



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PLAN ESTRATEGICO PARA LA EMPRESA DE SEGURIDAD
PRIVADA NINABANDA & NINABANDA CIA.LTDA

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR:

ALEJANDRO SEBASTIÁN NINABANDA AMANGANDI

Riobamba – Ecuador

2023



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PLAN ESTRATEGICO DE LA EMPRESA DE SEGURIDAD
PRIVADA NINABANDA & NINABANDA CIA.LTDA

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR: ALEJANDRO SEBASTIÁN NINABANDA AMANGANDI

DIRECTOR: ING. OSCAR IVAN GRANIZO BONIFAZ

Riobamba – Ecuador

2023

© 2023, **Alejandro Sebastián Ninabanda Amangandi**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Alejandro Sebastián Ninabanda Amangandi, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 24 de julio del 2023

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Alejo', enclosed within a large, stylized blue oval scribble.

Alejandro Sebastián Ninabanda Amangandi

020247817-8

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; Tipo: Proyecto de Investigación, **PLAN ESTRATEGICO PARA LA EMPRESA DE SEGURIDAD PRIVADA NINABANDA & NIBABANDA CIA.LTDA**, realizado por el señor: **ALEJANDRO SEBASTIÁN NINABANDA AMANGANDI**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Juan Carlos Pomaquero Yuquilema. PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2023-07-24
Ing. Oscar Iván Granizo Bonifaz DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2023-07-24
Ing. Freddy Marco Armijos Arcos ASESOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2023-07-24

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a todas las personas que han sido mi apoyo incondicional a lo largo de mi vida, especialmente a mis padres y mi familia, quienes siempre han sido mi mayor inspiración y apoyo. Gracias por su amor incondicional, su paciencia y por haber creído en mí desde el principio. También quiero dedicárselo a mi querida abuela, quien siempre me apoyó en mis estudios y en cada paso que di en la vida. Aunque ya no esté con nosotros, sé que su amor y su sabiduría me acompañarán siempre. A mis amigos y mi chat de Twitch, gracias por su constante ánimo y por haber estado a mi lado durante todo este proceso. Finalmente, se lo dedico a mi hija Lu y mi novia Adriana quien con su amor y apoyo incondicional han iluminado mi vida en los momentos más difíciles.

Alejandro Ninabanda

AGRADECIMIENTO

Me gustaría expresar mi sincero agradecimiento a todas las personas que contribuyeron de alguna manera a la realización de este trabajo. En primer lugar, quiero agradecer a mi director de tesis, Ing. Oscar Granizo, por su orientación y apoyo a lo largo de todo el proceso de investigación. Sus consejos y sugerencias fueron invaluable para completar este trabajo con éxito. También quiero agradecer a mi Asesor de Tesis, Ing. Freddy Armijos, por su tiempo, esfuerzo y comentarios constructivos. Sus sugerencias y revisiones fueron fundamentales para mejorar la calidad de este trabajo. Agradezco también a todos los colaboradores de la Compañía de seguridad Ninabanda & Ninabanda, quienes generosamente dedicaron su tiempo y esfuerzo para colaborar con este trabajo de investigación. Además, quiero agradecer a mis padres, familiares y amigos por su constante apoyo y ánimo durante todo el proceso. Sus palabras de aliento y su confianza en mí fueron fundamentales para mantenerme motivado en mi objetivo.

Alejandro Ninabanda

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPITULO 1

1. PROBLEMA DE INVESTIGACION.....	2
1.1 Planteamiento del problema.....	2
1.2 Delimitaciones.....	3
1.2.1 Delimitación Temporal.....	3
1.2.2 Delimitación Espacial.....	3
1.3 Problema General de Investigación.....	3
1.4 Problemas específicos de Investigación.....	3
1.5 Objetivos.....	4
1.5.1 Objetivo General.....	4
1.5.2 Objetivos Específicos.....	4
1.6 Justificación.....	4
1.6.1 Justificación Teórica.....	4
1.6.2 Justificación Metodológica.....	4
1.6.3 Justificación practica.....	5
1.7 Idea por defender.....	5

CAPITULO 2

2. MARCO TEORICO.....	6
------------------------------	----------

2.1	Antecedentes de investigación	6
2.1.1	<i>Reseña Histórica</i>	7
2.2	Referencias teóricas	8
2.2.1	<i>Planificación</i>	8
2.2.2	<i>Las estrategias</i>	12
2.2.3	<i>La planificación estratégica</i>	16
2.2.4	<i>Análisis FODA</i>	20
2.2.5	<i>Planteamiento de estrategias</i>	24
2.2.6	<i>Identidad Organizacional</i>	26
2.2.7	<i>Gestión Administrativa</i>	29

CAPITULO 3

3.	MARCO METODOLOGICO	31
3.1	Enfoque de investigación	31
3.2	Nivel de investigación	31
3.3	Tipo de estudio	31
3.3.1	<i>Investigación de campo</i>	31
3.3.2	<i>Investigación Documental</i>	32
3.4	Métodos	32
3.4.1	<i>Analítico-Sintético</i>	32
3.4.2	<i>Deductivo</i>	32
3.4.3	<i>Inductivo</i>	32
3.5	Población	32
3.6	Muestra	32
3.7	Técnicas e instrumentos de investigación empleadas	33
3.7.1	<i>Encuesta</i>	33
3.7.2	<i>Entrevista</i>	33
3.7.3	<i>Cuestionario</i>	33

CAPITULO 4

4.	MARCO DE ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS	34
4.1	Resultados	34
4.1.1	<i>Entrevista aplicada al Gerente</i>	34
4.1.2	<i>Resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores</i>	36
4.2	Discusión de resultados	46

CAPITULO 5

5.	MARCO PROPOSITIVO	49
5.1	Titulo	49
5.2	Objetivo de la propuesta	49
5.2.1	<i>Objetivo general</i>	49
5.2.2	<i>Objetivos específicos</i>	50
5.3	Finalidad de la empresa	50
5.4	Reseña histórica de la empresa	50
5.5	Esquema de la propuesta	51
5.6	Análisis PESTEL	52
5.7	Matriz de perfil competitivo	54
5.8	Factores Internos de la empresa	56
5.8.1	<i>Matriz de Evaluación de factores Internos (MEFI)</i>	56
5.8.2	<i>Análisis de fortalezas y debilidades</i>	57
5.9	Factores externos de la empresa	57
5.9.1	<i>Matriz de evaluación de factores Externos (MEFE)</i>	58
5.9.2	<i>Análisis de Oportunidades y Amenazas</i>	59
5.10	Matriz FODA	59
5.11	Estrategias DAFO	61
5.12	Planteamiento de estrategias	63
5.12.1	<i>Estrategias ofensivas (FO)</i>	63

5.12.2	<i>Estrategias de orientación (DO)</i>	63
5.12.3	<i>Estrategias de defensa (FA)</i>	63
5.12.4	<i>Estrategias de supervivencia (DA)</i>	64
5.13	Formulación estratégica	64
5.14	Filosofía empresarial	65
5.14.1	<i>Visión propuesta</i>	66
5.14.2	<i>Misión propuesta</i>	66
5.14.3	<i>Valores Empresariales propuestos</i>	67
5.14.4	<i>Principios organizacionales propuestos</i>	68
5.14.5	<i>Políticas Empresariales propuestas</i>	68
5.14.6	<i>Objetivos empresariales propuestos</i>	69
5.15	Organigrama propuesto	71
5.16	Presupuesto estimado para implementación	72
 CONCLUSIONES		74
RECOMENDACIONES		75
BIBLIOGRAFÍA		
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2: Definición de Planeación según autores.....	9
Tabla 2-2: Definición de estrategia según autores	13
Tabla 3-2: Matriz de Perfil Competitivo.....	23
Tabla 4-2: Matriz de Evaluación de Factores Externos	23
Tabla 5-2: Matriz Evaluación de Factores Internos	24
Tabla 6-1: Análisis FODA Estratégico	24
Tabla 7-4: Género de los empleados de la compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda.....	36
Tabla 8-4: Nivel de educación de los empleados de la compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda.....	37
Tabla 9-4: Conocimiento de la estructura de la empresa	38
Tabla 10-4: Conocimiento de los objetivos empresariales	39
Tabla 11-4: Frecuencia de comunicación entre el personal de la empresa	40
Tabla 12-4: Frecuencia de coordinación y control de las labores	41
Tabla 13-4: Plan estratégico en la compañía	42
Tabla 14-4: Importancia de la planificación estratégica	43
Tabla 15-4: Situación de la Gestión administrativa en la compañía	44
Tabla 16-4: Relación del plan estratégico y la gestión administrativa.....	45
Tabla 17-4: Implementación de propuestas	46
Tabla 18-4: Tabla resumen de resultados	47
Tabla 19-5: Análisis PESTEL.....	52
Tabla 20-5: Matriz de perfil competitivo	54
Tabla 21-5: Clasificación de Factores de éxito	55
Tabla 22-5: Factores internos de la organización	56
Tabla 23-5: Matriz de Evaluación de factores internos	56
Tabla 24-5: Clasificación MEFI	57
Tabla 25-5: Factores externos de la organización.....	57
Tabla 26-5: Matriz de evaluación de factores externos	58
Tabla 27-5: Clasificación MEFE	59
Tabla 28-5: Matriz FODA	59
Tabla 29-5: Matriz estrategia DAFO	61
Tabla 30-5: Estrategias Ofensivas.....	63
Tabla 31-5: Estrategias de orientación.....	63

Tabla 32-5: Estrategias de defensa.....	64
Tabla 33-5: Estrategias supervivencia	64
Tabla 34-5: Formulación Estratégica.....	64
Tabla 35-5: Filosofía Empresarial.....	65
Tabla 36-5: Visión propuesta.....	66
Tabla 37-5: Misión propuesta	66
Tabla 38-5: Valores Propuestos	67
Tabla 39-5: Principios organizacionales	68
Tabla 40-5: Objetivos empresariales.....	69
Tabla 41-5: Plan de Acción propuesto.....	72

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-1. Logotipo	7
Ilustración 2-1. Mapa de ubicación	7
Ilustración 3-1. Tipos de planificación	10
Ilustración 4-2. Ciclo de Deming	12
Ilustración 5-2. Importancia de las estrategias	14
Ilustración 6-2. Niveles de estrategia	15
Ilustración 7-2. Etapas de la planificación estratégica.....	18
Ilustración 8-2. Pasos para la formulación de un Plan estratégico	19
Ilustración 9-2: Componentes del proceso de planificación estratégica.....	20
Ilustración 10-2: Identidad Organizacional.....	26
Ilustración 11-1: Organigrama Estructural Empresa de Seguridad Ninabanda.....	29
Ilustración 12-4: Género de los empleados de la compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda.....	36
Ilustración 13-4: Nivel de educación de los empleados de la compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda.....	37
Ilustración 14-4: Conocimiento de la estructura de la empresa.....	38
Ilustración 15-4: Conocimiento de los objetivos de la compañía.....	39
Ilustración 16-4: Comunicación en la compañía	40
Ilustración 17-4: Coordinación y control de las labores.....	41
Ilustración 18-4: Plan estratégico en la compañía.....	42
Ilustración 19-4: Importancia de la planificación estratégica.....	43
Ilustración 20-4: Situación de la Gestión administrativa en la compañía	44
Ilustración 21-4: Relación del plan estratégico y la gestión administrativa	45
Ilustración 22-4: Implementación de propuestas.....	46
Ilustración 23: Logotipo Seguridad Ninabanda.....	51
Ilustración 24-5: Esquema de la propuesta.....	52
Ilustración 25-5: Organigrama Estructural Propuesto	71

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENTREVISTA

ANEXO B: ENCUESTA

ANEXO C: EVIDENCIA FOTOGRAFICA

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene el propósito de desarrollar un plan estratégico para la Compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” para mejorar la gestión administrativa mediante el planteamiento de estrategias que orienten la toma de decisiones a corto, mediano y largo plazo. Para el desarrollo de la misma se utilizó un enfoque mixto (Cualitativo y Cuantitativo) para la interpretación de los datos recabados a través de las encuestas a los colaboradores y la entrevista dirigida al gerente, con esta información se pudo conocer la situación de la organización respecto a su direccionamiento estratégico y de esta manera identificar aspectos que contribuyan al planteamiento del plan estratégico. Mediante los resultados obtenidos se pudo identificar que los empleados no conocían la filosofía empresarial de la empresa, así mismo desconocían sus objetivos empresariales, un aspecto relevante identificado fue que la comunicación no era eficiente y la empresa no contaba con un plan estratégico, por lo cual no han podido aprovechar sus factores internos y externos. En la propuesta se desarrolló el plan estratégico de la organización, este contiene el análisis situacional de la organización, filosofía empresarial y el planteamiento estratégico, el desarrollo de esta propuesta permitirá mejorar el nivel de competitividad de la empresa dentro su industria. Por tal motivo, se recomienda a la gerencia su aplicación, ya que este plan es una herramienta importante para la toma de decisiones dentro de la empresa.

Palabras clave: < PLAN ESTRATEGICO>, <GESTION ADMINISTRATIVA>, <FODA>, <ADMINISTRACION>, <GESTION >, <GUARANDA>, <BOLIVAR>.

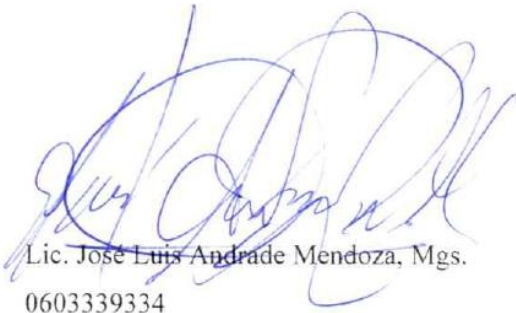


01-08-2023
1603-DBRA-UPT-2023

ABSTRACT

The present research work had the purpose of developing a strategic plan for the private security company "Ninabanda & Ninabanda" to improve administrative management by proposing strategies that guide decision-making in the short, medium, and long term. For the development of the same, a mixed approach (Qualitative and Quantitative) was used for the interpretation of the data collected through the surveys of the collaborators and the interview directed to the manager, with this information it was possible to know the situation of the organization regarding its strategic direction and in this way identify aspects that contribute to the approach of the strategic plan. Through the results obtained, it was possible to identify that the employees did not know the business philosophy of the company, likewise they were unaware of its business objectives. A relevant aspect identified was that communication was not efficient and the company did not have a strategic plan, for which they have not been able to take advantage of their internal and external factors. In the proposal the strategic plan of the organization was developed, this contains the situational analysis of the organization, business philosophy and the strategic approach, the development of this proposal will improve the level of competitiveness of the company within its industry. For this reason, its application is recommended to management, since this plan is an important tool for decision-making within the company.

Keywords: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <STRATEGICO PLAN>, <ADMINISTRATIVE MANAGEMENT>, <STRATEGIES>, <MANAGEMENT>, <GUARANDA(CANTÓN)>, <BOLIVAR(PROVINCE)>



Lic. José Luis Andrade Mendoza, Mgs.
0603339334

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la planificación estratégica cumple un rol fundamental dentro de las empresas del sector de la seguridad privada, ya que ayuda a las organizaciones a afrontar los desafíos de su entorno, mejorar sus capacidades de gestión y centrarse en la obtención de los resultados deseados, además establece un sentido de dirección claro mediante la proclamación de la filosofía empresarial.

La falta de un plan estratégico puede llevar a que una empresa enfrente problemas de competitividad, ya que al no contar con un horizonte empresarial, el proceso de toma de decisiones se dificulta. Finalmente, es probable que sin un plan estratégico, los empleados se sientan desmotivados. Esto puede resultar en baja productividad y fuerza laboral poco capacitada.

El presente trabajo de investigación está compuesto por cinco capítulos:

En el Capítulo 1 se describe el problema de investigación en el cual se puntualiza las delimitaciones, el objetivo de la investigación y su justificación.

En el Capítulo II se encuentra compuesto por el Marco Teórico de la investigación, en el que se detallan los antecedentes de la investigación, la sustentación bibliográfica de la idea por defender, en este capítulo se realiza un análisis de las teorías que fundamentan y son la base de esta investigación.

En el Capítulo III, se presenta el Marco Metodológico en el que define el enfoque de investigación, el nivel de investigación, el tipo de estudio, así mismo, las técnicas y métodos a utilizarse para el desarrollo de esta investigación.

En el Capítulo IV está constituido por el Marco de Análisis, en el que se presenta un análisis mediante gráficos y tablas de los resultados encontrados a través de las técnicas aplicadas.

En el Capítulo V se encuentra la propuesta compuesta por las generalidades de la empresa, análisis situacional, planteamiento estratégico y la filosofía empresarial propuesta

Finalmente se detallan las conclusiones y recomendación, estas representan los principales resultados encontrados mediante la investigación y las recomendaciones para el beneficio de la empresa.

CAPÍTULO 1

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El plan estratégico es una herramienta de gestión que tiene el propósito de formular acciones que garanticen la sostenibilidad de las empresas en el futuro, además es un proceso continuo que se relaciona con la toma de decisiones y contrariamente a lo que se piensa no se trata de una predicción del futuro, sino del análisis de los riesgos que implican las acciones del presente en función de los resultados esperados, este proceso representa un reto para las organizaciones y en especial para sus directivos, ya que implica un cambio en la organización y compromiso de todos quienes la conforman, en definitiva el objetivo de las organizaciones es ser más competitivas en el entorno en el que se desarrollan y aunque no hay una fórmula mágica que garantice el éxito, la planeación estratégica permite establecer un horizonte empresarial que guíara a la empresa a conseguir sus objetivos esperados.

Nuestro país no escapa a los efectos de la globalización pues el entorno empresarial se ha vuelto de alta competitividad y requiere de acciones efectivas para enfrentar las incertidumbres del entorno, al respecto Troya (2019, p.143) manifiesta que “el 95% de las empresas en el Ecuador consideran que la planificación estratégica como una herramienta gerencial. Sin embargo, pese a reconocer su importancia, el 61% de las empresas en el país no lo realizan”, esto se debe a que las empresas son administradas de forma empírica por lo que sus directivos desconocen la importancia que tiene este proceso, en principio las empresas deben gestionar de manera eficiente los recursos limitados y los riesgos que puedan surgir por la naturaleza de sus actividades, por este motivo las organizaciones deben fijar el rumbo de sus acciones para aprovechar las oportunidades que ofrece su entorno.

En la provincia de Bolívar, las empresas de seguridad privada han empezado a desarrollar su plan estratégico con el propósito de orientar a su organizaciones al logro de sus objetivos, el hecho de no reconocer su importancia y no llevar a cabo este proceso, se convierte en una desventaja frente a los competidores de este sector, debido a que los cambios y amenazas en el entorno son frecuentes y se convierten en un obstáculo en el camino para conseguir nuestros objetivos, la planificación es un aspecto esencial en cualquier organización y su ausencia hace que los procesos sean ineficientes, cuando las empresas actúan sin un rumbo definido, pueden llegar a estancarse, poniendo en riesgo su sostenibilidad y permanencia en el mercado, por lo cual es necesario realizar la planificación estratégica dentro de la organización.

Los problemas identificados al interior de la empresa, como la falta de direccionamiento estratégico definido, han provocado que la organización no cumpla con sus objetivos. Las

empresas deben tener una visión clara de hacia dónde quieren llegar, y a partir de ello, establecer las estrategias y políticas que les permitan alcanzar esa proyección. Los directivos deben prestar especial atención a este aspecto, ya que son ellos quienes deben definir las políticas y tomar decisiones sobre cómo se llevará a cabo la ejecución de los objetivos propuestos.

Por otro lado, un inconveniente identificado es la toma de decisiones sin contemplar antecedentes situacionales, lo cual ha provocado que existan vacíos de poder, inconformidad dentro del personal y además las soluciones que se han tomado son de carácter reactivo y no como prevención a futuros problemas, tomar buenas decisiones es una tarea esencial dentro de las organizaciones ya que nos permite tomar control sobre los riesgos y llevar a la empresa a cumplir con sus metas.

En el caso de que la gestión administrativa de la Compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda no mejore podría disminuir la productividad de sus colaboradores, sus ganancias y finalmente se pondría en riesgo el negocio, es por estos motivos que se hace necesario desarrollar un plan estratégico mediante la identificación de Factores endógenos y exógenos.

1.1 Delimitaciones

1.1.1 Delimitación Temporal

El presente proyecto de investigación se realizará en el periodo 2022

1.1.2 Delimitación Espacial

La delimitación espacial del presente proyecto de investigación se ubica en la Región Sierra, Provincia de Bolívar, Cantón Guaranda.

1.2 Problema General de Investigación

¿Cuál es el impacto del plan estratégico en la gestión administrativa de la Empresa de Seguridad Privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda, en el cantón Guaranda?

1.3 Problemas específicos de Investigación

¿Cuál es la situación actual de la Compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda?

