



Facultad de Ciencias de la Administración

**Carrera en Tecnología Superior en Gestión
Empresarial**

**ESTUDIO DE MERCADO PARA CONOCER LA
VIABILIDAD DE UNA NUEVA EMPRESA EN
SERVICIO DE SEGURIDAD**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del
grado de Tecnólogos en Gestión Empresarial**

Autores:

Adrián Remigio Arichavala Lituma; Iván Rolando Barreto
Hernández

Director:

Ing. Pedro Fernando Guerrero Maxi

Cuenca – Ecuador

2024

DEDICATORIA

A mi madre le dedico por el apoyo que me ha brindado en estos 2 años y por inculcarme el valor del conocimiento y la perseverancia, y por finalizar dedicarme a mí mismo por ser capaz de lograr un éxito más en mi vida y hacerme sentir más poderoso y hacerme ver que soy capaz de bastantes cosas que se me venga a mi ruta del destino.

Adrián Arichavala

Esta tesis va dedicado A mi querida mamá, quien ella ha sido mi guía, mi inspiración y mi mayor apoyo a lo largo de este camino académico. Su amor incondicional y su constante aliento han sido la fuerza que me impulsa a alcanzar mis metas. Gracias por su infinita paciencia, sus sabios consejos y por enseñarme el valor del esfuerzo y la perseverancia. Esta tesis es también es de ella, porque sin ella no hubiese sido posible.

Gracias mama. TE QUIERO MUCHO

Iván Barreto

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer primero a las autoridades de la Universidad Del Azuay; al señor rector, asesor, vicerrectora, dirección de talento humano, secretaria abogada de mi facultad donde actualmente estoy trabajando, a la sub decana de la facultad de administración y junto con todas las personas que laboran en la facultad de administración, profesores que me han apoyado en estos 2 años de carrera también quiero agradecer al ing. Pedro Guerrero por luchar siempre por todos del curso y hacernos personas de bien con carácter digno compartiendo con su sabiduría y sus fortalezas junto con sus conocimientos.

Adrián Arichavala

Quiero agradecer primero a las autoridades de la Universidad Del Azuay; al señor rector, asesor, vicerrectora, dirección de talento humano, a la facultad de diseño donde estoy trabajando actualmente, al Sr decano Profesor Rafael Estrella a la sub decana de la facultad de Diseño y junto con todas las personas que laboran en la facultad de diseño, profesores que me han apoyado en estos 2 años de carrera también quiero agradecer al ing. Pedro Guerrero por luchar siempre por todos del curso y hacernos personas de bien con carácter digno compartiendo con su sabiduría y sus fortalezas junto con sus conocimientos.

Iván Barreto

Índice de contenido

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
Índice de contenido.....	iii
Índice de Gráficos.....	v
Índice de tablas	vi
Índice de Anexos	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT.....	ix
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1	2
1. MARCO TEÓRICO.....	2
1.1. Marketing	2
1.2. Comportamiento del consumidor	3
1.3. Segmentación de mercados	5
1.4. Gestión de marca	6
1.5. Investigación de mercado	8
1.6. PESTEL	10
1.7. Fuerzas de Porter	12
CAPÍTULO 2	14
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	14
2.1. PESTEL	14
2.1.1. Política.....	14
2.1.2. Económico	15
2.1.3. Social	16
2.1.4. Tecnológico	17
2.1.5. Ecológico	17
2.1.6. Legal	17
2.2. Fuerzas de Porter	19
2.2.1. Barreras de entradas de nuevos competidores	19
2.2.2. Poder de negociación con los clientes	20
2.2.3. Poder de negociación de proveedores.....	20

2.2.4. Productos sustitutos.....	21
2.2.5. Competencia existente.....	22
CAPÍTULO 3	23
3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	23
3.1. Investigación cualitativa.....	23
3.1.1. Entrevista a expertos.....	23
3.1.2. Entrevista a profundidad.....	29
3.2. Investigación Cualitativa	33
3.2.1. Encuesta	34
CONCLUSIONES	42
RECOMENDACIONES	43
REFERENCIAS.....	44
ANEXOS:	46

Índice de Gráficos

Gráfico 1 Nube de palabras de la seguridad.....	27
Gráfico 2 Nube de palabras de la seguridad.....	32
Gráfico 3 Datos de encuesta por sexo	34
Gráfico 4 Datos de encuesta por Edades	35
Gráfico 5 Datos de encuesta por servicio de seguridad privada.....	36
Gráfico 6 Datos de encuesta de como califican el servicio de seguridad.....	37
Gráfico 7 Datos de encuesta de la satisfacción del servicio de seguridad.....	37
Gráfico 8 Datos de encuesta para conocer la inseguridad de los usuarios	38
Gráfico 9 Datos de encuesta de la delincuencia en los últimos años	38
Gráfico 10 Datos de encuesta de los delitos más preocupantes	39
Gráfico 11 Datos de encuesta sobre medidas de seguridad.....	40
Gráfico 12 Datos de encuesta de utilizar el servicio de seguridad	41

Índice de tablas

Tabla 1 Perfiles	23
Tabla 2 Guión para entrevista guardia de seguridad	23
Tabla 3 Guión para entrevista gerentes de empresa de seguridad.....	24
Tabla 4 Guión para entrevista supervisores de empresa de seguridad	25
Tabla 5 Detalle proceso entrevista	25
Tabla 6 Detalle proceso entrevista	26
Tabla 7 Detalle proceso entrevista	26
Tabla 8 Perfil entrevista a profundidad	29
Tabla 9 Guión de entrevista a profundidad	29
Tabla 10 Entrevista a profundidad	31
Tabla 11 Entrevista a profundidad	31
Tabla 12 Tabla de información de datos recolectados de empresas de seguridad en Cuenca.....	46

Índice de Anexos

Anexo n° 1 Entrevista a expertos	47
Anexo n° 2 Entrevista a profundidad	52
Anexo n° 3 Encuestas.....	61

RESUMEN

La investigación realizada para la apertura de una nueva empresa de seguridad, se encuentra en su etapa de introducción por lo que es importante fomentar estrategias para que los usuarios que quieran consumir los servicios de seguridad puedan confiar y sentirse cómodos con nuestro servicio y calidad brindada. Con el desarrollo de nuestro PESTEL logramos verificar que las empresas de seguridad prevén de ciertas dificultades para iniciar en el mercado identificando así a empresas nuevas y empresas futuras con estrategias claras y específicas, Después de fomentar estrategias analizamos lo competitivo que esta el mercado mediante un análisis de las cinco fuerzas de Porter desde el inicio se ha enfocado al mercado en el sector de la seguridad. El objetivo de esta investigación es elaborar un estudio de mercado para conocer la viabilidad de una nueva empresa en servicio de seguridad. Lo cual utilizamos una metodología descriptiva mixta en la que se realizó entrevistas a expertos y entrevistas a profundidad, que permitieron que podamos desarrollar las encuestas para obtener el numero adecuado de los informantes; y se utilizara un muestreo no probabilístico a conveniencia y finalmente con todo este análisis resuelto se conseguirá cumplir con los objetivos planteados.

Palabras clave: Cinco fuerzas de Porter, consumir, Empresa de seguridad, metodología descriptiva mixta, PESTEL, servicio y calidad

ABSTRACT

The research conducted for the opening of a new security company is currently in its introductory stage, making it important to foster strategies for potential service consumers to trust and feel comfortable with the quality of service we provide. Through the development of our PESTEL analysis, we were able to identify that security companies anticipate certain difficulties when entering the market, thus distinguishing between new and future companies with clear and specific strategies. Following the formulation of strategies, we conducted a competitive analysis of the market using Porter's Five Forces framework, focusing on the security sector from the outset. The objective of this research is to conduct a market study to assess the feasibility of a new security service company. To achieve this, we employed a mixed descriptive methodology, conducting interviews with experts and in-depth interviews to develop surveys and obtain the necessary number of respondents. We will use a convenience non-probabilistic sampling method, and ultimately, with all this analysis resolved, we aim to achieve our stated objectives.

Keywords: Consume, Security company, mixed descriptive methodology, PESTEL, Porter's Five Forces, service and quality

INTRODUCCIÓN

Este estudio de mercado está prácticamente dedicado a la investigación en el sector de la seguridad privada, el mundo de la seguridad privada se ha convertido en una necesidad explícitamente para personas naturales, empresas y comunidades.

Según (Liset Sulay Rodriguez Baca, 2020) mantiene que dichas organizaciones, en la mayor parte consideran invertir en el sistema de información para posicionarse en el mercado, buscar brindar el mejor servicio operacional y así lograr innovar en la parte tecnológica ya sea con distintos proveedores de tecnología, llegar a nuestros clientes y proveedores enfocándonos como una ventaja competitiva frente a nuestros competidores. Todo eso está basado en la toma de decisiones que tomemos como empresa para llevar una buena logística empresarial.

Un examen exhaustivo de la situación actual de los Servicios de Vigilancia y Seguridad Privada (en adelante S-V&SP) es fundamental para cualquier sociedad. El impacto es costoso y sutil en términos del cuidado y la integridad de las personas y los activos físicos que se monitorean y protegen. (Orlando Enrique Contreras Pacheco, 2023 - 2024).

Esta investigación se realizó para identificar principalmente las características que deben ofertar las compañías de seguridad, para obtener un análisis exhaustivo y lograr analizar la competitividad del mercado.

Analizando la base teórica realizada se obtuvieron resultados que nos ayudan a identificar la insatisfacción del mercado cuencano con relación al servicio de seguridad privada.

CAPÍTULO 1

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Marketing

El marketing moderno es el resultado de la adaptación a nuevos entornos y las necesidades cambiantes de los clientes. Para lograr este objetivo, el concepto de marketing sufrió una serie de transformaciones utilizando diferentes enfoques. Esto se explica a continuación.

Los primeros signos de esta disciplina se remontan a principios del siglo XX, cuando los productores eran pocos y la demanda superaba a la oferta en este momento se presta especial atención a las materias primas y a los procesos de fabricación, no siendo necesario profundizar en otros aspectos.

Este proceso de conceptos de marketing en continua evolución tiene que ver con adaptar las estrategias comerciales a las necesidades de nuevos tipos de consumidores. La evolución de los conceptos de marketing no puede entenderse sin un análisis de las principales corrientes teóricas que han sustentado el análisis empírico durante las últimas décadas.

Estas tendencias teóricas también son importantes en la construcción de escalas para contrastar hipótesis en este estudio.

Esta es una de las variables fundamentales para determinar el rendimiento.

Por tanto, la teoría de las capacidades dinámicas sugiere que las capacidades desarrolladas por una empresa son la base para la implementación efectiva de estrategias de marketing que dependen de las políticas de marketing. (González-Ferriz, 2021).

El marketing es el acto desinteresado de ayudar a otros a convertirse en las personas que quieren ser. Se trata de crear historias honestas, historias que conmuevan y difundan.

Los especialistas en marketing brindan soluciones y oportunidades para que las personas resuelvan problemas y avancen. Cuando nuestras ideas se difunden, cambiamos la cultura. Creamos algo que la gente extrañará si desaparece, algo que les dé significado, conexión y oportunidad.

Otro método de marketing es el hype, Los mentirosos, las personas que presionan están motivados por el egoísmo. Sé que no funciona a largo plazo, pero puedes hacerlo mejor. (Godin, 2019)

1.2. Comportamiento del consumidor

El comportamiento del consumidor y el proceso de decisión de compra son sólo la punta del iceberg para las empresas que quieren que sus clientes elijan sus productos y servicios. Estos dos temas clave permitirán a las empresas y a sus equipos de marketing implementar las estrategias y acciones adecuadas.

Por ello, primero desarrollamos los conceptos de comportamiento y procesos de toma de decisiones de compra para luego analizarlos con una visión evolutiva.

