



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA: INGENIERÍA DE EMPRESAS

TRABAJO DE TITULACIÓN

TIPO: Proyecto de investigación

Previo a la obtención del título de:

INGENIERO DE EMPRESAS

TEMA:

DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE LA COMPAÑÍA, SERVICIOS DE SEGURIDAD, VIGILANCIA, INVESTIGACIÓN Y PROTECCIÓN PRIVADA “SESEVIPROP” CIA. LTDA., EN EL CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR, PERIODO 2018-2022.

AUTOR:

DARWIN ROLANDO MASABANDA TUALOMBO

RIOBAMBA – ECUADOR

2018

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación, ha sido desarrollado por el Señor Masabanda Tualombo Darwin Rolando, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Eco. Marco Antonio González Chávez

DIRECTOR

Ing. José Fernando López Aguirre

MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Masabanda Tualombo Darwin Rolando, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que proviene de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 13 de junio del 2018

Masabanda Tualombo Darwin Rolando

C.C: 0202312773

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación dedico con todo mi amor primera mente a dios quien dio salud y vida y también a mis padres Telmo Masabanda y Fabiola Tualombo por su sacrificio y esfuerzo, por darme una carrera para mi futuro y por creer en mi capacidad aunque hemos pasado momentos difíciles con l situación económica y siempre ha estado brindándome su comprensión, cariño y amor.

También dedico a mi cuñado y tíos hermanos, familia por ser fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro mejor.

A mi hermana con sus palabras de aliento que supo guiar aconsejar por el camino apropiado y apreciar que no dejaba decaer para que siguiera adelante y siempre , que ahora ya no la tengo pero sé que esta cuidado desde el cielo para ser un buen profesional

A mis compañeros y amigos presentes y pasados quienes sin esperar nada a cambio compartieron su conocimiento, alegrías y tristezas y a todas aquellas personas que durante estos cinco años estuvieron a mi lado apoyándome y lograron que este sueño se haga realidad.

Gracias a todos.

Masabanda Tualombo Darwin Rolando

AGRADECIMIENTO

Familia amigos y personalmente a mi hermana que está cuidándome desde el cielo por ser promotores de mis sueños gracias a ellos por cada día confiar y creer en mí y en mis expectativas , gracias a mi madre por estar dispuesta acompañarme cada larga y agotada noche de estudio.

Agotadoras noches en las que su compañía y la llegada de sus cafés era para mí como agua en el deseo gracias a mi padre por siempre desear y anhelar lo mejor para mi vida profesional, por cada consejo y por cada una de sus palabras que me guiaron mi vida.

Gracias a dios por la vida por cada día bendice mi vida con la hermosa oportunidad de estar y disfrutar al lado de las personas que sé que más me aman, a las que yo sé que más amo a mi vida.

Gracias a mi cuñado por la vida por este nuevo triunfo, gracias a todas las personas que me apoyaron y creyeron en la realización del trabajo de titulación

Masabanda Tualombo Darwin Rolando

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenido	vi
Índice de tablas	ix
Índice de ilustraciones	x
Resumen.....	xi
Abstract.....	xii
Introducción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Formulación del Problema	3
1.1.2 Delimitación del Problema.....	3
1.2 JUSTIFICACIÓN	4
1.3 OBJETIVOS	5
1.3.1 Objetivo General	5
1.3.2 Objetivos Específicos.....	5
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	6
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	6
2.1.1 Reseña Histórica.....	6
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	7
2.2.1 Planificación.....	7
2.2.2 Tipos de planificación	7
2.2.3 Niveles de planificación.....	8
2.2.4 Importancia de la planificación	8
2.2.5 Características de la planificación.....	8
2.2.6 Estrategia.....	10
2.2.7 Planificación Estratégica.....	11
2.2.8 Fases de planificación estratégica	13
2.2.9 FODA.....	14

2.3	IDEA A DEFENDER	14
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		15
3.1	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	15
3.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	15
3.3	POBLACIÓN Y MUESTRA	16
3.3.1	Población.....	16
3.3.2	Segmentación de la población.....	17
3.4	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	17
3.5	ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	20
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....		30
4.1	TITULO	30
4.2	ESQUEMA DE LA PROPUESTA.....	30
4.3	REFERENTES DEL PLAN.....	31
4.3.1	Naturaleza de la empresa	31
4.4	DIAGNÓSTICO INTERNO	32
4.4.1	Planeación	33
4.5	ANÁLISIS FODA.....	33
4.6	MATRIZ FODA.....	47
4.7	ESTRATEGIAS CORPORATIVAS	49
4.8	ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO	50
4.9	PRESUPUESTO	53
4.10	CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN DE PROYECTOS	55
4.11	MATRIZ DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA CUANTITATIVA (MPEC).....	57
4.12	DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO.....	62
4.12.1	Direccionamiento estratégico.....	63
4.13	IDENTIFICAR LA MISIÓN Y VISIÓN.....	64
4.13.1	Misión	64
4.13.2	Visión.....	65
4.14	VALORES Y PRINCIPIOS CORPORATIVOS	66
4.15	ORGANIGRAMA	67
4.15.1	Descripción de unidades organizativas	69
4.16	MARCO ESTRATÉGICO.....	70
4.17	OBJETIVOS	76
4.18	POLÍTICAS GENERALES	77

4.19 IMPACTO DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA “SESEVIPROP” CIA. LTDA”.....	80
CONCLUSIONES	81
RECOMENDACIONES.....	82
BIBLIOGRAFÍA	83
ANEXOS	90

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Procesos de la elaboración de la planificación estratégica	12
Tabla 2: Colaboradores de la compañía "SESEVIPROP" CIA LTDA.	16
Tabla 3: Componentes de una encuesta	18
Tabla 4: Diseño del cuestionario	19
Tabla 5: Posee un organigrama.....	20
Tabla 6: Tiene definido su misión, visión y valores	21
Tabla 7: Recibió usted alguna capacitación.....	22
Tabla 8: Cuenta con un manual de funciones	23
Tabla 9:Cuál es el nivel de ventas	24
Tabla 10: Le especificó su actividad de trabajo.....	25
Tabla 11: Se ha realizado un diagnóstico sobre la gestión	26
Tabla 12: “SESEVIPROP CIA. LTDA” mantiene guía instructivo	27
Tabla 13: Hay claridad con respecto a las fortalezas y debilidades.....	28
Tabla 14: Cuenta con un sistema de evaluación del desempeño	29
Tabla 15: Diagnóstico Interno	35
Tabla 16: Diagnóstico externo perfil de oportunidades y amenazas en el medio.....	37
Tabla 17: Fortalezas de la "SESERVIPROP CIA. LTDA”	39
Tabla 18: Debilidades de la "SESERVIPROP CIA. LTDA”	39
Tabla 19: Oportunidades de la "SESERVIPROP CIA. LTDA”	40
Tabla 20: Amenazas de la "SESERVIPROP CIA. LTDA”	40
Tabla 21: Ponderación de la debilidas	41
Tabla 22: Ponderación de las amenazas	42
Tabla 23:Matríz de ponderación de debilidades	43
Tabla 24: Matríz de ponderación de amenazas.....	45
Tabla 29: Matriz FODA.....	47
Tabla 30: Alineamiento Estratégico	50
Tabla 31: Presupuesto	53
Tabla 32: Cronograma de ejecución de proyectos.....	55
Tabla 33: Matriz de planeación estratégica cuantitativa (MPEC)	57
Tabla 34: Indicadores de seguimiento y monitoreo	70
Tabla 35: Matriz de seguimiento y evaluación.....	73

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Posee un organigrama.....	20
Ilustración 2: Tiene definido su misión, visión y valores	21
Ilustración 3: Recibió usted alguna capacitación.....	22
Ilustración 4: Cuenta con un manual de funciones	23
Ilustración 5:Cuál es el nivel de ventas	24
Ilustración 6: Le especificó su actividad de trabajo.....	25
Ilustración 7: Se ha realizado un diagnóstico sobre la gestión	26
Ilustración 8: SESEVIPROP CIA. LTDA” mantiene guía instructivo.....	27
Ilustración 9: Hay claridad con respecto a las fortalezas y debilidades.....	28
Ilustración 10: Cuenta con un sistema de evaluación del desempeño	29
Ilustración 11: Plan estratégico para la compañía “Seseviprop” Cía. Ltda.	30
Ilustración 12: Gráfico de pareto de debilidades	44
Ilustración 13: Gráfico de pareto de amenazas	46
Ilustración 14: Estructura organizativa de “SESEVIPROP” CIA. LTDA.....	67

RESUMEN

Este trabajo de titulación tiene como objetivo la elaboración del plan estratégico de la compañía, servicios de seguridad, vigilancia, investigación y protección privada “SESEVIPROP” CIA. LTDA., en el Cantón Guaranda, con la finalidad de fortalecer al perfeccionamiento organizacional en el ámbito administrativo permitiendo contar con herramientas, técnicas y estrategias que ayuden a conocer los factores internos y externos de la compañía de seguridad. Para este plan se realizó el levantamiento de información bibliográfica que sustente esta investigación y se utilizó la metodología de campo a través de la encuesta que se realizó a los 12 colaboradores que representan el 100% para la comprobación de la inexistencia del plan estratégico; teniendo como resultado que todo los encuestados declaran que la empresa no cuenta con plan estratégico que le encamine a la consecución de la misión, visión y objetivos mediante las estrategias. Para la elaboración del plan estratégico se desarrolló un análisis interno y externo (FODA) que apoye a nuevas visiones de mercado. Para solucionar este problema se realizó con los siguientes direccionamientos estratégicos detallando misión, visión, estrategias, objetivos, políticas, valores y proyectos de cada estrategia para solucionar cada uno de los problemas de la compañía y establecer el plan estratégico de la misma. Este plan tiene 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 la compañía, la misma deberá comprometerse a realizar cada tiempo determinado un análisis FODA que les permita conocer virtudes y problemas internos y externos.

Palabras clave: < CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS> < PLAN ESTRATÉGICO> <FODA><VALORES CORPORATIVOS>SEGUIMIENTO CONTROL <GUARANDA (CANTÓN)><

Eco. Marco Antonio González Chávez
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

ABSTRACT

This dissertation work aims at elaborating a strategic plan for the company, security services, surveillance, investigation and secret protection “SESEVIPROP” CIA .LTDA., in the Guaranda Canton, to strengthen organizational improvement in the administrative field, allowing to have tools, techniques, and strategies that help to know the internal and external factors of the security company. For this plan, the bibliographic information that supports this research was collected, and the field methodology was used through the survey that was carried out to the 12 collaborators who represent 100% for the verification of the nonexistence of the strategic plan. As a result, all the respondents declare that the company does not have a strategic plan that leads to the achievement of the mission, vision, and objectives through the strategies. For the preparation of the strategic plan, an internal and external analysis (SWOT) that supports new market visions was developed. To solve this problem, it was conducted with the following strategic directions detailing mission and vision, strategies, objectives, policies, values, and projects of each strategy to solve each problem of the company and to establish the strategic plan thereof. This plan has several strategies with its respective projects that help to obtain a clear mission of the current situation of the company. In addition to a vision that orients the corporation to the attainment of its objectives, which must be committed to executing each determined time a SWOT analysis that permits getting to know virtues and internal and external problems.

Key words: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES> <STRATEGIC PLAN> <SWOT> <CORPORATE VALUES> <MONITORING AND CONTROL> <GUARANDA (CANTON)>

INTRODUCCIÓN

Hoy en la actualidad las pymes deben de contar con un Plan Estratégico, donde cada persona debe de contar con ello ya que este plan define la dirección hacia donde lleva su vida. Se verifica que la compañía de seguridad “Seseviprop” Cia. Ltda no tienen un planeamiento estratégico; por lo que cada miembro de la organización realiza sus actividades por su lado sin saber las metas que se quieren alcanzar como organización.

Para el desarrollo del plan estratégico de la compañía de seguridad “Seseviprop” Cia. Ltda ; se planteó los siguientes objetivos primordiales como definir el marco teórico que sustentará la investigación científica de este trabajo de titulación, elaborar un diagnóstico situacional de la compañía, Servicios de seguridad, vigilancia, investigación y protección privada “SESEVIPROP” CIA LTDA, con el fin de verificar sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades y desarrollar estrategias acorde con los objetivos organizacionales, que permitan el logro de los mismos con el fin de mejorar la situación actual y el desempeño de la compañía.

La compañía “SESEVIPROP” CIA LTDA se encuentra en la actividad de prestación de servicios de seguridad, vigilancia y protección privada en instituciones públicas y privada a nivel nacional y local.

El diseño del plan estratégico de la empresa de seguridad contiene un análisis interno y externo (FODA) que apoye a nuevas visiones de mercado. Para solucionar este problema se realizó con los siguientes direccionamientos estratégicos detallando misión, visión, análisis foda, estrategias, objetivos, políticas, valores y proyectos de cada estrategia para solucionar cada uno de los problemas de la compañía y establecer el plan estratégico de la misma.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Se puede detectar que existe falta de un plan estratégico, en la mayoría de empresas de seguridad a nivel local, provincial y nacional, dando como resultado una reducción de catamamiento de clientes, reducción de utilidades, empleados poco capacitados para desempeñarse en sus áreas de trabajo.

El plan estratégico del departamento administrativo, en las organizaciones es de vital importancia para la toma de decisiones de las mismas, de esta forma puedan conseguir los objetivos deseados. La compañía de seguridad “Seseviprop” Cia. Ltda., del cantón Guaranda, no cuenta con un plan estratégico que es una herramienta para la toma de decisiones que complementa el proceso administrativo que permita a la compañía planear, organizar, dirigir y controlar todas sus actividades funcionales.

Hoy en la actualidad las pymes deben de contar con un Plan Estratégico, donde cada persona debe de contar con ello ya que este plan define la dirección hacia donde lleva su vida. Se verifica que la compañía de seguridad “Seseviprop” Cia. Ltda no tienen un planeamiento estratégico; por lo que cada miembro de la organización realiza sus actividad por su lado sin saber las metas que se quieren alcanzar como organización.

A simple vista se podría decir, que “con unos cuantos conocimientos culinarios, se podrían llevar a cabo un evento” pero sin duda para muchas personas resulta complicada y a veces hasta molesta y estresante la organización de eventos sociales y corporativos.

Y para quienes se atreven a hacerlo resulta muy cansado y en lugar de disfrutar el evento, se lo recuerda de mala manera.

1.1.1 Formulación del Problema

A continuación, se formula la interrogante a la que se pretende dar respuesta.

¿De qué manera el diseño del plan estratégico demuestra la falta de las herramientas para la toma de decisiones que complemente el proceso administrativo que permita a la compañía planear, organizar, dirigir y controlar todas las actividades funcionales de la “Seseviprop” Cia. Ltda., del cantón Guaranda, provincia de Bolívar, periodo 2018-2022.?

1.1.2 Delimitación del Problema

Diseñar el 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, para promover a la compañía las herramienta para la toma de decisiones que complemente el proceso administrativo de forma adecuada sus funciones y tenga muy claro sus actividades a desarrollar.

La presente investigación se desarrolla en los siguientes límites:

ESPACIO:

Compañía, servicios de seguridad, vigilancia, investigación y protección privada “SESEVIPROP” CÍA. LTDA., en el cantón Guaranda, provincia de Bolívar, periodo 2018-2022

Límite De Contenido:

Campo: Compañía, servicios de seguridad, vigilancia, investigación y protección privada “SESEVIPROP” CÍA. LTDA

Área: Administrativa:

Límite Espacial: Compañía, servicios de seguridad, vigilancia, investigación y protección privada “SESEVIPROP” CÍA. LTDA., en el cantón Guaranda, provincia de Bolívar

Límite Temporal:

La presente investigación se llevara a cabo durante el año 2018-2022

1.2 JUSTIFICACIÓN

Las compañías de seguridad del cantón Guaranda se ven que contienen un plan estratégico bien definido ya que realizan sus actividades de forma direccionada, teniendo bien claro cuáles son su metas y objetivos, y se verifico que la zona de estudio no cuenta con un plan estratégico debido a que la compañía es nueva en el cantón; por lo cual al elaborar esta investigación “Seseviprop” Cia. Ltda., producirá beneficios favorables con la capacidad de hacer una gestión más eficiente y eficaz; con ello se sabrá la situación actual de la compañía, cuales son los propósitos a futuro y se podrá detectar de una manera más exacta los problemas y riesgos que se pueden ocasionar durante las labores empresariales.

