes para verificar el cumplimiento de su trabajo.</p>	$\frac{\# \text{ actividades realizadas}}{\# \text{ activiades planeadas}} \times 100$
	<p>Vigilancia 24/7 en caso de una emergencia.</p>	$\frac{\# \text{ Llamadas acudidas}}{\# \text{ Llamadas recibidas}} \times 100$
	<p>Contratar personal debidamente entrenados ante la modalidad delictiva.</p>	$\frac{\# \text{ informes realizados}}{\# \text{ informes programados}} \times 100$

Elaborado: Jersson Silva, 2018

d) Función: Evaluación.

Objetivo Estratégico 4: Fortalecimiento del área administrativa y RR HH.

Tabla 4: Definición de metas e indicadores OO-4

Objetivos Operativos	Metas	Indicadores
OO-4.1: Plan de capacitación dirigido a todo el personal de la empresa.	capacitaciones permanentes permitiendo estar al día a todo el personal de la empresa con los cambios que ocurre con la sociedad y la tecnología	$\frac{\# \text{ personas capacitadas}}{\# \text{ capacitación programado}} \times 100$
	Preparar al personal para que Brinden un trato personalizado en la atención al cliente.	$\frac{\# \text{ clientes satisfecho}}{\# \text{ total de clientes atendidos}} \times 100$
	Control y evaluación de los resultados mediante indicadores.	$\frac{\# \text{ procesos realizados}}{\# \text{ total de procesos planificados}} \times 100$

Elaborado: Jersson Silva, 2018

4.12 Programación anual

a) Función: Planificación.

OE1. Aumentar la retención de clientes.

Tabla 19 - 4: Cronograma plurianual del OO-1

PROGRAMAS/PROYECTOS/ACTIVIDADES	CRONOGRAMA					RESPONSABLE
	2018	2019	2020	2021	2022	
OO-1.1: Comunicación permanente con el cliente para saber si está satisfecho con nuestros servicios.						
ES. Generar propuestas de alto valor agregado para que en común acuerdo con los clientes ofrecer soluciones apegadas a la realidad.	x	x	x	x	x	GERENCIA DE LA COMPAÑÍA DE SEGURIDAD PRIVADA "SEGURIVANO V"
PR. Mejoramiento del servicio al cliente.	x	x	x	x	X	
AC. Estudio de mercado nuevos sectores.	x	x	x	x	X	
AC. Estudio necesidades, preferencias clientes.	x	x	x	x	X	
AC. Estudio lealtad clientes.	x	x	x	x	X	
PR. Estudio de lealtad de los clientes.	x	x	x	x	X	
AC. Brindar productos y servicios de calidad con valor agregado y a Tiempo.	x	x	x	x	X	
PR. Mejora de la productividad.	x	x	x	x	X	
AC. Aprovechando al máximo los recursos de la empresa.	x	x	x	x	X	
AC. Reducción de costos.	x	x	x	x	X	
PR. Fijación de descuentos preferenciales.	x	x	x	x	X	
AC. Verificación de los montos de compra.	x	x	X	X	X	

Fuente: Formulación Estratégica
Elaborado: Jerisson Silva, 2018

b) Función: Organización.

OE2. Implementación de un plan publicitario para incrementar el volumen de ventas.