¿Cómo cambiarán y cuáles serán los nuevos comportamientos de los consumidores?

"La capacidad de obtener información completa sobre los clientes es un fenómeno relativamente nuevo en marketing.

Por ejemplo, hace 50 años, la tecnología y los conocimientos de marketing no eran tan sofisticados", los especialistas en marketing de esa época podían satisfacer necesidades y necesidades. Por eso era necesario e importante estudiar a los consumidores y su proceso de decisión de compra.

En primer lugar, es importante explicar qué entendemos por consumidor Según esta definición, un consumidor se define como "una persona que compra bienes de consumo o utiliza determinados servicios".

Desde una perspectiva de marketing, se refiere al concepto de consumidor como alguien que utiliza o posee los productos y servicios que desea adquirir para satisfacer sus necesidades.

Examinar los conceptos de comportamiento del consumidor con autores contemporáneos proporciona un punto de partida.

El informe define el comportamiento del consumidor como "el conjunto de actividades que las personas realizan al seleccionar, comprar, evaluar y utilizar bienes y servicios para satisfacer sus necesidades; es decir, actividades que involucran procesos mentales y emocionales.

Además del comportamiento físico, el comportamiento del consumidor puede entenderse como "el proceso de toma de decisiones que realizan los individuos cuando buscan, evalúan, adquieren, utilizan o consumen bienes, servicios o ideas para satisfacer sus necesidades y actividad física" (Sulla, 2021)

El estudio del comportamiento del consumidor ha generado interés en la sociedad en general Sociedad porque todos somos consumidores. Desde una perspectiva empresarial, Los directores de marketing necesitan comprender todo lo que afecta a su mercado para poder desarrollarse. Política comercial exitosa. Comprender los gustos y preferencias del consumidor.

Esto ayudará a segmentar el mercado adecuadamente. El comportamiento se refiere a la dinámica interna y externa de un individuo, Esto sucede cuando desea satisfacer sus necesidades a través de bienes y servicios. Usado.

El marketing es el proceso de toma de decisiones y la actividad física de encontrar, evaluar y adquirir bienes y servicios para satisfacer las necesidades. (Raiteri, 2016)

1.3. Segmentación de mercados

En resumen, la segmentación de mercado se puede definir como "el proceso mediante el cual una empresa divide un mercado en varias secciones de clientes de acuerdo con ciertas características que les son útiles. El objetivo de la segmentación de mercado es llegar a cada sección con ciertas actividades de marketing que quiere lograr." ventaja competitiva.

Para lograr este objetivo, es vital que las empresas y organizaciones realicen una buena segmentación del mercado, seleccionando aquellos segmentos que cumplan con los requisitos básicos (medibles, accesibles, significativos y diferenciados). De esta manera, las empresas y organizaciones podrán aprovechar los beneficios de una buena segmentación del mercado, que van desde mejorar su imagen demostrando alineación con el concepto de marketing hasta aumentar la competitividad en el mercado objetivo.

La segmentación de mercado es una estrategia que sirve para agrupar a los usuarios en función de comportamientos, características y perfiles homogéneos, con el fin de ofrecer productos o servicios que cumplan con dichas características. (Sáenz, 2023)

La estrategia de segmentación se refiere al grado de personalización de las ofertas y cómo una empresa atiende a sus clientes, mientras que los criterios de segmentación se refieren a las variables utilizadas para seleccionar grupos homogéneos.

Las variables pueden tender a cambiar porque el segmento de mercado es una empresa o una industria.

Los mercados B2B estudian los mercados de productos que una empresa vende a otra, en lugar de que una empresa los venda al consumidor final. Tienes una empresa que necesita atender diferentes segmentos. Ejemplos de esto incluyen tarjetas de crédito y videojuegos que conectan a las empresas con los clientes. En los videojuegos, hay jugadores por un lado

y desarrolladores de juegos por el otro que utilizan consolas de videojuegos desarrolladas por empresas como Microsoft y Sony como plataforma.

Para que un segmento sea atractivo para una empresa, debe tener las siguientes características: Las empresas deben centrarse en segmentos que sean de fácil acceso, que puedan lograr una mayor rentabilidad, ofrecer oportunidades que sus competidores no exploten y, en última instancia, proporcionar los recursos necesarios para dirigirse al mercado elegido.

Se ha demostrado que la atención a diferentes segmentos es una parte importante de la estrategia empresarial y que hay situaciones (por ejemplo, mercados bilaterales) en las que una empresa no puede existir sin algunos de estos segmentos.

Por ejemplo, en el caso de un periódico que publique los anuncios necesarios.

Y a todos los lectores interesados. (Cardona, 2014)

1.4. Gestión de marca

El nombre branding se le dio a la gestión de marca tras la aparición del primer contrato estándar relacionado con la gestión de marca, redactado por Neil McElroy de Procter & Gamble en 1931.

La idea de McElroy era que toda la línea de productos de Procter & Gamble debería tener recursos, métodos y administradores específicos para garantizar que todas las marcas de la empresa recibieran la misma atención.

Después de la Segunda Guerra Mundial, la explotación de las marcas por parte de los medios de comunicación comenzó con un intenso ataque publicitario. En opinión del autor, este documento demuestra la necesidad de una gestión de marca separada.

Brand Valué, el autor aporta que este evento se debió a la turbulencia que se vivía en el mercado de valores en ese momento, que se caracterizaba por la compra y venta de

empresas en un período de tiempo muy corto, situación en la que el valor de las empresas en el mercado de capitales cayó Masu.

Ante este problema, los directivos y accionistas de las empresas buscaron determinar el valor de mercado de sus empresas. Una alternativa era calcular el valor de la marca.

Sin embargo, no existía ninguna herramienta o conjunto de métodos para probar el origen de este valor. El concepto de valor de marca nació tras un estudio exhaustivo de las empresas más importantes de Estados Unidos.

Este concepto se caracteriza por la evaluación desde la perspectiva del consumidor incorporada a la investigación.

Entonces se trata de, conocimiento y de cómo solo hay una marca. será considerado. Branding o gestión de marca implica el conocimiento y manejo de conceptos y categorías que ayudan a explicar fenómenos relacionados con el objeto de estudio.

Al conceptualizar y explicar el proceso de desarrollo de una marca, podemos destacar algunos términos cuyo significado es fundamental. En este punto sabemos que necesitamos definir los bordes que queremos explorar.

A diferencia de los estándares, definimos la arquitectura de marca, la identidad de marca, la imagen de marca y el conocimiento de marca como las categorías básicas de la gestión de marca, y el valor de marca como la metodología requerida. Esta gestión de marca crea una gestión de marca integrada. (Edwin Alberto Lara-Flores, 2017)

Diversos estudios y análisis a priori el estado nos dice Problemas de gestión de marca. Estos estudios son rastreados una sólida plataforma de conocimiento la estructura más destacada apoye esta investigación. con este En este sentido, las marcas se hacen determinantes económicos moderno.

De hecho, cubren Todas las áreas de relaciones. Comercial y omnipresente en eventos comunes a todos Humanidad.

Debido a sus capacidades de poda, estas marcas son considerado un símbolo apropiado relaciones sociales capitalistas posmoderno. Por eso ella Análisis a seguir diferentes aspectos: economía, historia, sociología, antropología, psicología y semiótica. (Juan Gabriel Saltos CruzLogo ORCID, 2022)

1.5. Investigación de mercado

La investigación de mercados fue creada para brindar soluciones a las necesidades de información en la toma de decisiones empresariales. Esto comienza con un conjunto estructurado de procesos que las empresas necesitan para obtener información precisa, concisa y relevante.

La investigación de mercado proporciona la información necesaria para madurar las decisiones fundamentales y de largo plazo de una empresa, que requieren un análisis cuidadoso de los hechos. Si las soluciones alternativas al problema son complejas, es más arriesgado tomar una decisión sin su ayuda.

Estos aspectos que influyeron en la investigación de mercado son: Aumento continuo de la competencia caracterizado por procesos de internacionalización, globalización y concentración empresarial.

Información oportuna ya que es necesaria para tener en cuenta la situación de cambios acelerados en el mercado actual. La consideración y el análisis de la cultura, como las fuerzas que controlan el cambio y su ritmo, a menudo juegan un papel importante. De acuerdo con la cantidad de información que genera el mercado actual y su entorno, proporcionamos y perfeccionamos técnicas de procesamiento y análisis de la información, pero sin dichas técnicas es imposible manipular la información y es necesario eliminarla.

La creciente competencia ha hecho obligatoria la necesidad de un flujo de información dinámico para agilizar el proceso de toma de decisiones. El uso de las nuevas

tecnologías permite recuperar información de forma más rápida y continua, y acceder a mayores cantidades de información en un menor tiempo.

La investigación de mercados es un proceso que consta de una serie de fases que se deben atravesar para abordar las cuestiones planteadas. Un plan estructurado es un requisito básico para una investigación exitosa. Esto se debe a que muchas tareas, a menudo interdependientes, que deben realizarse simultáneamente deben organizarse para poder controlarlas y monitorearlas. A continuación, se muestra un diagrama del proceso de investigación de mercado.

El proceso de investigación es un proceso en el que se recopila, registra, procesa y analiza información sobre los clientes, competidores, mercados y otros temas relacionados de empresas. La investigación de mercado puede ayudar a crear el plan estratégico de una empresa, prepararse para el lanzamiento de un producto o facilitar el desarrollo según el ciclo de vida de un producto lanzado.

La investigación de mercados permite a las empresas aprender más sobre sus clientes actuales y potenciales. Considerando esta serie de procesos de investigación de mercados, para realizar la correcta investigación de mercados y luego obtener información clara, precisa y concisa, que es el objetivo principal, es importante aclarar e identificar cada punto y para ello se debe ser cumplido uno por uno. (Xavier Enrique Soledispa-Rodríguez, 2021)

La investigación de mercados es la identificación, adquisición, registro, análisis, presentación y difusión sistemática y objetiva de datos e información sobre situaciones de marketing específicas que enfrenta la empresa, con el objetivo de mejorar la toma de decisiones para resolver el problema. y/o identificar oportunidades de marketing.

Tipos de investigación de mercado. A continuación, les presentamos los detalles:

Estudio explorador o cualitativo. -Este es un modelo de encuesta de mercado que se toma al tomar la primera decisión. Debería ser un proceso corto y hemos invertido muy

poco dinero. Recopilaremos información sobre consumidores, preferencias, condiciones financieras y mucho más. Puedes hacerlo, por ejemplo, a través de encuestas o pruebas.

Investigación concluyente o cuantitativa. -Más precisa que la anterior porque se ha estudiado a un gran número de personas para sacar conclusiones estadísticas concretas. Actualmente, los grupos focales son uno de los mejores métodos para realizar esta investigación.

Investigación preliminar o investigación de campo. -Este tipo de investigación de mercado lo realizan empresas que recopilan datos de sus competidores: qué productos venden, a cuánto venden, cuánto ganan, a quién venden, etc. Esta investigación es obviamente costosa. Pero puede brindarle información muy interesante, seria y objetiva. (Figueroa-Soledispa, 2020)

1.6. PESTEL

El análisis PESTEL es un marco o herramienta utilizado por los especialistas en marketing para analizar y monitorear los factores macroeconómicos que afectan su negocio. Los resultados se utilizan para identificar amenazas y debilidades, que luego se utilizan para crear una matriz de evaluación de factores internos y externos, y un análisis FODA de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

Los seis factores se explican a continuación.

Factores políticos. - Los factores políticos nos permiten determinar y evaluar cómo la intervención gubernamental afectará las operaciones y el desempeño de una empresa. Esto se hace a través de leyes y políticas aplicadas por agencias gubernamentales.