Elaborando un plan estratégico dentro de la Compañía cada colaborador tendrá clara visión, propósito y objetivo de hacia dónde quiere llegar “Seseviprop” Cia. Ltda.

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

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

Resumen Ejecutivo.

Misión y Visión.

Análisis Interno y Externo (FODA)

Objetivos.

Estrategias.

Políticas.

Plan de Acción.

Presupuesto.

Seguimiento.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Diseñar el plan estratégico de la compañía, Servicios de seguridad, vigilancia, investigación y protección privada “Seseviprop” Cia. Ltda, en el Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar, periodo 2018-2022.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Definir el marco teórico que sustentará la investigación científica de este trabajo de titulación.
- Elaborar un diagnóstico situacional de la compañía, Servicios de seguridad, vigilancia, investigación y protección privada “SESEVIPROP” CIA LTDA, con el fin de verificar sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades.
- Desarrollar estrategias acorde con los objetivos organizacionales, que permitan el logro de los mismos con el fin de mejorar la situación actual y el desempeño de la compañía.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Según (Edwin, 2017) en su trabajo de titulación en una en sus conclusiones menciona,

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

Según (CHOCHO, 2017) en su trabajo de titulación en una en sus conclusiones menciona,

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

2.1.1 Reseña Histórica

SERVICIOS DE SEGURIDAD, VIGILANCIA, INVESTIGACIÓN Y PROTECCIÓN PRIVADA “SESEVIPROP” CIA. LTDA, es una empresa legalmente constituida bajo la figura de Responsabilidad Limitada, que cumple con todos los requerimientos exigidos por la Ley de Compañías para prestar servicios de seguridad privada, y fue aprobada por la Superintendencia de Compañías. La empresa tiene como domicilio principal la ciudad de Guaranda, siendo inscrita en el Registro Mercantil del Cantón Guaranda el 8 de Mayo del 2017 con el expediente N° 90198-2017, recibiendo su permiso de funcionamiento mediante el acuerdo Ministerial N° 1404 el 4 de septiembre del 2017. De igual manera, obtuvo la autorización de uso de armas emitido por el Ministerio de Defensa Nacional y el Comando Conjunto de Fuerzas Armadas con el código 2225567. La compañía inicio con un capital social de \$4,000.00. El objeto social de la compañía es: SERVICIOS DE SEGURIDAD, VIGILANCIA, INVESTIGACIÓN

Y PROTECCIÓN PRIVADA “SESEVIPROP” CIA. LTDA, será en forma exclusiva la realización de actividades complementarias de vigilancia y seguridad a favor de personas naturales y jurídicas, instalaciones y bienes, contando para el efecto con la correspondiente autorización del Ministerio de Trabajo y Empleo en los términos previstos del artículo 3 del Mandato Constituyente No.8 y todos los demás que por disposición legal sean necesarios para el ejercicio de dicha actividad”.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

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

2.2.1 Planificación

Según (Guzmán, Castro, Quintero, & Rojas , 2001) la planificación se convierte, para cada persona, en un proceso que hace parte de su vida cotidiana, por cuanto determina aquello que va a realizar durante el día, durante el año o a lo largo de su vida.

2.2.2 Tipos de planificación

Según (Frau, 2011) da a conocer que existen tres tipos de planificación:

- a. Planificación a corto plazo, temporal o inmediata, en la cual se establecen periodos de dos o tres años para este tipo de planificaciones y señala que cuanto menor sea su periodo de vigencia, mayor tendencia a centrar su análisis en aspectos cuantitativos y de resolución inmediata.
- b. Planificación intermedia, táctica o a medio plazo, estas son planificaciones puntuales y concretas. Su duración no debe sobrepasar los cuatro años.
- c. Planificación estratégica o a largo plazo.

2.2.3 Niveles de planificación

Según (Llorens, 2005) los niveles de planificación son:

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

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

El plan detallado para una fase.- es la materia prima fundamental para dirigir y controlar los proyectos. En él se presenta todas las actividades que se cumplirán en la misma, así como las fechas estimadas de inicio y terminación.

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

2.2.4 Importancia de la planificación

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

2.2.5 Características de la planificación

Según (Lozada, 2010) las características de la planificación son:

1. La planificación es un proceso permanente y continuo: no se agota en ningún plan de acción, sino que se realiza continuamente en la empresa.
2. La planificación está siempre orientada hacia el futuro: la planificación se halla ligada a la previsión.

3. La planificación busca la racionalidad en la toma de decisiones: al establecer esquemas para el futuro, la planificación funciona como un medio orientador del proceso decisorio, que le da mayor racionalidad y disminuye la incertidumbre inherente en cualquier toma de decisión.
4. La planificación busca seleccionar un curso de acción entre varias alternativas: la planificación constituye un curso de acción escogido entre varias alternativas de caminos potenciales.
5. La planificación es sistemática: la planificación debe tener en cuenta el sistema y subsistemas que lo conforman; debe abarcar la organización como totalidad.
6. La planificación es repetitiva: incluye pasos o fases que se suceden. Es un proceso que forma parte de otro mayor: el proceso administrativo.
7. La planificación es una técnica de asignación de recursos: tiene por fin la definición, el dimensionamiento y la asignación de los recursos humanos y no humanos de la empresa, según se haya estudiado y decidido con anterioridad.
8. La planificación es una técnica cíclica: la planificación se convierte en realidad a medida que se ejecuta. A medida que va ejecutándose, la planificación permite condiciones de evaluación y medición para establecer una nueva planificación con información y perspectivas más seguras y correctas.
9. La planificación es una función administrativa que interactúa con las demás; está estrechamente ligada a las demás funciones – organización, dirección y control – sobre las que influye y de las que recibe influencia en todo momento y en todos los niveles de la organización.
10. La planificación es una técnica de coordinación e integración: permite la coordinación e integración de varias actividades para conseguir los objetivos previstos.
11. La planificación es una técnica de cambio e innovación: constituye una de las mejores maneras deliberadas de introducir cambios e innovaciones en una empresa, definidos y seleccionados con anticipación y debidamente programados para el futuro.

2.2.6 Estrategia

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

2.2.6.1 Importancia de la estrategia

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

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

La Estrategia Corporativa

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

La Estrategia de Negocio

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

2.2.6.2 Dimensiones de la estrategia

Según (Dvoskin; R, 2004) el concepto de estrategia comprende más de una dimensión y es importante saber distinguir sus diferentes aspectos. Y esto hace referencia a cuatro aspectos.

Metas: establecen qué se va lograr (cuantitativamente), y cuando serán alcanzados los objetivos.

Objetivos: establecen qué se va a lograr (cualitativamente).

Políticas: reglas o guías que expresan los límites dentro de los que debe ocurrir la acción.

Programas: secuencias de acciones necesarias para alcanzar los objetivos y metas.

2.2.7 Planificación Estratégica

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

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

2.2.7.1 Objetivos de la planificación estratégica

Según (Paris; F, 2005) la planificación estratégica en una entidad u organización pretende cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reflexionar sobre los objetivos a medio y largo plazo
- b) Establecer y fijar, para todas las organizaciones esos objetivos y estrategias
- c) Implicar y motivar a los trabajadores y colaboradores de una organización
- d) Estar preparado para el futuro

2.2.7.2 Procesos de elaboración de la planificación estratégica

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

Tabla 1: Procesos de la elaboración de la planificación estratégica

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

Fuente: Control presupuestario Planificación, elaboración y seguimiento de presupuesto

Elaborado: Rolando Masabanda

2.2.7.3 Ventajas de la planificación estratégica

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

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

Del mismo modo, se establecen los mecanismos que identifican a los responsables de los proyectos, propiciando que se instale en la organización una presión positiva para

utilizar mejor los recursos disponibles y mejorar los procesos de asignación de los mismos.

Introduce por lo anterior, un importante factor de motivación del conjunto de los responsables y cuadros directivos y pre directivos mediante su participación en el proceso de planificación y su compromiso en la ejecución de los proyectos que integran el plan estratégico que se trate.

Por último desarrolla una cultura de trabajo que facilita poner en práctica el principio de transparencia en la gestión y la rendición de cuentas en términos de resultados alcanzados, de acuerdo con el proceso de seguimiento y evaluación que periódicamente la organización deberá realizar.

2.2.8 Fases de planificación estratégica

Según (Nabajo, 2009) Podemos de forma general estructurar el proceso de planificación estratégico en entorno a cinco grandes etapas:

1 organización del proceso.

¿Quiénes somos? ¿Qué hacemos?

- a) Tomar la decisión de planificar. Se trata de tener la percepción de la necesidad de planificar y de organizar el proceso.
- b) Identidad de la organización.

2 Análisis estratégico

¿Dónde estamos?

- a) Análisis de los grupos de interés.
- b) Análisis de los valores.
- c) Análisis interno y externo.
- d) Identificación de los elementos estratégicos.

3 Formulación estratégica

¿Dónde queremos llegar? ¿Qué tenemos que hacer para lograrlo?

- a) Visión.
- b) Misión.
- c) Definición de objetivos.
- d) Definición de estrategias.
- e) Redacción del Plan Estratégico.

4 Implantación de estrategias

¿Qué tenemos que hacer para aplicarlo?

5 Control estratégico

¿Que estamos haciendo?

2.2.9 FODA

Según (Basurto , 2005) el análisis Foda recibe su nombre por las siglas de las palabras:

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

FACTORES INTERNOS: que depende de la empresa FORTALEZA Y DEBILIADES.

FACTORES EXTERNOS: que depende del entorno OPORTUNIDAES Y AMENZAS.

2.3 IDEA A DEFENDER

Con la implantación del plan estratégico en la compañía, servicios de seguridad, vigilancia, investigación y protección privada “SESEVIPROP” cia. Ltda., en el cantón Guaranda, podrá el departamento administrativo mejorar la toma de decisiones que permita alcanzar los objetivos, propósitos y metas planteados por la misma

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

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

Cualitativo por medio de este método se buscara en qué estado se encuentra en la actualidad la empresa “SESEVIPROP” cía. Ltda., a través de la toma de decisiones.

Cuantitativo por lo que se manejara números por intermedio de las encuestas que serpa desarrollado en la presente investigación a los colaboradores de empresa.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Investigación de campo

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

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

Investigación descriptiva

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

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

Investigación bibliográfica – documental

Según (Méndez & Astudillo, 2008) Es la clave en el desarrollo del conocimiento, ya que sistematiza, descubre y aporta nuevo conocimiento dando respuesta a la pregunta de investigación que le dio origen.

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

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1 Población

Tabla 2: Colaboradores de la compañía "SESEVIPROP" CIA LTDA.

Colaboradores	Números
Administrativos	2
Empleados (Guardias)	10

Fuente: Control presupuestario Planificación, elaboración y seguimiento de presupuesto

Elaborado: Rolando Masabanda

La población de la compañía, servicios de seguridad, vigilancia, investigación y protección privada “SESEVIPROP” Cía. Ltda. del cantón Guaranda, cuenta con 2 colaboradores administrativos y 10 empleados que brindan sus servicios de guardianía.

MUESTRA

La muestra de esta investigación se tomará del total de la población de los colaboradores de la compañía servicios de seguridad, vigilancia, investigación y protección privada “SESEVIPROP” Cia. Ltda., del cantón Guaranda.

3.3.2 Segmentación de la población

Criterio: Plan estratégico

Población total: Compañía “SESEVIPROP CIA. LTDA.”

Población segmentada: Colaboradores de la compañía

Para el diseño del plan estratégico se utilizara el 100% de la población de la Compañía “SESEVIPROP CIA. LTDA.” con el fin de obtener resultados confiables.

3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Métodos Teóricos:

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

Inductivo.

Deductivo

Métodos Empíricos

Es método nos permite recopilar información a través de la experiencia encontrado en el campo de estudio.

Recolección de información.

Observación.

Criterio de expertos.

Técnicas

Según (Vázquez, Rejane, Mogollón, Fenández, Delgado, & Vargas, 2006) Son los procedimientos de producción de información que el investigador utiliza para obtener los datos del estudio.

Encuestas.

Entrevistas

Instrumentos

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

Documentos electrónicos.

Cuestionario.

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

Componentes de una encuesta

Tabla 3: Componentes de una encuesta

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

Fuente: Texto guía para formulación y evaluación de proyectos.

Elaboración: Rolando Masabanda

Diseño del cuestionario

Tabla 4: Diseño del cuestionario

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

Fuente: Texto guía para formulación y evaluación de proyectos.

Elaboración: Rolando Masabanda

Para la elaboración de la encuesta del presente trabajo de titulación hemos realizado en base a la tabla 11 referente al diseño del cuestionario tomado del texto guía para formulación y evaluación de proyectos.

Tipos de preguntas de la encuesta

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

El tipo de preguntas cerradas son de **opción múltiple** debido que contienen múltiples alternativas y **dicotómicas** por contener dos alternativas si o no.

Observación directa

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

3.5 ANÁLISIS DE RESULTADOS

1. ¿La compañía “SESEVIPROP CIA. LTDA” posee un organigrama?

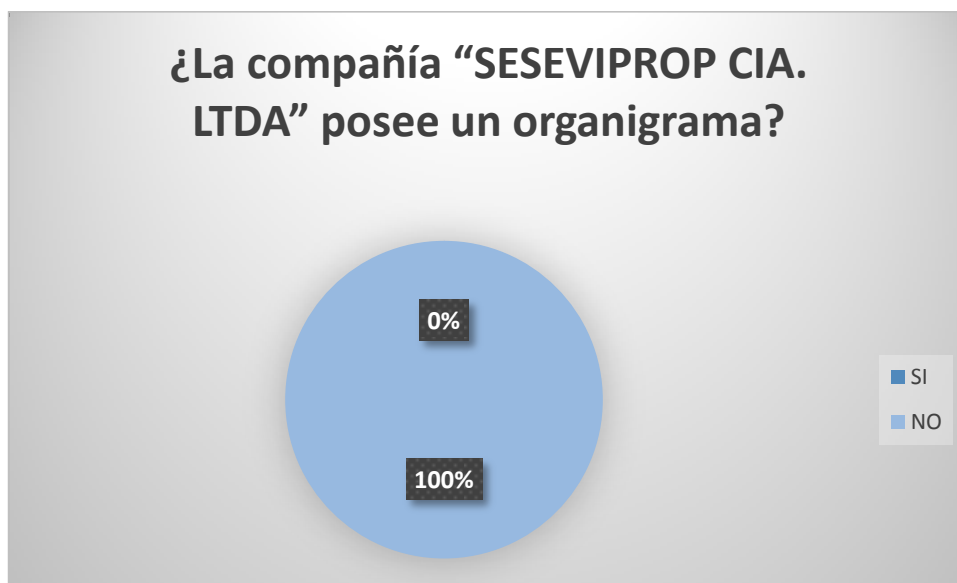
Tabla 5: Posee un organigrama

EXPECTATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	12	100%
Total	12	100%

Fuente: Colaboradores de la compañía “SESEVIPROP CIA

Elaboración: Rolando Masabanda

Ilustración 1: Posee un organigrama



Fuente: Colaboradores de la compañía “SESEVIPROP CIA LTDA”

Elaboración: Rolando Masabanda

Interpretación.- Realizada la encuesta en la compañía “SESEVIPROP CIA LTDA” nos refleja que el 100% de los encuestados afirman que esta empresa de seguridad no cuenta establecido con un organigrama funcional que es una herramienta administrativa de donde demuestran gráficamente las jerarquías y las funciones de cada uno de los departamentos.

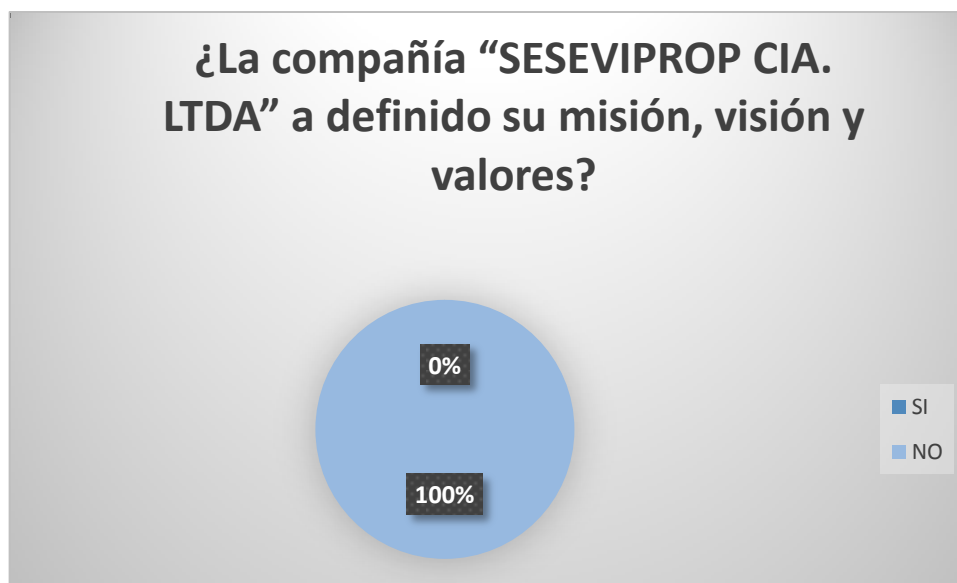
2. ¿La compañía “SESEVIPROP CIA. LTDA” a definido su misión, visión y valores?