Tabla 20 - 4: Cronograma plurianual del OO-2

PROGRAMAS/PROYECTOS/ACTIVIDADES	CRONOGRAMA					RESPONSABLE
	2018	2019	2020	2021	2022	
OO-2.1: Dar a conocer a nuestra empresa y los servicios que presta.						
ES. Difusión de servicios por diversos medios.	X	X	X	X	X	GERENCIA DE LA COMPAÑÍA DE SEGURIDAD PRIVADA "SEGURI VANOVA"
PR. Fomentar la identidad empresarial para afianzar sus relaciones tanto comerciales, legales y financieras.	X	X	X	X	X	
AC. Participación en ferias locales con proyectos de alto impacto en temas de seguridad.	X	X				
AC. Publicar logros de la compañía, ofertas, reconocimientos en medios públicos como: prensa, radio, televisión, redes sociales, etc.	X	X	X	X	X	
OO-2.2: Crear conjuntamente con el departamento financiero el presupuesto necesario para la ejecución del plan publicitario y de mercadeo.						
ES. Asegurar el crecimiento de la empresa de acuerdo con la realidad del mercado.		X	X	X	X	GERENCIA DE LA COMPAÑÍA DE SEGURIDAD PRIVADA "SEGURI VANOVA"
PR. Promover la creación de una base de datos de los clientes actuales y potenciales con la finalidad de hacerles conocer las distintas actividades productos y servicios que oferta la empresa.		X				
AC. Hacer un mix de promoción acorde la estrategia de marketing.	X	X	X	X	X	
AC. Estipular precios de acuerdo con la realidad económica de los consumidores.	X	X	X	X	X	
AC. Realizar un análisis y evaluación de los procesos para verificar su eficacia.	X	X	X	X	X	
AC. Creación de la página web de la compañía de seguridad para mayor información de los servicios que presta.		X				

Fuente: Formulación Estratégica

Elaborado: Jersson Silva, 2018

c) **Función: Coordinación.**

OE3. Impulsar el crecimiento y crear una diferencia significativa en el mercado mediante la innovación.

Tabla 21 - 4: Cronograma plurianual del OO-3

PROGRAMAS/PROYECTOS/ ACTIVIDADES	CRONOGRAMA					RESPONSABLE
	2018	2019	2020	2021	2022	
OO-3.1: Coordinar con el departamento financiero para la creación del presupuesto destinado al nuevo equipamiento adquirido.						
ES. Realizar el análisis de los problemas que afectan en la sociedad actual, de esta manera se captaran nuevos clientes.	X	X	X	X	X	GERENCIA DE LA COMPAÑÍA DE SEGURIDAD PRIVADA "SEGURIVANO V"
PR. Captación de nuevos contratos		X	X	X	X	
AC. Adquisición de nuevas unidades móviles, como también uniformes etc.		X	X	X	X	
OO-3.2: Adquisición de tecnología de punta para alcanzar eficiencia productiva y brindar un mejor servicio en satisfacción de las necesidades del cliente.						
ES. Implementación de nuevos productos y servicios, marcando un plus frente a la competencia.		X	X	X	X	
PR. Seguridad Electrónica.		X	X	X	X	
AC. Instalación de Sistemas de Alarmas y Cámaras.	X	X	X	X	X	
AC. Control de Acceso	X	X	X	X	X	
AC. Sistemas de Incendios	X	X	X	X	X	
AC. Instalación de cercos eléctricos	X	X	X	X	X	

AC. Información confidencial del movimiento de cargas.		x	x	x	x	GERENCIA DE LA COMPAÑÍA DE SEGURIDAD PRIVADA "SEGURIVANO V"
PR. Implementación de la custodia de cargas		x	x	x	x	
AC. Información confidencial del movimiento de cargas.		x	x	x	x	
AC. Monitoreo de operaciones mediante dispositivos GPS.		x	x	x	x	
AC. Adquisición de modernas unidades móviles.		x	x	x	x	
PR. Adquisición de la unidad de vigilancia móvil.		x	x	x	X	
AC. Monitorear a los puestos de trabajo donde se encuentran nuestros agentes para verificar el cumplimiento de su trabajo.		x	x	x	x	
AC. Vigilancia 24/7 en caso de una emergencia.	x	x	x	x	x	
PR. Brindar Seguridad VIP (Guardaespaldas)	x	x	x	x	x	
AC. Contratación de personal debidamente entrenado con la capacidad de reacción, técnicas y procedimientos evasivos de la modalidad delictiva.	x	x	x	x	x	
AC. 1 Vehículo, 1 Conductor y 2 Escoltas. 2 Vehículos 2 Conductores y 4 Escoltas.	x	x	x	x	x	

Fuente: Formulación Estratégica
Elaborado: Jersson Silva, 2018

d) Función: Evaluación.