¿Por qué es necesario realizar un plan estratégico en la Compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda?

¿Cuál es el impacto de identificar la misión, visión y los objetivos a corto y largo plazo?

¿Cuáles son los aspectos relevantes para incorporar un plan estratégico en la Compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda?

¿De qué manera se puede mejorar la gestión administrativa en la Compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda?

¿Cuál es el proceso con el que se toman decisiones dentro de la organización?

¿Qué beneficios tendrá la implementación de estrategias en la gestión administrativa?

¿Cuáles son las estrategias de la Compañía de seguridad?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Desarrollar el plan estratégico, mediante el análisis de factores internos y externos, para mejorar la gestión administrativa de la Empresa de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cía. Ltda., en la ciudad de Guaranda, para el periodo 2022 - 2023

1.4.2 Objetivos Específicos

- ✓ Elaborar un diagnóstico situacional de la Empresa de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda, mediante la identificación de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, para determinar su situación actual.
- ✓ Realizar un análisis Interno y Externo mediante matrices de identificación para establecer los componentes de la matriz de diagnóstico FODA de la Empresa de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda.
- ✓ Definir las estrategias de la Empresa de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda para hacer más eficiente el proceso de toma de decisiones.

1.5 Justificación

1.5.1 Justificación Teórica

Esta investigación se realiza con el propósito de aportar al conocimiento sobre la planificación estratégica, cuyos preceptos están basado en la Teoría Neoclásica, en la que autores como Chiavenato (2019, p.131) señalan que “Las organizaciones no existen en sí mismas, sino para alcanzar objetivos y producir resultados. La organización debe estar determinada, estructurada y orientada en función de estos”

Para esta investigación se utilizaron libros físicos de la biblioteca de la institución, artículos de revistas indexadas, libros digitales, trabajos de grado y postgrado, fuentes actualizadas de autores clásicos y contemporáneos que permitirán fundamentar el desarrollo del plan estratégico para la empresa de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda, que servirá como soporte para la toma de decisiones de la gerencia y permita mejorar la gestión administrativa.

1.5.2 Justificación Metodológica

El presente proyecto de investigación se elaboró bajo un enfoque que combina elementos cuantitativos y cualitativo, ya que se recopilaran datos de fuentes primarias mediante encuestas (técnicas cuantitativas) y entrevistas (técnicas cualitativas), con un nivel de investigación descriptivo, para explicar el fenómeno, el tipo de investigación es documental y de campo, ya que se recopilaran documentos de la empresa y se realizaran entrevistas en la organización, asimismo

el diseño del estudio es transversal, las técnicas que se usaron para recolectar información son encuestas y entrevista a través de un cuestionario y guía de entrevista correspondientemente.

1.5.3 Justificación practica

Este proyecto de investigación es necesario por que contribuye para definir el horizonte empresarial de la Compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda, de manera que se pueda establecer estrategias en función a la situación actual de la empresa considerando factores internos y externos, para hacer que la gestión administrativa sea más eficiente y eficaz, también permitirá aprovechar las oportunidades y disminuir el impacto de las amenazas que puedan suceder en su entorno.

1.6 Idea por defender

El plan estratégico permitirá mejorar la gestión administrativa de la Compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda

CAPÍTULO 2

2.1 Antecedentes de investigación

A través de una investigación previa en el repositorio institucional y diferentes fuentes de información sobre Planeación estratégica y gestión administrativa, se encontró alrededor de 250 tesis y artículos relacionados con la temática de esta investigación, estos trabajos serán una referencia que ayudarán desde distintas perspectivas al desarrollo del Plan Estratégico en la Compañía de Seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cía. Ltda.

En su trabajo de titulación relacionado con el plan estratégico en una empresa de seguridad Masabanda (2018, p.81) señala que “Este plan contiene varias estrategias con sus respectivos proyectos que ayudan a obtener una misión clara de la situación actual de la empresa y una visión que oriente a la empresa a la consecución de los objetivos; de esta forma convertir las debilidades en fortalezas y las amenazas en oportunidades encaminando al éxito de la compañía”

Con lo mencionado por el autor se puede inferir que dentro del plan estratégico se encuentran escritas las estrategias de una empresa, en función de su filosofía empresarial, este plan se convierte en una guía para el logro de las metas de una organización, para lo cual debe considerar sus recursos y realizar un análisis situacional para identificar Fortalezas, Amenazas, Debilidades y oportunidades, con el propósito de mejorar los aspectos negativos y fortalecer lo positivo.

De la misma manera Silva (2019, p.116) en una de las conclusiones de su trabajo de titulación “Diseño del plan estratégico de la compañía de seguridad privada “SEGURIVANOV” Cia.Ltda., en el cantón Guaranda, Provincia de Bolívar, periodo 2019-2022.” Señala que “Se desarrollaron estrategias, planes de contingencia y tácticas; las cuales aportaras a todo el proceso estratégico, con la finalidad de facilitar una guía para alcanzar los objetivos y metas de las Compañía de Seguridad Privada “SEGURIVANOV” CIA.LTDA.”

El autor señala que el diseño de un plan estratégico aporta a el proceso estratégico, mediante la definición de estrategias, políticas y planes, la organización puede tener una guía para conseguir sus objetivos y metas, se puede decir que el proceso de planeación estratégica aporta de forma positiva al desempeño de una organización.

De acuerdo con Guiracocha y Salazar (2018, p.83) en su trabajo titulado “Plan estratégico para la compañía de seguridad industrial – CARSAGUE S.A, localizada en la ciudad de Guayaquil” en una de sus conclusiones señala que “Se ideo este plan estratégico para que tenga un fin no solo investigativo sino también de acción para que no quede entre los archivos de la empresa, sino que se palpe en cada una de las acciones que la compañía vaya a tomar a partir de su implementación” Desde el punto de vista de los autores el Plan estratégico puede llegar a quedar obsoleto, si así lo considerasen los directivos, es por ese motivo que este plan debe ser desarrollado lo más cercano posible a la realidad de la empresa, además que sus avances deben ser socializados, no solo a los directivos, sino a todos los que conforman la organización.

En el trabajo de titulación de Andrango y Iles (2012, p.120) en una de las conclusiones señala que “En los casi 9 años que se encuentra en funcionamiento la compañía nunca desarrollo un plan estratégico, razón por la cual se ha visto realizar un trabajo sin un fin o meta y peor aún considerar lineamientos”

Teniendo en cuenta lo señalado por los autores, podemos decir que cuando una organización no realiza el proceso de planeación estratégica, sus acciones no le ayudan a avanzar, ya que no tienen un horizonte, por lo tanto, no pueden evaluar si están cumpliendo sus objetivos a largo plazo, ya que estos están cambiando constantemente, esto se puede deber a que los directivos no conocen la importancia de este proceso o por la falta de recursos.

Desde la posición de Romero (2017, p.22) en una de las conclusiones de su tesis doctoral señala que “Es importante buscar una planificación estratégica para obtener buenos resultados en el desarrollo de la calidad de gestión y se pueda incentivar a todo el personal de la institución a proponer nuevas estrategias o ideas ya que es importante para toda la organización institucional” Según el autor la planificación estratégica es un proceso que requiere del compromiso de todos los que conforman la empresa, todo esto con el propósito de que el personal retroalimente a sus directivos con sugerencias o ideas, ya que este proceso ayudara a la organización a conseguir buenos resultados y desarrollar la calidad de gestión.

2.1.1 Reseña Histórica



Ilustración 1-1. Logotipo

Fuente: Compañía de Seguridad Privada “Ninabanda & Ninabanda Ninabanda”

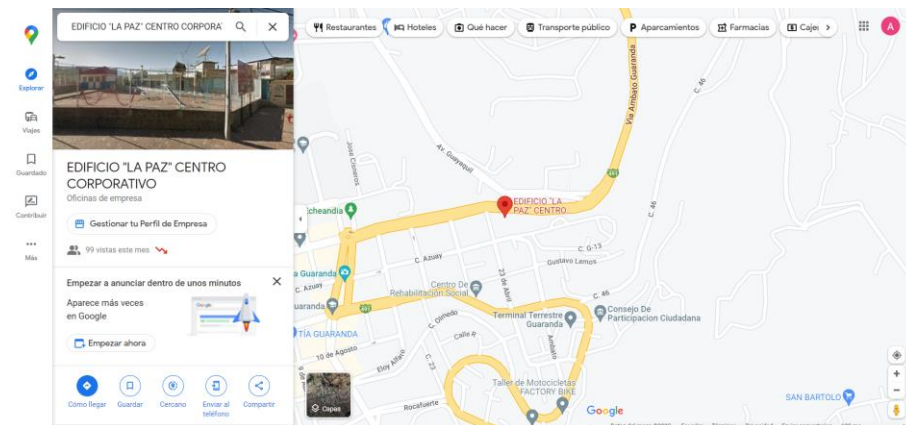


Ilustración 2-1. Mapa de ubicación

Fuente: Compañía de Seguridad Privada “Ninabanda & Ninabanda Ninabanda”

Realizado: Ninabanda Amangandi, Alejandro, 2022

“Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda es una empresa de seguridad, orientada a garantizar la seguridad de sus bienes tangibles e intangibles, brinda servicios de guardianía en sus dos modalidades (Fija y móvil) para empresas públicas y privadas, eventos públicos y privados, además ofrecen sistemas de seguridad integral para la protección de sus bienes.

Ninabanda Seguridad fue constituida el 18 de agosto del 2016, en la ciudad de Guaranda, bajo la figura legal de compañía de Responsabilidad Limitada, obtuvo su permiso de operaciones número 0149 otorgado por Ministerio de Gobierno, el 28 de octubre del 2016, durante sus 7 años de servicio a cumplido con los requisitos solicitados por la Superintendencia de Compañías y el Ministerio de Gobierno, en estos años ha brindado sus servicios a instituciones públicas y privadas.

Este empresa surge de la idea de su fundador el Doctor Vicente Ninabanda de ofrecer fuentes de empleo para hombres y mujeres de las comunidades y pueblos indígenas del cantón Guaranda, además de cumplir con su principal objetivo, el cual es darle la tranquilidad a sus clientes de que sus bienes están protegidos.

En la actualidad, Ninabanda Seguridad se encuentra ubicada en la Avenida Cándido Rada y 23 de abril, en el cantón Guaranda, provincia de Bolívar, La Compañía de seguridad cuenta con 36 empleados directos entre personal administrativo y agentes de seguridad que se encuentran brindando su contingente a nivel nacional, además cuenta con la infraestructura adecuada para el cumplimiento de sus fines.

2.2 Referencias teóricas

2.2.1 Planificación

La planeación es un proceso que tiene el propósito de plantear acciones, metas, estrategias o políticas previamente para la consecución de los objetivos de la organización, este proceso forma parte del proceso administrativo (Planificación, Dirección, Control y Evaluación), las acciones planteadas permiten hacer frente a los cambios del entorno. A continuación, se cita la definición de planificación según distintos autores:

Tabla 1-2: Definición de Planeación según autores

Autor	Concepto
(Bateman & Snell, 2009, p.19)	Planear es definir las metas que se perseguirán y anticipar que acciones serán las adecuadas para alcanzarlas. Las actividades de planeación incluyen el análisis de la situación actual, la anticipación del futuro, la determinación de objetivos, decidir en qué actividades la compañía se verá involucrada, elegir estrategias corporativas y de negocios, y determinar los recursos necesarios para alcanzar las metas organizacionales
(López et al., 2018, p.20)	Es la preparación de un conjunto de decisiones basada en la investigación donde se definen y cuantifican; objetivos, medios y acciones, necesarios para cumplimentar las metas fijadas para el periodo planificado.
(Joanidis, 2021, p.25)	Planificar es justamente entender los fines, instrumentar los medios y estimar los recursos necesarios para poder instrumentar dichos medios. Definimos que queremos lograr, como lo vamos a lograr y que necesitamos para hacerlo.
(Salgado et al., 2016, p.180)	Planear es decidir por anticipado lo que se va a hacer. Comprende la prevención, la cual permite estudiar simultáneamente varias alternativas y decidir aquella con la cual se debe trabajar para obtener el objetivo.
(Torres, 2014, p.7)	Planear significa otear el futuro con la esperanza de disipar la incertidumbre de lo que podría suceder.

Fuente: Elaboración a partir de la definición de los propios autores, 2022

Realizado por: Ninabanda Amangandi, Alejandro, 2022

Algunos autores señalaron que la planificación es un proceso que sirve para definir la metas u objetivos mediante acciones concretas, es decir lo que se quiere lograr y como se va a lograr, de manera que para este proceso se necesita comprender los fines, gestionar los recursos y evaluar las alternativas que ofrece el entorno, este proceso hace que la incertidumbre se disipe y se pueda tomar una decision acertada frente a las alternativas que ofrece el entorno, para esto es importante tener claro que no se está prediciendo el futuro, sino más bien se está analizando las futuras consecuencias de las decisiones presentes.

2.2.1.1 Importancia de la planificación

Planificar permite fijar una dirección, en función de donde se quiere llegar, este proceso hace posible la unificación de esfuerzos de manera que se puedan llegar a cumplir las metas planteadas en un periodo de tiempo menor, así se puede reducir la incertidumbre y las redundancias que surgen del entorno, además se pueden establecer criterios de evaluación para controlar los avances, de manera que se puede aumentar la efectividad organizativa.

En relación con lo anterior Münch (2008, p.13) concluye que “La planeación es esencial para el adecuado funcionamiento de cualquier grupo social, ya que a través de esta se previenen las contingencias y los cambios que puede deparar el futuro, y se establece las medidas necesarias para afrontarlas”

Para la autora la planificación es esencial para el correcto funcionamiento de una organización, ya que permite plantear acciones que ayuden a enfrentar los inconvenientes que pueden surgir en el futuro, disminuyendo el impacto que podrían tener aquellas en las operaciones.

2.2.1.2 Tipos de planificación

La planificación es un proceso que permite conseguir los objetivos una organización mediante acciones, previamente fijadas en una estrategias, existen distintos tipos de planificación, cada una tiene características concretas relacionadas con su propósito, además algunas están relacionadas con el nivel organizacional, conocerlas es el punto de partido para plantear la estrategias idóneas. Desde el punto de vista de Münch (2010, p.41) existen tres tipos de planificación:

- **Estratégica.** Se realiza en los altos niveles de la organización. Se refiere a la planeación general; generalmente es a mediano y a largo plazo, y a partir de ésta se elaboran todos los planes de los distintos niveles de la empresa
- **Táctica o funcional.** Comprende los planes que se elaboran en cada una de las áreas de la empresa con la finalidad de lograr el plan estratégico.
- **Operativa.** Se diseña de acuerdo con los planes tácticos; y, como su nombre lo indica, se realiza en los niveles operativos.



Ilustración 3-1. Tipos de planificación

Fuente: Münch, 2010, p.41

Realizado por: Ninabanda Amangandi, Alejandro, 2022

2.2.1.3 Niveles de planificación

Los niveles de planificación de acuerdo con su propósito también servirán para fijar los objetivos estratégicos. En esa misma línea, Llorens (2005, p.32) manifiesta que los niveles de planificación son:

- a) **Plan de sistemas:** Es un plan que engloba todos los proyectos que deben ser abordados para dotar de sistemas un área específica del negocio.
- b) **Plan General:** Es una parte del plan de sistemas, en este se muestran los planes para las fases que habrán de ser cumplidas para llevarlo a término.

- c) Plan detallado: En él se presentan todas las actividades que se cumplirán en la misma, así como las fechas estimadas de inicio y terminación,
- d) 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 muchos lo denominan el plan para el “resto de proyecto”.

2.2.1.4 Principios de la planificación

La planificación es una herramienta esencial para el buen funcionamiento de una organización, este proceso permite lograr los objetivos de una manera eficiente, gestionando los recursos tangibles e intangibles de forma que se aprovechen óptimamente, para esto se debe también tomar en cuenta la situación de la empresa y los principios de la planificación. Los cuales según Saavedra et al. (2001, p.58) son:

- **Racionalidad:** La planificación introduce lógica, raciocinio y orden en la acción; además, permite optimizar la utilización de los recursos, buscando eficacia y eficiencia.
- **Previsión:** Planificando se prevé el futuro. Un plan, un programa, un proyecto y en general una acción planificada reduce la incertidumbre y el azar, entendiendo que el futuro es múltiple y que esta pluralidad lo hace incierto.
- **Universalidad:** Hace referencias al conjunto de partes que conforman una acción o un sistema, en el tiempo y en el espacio. Planificar una acción tiene en cuenta cada una de las partes que conforman el conjunto, el sistema en su totalidad.
- **Unidad:** Hace referencia a la congruencia, coordinación y estrecha relación que debe existir entre las partes que conforman el conjunto de la actividad, acción, sistema y realidad sujeto de planificación.
- **Continuidad:** La planificación es un proceso continuo que no puede interrumpirse. Esto implica la existencia de una serie de planes a corto, mediano y largo plazo que aseguren dicha continuidad.

2.2.1.5 Ciclo de Deming para la planificación

El ciclo de Deming, también conocido como el ciclo PDCA (Plan-Do-Check-Act), es una herramienta de mejora continua creada por el ingeniero estadounidense W. Edwards Deming para la calidad y el mejoramiento de los productos y servicios ofrecidos por una organización. Con esta secuencia se busca mejorar la calidad y performance de los procesos. Desde la capacitación del personal hasta la optimización de los procedimientos, el enfoque de Deming se orienta al mejoramiento y eficiencia.

El ciclo de Deming proporciona un marco de trabajo para la mejora de la calidad y la eficiencia de los procesos, lo que ayuda a simplificar el proceso, eliminar los errores y reducir los costos. Esta metodología se considera como un punto de referencia para la mejora de todos los procesos.

Además, ayuda a mantener el foco en el objetivo compartido tanto por la gerencia como por los colaboradores.

Como afirma Salas (2018, p.10) “El ciclo de Deming o ciclo PHRA (planificar, hacer, revisar, actuar) representa una herramienta fundamental en las organizaciones para lograr la calidad y el mejoramiento continuo”

El ciclo de Deming está formado por 4 etapas:

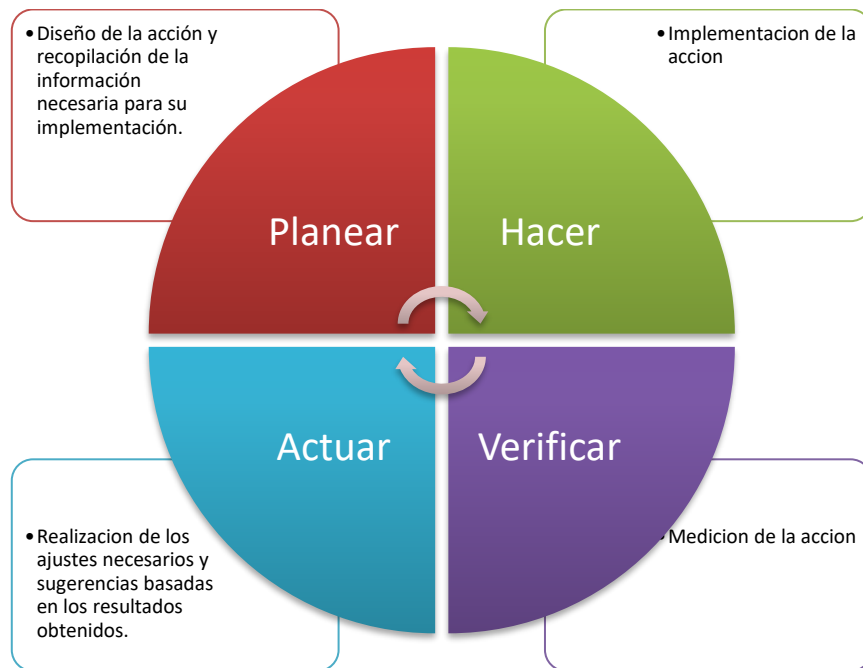


Ilustración 4-2. Ciclo de Deming

Fuente: Salas, 2018, p.10

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

2.2.2 Las estrategias

Las estrategias son las acciones que realizamos para conseguir un objetivo, estas acciones deben estar orientadas por un horizonte, de manera que nos ayuden a llegar hacia dónde queremos estar, para lo cual es importante que establezcamos objetivos medibles, ya que a partir de ellos podremos trazar el camino para la consecución de los mismos, Al respecto, se presenta una tabla en la que se encuentra citada la definición de estrategia según algunos autores:

Tabla 2-2: Definición de estrategia según autores

Autor	Concepto
(Westreicher, 2020)	"Es un procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario. Esto, buscando alcanzar uno o varios objetivos previamente definidos."
(Freije & Freije, 2009, p.19)	"La estrategia como elección entre grandes opciones para conseguir de forma óptima, los objetivos actúa a diferentes niveles en la empresa."
(Fernández, 2012, p.10)	"Forma en la que la empresa o institución, en interacción con su entorno, despliega sus principales recursos y esfuerzos para alcanzar sus objetivos"
(David, 2013, p.11)	"Las estrategias son los medios por los cuales se logran los objetivos a largo plazo."
(Freedman, 2016, p.13)	"La estrategia se precisa cuando otros individuos pretenden frustrar los planes de uno porque tienen intereses y preocupaciones diferentes y seguramente opuestos a los nuestros."