Tabla 6: Tiene definido su misión, visión y valores

EXPECTATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	12	100%
Total	12	100%

Fuente: Colaboradores de la compañía “SESEVIPROP CIA
Elaboración: Rolando Masabanda

Ilustración 2: Tiene definido su misión, visión y valores



Fuente: Colaboradores de la compañía “SESEVIPROP CIA LTDA”
Elaboración: Rolando Masabanda

Interpretación.- Los colaboradores de la empresa de seguridad “SESEVIPROP CIA LTDA” nos manifiestan que no cuentan estructurado con una misión que nos indica la razón de ser de la compañía, visión que es la imagen que quiere ser a largo plazo o futuro y los valores que son muy importantes para que cada uno de los colaboradores apliquen en cada uno de sus áreas de trabajo; esto es debido a que esta compañía es nueva en el mercado de seguridad.

3. ¿Recibió usted alguna capacitación por parte de la compañía “SESEVIPROP CIA. LTDA”?

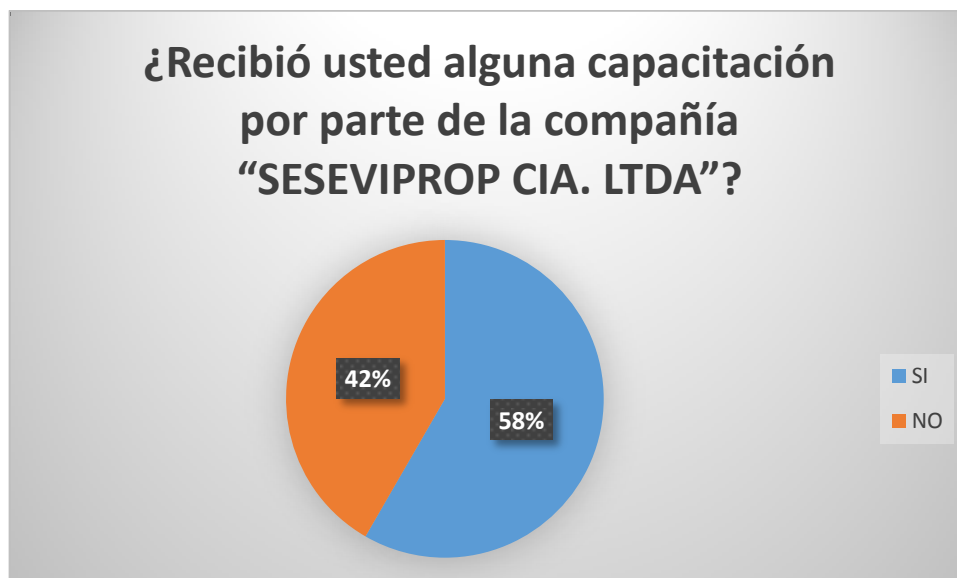
Tabla 7: Recibió usted alguna capacitación

EXPECTATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	58%
NO	5	42%
Total	12	100%

Fuente: Colaboradores de la compañía “SESEVIPROP CIA

Elaboración: Rolando Masabanda

Ilustración 3: Recibió usted alguna capacitación



Fuente: Colaboradores de la compañía “SESEVIPROP CIA LTDA”

Elaboración: Rolando Masabanda

Interpretación.- Del 100% de los colaboradores de la compañía el 58% de los mismos han manifestado que si han recibido una capacitación por parte de la compañía que es de gran importancia para un mejor desenvolvimiento según sus áreas de trabajo; mientras que un 42% declararon que no han recibido ninguna capacitación debido a que son personas con contratos eventuales.

4. ¿Cuenta la compañía “SESEVIPROP CIA. LTDA” con un manual de funciones?

Tabla 8: Cuenta con un manual de funciones

EXPECTATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	12	100%
Total	12	100%

Fuente: Colaboradores de la compañía “SESEVIPROP CIA
Elaboración: Rolando Masabanda

Ilustración 4: Cuenta con un manual de funciones



Fuente: Colaboradores de la compañía “SESEVIPROP CIA LTDA”
Elaboración: Rolando Masabanda

Interpretación.- Realizadas las encuestas nos demuestran que esta compañía no cuenta establecido con ningún manual de funciones que demuestre un documento de la descripción de las diferentes actividades que deben realizar en sus áreas o puestos de trabajo con el fin de conseguir los objetivos planteados por la compañía.

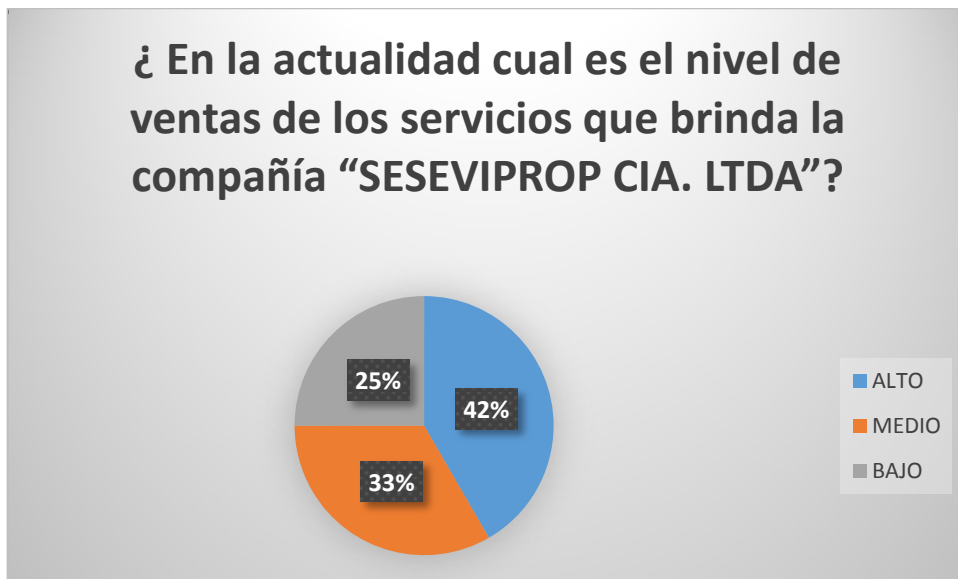
5. ¿En la actualidad cual es el nivel de ventas de los servicios que brinda la compañía “SESEVIPROP CIA. LTDA”?

Tabla 9: Cuál es el nivel de ventas

EXPECTATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTO	5	42%
MEDIO	4	33%
BAJO	3	25%
TOTAL	12	100%

Fuente: Colaboradores de la compañía “SESEVIPROP CIA
Elaboración: Rolando Masabanda

Ilustración 5: Cuál es el nivel de ventas



Fuente: Colaboradores de la compañía “SESEVIPROP CIA
Elaboración: Rolando Masabanda

Interpretación.- Del 100% de los encuestados nos demuestran en cuanto a los niveles de ventas que el 42% son altos, 33% son medios y el 25% son bajos; estos porcentajes se dan debido a que la compañía lleva poco tiempo en el mercado de la provincia de Bolívar; tiene un alto porcentaje en la ventas por lo que han realizados estrategias de forma empírica a conveniencia del cliente y de la compañía.

6. ¿Desde que usted ingresó a la compañía el gerente le especificó su actividad de trabajo?

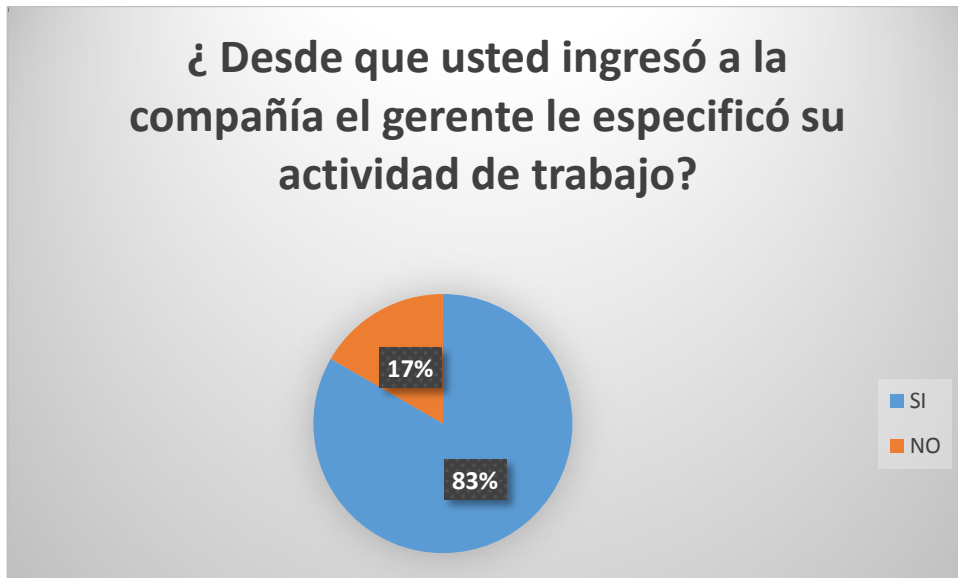
Tabla 10: Le especificó su actividad de trabajo

EXPECTATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	83%
NO	2	17%
Total	12	100%

Fuente: Colaboradores de la compañía “SESEVIPROP CIA

Elaboración: Rolando Masabanda

Ilustración 6: Le especificó su actividad de trabajo



Fuente: Colaboradores de la compañía “SESEVIPROP CIA

Elaboración: Rolando Masabanda

Interpretación.- Los colaboradores de “SESEVIPROP CIA LTDA” nos han mencionado que el 83% no ha tenido una inducción a cual sería su función específica en el área de trabajo para un mejor desenvolvimiento y posteriormente conseguir objetivos personales y de la compañía y el un 17% por lo que son parte o accionista de la empresa el cual conocen la razón de ser de la misma, por lo tanto conocen las funciones de cada uno de los departamentos.

7. ¿Se ha realizado un diagnóstico sobre la gestión administrativa de la compañía “SESEVIPROP CIA. LTDA”?

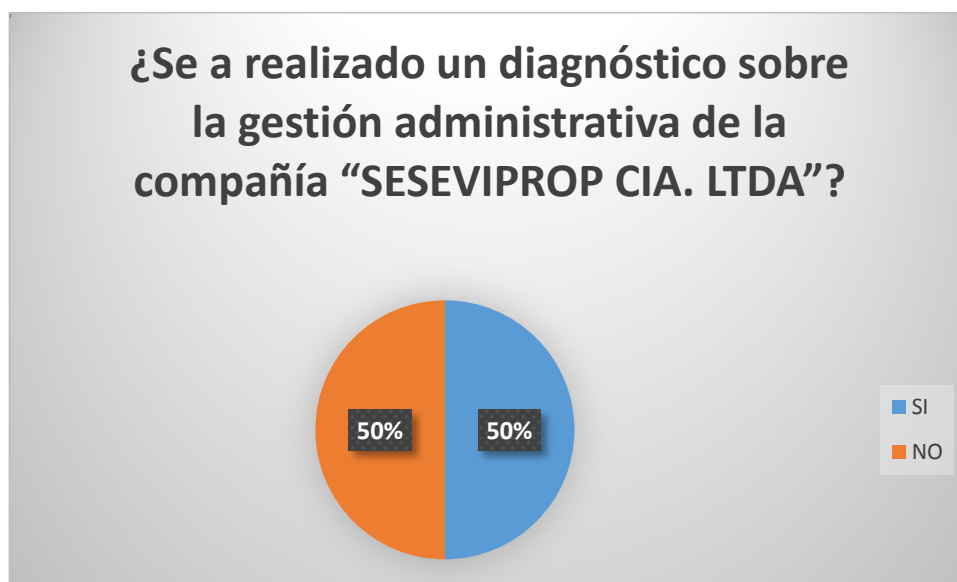
Tabla 11: Se ha realizado un diagnóstico sobre la gestión

EXPECTATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	50%
NO	6	50%
Total	12	100%

Fuente: Colaboradores de la compañía “SESEVIPROP CIA

Elaboración: Rolando Masabanda

Ilustración 7: Se ha realizado un diagnóstico sobre la gestión



Fuente: Colaboradores de la compañía “SESEVIPROP CIA

Elaboración: Rolando Masabanda

Interpretación.- El 50% de los colaboradores siendo los mismos accionistas nos demuestran que si se ha realizado un diagnóstico sobre la gestión administrativa de la compañía que detectan o saben que los problemas de esta compañía es que no cuenta con un plan estratégico que es una guía para lograr alcanzar las metas o objetivos planteados por los mismos; el 50% restante manifiestan que no ha realizado el diagnóstico por su desconocimiento del tema.

8. ¿La compañía “SESEVIPROP CIA. LTDA” mantiene guía instructivos para cada uno de los procesos que se debe seguir para cumplir con las actividades?

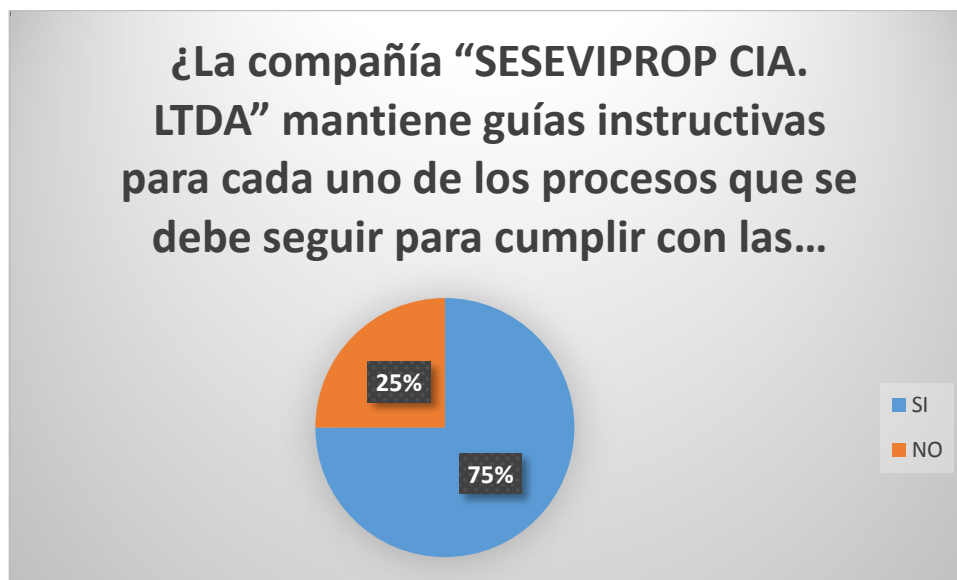
Tabla 12: “SESEVIPROP CIA. LTDA” mantiene guía instructivo

EXPECTATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	75%
NO	3	25%
Total	12	100%

Fuente: Colaboradores de la compañía “SESEVIPROP CIA

Elaboración: Rolando Masabanda

Ilustración 8: SESEVIPROP CIA. LTDA” mantiene guía instructivo



Fuente: Colaboradores de la compañía “SESEVIPROP CIA

Elaboración: Rolando Masabanda

Interpretación.- Del 100% de los encuestados, el 75% manifiestan que esta compañía al no contar con un manual de funciones manejan guías instructivas detalladas de forma simple para cada uno de los proceso que se deben seguir para cumplir con las actividades; pero estas guías no son tan de confianza por lo que algunas de estas no son de forma escrita sino que son ajustadas de acuerdo al tipo de trabajo y no como un manual de funciones y un 25% nos declaran que no cuenta con guías instructivos para cada uno de los procesos.

9. ¿Dentro de la compañía “SESEVIPROP CIA. LTD” hay claridad con respecto a las fortalezas y debilidades?