OE4. Fortalecimiento del área administrativa y RR HH.

Tabla 22 - 4: Cronograma plurianual del OO-4

ESTRATEGIAS/PROYECTOS/ ACTIVIDADES	CRONOGRAMA					RESPONSABLE
	2018	2019	2020	2021	2022	
OO-4.1: Plan de capacitación dirigido a todo el personal de la empresa.						
ES. Formar al personal de la empresa para estar preparados al cambio y promover su participación.		X	X	X	X	GERENCIA DE LA COMPAÑÍA DE SEGURIDAD PRIVADA “SEGURIVANOV”
PR. Creación de un sistema de calidad que sirva como un mecanismo de regulación de la gestión que realiza la empresa.		X	X	X	X	
AC. Capacitaciones permanentes permitiendo estar al día a todo el personal de la empresa con los cambios que ocurre con la sociedad y la tecnología		X	X	X	X	
AC. Preparar al personal para que Brinden un trato personalizado en la atención al cliente.		X	X	X	X	
AC. Control y evaluación de los resultados mediante indicadores.		X	X	X	X	

Fuente: Formulación Estratégica

Elaborado: Jersson Silva, 2018

Tabla 23 - 4: Tabla de presupuestos

Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Total	Tiempo de realización	Medio de financiamiento
Mano de Obra Directa		11.440,00			
Supervisor de gestión	520,00	2	1.040,00	Mensual	Propio
Guardias	520,00	20	10.400,00	Mensual	Propio
Gastos Administrativos		2.320,00			
Salarios Gerente	1.200,00	1	1.200,00	Mensual	Propio
Secretaria	560,00	2	1.120,00	Mensual	Propio
Materia Prima		51.000,00			
Renovación Permisos	3000,00	1	3.000,00	Anual	Propio
Armamento	800,00	36	28.800,00	Por contrato	Propio
Uniformes	200,00	36	7.200,00	Por Contrato	Propio
Kit de cámaras	400,00	30	12.000,00	Por contrato	Propio
Gatos de Ventas		930,00			
Publicidad	500,00	1	500,00	Mensual	Propio
Transporte	50,0	1	50,00	Por viaje	Propio
Arriendo	300,00	1	300,00	Mensual	Propio
Servicios Básicos	80,00	1	80,00	Mensual	Propio
INVERSIONES FIJAS					
Activos Fijos		45000,00			
Vehículo	45.000,00	1	45.000,00	Por Contrato	Propio
Muebles y Equipo de Oficina		1.335,00			
Archivadores	85,00	3	255,00	–	Propio
Central de Teléfono	100,00	1	100,00	–	Propio
Teléfonos	45,00	4	180,00	–	Propio
Televisión	300,00	1	300,00	–	Propio
Papelería	50,00	10	500,00	–	Propio
Equipo de computo		2.500,00			
Computadoras Corei i.4	500,00	5	2.500,00	–	Propio
INVERSIONES DIFERIDAS		3.500,00			
Servicios Contables	700,00	1	700,00	Mensual	Propio
Capacitación RRHH	50,00	36	1.800,00	Semestral	Propio
Imprevisto	1.000,00	1	1.000,00	Mensual	Propio
TOTAA		118.025,00			

Fuente: Compañía “SEGURIVANOV”