Generalmente, puede cubrir aspectos tales como política fiscal y financiera gubernamental, subsidios, acuerdos comerciales y política internacional. Es decir, todas las leyes y políticas que afectan a la empresa, ya sean nacionales, regionales o internacionales.

Factores económicos. - Se consideran todas las variables macroeconómicas. Estas variables se consideran tanto a nivel nacional como internacional, ya que pueden ayudar o dificultar el desempeño organizacional. Las variables económicas más importantes son el desarrollo del producto interno bruto (PIB), la tasa de desempleo, el nivel de precios y la balanza comercial.

Además, se deben tener en cuenta acontecimientos como las fluctuaciones del ciclo económico, especialmente los períodos de crisis o auge económico, por ser factores que pueden beneficiar o poner en riesgo a la empresa.

Factores sociales. - Estos factores incluyen factores como la religión, las creencias, la cultura, las costumbres, los intereses y las preferencias de las personas. Todos estos factores tienen un impacto positivo o negativo en los resultados que una empresa quiere lograr. Porque los aspectos sociales están cambiando y presentando nuevas tendencias.

Factores Tecnológicos. - Considerando el nivel de innovación tecnológica que se está produciendo en el mercado actual, los factores tecnológicos son de gran importancia para las empresas. Los cambios en la tecnología pueden traer importantes beneficios a las empresas que sepan aprovecharlos. Al contrario, puede resultar muy perjudicial para empresas que están desactualizadas y no han cambiado su infraestructura.

Estos factores pueden incluir el uso de nuevos programas informáticos, el uso de nuevas formas de energía y cambios en la tecnología utilizada.

Factores ecológicos o ambientales. - Por supuesto, los aspectos ecológicos se refieren a todos los factores que están directa o indirectamente relacionados con el medio ambiente. Los cambios en las regulaciones gubernamentales y las tendencias sociales en materia de protección ambiental afectan a las empresas. También cabe mencionar las leyes relativas al consumo de energía, la protección del medio ambiente, la gestión de residuos y las emisiones de gases, entre otras. Elementos Legales Los aspectos legales incluyen todas las leyes que la empresa debe cumplir. Las regulaciones legales pueden perjudicar o beneficiar el desempeño de una empresa. Las leyes pueden afectar el proceso de producción y comercialización de productos. (Amador-Mercado, 2022)

1.7. Fuerzas de Porter

Según el autor Marco Antonio Espinoza Mina las Fuerzas de Porter son el marco de las cinco fuerzas de Porter (rivalidad con competidores existentes, amenaza de nuevos participantes, poder de proveedores y compradores, productos y servicios sustitutos) se basa en la percepción de que una estrategia organizacional debe encontrar las oportunidades y amenazas en el entorno externo de la organización. Las cinco fuerzas de Porter son parte de un modelo de análisis competitivo, las cuales determinan el entorno competitivo de la sociedad, el cual afecta a la utilidad. La competencia por las utilidades va más allá de los rivales establecidos de un sector e incluye a otras cuatro fuerzas competitivas: los clientes, los proveedores, los posibles entrantes y los productos sustitutos.

Amenaza de entrada Los nuevos participantes (competidores) en un campo quieren introducir nuevas características y ganar participación de mercado, ejerciendo presión sobre los precios, los costos y la tasa de inversión necesaria para competir.

Los nuevos competidores pueden aprovechar las capacidades y los flujos de efectivo existentes para alterar la competencia.

Las barreras de entrada a son las ventajas que tienen los jugadores establecidos en comparación con los nuevos participantes.

Poder de los proveedores. - Los proveedores poderosos capturan más valor para sus empresas cobrando precios más altos, limitando la calidad o el servicio y transfiriendo los costos a los participantes de la industria Rentabilidad de la industria que no se puede transferir debido a los altos costos. Precio único.

Poder del comprador. - Los clientes pueden capturar más valor bajando los precios, exigiendo mejor calidad o servicio y, en general, enfrentando a los participantes de la industria entre sí. Todo esto se hace a expensas de la rentabilidad del sector. Si hay pocos

compradores, un grupo de clientes tiene poder de negociación si los productos de la industria están estandarizados o no se diferencian entre sí.

Amenaza de piezas sustitutas. - Las piezas sustitutas realizan funciones iguales o similares en muchos sentidos a los productos del sector. A medida que aumenta la amenaza de sustitutos, la rentabilidad del sector disminuye. Cuando los sustitutos reemplazan productos en el departamento de compras, el riesgo de sustitución puede existir más abajo en la cadena o ser indirecto. Los de repuesto siempre están disponibles, pero pueden pasarse por alto fácilmente porque pueden diferir significativamente de los productos de la industria. Reemplazar no significa comprar algo, sustituir un producto usado por uno nuevo o fabricar uno usted mismo.

Competencia entre competidores existentes. - La competencia entre competidores existentes toma la forma de: descuentos, introducción de nuevos productos, campañas publicitarias y mejoras de servicios. El alto nivel de competencia limita la rentabilidad en este sector. La competencia es más intensa cuando hay múltiples competidores o casi igualmente fuertes, el sector crece lentamente y las barreras de salida son altas.

El autor utiliza estas cinco fuerzas, desarrolladas por Michael Porter, para crear un análisis de mercados competitivos y proporcionar una guía para ayudar a los estrategas a formular estrategias dentro de la competencia. (Mina, 2020)

CAPÍTULO 2

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1. PESTEL

En el Boletín Empresarial de la UDA(2018) se describen las condiciones políticas, económicas y sociales del país, que sirven de base para el diagnóstico de las condiciones externas que afectan al funcionamiento de la empresa.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe anunció que las perspectivas económicas para las economías emergentes en 2018 son mucho más alentadoras. Las economías desarrolladas crecieron un 2,1% en 2017, frente al 1,6% en 2016; Las economías emergentes crecieron un 4,5% frente al 4% en 2016. Ecuador puede beneficiarse de este mayor dinamismo económico en las economías emergentes, para lo cual se recomienda el análisis ambiental para identificar oportunidades y amenazas. A continuación, se describen las variables políticas, económicas, sociales y tecnológicas más importantes del país.

2.1.1. Política

Situación política en el Ecuador. - Actualmente, se espera que la política ecuatoriana, tanto interna como internacional, cambie tras el fin del gobierno del expresidente Rafael Correa. El actual modelo de gobierno, encabezado por el presidente Lenin Moreno, apunta a construir relaciones comerciales más amplias con otros países y atraer inversión extranjera. Según el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, la estructura organizativa de este gobierno se divide en tres ejes: los derechos de todas las personas durante su vida, una economía al servicio de la sociedad, y más sociedad y un mejor país.

Tratado de Libre Comercio (TLC). - El acuerdo comercial entre Ecuador y la UE da a Ecuador acceso a un mercado de alrededor de 500 millones de personas y crea así más dinamismo económico. Informan que en 2017 (el primer año del acuerdo comercial), las exportaciones aumentaron un 14% desde que el acuerdo entró en vigor.

Política fiscal. - Los impuestos son muy importantes para financiar al gobierno del Ecuador, por lo que, a partir de 2015, Ecuador adoptó una serie de políticas comerciales, las más destacadas fueron los aumentos arancelarios y la introducción de medidas proteccionistas para superar la crisis. (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2018b). Por otro lado, el IRS anunció que los ingresos tributarios en 2017 fueron de \$13,223 mil millones, un aumento del 9.4% respecto a los ingresos tributarios del año anterior (\$12,092 mil millones). En 2018, el IRS espera que la recaudación total de impuestos sea de 14.450 millones de dólares (un aumento del 9,3%). Después del 16 de abril de 2016, se tomaron medidas fiscales restrictivas para la reconstrucción de los territorios afectados por el desastre natural y se incrementó el impuesto al valor agregado del 12% al 14%, según datos de la Administración Tributaria del Estado. (2018), el monto del impuesto al valor agregado recaudado en 2016 fue tan grande como la disminución en comparación con años anteriores.

2.1.2. Económico

Producto Interno Bruto. - El PIB de Ecuador viene creciendo desde el año 2000: en 2017 el crecimiento porcentual fue del 88,56%. En 2009, la crisis económica mundial provocó una desaceleración del crecimiento económico, según el Observatorio Internacional de Crisis, esta crisis ocurrió en Estados Unidos en 2008. El motivo principal fue el fraude bancario que provocó la posterior explosión inmobiliaria. . burbujas. El siguiente período de caída significativa del crecimiento del producto interno bruto fue en 2015 y 2016, cuando factores como los menores precios del petróleo y la baja diversificación de la producción contribuyeron a la caída del PIB.

Inflación. - Según El Comercio, la tasa de inflación anual del Ecuador cerró en -0,71% en junio de 2018, la inflación de mi país en 2008 mostró una tendencia a la baja con grandes fluctuaciones.

La inversión extranjera directa. – La Comisión Económica para América Latina e informó que los flujos de inversión extranjera directa hacia América del Sur cayeron un 9,3% en 2016 a 118.219 millones de dólares. Solo tres países recibieron más inversión extranjera

directa en 2015: Colombia (el mayor aumento), Brasil y Paraguay. En el caso de Ecuador, la inversión extranjera directa disminuyó un 43,72%.

País de riesgo. - Define el riesgo soberano como un indicador de la incertidumbre del soberano en la emisión de préstamos, ya que mide la capacidad de pagar intereses y principal cuando el préstamo vence. En Ecuador, el riesgo soberano mostró valores elevados en 2000, año de la dolarización, y al inicio del mandato del expresidente Rafael Correa en 2008 y 2009. En 2018, este indicador ha disminuido significativamente.

2.1.3. Social

Población. - En julio de 2018, la población de Ecuador era 17.054.523. En 2017, el 50,1% de los aproximadamente 16,7 millones de habitantes eran hombres y el 49,9% mujeres, y esta tendencia continúa en la actualidad.

Migración. - Alrededor del 77% de los extranjeros que ingresan al Ecuador son por turismo, un enorme motor económico y social. Sin embargo, un análisis de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2018b) muestra que el país atrajo una ola de migrantes entre 2014 y 2016 debido al conflicto en Colombia y la crisis económica en el país central. Por otro lado, el principal motivo por el que los ecuatorianos abandonan el país es el turismo, que representó alrededor del 66% en 2017; seguido del 24%, que corresponde a quienes abandonaron el país en busca de vivienda. Un problema social preocupante en los países de la región es la situación política de Venezuela, que ha provocado una emigración masiva de su población. Según datos, en 2017 ingresaron a Ecuador 287.972 ciudadanos venezolanos, de los cuales 61.143 permanecieron en el país, situación que podría perjudicar la economía del país y aumentar la actual tasa de desempleo.

Pobreza. - La tasa de pobreza fluctúa mucho y llegó al 25% en junio de 2018, lo que significa que 25 de cada 100 ecuatorianos son pobres. Documentos del Instituto Nacional de Estadística y Censos muestran que Cuenca tiene la tasa de pobreza más baja en 20 años con un 2,8%, mientras que la ciudad de Guayaquil tenía una tasa de pobreza del 14,06% en junio de 2018.

Desempleo. - En 2014, el desempleo alcanzó el nivel más bajo de los últimos diez años: 3,8%. Dos años después, este valor aumentó casi 2 puntos porcentuales y alcanzó el 4,1% en junio de 2018, aproximadamente 0,4 puntos porcentuales más que en junio del año pasado. Las cifras de desempleo de junio de 2018 muestran que Quito tiene la tasa de desempleo más alta del país, mientras que Guayaquil tiene la más baja. A junio de 2018, la tasa de desempleo de Cuenca era del 5,1%. Un aumento de 0,6 puntos porcentuales en comparación con el mes correspondiente del año pasado.