Tabla 13: Hay claridad con respecto a las fortalezas y debilidades

EXPECTATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	17%
NO	10	83%
Total	12	100%

Fuente: Colaboradores de la compañía “SESEVIPROP CIA

Elaboración: Rolando Masabanda

Ilustración 9: Hay claridad con respecto a las fortalezas y debilidades



Fuente: Colaboradores de la compañía “SESEVIPROP CIA

Elaboración: Rolando Masabanda

Interpretación.- Realizadas las encuestas un 83% del personal de la empresa de seguridad indican que no hay una claridad de la capacidad interna de la empresa debido a que no cuenta con una planificación estratégica donde contenga una matriz FODA bien definida especificando sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa; mientras que el 17% mencionan que si hay claridad en las misma debido a que son los accionista que realzan un análisis empíricamente.

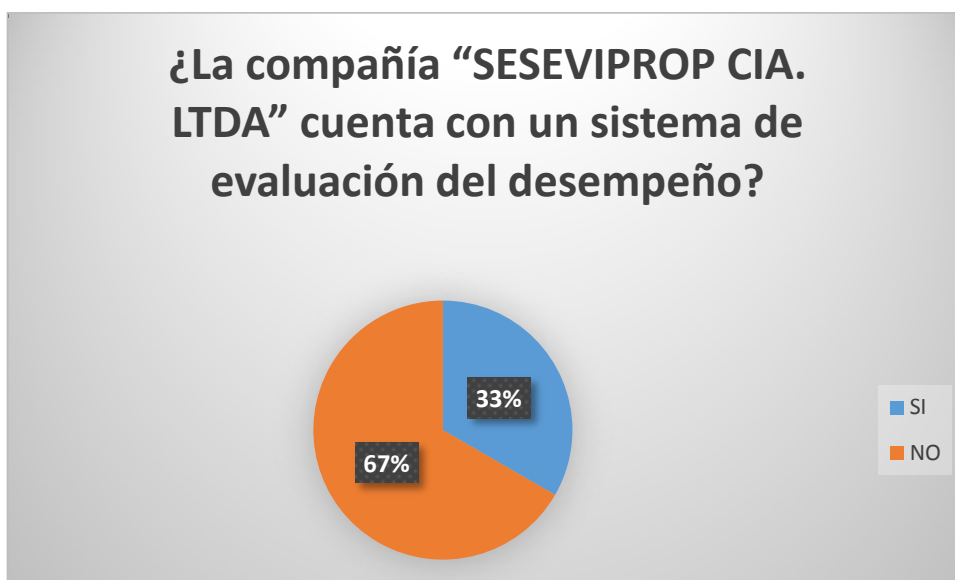
10. ¿La compañía “SESEVIPROP CIA. LTDA” cuenta con un sistema de evaluación del desempeño?

Tabla 14: Cuenta con un sistema de evaluación del desempeño

EXPECTATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	33%
NO	8	67%
Total	12	100%

Fuente: Colaboradores de la compañía “SESEVIPROP CIA
Elaboración: Rolando Masabanda

Ilustración 10: Cuenta con un sistema de evaluación del desempeño



Fuente: Colaboradores de la compañía “SESEVIPROP CIA
Elaboración: Rolando Masabanda

Interpretación.- Del 100% de los encuestados nos han manifestado que un 67% la compañía no cuenta con un sistema de evaluación de desempeño en donde se especifique el seguimiento y el cumplimiento de las obligaciones laborales de cada uno de los colaboradores y un 33% nos mencionan que si maneja una evaluación de desempeño, pero esta evaluación lo llevan de forma empírica sin tener un sistema de evaluación que garantice lograr los objetivos.

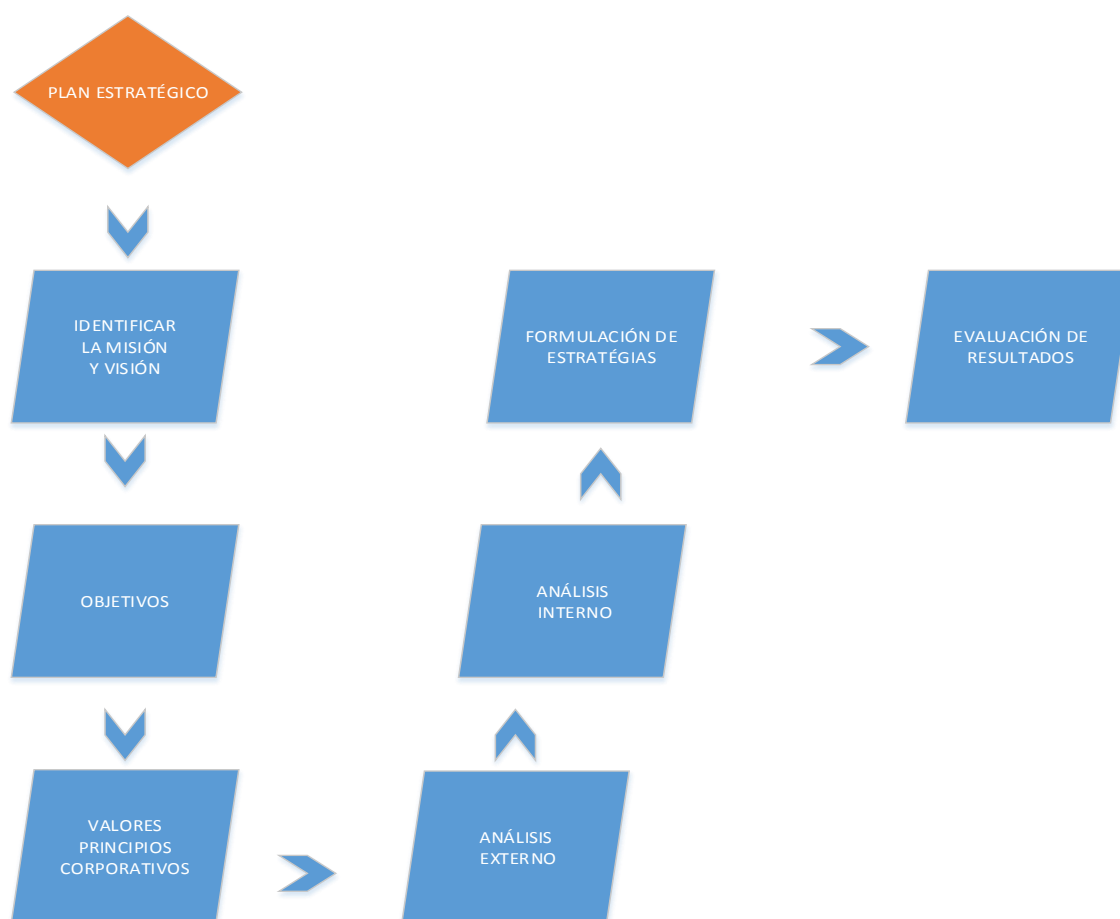
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 TITULO

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.

4.2 ESQUEMA DE LA PROPUESTA

Ilustración 11: Plan estratégico para la compañía “Seseviprop” Cía. Ltda.



Fuente: Investigación propia- “SESEVIPROP” CIA. LTDA
Elaborado por: Rolando Masabanda

4.3 REFERENTES DEL PLAN

Una vez descrito los soportes teóricos de los capítulos anteriores se dará a conocer el entorno de la compañía Servicios de seguridad, vigilancia, investigación y protección privada “SESEVIPROP” CÍA. LTDA; dando a conocer la situación actual en la que se encuentra la compañía aplicando un plan estratégico especificando sus ventajas y desventajas de forma interna y externa en el contexto de la compañía. Este análisis e implementación llevara a la compañía al fortalecimiento de sus actividad y obtener una mayor utilidad

4.3.1 Naturaleza de la empresa

Presentación de la empresa

SERVICIOS DE SEGURIDAD, VIGILANCIA, INVESTIGACIÓN Y PROTECCIÓN PRIVADA “SESEVIPROP” CIA. LTDA, es una empresa legalmente constituida bajo la figura de Responsabilidad Limitada, que cumple con todos los requerimientos exigidos por la Ley de Compañías para prestar servicios de seguridad privada, y fue aprobada por la Superintendencia de Compañías. La empresa tiene como domicilio principal la ciudad de Guaranda, siendo inscrita en el Registro Mercantil del Cantón Guaranda el 8 de Mayo del 2017 con el expediente N° 90198-2017, recibiendo su permiso de funcionamiento mediante el acuerdo Ministerial N° 1404 el 4 de septiembre del 2017. De igual manera, obtuvo la autorización de uso de armas emitido por el Ministerio de Defensa Nacional y el Comando Conjunto de Fuerzas Armadas con el código 2225567. La compañía inicio con un capital social de \$4,000.00. El objeto social de la compañía es: SERVICIOS DE SEGURIDAD, VIGILANCIA, INVESTIGACIÓN Y PROTECCIÓN PRIVADA “SESEVIPROP” CIA. LTDA, será en forma exclusiva la realización de actividades complementarias de vigilancia y seguridad a favor de personas naturales y jurídicas, instalaciones y bienes, contando para el efecto con la correspondiente autorización del Ministerio de Trabajo y Empleo en los términos previstos del artículo 3 del Mandato Constituyente No.8 y todos los demás que por disposición legal sean necesarios para el ejercicio de dicha actividad".

4.3.1.1 Misión y Visión

“SESEVIPROP” CIA. LTDA, es una compañía nueva en el mercado de seguridad por ende según las encuestas realizadas se verificó que no cuenta con una misión y visión definida para saber la realidad en la que se encuentra esta empresa y el perspectiva hacia dónde quiere llegar la misma; por lo que es esencial la elaboración de este plan estratégico.

4.3.1.2 Organigrama

Según (Sánchez, 2014) el organigrama es la representación gráfica de una organización. Indica el sistema de relaciones, funciones y responsabilidades existente en la misma.

En el organigrama se demuestra diferentes niveles, y para interpretarlo tenemos en cuenta lo siguiente:

Cada nivel está vinculado al grado de responsabilidad y de autoridad que la personas detentan en la organización.

A niveles más bajos corresponden menores cuotas de autoridad y responsabilidad.

Cuanto más alto sea el nivel la responsabilidad es mayor y de carácter de general.

La compañía “SESEVIPROP” CIA. LTDA, no tiene un organigrama constituido donde demuestre la estructura gráfica de las funciones de cada departamento de una empresa que es de ayuda para tener una elevada efectividad de labores en equipo evitando doblez de actividades en cada uno de las áreas.

4.4 DIAGNÓSTICO INTERNO

Según (Carrillo & Serra, 2005) el diagnóstico interno es la propuesta en evidencia de las fortalezas y debilidades de la empresa, de forma tal que le permitirá elegir las estrategias de que mejor se adapten a sus recursos y a sus capacidades. Para ello se utiliza múltiples métodos.

Para el direccionamiento de toda organización es primordial establecer un diagnóstico de las fortalezas y debilidades más primordiales con el fin de poder optimizar las especulaciones de un proceso administrativo utilizando las mejores alternativas que puedan solucionar los problemas de una entidad.

4.4.1 Planeación

Según (Luna , 2014) y Montana / Charnov planeación es describir como elegir un destino, evaluar meta, alternativas y decidir un camino específico. Es la terminación de los objetivos y elecciones de los cursos de acción para lograrlos con base en la investigación y elaboración de un esquema detallado que habrá de realizarse en el futuro.

El gerente de la compañía “SESEVIPROP” CIA. LTDA tiene un problema de no contar con una planificación estructurada que le permita lograr alcanzar los objetivos planteados por la misma, simplemente se verifica que esta empresa realizan las actividades con una planificación en forma empírica. En cuanto al crecimiento de la aseguradora en base de las utilidades, las ventas han sido un parámetro que conduce para poder llegar a cubrir las metas propuestas.

Al no tener expuesto una planeación a los colaboradores de la empresa tendrán un desorden en el trabajo en equipo existiendo un individualismo que hace que no logren cumplir con los mismos objetivos que la empresa en general lo desea lograr. Y al mismo tiempo tendrá dificultad de no poder dar una respuesta inmediata a los posibles cambios en el mercado que se generan en el ámbito de seguridad y frente a la economía del mismo.

“SESEVIPROP” CIA. LTDA por lo ya mencionado debe desarrollar una planificación donde detalle el futuro que quiere tener la misma.

4.5 ANÁLISIS FODA

Según (Martinez & Gutiérrez, 2012) el análisis FODA resume los aspectos clave de un análisis del entorno de una actividad empresarial (perspectiva externa) y de la capacidad estratégica de una organización (perspectiva interna).

FODA es la sigla usada para referirse a una herramienta analítica que permite trabajar con toda la información relativa del negocio, útil para examinar sus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

Foda o también conocida como DAFO es una herramienta que permite analizar la situación interna que es la capacidad estratégica de una organización y externa que es el entorno de un labor empresarial; para poder solucionar los problemas existentes aplicando las estrategias más convenientes y con ello cumplir cada uno de los objetivos establecidos.

Perfil de capacidad interna (PCI)

Tabla 15: Diagnóstico Interno

CAPACIDADES	Fortaleza			Debilidad			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
CAPACIDAD DIRECTIVA									
Habilidad para manejar la inflación									
No contar con un plan estratégico				X			X		
Agresividad para enfrentar la competencia									
Agilidad en procesos de contratación	X							X	
Contratación empírica					X			X	
Orientación empresarial									
Poca capacitación de supervisores					X		X		
Falta de supervisión y control de los colaboradores				X				X	
Evaluación de gestión									
Falta de disponibilidad de estrategias				X			X		
CAPACIDAD COMPETITIVA									
Buena ubicación de las instalaciones de la compañía	X						X		
Uso de la curva de experiencia									
Garantía en la presentación de los servicios		X						X	
Ventajas sacadas del potencial del crecimiento									
Porcentaje menor en los contratos de servicios frente a la competencia					X		X		

CAPACIDAD FINANCIERA									
Falta de gestión en cobros						X		X	
Habilidad para mantener el esfuerzo ante la demanda cíclica.									
Elasticidad de la demanda con respecto a los precios									
CAPACIDAD TECNOLÓGICA									
Vehículos con equipamientos adecuados para brindar un excelente servicio	X							X	
Economía de escala									
Falta de tecnología para el control de horarios de entrada y salida						X			X
Sistema de seguridad	X							X	
Nivel de coordinación e integración con otras áreas									
Equipos adecuados para la seguridad	X							X	
Fuerza de patentes y procesos									
CAPACIDAD TALENTO HUMANO									
Principios y valores básicos en su trabajo como la honestidad y responsabilidad	X							X	
Accidentabilidad									
Capacitación adecuada		X							X

Fuente: Planificación estratégica (SERNA)

Elaborado por: Masabanda Rolando

DIAGNÓSTICO EXETRNO PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS EN EL MEDIO (POAM)

Tabla 16: Diagnóstico externo perfil de oportunidades y amenazas en el medio

FACTORES	Oportunidades			Amenazas			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
ECONÓMICOS									
Inversión política									
Incremento de costo en adquisición de herramientas de seguridad				X			X		
Oferta accesible	X						X		
PIB									
Inestabilidad económica en el país					X			X	
Bajos ingresos de clientes				X			X		
POLÍTICOS									
Apoyo de las autoridades para compañías de seguridad	X						X		
Impositivas									
Cambios constantes por parte del Estado en las leyes de seguridad				X			X		
El congreso									
Prohibición de fabricación de armas				X			X		
SOCIALES									
Tasa de natalidad									
Variedad de servicios	X						X		
Colaboradores con nivel de instrucción bajo					X			X	
Competencia con mayor renombre y experiencia en el ámbito de seguridad				X			X		
Nivel delincencial alto en el país	X						X		

Clientes confiables	X						X		
TECNOLÓGICOS									
Automatización									
Contar con la herramienta del internet que permita hacer publicidad	X						X		
Flexibilidad de procesos									
Acceso a nuevas tecnologías	X						X		
GEORGRÁFICOS									
Mercado amplio	X						X		
Clima									
Clientes orientados a contar con un departamento de seguridad en sus instalaciones				X			X		

Fuente: Planificación estratégica (SERNA)

Elaborado por: Masabanda

Tabla 17: Fortalezas de la "SESERVIPROP CIA. LTDA”

FORTALEZAS DE LA “SESEVIPROP” CIA. LTDA	Principios y valores básicos en su trabajo como la honestidad y responsabilidad
	Sistemas de seguridad
	Vehículos con equipamientos adecuados para brindar un excelente servicio
	Buena ubicación de las instalaciones de la compañía
	Agilidad en procesos de contratación
	Garantía en la presentación de los servicios
	Equipos adecuados para la seguridad
	Capacitación adecuada