Elaborado: Jersson Silva, 2018

CONCLUSIONES

- Se logró diseñar el Plan estratégico para la Compañía de Seguridad Privada “SEGURIVANOV” CIA. LTDA., en el Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar, para ser desarrollada y estipulada en el período 2018-2022, además todo el trabajo investigativo está focalizado al mejoramiento de la gestión administrativa de la compañía.
- Se definió el marco teórico como bases teóricas científicas las cuáles fueron analizadas e interpretadas según la necesidad de la propia investigación; además los métodos y técnicas aplicadas facilitaron el diseño del plan estratégico, tomando en consideración a futuro que puede estar sujeta a cambios según la conveniencia de la gerencia siempre y cuando sea para la mejora de la Compañía de Seguridad Privada “SEGURIVANOV” CIA. LTDA., en el Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar.
- Se elaboró un Diagnóstico Situacional de la compañía, servicios de seguridad, vigilancia, investigación y protección privada “SEGURIVANOV” CIA. LTDA., donde se pudo verificar todas y cada una de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas existentes, además de determinar los principales factores internos y externos que influyen en la compañía elaborando estrategias que servirán como una guía hacia el cumplimiento de los objetivos establecidos.
- Se desarrollaron estrategias, planes de contingencias y tácticas; las cuáles aportarán a todo el proceso estratégico, con la finalidad de facilitar una guía para alcanzar los objetivos y metas de la Compañía de Seguridad Privada “SEGURIVANOV” CIA. LTDA.

RECOMENDACIONES

- Se considera conveniente para Compañía de Seguridad Privada “SEGURIVANOV” CIA. LTDA, considere la propuesta establecida de aplicar el diseño del Plan Estratégico, que podrá ayudar como un orientador hacia el cumplimiento de los objetivos propuestos, mismo que además influirá para un mejoramiento de la Gestión Administrativa de la compañía.
- El marco teórico como las metodologías están encaminadas al desarrollo del plan estratégico, el cual está expuesto a cambios debido a que vivimos en una sociedad cambiante y como empresa a pesar de que cada una de sus áreas deben tener sus funciones claras. Dentro del plan estratégico se deberá mantener las prioridades frente a las actividades, los objetivos y las responsabilidades. Cuando se respeta el orden, las acciones se estabilizan y así está más cerca la posibilidad de cumplir con los objetivos.
- Es recomendable que el análisis situacional ejecutado en la Compañía de Seguridad Privada “SEGURIVANOV” CIA. LTDA, sea revisado por la gerencia de la compañía de esta manera podrán darse cuenta del estado actual en que se encuentra la compañía, así como la aplicación de la nueva visión, misión, objetivos, y estrategias, y que el proceso del planeamiento estratégico pase a formar parte de la cultura organizacional de la misma, para mejorar la imagen de la compañía y proyectar las actividades hacia lo que se quiere lograr en el futuro.
- Es aconsejable que el desarrollo de las estrategias se evalúe de manera temporal, para verificar su efectividad y el grado de beneficio que ha generado para la compañía así garantizamos que se estén cumpliendo con los procesos establecidos, logrando así una gestión administrativa con un enfoque más claro y comprometido a conseguir los objetivos planteados.

BIBLIOGRAFÍA

- Accerto. (2014). *Liderazgo y toma de decisiones*. Barcelona: Planeta de Agostini Formación.
- Bastidas, R. (2009). *¿ Por que es importante la planificación ?* Obtenido de https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10983/3/anexoModulo1_clase2.pdf
- Bermeo, A. (2010). *Empresas de familia: estrategias de éxito y permanencia*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Bernal, C. (2015). *Metodología de la investigación para administración y economía*. Colombia: Pearson Educación.
- Bernal, C. A., & Sierra, H. D. (2008). *Proceso administrativo para las organizaciones del siglo XXI*. México D.F.: Pearson Prentice Hall.
- Díaz, V. (2006). *Metodología de la investigación científica y biostadística*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=KfscYYsconYC&pg=PA105&dq=que+son+metodos+teoricos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiYydH3sr_YAhUDKiYKHU2rAf8Q6AEIJTAA#v=onepage&q=que%20son%20metodos%20teoricos&f=false
- Martínez, E. (2017). *Diseño de un plan estratégico para la compañía de transporte pesado "río anzu s.a.", del cantón Carlos Julio Arosemena Tola, de la provincia de Napo, período 2017-2022*. (Tesis de pregrado). ESPOCH: Riobamba.
- Eingorn, V. (2007). *La toma de decisiones en el tablero*. Londres: Hispano Europea, S.A.
- Fernández, A. (2010). *Dirección y planificación estratégica en las empresas y organizaciones*. Madrid: Diaz de Santos.
- Frau, M. (Junio de 2011). *Body- Check FUNCIONES Y TIPOS DE PLANIFICACIÓN*. Obtenido de <http://basketbodycheck.blogspot.com/2011/06/funciones-y-tipos-de-planificacion.html>
- Gonzales; V . (2001). *Estrategias de enseñanza y aprendizaje*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=ECy7zk19Ij8C&printsec=frontcover&dq=QUE+ES+ESTRATEGIA&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiXtKagiZnYAhWC>

LSYKHcW3DeAQ6AEIJTAA#v=onepage&q=QUE%20ES%20ESTRATEGIA
&f=false

Harrison, J., & Caron, S. (2002). *Fundamentos de la dirección estratégica*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=9grRlwjQJ4MC&printsec=frontcover&dq=direccion+estrategica&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwic7cfDgevZAhUN3FMKHTbCAP0Q6AEIKjAB#v=onepage&q=direccion%20estrategica&f=false>

Hernández, U., & Correa, A. (2011). *Cómo evaluar un proyecto empresarial*. Madrid: Díaz de Santos.

Kahneman, C. (2012). *Pensar Rápido, Pensar Despacio*. Madrid: Debate.

Lazzati, S. (2013). *La toma de decisiones Principios, procesos y aplicaciones*. Buenos Aires: GRANIKA.

Llorens, J. (2005). *Gerencia de proyectos de tecnología de información*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=7FmOMnfjNZIC&pg=PA32&dq=niveles+de+planificaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjMgoHT0L7YAhUGLSYKHaJVA-gQ6AEIUjAJ#v=onepage&q=niveles%20de%20planificaci%C3%B3n&f=false>

López, M. (1998). *Quehacer Científico Ii*. Santo Domingo: Instituto Tecnológico de Santo Domingo.

Manso, F. (2003). *Diccionario Estratégico de Estrategia Empresarial*. Madrid: Díaz de Santos.

Munch, L. (2005). *Planeacion Estrategica: Rumbo hacia el éxito*. México: Rodefi Impresores, S.A. de C.V. .

Muñiz, L. (2009). *Control presupuestario Planificación, elaboración y seguimiento de presupuesto*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=-nPGWEj5OfsC&pg=PA27&dq=concepto+planificacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjOs5_8wL7YAhWBPiYKHebxA7AQ6AEIMTAC#v=onepage&q=concepto%20planificacion&f=false

Namakforoosh. (2005). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=ZEJ7-OhmvhwC&pg=PA227&dq=metodologia+de+investigacion+instrumentos&hl=e>

s&sa=X&ved=0ahUKEwiJi7uCuL_YAhUM5SYKHRSocZgQ6AEIJTAA#v=onepage&q=metodologia%20de%20investigacion%20instrumentos&f=false

Raffia, H. (2015). *Arte y Ciencia de la Negociación*. Bogotá: EFE Economía Contemporánea .

Rakia España. (2008). *La Importancia de la Estrategia Empresarial*. Obtenido de <https://www.rankia.com/blog/la-sonrisa-de-buffett/425737-importancia-estrategia-empresarial>

Ramos , B., & Sanchez, C. (2013). *La planificación estratégico como método de gestión pública: experiencias en la administración*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=LbLAAgAAQBAJ&pg=PP24&dq=ventajas+de+la+plan+estrategico++de+naranja&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiDj86Vir_YAhWKRiYKHxObAjAQ6AEIJTAA#v=onepage&q=ventajas%20de%20la%20plan%20estrategico%20de%20naranja&f=false

Real Academia Española. (2002). *Diccionario de la lengua Española*. Barcelona: Montena.

Rico, M., & Sacristán, M. (2012). *Fundamentos Empresariales*. Madrid: ESIC.

Ripoll, V. M., & Balada, T. (2004). *Información de costes para la toma de decisiones empresariales*. Sevilla: Gestión 2000.