Fuente: Elaboración a partir de la definición de los propios autores, 2022

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

Según la definición de los autores, las estrategias son un proceso en el que tomamos una decisión previamente para gestionar los recursos y los esfuerzos, de manera que se pueda conseguir las metas a largo plazo, sin tener afectaciones de su entorno, es importante mencionar que la mayoría de autores citados coinciden en que las estrategias permiten llevar a las organizaciones a donde han planificado previamente, dándole un peso importante no tan solo a la definición de estrategias, sino también a este proceso administrativo.

2.2.2.1 La importancia de las estrategias

Como señala Carmona-De Ríos (2018, p.78) "Si se pretende lograr los objetivos y metas, la empresa debe tener muy claro cuál es su estrategia que va a utilizar para dirigirse al mercado y a que segmento dirigirá su producto"

Las estrategias son el plan de acción de una empresa para alcanzar sus objetivos. Estas estrategias ayudan a la empresa a gestionar los recursos y priorizar las inversiones para lograr los máximos resultados. Las estrategias tienen una gran importancia en la empresa, ya que contemplan una ruta y un destino y ayudan a la empresa a alcanzarlo. El enfoque estratégico garantiza la efectividad y la focalización para los recursos de la organización. Por lo tanto, los líderes de la organización deben reflexionar sobre la dirección que toman las decisiones de la organización y cómo contribuye a la alineación del negocio. La planeación estratégica también ayuda a prevenir el mal uso de los recursos, ya que tienen un propósito claro y los recursos se utilizan con propósito. Los

líderes usan el enfoque estratégico para identificar tendencias, posicionarse como un líder de la industria, lograr el desempeño de la mejor calidad y maximizar las inversiones.

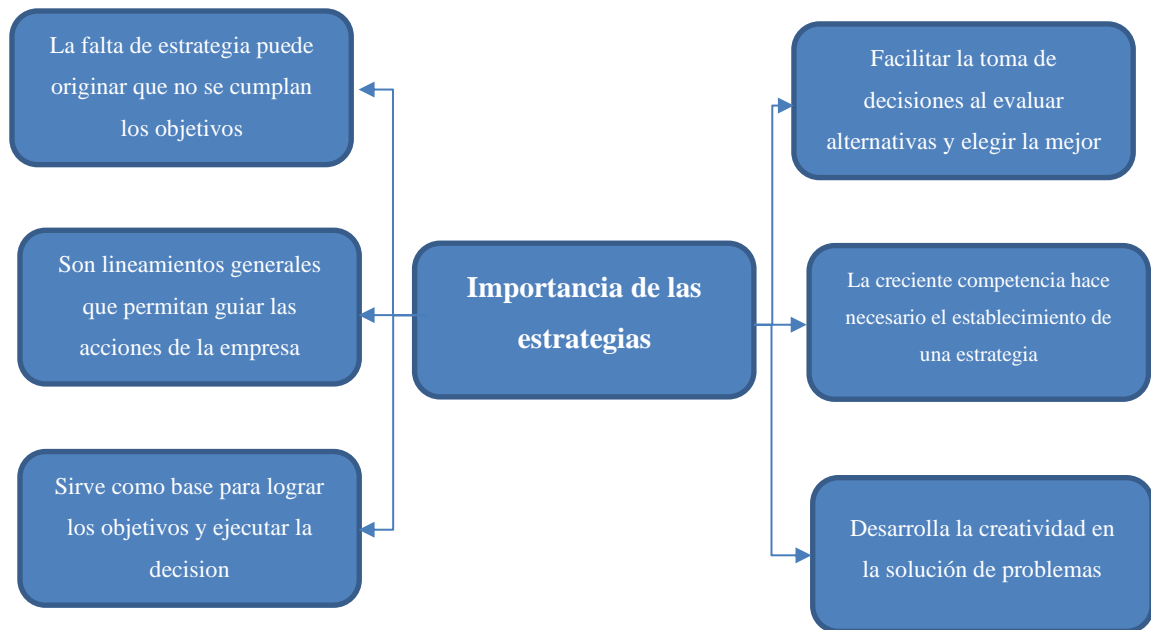


Ilustración 5-2. Importancia de las estrategias

Fuente: Carmona-De Ríos, 2018, p.78

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

2.2.2.2 Niveles de la estrategia

De acuerdo con Ronda (2021) existen 3 tipos de estrategias:

- **Estrategia Corporativa:** Involucra aquellas decisiones que alcanzan toda la empresa, está más relacionada con la definición de la estructura interna de la empresa, cuál es su ventaja corporativa y su forma de operación.
- **Estrategia Competitiva:** Se refiere a aquellas decisiones propias a cada unidad de negocios, se enfoca en el estudio y conocimiento del entorno, la ventaja competitiva, la cadena de valor y el plan de negocios.
- **Estrategia funcional:** Es la que se clasifica para cada unidad de negocios en particular que tiene por brindar un soporte operativo para cada área de la empresa.

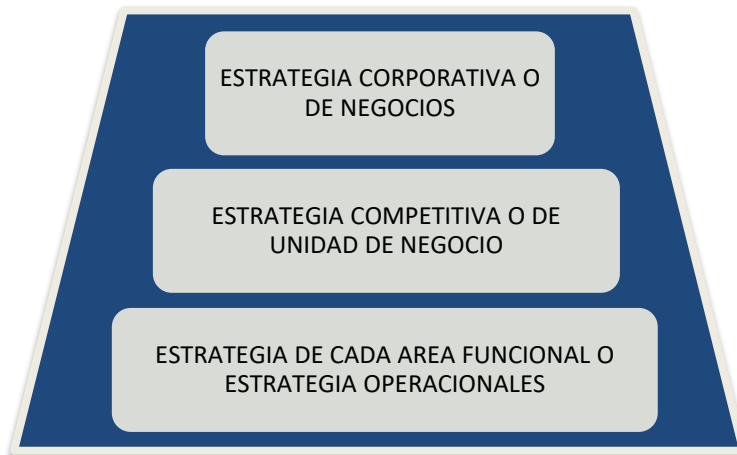


Ilustración 6-2. Niveles de estrategia

Fuente: Ronda, 2021

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

2.2.2.3 Características de la estrategia

Las características de la estrategia pueden variar según el contexto y las perspectiva de la cual se enfoque, Como señala Duran et al. (2017, p.28) las características de la estrategia son:

- **Flexibilidad:** Este principio debe estar inherente en la estrategia, puesto que todo plan debe ser modificado, para adaptarlo a las diferentes situaciones, se tomará en cuenta el diagnóstico, como elemento que permite determinar las necesidades, seleccionando aquellas que requieren urgente solución.
- **Coordinación:** La coordinación es definida como el principio de integración, organización y secuencia que debe existir entre las estrategias, actividades, recursos y tiempo, es decir, una actividad debe ser organizada en perfecta coordinación con el recurso que se utilizara para lograrla y el tiempo en que se llevara a cabo.
- **Continuidad:** Encierra el desarrollo coherente de las actividades, es decir, una actividad es consecuencia de la otra. Igualmente, las estrategias deben ser consecuencias de otras, por tanto, terminada una se forma otra, toda eventualidad que atente contra este principio.
- **Proactividad:** Es lo contrario de inactivo, de allí que todas las estrategias deben ser proactivas, este es un elemento en el cual se apoyan ciertos rasgos personales.
- **Dominio:** El gerente de hoy, debe tener pensamiento sistémico y dominio con el fin de analizar el lenguaje para decidir, comprender las fuerzas e interrelaciones que modelan el comportamiento de los sistemas, proponiendo transformaciones, por tanto, el gerente como líder debe generar acciones variadas.

- **Cohesión Social:** El líder estratégico debe ser un comunicador por excelencia, el cual transfiere visión a sus seguidores y los estimula para que venzan las dificultades que se presenten.

2.2.3 La planificación estratégica

La Planificación estratégica es un proceso de gestión y dirección empresarial en el que se plantean acciones para lograr una interacción armónica entre la empresa y su entorno, implica fijar una visión y misión a través de los cuales la empresa fija la dirección que sea seguir y la forma como se evaluará su rendimiento. Planificación estratégica para

Es una transición ordenada, sistemática y fundamentada entre la posición actual de una organización (con fines de lucro o no) y la que más le conviene a corto, mediano y largo plazo, por lo que se basa en decisiones que se deben tomar en el momento actual para que tengan un efecto posterior. (Ramírez, 2020, p.28)

Para la autora la planificación estratégica permite realizar una transformación en la organización de manera que pueda ubicarse en una posición ventajosa para la misma en distintos periodos de tiempo, para lo cual es necesario conocer los factores internos y externos que conforman el ambiente de la organización, de tal manera que se planteen acciones que le convengan y que permitan que las decisiones tomadas tengan el efecto esperado en el futuro. En la opinión de algunos autores la planificación estratégica se puede definir como:

Un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos de carácter prioritario, cuya característica principal es el establecimiento de los cursos de acción (estrategias) para alcanzarlos, además de un análisis continuo de la situación actual y del pensamiento orientado al futuro para generar información para la toma de decisiones y lograr los objetivos estratégicos. (Vargas y González, 2020, p.9)

Para los autores la planificación se convierte en un ejercicio cuyo propósito es generar información que sirva de soporte para la toma de decisiones, mediante el establecimiento de las estrategias que ayuden a lograr los objetivos estratégicos, para esto el encargado del proceso debe estar consciente de los factores endógenos y exógenos que componen su organización.

2.2.3.1 Importancia de la planificación estratégica

La planificación estratégica es importante porque ayuda a las organizaciones a establecer objetivos claros, tomar decisiones informadas, asignar recursos de manera efectiva, fomentar la innovación, mejorar la comunicación y la colaboración. De acuerdo con Sainz (2017, p.29) la planificación estratégica tiene 10 aspectos que se pueden resaltar como importantes para su realización, los cuales son:

- Definir un proyecto empresarial de futuro ilusionante, sólido y consistente
- Enmarca todas las decisiones estratégicas de la empresa dentro de un proyecto de futuro.
- Tomar hoy las decisiones en un marco de actuación a futuro.

- Dotar a la empresa de una misión que satisfaga las aspiraciones de todos los grupos de interés.
- Identificar y definir claramente cuáles son los objetivos de la empresa a largo plazo
- Elaborar un plan de comunicación que transmita la identidad corporativa y que ponga de manifiesto una visión compartida por todo el equipo directivo.
- Profesionalizar más la gestión de la Dirección
- Definir funciones y responsabilidades a niveles clave.
- Coordinar el proceso de toma de decisión en la empresa, facilitar los arbitrajes en caso de conflictos o incompatibilidades, y permitir el seguimiento y revisión continuar las acciones emprendidas ante cambios importantes.
- Asegurarnos nuestra competitividad como empresa

2.2.3.2 Ventajas de la planificación estratégica

La planificación estratégica potencia la cultura de la empresa, ya que facilita la adopción de una serie de valores y principios que permiten orientar el comportamiento de sus empleados en la dirección deseada. Citando a Jaramillo y Tenorio (2019, p.72)

En las empresas la planeación es una base fundamental porque gracias a ella se puede prever alguna situación adversa y también porque sirve para implementar planes de acción en caso de contingencias, además de que al planear un horizonte empresarial se puede lograr un objetivo con más calma ya que al planear se revelan los posibles errores y las ventajas con las que se cuenta al momento de realizar un proyecto. (Jaramillo y Tenorio, 2019, p.72)

Una de las ventajas del proceso de planificación estratégica es que permite orientar la acción de la empresa en la dirección que se desee, de acuerdo con la misión, visión y objetivos de la misma. Según Münch (2008, p.14) algunas de las ventajas son:

- La definición del rumbo de la empresa permite encaminar y aprovechar mejor los esfuerzos y los recursos.
- Reduce los niveles de incertidumbre que se pueden presentar en el futuro.
- Establece un sistema racional para la toma de decisiones, evitando las “corazonadas” o empirismos. Las decisiones se basan en hechos y no en emociones.
- Reduce al mínimo los riesgos y aprovecha al máximo las oportunidades.
- Al planear se definen las bases a través de las cuales operará la empresa.
- Promueve la eficiencia al eliminar la improvisación.
- Proporciona los elementos para efectuar el control
- Optimiza el aprovechamiento del tiempo y los recursos, en todos los niveles de la organización.

2.2.3.3 Etapas de la planificación estratégica

La planificación estratégica es un proceso que permite que la organización se dirija hacia sus metas a largo, de forma coordinada y cohesionada, este proceso tiene etapas. Como plantean algunos autores sobre las etapas de la planificación estratégica:

El proceso consta de tres etapas: formulación, implementación y evaluación de estrategia. La formulación de estrategias implica desarrollar una visión y misión, identificar las oportunidades y amenazas externas a la empresa, determinar las fortalezas y debilidades internas, establecer objetivos a largo plazo, generar estrategias alternativas y elegir las estrategias particulares que han de seguir. (David y David, 2017, p.5)

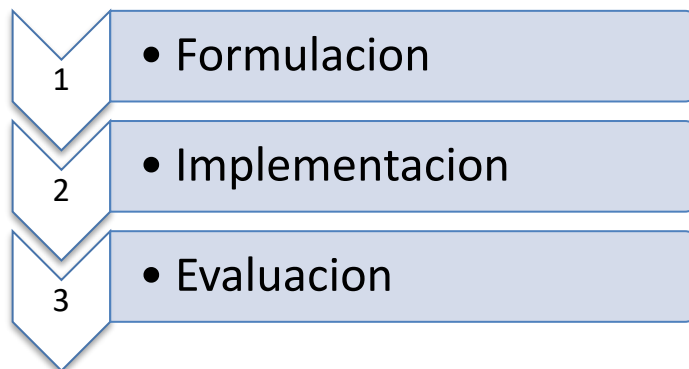


Ilustración 7-2. Etapas de la planificación estratégica

Fuente: David y David, 2017, p.5

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

2.2.3.4 Pasos para la formulación de un plan estratégico

La formulación dentro del plan estratégico se fijan los objetivo, acciones y metas a corto, mediano y largo plazo para facilitar las decisiones de la organización. Desde el punto de vista de algunos autores sobre los expuesto anteriormente señalan que:

El proceso inicia con la elaboración de la reseña histórica y valores corporativo, para continuar con la elaboración de la misión y la visión, seguido del análisis del entorno (oportunidades y amenazas), para luego realiza el análisis interno (debilidades y fortalezas), continuando con la elaboración de matrices, para llegar al diseño de objetivos y estrategias, después se lleva a cabo la ejecución de la planeación estratégica, para concluir con la fase del control y la evaluación. (González y Rodríguez, 2019, p.13)

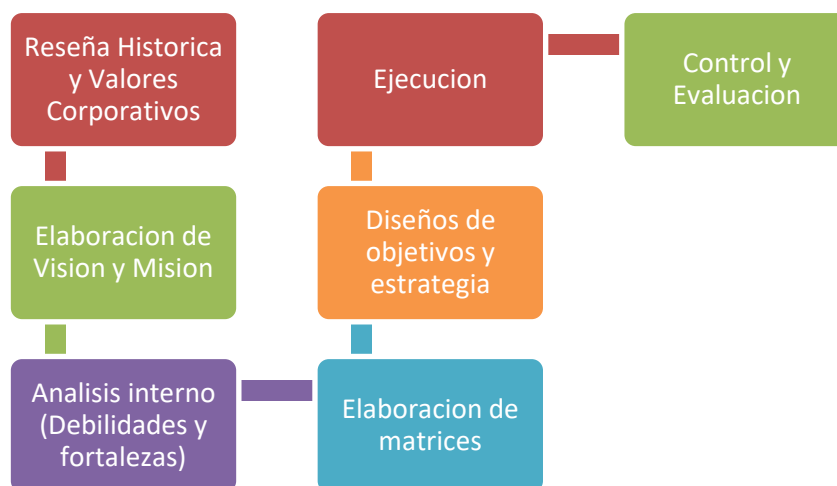


Ilustración 8-2. Pasos para la formulación de un Plan estratégico

Fuente: González y Rodríguez, 2019, p.13

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

2.2.3.5 Componentes del proceso de planificación estratégica

El proceso de planificación está compuesto de partes que caracterizan el mismo, Según López (2022, p.26) los componentes del proceso de planificación estratégica son:

- **Visión:** Se refiere a donde llegar, muestra las aspiraciones que la organización necesita para ser más competitiva.
- **Misión:** Describe la situación actual, lo que está realizando la empresa, es decir si la visión es el destino, la misión es la ruta, debe ser corta y fácil de recordar.
- **Valores:** Son aquellos principios incuestionables del ejercicio de la misión, es necesario establecer de 3 a 5 valores, con los que se identifique la organización.
- **Estrategia:** Estar relacionado con la dirección, es el medio por el cual se alcanza los objetivos trazados, siendo el elemento más importante de la planeación.
- **Metas:** Es la acción por cumplir, deben estar desarrollada para cada estrategia, además de ser claras alcanzables y medibles; al respecto la finalidad de la meta es actuar de acuerdo con el plan.



Ilustración 9-2: Componentes del proceso de planificación estratégica

Fuente: López, 2022, p.26

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

2.2.4 Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta de evaluación interna que permite identificar Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, con el propósito de planificar acciones que mejoren el negocio, de tal manera que nos permita comprender de mejor manera la situación de la empresa y se convierta en un soporte para la toma de decisiones actuales y futuras.

En el mismo sentido el autor García considera que:

El análisis FODA es una herramienta de gestión estratégica que permite evaluar la situación actual de una empresa, organización o proyecto, identificando sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, con el fin de diseñar planes de acción que permitan aprovechar las oportunidades, minimizar las amenazas, mejorar las fortalezas y superar las debilidades. (García, 2015, p.54)

El análisis FODA es una herramienta de gestión que permite evaluar la situación de una empresa en relación con sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, la realización de esta herramienta permite identificar las áreas críticas de la empresa para tomar medidas para mejorar la situación de la empresa.

2.2.4.1 Componentes de la Matriz FODA

Fortalezas

Las fortalezas empresariales son las cualidades que distinguen a una empresa de las demás y que la hacen más competitivas. Desde el punto de vista de Ponce (2006, p.2) “Una fortaleza es alguna función que esta realiza de manera correcta como son ciertas habilidad y capacidades del personal con atributos psicológicos y su evidencia de competencias. Otro aspecto son los recursos

considerados valiosos y la misma capacidad competitiva de la organización, como un logro que brinda la organización y una situación favorable en el medio social.”

Oportunidades

Las oportunidades son situaciones o circunstancias que se presentan en el mercado y que una empresa puede aprovechar para crear, desarrollar o mejorar su negocio. Estas oportunidades pueden surgir por diferentes factores, como cambios en la tecnología, modificaciones en las leyes y regulaciones, tendencias de consumo, crecimiento económico, entre otros. Citando a Ponce (2006, p.2) “Las oportunidades constituyen aquellas fuerzas ambientales de carácter externo no controlables por la organización pero que representan elementos potenciales de crecimiento o mejoría, es un factor de gran importancia que permite de alguna manera moldear las estrategias de las organizaciones”

Debilidades

Las debilidades empresariales son aspectos internos de una empresa que pueden afectar su desempeño y su capacidad para competir en el mercado. Estas debilidades pueden ser características negativas de la empresa, o deficiencias en su estructura, procesos o recursos. En la opinión de Ponce (2006, p.2) “Una debilidad de una organización se define como un factor considerado vulnerable en cuanto a su organización o simplemente una actividad que la empresa realiza en forma deficiente, colocándola en una situación considerada débil”

Amenazas

Las Amenazas en el entorno empresarial son situaciones que pueden afectar negativamente a la actividad comercial de una empresas, pueden provenir de diversas fuentes. Como señala Ponce sobre las amenazas en el entorno empresarial, el autor afirma que:

Las amenazas representan la suma de las fuerzas ambientales no controlables por la organización, pero representan fuerzas o aspectos negativos y problemas potenciales, puede influir en la atraktividad del estado de una organización; ya que establecen la necesidad de emprender acciones de carácter estratégico. (Ponce, 2006, p.2)

2.2.4.2 Análisis PESTEL

Desde el punto de vista de Betancourt (2018) “Es un análisis descriptivo del contexto o entorno de la empresa a través de la consideración de factores: Políticos, económicos, Sociales, Tecnológicos, Ambientales y legales, este análisis permite realizar un análisis estratégico para determinar el contexto actual en el que se mueve la organización o compañía” Para este análisis se deben examinar ciertos factores que influyen en las operaciones de una organización, ya que están relacionados con la forma en que la empresa interactúa con sus clientes, proveedores y otras

entidades externas. Este análisis ayuda a proporcionar una perspectiva completa de la empresa para poder desarrollar un plan estratégico que considere todos los aspectos y permita adaptarse a los cambios del mercado actual.