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masabanda Rolando

Tabla 18: Debilidades de la "SESERVIPROP CIA. LTDA”

DEBILIDADES DE LA “SESEVIPROP” CIA. LTDA	No contar con un plan estratégico
	Falta de disponibilidad de estrategias
	Falta de gestión en cobros
	Falta de supervisión y control de los colaboradores
	Falta de tecnología para el control de horarios de entrada y salida
	Poca capacitación de supervisores
	Contratación empírica
	Porcentaje menor en los contratos de servicios frente a la competencia

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masabanda Rolando

Tabla 19: Oportunidades de la "SESERVIPROP CIA. LTDA"

OPORTUNIDADES DE LA "SESEVIPROP" CIA. LTDA	Variedad de servicios
	Contar con la herramienta del internet que permita hacer publicidad
	Nivel delincencial alto en el país
	Mercado amplio
	Clientes confiables
	Apoyo de las autoridades para compañías de seguridad
	Ofertas accesibles
	Acceso a nuevas tecnologías

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masabanda

Tabla 20: Amenazas de la "SESERVIPROP CIA. LTDA"

AMENAZAS DE LA "SESEVIPROP" CIA. LTDA	Cambios constantes por parte del Estado en las leyes de seguridad
	Competencia con mayor renombre y experiencia en el ámbito de seguridad
	Prohibición de fabricación de armas
	Incremento de costo en adquisición de herramientas de seguridad
	Colaboradores con nivel de instrucción bajo
	Bajos ingresos de clientes
	Inestabilidad económica en el país
	Clientes orientados a contar con un departamento de seguridad en sus instalaciones

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masabanda Rolando

**ANÁLISIS DIAGRAMA DE PARETO 20/80 DEL ANÁLISIS INTERNO
PONDERACIONES**

ALTO: 3

MEDIO: 2

BAJO: 1

Tabla 21: Ponderación de la debilidas

DEBILIDADES	IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
No contar con un plan estratégico	3		
Falta de disponibilidad de estrategias	3		
Falta de gestión en cobros	3		
Falta de supervisión y control de los colaboradores		2	
Falta de tecnología para el control de horarios de entrada y salida		2	
Poca capacitación de supervisores	3		
Contratación empírica		2	
Porcentaje menor en los contratos de servicios frente a la competencia	3		

Fuente: (Ramírez, 2012)

Elaborado por: Masabanda Rolando

ANÁLISIS DIAGRAMA DE PARETO 20/80 DEL ANÁLISIS EXTERNO

Tabla 22: Ponderación de las amenazas

AMENZAS	IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Cambios constantes por parte de Estado en la leyes de seguridad	3		
Competencia con mayor renombre y experiencia en el ámbito de seguridad	3		
Prohibición de fabricación de armas	3		
Incremento de costo en adquisición de herramientas de seguridad	3		
Colaboradores con nivel de instrucción bajo		2	
Bajos ingresos de clientes	3		
Inestabilidad económica en el país		2	
Clientes orientados a contar con un departamento de seguridad en sus instalaciones	3		

Fuente: (Ramírez, 2012)

Elaborado por: Masabanda Rolando

PONDERACIONES

ALTO: 3

MEDIO: 2

BAJO: 1

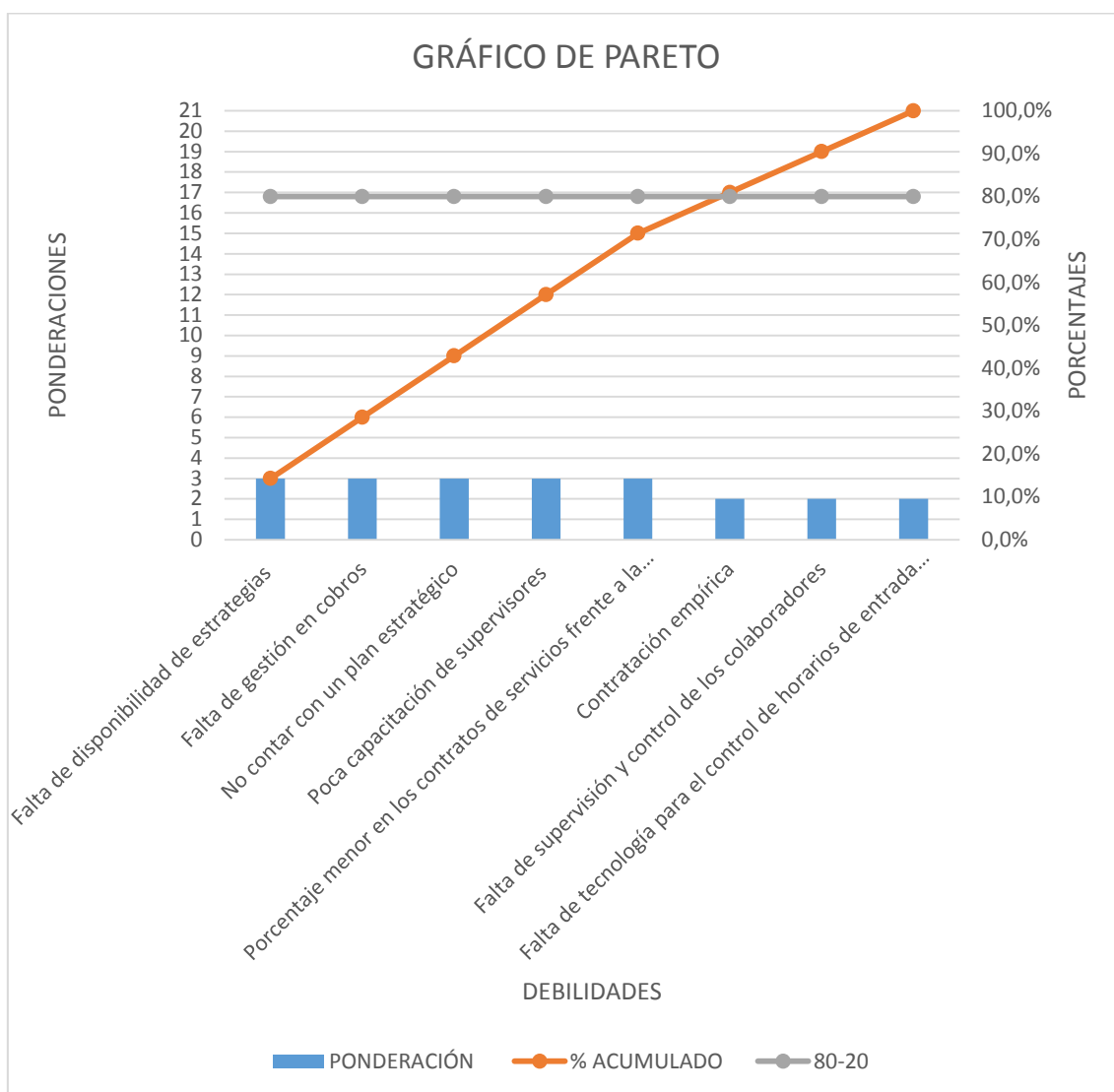
Tabla 23:Matríz de ponderación de debilidades

DEBILDADES	PONDERACIÓN	%	P.ACUMULADA	% ACUMULADO	80-20
Falta de disponibilidad de estrategias	3	14,3%	3	14,3%	80%
Falta de gestión en cobros	3	14,3%	6	28,6%	80%
No contar con un plan estratégico	3	14,3%	9	42,9%	80%
Poca capacitación de supervisores	3	14,3%	12	57,1%	80%
Porcentaje menor en los contratos de servicios frente a la competencia	3	14,3%	15	71,4%	80%
Contratación empírica	2	9,5%	17	81,0%	80%
Falta de supervisión y control de los colaboradores	2	9,5%	19	90,5%	80%
Falta de tecnología para el control de horarios de entrada y salida	2	9,5%	21	100,0%	80%
TOTAL	21	100%			

Fuente: (Kume, 1992)

Elaborado por: Masabanda Rolando

Ilustración 12: Gráfico de pareto de debilidades



Fuente: Matriz de debilidades

Elaborado por: Masabanda Rolando

ANÁLISIS DEL DIAGRAMA DE PARETO

Elaborado el diagrama de Pareto con sus principios 20/80 significando esto que el 20 corresponde a pocos vitales y el 80 a muchos triviales; en cuanto al diagrama de las debilidades se verifica que la 6 primeras debilidades correspondientes al 80% que influye de forma interna en la compañía; por lo tanto deben poner más énfasis en estos problemas para poder contrarrestar los efectos.

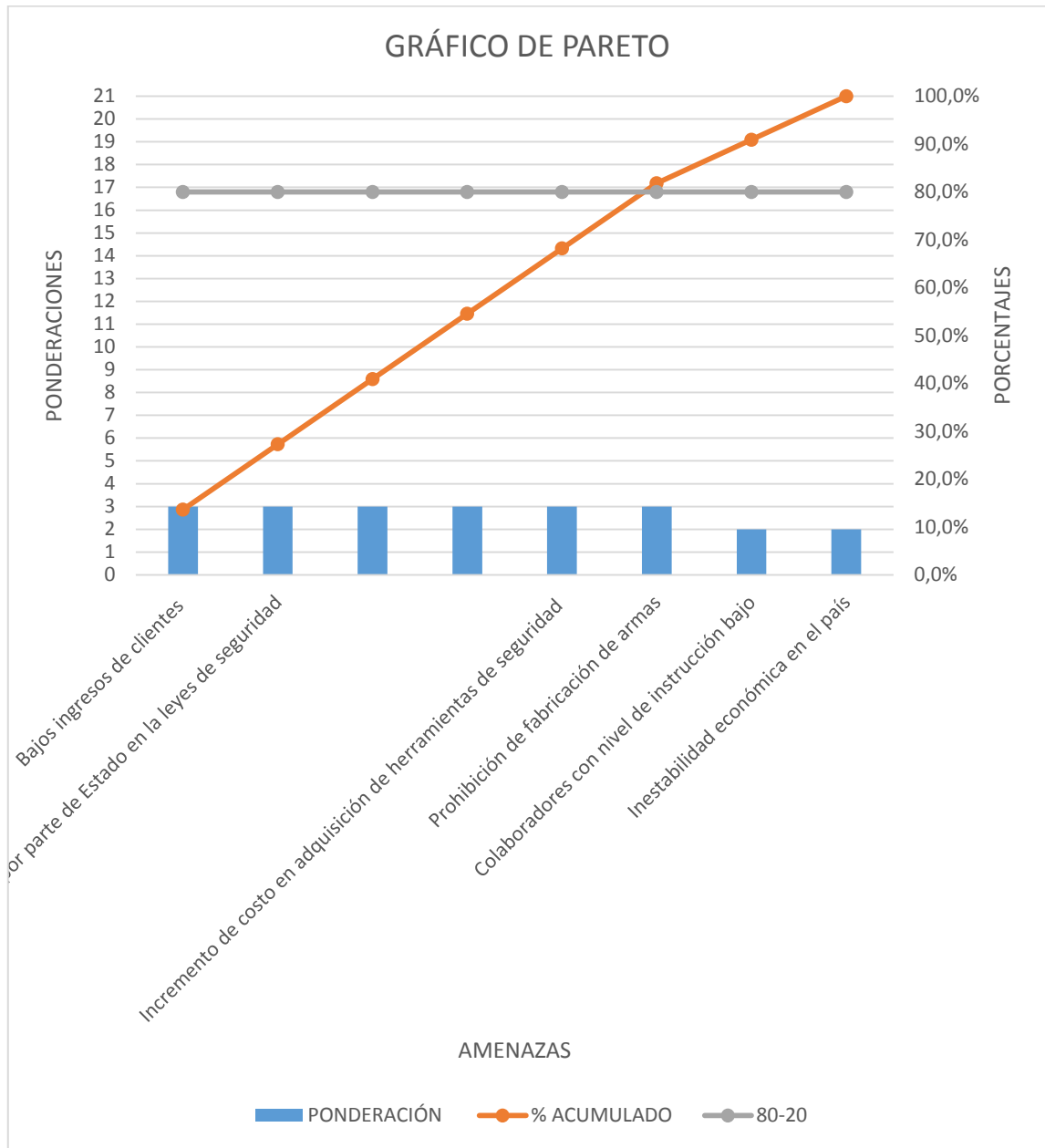
Tabla 24: Matriz de ponderación de amenazas

AMENAZAS	PONDERACIÓN	%	P.ACUMULADA	% ACUMULADO	80-20
Bajos ingresos de clientes	3	13,6%	3	13,6%	80%
Cambios constantes por parte de Estado en la leyes de seguridad	3	13,6%	6	27,3%	80%
Clientes orientados a contar con un departamento de seguridad en sus instalaciones	3	13,6%	9	40,9%	80%
Competencia con mayor renombre y experiencia en el ámbito de seguridad	3	13,6%	12	54,5%	80%
Incremento de costo en adquisición de herramientas de seguridad	3	13,6%	15	68,2%	80%
Prohibición de fabricación de armas	3	13,6%	18	81,8%	80%
Colaboradores con nivel de instrucción bajo	2	9,1%	20	90,9%	80%
Inestabilidad económica en el país	2	9,1%	22	100,0%	80%
TOTAL	22	100%			

Fuente: (Kume, 1992)

Elaborado por: Masabanda Rolando

Ilustración 13: Gráfico de pareto de amenazas



Fuente: Matriz de amenazas

Elaborado por: Masabanda Rolando

ANÁLISIS DEL DIAGRAMA DE PARETO

Teniendo en cuenta los principios 20/80; en cuanto al diagrama de las amenazas se verifica que en las 6 primeras amenazas corresponden al 80% que influye de forma externa de la compañía; por lo tanto deben poner más prioridad en estos problemas para lograr alcanzar los objetivos planteados de la empresa.

4.6 MATRIZ FODA

Tabla 25: Matriz FODA

<p>FACTORES</p> <p>FACTORES</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Principios y valores básicos en su trabajo como la honestidad y responsabilidad • Sistemas de seguridad • Vehículos con equipamientos adecuados para brindar un excelente servicio • Buena ubicación de las instalaciones de la compañía • Agilidad en procesos de contratación • Garantía en la presentación de los servicios • Equipos adecuados para la seguridad • Capacitación adecuada 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • No contar con un plan estratégico • Falta de disponibilidad de estrategias • Falta de gestión en cobros • Falta de supervisión y control de los colaboradores • Falta de tecnología para el control de horarios de entrada y salida • Poca capacitación de supervisores • Contratación empírica • Porcentaje menor en los contratos de servicios frente a la competencia
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variedad de servicios • Contar con la herramienta del internet que permita hacer publicidad • Nivel delincencial alto en el país • Mercado amplio • Clientes confiables • Apoyo de las autoridades para compañías de seguridad • Ofertas accesibles 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA FO</p> <p>Aplicar un sistema de capacitaciones en todas las áreas de la empresa con el fin de obtener clientes más confiables.</p> <p>Contar con equipos adecuados de seguridad para poder aprovechar nuevos mercados.</p> <p>Plantear nuevos sistemas de seguridad para poder reducir los problemas de nuestros</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA DO</p> <p>Elaborar una planificación estratégica para perfeccionar cada uno de los departamentos de la compañía para brindar una seguridad confiable.</p> <p>Realizar un sistema de control y supervisión a los colaboradores aprovechando nuevas tecnologías.</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a nuevas tecnologías 	<p>clientes frente a la delincuencia.</p>	
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cambios constantes por parte de Estado en la leyes de seguridad • Competencia con mayor renombre y experiencia en el ámbito de seguridad • Prohibición de fabricación de armas • Incremento de costo en adquisición de herramientas de seguridad • Colaboradores con nivel de instrucción bajo • Bajos ingresos de clientes • Inestabilidad económica en el país • Clientes orientados a contar con un departamento de seguridad en sus instalaciones 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA FA</p> <p>Incrementar mayor garantía en la prestación de servicios con el fin de estar al nivel de la competencia.</p> <p>Aplicar los principios y valores dentro de la compañía sin corromper las normas y las leyes establecidas por el estado en cuanto a la manipulación de armas.</p> <p>Actualizar de forma continua los equipos de seguridad para contrarrestar los posibles cambios del Estado en leyes de seguridad.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA DA</p> <p>Cambiar la forma de contratación con el fin de poder tener colaboradores con niveles de instrucciones altos.</p>

Fuente: (Valdés, 2005)

Elaborado por: Masabanda Rolando.