2.1.4. Tecnológico

Inversiones en tecnología. - Porque ahora, para aprovechar el avance tecnológico del país, el gobierno, a través de un convenio con la Cámara de Comercio e Industria Ecuatoriano-alemana, planea permitir que las empresas nacionales se beneficien del conocimiento digital 4.0, lo que beneficiará enormemente la producción. en la industria. En 2000, había una clara diferencia entre las inversiones del sector público y privado en tecnología (72,8% y 27,2%, respectivamente). Tras el cambio de gobierno en 2007, el sector público empezó a aumentar su presupuesto: en 2016, las inversiones representaron el 1,88% del producto interior bruto (PIB), unos 1.900 millones. (Juan Francisco Álvarez Valencia, 2018)

2.1.5. Ecológico

La responsabilidad social de las empresas es la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas. (Motoya, 2020)

2.1.6. Legal

Artículo 1.- Objeto. – La presente Ley tiene por objeto crear y regular el Sistema de Vigilancia y Seguridad Privada; la prestación de servicios de vigilancia y seguridad privada para la protección de personas, bienes muebles e inmuebles y valores; y la prestación de

servicios de formación y capacitación para las trabajadoras y trabajadores de vigilancia y seguridad privada.

Establece, además, disposiciones tendientes a proteger y garantizar los derechos de las trabajadoras y trabajadores de vigilancia y seguridad privada; así como las prohibiciones y sanciones para los prestadores de los servicios de vigilancia y seguridad privada y de formación y capacitación.

Artículo 2.- Ámbito de la Ley. – Las disposiciones de esta Ley son de aplicación obligatoria en el territorio nacional para las compañías que pertenecen a los servicios de vigilancia y seguridad privada; los centros de formación y capacitación; las trabajadoras y trabajadores de vigilancia y seguridad privada; las instituciones que conforman el Sistema Nacional de Vigilancia y Seguridad Privada; y, las personas naturales o jurídicas que brindan servicios conexos. (Nacional, 2024)

Artículo 3.- Finalidades de la Ley. – La presente Ley tiene las siguientes finalidades:

Normar el Sistema de Vigilancia y Seguridad Privada y las competencias de las instituciones del Estado relacionadas con la regulación y control de los servicios de vigilancia y seguridad privada.

Establecer un régimen jurídico que fortalezca la prestación de servicios de vigilancia y seguridad privada garantizando la regulación del sector y su articulación con las entidades del Estado para coadyuvar a la seguridad integral.

Normar las características de los servicios de vigilancia y seguridad privada y los requisitos, prohibiciones y demás regulaciones para los prestadores de los servicios de vigilancia y seguridad privada.

Reconocer derechos laborales específicos de las trabajadoras y trabajadores de vigilancia y seguridad privada y promover su profesionalización.

Establecer los requisitos, prohibiciones y demás regulaciones que deberán observar los centros de formación y capacitación de vigilancia y seguridad privada. Determinar las infracciones y sanciones por el incumplimiento de la presente Ley. (Nacional, 2024)

Análisis de PESTEL con respecto a las compañías de seguridad privada se pudo recalcar que el mercado de la seguridad en Ecuador tiene un alto potencial de crecimiento, pero también es un mercado competitivo y desafiante. El análisis en general del mercado de seguridad en Ecuador se recomienda realizar un análisis más detallado para comprender mejor las oportunidades y desafíos específicos para su empresa es así que a continuación se realizara un modelo de Porter para más información.

2.2. Fuerzas de Porter

2.2.1. Barreras de entradas de nuevos competidores

Según la breve investigación realizada mediante unas encuestas hemos analizado que las barreras de entradas de nuevos competidores son muy altas porque toda empresa necesita cumplir con ciertos requisitos como la otorgación de los permisos o licencias para el funcionamiento, inicio de capital, tener una buena capacitación y buena formación.

La encuesta se distribuyó entre empresas del sector de seguridad para recopilar datos relevantes que servirán como base para el análisis en esta investigación.

La entrada de nuevas empresas al mercado de seguridad ecuatoriano puede representar una amenaza, especialmente si ofrecen servicios similares a precios más bajos. Las empresas necesitan mantener una buena reputación y la lealtad de sus clientes para combatir esta amenaza.

En el análisis de la encuesta realizada especialmente a empresas en la industria de seguridad en Cuenca todas las empresas mencionadas en la tabla n°1 cuentan con todos los requisitos que la ley impone lo cuales son las principales barreras para entrar al mercado,

pero sin embargo la encuesta resalto unos datos favorables para nosotros los cuales son si proponemos nuevas tecnologías, nuevas innovaciones lo que nos haga diferentes a los competidores, lograremos tener éxito en el mercado.

2.2.2. Poder de negociación con los clientes

La negociación con los clientes es alta debido a que los clientes tienen varias empresas que brindan el mismo servicio que nosotros vamos a brindar, lo que les otorga cierto poder de negociación con los clientes leales.

Hemos analizado que algunas empresas de Cuenca aplican el llamado Concentración de clientes lo que quiere decir es que dividen a los clientes por tamaños hay empresas que poseen clientes grandes y otras empresas que poseen clientes pequeños pero la mayoría aquí en Cuenca se centran en las grandes lo que hace que el poder de negociación con los clientes sea más alto.

Es por eso que las oportunidades para cerrar negociaciones con clientes varían según el contexto. En algunos casos, los clientes pueden tener un poder significativo, mientras que, en otros casos, las empresas de seguridad tienen más control sobre la relación esto quiere decir que en algunos momentos como empresa nosotros vamos a regirnos de acuerdo al reglamento y otras vamos a acceder a la necesidad del cliente.

2.2.3. Poder de negociación de proveedores

En la industria de la seguridad privada en Cuenca todas las empresas se rigen casi en la permanencia de proveedores ya que hay pocos proveedores de tecnología e insumos de seguridad y eso hace que las empresas de seguridad en Cuenca tengan mayor poder de negociación con los proveedores.

Las empresas también se rigen en los costos ya que si son costosos para la empresa no dudaremos en cambiar de proveedores es por eso que la encuesta realizada nos resalta datos de que los proveedores tienden algunas veces a bajar costos y así lograr fidelizar con sus compradores, los productos y así lograr a una negociación exitosa y con beneficios para la empresa.

De acuerdo a las investigaciones realizadas las empresas en el mercado de Cuenca tienen un alto poder de negociación con los proveedores es por eso que nos informan que es porque las empresas se enfocan en diversificar a sus proveedores, buscan nuevas alternativas y logran negociaciones favorables.

2.2.4. Productos sustitutos

En la información que se resalta en la siguiente tabla se puede visualizar tres empresas que se manejan mediante tecnología y otras que se manejan mediante seguridad web eso ha hecho que clientes opten por contratar esos servicios ya por bajos costos y por el beneficio que les brindan.

Estas empresas que se presentan en el mercado de la seguridad en cuenca presentan el mismo servicio q cualquier empresa de seguridad lo que les hace diferentes es que su servicio se basa en calidad y rapidez en responder a cualquier amenaza que se pueda presentar.

Este servicio basado en servicio web o más conocido como IA son una amenaza para las empresas que prestan el servicio de seguridad como bien hablamos es por el bajo costo que tienen, la calidad y su rapidez hacen q los clientes opten por este servicio y ya no por servicio de seguridad tradicional que se ha manejado casi varios años.

Cuando se trata de seguridad del hogar, las amenazas que enfrentan las empresas de seguridad tradicionales pueden ser importantes. Esto se debe a que los sistemas de seguridad domóticos se han vuelto más asequibles, más fáciles de usar y más convenientes.

Para competir en este contexto, las empresas de seguridad tradicionales deben centrarse en ofrecer servicios diferenciados, como la integración con otros sistemas domóticos o la monitorización profesional.

2.2.5. Competencia existente

Nuestra rivalidad es muy alta ya que existen varias empresas de seguridad en el mercado cuencano por eso es importante diferenciarse de las competencias y no ser iguales se puede mejorar en base a mejoras tecnológicas en la presencia y la calidad que nuestro personal puede ofrecer al cliente.

Con las investigaciones realizadas mediante investigación y encuestas hemos verificado que las empresas en cuenca brindan un mismo servicio en variedad de todas las demás es por eso que algunas se diferencia es más por los precios dispuestos a los clientes.

En si también las encuestas nos han indicado que las empresas de acuerdo con las barreras de salidas del mercado son altas lo que hace que algunas empresas no rentables puedan permanecer en el mercado, intensificando a la competencia y así logrando que la rivalidad entre los competidores sea alta

Para nosotros tener éxito en el mercado debemos diferenciarnos de la competencia ofreciendo servicios personalizados y tener un buen valor agregado y así poder lograr tener éxito en el mercado.

CAPÍTULO 3

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

3.1. Investigación cualitativa

3.1.1. Entrevista a expertos

Tabla 1

Perfiles

	Perfil #1 Guardia de Seguridad	Perfil #2 Gerente de Empresas de Seguridad	Perfil #3 Supervisores de Empresas de Seguridad
Edad	>25	>30	>30
Profesión	Indistinto	Indistinto	Indistinto
Sexo	Indistinto	Indistinto	Indistinto
Experiencia	>3 años	>5 años	>4 años

Guión

Perfil 1: Guardia de seguridad

Tabla 2

Guión para entrevista guardia de seguridad

Variables	Preguntas
Pestel.- Político	¿Cuáles son las barreras políticas para las empresas de seguridad?
Pestel.- Económico	¿Cómo aportan las empresas de seguridad a la Economía Nacional en cuanto a la creación de fuentes de trabajo?

Pestel.- Social	¿Consideras que las empresas de seguridad han aumentado o disminuido en cuenca?
Pestel.- Legal	¿Qué norma rigen para obtener los requisitos para la empresa?
Pestel.- Tecnológico	¿Cómo ha influido los avances tecnológicos en su empresa?

Guión

Perfil 2: Gerente de empresas de seguridad

Tabla 3

Guión para entrevista gerentes de empresa de seguridad

Variables	Preguntas
Poder de negociación proveedores	¿Consideras que la calidad que te ofrecen los proveedores en Ecuador es la adecuada? ¿Por qué?
Poder de negociación proveedores	¿Cómo calificas a tus proveedores actuales?
Rivalidad entre competidores existentes	¿Qué tan competitivo es el mercado de seguridad en cuenca?

Guión

Perfil 2: Supervisores de empresas de seguridad

Tabla 4

Guión para entrevista supervisores de empresa de seguridad

Variables	Preguntas
Antecedentes de la empresa	¿Cuántos años tiene la empresa?
Antecedentes de la empresa	¿A que segmento se dirigen?
Comportamiento del consumidor	¿Con que frecuencia los consumidores adquieren los servicios de seguridad?
Comportamiento del consumidor	¿Cuál es la empresa de seguridad más vendida en cuenca?
Rivalidad entre competidores existentes	¿Consideras que el mercado de seguridad tiene una amplia oferta?