Según Camacho y López (2021, p.9) “El análisis PESTEL es una herramienta clave para entender el entorno en el que se desenvuelve una organización y así poder adaptar su estrategia a las exigencias del mercado. Está compuesto por seis factores: políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, ecológicos y legales”

Los autores hacen hincapié en la importancia del análisis PESTEL como herramienta para comprender el entorno en el que opera una organización y, en consecuencia, adaptar su estrategia empresarial a las demandas del mercado. Además, se menciona que el análisis PESTEL se enfoca en seis factores clave: políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, ecológicos y legales.



Ilustración 10-2: Análisis PESTEL

Fuente: Creación propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

2.2.4.3 Análisis estratégico

Matriz de Perfil Competitivo (MPC)

Según David (2013, p.83) “La Matriz de perfil competitivo (MPC) identifica a los principales competidores de una empresa, así como sus fortalezas y debilidades en relación con la posición estratégica de una empresa en estudio”

Esta matriz una herramienta útil para evaluar la posición competitiva de una empresa, pero es importante tener en cuenta sus limitaciones y complementarla con otros análisis estratégicos y

perspectivas de futuro para obtener una imagen más completa y precisa de la situación competitiva de la empresa.

Tabla 3-2: Matriz de Perfil Competitivo

N°	FACTORES		LA ORGANIZACION		COMPETENCIA	
	CLAVES DE ÉXITO (FCE)	PONDERACION	CLASF	PONDERACION	CLASF	PONDERACION
1						
2						
3						
	TOTAL RESULTADO PONDERADO					

Fuente: Creación Propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)

Según David (2013, p.80) La Matriz de evaluación de factores externos (EFE) permite que los estrategias resuman y evalúan información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, legal, tecnológica y competitiva.

La Matriz EFE permite a las empresas identificar los factores clave que pueden tener un impacto significativo en su éxito o fracaso en el mercado. Al identificar estos factores, una empresa puede enfocar sus esfuerzos en las áreas más importantes y tomar medidas para mitigar los riesgos asociados con estos factores.

Tabla 4-2: Matriz de Evaluación de Factores Externos

MATRIZ DE EVALUACION DE FACTORES EXTERNOS				
N°	FACTOR EXTERNO	PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	RESULTADO PONDERADO
1	OPORTUNIDADES			
2				
3				
4	AMENAZAS			
5				
	TOTAL			

Fuente: Creación Propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)

En las palabras de David (2013, p.122) sobre la matriz de evaluación de factores internos (EFI) señala que “Esta herramienta para la formulación de estrategias sintetiza y evalúa las fortalezas y

debilidades más importantes encontradas en las áreas funcionales de una empresa y también constituye la base para identificar y evaluar las relaciones entre estas áreas”

La Matriz EFI se basa en la recopilación y análisis de información sobre los recursos y capacidades internas de la empresa, así como sobre sus procesos internos y estructura organizativa, con el fin de identificar sus fortalezas y debilidades y compararlas con las de otras empresas del sector.

Tabla 5-2: Matriz Evaluación de Factores Internos

MATRIZ DE VALUACION DE FACTORES INTERNOS				
Nº	FACTOR INTERNO CLAVE	PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	RESULTADO PONDERADO
1	FORTALEZA			
2				
3				
4	DEBILIDAD			
5				
	TOTAL			

Fuente: Creación Propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

2.2.5 Planteamiento de estrategias

El planteamiento de estrategias es un proceso mediante el cual una organización establece sus objetivos a largo plazo y desarrolla un plan de acción para lograrlos. Este proceso implica identificar las fortalezas y debilidades de la organización, así como las oportunidades y amenazas presentes en el entorno externo. De acuerdo con Thompson et al. (2018, p.277) “El planteamiento estratégico de pensar y actuar de forma global lleva a los administradores de la organización a integrar y coordinar sus movimientos estratégicos en todo el mundo y a la expansión a la mayor parte de los países”

Tabla 6-2: Análisis FODA Estratégico

NOMBRE DE LA EMPRESA	OPORTUNIDADES – O Lista las oportunidades	AMENAZAS – A Liste las amenazas
FORTALEZAS – F Liste las fortalezas	ESTRATEGIAS FO Utilizar las fortalezas para tomar ventaja de las oportunidades	ESTRATEGIAS FA Use fortalezas para evadir amenazas
DEBILIDADES – D	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA

Liste las debilidades	Supere las debilidades tomando ventaja de las oportunidades	Minimice debilidades y evite amenazas
------------------------------	---	---------------------------------------

Fuente: Creación Propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

2.2.5.1 *ESTRATEGIAS OFENSIVAS FO*

Las estrategias Ofensivas permiten aprovechar las oportunidades que brinda su sector mediante el uso de las fuerzas internas, estas estrategias permiten enfrentar las amenazas serias y las debilidades, además de fortalecer los positivo que poseen, representan una ubicación ventajosa de la empresa dentro del mercado.

Desde el punto de vista de David (2013, p.176) “Las estrategias FO utilizan las fortalezas internas de la empresa para aprovechar las oportunidades externas. A todo directivo le gustaría que su organización ocupara una posición que le permitiera usar sus fortalezas internas para tomar ventaja de las tendencias o acontecimientos externos.”

2.2.5.2 *ESTRATEGIAS DO*

Las estrategias DO que permiten mejorar las debilidades, mediante el aprovechamiento de las oportunidades, su propósito es que la organización pueda superar estas debilidades para explotar de mejor manera las oportunidades que le brinda su entorno

Citando a David (2013, p.176) “Las estrategias DO buscan superar las debilidades internas que le impiden explotarlas, en ocasiones existen oportunidades externas clave, pero la empresa tiene debilidades internas que le impiden explotarlas”

2.2.5.3 *ESTRATEGIAS FA*

Las estrategias defensivas permiten evitar o disminuir las amenazas mediante el uso de las fortalezas internas de la organización, estas estrategias representan un mecanismo de defensa frente a las amenazas

Según David (2013, p.176) “La estrategias FA utilizan las fortalezas de la empresa para evitar o reducir el impacto de las amenazas externas. Esto no significa que una organización fuerte siempre deba afrontar directamente las amenazas que surgen en el entorno externo”

2.2.5.4 *ESTRATEGIAS DA*

Las estrategias DA son tácticas defensiva con el propósito de disminuir las debilidades y evitar las amenazas, para lo cual mediante el análisis de sus debilidades internas y las amenazas marcan las acciones para enfrentar de mejor manera posibles escenarios que pondrían en riesgo las operaciones de la empresa las operaciones de la empresa

Como señala David (2013, p.176) “Las estrategias DA son tácticas defensivas cuyo propósito es reducir las debilidades internas y evitar las amenazas externas. Si la organización enfrenta varias amenazas externas y muchas debilidades internas.”

2.2.6 *Identidad Organizacional*

La identidad organizacional de una empresa se refiere a las características únicas que la conforman, las cuales surgen a partir de preguntas fundamentales como "¿cuál es nuestro propósito?", "¿qué hacemos?" y "¿hacia dónde nos dirigimos?". Las respuestas a estas preguntas regulan el comportamiento de la organización y les permiten establecer metas y objetivos a largo plazo. En esencia, la identidad organizacional es la esencia de lo que hace que una empresa sea única y distintiva. Según Navarrete (2022, p.31) definen a la identidad organizacional como “Un fenómeno subjetivo, de elaboración personal, que se construye simbólicamente en interacción con otros. En este sentido la Identidad organización la percepción subjetiva que construyen los miembros de la organización sobre los elementos culturales⁶ que constituyen la organización”



Ilustración 11-2: Identidad Organizacional

Fuente: Navarrete, 2022, p.31

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

2.2.6.1 *Misión*

Citando a Fernández (2019, p.27) “La misión es la razón de ser de una empresa, organización o proyecto, y se refiere al propósito fundamental de su existencia, a su contribución al mundo, a los valores que defiende y a los objetivos que persigue a largo plazo.”

Según el autor la misión de una organización marca la pauta de las acciones que debe realizar una organización para llegar a cumplir con su visión, ambas deben ser desarrolladas en conjunto, esta misión debe no tan solo debe enfocarse en la actividad y sus objetivos comerciales, también en su función dentro de la comunidad.

Según Hitt et al. (2015, p.19) “La misión específica la o las líneas de negocios en las cuales pretende competir la empresa, así como cuales son los clientes a los que quiere atender”

Los autores coinciden que la proclamación de la misión debe ser clara respecto al modelo de negocio, sus clientes y la propuesta de valor que hace diferente a la empresa de otras, es decir debe señalar la razón de ser para guiar el trabajo día a día.

2.2.6.2 *Visión*

Desde el punto de vista Hitt et al. (2015, p.19) “La visión es una panorámica de todo lo que, en un sentido amplio, quiere ser una empresa y de aquello que quiere lograr en última instancia”

Según el autor la visión debe responder a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser y que queremos lograr?, la visión permite tener una perspectiva amplia de aquello que quiere alcanzar una empresa y aquello en lo que quiere convertirse, de manera que esta declaración se convierte en una pieza fundamental para el proceso estratégico

Como señala Barraza (2019) “La visión de una empresa describe sus planes, el mundo, su cliente y sí misma. Es decir, indica como le gustaría que el mundo fuese en algunos años. Esto incluye una idea de que cambio quieren ver en el mundo.”

Ambos autores coinciden en que la declaración de la visión permite a la organización ubicarse en un futuro ventajoso en la que la organización ha sabido utilizar sus recursos para conseguir lo que se planteado, de manera que puede cambiar su entorno y entrega beneficios a sus clientes.

2.2.6.3 *Valores organizacionales*

Los valores organizacionales son los principios o creencias fundamentales que guían el comportamiento de una organización. Estos valores influyen en las decisiones y acciones de la organización, y son compartidos por todos sus miembros. Los valores organizacionales pueden ser explícitos o implícitos, y se reflejan en la cultura y el clima de la organización. Según el autor

Los valores organizacionales afloran desde lo interno de la empresa, específicamente, por medio de las personas, es decir, a través de sus creencias, pensamientos percepciones, cultura entre otros, que conforman la organización, donde se desarrolla un comportamiento específico basado en el valor por sí mismo, que permitirá conducirlo a la excelencia humana, para ser una persona de bien, y de esta forma, alcanzar, aunque de manera inconsciente.(Carrero Morales, 2019, p.350)

Los valores son las directrices bajo las cuales funciona una organización, estas marcan la cultura organizacional de la empresa, según el autor son las creencias que forman parte de la organización y que conducen a las personas a actuar de una determinada maneras, el planteamiento de estos valores debe complementar los objetivos a los cuales la organización quiere llegar, es decir los valores deben marcar como va a ser la actitud de sus colaboradores para llegar a lograr su visión. Como sostiene Barrios Pineda (2018, p.221) “Los valores organizacionales proporcionan desarrollo del talento humano, creando sentido de pertenencia, integración y cohesión”

De igual manera el autor coincide que estos valores marcan las pautas de comportamiento del talento humano que conforma la organización, además señala que los valores pueden hacer que el empleado sienta pertenencia, aumentando su productividad y mejoran el clima laboral.

2.2.6.4 Principios organizacionales

Según lo expresado por Díaz et al. (2017, p.170) “Los principios de la organización son un conjunto de directrices que constituyen la base para que una empresa opere de forma adecuada y esto le ayude a que pueda alcanzar los objetivos establecidos en forma rápida y eficaz”

El autor señala que estos principios componen la estructura que sostiene la organización para que funcione correctamente, de manera que pueda alcanzar sus objetivos, estas directrices marcan las relaciones entre niveles dentro de la organización, en resumen estos principios impactan directamente en la forma de ser, pensar y las acciones que toman los colaboradores de una organización.

2.2.6.5 Políticas empresariales

Como argumenta Münch (2008, p.25) “Las políticas son guías para orientar las acciones; son criterios lineamientos generales que hay que observar en la toma de decisiones sobre problemas que se repiten una y otra vez dentro de una organización”

Son directrices que orientan la toma de decisiones dentro de la empresa, estos criterios sirven como un soporte para solucionar problemas recurrentes en la organización, para su planteamiento es necesario la observación de los procesos e identificar los cuellos de botella, estas normas permiten unificar, organizar y darles un mismo sentido a las decisiones dentro de la empresa.

2.2.6.6 Objetivos empresariales

Los objetivos empresariales son metas específicas que una organización establece para lograr su visión y misión. Estos objetivos pueden ser a corto, mediano o largo plazo y deben ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y tener un plazo de tiempo determinado para su logro. Tal como señala el autor David sobre los objetivos empresariales:

Los objetivos se definen como los resultados específicos que una organización busca alcanzar siguiendo su misión básica. Los objetivos son esenciales para el éxito de una empresa porque señalan la dirección, ayudan en la evaluación, crean sinergia, revelan las prioridades, se centran en la coordinación y establecen una base para las actividades de planeación, organización dirección y control. (David, 2013, p.11)

El autor señala que son los fines que desea alcanzar una organización, se resalta la importancia de la misión como aspecto para dirigir las acciones, plantear los objetivos es importante porque fija un rumbo a seguir, priorizan actividades y cumplir con el proceso administrativo.

2.2.6.7 Organigrama

Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de la empresa, tiene distintos formatos pudiendo ser horizontal o vertical, permite definir la jerarquía existente dentro de la empresa e identificar el grado de responsabilidad de cada puesto, Tomando como referencia a Ríos-Morales y Vargas-Hernández (2019, p.63) “Un organigrama es un esquema grafico que representa la estructura formal de una organización. En él se especifican las diferentes unidades, áreas o departamentos que conforman la empresa, así como las relaciones jerárquicas y funcionales entre ellas”

De acuerdo a la autora el organigrama es una representación formal de la organización y su funcionamiento, este permite representar las diferentes unidades, áreas o departamentos y las relaciones jerárquicas y funcionales que existen dentro de la empresa.

El organigrama que se presenta a continuación corresponde a la Compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cía.Ltda.

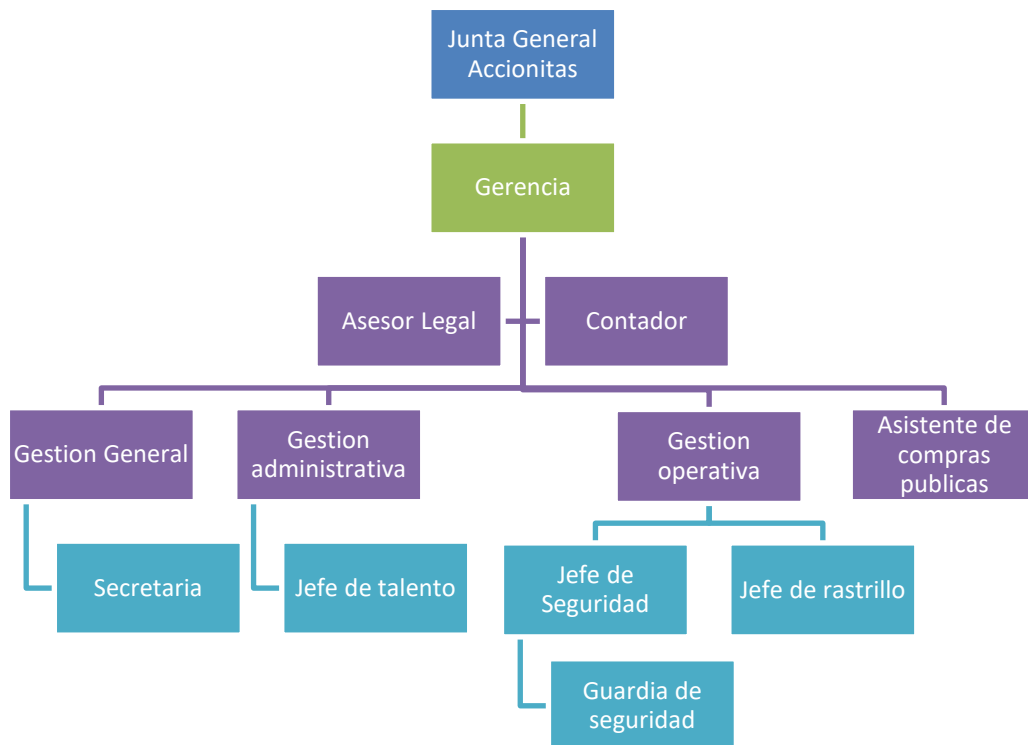


Ilustración 12-2: Organigrama Estructural Empresa de Seguridad Ninabanda

Fuente: Creación Propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

2.2.7 Gestión Administrativa

La gestión administrativa es primordial ya que son las acciones que realiza una empresa para cumplir con sus metas, esta gestión es clave ya que es soporte para la ejecución eficiente de las

tareas y contribuir al crecimiento y sostenibilidad de la empresa, su propósito principal es utilizar los recursos materiales y humanos para que la empresa pueda conseguir el éxito, el resultado de una buena gestión administrativa es tener siempre a la mano la información para una toma de decisiones fundamentada, en relación a lo mencionado el autor Mendoza señala que:

La gestión administrativa tiene un carácter sistémico, al ser portadora de acciones coherentemente orientadas al logro de los objetivos a través del cumplimiento de las funciones clásicas de la gestión en el proceso administrativo: planear, organizar, dirigir y controlar. En dicha gestión, la innovación empresarial tiene un papel preponderante pues se considera una mejora en el modelo de negocio empresarial. (Mendoza, 2017, p.18)

El autor expone que la gestión administrativa es el conjunto de acciones que conducen a una organización al logro de sus objetivos, toma como base el proceso administrativo para la óptima utilización de recursos, esta gestión permite mejorar los procesos para tener un mejor desempeño, la innovación tiene un papel importante para este progreso.

Asimismo, Hurtado (2017, p.51) señala que “la Gestión Administrativa es el componente principal para que la gestión se formalice, ya que de las capacidades y características que posee el personal dependerá del logro de las metas y objetivos tanto individuales como grupales”

El autor hace hincapié en el logro de los objetivos y metas como parte de la gestión administrativa, de manera implícita señala que la gestión eficiente de los recursos humanos, nos permitirán llevar a la organización hacia donde se ha planteado en su visión, siendo considerado por el autor como el componente principal para la formalización de la gestión.

Algunos autores, han llegado a sostener que “si tenemos una gestión administrativa buena, efectiva obtendremos mejores beneficios y resultados por ello todas las personas que trabajen en la PYMES deben saber de su manejo perfectamente para poder controlar cualquier problema” (Soledispa et al., 2022)

CAPITULO 3: MARCO METODOLOGICO

3.1 Enfoque de investigación

Para el desarrollo de esta investigación se utilizarán los enfoques Cuantitativo y Cualitativo para diseñar el plan estratégico.

Como explica Sarduy (2017, p.102) señala que: “La investigación cuantitativa se dedica a recoger, procesar y analizar datos cuantitativos o numéricos sobre variables previamente determinadas; pues los resultados obtenidos van a brindar una realidad específica a la que estos están sujetos”

El enfoque es cuantitativo ya que se requiere analizar por medio de cifras las encuestas que se desarrollaron a los colaboradores de la empresa.

Sobre el Enfoque cualitativo Sarduy (2017, p.102) afirma que “La investigación cualitativa permite hacer variadas interpretaciones de la realidad y de los datos. Esto se logra debido a que en este tipo de investigación el analista o investigador va al campo de acción con la mente abierta”

En esta investigación el enfoque también es cualitativo ya que se analizó el estado situacional de la Compañía de seguridad Privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda. y además la entrevista realizada al gerente de la empresa, para el mejoramiento de su gestión administrativa.

3.2 Nivel de investigación

En esta investigación se utilizó el nivel descriptivo, para describir la información que se recopiló por medio de las encuestas que se realizaron con el propósito de conocer la situación actual de la Compañía de seguridad.

Según los autores Hernández et al. (2014, p.92) la investigación descriptiva “Busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población”

3.3 Tipo de estudio

3.3.1 Investigación de campo

Tomando como referencia a Palella y Martins (2010, p.88) quienes señalan que “La investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural”

Con el propósito de recopilar información primaria para el desarrollo de este trabajo de titulación, se utilizó este tipo de estudio, que permitirá recabar datos cualitativos relacionados a la situación de la empresa y el direccionamiento estratégico.

3.3.2 *Investigación Documental*

Según los autores Palella & Martins (2010, p.88) define “La investigación documental se concreta exclusivamente en la recopilación de información en diversas fuentes. Indaga sobre un tema en documentos-escritos u orales”

Este tipo de investigación se aplicó para desarrollar el marco teórico con conceptos de distintos autores relacionados con la Planificación estratégica y la Gestión Administrativa.

3.4 Métodos

3.4.1 *Analítico-Sintético*

Parte de los efectos a las causas, describiéndolos y midiendo su relación, este método se sustenta en la investigación bibliográfica y de fuentes de información pertinentes para probar una hipótesis.