4.7 ESTRATEGIAS CORPORATIVAS

1. Aplicar un sistema de capacitaciones en todas las áreas de la empresa con el fin de obtener fidelidad de clientes.
2. Contar con equipos adecuados de seguridad para poder aprovechar nuevos mercados.
3. Plantear nuevos sistemas de seguridad para poder reducir los problemas de nuestros clientes frente a la delincuencia.
4. Incrementar mayor garantía en la prestación de servicios con el fin de estar al nivel de la competencia.
5. Aplicar los principios y valores dentro de la compañía sin corromper las normas y las leyes establecidas por el estado en cuanto a la manipulación de armas.
6. Actualizar de forma continua los equipos de seguridad para contrarrestar los posibles cambios del Estado en leyes de seguridad.
7. Elaborar una planificación estratégica para perfeccionar cada uno de los departamentos de la compañía para brindar una seguridad confiable.
8. Realizar un sistema de control y supervisión a los colaboradores aprovechando nuevas tecnologías.

4.8 ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO

Una vez realizado el análisis interno y externo de la compañía “SESEVIPROP” CIA. LTDA, se logró hallar las estrategias más relevantes que incurre dentro de la empresa de seguridad, el mismo que cederá realizar un alineamiento estratégico.

Tabla 26: Alineamiento Estratégico

ESTRATEGIA	N°	PROYECTOS	UNIDAD RESPONSABLE	ÁMBITO GEOGRÁFICO	INDICADORES DE GESTIÓN
Aplicar un sistema de capacitaciones en todas las áreas de la empresa con el fin de obtener clientes más confiables	P1	Sistema de capacitación a los colaboradores	Administrativo	Seguridad	Informes de capacitación
	P2	Realizar un sistema de marketing para obtener clientes confiables	Gerencia	Seguridad	Clientes confiables
Contar con equipos adecuados de seguridad para poder aprovechar nuevos mercados.	P1	Realizar compra de equipos de seguridad	Gerencia	Seguridad	Equipos
	P2	Determinación de la demanda con el propósito de obtener clientes	Gerencia	Seguridad	Informe de resultado
Plantear nuevos sistemas de seguridad para poder reducir los problemas de nuestros clientes frente a la delincuencia.	P1	Implementación de sistemas de seguridad	Gerencia	Seguridad	Sistema de seguridad
	P2	Establecer estrategias para enfrentar a la delincuencia	Gerencia	Seguridad	Informe de estrategias
Incrementar mayor garantía en la prestación de	P1	Dar seguimiento en la prestación de	Gerencia	Seguridad	Informe de seguimiento

servicios con el fin de estar al nivel de la competencia.		servicio de nuestros colaboradores			
	P2	Análisis de la competencia de seguridad de la ciudad de Guaranda	Gerencia	Seguridad	Informe de seguridad
Aplicar los principios y valores dentro de la compañía sin corromper las normas y las leyes establecidas por el estado en cuanto a la manipulación de armas.	P1	Establecer valores y principios que cumplan los colaboradores	Gerencia	Seguridad	Informe de cumplimiento
	P2	Cumplir con las leyes establecidas por el estado en cuanto a la manipulación de armas	Dirección de operación	Seguridad	Informe de cumplimiento de leyes
Actualizar de forma continua los equipos de seguridad para contrarrestar los posibles cambios del Estado en leyes de seguridad.	P1	Programa de actualización en equipos de seguridad	Gerencia	Seguridad	Informe de programas
	P2	Implementarse con las leyes acorde con las establecidas en el Estado	Gerencia	Seguridad	Informe de normas y reglas
Elaborar una planificación estratégica para perfeccionar cada uno de los departamentos de la	P1	Elaboración del plan estratégico	Gerencia	Seguridad	Plan estratégico
	P2	Dar seguimiento a los colaboradores	Dirección de operaciones	Seguridad	Informe de seguimiento

compañía para brindar una seguridad confiable.		para que brinde un servicio de calidad			
Realizar un sistema de control y supervisión a los colaboradores aprovechando nuevas tecnologías.	P1	Estudio de nuevas tecnologías de seguridad	Dirección de Riesgos	Seguridad	Informe de estudio
	P2	Establecer un sistema de control a los colaboradores	Gerencia	Seguridad	Informe de control de personal
Cambiar la forma de contratación con el fin de poder tener colaboradores con niveles de instrucciones altos.	P1	Elaborar un manual de reclutamiento de personal	Gerencia RR-HH	Seguridad	Manual de reclutamiento
	P2	Reclutamiento de personal idóneo al puesto	RR-HH	Seguridad	Plantilla de reclutamiento

Fuente: Matriz FODA

Elaborado por: Masabanda Rolando

4.9 PRESUPUESTO

Tabla 27: Presupuesto

N°	PROYECTOS	PRESUPUESTO			TOTAL
		TALENTO HUMANO	MATERIAL	TECNOLÓGICO	
1	Sistema de capacitación a los colaboradores	\$ 200,00	\$ 50,00	\$ 20,00	\$ 270,00
2	Realizar un sistema de marketing para obtener clientes confiables	\$ 100,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 200,00
3	Realizar compra de equipos de seguridad	\$ 30,00	\$ 20,00	\$ 300,00	\$ 350,00
4	Determinación de la demanda con el propósito de obtener clientes	\$ 50,00	\$ 20,00	\$ 30,00	\$ 100,00
5	Implementación de sistemas de seguridad	\$ 30,00	\$ 20,00	\$ 200,00	\$ 250,00
6	Establecer estrategias para enfrentar a la delincuencia	\$ 30,00	\$ 20,00	\$ 50,00	\$ 100,00
7	Dar seguimiento en la prestación de servicio de nuestros colaboradores	\$ 50,00	\$ 20,00	\$ 30,00	\$ 100,00
8	Análisis de la competencia de seguridad de la ciudad de Guaranda	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 20,00	\$ 120,00
9	Establecer valores y principios que cumplan los colaboradores	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 60,00

10	Cumplir con las leyes establecidas por el estado en cuanto a la manipulación de armas	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 10,00	\$ 50,00
11	Programa de actualización en equipos de seguridad	\$ 30,00	\$ 20,00	\$ 50,00	\$ 100,00
12	Implementarse con las leyes acorde con las establecidas en el Estado	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 10,00	\$ 50,00
13	Elaboración del plan estratégico	\$ 200,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 280,00
14	Dar seguimiento a los colaboradores para que brinde un servicio de calidad	\$ 50,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 90,00
15	Estudio de nuevas tecnologías de seguridad	\$ 100,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 180,00
16	Establecer un sistema de control a los colaboradores	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 100,00	\$ 160,00
17	Elaborar un manual de reclutamiento de personal	\$ 100,00	\$ 50,00	\$ 30,00	\$ 180,00
18	Reclutamiento de personal idóneo al puesto	\$ 50,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 90,00
TOTAL PRESUPUESTO		\$ 1.160,00	\$ 530,00	\$ 1.040,00	\$ 2.730,00

Fuente: COMPAÑIA "SESEVIPROP" CIA. LTDA

Elaborado por: Masabanda Rolando

4.10 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN DE PROYECTOS

Tabla 28: Cronograma de ejecución de proyectos

N°	PROYECTOS	MESES											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Sistema de capacitación a los colaboradores		X		X		X			X			
2	Realizar un sistema de marketing para obtener clientes confiables	X			X				X				
3	Realizar compra de equipos de seguridad	X					X					X	
4	Determinación de la demanda con el propósito de obtener clientes	X						X					
5	Implementación de sistemas de seguridad	X				X				X			
6	Establecer estrategias para enfrentar a la delincuencia	X		X		X		X		X		X	
7	Dar seguimiento en la prestación de servicio de nuestros colaboradores	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	
8	Análisis de la competencia de seguridad de lo ciudad de Guaranda	X		X				X				X	
9	Establecer valores y principios que cumplan los colaboradores		X		X				X		X		
10	Cumplir con las leyes establecidas por el estado en cuanto a la manipulación de armas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

11	Programa de actualización en equipos de seguridad			X		X		X			X		
12	Implementarse con las leyes acorde con las establecidas en el Estado	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
13	Elaboración del plan estratégico	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
14	Dar seguimiento a los colaboradores para que brinde un servicio de calidad	X			X			X			X		
15	Estudio de nuevas tecnologías de seguridad		X			X				X			
16	Establecer un sistema de control a los colaboradores		X			X			X				
17	Elaborar un manual de reclutamiento de personal		X										
18	Reclutamiento de personal idóneo al puesto		X										

Fuente: COMPAÑIA "SESEVIPROP" CIA. LTDA

Elaborado por: Masabanda Rolando

4.11 MATRIZ DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA CUANTITATIVA (MPEC)

PA= Puntuación del grado de atractivo

PTA= Puntuación del grado de atractivo

ESCALA DEL GRADO DE ATRACTIVO: 1= No atractivo - 2= Poco atractivo - 3= Razonablemente atractivo - 4= muy atractivo

Tabla 29: Matriz de planeación estratégica cuantitativa (MPEC)

N°	FACTORES CLAVES		ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS							
			Elaborar una planificación estratégica para perfeccionar cada uno de los departamentos de la compañía con el fin de brindar una seguridad confiable.	Aplicar un sistema de capacitaciones en todas las áreas de empresa con el fin de obtener clientes confiables	Incrementar mayor garantía en la presentación de servicios con el fin de estar al nivel de la competencia.	Cambiar la forma de contratación con el fin de poder tener colaboradores con niveles de instrucciones altos.				
			FACTORES EXTERNOS							
	PA	PTA	PA	PTA	PA	PTA	PA	PTA		
	OPORTUNIDADES									
O1	Variedad de servicios	0,03	2	0,06	3	0,09	2	0,06		0

O2	Contar con la herramienta del internet que permita hacer publicidad	0,05	3	0,15	3	0,15	1	0,05	1	0,05
O3	Nivel delincencial alto en el país	0,07	3	0,21	0	0		0		0
O4	Mercado amplio	0,05	3	0,15	2	0,1	3	0,15		0
O5	Clientes confiables	0,06	3	0,18	3	0,18	3	0,18	1	0,06
O6	Apoyo de las autoridades para compañías de seguridad	0,05	2	0,1	1	0,05	1	0,05	2	0,1
O7	Ofertas accesibles	0,03	2	0,06	0	0	2	0,06		0
O8	Acceso a nuevas tecnologías	0,07	3	0,21	3	0,21	3	0,21	1	0,07
AMENAZAS										
A1	Cambios constantes por parte de Estado en la leyes de seguridad	0,08	3	0,24	3	0,24	2	0,16	1	0,08

A2	Competencia con mayor renombre y experiencia en el ámbito de seguridad	0,05	3	0,15	3	0,15	2	0,1	3	0,15
A3	Prohibición de fabricación de armas	0,08	2	0,16	2	0,16	1	0,08		0
A4	Incremento de costo en adquisición de herramientas de seguridad	0,07	2	0,14	0	0		0		0
A5	Colaboradores con nivel de instrucción bajo	0,08	3	0,24	3	0,24	1	0,08	3	0,24
A6	Bajos ingresos de clientes	0,08	0	0		0		0		0
A7	Inestabilidad económica en el país	0,07	2	0,14	0	0	1	0,07	2	0,14
A8	Clientes orientados a contar con un departamento de seguridad en sus instalaciones	0,08	3	0,24	2	0,16	3	0,24	2	0,16
		1								

FACTORES INTERNOS										
FORTALEZAS										
F1	Principios y valores básicos en su trabajo como la honestidad y responsabilidad	0,07	2	0,14	2	0,14	1	0,07	1	0,07
F2	Sistemas de seguridad	0,08	3	0,24	3	0,24	3	0,24	1	0,08
F3	Vehículos con equipamientos adecuados para brindar un excelente servicio	0,06	2	0,12	1	0,06	2	0,12		0
F4	Buena ubicación de las instalaciones de la compañía	0,05	2	0,1	2	0,1		0		0
F5	Agilidad en procesos de contratación	0,04	2	0,08	3	0,12	2	0,08	3	0,12
F6	Garantía en la presentación de los servicios	0,05	3	0,15	2,2	0,11	3	0,15	1	0,05
F7	Equipos adecuados para la seguridad	0,07	3	0,21	4	0,28	3	0,21	2	0,14
F8	Capacitación adecuada	0,06	3	0,18	4	0,24	2	0,12	3	0,18
DEBILIDADES				0		0		0		0
D1	No contar con un plan estratégico	0,1	4	0,4	4	0,4		0		0

D2	Falta de disponibilidad de estrategias	0,1	4	0,4	4	0,4	1	0,1	1	0,1
D3	Falta de gestión en cobros	0,05	1	0,05	1	0,05		0		0
D4	Falta de supervisión y control de los colaboradores	0,06	3	0,18	4	0,24		0		0
D5	Falta de tecnología para el control de horarios de entrada y salida	0,05	2,8	0,14	2	0,1	1	0,05		0
D6	Poca capacitación de supervisores	0,06	3	0,18	4	0,24	1	0,06	2	0,12
D7	Contratación empírica	0,06	4	0,24	2	0,12	1	0,06	4	0,24
D8	Porcentaje menor en los contratos de servicios frente a la competencia	0,04	3	0,12	2	0,08	1	0,04	3	0,12
		1								
	PUNTAJE	2		5,30		4,65		2,79		2,27

Fuente: Libro Concepto de Administración Estratégica (David Fred.)

Elaborado por: Masabanda Rolando

4.12 DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO

Según (Alvarez, 2006) el diseño del plan estratégico es la primera fase de la elaboración del plan estratégico y responde a la pregunta ¿Qué debe hacer la organización para incrementar su nivel de competitividad, de rentabilidad, y su participación en el mercado? Esta pregunta se responde después de un análisis concienzudo del equipo directivo respecto a la situación actual de la organización y después de haber analizado lo que sucede dentro y fuera de la organización (medio ambiente interno y medio ambiente externo).

El diseño del plan estratégico son los primeros pasos donde se realizan diversas preguntas para conocer las situación actual y futura que tiene una organización, tomando en cuenta los factores internos y externos de la misma para un mejor desenvolvimiento dentro del mercado.

La planificación consta en responder las siguientes preguntas para el desarrollo del plan:

¿Dónde queremos ir?

A ser una compañía líder en seguridad local y nacional, prestando servicio de seguridad, vigilancia y protección privada empleando tecnología de punta con estándares de calidad.

¿Dónde estamos hoy?

En la provincia de Bolívar, Cantón Guaranda.

¿ A dónde debemos ir?

A prestar servicios de seguridad, vigilancia y protección privada en el mercado local y nacional.

¿A dónde podemos ir?

A ser una compañía de seguridad prestando servicios con tecnología actualizada y con una calidad humana calificada.

¿A dónde iremos?

A la solución de los problemas de los clientes en cuanto al servicios de seguridad con el fin de que tenga satisfacción los mismos.

¿Cómo estamos llegando a nuestras metas?

Brindando servicios de seguridad, vigilancia y protección privada con estándares de calidad y tecnologías de punta.

El plan estratégico de la compañía de servicios de seguridad, vigilancia, investigación y protección privada “SESEVIPROP” CIA. LTDA, contará con el siguiente direccionamiento:

Misión

Visión

Valores corporativos

Organigrama

Flujo grama

Marco estratégico

Políticas generales

4.12.1 Direccionamiento estratégico

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

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

4.13 IDENTIFICAR LA MISIÓN Y VISIÓN

4.13.1 Misión

Según (Mantilla, 2011) la misión es el medio que conduce al lugar que se desea alcanzar la visión y para que dicho enunciado sea efectivo debería definir la siguiente tríada de elementos:

El cliente

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

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

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

¿Por qué existe la empresa?

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

¿Cuál es su negocio?

Ofertar seguridad, vigilancia y protección privada

¿Cuáles son sus objetivos?

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

¿Cuáles son sus clientes?

Mercado local y nacional.

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

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

¿Cuál es su responsabilidad social?

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

MISIÓN

Somos una compañía de seguridad, vigilancia y protección privada encargados de ofrecer servicios de calidad de forma eficiente dentro del mercado local y nacional, con empleados capacitados para cumplir el trabajo de cada una de las áreas designadas, satisfaciendo las necesidades de los clientes y otorgando bienestar de nuestros colaboradores.

4.13.2 Visión

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

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

¿Qué quiere ser la empresa?

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

¿Qué hace la empresa?

Brindar servicios de seguridad, vigilancia y protección privada

¿Para quién lo hace?