Rodriguez, E. (2003). *Metodología de la investigación*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=r4yrEW9Jhe0C&pg=PA25&dq=investigacion+descriptiva+metodologia+de+la+investigaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiUjNHZmr_YAhVEQiYKHTWpAjEQ6AEIJTAA#v=onepage&q=investigacion%20descriptiva%20metodologia%20de%20la%20investig

Ubaldo, C. (2012). *Planificación estratégica y creatividad*. Madrid: ESIC.

Valdez, L. (2005). *Planeación Estratégica con Enfoque Sistemático*. México D.F.: Fondo Editorial FCA.

Van den, E. (2016). *Gestión Gerencial y Empresarial Aplicadas al siglo XXI*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Vázquez, L., Rejane, M., Mogollón, A., Fernández, M., Delgado, M., & Vargas, I. (2006). *Introducción a las técnicas de investigación aplicada en salud*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=o2n57QYwMDIC&pg=PA22&dq=que+son+metodos+teoricos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwibvJu0sL_YAhVCSSYKH TTtoACAQ6AEITjAI#v=onepage&q=que%20son%20metodos%20teoricos&f=false

Yates, C. (2008). *La empresa sabia*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=V8P2-8lGfJ0C&pg=PA1&dq=que%20es%20vision%20de%20una%20empresa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj_tPMhOvZAhUCylMKHbAQBc4Q6AEIJTAA#v=onepage&q=que%20es%20vision%20de%20una%20empresa&f=false

ANEXOS

Anexo A: Componentes de la encuesta

COMPONENTES DE UNA ENCUESTA

SALUDO Y SOLICITUD DE COOPERACIÓN	Es un párrafo en que se pide la colaboración del encuestado.
INSTRUCCIONES	Son las identificaciones de cómo utilizar la encuesta.
PREGUNTA FILTRO	Sirve para seleccionar a la persona apropiada para investigación.
CUERPO DE ENCUESTA	Es el conjunto de preguntas abiertas o cerradas.
DATOS DE CONTROL	Se refieren a los datos personales del encuestado y están relacionados con los criterios de segmentación como por ejemplo: edad, sexo, ingreso promedio mensual, etc.

Anexo B: Diseño del Cuestionario

DISEÑO DEL CUESTIONARIO	
ESPECIFICAR LA INFORMACIÓN NECESARIA	Aquí el investigador debe listar sus necesidades de información.
ESPECIFICAR EL TIPO DE ENCUESTA	Debe determinar cómo se va a realizar: por teléfono, en persona, etc.
DETERMINAR EL CONTENIDO	Debe definirse cuántos y cuáles Son los temas sobre lo que se quiere incidir.
DECIDIR SOBRE EL FORMATO DE RESPUESTA	Definir indicar cómo se responderá, con un “sí”, o un “no”, con una “x”, etc.
DECIDIR SOBRE LA REDACCIÓN	Se formula las preguntas de acuerdo a un criterio y formato uniforme.
DECIDIR SOBRE LA SECUENCIA	Aquí debe señalarse el orden lógico que tendrán.
Obtener un número conveniente de encuesta para la prueba	Generalmente 10
REVISAR EL ORDEN DE LAS PREGUNTAS	

Anexo C: Modelo de Encuesta para los trabajadores de la Compañía “SEGURIVANOV”



ENCUESTA

Dirigida a los trabajadores de la Compañía “SEGURIVANOV”

Número	Ítems	Respuesta	
1	¿Cree usted que la Administración toma las mejores decisiones, para un mejoramiento constante?	SI	NO
2	¿Conoce usted cuantas y cuáles son las funciones y responsabilidades que tiene dentro de la organización?	SI	NO
3	¿La compañía “SEGURIVANOV” controla todas sus actividades funcionales?	SI	NO
4	¿La compañía planifica, organiza, coordina sus actividades y controla eficientemente todas las labores?	SI	NO
5	¿La compañía cuenta con las herramientas necesarias para elegir las mejores decisiones posibles?	SI	NO
6	¿Sabe usted si la compañía cuenta actualmente con un plan estratégico?	SI	NO
7	¿Cree usted que existe una influencia vigente de la planificación estratégica en la toma de decisiones?	SI	NO
8	¿Conoce usted la importancia y conceptualizaciones de una planificación estratégica?	SI	NO
9	¿Considera que la compañía “SEGURIVANOV” debería mejorar su gestión administrativa?	SI	NO
10	¿Estaría usted de acuerdo en la implementación de propuestas, todo en pro y en beneficio de la compañía?	SI	NO