3.4.2 *Deductivo*

Se utiliza para extraer conclusiones lógicas, a partir de una premisa general a lo particular, en este caso aborda la temática de planeación estratégica y la gestión administrativa.

3.4.3 *Inductivo*

Se enfoca en analizar los mínimos detalles, partiendo de lo particular hasta establecer conclusiones generales, enfocándose en la observación y el análisis para la formulación de premisas.

3.5 Población

Según los autores Palella y Martins (2010, p.115) define que “La población de una investigación es el conjunto de unidades de las que se desea obtener información y sobre las que se van a generar conclusiones. La población puede ser definida como el conjunto finito o infinito de elementos”

La población de la Compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cía. Ltda. del cantón Guaranda, se compone de 6 colaboradores administrativos y 30 empleados operativos que brindan servicios de “Guardianía y seguridad”, a nivel nacional.

3.6 Muestra

La Compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda, en la actualidad cuenta con 6 personas a cargo del área administrativa y 30 empleados operativos a nivel nacional, debido a la cantidad de personal que trabaja en la empresa, se ha tomado la decisión de encuestar a todos los colaboradores de la organización y entrevistar a su gerente.

3.7 Técnicas e instrumentos de investigación empleadas

3.7.1 Encuesta

Desde el punto de vista de Hernández et al. (2014, p.130) “Una encuesta es un instrumento de recolección de datos que consiste en hacer preguntas estandarizadas a un grupo de personas”

Esta técnica se aplicó para recabar información sobre las labores y conocimientos sobre el direccionamiento estratégico de la empresa para el desarrollo del plan estratégico dentro de la organización, para lo cual se aplicó 35 encuestas, dirigidas tanto al personal administrativo como operativo de la Compañía de Seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda,”.

3.7.2 Entrevista

Según los autores Palella & Martins (2010, p.130) define que “La entrevista es una técnica que permite obtener datos mediante un dialogo que se realiza entre dos personas cara a cara; la intención es obtener información que posea este último”

Este dialogo se realizó con el Gerente y fundador de la organización, quien fue la única persona considerada para la aplicación de esta técnica.

3.7.3 Cuestionario

Según algunos autores “Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variable a medir. Debe ser congruente con el planteamiento del problema o hipótesis” (Hernández et al., 2014, p.217)

El Cuestionario este compuesto de 7 preguntas que serán aplicada al personal de la empresa, la muestra que se definió es la totalidad de empleados de la Empresa de seguridad, sin tomar en cuenta al gerente, debido al tamaño de la organización, el propósito de este cuestionario es recopilar información sobre la situación de la empresa y su direccionamiento estratégico.

CAPITULO 4: MARCO DE ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1 Resultados

4.1.1 Entrevista aplicada al Gerente

Tema:	“Plan estratégico de la compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda, en el cantón Guaranda”
Objetivo:	Recopilar información para el desarrollo del plan estratégico de la organización.
Nombre del Entrevistado:	Vicente Ninabanda Chimbo
Fecha de entrevista:	9 de diciembre del 2022

Banco de preguntas

Pregunta N°1: ¿Se tienen identificadas la Fortalezas Oportunidades Debilidades y Amenazas de la organización?

“Con relación a si tenemos Identificado las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, no, no lo hemos hecho porque no lo hemos visto necesario y no conocemos la importancia de saber cada uno de estos ítems”

Pregunta N°2: ¿La comunicación entre distintos niveles es eficaz?

“No es eficaz debido a que no tenemos claro nuestras funciones en las que estamos inmersos y también considero que esta situación se da porque somos una empresa pequeña y una persona realiza dos o más funciones, entonces existe confusión y por lo tanto la comunicación en ocasiones se torna dificultosa”

Pregunta N°3: ¿Cuáles son los parámetros que usted toma en cuenta para la toma de decisiones?

“Desconozco los parámetros para tomar decisiones, solo las tomamos en ese momento e incluso en ocasiones no analizamos las repercusiones que pueden tener en el futuro”

Pregunta N°4: ¿Conoce usted el proceso de elaboración del plan estratégico y su importancia?

“No conozco la elaboración, ni el proceso e incluso no conozco cual es la importancia del plan estratégico, dentro de las empresas pequeñas no contamos con tanto personal que nos pueda ayudar dirigir estos procesos, se requiere de capacitación y compromiso, para nuestra realidad esto es poco factible”

Pregunta N°5: ¿Cómo realizan sus procesos de gestión administrativa?

“Bueno los procesos de la gestión administrativa, yo pienso que los vamos realizando de acuerdo con el día a día, según la situación que se va presentando, pero no tenemos una planificación que señale que vamos a hacer a largo plazo, no tenemos establecido este parámetro, trabajamos de acuerdo con las situaciones que se vayan presentando, no contamos con un plan a futuro”

Pregunta N°6: ¿Considera usted que el desarrollo de un plan estratégico ayude a mejorar la gestión administrativa de la empresa?

“Últimamente he estado leyendo sobre el plan estratégico y conozco que es bastante importante para una empresa, determinar las estrategias para enfrentar el futuro y sería de mucha valía que nosotros pudiéramos contar con ello, de acuerdo con la naturaleza de nuestro trabajo y con la realidad de una empresa pequeña que se maneja con poco personal administrativo, pero con mucho personal operativo.”

4.1.2 Resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores

Género

Tabla 7-4: Género de los empleados de la compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda

Género	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Femenino	7	20%	20%
Masculino	28	80%	100%
Total	35	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de la compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda

Realizado: Ninabanda, A., 2022.

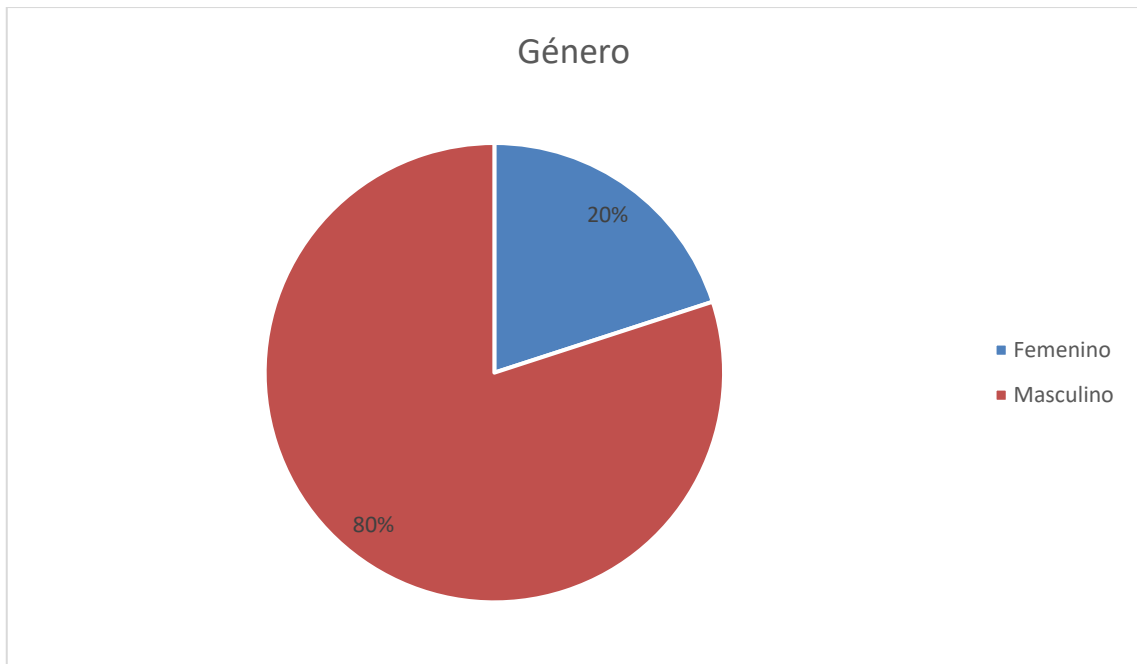


Ilustración 13-4: Género de los empleados de la compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de la compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

Nivel de educación

Tabla 8-4: Nivel de educación de los empleados de la compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda

Nivel de educación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Primaria	4	11%	11%
Secundaria	25	71%	83%
Tercer nivel	6	17%	100%
Total	35	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de la compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda

Realizado: Ninabanda, A., 2022.

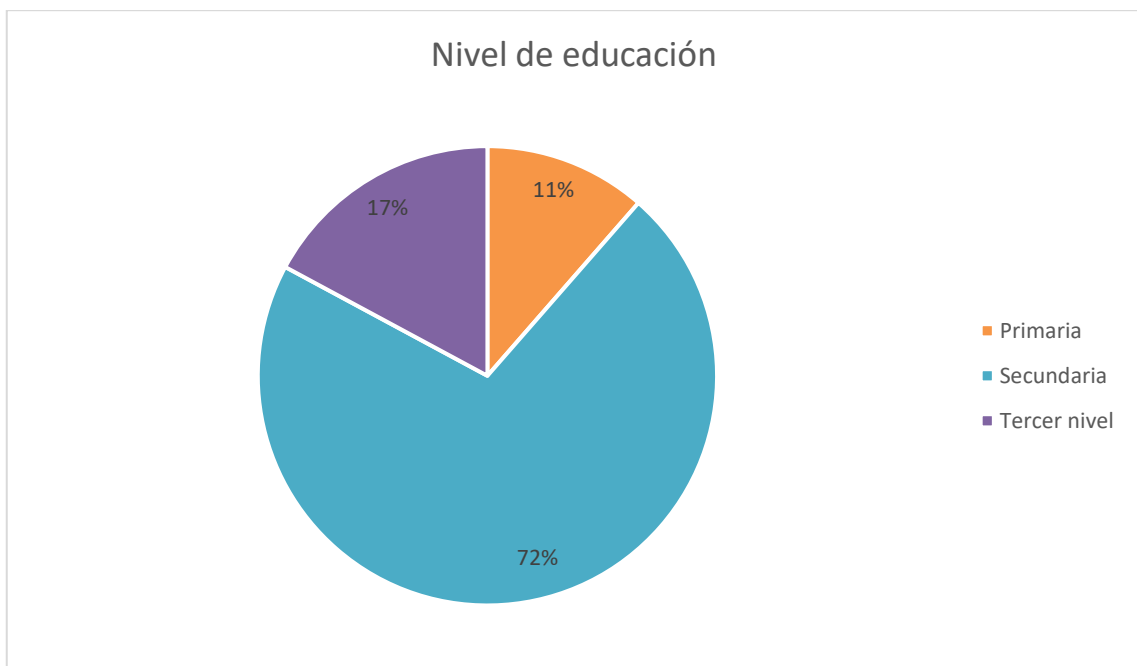


Ilustración 14-4: Nivel de educación de los empleados de la compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de la compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

Pregunta 1.- ¿Conoce usted cual es la misión, visión y valores organizacionales de la Compañía de seguridad privada "Ninabanda"?

Tabla 9-4: Conocimiento de la estructura de la empresa

Pregunta 1	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Si	4	11%	11%
No	31	89%	100%
Total	35	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de la compañía de seguridad privada "Ninabanda & Ninabanda" Cia.Ltda

Realizado: Ninabanda, A., 2022

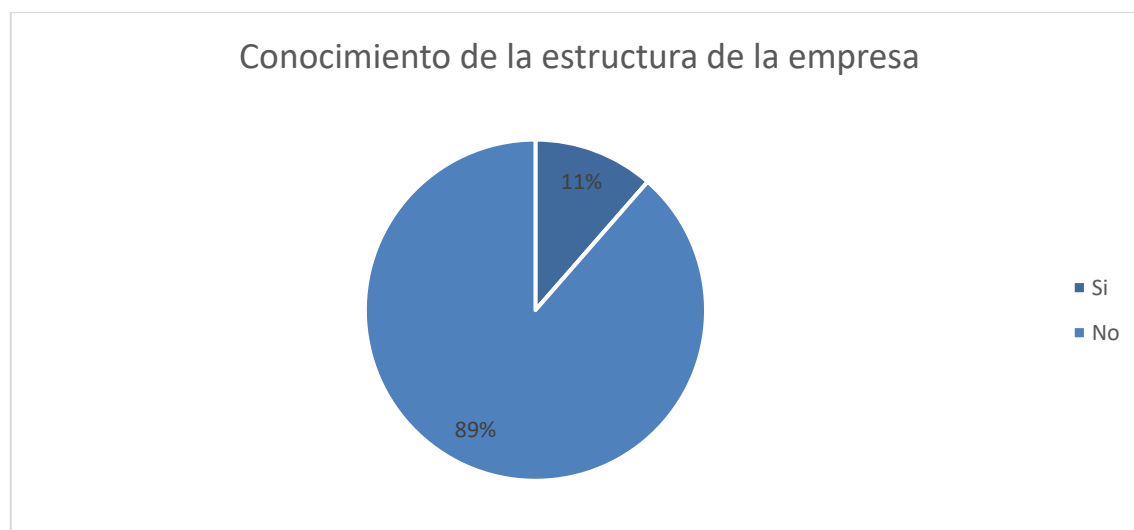


Ilustración 15-4: Conocimiento de la estructura de la empresa

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de la compañía de seguridad privada "Ninabanda & Ninabanda" Cia.Ltda

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

Análisis e Interpretación:

La misión, visión y valores son la base de la cultura organizacional de la empresa, una parte del proceso de planeación estratégica es la definición de la razón de ser de la organización a través de estos ítems. Así, La gráfica muestra que el 89% de los encuestados no conocen la misión, visión y valores organizacionales de la empresa, varios empleados manifestaron desconocerlos (7%), mientras que el 11% de los encuestados manifestaron conocer estos aspectos. Según los resultados la mayoría de los empleados no conoce estos aspectos, esto puede significar que los colaboradores realizan esfuerzos aislados para cumplir con sus objetivos y no se sienten identificados con los objetivos de la empresa.

Pregunta 2.- ¿Conoce usted cuales son los objetivos de la Compañía de seguridad privada "Ninabanda"?

Tabla 10-4: Conocimiento de los objetivos empresariales

Conocimiento de los objetivos empresariales	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Si	6	17%	17%
No	29	83%	100%
Total	35	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de la compañía de seguridad privada "Ninabanda & Ninabanda" Cia.Ltda

Realizado: Ninabanda, A., 2022



Ilustración 16-4: Conocimiento de los objetivos de la compañía

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de la compañía de seguridad privada "Ninabanda & Ninabanda" Cia.Ltda

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

Análisis e Interpretación:

Los objetivos empresariales fijan el rumbo de la organización, ayudan a la gestión eficiente de los recursos y permiten plantear acciones para conseguirlos, la gráfica muestra que el 83% de los encuestados respondieron que no conocen los objetivos de la compañía, mientras que el 17% de los empleados manifestaron que si conocen los objetivos de la empresa. Se evidencia que la mayor parte de los empleados desconoce este factor importante para el desarrollo de un negocio, esto puede tener repercusión en la productividad de los empleados.

Pregunta 3.- ¿Con que frecuencia existe comunicación clara y directa entre su jefe inmediato y usted?

Tabla 11-4: Frecuencia de comunicación entre el personal de la empresa

Frecuencia de comunicación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	1	3%	3%
Casi nunca	0	0%	3%
A veces	20	57%	60%
Casi siempre	9	26%	86%
Siempre	5	14%	100%
Total	35	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de la compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda

Realizado: Ninabanda, A., 2022

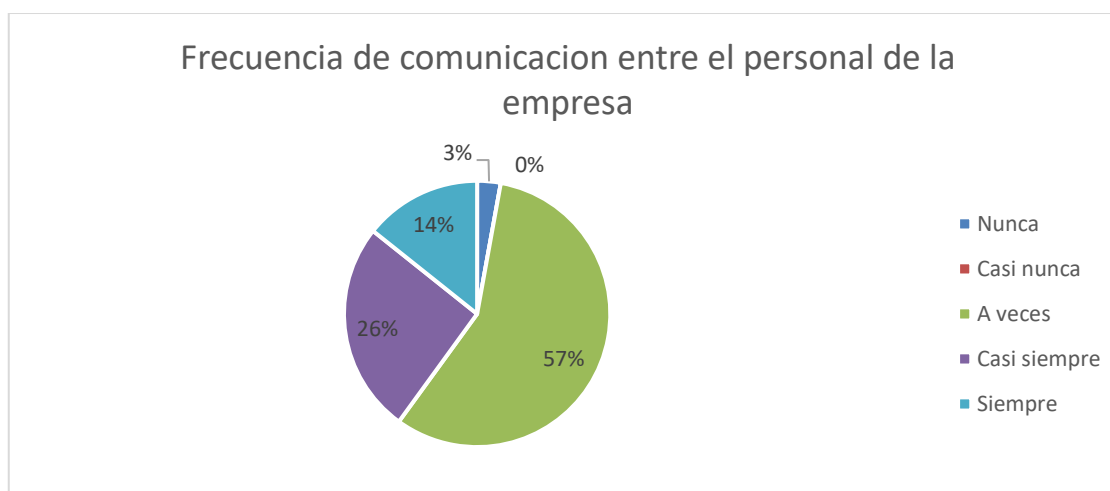


Ilustración 17-4: Comunicación en la compañía

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de la compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

Análisis e Interpretación:

La comunicación en la empresa entre los diferentes niveles de autoridad y responsabilidad es muy importante, por cuanto permite mantener una fluidez en el manejo de la información, así, la gráfica muestra que el 57% de encuestados manifiesta que a veces existe comunicación clara y directa con su jefe inmediato superior, mientras que el 26% que corresponde a la escala casi siempre, mientras que el 3% señalo que nunca. Se evidencia por tanto que el nivel de comunicación en la empresa registra un indicador muy importante, lo cual facilita el trabajo continuo y permanente en la empresa.

Pregunta 4.- ¿Con que frecuencia la compañía de seguridad coordina y controla de manera eficiente todas las labores?

Tabla 12-4: Frecuencia de coordinación y control de las labores

Frecuencia de comunicación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	1	3%	3%
Casi nunca	0	0%	3%
A veces	20	57%	60%
Casi siempre	9	26%	86%
Siempre	5	14%	100%
Total	35	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de la compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda

Realizado: Ninabanda, A., 2022

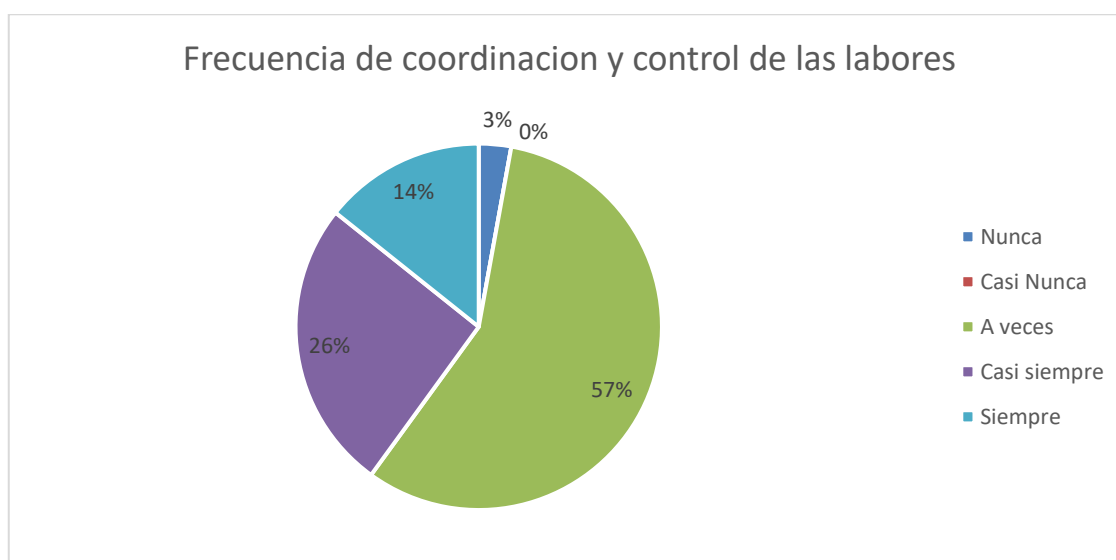


Ilustración 18-4: Coordinación y control de las labores

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de la compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

Análisis e Interpretación:

En la empresa se aplica algunos elementos del proceso administrativo como son la coordinación y el control, siendo fundamentales para lograr una gestión eficiente. Se puede visualizar a través de la gráfica 4 que el 57% afirma que se realiza una coordinación y control a veces, seguido de la aplicación de estos elementos del proceso administrativo (Casi siempre 26%), además el 3% del personal señala que nunca se realiza el control. Las evidencias demuestran que no existe un control y coordinación adecuado, lo cual dificulta una gestión administrativa eficiente.

Pregunta 5.- ¿Conoce usted si la Compañía de seguridad cuenta con un plan estratégico?