Para los mercados locales y nacionales.

¿Con que lo hace?

Con personales capacitados en el ámbito de seguridad y aplicando tecnología actualizada.

¿A cambio de que lo hace?

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

VISIÓN

Ser la compañía líder en seguridad, vigilancia y protección privada a nivel local y nacional ofreciendo servicios con innovación en calidad; contando con personal altamente capacitado y calificado en seguridad aplicando tecnologías actualizadas y mantener la satisfacción de los clientes.

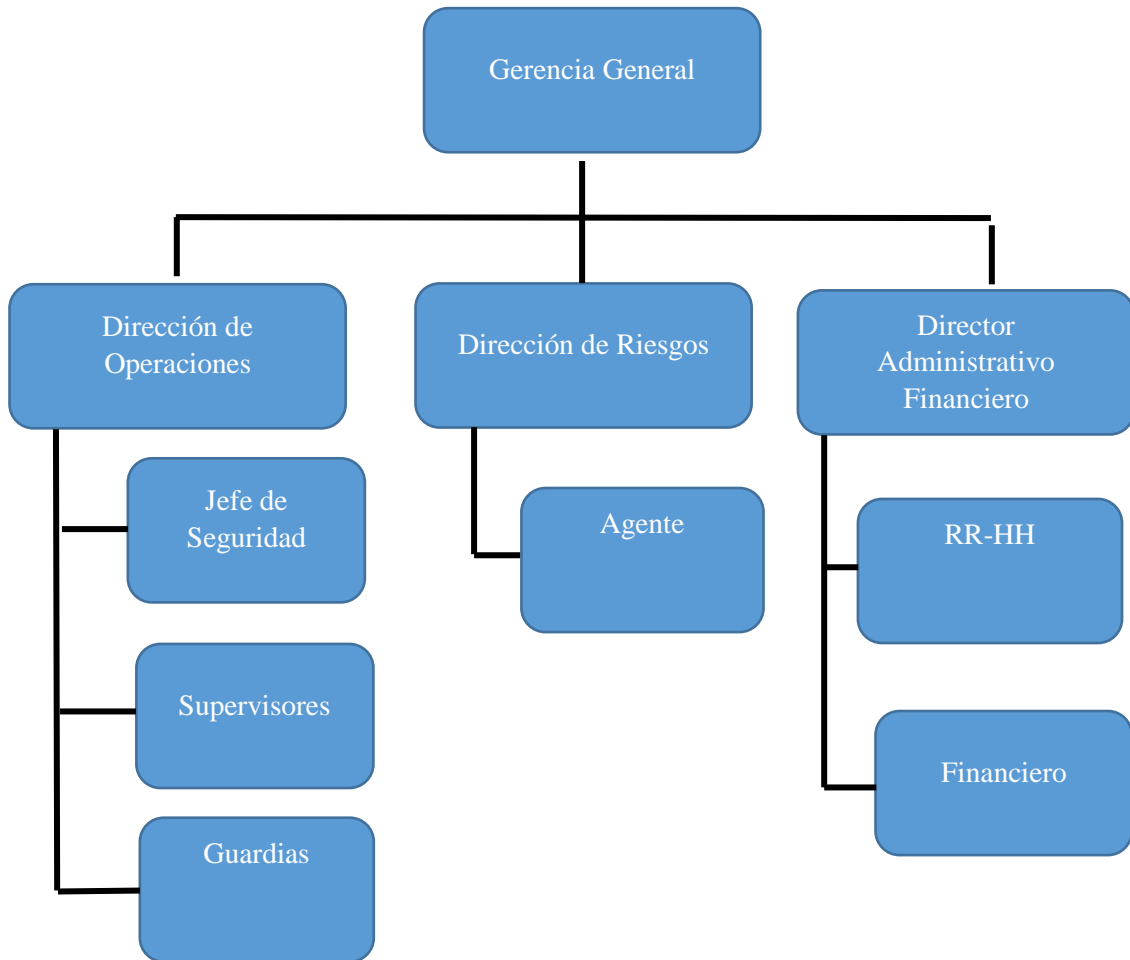
4.14 VALORES Y PRINCIPIOS CORPORATIVOS

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

- Respeto
- Responsabilidad
- Honestidad
- Lealtad
- Integridad
- Comunicación
- Compañerismo
- Satisfacción de los clientes
- Compromiso
- Trabajo en equipo
- Puntualidad
- Calidad
- Seguridad
- Justicia
- Confianza
- Perseverancia

4.15 ORGANIGRAMA

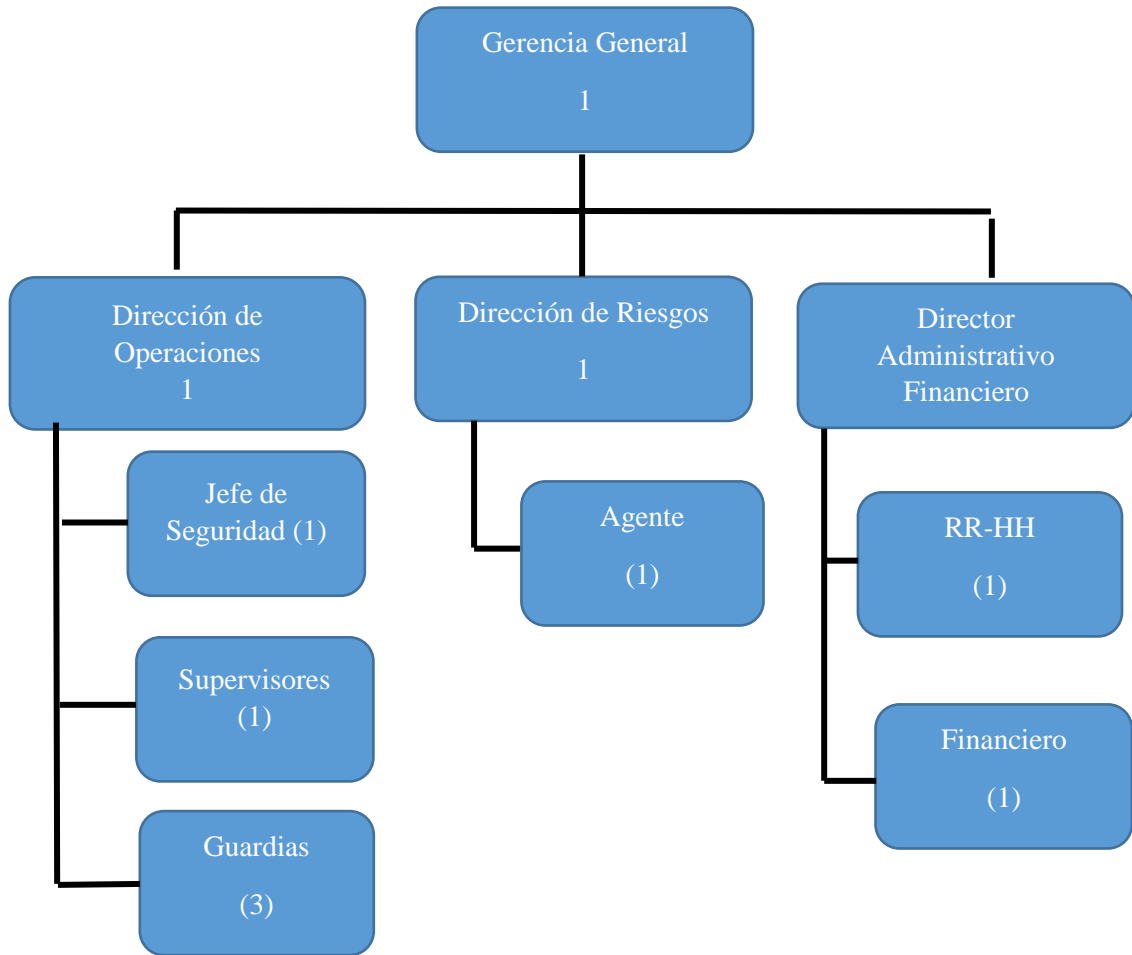
Ilustración 14: Estructura organizativa de “SESEVIPROP” CIA. LTDA.



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masabanda Rolando

**NÚMERO DE COLABORADORES SEGÚN DEPARTAMENTO
DE “SESEVIPROP” CIA. LTDA,**



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Masabanda Rolando

4.15.1 Descripción de unidades organizativas

Gerente general

Es el encargado de representar de forma legal y judicial de la compañía de seguridad y el que aplica los procesos administrativos como; planificar, organizar, dirigir y controlar.

Director de operaciones

Es la persona encargada que investiga y diseña nuevos servicios acorde a las necesidades de los clientes.

Dirección de Riesgos

Tiene la obligación de realizar estrategias alternativas para manejar los riesgos ocasionados.

Director Administrativo

Este departamento se encarga de dirigir y administrar los recursos financieros de la empresa.

Administración de RR-HH

Es el encargado de realizar la contratación de personal acorde a las necesidades de la empresa.

Finanzas

Se encarga de realizar el presupuesto de cada año e informar continuamente de las actividades de su área a la gerencia.

4.16 MARCO ESTRATÉGICO

Tabla 30: Indicadores de seguimiento y monitoreo

PERSPECTIVAS	ESTRATEGIAS	META	RESPONSABLE	INDICADORES	TÉNICAS	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	AÑOS						
							19	20	21	22			
Perspectiva Financiera	Implementar un sistema de cobros aprovechando el apoyo de las autoridades 9	85%	Gerente administrativo	Sistema de cobros	Observación	Cobros	■	■	■	■	■	■	■
Perspectiva de Clientes	Aplicar un sistema de capacitaciones en todas las áreas de la empresa con el fin de obtener clientes más confiables 1	90%	Gerente administrativo	Sistema de capacitación	Observación	Capacitación	■	■	■	■	■	■	■
	Aplicar las estrategias planteadas para brindar un servicio de calidad frente a la competencia. 12	80%	Gerente administrativo	Estrategias	Observación	Estrategias	■	■	■	■	■	■	■
	Plantear nuevos sistemas de seguridad para poder reducir los problemas de nuestros clientes frente a la	70%	Gerente administrativo	Sistema de seguridad	Observación	Seguridad	■	■	■	■	■	■	■

	delincuencia. 3																			
Perspectiva De Proceso Interno	Incrementar mayor garantía en la prestación de servicios con el fin de estar al nivel de la competencia. 4	70%	Gerente administrativo	Garantía de prestación de servicios	de de Observación	Servicios														
	Aplicar los principios y valores dentro de la compañía sin corromper las normas y las leyes establecidas por el estado en cuanto a la manipulación de armas. 5	100%	Gerente Administrativo	Principios y Valores	Observación	Principios y valores														
	Elaborar una planificación estratégica para perfeccionar cada uno de los departamentos de la compañía para brindar una seguridad confiable. 7	95%	Gerente administrativo	Planificación estratégica	Observación	Planificación estratégica														
	Realizar un sistema de control y supervisión a los colaboradores aprovechando nuevas	80%	Gerente administrativo	Sistema de control y supervisión	de y Observación	Control y supervisión														

	tecnologías. 8																		
	Cambiar la forma de contratación con el fin de poder tener colaboradores con niveles de instrucciones altos. 11	60%	Gerente administrativo	Forma de contratación	de Observación	Contratación	■												
	Contar con equipos adecuados de seguridad para poder aprovechar nuevos mercados. 2	80%	Gerente administrativo	Equipos adecuados de seguridad	de Observación	Equipos	■												
De Crecimiento Formación y Aprendizaje	Actualizar de forma continua los equipos de seguridad para contrarrestar los posibles cambios del Estado en leyes de seguridad. 6	80%	Gerente administrativo	Actualizar equipos de seguridad	de Observación	Equipos		■											
	Implementar tecnología actualizada que permita controlar entrada y salida de los trabajadores. 10	70%	Gerente administrativo	Tecnología actualizada	Observación	Tecnología	■												

Fuente: Libro de Humberto Serna
Elaborado por: Masabanda Rolando

Tabla 31: Matriz de seguimiento y evaluación

Estrategias	Actividades	Responsa ble	Costo	% propuesto	% alcanzado
Aplicar un sistema de capacitaciones en todas las áreas de la empresa con el fin de obtener clientes más confiables	Sistema de capacitaciones Especificación de todas las áreas de la empresa. Obtención de nuevos clientes.	RR-HH	500	70%	65%
Contar con equipos adecuados de seguridad para poder aprovechar nuevos mercados.	-Adquisición de nuevos equipos de seguridad. -Aprovechar nuevos mercados	Dpto. compras	600	80%	70%
Plantear nuevos sistemas de seguridad para poder reducir los problemas de nuestros clientes frente a la delincuencia.	Plan de nuevos sistemas de seguridad. Reducción de problemas de nuestros clientes ante la competencia.	Dpto. de control Y de ventas	200	90%	75%
Incrementar	Garantía en la				

mayor garantía en la prestación de servicios con el fin de estar al nivel de la competencia.	prestación de servicios Aumento del nivel competitivo	Dpto. de ventas	100	80%	70%
Aplicar los principios y valores dentro de la compañía sin corromper las normas y las leyes establecidas por el estado en cuanto a la manipulación de armas.	Aplicar principios y valores en la compañía. No corromper las normas y leyes en manipulación de armas establecidas por el estado.	Dpto. de vigilancia	100	90%	65%
Actualizar de forma continua los equipos de seguridad para contrarrestar los posibles cambios del Estado en leyes de seguridad.	Actualización de los equipos de seguridad Capacidad para contrarrestar cambios del estado en leyes de seguridad	Dpto. de seguridad	400	70%	65%
Elaborar una	Elaboración del	Dpto.			

planificación estratégica para perfeccionar cada uno de los departamentos de la compañía para brindar una seguridad confiable.	plan estratégico. Perfeccionamiento de los departamentos	RR.HH	600	90%	85%
Realizar un sistema de control y supervisión a los colaboradores aprovechando nuevas tecnologías.	Sistema de control y supervisión Aprovechar nuevas tecnologías	Dpto. de vigilancia	300	90%	80%
Cambiar la forma de contratación con el fin de poder tener colaboradores con niveles de instrucciones altos.	Cambios de selección de personal Incorporación de personal con niveles de instrucción alto	Dpto. de RR-HH	200	95%	90%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Masabanda Rolando

4.17 OBJETIVOS

Objetivo general

Diseñar el 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.

Objetivos operacionales

- ❖ Plantear objetivos estratégicos a corto, mediano y largo plazo para que la compañía tenga solvencia en su toma de decisiones.
- ❖ Contar con fondos monetarios lo suficientemente necesarios para el estable funcionamiento de la empresa.
- ❖ Detallar las políticas para la realización y cumplimiento de la gestión administrativa en la compañía.
- ❖ El encargado del departamento de talento humano debe estar debidamente capacitado y poseer las herramientas necesarias para la selección y contratación del personal.
- ❖ Mejorar la gestión por medio del análisis de contenidos y áreas de la compañía, para poder solventar los cambios tecnológicos que se van produciendo.
- ❖ Solventar los puntos de desigualdades entre la organización y los clientes mediante diálogos para perfeccionar las negociaciones.

Objetivo a corto plazo

- Efectuar programas de capacitación a los trabajadores de la compañía.
- Realizar e implementar tecnologías renovadas conforme a las exigencias del mercado.
- Contar con personal calificado y experiencia acorde al área de trabajo
- Efectuar un sistema de seguimiento a los clientes más relevantes de la compañía, para saber cuáles son sus exigencias al momento de contratar nuestros servicios.
- Reorganizar los procesos internos de la compañía, para brindar servicios de calidad y contar con personal de calidad.

Objetivo a largo plazo

- Establecer los servicios de seguridad que oferta la compañía a nivel local y nacional con estándares de calidad.
- Ser pioneros en brindar servicios de seguridad, vigilancia y protección privada de forma local y nacional.
- Poseer prestigio y presencia en el mercado como una de las compañías completas en servicios, equipamiento, instalaciones y personal calificado.
- Acatar el mayor porcentaje en contrato de ventas para poder equiparar o sobrepasar ante la competencia, con un sistema de cobros acorde a las posibilidades de nuestros clientes.

4.18 POLÍTICAS GENERALES

En la actualidad es muy importante que toda organización establezca políticas para un buen desarrollo de las actividades y puedan alcanzar los objetivos que se plantean en un periodo de funciones, a continuación se determinara las más necesarias para “SESEVIPROP” CIA. LTDA.

Política comercial

Verificar mensualmente los ingresos que se adquieren por las ventas.