Informe entrevista expertos

Guardias de seguridad

Tabla 5

Detalle proceso entrevista

Yuliza Abad	Francisco Bravo	Cristian Rocano
La entrevista se realizó a la señorita Yuliza Abad guardia de la empresa de seguridad: Martinez Palacios. Se llevo a cabo en el puesto de trabajo de la señorita ubicado en la Hernán Malo adentro de la Universidad Del Azuay el día 13 de abril del 2024 La entrevista fue grabada en	La entrevista se realizó al señor Francisco Bravo guardia de la empresa de seguridad: Martinez Palacios. Se llevo a cabo en el puesto de trabajo del señor ubicado en los interiores de la Universidad del Azuay el día 13 de abril del 2024. La entrevista fue grabada en audio, se	La entrevista se realizó al señor Cristian Rocano guardia de la empresa de seguridad: Martinez Palacios. Se llevo a cabo en el puesto de trabajo del señor ubicado en los interiores de la Universidad del Azuay el día 13 de abril del 2024. La entrevista fue grabada en un audio, se

audio, se realizaron 5 preguntas esenciales y tuvo una duración de 3 minutos.	realizaron 5 preguntas esenciales y tuvo una duración de 4 minutos.	realizaron 5 preguntas esenciales y tuvo una duración de 4 minutos.
---	---	---

Gerentes de empresa de seguridad

Tabla 6

Detalle proceso entrevista

Juan Ortega	Edison Mora
La entrevista se realizó al señor Gerente de la empresa de seguridad Vicosá ubicada diagonalmente a dirección del vergel. La entrevista fue grabada por audio y se realizó 3 preguntas esenciales y tuvo una duración de 4 minutos.	La entrevista se realizó al señor Cogerente de la empresa de seguridad Vicosá ubicada diagonalmente a dirección del vergel. La entrevista fue grabada por audio y se realizó 3 preguntas esenciales y tuvo una duración de 3 minutos.

Supervisores de empresas de seguridad

Tabla 7

Detalle proceso entrevista

Wellington Cerezo	Roberto Lino
La entrevista se realizó al señor supervisor de la empresa de seguridad Martínez Palacios ubicada en la av. 10 de agosto y Carlos Vintimilla 2-45. La entrevista fue grabada por audio y se realizaron 5 preguntas esenciales y tuvo una duración de 4 minutos.	La entrevista se realizó al señor supervisor de la empresa de seguridad Martínez Palacios ubicada en la av. 10 de agosto y Carlos Vintimilla 2-45. La entrevista fue grabada por audio y se realizaron 5 preguntas esenciales y tuvo una duración de 4 minutos.

Gráfico 1

Nube de palabras de la seguridad



Nota: La siguiente imagen es una representación gráfica de las palabras que se dieron a conocer en la entrevista a expertos y elaborada en el artículo (Guadalupe Valles Devora, 2021)

Informe entrevista a expertos

De acuerdo con la entrevista realizada a expertos hemos recalcado ciertos puntos que son importantes para nosotros empezar en el mercado de la seguridad tenemos en temas en cuanto a lo político las barreras de entradas que se nos presenta al iniciar una compañía los permisos de funcionamiento, local para empezar la empresa y otros puntos más que se nos puede presentar en el ámbito político.

En cambio, en lo económico las empresas de seguridad están jugando un papel muy importante y esencial para la economía nacional pues al generar empleos y contribuir a la seguridad pública. Es así que pudimos recalcar que el sector de las empresas de seguridad emplea miles de personas en diferentes roles, como guardias de seguridad, vigilantes, operadores de alarma y personal administrativo.

En lo social nos brindaron una información que es muy relevante que en los últimos 5 años las empresas de seguridad han aumentado a comparación de los otros años eso quiere decir que hay demasiada demanda como para nosotros poder entrar en el mercado de la seguridad. Los guardias de seguridad consideran que es muy apropiado nuevas empresas que tengan diferente enfoque en cuanto a la seguridad entrando al mercado con otros servicios y así no entrar en una competencia con las otras empresas.

En la entrevista que realizamos recalcamos que las empresas de seguridad los avances tecnológicos están teniendo un impacto significativo en las empresas de seguridad privada cambiando su forma en la que operan y de cómo brindan sus servicios ahora hoy está de moda las cámaras de seguridad inteligente, vigilancia en drones y control de acceso y gestión de alarmas en estos 3 ámbitos es que la comunidad se está acoplado hoy en día existen máximo de 5 empresas que cuentan con esos servicios podemos decir que la tecnología va ir avanzando varias veces y es por eso que hay que estar preparado para cualquier innovación que pueda presentar la tecnología.

En la entrevista que se desarrolló a los supervisores ellos pudieron recalcar que hay empresas que están funcionando de hace más de 25 a 30 años y son unas que están ya más centralizadas en el mercado de la seguridad y varias de esas empresas se dirigen a un segmento claro y específico del sector público y privado, también nos pudieron recalcar que por la inseguridad que la ciudad está viviendo en algunos sectores pues el comportamiento del consumidor hace que frecuentemente las personas, universidades, colegios y centros comerciales adquieran el servicio de seguridad.

3.1.2. Entrevista a profundidad

Tabla 8

Perfil entrevista a profundidad

Perfil: Personas que saben y conocen sobre las empresas de seguridad	
Edad	20-40
Profesión	Guardias de Seguridad
Sexo	Indistinto
Experiencia	> 3 años

Guión de entrevistas:

Tabla 9

Guión de entrevista a profundidad

variables	Preguntas
Experiencia y antecedentes	¿Tienes experiencia previa en el sector de la seguridad? Si o No
Experiencia y antecedentes	¿Qué tipo de trabajo realiza en el sector de la seguridad privada?
Experiencia y antecedentes	¿Cuánto tiempo ha estado trabajando en el sector de la seguridad privada?
Experiencia y antecedentes	¿Ha recibido alguna capacitación formal en seguridad privada?

Percepciones del sector	¿Cuáles consideran que son los principales desafíos que enfrenta el sector de la seguridad privada?
Percepciones del sector	¿Cuáles son las principales preocupaciones que tiene sobre su trabajo en el sector de la seguridad privada?
Experiencia y antecedentes	¿Podría describir un día típico en su trabajo?
Experiencia y antecedentes Experiencia y antecedentes	¿Ha estado alguna vez en una situación peligrosa o difícil en el trabajo? ¿Cómo ha manejado las situaciones difíciles o peligrosas en el trabajo?
Experiencia y antecedentes	¿Qué tipo de apoyo recibe de su empleador para lidiar con situaciones difíciles o peligrosas?
Habilidades y competencias	¿Qué cree que se podría hacer para mejorar la capacitación en el sector de la seguridad privada?
Habilidades y competencias	¿Qué habilidades y competencias consideran que son importantes para trabajar en el sector de la seguridad privada?

Entrevistas:**Tabla 10****Entrevista a profundidad**

Freddy Tacuri	Christian Lituma	Claudio Chabla
La entrevista fue realizada en la casa del señor el día 1 de mayo del 2024. La entrevista fue grabada en audio y se realizó 12 preguntas y tuvo una duración de 3 minutos.	La entrevista fue realizada en el puesto de trabajo del señor en la escuela La Asunción el día 1 de mayo del 2024. La entrevista fue grabada por audio y se realizó 12 preguntas y tuvo una duración de 3 minutos.	La entrevista fue realizada en el puesto de trabajo del señor en la Universidad del Azuay el día 1 de mayo del 2024. La entrevista fue grabada por audio y se realizó 12 preguntas y tuvo una duración de 3 minutos.

Tabla 11**Entrevista a profundidad**

Xavier Fajardo	Luis Caiza	Marcelo Cuenca
La entrevista fue realizada en el puesto de trabajo del señor en las fábricas de tractores ubicada en la Autopista el día 1 de mayo de 2024. La entrevista fue grabada en audio y se realizó 12 preguntas y tuvo una duración de 5 minutos	La entrevista fue realizada en el puesto de trabajo del señor ubicada en la Universidad del Azuay el día 1 de mayo de 2024. La entrevista fue grabada en audio y se realizó 12 preguntas y tuvo una duración de 6 minutos	La entrevista fue realizada en el puesto de trabajo del señor ubicada en la Universidad del Azuay el día 1 de mayo de 2024. La entrevista fue grabada en audio y se realizó 12 preguntas y tuvo una duración de 8 minutos

Gráfico 2

Nube de palabras de la seguridad



Nota: Esta imagen resalta palabras claves que usamos el momento de realizar la entrevista a profundidad y se hace presente en el siguiente artículo (Garcia, 2015)

Informe de entrevista a profundidad y nube de palabras:

En el gráfico 2 refleja los resultados de las 6 entrevistas a profundidad realizadas, donde se han identificado diferentes perfiles de personas que trabajan en el ámbito de la seguridad privada. De los entrevistados la mayor parte son personas que trabajan en seguridad privada. Como resultado, cuatro de los entrevistados mencionaron que en varias ocasiones han estado en actos peligrosos; otros dos nos recalcaron que la mayor parte de guardias que tienen entre 18 – 24 años su capacitación es leve no aplican con el régimen que una empresa debería de tener.

En la entrevista nos basamos en tres variables específicas para nosotros poder analizar los puntos críticos para nuestra empresa, entre las preferencias de los consumidores tres de algunos guardias nos recalcaron que la presencia y la calidad que se brinda al cliente debe ser alta ya que la seguridad es lo primordial para una empresa, instituciones escolares, sector externo, sectores públicos, hospitales y centros de salud.

Además, se obtuvo información relevante sobre la oferta en el mercado local. Todos los entrevistados consideran que hay variedad de empresas en Cuenca que brindan el servicio de seguridad privada pero así mismo no todas las empresas cuentan con los servicios profesionales nuevos que hoy en día los consumidores buscan. Esto indica que el mercado local tiene una oferta medio limitada que no satisface algunas veces las necesidades del consumidor.

En base a unas respuestas acerca de experiencia y antecedentes que nos informa acerca del apoyo que tienen de los empleadores hoy en día es demasiado bajo, esta información que nos brindan los entrevistados es defraudante la mayoría nos dio a conocer los motivos que el gerente de la empresa por satisfacer las necesidades que le obligan a tener los consumidores o clientes hacen tomar medidas extremas de multar al personal, pagarles tarde e incluso hasta despedirlos sabiendo que el personal hizo correctamente su trabajo, estos puntos son clave para nuestro análisis y tener en cuenta el comportamiento que existe entre el gerente de la empresa con el consumidor o cliente.

Entre las habilidades y las experiencias la mayoría de los entrevistados están física y psicológicamente preparados para cualquier inconveniente que se les Cruze en el camino, con este análisis nos hace tener en cuenta que para la selección del personal debemos conocer física y psicológicamente a nuestro personal y saber que tan preparado esta conociendo lugar de entrenamiento y si ha seguido algunos cursos de porte de armas.

3.2. Investigación Cualitativa

Informe de la encuesta

Se llevo a cabo una encuesta compuesta por 10 preguntas dirigida a una muestra de 120 hombres y mujeres con diferentes rangos de edad. El periodo de recolección de datos fue desde el 20 de abril hasta el 10 de mayo. Las encuestas se llevaron a cabo de forma virtual a grupos de WhatsApp o conocidos que trabajan y conocen de este servicio.

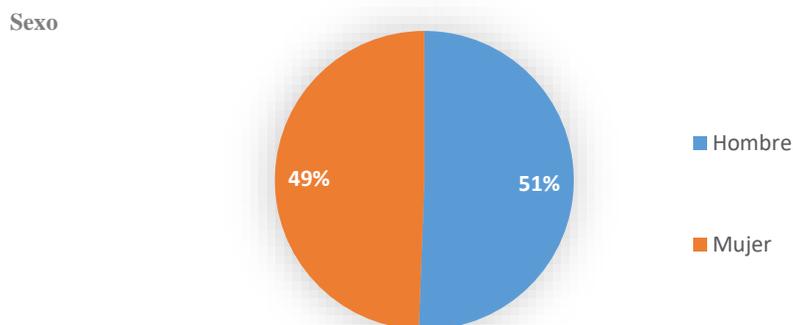
De la mayor parte son personas conocidas por la cual se tiene un leve margen de insatisfacción entre algunos consumidores que vamos a visualizar a continuación.