Anexo D: Formato de Entrevista

Dirigida a: Los administradores de la Compañía “SEGURIVANOV”

Entrevista



1 ¿Cuáles son los parámetros sobre los cuales se fundamenta para la toma de decisiones empresariales?

2 ¿Qué piensa usted del diseño de un plan estratégico y conoce la importancia que este tiene?

3 ¿Brindaría apertura a propuestas en pro de mejora y estaría de acuerdo en sus aplicaciones y fundamentaciones; ¿Si, no (porqué)?

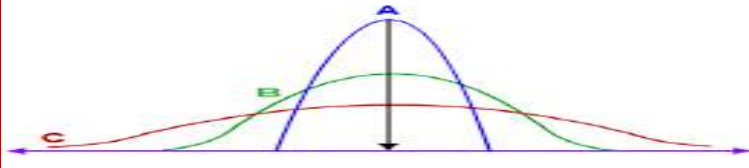
4 ¿Cómo realizan sus procesos de gestión administrativa; es decir cuáles son sus modelos de planificación, organización, dirección, coordinación, control y evaluación?

Anexo E: Formato de Ficha de Observación

La ficha de observación son los aspectos que se observaron y que mayor relevancia o influencia tuvieron para la presente investigación.

Se observó cada factor por separado y se los cuantifico con una calificación sobre 5 donde:

- 5 Todo está bien o es excelente
- 1, 2 Requiere cambios, es malo o no se aplica de buena manera
- 3, 4 No funciona del todo bien

ASPECTOS A OBSERVAR	EVALUACIÓN CUANTITATIVA SOBRE 5
	
Clima laboral u organizacional	
Misión y visión actuales	
Eficiencia en la toma de decisiones	
Ordenamiento de materiales	
Los procesos administrativos	
Control de Actividades Funcionales	
Desempeño Laboral	
Atención al cliente	

Total, aspecto Observados: 8

Anexo F: Fotografías de la empresa.





SEGURIVANOV

SEGURIDAD PRIVADA
SSI

**Alarmas
Cámaras
Cerca Eléctrica
Seguridad Privada y Armada**




**EMPRESA DE SEGURIDAD PRIVADA
"SEGURIVANOV" CIA LTDA.**

*"Excelencia y Compromiso con su
Seguridad, Especialistas en Alta Seguridad
Privada"*



**ALARMAS
CÁMARAS
CERCA ELÉCTRICA
SEGURIDAD PRIVADA Y ARMADA**

Síguenos:

 [Segurivanov Ssi Cia Ltda.](#)  Segurivanov 1800@hotmail.com

Horarios de atención:
Lunes a Viernes
9:00-13:00 y 14:00-17:00
Sábados: 9:00-12:00pm

Dirección:
Av. 10 de agosto y General Enríquez
902 (Sector Plaza Roja)
Guaranda-Ecuador

Contactos:
0982227074
0983484446
 **Fijo: 032-255-501**



Cuida tu familia, tus bienes, tu empresa

Sistema de Video Vigilancia
(Cámaras de seguridad,
visualización por internet)



Alarma de Seguridad Inteligentes
(Inalambrica/Cableada)



Sistema de detección de Incendios
(Sensores de humo y/o calor)



Sistema de identificación Biométrica
(Control de Acceso)



Sistema de rastreo satelital
(GPS, para autos/taxis/
camiones/cooperativas)



0982227074
0983484446



segurivanov1800@hotmail.com