Tabla 13-4: Plan estratégico en la compañía

Plan estratégico en la compañía	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Si	0	0%	0%
No	35	100%	100%
Total	35	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de la compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda

Realizado por: Ninabanda, A., 2022



Ilustración 19-4: Plan estratégico en la compañía

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de la compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

Análisis e Interpretación:

El plan estratégico es una herramienta esencial para la consecución de objetivos a largo plazo, este proceso permite fijar acciones que garanticen la sostenibilidad del negocio. Así, la gráfica muestra que el 100% de empleados señalo que la empresa no contaba con un plan estratégico. Se puede evidenciar que la empresa no cuenta con un plan estratégico, lo cual puede provocar que no se aprovechen las oportunidades de su entorno y además que sus amenazas al no estar identificadas puedan afectarlos de manera importante.

Pregunta 6.- ¿Que tan importante considera usted que es la planificación estratégica?

Tabla 14-4: Importancia de la planificación estratégica

Importancia de la planificación estratégica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Desconoce	15	43%	43%
No importante	0	0%	43%
Neutro	5	14%	57%
Importante	6	17%	74%
Muy importante	9	26%	100%
Total	35	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de la compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda

Realizado por: Ninabanda, A., 2022

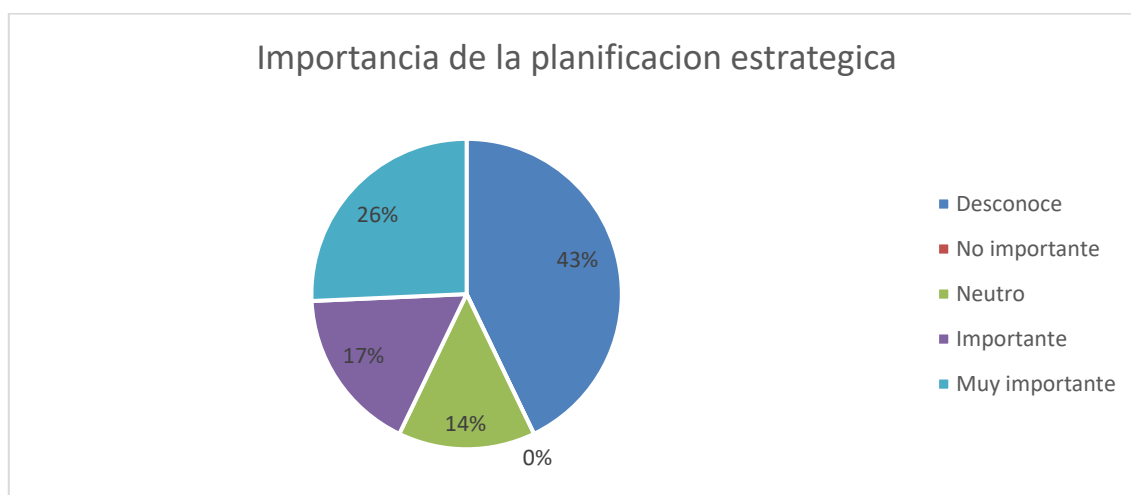


Ilustración 20-4: Importancia de la planificación estratégica

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de la compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

Análisis e Interpretación:

La planificación estratégica permite fijar los caminos más adecuados para acercar a la organización al logro de sus objetivos, mejorando el nivel organizacional y funcional, la gráfica muestra que el 43% de los empleados de la Empresa de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” desconocen la importancia del plan estratégico, mientras que el 26% de los encuestados señalaron que es muy importante y el 17% aseguró que es importante. Según los resultados esto indica que la mayoría de los colaboradores de la organización no conoce la importancia de este proceso y por esta razón no se ha realizado dentro de la organización.

Pregunta 7.- ¿Usted considera que la Compañía de seguridad debería mejorar su gestión administrativa?

Tabla 15-4: Situación de la Gestión administrativa en la compañía

Situación de la gestión administrativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Si	23	66%	66%
No	12	34%	100%
Total	35	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de la compañía de seguridad privada "Ninabanda & Ninabanda" Cia.Ltda

Realizado por: Ninabanda, A., 2022



Ilustración 21-4: Situación de la Gestión administrativa en la compañía

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de la compañía de seguridad privada "Ninabanda & Ninabanda" Cia.Ltda

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

Análisis e Interpretación:

La gestión administrativa es un elemento fundamental en las acciones que se realizan para la consecución de los objetivos de la empresa, la siguiente grafica muestra que el 66% de empleados manifiestan que la empresa debería mejorar su gestión administrativa, mientras que el 34% aseguró no debería mejorarla. Los resultados indican la mayoría de encuestados consideran que el proceso administrativo dentro de la compañía no es eficiente y debería mejorar.

Pregunta 8.- ¿Cree usted que la implementación de un plan estratégico ayudara a mejorar la Gestión Administrativa?

Tabla 16-4: Relación del plan estratégico y la gestión administrativa

Relación del plan estratégico y la gestión administrativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Si	27	77%	77%
No	8	23%	100%
Total	35	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de la compañía de seguridad privada "Ninabanda & Ninabanda" Cia.Ltda

Realizado por: Ninabanda, A., 2022



Ilustración 22-4: Relación del plan estratégico y la gestión administrativa

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de la compañía de seguridad privada "Ninabanda & Ninabanda" Cia.Ltda

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

Análisis e Interpretación:

La planeación estratégica traza estrategias para hacer a las organizaciones más proactivas, a partir de aquello la organización debe convertir este plan en acciones para lograr los objetivos. La gráfica 8 muestra que el 77% de empleados de la Compañía de seguridad privada "Ninabanda & Ninabanda" considera que la implementación de un plan estratégico si mejorara la gestión administrativa, solamente un pequeño porcentaje de los encuestados señalo que no mejoraría la situación (23%). Los resultados evidencian que los empleados consideran que la realización de este proceso si contribuirá a mejorar la situación administrativa de la empresa.

Pregunta 9.- ¿Estaría usted de acuerdo con la implementación de estrategias, para el beneficio de la compañía?

Tabla 17-4: Implementación de propuestas

Pregunta 9	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Si	35	100%	100%
No	0	0%	100%
Total	35	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de la compañía de seguridad privada "Ninabanda & Ninabanda" Cia.Ltda

Realizado por: Ninabanda, A., 2022



Ilustración 23-4: Implementación de propuestas

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de la compañía de seguridad privada "Ninabanda & Ninabanda" Cia.Ltda

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

Análisis e Interpretación:

La implementación de estrategias permite convertir el plan estratégico en acciones en beneficio para la organización, esta etapa es la más difícil y requiere de compromiso y sacrificio personal, La gráfica evidencia que el 100% de empleados de la Compañía de seguridad privada "Ninabanda & Ninabanda" están de acuerdo con la implementación de estrategias para el mejoramiento de la empresa. Los resultados evidencian que existen el apoyo de parte de los empleados para mejorar la gestión administrativa de la empresa, un factor que se considera importante para este proceso.

4.2 Discusión de resultados

Resumen de resultados

En el siguiente cuadro de resumen se presenta un compendio de las encuestas aplicadas a los empleados de la Compañía de Seguridad Privada "Ninabanda & Ninabanda", con el objetivo de servir como soporte para generar la discusión mediante el análisis y comprensión de los hallazgos.

Tabla 18-4: Tabla resumen de resultados

Cuestionamiento	Respuesta Cuantitativa	Cualitativa
Género	Masculino	80%
Edad	Secundaria	71%
1. ¿Conoce usted cual es la misión, visión y valores organizacionales de la Compañía de Seguridad Privada “Ninabanda & Ninabanda”?	No	89%
2. ¿Conoce usted cuales son los objetivos de la Compañía de Seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda”?	No	83%
3. ¿Con que frecuencia existe comunicación clara y directa entre su jefe inmediato y usted?	A veces Nunca	57% 3%
4. ¿Con que frecuencia la compañía de seguridad coordina y controla de manera eficiente todas las labores?	A veces Nunca	57% 3%
5. ¿Conoce usted si la compañía de seguridad cuenta con un plan estratégico?	No	100%
6. ¿Qué tan importante considera usted que es la planificación estratégica?	Desconoce Neutro	43% 14%
7. ¿Usted considera que la Compañía de seguridad debería mejorar su gestión administrativa?	Si	66%
8. ¿Cree usted que la implementación de un plan estratégico ayudara a mejorar la Gestión Administrativa?	Si No	77% 23%
9. ¿Estaría usted de acuerdo con la implementación de propuestas para el beneficio de la Compañía?	Si	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de la compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda

Realizado por: Ninabanda, A., 2022

Discusión de resultados

Luego de realizar la investigación de campo, el análisis e interpretación de la información recopilada de la Compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” mediante la encuesta aplicada al personal administrativo, operativo y la entrevista al gerente de la empresa, se encontraron los siguientes resultados.

La misión, visión y valores son la base de la cultura organizacional de la empresa, una parte del proceso de planeación estratégica es la definición de la razón de ser de la organización a través de estos ítems Según los resultados la mayoría de los empleados no conoce estos aspectos, esto puede significar que los colaboradores realizan esfuerzos aislados para cumplir con sus objetivos y no se sienten identificados con los objetivos de la empresa. Se evidencia que la mayor parte de los empleados desconoce este factor importante para el desarrollo de un negocio, esto puede tener repercusión en la productividad de los empleados, además en la entrevista realizada a el gerente manifestó que no ha considerado estos aspectos como importantes, esto puede provocar que sus

debilidades vayan aumentando y que no consideren las amenazas que pueden afectarles en el futuro, además que al no conocer las oportunidades que ofrece su entorno no podrán aprovecharlas.

Los objetivos empresariales fijan el rumbo de la organización, ayudan a la gestión eficiente de los recursos y permiten plantear acciones para conseguirlos, se evidencia por tanto que el nivel de comunicación en la empresa registra un indicador muy importante, lo cual facilita el trabajo continuo y permanente en la empresa.

La comunicación en la empresa entre los diferentes niveles de autoridad y responsabilidad es muy importante, por cuanto permite mantener una fluidez en el manejo de la información, Las evidencias demuestran que no existe un control y coordinación adecuado, lo cual dificulta una gestión administrativa eficiente.

En la empresa se aplica algunos elementos del proceso administrativo como son la coordinación y el control, siendo fundamentales para lograr una gestión eficiente. Se puede evidenciar que la empresa no cuenta con un plan estratégico, lo cual puede provocar que no se aprovechen las oportunidades de su entorno y además que sus amenazas al no estar identificadas puedan afectarlos de manera importante.

El plan estratégico es una herramienta esencial para la consecución de objetivos a largo plazo, este proceso permite fijar acciones que garanticen la sostenibilidad del negocio. Según los resultados esto indica que la mayoría de los colaboradores de la organización no conoce la importancia de este proceso y por esta razón no se ha realizado dentro de la organización.

La gestión administrativa es un elemento fundamental en las acciones que se realizan para la consecución de los objetivos de la empresa. Los resultados indican la mayoría de encuestados consideran que el proceso administrativo dentro de la compañía no es eficiente y debería mejorar. Los resultados evidencian que los empleados consideran que la realización de este proceso si contribuirá a mejorar la situación administrativa de la empresa. Los resultados evidencian que existen el apoyo de parte de los empleados para mejorar la gestión administrativa de la empresa, un factor que se considera importante para este proceso.

Según la información recopilada mediante los instrumentos de investigación, se identificaron algunos problemas dentro de la organización, los empleados no conocen la misión y visión de la empresa, por la falta de socialización de la misma y la rotación de personal, la toma de decisiones no se soporta sobre datos y tampoco se evalúa la efectividad de la misma, además no cuenta con buenos procesos de gestión administrativa, no se tiene clara la definición y estos procesos se realizan de manera empírica.

Desarrollar el plan estratégico para la Compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” tiene el propósito de mejorar la gestión administrativa mediante la formulación de estrategias para enfrentar las amenazas y aprovechar las oportunidades que ofrece su entorno, además este plan

servirá como guía para cumplir con los objetivos de la empresa y brindará soporte para las decisiones que tome el gerente de la organización.

CAPITULO 5: MARCO PROPOSITIVO

5.1 Título

PLAN ESTRATEGICO PARA LA EMPRESA DE SEGURIDAD PRIVADA NINABANDA & NINABANDA CIA.LTDA

5.2 Objetivo de la propuesta

5.2.1 *Objetivo general*

Desarrollar el plan estratégico, mediante el análisis de factores internos y externos, para mejorar de la gestión administrativa de la Compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cía. Ltda., en la ciudad de Guaranda, para el periodo 2022 - 2023

5.2.2 *Objetivos específicos*

- Elaborar un diagnóstico situacional de la Compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda, mediante la identificación de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, para determinar su situación actual.
- Realizar un análisis Interno y Externo mediante matrices de identificación para establecer los componentes de la matriz de diagnóstico FODA de la Compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda.
- Definir las estrategias de la Compañía de seguridad para hacer más eficiente el proceso de toma de decisiones.

5.3 Finalidad de la empresa

La compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” se dedica a ofrecer servicios de guardianía privada en sus dos modalidades fija y móvil a instituciones públicas y privadas, eventos y proporcionar sistemas de seguridad integral para la protección de bienes, la finalidad principal de una empresa de seguridad es proteger a sus clientes, ya sean personas o empresas, de cualquier tipo de amenaza o peligro. Estas amenazas pueden ser físicas, como robos, asaltos, vandalismo.

5.4 Reseña histórica de la empresa

Ninabanda & Ninabanda" Cía. Ltda. es una empresa de seguridad con una trayectoria de más de 7 años en el sector. Nos especializamos en proporcionar servicios de seguridad de alta calidad para proteger los bienes tangibles e intangibles de nuestros clientes. Nuestro objetivo es garantizar la seguridad y tranquilidad de nuestros clientes mediante soluciones personalizadas que se adapten a sus necesidades específicas de seguridad.

Ofrecemos una amplia gama de servicios de seguridad, incluyendo vigilancia y patrullaje, protección de personas y bienes, sistemas de seguridad electrónica, seguridad informática, investigaciones privadas, consultoría de seguridad, entrenamiento y capacitación en seguridad, entre otros.

Ninabanda Seguridad fue constituida el 18 de agosto del 2016, en la ciudad de Guaranda, bajo la figura legal de empresa de Responsabilidad Limitada, obtuvo su permiso de operaciones número 0009 otorgado por Ministerio de Gobierno, el 28 de octubre del 2016.

En "Ninabanda & Ninabanda" Cía. Ltda. estamos comprometidos con la excelencia en el servicio y la satisfacción del cliente. Trabajamos con un equipo altamente capacitado y experimentado, que se enfoca en ofrecer soluciones de seguridad efectivas y adaptadas a las necesidades específicas de cada cliente.



Ilustración 24: Logotipo Seguridad Ninabanda

Fuente: Compañía de Seguridad Privada “Ninabanda & Ninabanda Ninabanda”

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

Razón Social: SEGURIDAD PRIVADA NINABANDA & NINABANDA NINABANDA
SEGURIDAD CIA LTDA

Tipo de empresa: Privada

Rama de actividad: Servicios

Representante legal: Dr. Vicente Ninabanda Chimbo

Conformación de capital: Privado

Actividad económica: Servicios de Guardias de seguridad

5.4.1.1 Aspecto legal de la empresa

Las directrices jurídicas que los servicios de guardianía de seguridad deben tener en cuenta, son los trámites que se realizan para conseguir los permisos de funcionamiento o documentos para las operaciones de la empresa, algunas de las entidades de control con las que trabajan las entidades que prestan este servicio son:

- Ministerio de Gobierno
- Ministerio del Trabajo
- Servicio de rentas internas
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda
- Policía Nacional del Ecuador
- Superintendencia de Compañías

5.5 Esquema de la propuesta

Esta propuesta se encuentra conformada por las siguientes etapas detalladas a continuación mediante este gráfico:



Ilustración 25-5: Esquema de la propuesta

Fuente: Creación Propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

5.6 Análisis PESTEL

Este análisis es una herramienta que se utiliza para evaluar el entorno en el que se desenvuelve una organización. Gracias a este análisis, es posible obtener una visión global y macroeconómica de los factores que rodean a la empresa. El nombre de esta herramienta es un acrónimo que representa los factores que se van a analizar durante la evaluación estratégica. El acrónimo se compone de las siguientes palabras: Política, Economía, Sociedad, Tecnología, Ecología y Legalidad. Cada uno de estos factores es importante y debe ser evaluado en detalle para obtener una imagen precisa y completa del entorno de la organización.

Tabla 19-5: Análisis PESTEL

FACTOR	COMPORTAMIENTO
Político	En Ecuador, las políticas gubernamentales en relación con la seguridad pueden afectar el funcionamiento de la empresa de seguridad. En 2023, el gobierno puede implementar nuevas regulaciones y leyes en relación con la seguridad, como leyes sobre seguridad cibernética o medidas de seguridad pública, que podrían afectar la forma en que la empresa presta sus servicios. La apertura de la catalogación para la contratación pública
Economía	El proceso de recesión económica que vive el país El aumento de sueldo de los ecuatorianos, con esto pueden destinar una parte de sus ingresos en seguridad

	<p>El aumento de desempleo y la inflación</p> <p>La apertura de nuevas empresas de seguridad, que significa que existe un notable crecimiento en el sector</p>
Sociedad	<p>La tasa de delincuencia ha aumentado, razón por la cual la seguridad se ha convertido en un servicio demandado</p> <p>El ingreso de personas de otros países y su relación con los actos delictivos</p> <p>Armas de contrabando</p> <p>La cultura de prevención que la gente ha ido adquiriendo debido a la ola delincencial que el país vive</p>
Tecnología	<p>La tecnología puede ser un factor importante para la empresa de seguridad en 2023. Los avances en tecnología de seguridad, como cámaras de seguridad, sistemas de vigilancia, drones y robótica, pueden mejorar la eficacia de los servicios de seguridad que ofrece la empresa. También, la empresa puede ser vulnerable a amenazas cibernéticas y debe estar al día con las últimas tecnologías de seguridad.</p>
Ecología	<p>Los problemas ambientales, como el cambio climático y la contaminación, pueden no tener un impacto directo en la empresa de seguridad. Sin embargo, la empresa puede considerar implementar prácticas ambientales sostenibles y respetuosas con el medio ambiente en su operación.</p>
Legalidad	<p>Las regulaciones y leyes en relación con la seguridad pueden afectar la forma en que la empresa presta sus servicios. La empresa debe asegurarse de cumplir con las regulaciones y leyes vigentes y estar al día con los cambios en la legislación para garantizar su cumplimiento. También puede haber un aumento en la responsabilidad legal si la empresa no cumple con las regulaciones y leyes vigentes.</p>

Fuente: Creación Propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

5.7 Matriz de perfil competitivo

Tabla 20-5: Matriz de perfil competitivo

N°	FACTOR CLAVE DE ÉXITO (FCE)	PESO	NINABANDA		SEGURIVANOV		MAX SECURITY		VIDAPROTEC	
			SEGURIDAD							
			CLASIFICAC ION	PONDERA DO	CLASIFICAC ION	PONDERA DO	CLASIFICAC ION	PONDERA DO	CLASIFICAC ION	PONDE RADO
1	Experiencia en el negocio	0.20	4	0.80	4	0.80	4	0.80	2	0.40
2	Variedad de servicios	0.15	1	0.15	1	0.15	2	0.30	1	0.15
3	Personal capacitado	0.15	2	0.30	2	0.30	3	0.45	2	0.30
4	Tecnología y equipos de vanguardia	0.10	1	0.10	3	0.30	3	0.30	2	0.20
5	Servicio al cliente y satisfacción del cliente	0.10	2	0.20	3	0.30	3	0.30	1	0.10
6	Posición Financiera	0.10	2	0.20	4	0.40	3	0.30	3	0.30
7	Certificaciones y acreditaciones	0.15	1	0.15	2	0.30	4	0.45	2	0.30
8	Cumplimiento normativo y legal	0.05	3	0.15	2	0.10	3	0.15	2	0.10
	TOTAL RESULTADO PONDERADO	1,00		2.05		2.65		3.05		1.85

Fuente: Creación Propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

Tabla 21-5: Clasificación de Factores de éxito

CLASIFICACIÓN DE LOS FACTORES DE ÉXITO	
1-	DEBILIDAD IMPORTANTE
2-	DEBILIDAD MENOR
3-	FORTALEZA MENOR
4-	FORTALEZA IMPORTANTE

Fuente: Creación Propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

Análisis

El resultado ponderado de la Compañía de seguridad “Ninabanda & Ninabanda” Cia.Ltda fue de 2.05 en una matriz de perfil competitivo, indica que la empresa está teniendo un desempeño por debajo del promedio en los factores clave de éxito evaluados. Esto puede señalar que la empresa enfrenta desafíos significativos en el mercado competitivo y puede tener dificultades para alcanzar el éxito sostenible.