Captar semanalmente por lo menos un cliente para solventar los haberes de la compañía.

Dar aviso a la gerencia general por algún despilfarro de venta de servicios o ilegalidades, caso contrario será sancionado y posteriormente retirado de la institución.

Política de cobro

La compañía se encargara de cobrar a los usuarios a través del área contable.

Cuando algún cliente realiza el pago por medio de una transferencia la compañía debe ser previamente notificada por un correo electrónico con una copia del comprobante de transacción.

Los clientes pueden hacer sus pagos mediante cheques, transferencias, depósitos y pago en efectivo

En ningún caso se admiten cheques por terceros a favor del cliente.

Política de RRHH

Tenemos instalaciones óptimas para un buen desenvolvimiento en las actividades de nuestro personal.

El pago de remuneraciones se realizara el quinto día de cada mes, en caso de ser fin de semana o feriado se lo realizara el siguiente día laboral.

Trasmitir a todo el personal de la compañía que entregue servicios de calidad que se presta a los clientes.

Política de calidad

Satisfacer las necesidades de los clientes brindado servicios con estándares de calidad.

Política de servicio

Seguir y analizar a nuestros potenciales clientes con el fin de saber cuáles son sus necesidades actuales para poder satisfacer.

Certificar una cultura de calidad en el servicio que brinda la compañía para fomentar un ambiente de confianza mutua y estabilidad laboral entre en su personal.

Política de compras

Efectuar las compras con una cotización previa de al menos tres proveedores para garantizar la calidad, precio, fecha de entrega y garantía a beneficio de la compañía.

Se emite órdenes de compra una vez seleccionado el proveedor más confiable por el departamento financiero.

Ya adquirido la compra de bienes, se debe presentar un inventario con la ratificación de lo facturado.

Políticas de ventas

El cliente puede hacer contacto mediante vía telefónica o de forma personal cuando requiera de nuestros servicios.

Cuando se establece un acuerdo en la prestación de servicios entre la compañía y el cliente se emite un respaldo para sobre el contrato del mismo.

El o los clientes que ya no requieran de los servicios que presta la empresa deberá notifica por escrito al gerente general con treinta días de anticipación a la culminación del contrato caso contrario se dará por renovado el mismo.

4.19 IMPACTO DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA “SESEVIPROP” CIA. LTDA”.

Con la implantación de este Plan Estratégico en la “Seseviprop” Cia. Ltda” logrará numerosos beneficios, ya sea en su personal, producción y ventas que generarán mayor rentabilidad y mayor reconocimiento dentro del mercado; los colaboradores de la compañía con la aplicación de este plan se encontrarán motivados y desarrollarán sus actividades de una manera eficiente enfatizando un mayor trabajo en equipo, de esta forma podrán alcanzar los objetivos planteados por la organización.

Con este plan se benefician los clientes ya que la compañía les brindará servicios de seguridad, vigilancia y protección privada de calidad a precios y políticas ventas y cobros accesibles a los consumidores y con la aplicación de los valores de la responsabilidad, respeto, confianza y honestidad por parte de los colaboradores de la compañía.

CONCLUSIONES

Para el desarrollo de la planificación estratégica de la compañía "Seseviprop" Cia. Ltda" se utilizó la metodología de investigación de campo mediante la herramienta de la encuesta; que fue realizada al cien por ciento de los colaboradores de la misma, teniendo como resultado la inexistencia de un plan estratégico.

Con el desarrollo de la matriz FODA en la compañía de seguridad se examinó las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenaza; determinando factores positivos y negativos que pueden afectar a corto, mediano y largo plazo a la compañía "Seseviprop" Cia. Ltda" y obtener nuevas visiones de mercado aprovechando las oportunidades y fortalezas de la compañía.

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 la debilidades en fortalezas y las amenazas en oportunidades encaminando al éxito de la compañía.

RECOMENDACIONES

La compañía SESEVIPROP “CIA. LTDA” deberá comprometerse a realizar cada tiempo determinado un análisis FODA que les permita conocer virtudes y problemas internos y externos con el fin de plantear estrategias para fortalecer oportunidades y fortalezas; y contrarrestar amenazas y debilidades que se presenta en ámbito empresarial de seguridad.

La gerencia de la compañía deberá comprometerse en realizar una mayor inversión en implantación de las estrategia y sus respectivos proyectos que es de ayuda para reducir los proceso rutinarios de las actividades; optimizando recursos económicos, materiales y tiempo, para brindar un servicio de calidad según las necesidades de los clientes.

SESEVIPROP “CIA. LTDA” deberá aplicar este plan estratégico que es de ayuda para reducir la administración empírica y fortalecer la misma; para proyectarse de forma eficaz y eficiente a corto, mediano y largo plazo con las estrategias adecuadas que permitan la consecución de mejores objetivos.

BIBLIOGRAFÍA

- Kume, H. (1992). *Herramientas estadísticas básicas para el mejoramiento de la calidad*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=x4PnjSZYzMEC&pg=PA23&dq=diagrama%20de%20pareto&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjYmvvpxIDaAhXBzVkkHhea4A-YQ6AEIPDAE#v=onepage&q=diagrama%20de%20pareto&f=false>
- Valdés, L. (2005). *Planceacion estrategica con enfoque sistematico*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=fnt2iUvjkcC&pg=PA87&dq=matriz%20foda&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjPx9r5xYDaAhXNxlkKHd_ZC0oQ6AEINjAD#v=onepage&q=matriz%20foda&f=false
- Alvarez, M. (2006). *Manual De Planeacion Estrategica/ Manual of Strategic Planning*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=NKbFooXrnyQC&pg=PA28&dq=que%20es%20dise%C3%B1o%20de%20plan%20estrategico&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwixgsvs9-rZAhWBtlMKHQphAn8Q6AEINjAD#v=onepage&q=que%20es%20dise%C3%B1o%20de%20plan%20estrategico&f=false>
- Amaya, J. (2005). *Gerencia: Planeacion & Estrategia*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=8Flzg6f8dOsC&pg=PA50&dq=direccionamiento+estrategico&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwicgI_poeDZAhUHVMKHR9mA6MQ6AEIKzAB#v=onepage&q=direccionamiento%20estrategico&f=false
- Bastidas, R. (2009). *¿Poe que es importante la planificación ?* Obtenido de https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10983/3/anexoModulo1_clase2.pdf
- Basurto , A. (2005). *Sistema Empresa Inteligente*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=EF5f9ybFfIoC&pg=PA295&dq=foda+de+una+empresa&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjFp8TyrsTZAHVjw1kKHWZKA90Q6AEIKzAB#v=onepage&q=foda%20de%20una%20empresa&f=false>

- Bernal, C. (s.f.). *Metodología de la investigación para administración y economía*. Colombia-México-: Pearson.
- Carrillo, J., & Serra. (2005). *Manual de autodiagnóstico estratégico*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=voG7HjhYeu4C&pg=PA115&dq=diagnostico+interno&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwidt6fPuerZAhWS71MKHQdXDtIQ6AEIJjAA#v=onepage&q=diagnostico%20interno&f=false>
- CHOCHO, D. A. (2017). *PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE SINAÍ, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO, PERÍODO 2017 – 2020*. . Morona: ESPOCH.
- Díaz, V. (2006). *Metodología de la investigación científica y biostatística*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=KfscYYsconYC&pg=PA105&dq=que+son+metodos+teoricos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiYydH3sr_YAhUDKiYKHU2rAf8Q6AEIJTAA#v=onepage&q=que%20son%20metodos%20teoricos&f=false
- Dvoskin; R. (2004). *Fundamentos de marketing: Teoría y experiencia* . Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=FpvOL1kpfKoC&pg=PA171&dq=CUAL+ES+LA+IMPORTANCIA+DE+LA+ESTRATEGIA&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwij19f5i5nYAhWe8oMKHYRTC0gQ6AEIKTAB#v=onepage&q=CUAL%20ES%20LA%20IMPORTANCIA%20DE%20LA%20ESTRATEGIA&f=false>
- E-Cultura Group. (2016). La investigación de campo. *El pensante*.
- Edwin, M. (2017). *DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE PESADO “RÍO ANZU S.A.”, DEL CANTÓN CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA, DE LA PROVINCIA DE NAPO, PERÍODO 2017-2022*. Riobamba: ESPOCH.
- Fernández, A. (2011). *Manual del consultor de dirección* . Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=1d-jpcVaD-YC&pg=PA118&dq=diagnostico+interno+de+una+empresa&hl=es->

419&sa=X&ved=0ahUKEwio4anMwt_ZAhXD2lMKHRMIBaoQ6AEIPjAE#v=onepage&q=diagnostico%20interno%20de%20una%20empresa&f=false

Frau, M. (Junio de 2011). *Body- Check FUNCIONES Y TIPOS DE PLANIFICACIÓN*. Obtenido de <http://basketbodycheck.blogspot.com/2011/06/funciones-y-tipos-de-planificacion.html>

Gonzales; V . (2001). *Estratwgias de enseñanza y aprendizaje*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=ECy7zk19Ij8C&printsec=frontcover&dq=QUE+ES+ESTRATEGIA&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiXtKagiZnYAhWCLSYKHcW3DeAQ6AEIJTAA#v=onepage&q=QUE%20ES%20ESTRATEGIA&f=false>

Guzmán, R., Castro, L., Quintero, O., & Rojas , A. (Julio de 2001). *Planificación del desarrollo*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=rhq8X-M1_10C&pg=PA27&dq=concepto+de+planificacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiAldb6wb7YAhULTCYKHboVAjMQ6AEIJTAA#v=onepage&q&f=false

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

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

Lozada, H. (06 de 2010). *Planificacion estategica* . Recuperado el 20 de 12 de 2017, de <http://goyoplan701.blogspot.com/2010/06/caracteristicas-de-la-planificacion.html>

Luna , A. (2014). *Proceso Administrativo*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=7c9UCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=que+es+planeacion+en+administracion&hl=es->

419&sa=X&ved=0ahUKEwi-
kLzPvZAhWKzIMKHVPgA_QQ6AEINTAD#v=onepage&q&f=false

Mantilla, K. (2011). *Conceptos fundamentales en la Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=hSwLHT32sIoC&pg=PA75&dq=mision+vision+y+valores&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiau4XLhOvZAhVOt1MKHY6qBjEQ6AEIMTAC#v=onepage&q=mision%20vision%20y%20valores&f=false>

Marketing Publishing Center. (1990). *Nuevas orientaciones en el marketing de servicios*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=b8ESR9c6wfUC&pg=PA153&dq=CUALES+SON+LAS+CARACTERISTICAS+DE+LA+ESTRATEGIA&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjEveOzxZnYAhUG7SYKHRwaA2QQ6AEINTAD#v=onepage&q=CUALES%20SON%20LAS%20CARACTERISTICAS%20DE%20LA%20ESTRATEGIA&f=false>

Martínez, D., & Gutiérrez, A. (2012). *Diagnóstico estratégico*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=3D_UfPjenakC&printsec=frontcover&dq=que%20es%20%20analisis%20foda&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjptvP6xerZAhXBhOAKHb5mAjCQ6AEIODAE#v=onepage&q&f=false

Méndez, A., & Astudillo, M. (2008). *La investigación en la era de la información*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=DjlenSMWF-oC&pg=PA15&dq=investigacion+bibliogr%C3%A1fica+definicion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiGl4fupL_YAhUI1CYKHZh3AikQ6AEIJTAA#v=onepage&q=investigacion%20bibliogr%C3%A1fica%20definicion&f=false

Mígesa. (14 de 05 de 2015). *Los 5 elementos esenciales de una estrategia empresarial*. Obtenido de <http://www.migesamicrosoft.com/los-5-elementos-esenciales-de-una-estrategia-empresarial/>

Mintzberg; H. (1997). *El proceso estratégico: conceptos, contextos y casos*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=YephqTRD71IC&pg=PA15&dq=LAS+CINCO+PS+DE+LA+ESTRATEGIA&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwia3KOGI5>

nYAhUPxCYKHdlsA3AQ6AEIJTAA#v=onpage&q=LAS%20CINCO%20PS%20DE%20LA%20ESTRATEGIA&f=false

Muñiz, L. (2009). *Control presupuestario Planificación, elaboración y seguimiento de presupuesto*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=-nPGWEj5OfsC&pg=PA27&dq=concepto+planificacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjOs5_8wL7YAhWBPiYKHbxA7AQ6AEIMTAC#v=onpage&q=concepto%20planificacion&f=false

Nabajo, P. (2009). *Planificación estartégica en organizaciones no lucrativas*. . Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=r_H3dpKH5kMC&pg=PA39&dq=etapas+de+planificaci%C3%B3n+estrategica&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiB2NTjrr_YAhXHJiYKHbfYD2AQ6AEIOjAE#v=onpage&q=etapas%20de%20planificaci%C3%B3n%20estrategica&f=false

Namakforoosh. (2005). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=ZEJ7-0hmvhwC&pg=PA227&dq=metodologia+de+investigacion+instrumentos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiJi7uCuL_YAhUM5SYKHRSocZgQ6AEIJTAA#v=onpage&q=metodologia%20de%20investigacion%20instrumentos&f=false

Paris; F. (2005). *La planificación estrategica en las organizaciones deportivas*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=qYKvdeXgbjgC&pg=PA26&dq=caracter%C3%ADsticas+de+la+planificacion+estrategica&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEWjk6fnH-pjYAhVDeSYKHd4iAPsQ6AEIJTAA#v=onpage&q=caracter%C3%ADsticas%20de%20la%20planificacion%20estrategica&f=false>

Rakia España. (30 de 06 de 2008). *La Importancia de la Estrategia Empresarial*. Obtenido de <https://www.rankia.com/blog/la-sonrisa-de-buffett/425737-importancia-estrategia-empresarial>

Ramírez, J. (2012). Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en empresas. 4.

- Ramos , B., & Sanchez, C. (Noviembre de 2013). *La planificación estratégico como método de gestión pública: experiencias en la administración*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=LbLAAgAAQBAJ&pg=PP24&dq=ventajas+de+la+plan+estrategico++de+naranja&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiDj86Vir_YAhWKRiYKHxObAjAQ6AEIJTAA#v=onepage&q=ventajas%20de%20la%20plan%20estrategico%20%20de%20naranja&f=false
- Robbins , S., & Decenzo , D. (2009). *Fundamentos de administración: conceptos esenciales y aplicaciones* . Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=yly3Ak0GLykC&pg=PA6&dq=procesos+administrativos+planificar+organizar&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjap_mYxt_ZAhWRq1MKHaREAKMQ6AEIJAA#v=onepage&q=procesos%20administrativos%20planificar%20organizar&f=false
- Rodriguez, E. (Agosto de 2003). *Metodología de la investigación*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=r4yrEW9Jhe0C&pg=PA25&dq=investigacion+descriptiva+metodologia+de+la+investigaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiUjNHZmr_YAhVEQiYKHTWpAjEQ6AEIJTAA#v=onepage&q=investigacion%20descriptiva%20metodologia%20de%20la%20investig
- Sánchez, M. (2014). *Técnicas de comunicación y de relaciones*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=YjqRAwAAQBAJ&pg=PA8&dq=que%20es%20un%20organigrama&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiVvpOnt-rZAhUPyVMKHbn9Dl8Q6AEIOTAE#v=onepage&q=que%20es%20un%20organigrama&f=false>
- Vázquez, L., Rejane, M., Mogollón, A., Fenández, M., Delgado, M., & Vargas, I. (2006). *Introducción a las técnicas de investigación aplicada en salud*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=o2n57QYwMDIC&pg=PA22&dq=que+son+metodos+teoricos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwibvJu0sL_YAhVCSSYKHTToACAQ6AEITjAI#v=onepage&q=que%20son%20metodos%20teoricos&f=false
- Yates, C. (2008). *La empresa sabia*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=V8P2->

8lGfJ0C&pg=PA1&dq=que%20es%20vision%20de%20una%20empresa&hl=es
&sa=X&ved=0ahUKEwj_tPMhOvZAhUCylMKHbAQBc4Q6AEIJTAA#v=onepage&q=que%20es%20vision%20de%20una%20empresa&f=false

Zambrano, A. (2011). *Planificación estratégica, presupuesto y control de la gestión pública*. Obtenido de

https://books.google.com.ec/books?id=fxiLmRKCLtkC&pg=PA84&dq=análisis+foda&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi2h5_O-N_ZAhXD11MKHYGyAcUQ6AEIMDAC#v=onepage&q=an%C3%A1lisis%20foda&f=false

ANEXOS