Resultados:

3.2.1. Encuesta

Gráfico 3

Datos de encuesta por sexo

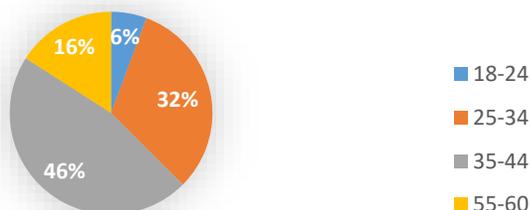


En la muestra que se observa en el gráfico 3 realizada a las 120 personas se muestra la distribución de la población por sexo. La información se presenta mediante porcentajes, en la muestra podemos recalcar que existe una diferencia del 2% entre hombres y mujeres ocupando el 49% las mujeres y el 51% los hombres. El gráfico 3 se muestran de manera clara y explícita que el sector azul pertenece a los (Hombres) y el sector naranja a las (Mujeres).

Gráfico 4

Datos de encuesta por Edades

¿Cual es su rango de edad?



En el gráfico 4 se observa la muestra de acuerdo al rango de edad, los datos a continuación se presentan en porcentajes. El gráfico muestra que existe una población principalmente entre 35 – 44 años que ocupa el 46% y le sigue el de 25 – 34 años con un porcentaje de 32% las personas entre 18 – 24 años ocupan el 6% en la muestra y por último tenemos los de 55 años o más con 16% lo que quiere decir que la mayor parte de la población en la ciudad de Cuenca entre 35 – 44 años conocen acerca de la seguridad privada poniendo así en conclusión que nuestra muestra abarca más una población entre los 25 – 44 años de edad.

Gráfico 5

Datos de encuesta por servicio de seguridad privada

¿Ha utilizado alguna vez servicios de seguridad privada?

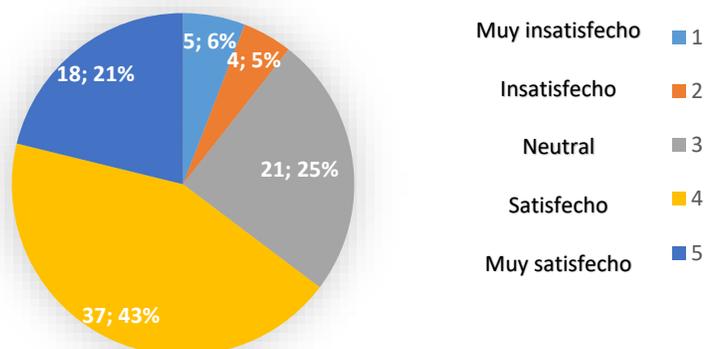


Como podemos observar en el gráfico 5 se hizo una pregunta remota para conocer si nuestra población ha utilizado alguna vez los servicios de seguridad privada con la ayuda de nuestro celular esta pregunta se realizó aparte de toda esta encuesta directamente con usuarios que en verdad necesitan del servicio de seguridad privada personas que tienen negocios propios que manejan una gran cantidad de flujo de caja; necesitan en realidad el servicio de seguridad privada o también seguridad tecnológica esta muestra de población podemos decir que está representado en un 42%, con comparación del no utilizar el servicio que tiene un porcentaje del 58%.

Gráfico 6

Datos de encuesta de como califican el servicio de seguridad

¿Cómo calificaría la calidad general de los servicios de seguridad privada que ha utilizado?

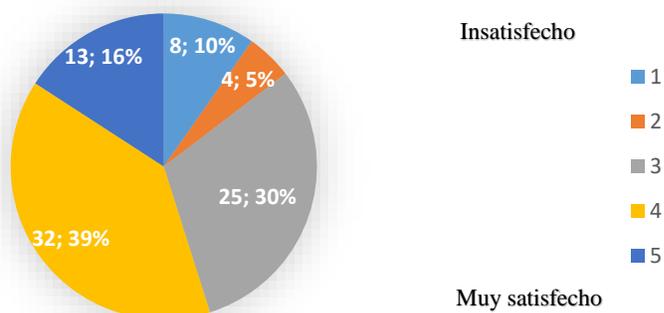


En el gráfico 6 observamos que de toda nuestra muestra realizada hay un 21% que califican a las empresas de seguridad privada que les han brindado servicio como adecuadas para prestar el servicio de seguridad en la zona. A comparación del 6% de la muestra nos indica que algunas personas o jefes de una empresa califican los servicios de seguridad privada como totalmente en desacuerdo ya sea por calidad o servicio brindado.

Gráfico 7

Datos de encuesta de la satisfacción del servicio de seguridad

En general, que tan satisfecho está con los servicios de seguridad



En el gráfico 7 podemos representar que la población que utiliza el servicio de seguridad privada esta entre un rango del 10% a comparación de otros usuarios que han utilizado el servicio de seguridad privada y están satisfechos con el servicio y calidad que las

empresas brindan, son muy pocos los usuarios que no están satisfechos por el servicio ya sea por alguna mala experiencia que tuvo con alguna empresa.

Gráfico 8

Datos de encuesta para conocer la inseguridad de los usuarios



En el grafico 8 podemos observar que la mayor parte de la población encuestada se encuentra en zonas muy seguras donde brindan el servicio de seguridad logrando un rango de 28% - 41% a comparación de un 11% que otros encuestados confirman su inseguridad y viven en una zona muy peligrosa; por la cual son zonas que no son muy pobladas y además no cuentan con un régimen de seguridad perfecto.

Gráfico 9

Datos de encuesta de la delincuencia en los últimos años



En el grafico 9 claramente podemos identificar que en la muestra que hemos realizado existe pocas personas que han sufrido de los actos delictivos eso se debe a que en la ciudad de cuenca contamos con un régimen muy distinto a lo que las otras ciudades viven hoy en día uno de todos los de la muestra realizada, que es excomandante de la policía nacional nos

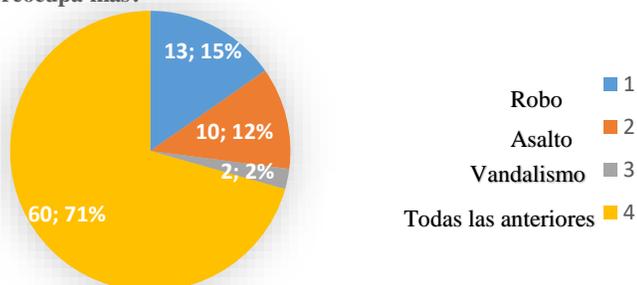
colaboró con una información muy importante para poder analizar de acuerdo con esta pregunta y es que; en cuenca existe 9 zonas de las cuales son las más peligrosas entre ellas (Feria libre, 9 de Octubre, Chola cuencana, La zona rosa conocida como los prostíbulos, La plaza del arte, terminal terrestre, barrial blanco, el Vado y baguanchi sector loma blanca.

Entre todos estos sectores tres de ellos son comandados por el grupo delincuencia los lobos, los otros vienen siendo del grupo delincuencia los PDA. Si nos enfocamos un buen plan estratégico en cuanto a la seguridad de estas zonas podemos llegar a ser la ciudad más segura en todo el país.

Gráfico 10

Datos de encuesta de los delitos más preocupantes

¿Que tipo de delitos le preocupa mas?

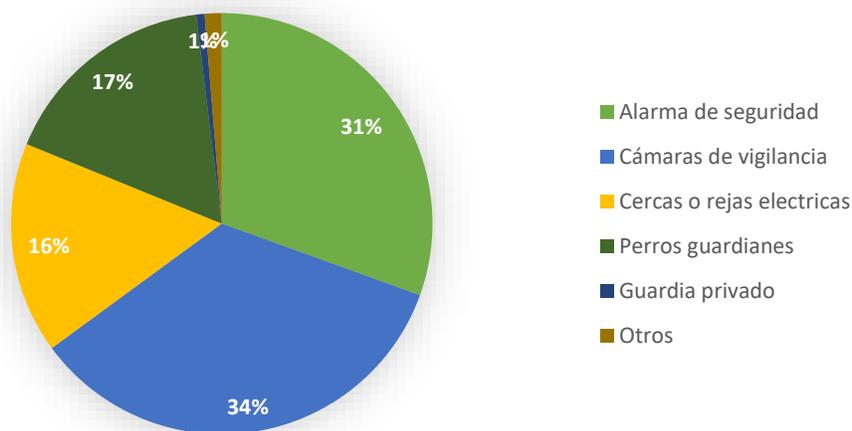


En el grafico 10 podemos identificar que a la mayor parte de la muestra realizada le preocupa todo tipo de delito siendo el robo uno de los principales crimines que la sociedad vive hoy en día con un 15%, a comparación de los asaltos ya que pueden ser a mano armada o delinto instintivo eso quiere decir coger de sorpresa a su víctima y robarle todo.

Gráfico 11

Datos de encuesta sobre medidas de seguridad

¿Qué medidas de seguridad toma actualmente para proteger su hogar y propiedad?

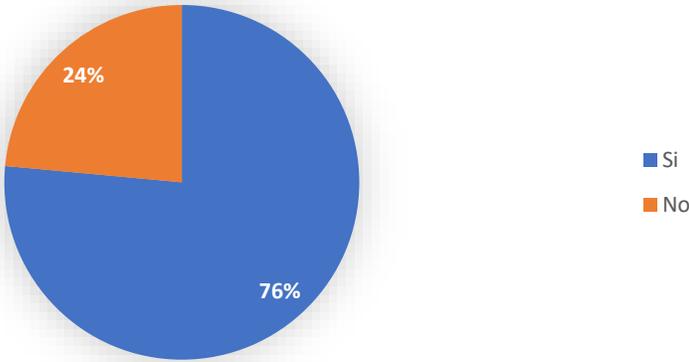


En el grafico 11 en cuanto a las medidas que las personas hoy en día acuden para ya sea negocios o hogares o lugares públicos como los estados gubernamentales las cámaras de vigilancia y las alarmas de seguridad son un sistema de vigilancia ya muy común en el servicio de seguridad privada obteniendo como resultado en la muestra de un 34% a 31% de correlación que existen en estos dos modos de seguridad, otra parte de los encuestados optan por instalar cercas o rejas eléctricas obteniendo como resultado un 16% en toda la muestra realizada.

Lo que también logramos recalcar es que con el 1% las personas optan por utilizar el servicio de guardia privado ya puede ser por motivos de confianza y de ir innovando con la actualización del modo tecnológico y utilizando nuevas medidas que puedan hacer el mismo trabajo que realiza un guardia de seguridad.

Gráfico 12 Datos de encuesta de utilizar el servicio de seguridad

¿Estaría dispuesto a pagar por servicios de seguridad privada para su hogar o negocio?



En el grafico 12 podemos visualizar que la gran cantidad de la población que realizo la encuesta están dispuestos a contratar el servicio de seguridad privada obteniendo como resultado del 76% de toda la población encuestada y a diferencia mínima del 24% de la otra parte de la población no necesitan de los servicios de seguridad privada.

CONCLUSIONES

Luego de haber a detalle analizado la situación de la empresa de seguridad considero prudente realizar las siguientes conclusiones:

- Es fundamental establecer un riguroso control administrativo para optimizar los recursos disponibles y evitar desperdicios innecesarios.
- La implementación de un adecuado sistema de gestión financiera es vital para asegurar la estabilidad económica de la empresa y evitar déficits presupuestarios.
- Es necesario realizar una revisión exhaustiva de los costos operativos y buscar oportunidades de reducción de gastos sin comprometer la calidad del servicio.
- La capacitación y formación del personal en materia de administración y finanzas será clave para mejorar la eficiencia en la gestión de la compañía.
- El personal que presta el servicio de vigilancia, debe recibir la capacitación necesaria que le permita realizar sus labores de forma adecuada
- La consideración al esfuerzo físico realizado, debe verse reflejado en su remuneración

Implementar estas conclusiones de manera proactiva, ayudará mucho al funcionamiento de la empresa.

RECOMENDACIONES

Es importante seguir estas recomendaciones para establecer una base sólida y lograr el crecimiento de manera exitosa que estamos planteando en este estudio, mantener un enfoque en la excelencia operativa y el servicio al cliente, la empresa estará en una posición favorable para crecer y consolidarse en la industria.