5.8 Factores Internos de la empresa

Los factores internos de una organización son los recursos, capacidades y competencias que la conforman, este análisis tiene el propósito de identificar las Fortalezas y debilidades, ya que mediante la identificación de estos factores el administrador obtendrá información para escoger la estrategia y acciones que le permitan cumplir con los objetivos de la organización.

Tabla 22-5: Factores internos de la organización

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
1	Personal Comprometido con la organización	1	Ausencia de estrategias de marketing
2	Recursos financieros	2	Falta de Control de costos
3	Amplia experiencia en la industria de seguridad	3	Gestión administrativa deficiente
4	Infraestructura propia	4	Limitada capacitación al personal
5	Relación con los proveedores	5	Falta de direccionamiento estratégico
6	Cobertura Nacional	6	Capacidad tecnológica deficiente
7	Atención al cliente	7	Comunicación ineficaz

Fuente: Creación Propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

5.8.1 Matriz de Evaluación de factores Internos (MEFI)

La matriz de evaluación de factores internos es una herramienta para realizar un análisis estratégico que permite analizar los componentes que conforman una organización, desarrollar esta matriz nos permite considerar los puntos fuertes y débiles, esta matriz es parte del proceso estratégico ya que a partir de esta información podemos elegir la estrategias más idóneas.

Tabla 23-5: Matriz de Evaluación de factores internos

Nº	FACTOR INTERNO CLAVE	PONDERACION	CLASIFICACION	RESULTADO PONDERADO
1	Personal Comprometido con la organización	0.05	3	0.15
2	Amplia experiencia en la industria de seguridad	0.12	4	0.48
3	Infraestructura propia	0.15	4	0.60
4	Cobertura Nacional	0.08	3	0.24
5	Atención al cliente	0.10	3	0.40
6	Falta de marketing	0.11	1	0.11
7	Falta de Control de costos	0.10	1	0.10

8	Falta de direccionamiento estratégico	0.08	1	0.08
9	Limitada capacitación al personal	0.15	1	0.15
10	Capacidad tecnológica deficiente	0.06	2	0.12
	TOTAL PONDERADO	1.00		2.43

Fuente: Creación Propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

Tabla 24-5: Clasificación MEFI

CLASIFICACION DE LOS FACTORES DE ÉXITO	
1-	DEBILIDAD IMPORTANTE
2-	DEBILIDAD MENOR
3-	FORTALEZA MENOR
4-	FORTALEZA IMPORTANTE

Fuente: Creación Propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

5.8.2 Análisis de fortalezas y debilidades

De acuerdo con los resultados obtenidos mediante la matriz, el valor promedio del resultado ponderado es de 2,50; en el caso de la Compañía de Seguridad Privada “Ninabanda & Ninabanda” el resultado fue 2,43 lo cual indica que la organización es Débil internamente.

5.9 Factores externos de la empresa

Los factores externo son todos aquellos que la organización no puede controlar con sus procesos y políticas, este análisis tiene el propósito de identificar las Oportunidades y Amenazas, conocer las oportunidades de una empresa es importante ya que permite aprovechar la condiciones del entorno para sacarle una ventaja, mientras que las amenazas son aquellas condiciones del entorno que pueden afectar a las operaciones de nuestra organización.

Tabla 25-5: Factores externos de la organización

OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
1	Aumento de la demanda de servicios de seguridad privada en la provincia	1	Saturación del mercado
2	Avances tecnológicos en el área de la seguridad	2	Crisis Social y Económica
3	Diversificación de productos y servicios	3	Cambios normativo y legales

4	Disminución del Impuesto a la Salida de divisas (ISD) y del impuesto a los consumos especiales (ICE)	4	Incumplimiento de pagos de las entidades contratantes
5	Alianzas estratégicas con empresas privadas	5	Competencia agresiva
6	Campañas de marketing	6	Precios variables de los materiales de trabajo (Armas)
7	Catalogación de servicios de seguridad en el Servicio de Compras Publicas	7	Dependencia de clientes del sector publico

Fuente: Creación propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

5.9.1 Matriz de evaluación de factores Externos (MEFE)

Esta matriz de diagnóstico permite conocer y evaluar mediante una ponderación los factores que una organización no puede controlar directamente, esta matriz nos permite evaluar las amenazas del entorno para disminuir el impacto y aprovechar de mejor manera las condiciones que ofrece el entorno, además facilita la generación de estrategias para el proceso de planeación estratégica.

Tabla 26-5: Matriz de evaluación de factores externos

N°	FACTOR EXTERNO	PONDERACION	CLASIFICACION	RESULTADO PONDERA
1	Aumento de la demanda de servicios de seguridad privada en la provincia	0.10	4	0.40
2	Avances tecnológicos en el área de la seguridad	0.08	3	0.24
3	Diversificación de productos y servicios	0.09	4	0.36
4	Campañas de marketing	0.13	4	0.52
5	Alianzas estratégicas con empresas privadas	0.03	3	0.09
6	Saturación del mercado	0.09	2	0.18
7	Economía en déficit	0.09	2	0.18
8	Dependencia de clientes del sector publico	0.10	1	0.10
9	Incumplimiento de pagos de las entidades contratantes	0.17	1	0.17
10	Precios variables de los materiales de trabajo (Armas)	0.12	1	0.12
	TOTAL PONDERADO	1.00		2.36

Fuente: Creación propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

Tabla 27-5: Clasificación MEFE

CLASIFICACION DE LOS FACTORES DE ÉXITO	
1-	AMENAZA IMPORTANTE
2-	AMENAZA MENOR
3-	OPORTUNIDAD MENOR
4-	OPORTUNIDAD IMPORTANTE

Fuente: Creación propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

5.9.2 *Análisis de Oportunidades y Amenazas*

De acuerdo con los resultados obtenidos mediante la matriz, el valor promedio del resultado ponderado es de 2,50; en el caso de la Empresa de Seguridad Privada “Ninabanda & Ninabanda” el resultado fue 2,36 lo cual indica que la organización es Débil externamente.

5.10 Matriz FODA

El análisis FODA es una herramienta de evaluación interna que permite identificar Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, con el propósito de planificar acciones que mejoren el negocio, de tal manera que nos permita comprender de mejor manera la situación de la empresa y se convierta en un soporte para la toma de decisiones actuales y futuras.

Tabla 28-5: Matriz FODA

FACTORES INTERNOS			
FORTALEZAS		DEBILIDADES	
1	Personal Comprometido con la organización	1	Ausencia de estrategias de marketing
2	Recursos financieros	2	Falta de Control de costos
3	Amplia experiencia en la industria de seguridad	3	Gestión administrativa deficiente
4	Infraestructura propia	4	Limitada capacitación al personal
5	Relación con los proveedores	5	Falta de direccionamiento estratégico
6	Cobertura Nacional	6	Capacidad tecnológica deficiente
7	Atención al cliente	7	Comunicación ineficaz
FACTORES EXTERNOS			
OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
1	Aumento de la demanda de servicios de seguridad privada en la provincia	1	Saturación del mercado
2	Avances tecnológicos en el área de la seguridad	2	Crisis Social y Económica


3	Diversificación de productos y servicios	3	Cambios normativo y legales
4	Disminución del Impuesto a la Salida de divisas (ISD) y del impuesto a los consumos especiales (ICE)	4	Incumplimiento de pagos de las entidades contratantes
5	Alianzas estratégicas con empresas privadas	5	Competencia agresiva
6	Campañas de marketing	6	Precios variables de los materiales de trabajo (Armas)
7	Catalogación de servicios de seguridad en el Servicio de Compras Publicas	7	Dependencia de clientes del sector publico

Fuente: Creación propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

5.11 Estrategias DAFO

Tabla 29-5: Matriz estrategia DAFO

	<p>FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Personal comprometido con la organización 2. Recursos financieros 3. Amplia experiencia en la industria de seguridad 4. Infraestructura propia 5. Relación con los proveedores 6. Cobertura Nacional 7. Atención al cliente 	<p>DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ausencia de estrategias de mercadeo 2. Falta de Control de costos 3. Gestión administrativa deficiente 4. Limitada capacitación al personal 5. Falta de direccionamiento estratégico 6. Capacidad tecnológica deficiente 7. Comunicación ineficaz
<p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento de la demanda de servicios de seguridad privada en la provincia 2. Avances tecnológicos en el área de la seguridad 3. Diversificación de productos y servicios 4. Disminución del Impuesto a la Salida de divisas (ISD) y del impuesto a los consumos especiales (ICE) 5. Alianzas estratégicas con empresas privadas 6. Campañas de marketing 7. Catalogación de servicios de seguridad en el Servicio de Compras Públicas 	<p>ESTRATEGIAS FO</p> <p>F1-O1-07: Incentivar a la capacitación a los colaboradores en las nuevas necesidades del mercado y la catalogación en SERCOP.</p> <p>F2-O2-04: Adquirir tecnología de vanguardia y material logístico (Armas) aprovechando la disminución de impuestos para ofrecer un mejor servicio</p> <p>F3-O3: Implementar una nueva línea de productos y servicios relacionados a la seguridad personal y del hogar</p> <p>F6-O6: Realizar un plan de marketing para definir estrategias de mercadeo para aumentar nuestra ventas y la participación en el mercado.</p>	<p>ESTRATEGIAS DO</p> <p>D1-O6: Realizar campañas de marketing en redes sociales y medios tradicionales para aprovechar su masividad para posicionar la marca y aumentar ventas.</p> <p>D2-O2: Realizar un análisis de costos mediante el uso de hojas de cálculo y software contable para definir los precios de los servicios</p> <p>D6-O5: Realizar alianzas estratégicas con empresas de sistemas de seguridad tecnológicos para convertirnos en proveedores de sus productos y mejorar nuestras debilidades tecnológicas</p>
<p>AMENAZAS</p>	<p>ESTRATEGIAS FA</p>	<p>ESTRATEGIAS DA</p>

<ol style="list-style-type: none"> 1.Saturación del mercado 2.Crisis Social y Económica 3. Cambios normativo y legales 4. Incumplimiento de pagos de las entidades contratantes 5. Competencia agresiva 6. Precios variables de los materiales de trabajo (Armas) 7. Dependencia de clientes del sector publico 	<p>F1-A7: Capacitar a nuestros empleados mediante un plan de capacitación anual para ofertar un servicio más competitivo y que satisfaga las necesidades de nuevos clientes del sector privado.</p> <p>F2-A2-A4: Aperturar un fondo que permita enfrentar estos inconvenientes económicos.</p> <p>F3-A1: Identificar la necesidades de nuestros clientes y enfocarnos en un nicho de mercado mediante un plan de marketing mix.</p> <p>F5-A5: Realizar convenios con nuestros proveedores para disminuir costos y ser más competitivos.</p>	<p>D1-A1: Contratar una agencia de marketing para el planteamiento de estrategias de marketing mediante la definición de una propuesta de valor que nos haga resaltar de la competencia.</p> <p>D2-A5: Utilizar contabilidad de costos para tener un control exhaustivo de los costos y hacer los precios más competitiva.</p> <p>D4-A7: Capacitar al personal en sus funciones mediante un plan de capacitaciones anual</p>
--	---	--

Fuente: Creación propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

5.12 Planteamiento de estrategias

5.12.1 Estrategias ofensivas (FO)

Las estrategias Ofensivas permiten aprovechar las oportunidades que brinda su sector mediante el uso de las fuerzas internas, estas estrategias permiten enfrentar las amenazas serias y las debilidades, además de fortalecer los positivo que poseen, representan una ubicación ventajosa de la empresa dentro del mercado.

Tabla 30-5: Estrategias Ofensivas

ESTRATEGIAS OFENSIVAS
F1-O1-O7: Incentivar a la capacitación a los colaboradores en las nuevas necesidades del mercado y la catalogación en SERCOP.
F2-O2-04: Adquirir tecnología de vanguardia y material logístico (Armas) aprovechando la disminución de impuestos para ofrecer un mejor servicio
F3-O3: Implementar una nueva línea de productos y servicios relacionados a la seguridad personal y del hogar
F6-O6: Realizar un plan de marketing para definir estrategias de mercadeo para aumentar nuestra ventas y la participación en el mercado.

Fuente: Creación propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

5.12.2 Estrategias de orientación (DO)

Las estrategias DO que permiten mejorar las debilidades, mediante el aprovechamiento de las oportunidades, su propósito es que la organización pueda superar estas debilidades para explotar de mejor manera las oportunidades que le brinda su entorno.

Tabla 31-5: Estrategias de orientación

ESTRATEGIAS DE ORIENTACION
D1-O6: Realizar campañas de marketing en redes sociales y medios tradiciones para aprovechar su masividad para posicionar la marca y aumentar ventas.
D2-O2: Utilizar software contable llevar un control exhaustivo de los costos del negocio.
D6-O5: Realizar alianzas estratégicas con empresas de sistemas de seguridad tecnológicos para convertimos en proveedores de sus productos y mejorar nuestras debilidades tecnológicas

Fuente: Creación propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

5.12.3 Estrategias de defensa (FA)

Las estrategias defensivas permiten evitar o disminuir las amenazas mediante el uso de las fortalezas internas de la organización, estas estrategias representan un mecanismo de defensa frente a las amenazas

Tabla 32-5: Estrategias de defensa

ESTRATEGIAS DE DEFENSA
F1-A7: Capacitar a nuestros empleados mediante un plan de capacitación anual para ofertar un servicio más competitivo y que satisfaga las necesidades de nuevos clientes del sector privado.
F2-A2-A3: Aperturar un fondo que permita enfrentar estos inconvenientes económicos.
F3-A1: Identificar la necesidades de nuestros clientes y enfocarnos en un nicho de mercado mediante un plan de marketing mix.
F5-A5: Realizar convenios con nuestros proveedores para disminuir costos y ser más competitivos.

Fuente: Creación propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

5.12.4 Estrategias de supervivencia (DA)

Las estrategias DA son tácticas defensiva con el propósito de disminuir las debilidades y evitar las amenazas, para lo cual mediante el análisis de sus debilidades internas y las amenazas marcan las acciones para enfrentar de mejor manera posibles escenarios que pondrían en riesgo las operaciones de la empresa las operaciones de la empresa

Tabla 33-5: Estrategias supervivencia

ESTRATEGIAS SUPERVIVENCIA
D1-A1: Contratar una agencia de marketing para el planteamiento de estrategias de marketing mediante la definición de una propuesta de valor que nos haga resaltar de la competencia.
D2-A5: Utilizar contabilidad de costos para tener un control exhaustivo de los costos y hacer los precios más competitivos.
D4-A7: Capacitar al personal en su funciones mediante un plan de capacitaciones anual

Fuente: Creación propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

5.13 Formulación estratégica

En la siguiente matriz se presentan las estrategias de la organización en los distintos ejes que conforman una organización, además se plantea las metas mismas que definieron a partir del análisis situacional de la organización, estas estrategias tienen el propósito de direccionar a la empresa a un posición positiva con relación a su posición actual.

Tabla 34-5: Formulación Estratégica

Eje	Estrategia
Financiero	Implementar una nueva línea de productos y servicios relacionados a la seguridad personal y del hogar mediante el desarrollo de un plan de marketing mix que permita aumentar la cantidad de ingresos y ventas.

Cliente	Incrementar la satisfacción de los clientes la calidad de nuestros servicios mediante la innovación y la aplicación de indicadores que permitan evaluar su eficiencia, además fortalecer la atención al cliente mediante capacitaciones continuas.
Procesos internos	Implementar la propuesta de planificación estratégica para plantear estrategias que permitan mejorar el nivel de competitividad de la organización, de manera que los procesos se vuelvan eficiente y mejore la gestión administrativa de la organización, en consecuencia exista un número mayor de clientes y de ingresos.
Aprendizaje y crecimiento	Capacitar permanentemente a nuestro talento humano mediante la creación de un plan anual de capacitación, con el propósito de actualizar sus conocimientos. Hacer alianzas estratégicas con empresas dedicadas a la fabricación de sistemas de seguridad para adquirir nuevos productos y ser sus proveedores. Por último, desarrollar un plan de marketing que permita publicitar la nueva línea de productos y servicios, con el propósito de aumentar el volumen de ventas.

Fuente: Creación propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

5.14 Filosofía empresarial

Tabla 35-5: Filosofía Empresarial

¿Qué somos y que queremos o deseamos en el futuro?	“Para el 2028 ser el referente en servicios de seguridad privada en el mercado nacional, posicionándonos como una empresa líder a nivel provincial. Ser reconocidos por la calidad de nuestros productos y servicios garantizando la tranquilidad de nuestros clientes, con un personal calificado símbolo de integridad, confianza, honestidad, utilizando tecnología de vanguardia, marcando la diferencia hacia un enfoque nuevo e íntegro de interculturalidad.”
¿Qué necesidades se requieren satisfacer?	“Brindar servicios de seguridad integral de forma ágil y personalizada caracterizados por su calidad y efectividad para dar tranquilidad a nuestros clientes y aportar a la creación de una sociedad más segura, con personal capacitado y competente, integrando tecnología de vanguardia en nuestros procesos y con un enfoque intercultural”
Personas o grupos que se benefician	Los habitantes del Cantón Guaranda, provincia Bolívar y el Ecuador
Bienes o servicios para ofrecer	Servicios de seguridad privada

¿Cómo se va a ofrecer el bien o servicio?	Los productos y servicios se van a ofrecer a través de publicidad en redes sociales, medios tradicionales u otros medios masivos.
---	---

Fuente: Creación propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

5.14.1 Visión propuesta

“Para el 2028 ser el referente en servicios de seguridad privada en el mercado nacional, posicionándonos como una empresa líder a nivel provincial. Ser reconocidos por la calidad de nuestros productos y servicios garantizando la tranquilidad de nuestros clientes, con un personal calificado símbolo de integridad, confianza, honestidad, utilizando tecnología de vanguardia, marcando la diferencia hacia un enfoque nuevo e íntegro de interculturalidad.”

Tabla 36-5: Visión propuesta

¿Cómo llegara a ser la empresa dentro de 5 años?	Ser el referente en servicios de seguridad privada en el mercado nacional
¿Cuáles logros alcanzara la empresa a corto, mediano y largo plazo?	Posicionándonos como una empresa líder a nivel provincial
¿Qué actividades e innovación implementara?	Ser reconocidos por la calidad de nuestros productos y servicios garantizando la tranquilidad de nuestros clientes, con un personal calificado símbolo de integridad, confianza, honestidad, utilizando tecnología de vanguardia, marcando la diferencia hacia un enfoque nuevo e íntegro de interculturalidad
¿A cambio de que lo hace?	Para la obtención del retorno de la inversión, el posicionamiento en el mercado y el desarrollo de sus operaciones.

Fuente: Creación propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

5.14.2 Misión propuesta

“Brindar servicios de seguridad integral de forma ágil y personalizada caracterizados por su calidad y efectividad para dar tranquilidad a nuestros clientes y aportar a la creación de una sociedad más segura, con personal capacitado y competente, integrando tecnología de vanguardia en nuestros procesos y con un enfoque intercultural”

Tabla 37-5: Misión propuesta

¿Qué hace la empresa?	Ninabanda seguridad brinda servicios de seguridad integral
-----------------------	--

¿Para qué lo hace?	Para dar tranquilidad a nuestros clientes y aportar a la creación de una sociedad más segura
¿Cómo lo hace?	Con personal capacitado y competente, integrando tecnología de vanguardia en nuestros procesos y con un enfoque intercultural
¿Con cuales criterios se rige?	Calidad, efectividad y sus valores organizacionales
¿A cambio de que lo hace?	A cambio de una remuneración económica que le permita crecer y desarrollar sus operaciones.

Fuente: Creación propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

5.14.3 Valores Empresariales propuestos

Los valores son las directrices bajo las cuales funciona una organización, estas marcan la cultura organizacional de la empresa, según el autor son las creencias que forman parte de la organización y que conducen a las personas a actuar de una determinada manera, el planteamiento de estos valores debe complementar los objetivos a los cuales la organización quiere llegar, es decir los valores deben marcar como va a ser la actitud de sus colaboradores para llegar a lograr su visión.

Tabla 38-5: Valores Propuestos

Valores	Descripción
Honestidad	La verdad e integridad son parte de nuestro día a día, nuestras acciones son claras y generan confianza a nuestros clientes, además expresamos cero tolerancia a actos que se anteponga a este valor.
Amabilidad	Nuestro comportamiento con nuestros clientes se basa en el respeto como forma de relacionarnos con otro ser humano.
Calidad	Tenemos un objetivo superarnos día a día y no dejar de mejorar nunca.
Confianza	El objetivo de nuestro trabajo es hacerle sentir la seguridad de que sus bienes se encuentran protegidos.
Igualdad	El trato de nuestros colaboradores es equitativo para todos nuestros clientes.
Responsabilidad	Nuestro compromiso por cuidar sus bienes es claro, tomando decisiones acertadas y responsabilizándonos por nuestros actos.
Puntualidad	El bien más preciado es el tiempo, por lo tanto, nosotros valoramos el suyo

Diligencia	Nuestras acciones se realizan con la prontitud del caso, haciendo uso de nuestras capacidades, con economía de recursos y alto grado de eficiencia.
-------------------	---

Fuente: Creación propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

5.14.4 Principios organizacionales propuestos

Los principios componen la estructura que sostiene la organización para que funcione correctamente, de manera que pueda alcanzar sus objetivos, estas directrices marcan las relaciones entre niveles dentro de la organización, en resumen estos principios impactan directamente en la forma de ser, pensar y las acciones que tomas los colaboradores de una organización.