- **Definir un plan estratégico:** Es crucial establecer una visión clara, objetivos a corto y largo plazo, estrategias de mercado, estructura organizativa y un plan de acción detallado.
- **Conocer al público objetivo:** Realizar un estudio de mercado para identificar las necesidades y preferencias de los potenciales clientes, y así poder adaptar los servicios de seguridad ofrecidos.
- **Capacitar al personal:** Contar con un equipo capacitado y competente es fundamental para brindar un servicio de calidad. Invertir en la formación del personal en temas de seguridad y atención al cliente.
- **Implementar tecnología:** Utilizar herramientas tecnológicas como sistemas de monitoreo, control de accesos y equipos de seguridad avanzados para mejorar la eficiencia y efectividad de los servicios prestados.
- **Establecer alianzas estratégicas:** Colaborar con otras empresas del sector o asociaciones relacionadas con la seguridad puede abrir nuevas oportunidades de negocio y aumentar la visibilidad en el mercado.
- **Cumplir con las normativas legales:** Asegurarse de cumplir con todas las regulaciones y permisos necesarios en el sector de seguridad, para evitar problemas legales y ganar la confianza de los clientes.
- **Diferenciarse de la competencia:** Identificar un factor diferenciador que permita destacarse en el mercado, ya sea a través de la calidad del servicio, la innovación tecnológica o la atención personalizada.

REFERENCIAS

- Amador-Mercado, C. Y. (2022). El análisis PESTEL. *Vol. 4 Núm. 8 (2022): Uno Sapiens Boletín Científico de la Escuela Preparatoria No. 1*, 1-2.
- Cardona, M. P. (2014). Economía, Empresarialidad y Desarrollo . *Revista Académica ECO* , 1-112.
- Edwin Alberto Lara-Flores, J. G.-C.-D.-L.-G. (2017). La Gestión de Marca, un Factor Estratégico de Competitividad en PYMES. *Vol. 6 Núm. 1 (2017): Revista CienciAmérica* , 1-21.
- Figueroa-Soledispa, M. L.-B.-C. (2020). El Marketing Mix y su incidencia en el posicionamiento comercial de las Pymes. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional, ISSN-e 2550-682X, Vol. 5, N°. 12, 2020* , 1-17.
- García, E. S. (2015). Diálogo y aprendizaje percibido en estudiantes de modalidad virtual: Abordaje cualitativo en un programa universitario en Costa Rica (Dialog and perceived learning in online students: A qualitative approach in a graduate program in Costa Rica). *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia (RIED)*, 18, 191.
- Godín, S. (2019). Esto es Marketing. *Editorial Planeta, S.A., 2019*, 1-15.
- González-Ferriz, F. (2021). El marketing 5.0 y su efecto en la estrategia empresarial del sector industrial en España. *REV - REDMARKA - N° 25 (1), 2021*, 1-20.
- Guadalupe Valles Devora, M. T. (2021). Percepción de empleadores y egresados sobre el programa de Seguridad y Políticas Públicas de la UACJ. *IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH*, 12, 1-25.
- Jaime Rivera Camino, M. d. (2007). Dirección de Marketing. *Editorial ESIC*, 1-433.
- Juan Francisco Álvarez valencia, M. E.-M. (2018). Observatorio Empresarial Primer Boletín. *Casa Editora UDA*, 1-99.
- Juan Gabriel Saltos CruzLogo ORCID, W. A. (2022). Gestión de marca y competitividad empresarial. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG, ISSN-e 2477-9423, ISSN 1315-9984, Vol. 27, N°. Extra 7, 2022*, 1-202.
- Liset Sulay Rodriguez Baca, C. F. (2020). Aplicación de ISO 27001 y su influencia en la seguridad de la información de una empresa privada peruana. *SciELO Analytics*, 8.
- Mina, M. A. (2020). Las fuerzas de Porter: Estrategias luego de la aplicación . *Conference Paper · October 2020*, 1-19.

- Motoya, S. E. (2020). Plan de Marketing para la empresa SEGURCAS CIA. LTDA. dedicada a la prestación del servicio de seguridad privada en la ciudad de Quito. *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*, 1-207.
- Nacional, A. (2024). Ley Orgánica de Vigilancia y Seguridad Privada. *cite*.
- Orlando Enrique Contreras Pacheco, J. F. (2023 - 2024). La especificación del trabajo desde la perspectiva de sus partes interesadas: el caso del guardia de seguridad. *Revista Investig. Desarro.*, 13(2).
- Raiteri, M. D. (2016). El Comportamiento del consumidor actual. *Universidad Nacional de Cuyo; Facultad de Ciencias Económicas*, 1-54.
- Sáenz, C. S. (2023). Estrategia de marca, segmentación y diferenciación. *Director Comercial 5* Paradisus Gran*, 1-2.
- Sulla, A. E. (2021). Comportamiento del consumidor y su proceso de decisión de compra. El nuevo camino del consumidor. *Artículos de Revisión Vol. 24 Núm. 48 (2021)*, 1-111.
- Xavier Enrique Soledispa-Rodríguez, J. H.-C.-P. (2021). La investigación de mercado impacto que genera en la toma de decisiones. *Dom. Cien., ISSN: 2477-8818 Vol 7, núm. 1, Especial Febrero 2021, pp. 79-94*, 1-16.

ANEXOS:

Tabla 12 Tabla de información de datos recolectados de empresas de seguridad en Cuenca

NUMERO	Nombre De Empresas	# Trabajadores	# De Clientes donde dan su Servicio	Sueldos por Guardia	Ubicación	Tipo de armamento	Tiempo en el mercado	Proveedores
1	Grupiseg, Empresa De Seguridad Priv	78	9	\$ 1.300,00	Guayas 6-130, Edif. Local Sendas	9MM PARABELLUM, 38 ESPECIAL	19 AÑOS	La Arcom
2	G4S	100	15	\$ 1.450,00	General Giacomo Roca N33-92, Edif. Bosmediano, Piso 2	22LR, 22 MAGNUM Y GLOCK	23 AÑOS	Seripacar y La Arcom
3	Castwise CIA. LTDA.	65	5	\$ 1.250,00	Manuel Rada 12-30	9MM LARGO	15 AÑOS	La Arcom
4	R.J.V. CIA. LTDA.	51	7	\$ 1.400,00	AV. Paseo de los Cañaris 7-20	REVOLVER 9MM Y MOSBERG CALIBRE 12MM	20 AÑOS	Tecnoaces Seguridad
5	Segproser CIA. LTDA.	68	5	\$ 1.200,00	AV. Federico Malo	M9, DESERT EAGLE	17 AÑOS	Seripacar y La Arcom
6	SEGU	35	4	\$ 1.200,00	Roberto Crespo Toral 5-28	G18, AA-12	10 AÑOS	Seripacar y La Arcom
7	Jasetron Seguridad	66	6	\$ 1.200,00	Av.12 De Abril	USP, 45, 44 MAGNUM	5 AÑOS	La Arcom
8	Matsecurity CIA. LTDA.	56	6	\$ 1.200,00	Antonio Neumane, Frente a los talleres de latonería Aucapiña	M9 Y G18	6 AÑOS	Tecnoaces Seguridad
9	SPY Monitoring Cuenca	25	3	\$ 1.200,00	Av. Francisco Moscoso	M1014	3 AÑOS	Proteseg Seguridad
10	Serseivi	23	5	\$ 1.200,00	Av. Del Fico, Frente al JM desing	44 MAGNUM, M9	5 AÑOS	La Arcom
11	Rensecurity CIA. LTDA.	47	7	\$ 1.350,00	Cojimies y Cajanuma, Ricaurte	AA12 Y SPAS-12	4 AÑOS	La Arcom
12	CORP. Protect CIA. LTDA.	35	4	\$ 1.100,00	Calle Napo e Imbabura	TMP, M9	7 AÑOS	La Arcom
13	Comvitec CIA. LTDA.	52	10	\$ 900,00	Eugenio Espejo 8-66	M19	8 AÑOS	Seripacar y La Arcom
14	Segumax CIA. LTDA.	39	3	\$ 600,00	Calle Marisca Lamar	44 MAGNUM	7 AÑOS	Proteseg Seguridad

15	Armyseg Group Ecuador CIA. LTDA	17	1	\$ 850,00	Edificio torres las Américas, Av. de las Américas	22 MAGNUM Y G18	3 AÑOS	Proteseg Seguridad
16	D.P. Seguridad Privada	27	5	\$ 1.300,00	Calle bajada de Todos Los Santos. 2-58	M9,M19 Y M1014	2 AÑOS	La Arcom
17	Sukhoi CIA. LTDA.	56	7	\$ 1.100,00	Calle Gran Colombia 23-116	STRILKER	3 AÑOS	Seripacar y La Arcom
18	Martinez Palacios MP	60	3	\$ 1.300,00	Calle Carlos Vintimilla 2-45	44 MAGNUM Y 32 TAURO	19 AÑOS	Seripacar y La Arcom
19	TEVSUR	57	5	\$ 1.250,00	Imbabura 1-70	TAUROS 24 Y 32	11 AÑOS	Seripacar y La Arcom
20	Seguripriv	95	7	\$ 1.400,00	Av. De las Américas, diagonal al cuerpo de bomberos	M1014	9 AÑOS	Proteseg Seguridad
21	GEO security	43	4	\$ 1.200,00	Victoria del Portete frente al puente Machángara	TYPE35	15 AÑOS	Proteseg Seguridad

Anexo n° 1 Entrevista a expertos

Entrevista a guardias de seguridad

Entrevistada: Yuliza Abad – Martinez Palacios

1. ¿Cuáles son las barreras políticas para las empresas de seguridad?

Las barreras políticas que se les presenta a las empresas son los permisos tanto de porte armas como de funcionamiento sin esas 2 cosas no puede funcionar la empresa de seguridad

2. ¿Cómo aportan las empresas de seguridad a la Economía Nacional en cuanto a la creación de fuentes de trabajo?

La economía nacional en la ciudad de cuenca va aumentar porque mientras mas ofertas de trabajo exista mas demanda de personal de seguridad privada va haber.

3. ¿Consideras que las empresas de seguridad han aumentado o disminuido en cuenca?

En los últimos años las empresas de seguridad han ido creciendo mas por inseguridad que el país hoy en día está viviendo creería que es por eso que la competencia es alta para los nuevos empresarios en el sector de la seguridad.

4. ¿Qué norma rigen para obtener los requisitos para la empresa?

Las normas que se rigen a las empresas creerían que son los permisos de funcionamiento, permisos de bomberos, permisos de la ATM, permisos de la ANESI y otros.

5. ¿Cómo ha influido los avances tecnológicos en su empresa?

En nuestra empresa los avances tecnológicos han sido muy importantes para la buena comunicación y también con el servicio de las cámaras nuestro compañero encargado nos puede informar de cualquier movimiento que se nos cruce.

Entrevistado: Francisco Bravo – Martinez Palacios

1. ¿Cuáles son las barreras políticas para las empresas de seguridad?

Algunas empresas siempre tienen problemas para iniciar su funcionamiento ya sea por el capital y también por dichos permisos que se debe obtener para su funcionamiento

2. ¿Cómo aportan las empresas de seguridad a la Economía Nacional en cuanto a la creación de fuentes de trabajo?

La economía siempre va aumentar en el ámbito del trabajo y mas si trata de empresas de seguridad que es trabajo hoy día mejor pagado y que la mayor parte de personas puede conseguirlo

3. ¿Consideras que las empresas de seguridad han aumentado o disminuido en cuenca?

Por la inseguridad creería que aumentado

4. ¿Qué norma rigen para obtener los requisitos para la empresa?