Tabla 39-5: Principios organizacionales

Principios corporativos	Descripción
Innovación	Incentivar la creatividad y la generación de nuevas ideas que faciliten nuestros proceso, mejoren los servicios y procesos de la organización para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y aumentar los ingresos.
Trabajo en equipo	Promover la colaboración entre los distintos niveles que conforman la organización para enfrentar y buscar soluciones efectivas a lo problemas que se presentan en las operaciones diarias, aprovechas las actitudes y aptitudes de nuestro talento humano.
Orientación al cliente	Nuestra objetivo principal es satisfacer la necesidad de seguridad de nuestros clientes, garantizar la tranquilidad de que sus bienes están protegidos.
Buscar siempre el mayor nivel de calidad	Buscamos destacar nuestro servicio por la calidad y personalización del mismo, sabemos que esto es un factor determinante por lo cual nuestra prioridad es mejorar constantemente nuestros productos y servicios.

Fuente: Creación propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

5.14.5 Políticas Empresariales propuestas

Son directrices que orientan la toma de decisiones dentro de la empresa, estos criterios sirven como un soporte para solucionar problemas recurrentes en la organización, para su planteamiento es necesario la observación de los procesos e identificar los cuellos de botella, estas normas permiten unificar, organizar y darles un mismo sentido a las decisiones dentro de la empresa.

- No permitir bajo ningún concepto actos de corrupción dentro de la empresa.
- Capacitar constantemente a nuestros colaboradores para aumentar su competencia para el cumplimiento de sus funciones.
- Brindar un ambiente de trabajo donde predomine la confianza y la solidaridad.
- Escoger el cumplimiento de la ley antes que cualquier beneficio económico.
- La selección de personal se realiza por méritos y de acuerdo con la ley tendrá un periodo de prueba no mayor a 30 días.
- El objetivo principal de nuestro trabajo debe ser aumentar la satisfacción del cliente
- Los procesos deben estar en constante mejoramiento
- Nuestras actividades deben reflejar nuestro compromiso con la comunidad.
- Ofrecer precios accesibles que causen atracción al consumidor pero que no afecten significativamente a la calidad del servicio.

5.14.6 *Objetivos empresariales propuestos*

Los objetivos empresariales son los fines que desea alcanzar un organización, se resalta la importancia de la misión como aspecto para dirigir las acciones, plantear los objetivos es importante porque fija un rumbo a seguir, priorizan actividades y cumplir con el proceso administrativo.

Tabla 40-5: Objetivos empresariales

Perspectiva	Objetivos
Financiera	Implementar una nueva línea de productos y servicios relacionados a la seguridad personal y del hogar mediante el desarrollo de un plan de marketing mix que permita aumentar la cantidad de ingresos y ventas.
Cliente	Mejorar la calidad de nuestros servicios mediante la innovación y la aplicación de indicadores que permitan evaluar su eficiencia, además fortalecer la atención al cliente mediante capacitaciones, además plantear programa de responsabilidad social para demostrar nuestro compromiso con la comunidad.
Procesos internos	Implementar la propuesta de planificación estratégica para plantear estrategias que permitan mejorar el nivel de competitividad de la organización, de manera que los procesos se vuelvan eficiente y mejore la gestión administrativa de la organización, en consecuencia exista un número mayor de clientes y de ingresos.
Crecimiento personal – Talento Humano	Capacitar permanentemente a nuestro talento humano mediante la creación de un plan anual de capacitación, con el propósito de actualizar sus conocimiento. Hacer alianzas estratégicas con empresas dedicadas a la fabricación de sistemas de seguridad para adquirir nuevos productos y ser sus proveedores. Por último, desarrollar un plan de marketing que permita publicitar la nueva línea de productos y servicios, con el propósito de aumentar el volumen de ventas y seguir impulsando nuestro enfoque intercultural.

Fuente: Creación propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

5.15 Organigrama propuesto



Ilustración 26-5: Organigrama Estructural Propuesto

Fuente: Creación propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

5.16 Presupuesto estimado para implementación

Tabla 41-5: Plan de Acción propuesto

TIPO DE ESTRATEGIA	OBJETIVO	RESPONSABLE	INDICADOR	TIEMPO ESTIMADO	PRESUPUESTO
FO	Implementar una nueva línea de productos y servicios relacionados a la seguridad personal y del hogar	GERENTE	(Cantidad de nuevos productos lanzados)	6 meses	\$5000
FO	Adquirir tecnología de vanguardia y material logístico (Armas) aprovechando la disminución de impuestos para ofrecer un mejor servicio	JEFE DE OPERACIONES	(Monto total invertido en tecnología y material)	12 meses	\$5000
DO	Realizar campañas de marketing en redes sociales y medios tradicionales para aprovechar su masividad para posicionar la marca y aumentar ventas.	GERENTE	(Porcentaje de aumento de seguidores en redes sociales) + (Porcentaje de aumento de ventas)	9 meses	\$1000
DO	Realizar alianzas estratégicas con empresas de sistemas de seguridad tecnológicos para convertirnos en proveedores de sus productos y mejorar nuestras debilidades tecnológicas	GERENTE	(Cantidad de alianzas estratégicas establecidas)	8 meses	\$3000
FA	Aperturar un fondo que permita enfrentar estos inconvenientes económicos.	GERENTE Y CONTABILIDAD	(Monto total del fondo creado)	6 meses	\$10000
FA	Realizar convenios con nuestros proveedores para disminuir costos y ser más competitivos.	GERENTE	(Cantidad de convenios establecidos)	4 meses	\$800

FA	Capacitar a nuestros empleados mediante un plan de capacitación anual para ofertar un servicio más competitivo y que satisfaga las necesidades de nuevos clientes del sector privado.	JEFE DE TALENTO HUMANO	(Número de empleados capacitados / Total de empleados) x 100	12 meses	\$2400
DA	Utilizar contabilidad de costos para tener un control exhaustivo de los costos y hacer los precios más competitiva.	CONTABILIDAD	(Cantidad de decisiones basadas en contabilidad de costos) / (Total de decisiones tomadas)	3 meses	\$1500
	TOTAL				28700

Fuente: Creación propia

Realizado por: Ninabanda, Alejandro, 2022

CONCLUSIONES

- Se elaboró el diagnóstico situacional mediante la matriz de perfil competitivo y el análisis PESTEL, en el que se identificó los factores que influyen en la organización, además se realizó una evaluación cuantitativa de dichos factores con el fin de plantear las estrategias a partir de los mismos, la organización debe convertir este plan en acciones para lograr los objetivos planteados.
- Se realizó un análisis interno y externo mediante matrices de identificación para establecer los componentes de la matriz de diagnóstico FODA, en la cual se identificaron las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y amenazas de la organización, a partir de esto se fijaron las estrategias que permitan acercar a la organización del logro de sus objetivos, la identificación de estos factores permite optimizar el nivel organizacional y funcional.
- Se definió las estrategias de la Compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda” las cuales le permitirán orientar el proceso de toma de decisiones, en base a las prioridades definidas a través de los factores de éxito, además estas estrategias fijarán un horizonte al cual la organización dirigirá sus esfuerzos para situarse en dicha posición.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a la organización:

- Implementar el plan estratégico elaborado para la Compañía de seguridad privada “Ninabanda & Ninabanda”, ya que este significa una herramienta importante para la toma de decisiones de la empresa, este plan contiene las estrategias que orientaran a la organización a alcanzar sus objetivos, aprovechando las oportunidades que ofrece su entorno y evitando las amenazas de la naturaleza de sus operaciones.
- Socializar la filosofía empresarial tanto con los colaboradores como con los socios, con el propósito de que no sea solo un pequeño grupo de personas el que conozca este aspecto, ya que el conocimiento de la filosofía empresarial orientara los esfuerzos individuales para colaborar en la consecución de un objetivo común,
- Realizar un análisis periódico interno y externo en la empresa para evaluar los factores endógenos y exógenos que la conforman con el propósito de evaluar e identificar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas para definir prioridades y plantear las acciones correctivas que beneficien a la organización.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrango, M., & Iles, M. (2012). *Desarrollo de un plan estratégico que mejore la administración y la rentabilidad de la Empresa de Seguridad privada "CURSPROSEVI CIA.LTDA* [Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador]. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/1146>
- Barraza, H. (2019). ¿Cuál es la diferencia entre Propósito, Misión y Visión? *Revista Entrepreneur*.
- Barrios Pineda, R. E. (2018). Cultura y Valores Organizacionales Emergentes en la Gerencia Transcompleja. *Revista Scientific*, 3(9), 214–232. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2018.3.9.11.214-232>
- Bateman, T., & Snell, S. (2009). *Administración: liderazgo y colaboración en un mundo competitivo* (8va ed). McGraw-Hill.
- Betancourt, D. (2018, September 1). *Análisis PESTEL para describir el contexto organizacional*. Ingenio y Empresa. <https://ingenioempresa.com/analisis-pestel/>
- Camacho, K., & López, J. (2021). Aplicación del análisis PESTEL en la formulación de estrategias empresariales. *Revista de Investigación Académica*, 20, 1–12.
- Carmona-De Ríos, C. (2018). ¿Cuál es la importancia de implementar estrategias en las organizaciones? *Revista Científica Anfibios*, 1(1), 71–79. <https://doi.org/https://doi.org/10.37979/afb.2018v1n1.20>
- Carrero Morales, Y. B. (2019). Identidad Corporativa y los Valores Organizacionales, desde un Liderazgo de Avanzada. *Revista Scientific*, 4(14), 347–366. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2019.4.14.17.347-366>
- Chiavenato, I. (2019). *Introducción a la teoría general de la Administración* (7ma edición). McGraw-Hill.
- David, F. (2013). *Administración Estratégica*. Pearson Educación.
- David, F., & David, F. R. (2017). *Conceptos de administración estratégica* (15ta ed). Pearson Educación.
- Díaz, D., León, L., & Cruz, S. (2017). Influencia de los principios organizacionales en la gestión pública: Bases teóricas para la planeación económica. *Ciencia Administrativa*, 3, 168–178.
- Duran, S., Crissien, J., Virviescas, J., & García, J. (2017). Estrategias gerenciales para la formación de equipos de trabajos en empresas constructoras del Caribe colombiano. *Espacios*, 38(13), 24–39.
- Fernández, A. (2012). *Conceptos de Estrategia Empresarial*. Escuela de organización industrial.
- Fernández, A. (2019). *Dirección Estratégica de Empresas: Teoría y Práctica*. Editorial Pirámide.

- Freedman, L. (2016). *Estrategia: Una historia*. La Esfera de los libros.
- Freije, A., & Freije, I. (2009). *La estrategia empresarial como método*. Desclée De Brouwer.
- García, J. (2015). *Administración de Empresas: Teoría y Práctica*. Pearson.
- González, J., & Rodríguez, M. (2019). *Manual práctico de planeación estratégica* (Vol. 1). Diaz de Santos.
- Guiracocha, C., & Salazar, E. (2018). *Plan estratégico para la compañía de seguridad industrial – CARSAGUE S.A. localizada en la ciudad de Guayaquil* [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/47578>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION* (Vol. 1). McGraw Hill.
- Hitt, M., Ireland, R., & Hoskison, R. (2015). *Administración Estratégica: Competitividad y globalización* (11va ed.).
- Hurtado, D. (2017). *Principios de la administración*. https://books.google.com.ec/books?id=1Fp55-1oXv8C&pg=PA8&dq=definicion+de+gestion+administrativa+concepto&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=definicion%20de%20gestion%20administrativa%20concepto&f=false
- Jaramillo, S., & Tenorio, J. (2019). Planeación estratégica y su aporte al desarrollo empresarial. *Espíritu Emprendedor TES*, 3(1), 64–73.
- Joanidis, C. (2021). *El camino del cóndor: una mirada para pensar, planificar y crear negocios*. <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/192019>
- Llorens, F. (2005). *Gerencia de proyectos de tecnología de información*. <https://books.google.com.ec/books?id=7FmOMnfjNZIC&pg=PA32&dq=niveles#v=onepage&q=niveles&f=false>
- Lopez, D. (2022). *Propuesta de un plan estratégico para la empresa HYDROTÉRMICA en la ciudad de Ambato 2021-2025* [Tesis de pregrado]. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- López, G., Mata, M., & Becerra, F. (2018). *Planificación de empresas*. <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/120837b>
- Masabanda, D. (2018). *Diseño del plan estratégico de la compañía, servicios de seguridad, vigilancia, investigación y protección privada “SESEVIPROP” Cia.Ltda., en el cantón Guaranda, Provincia de Bolívar, periodo 2018-2022* [Tesis de pregrado]. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Mendoza, A. (2017). Importancia de la gestión administrativa para la innovación de las medianas empresas comerciales en la ciudad de Manta. *Dominio de Las Ciencias*, 3(1), 947–964.

- Münch, L. (2008). *Planeación Estratégica: El rumbo hacia el éxito*. Trillas.
- Münch, L. (2010). *Administración: Gestión organizacional enfoques y proceso administrativo*. Pearson Educación.
- Navarrete, O. (2022). La cultura organizacional, elemento clave para la construcción de la identidad organizacional. *Analéctica*, 8(52), 29–49.
- Parella, S., & Martins, F. (2010). *Metodología de la investigación cuantitativa* (2da ed). FEDUPEL.
- Ponce, H. (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. *Contribuciones a La Economía*, 33(94), 61–76. <https://biblat.unam.mx/es/revista/investigacion-administrativa/articulo/la-matriz-foda-una-alternativa-para-realizar-diagnosticos-y-determinar-estrategias-de-intervencion-en-las-organizaciones-productivas-y-sociales>
- Ramírez, M. (2020). *Gerencia Estratégica*. <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/175881>
- Ríos-Morales, R., & Vargas-Hernández, J. (2019). *Administración de empresas: Fundamentos y casos prácticos*. (Vol. 1). McGraw-Hill Interamericana.
- Romero, P. (2017). *La planificación estratégica y su influencia en la calidad de la gestión educativa de la Universidad Técnica de Babahoyo* [Tesis de doctorado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/6533>
- Ronda, G. (2021). *Estrategia. Qué es, origen, definición según autores, tipos*. <https://www.gestiopolis.com/un-concepto-de-estrategia/>
- Saavedra, R., Castro, L., Restrepo, O., & Roja, A. (2001). *Planificación del Desarrollo* (2da ed). Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- Sainz, J. (2017). *El Plan estratégico en la Práctica*. ESIC.
- Salas, R. (2018). Uso del ciclo de Deming para asegurar la calidad en el proceso educativo sobre las Matemáticas. *CIENCIA UNEMI*, 11(27), 8–19. <https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol11iss27.2018pp8-19p>
- Salgado, J., Guerrero, L., & Salgado, N. (2016). *Fundamentos de Administración*. <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/130328>
- Sarduy, Y. (2017). El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa. *Cuba Salud Publica*, 33(3), 1–12. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662007000300020
- Silva, B. (2019). *Diseño del plan estratégico de la compañía de seguridad privada “SEGURIVANOV” Cia.Ltda., en el cantón Guaranda, Provincia de Bolívar, periodo 2018-2022* [Tesis de pregrado]. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

- Soledispa, X., Pionce, J., & Sierra, M. (2022). La gestión administrativa, factor clave para la productividad y competitividad de las microempresas. *Dominio de Las Ciencias*, 8(1), 280–294. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i1.2571>
- Thompson, A. A., Strickland III, A., Janes, A., Peteraf, M. A., & Gamble, J. E. (2018). *Administración estratégica*. McGraw Hill.
- Torres, Z. (2014). *Administración estratégica*. Grupo editorial Patria.
- Troya, A. (2019). *La planificación estratégica en la empresa ecuatoriana*. Universidad Nacional de Chimborazo.
- Vargas, J., & González, D. (2020). Planificación estratégica y su relación con el desarrollo organizacional en el hospital regional de Pucallpa. *SCIÉENDO*, 23(1), 7–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.17268/sciendo.2020.001>
- Westreicher, G. (2020). *Estrategia*. <https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html>



ANEXOS

ANEXO A: ENTREVISTA



Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
Facultad de Administración de Empresas
Carrera Administración de Empresas



Tema:	"Plan estratégico de la compañía de seguridad privada "Ninabanda & Ninabanda" Cia.Ltda, en el cantón Guaranda"
Objetivo:	Recopilar información para el desarrollo del plan estratégico de la organización.
Nombre del Entrevistado:	Vicente Ninabanda
Fecha de entrevista:	9 de diciembre del 2022

Banco de preguntas

Pregunta N°1: ¿Se tienen identificadas la Fortalezas Oportunidades Debilidades y Amenazas de la organización?

.....
.....

Pregunta N°2: ¿La comunicación entre distintos niveles es eficaz?

.....
.....

Pregunta N°3: ¿Cuáles son los parámetros que usted toma en cuenta para la toma de decisiones?

.....
.....

Pregunta N°4: ¿Conoce usted el proceso de elaboración del plan estratégico y su importancia?

.....
.....

Pregunta N°5: ¿Cómo realizan sus procesos de gestión administrativa?

.....
.....

Pregunta N°6: ¿Considera usted que el desarrollo de un plan estratégico ayude a mejorar la gestión administrativa de la empresa?

.....
.....

ANEXO B: ENCUESTA



Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
Facultad de Administración de Empresas
Carrera Administración de Empresas



I. INTRODUCCION

El objetivo de esta encuesta es obtener información para conocer la situación de la empresa para el desarrollo de esta investigación de carácter académico, estadístico, sus respuestas son confidenciales. Solicitamos su colaboración llenando esta encuesta marcando con una X la respuesta de su elección. De antemano, muchas gracias.

II. DATOS BASICOS

Genero:

Masculino () Femenino ()

Nivel de instrucción:

Primaria () Secundaria () Tercer nivel ()

III. DATOS ESPECIFICOS

1. ¿Conoce usted cual es la misión, visión y valores organizacionales de la Compañía de Seguridad Privada "Ninabanda & Ninabanda"??
Si () No () Desconoce ()
2. ¿Conoce usted cuales son los objetivos de la Compañía de Seguridad privada "Ninabanda & Ninabanda"??
Si () No () Desconoce ()
3. ¿Con que frecuencia existe comunicación clara y directa entre su jefe inmediato y usted?
Nunca () Casi nunca () A veces () Casi siempre () Siempre ()
4. ¿Con que frecuencia la compañía de seguridad coordina y controla de manera eficiente todas las labores?
Nunca () Casi nunca () A veces () Casi siempre () Siempre ()
5. ¿Conoce usted si la compañía de seguridad cuenta con un plan estratégico?
Si () No () Desconoce ()
6. ¿Qué tan importante considera usted que es la planificación estratégica?
No importante () Poco importante () Neutro () Importante () Muy importante ()
7. ¿Usted considera que la Compañía de seguridad debería mejorar su gestión administrativa?
Si () No () Desconoce ()



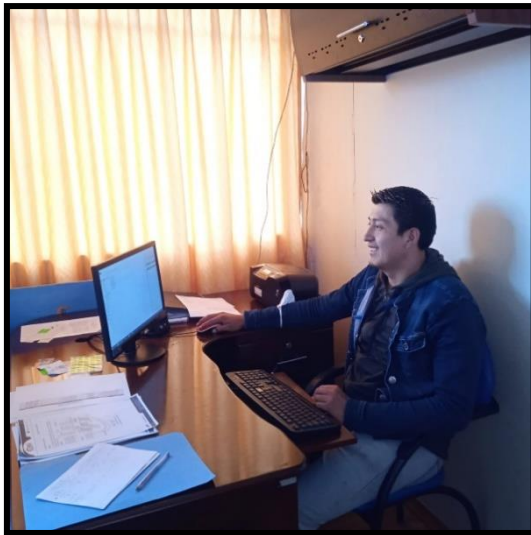
Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
Facultad de Administración de Empresas
Carrera Administración de Empresas



8. ¿Cree usted que la implementación de un plan estratégico ayudara a mejorar la Gestión Administrativa?
- Sí () No () Desconoce ()
9. ¿Estaría usted de acuerdo con la implementación de propuestas para el beneficio de la Compañía?
- Sí () No ()

ANEXO C: EVIDENCIA FOTOGRAFICA







epoch

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 15 / 08 / 2022

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: ALEJANDRO SEBASTIÁN NINABANDA AMANGANDI
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Título a optar: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.



01-08-2023

1603-DBRA-UPT-2023