Permiso de funcionamiento, permiso de los bomberos y permiso de la COMIL

5. ¿Cómo ha influido los avances tecnológicos en su empresa?

Excelente buena calidad y así logramos un buen servicio

Entrevistado: Cristian Rocano – Martinez Palacios

1. ¿Cuáles son las barreras políticas para las empresas de seguridad?

A mi parecer las barreras que se les presenta a las empresas es los permisos de armas ya que son permisos muy delicados de conseguir y con mucha logística con los de las fuerzas armadas.

2. ¿Cómo aportan las empresas de seguridad a la Economía Nacional en cuanto a la creación de fuentes de trabajo?

En cuenca existen muchas empresas de seguridad lo cual pueden brindar muchas plazas de trabajo a las personas y así seguir manejando la economía y moviendo los ingresos para las personas.

3. ¿Consideras que las empresas de seguridad han aumentado o disminuido en cuenca?

A mi parecer han aumentado por lo que ahora se vive en el Ecuador que es la inseguridad.

4. ¿Qué norma rigen para obtener los requisitos para la empresa?

Las empresas de seguridad se rigen a ciertas normas para su funcionamiento el de los bomberos el permiso de COMIL son los mas importantes para iniciar una empresa de seguridad.

5. ¿Cómo ha influido los avances tecnológicos en su empresa?

La tecnología de nuestra empresa es bastante buena ya que la comunicación es sin interrupciones y así nosotros podemos reportarnos sin problemas.

Entrevista a gerentes de empresa

Entrevistado: Juan Ortega

1. ¿Consideras que la calidad que te ofrecen los proveedores en Ecuador es la adecuada?
¿Por qué?

La calidad de los productos nacionales que nos brinda nuestros proveedores podemos decir que son de muy buena calidad, en el sentido del armamento nosotros hemos optado por

productos nuevos y no discontinuados; eso quiere decir armamento que pasa los 1000 a 3000 dólares es por esa razón que sabemos que la dotación de nuestra empresa es de muy buena calidad y listo para su funcionamiento con todos los permisos en regla.

2. ¿Cómo calificas a tus proveedores actuales?

Podemos decir que del 1 al 10 podemos darle una calificación de 9, que es muy buena ya que los productos brindados son de muy buena calidad.

3. ¿Qué tan competitivo es el mercado de seguridad en cuenca?

La competencia en el mercado de seguridad en cuenca es demasiado alta ya que en los últimos años el país está pasando por una crisis delincuencial lo cual la demanda para las empresas es muy alta.

Entrevistado: Edison Mora

1. ¿Consideras que la calidad que te ofrecen los proveedores en Ecuador es la adecuada? ¿Por qué?

La calidad de los servicios de seguridad privada en Ecuador varía. Los usuarios potenciales deben realizar una investigación exhaustiva y considerar los factores anteriores para elegir un proveedor de servicios confiable que satisfaga sus necesidades de seguridad.

2. ¿Cómo calificas a tus proveedores actuales?

Los proveedores que disponemos hoy en día son excelentes ya que como era ex sargento del servicio militar tenía conocidos y son los que me brindan los implementos necesarios y los califico del 1 al 10 con un 10.

3. ¿Qué tan competitivo es el mercado de seguridad en cuenca?

Es alto por el momento que el país en general está viviendo hoy en día, por eso como gerente puedo decir que la competitividad es demasiado alta.

Entrevista a supervisores de empresas de seguridad

Entrevistado: Wellington Cerezo

1. ¿Cuántos años tiene la empresa?

Nuestra empresa lleva en el mercado 19 años, pero yo como supervisor llevo 2 años.

2. ¿A que segmento se dirigen?

Nuestro segmento es para empresas, instituciones financieras, centros comerciales y a personas naturales que puedan necesitar de nuestro servicio.

3. ¿Con que frecuencia los consumidores adquieren los servicios de seguridad?

En los últimos años la frecuencia de consumidores en nuestra empresa es baja ya que existen nuevas empresas que brindan el mismo servicio que nosotros otorgamos.

4. ¿Cuál es la empresa de seguridad más vendida en cuenca?

A mi parecer la mayor parte de las empresas en cuenca son muy buenas y consideraría que todas son las más vendidas.

5. ¿Consideras que el mercado de seguridad tiene una amplia oferta?

De hecho, el mercado de la seguridad privada en Cuenca ofrece una amplia variedad de servicios y empresas. La creciente demanda de seguridad en un contexto de alta tasa de criminalidad ha impulsado el crecimiento de la industria.

Entrevistado: Roberto Lino

1. ¿Cuántos años tiene la empresa?

Nuestra empresa en el mercado lleva 19 años, pero yo como supervisor llevo 2 años.

2. ¿A que segmento se dirigen?

Nuestro segmento en general esta para las personas que disponen de empresas grandes consultorios jurídicos, centros comerciales y sectores privados y públicos.

3. ¿Con que frecuencia los consumidores adquieren los servicios de seguridad?

En los últimos años la frecuencia de consumidores en nuestra empresa es baja ya que existen nuevas empresas que brindan el mismo servicio que nosotros otorgamos.

4. ¿Cuál es la empresa de seguridad más vendida en cuenca?

A mi parecer la mayor parte de las empresas en cuenca son muy buenas y consideraría que todas son las más vendidas.

5. ¿Consideras que el mercado de seguridad tiene una amplia oferta?

Si. La creciente demanda de seguridad en un contexto de alta tasa de criminalidad ha impulsado el crecimiento de la industria.

Anexo n° 2 Entrevista a profundidad

Entrevista a profundidad a: Freddy Tacuri

1. ¿Tienes experiencia previa en el sector de la seguridad? Si o No

Si

2. ¿Qué tipo de trabajo realiza en el sector de la seguridad privada?

Seguridad física

3. ¿Cuánto tiempo ha estado trabajando en el sector de la seguridad privada?

3 años

4. ¿Ha recibido alguna capacitación formal en seguridad privada?

Si. Cada 6 meses se hace una capacitación

5. ¿Cuáles consideran que son los principales desafíos que enfrenta el sector de la seguridad privada?

Los principales desafíos que enfrenta las compañías de seguridad son el incremento de más empresas de seguridad sin el cumplimiento al 100% de las leyes de creación lo que hacen que el mercado sea más competitivo a costos más bajos de lo normal

6. ¿Cuáles son las principales preocupaciones que tiene sobre su trabajo en el sector de la seguridad privada?

El incremento de la ola delincencial

7. ¿Podría describir un día típico en su trabajo?

Para mi todo el día son días atípicos ya que cada día son distintos y cada día se aprende algo nuevo

8. ¿Ha estado alguna vez en una situación peligrosa o difícil en el trabajo?

Si

9. ¿Cómo ha manejado las situaciones difíciles o peligrosas en el trabajo?

Sabiendo manejar la situación de la mejor manera, con la mayor tranquilidad para evitar agrandar el problema

10. ¿Qué tipo de apoyo recibe de su empleador para lidiar con situaciones difíciles o peligrosas?

La mejor ayuda que tenemos de nuestros empleadores son las continuas capacitaciones que recibimos

11. ¿Qué cree que se podría hacer para mejorar la capacitación en el sector de la seguridad privada?

La mejor manera que se puede hacer para mejorar la capacitación sería que las capacitaciones fuesen de vez en cuando con especialistas extranjeros

12. ¿Qué habilidades y competencias consideran que son importantes para trabajar en el sector de la seguridad privada?

Lo principal es tener gusto por lo que se hace, tener gusto por la seguridad privada ya que si se hace el trabajo solo por necesidad el trabajo se lo hace mal.

Entrevista a profundidad: Christian Lituma

1. ¿Tienes experiencia previa en el sector de la seguridad? Si o No

si

2. ¿Qué tipo de trabajo realiza en el sector de la seguridad privada?

Seguridad privada física

3. ¿Cuánto tiempo ha estado trabajando en el sector de la seguridad privada?

3 años

4. ¿Ha recibido alguna capacitación formal en seguridad privada?

si

5. ¿Cuáles consideran que son los principales desafíos que enfrenta el sector de la seguridad privada?

El incremento despiadado que se da con las empresas de seguridad de clase b en la ciudad con bajos costos que dificultan una libre competencia con el resto de empresas

6. ¿Cuáles son las principales preocupaciones que tiene sobre su trabajo en el sector de la seguridad privada?

Para mi existen 2 preocupaciones principales:

primero es la inestabilidad laboral que ahora mismo existen en las empresas con las firmas en hojas en blanco que, aunque sabiendo que es ilegal, muchas empresas tipo B lo practican; y segundo el incremento significativo de la delincuencia en los términos generales tanto en el área local como en el área nacional

7. ¿Podría describir un día típico en su trabajo?

No he tenido creo yo un día atípico para mis todos los días han sido iguales no ha habido nada relevante en mi vida de guardia de seguridad

8. ¿Ha estado alguna vez en una situación peligrosa o difícil en el trabajo?

Hasta el momento no

9. ¿Cómo ha manejado las situaciones difíciles o peligrosas en el trabajo?

Hasta el momento no

10. ¿Qué tipo de apoyo recibe de su empleador para lidiar con situaciones difíciles o peligrosas?

El apoyo que he recibido de mi empleador es el apoyo personal cuando existe alguna novedad apoyándonos en lo mas que puede

11. ¿Qué cree que se podría hacer para mejorar la capacitación en el sector de la seguridad privada?

Si. Que mi empresa haga mas continuos las capacitaciones ya que en mi empresa lo hacen cuando pueden

12. ¿Qué habilidades y competencias consideran que son importantes para trabajar en el sector de la seguridad privada?

Las habilidades más importantes que debo emplear son los que me han enseñado en los cursos y las competencias que he ido aprendiendo con el pasar el tiempo como lo es la responsabilidad

Entrevista a profundidad a: Sr. Claudio Chabla

1. ¿Tienes experiencia previa en el sector de la seguridad? Si o No

si

2. ¿Qué tipo de trabajo realiza en el sector de la seguridad privada?

Seguridad privada física

3. ¿Cuánto tiempo ha estado trabajando en el sector de la seguridad privada?

20 años

4. ¿Ha recibido alguna capacitación formal en seguridad privada?

si

5. ¿Cuáles consideran que son los principales desafíos que enfrenta el sector de la seguridad privada?

En incremento discriminado de la delincuencia a más de la inundación de empresas de seguridad

6. ¿Cuáles son las principales preocupaciones que tiene sobre su trabajo en el sector de la seguridad privada?

La falta de apoyo de las leyes a favor de los entes de seguridad a mas que la delincuencia sigue en crecimiento

7. ¿Podría describir un día típico en su trabajo?

Para mí el día más atípico fue cuando pude evitar un hurto o robo en una de mis áreas de trabajo al emplear las habilidades que obtuve a través de los años

8. ¿Ha estado alguna vez en una situación peligrosa o difícil en el trabajo?

si

9. ¿Cómo ha manejado las situaciones difíciles o peligrosas en el trabajo?

En el tiempo de años que e pasado en lo que es la seguridad privada varias veces he tenido situaciones peligrosas que las he sabido sobre llevar de la mejor manera

10. ¿Qué tipo de apoyo recibe de su empleador para lidiar con situaciones difíciles o peligrosas?

En mi tiempo que estado en lo que respecta la seguridad e tenido de todo donde los empleadores unos han apoyado en todo mientras otros no

11. ¿Qué cree que se podría hacer para mejorar la capacitación en el sector de la seguridad privada?

Así como la delincuencia esta actualizada día a día entonces a mi pensar creería que los cursos para nosotros los guardias debería ser también lo mas seguido y actualizada

12. ¿Qué habilidades y competencias consideran que son importantes para trabajar en el sector de la seguridad privada?

Para mí la mayor habilidad que debo emplear es ese gusto que tengo por lo que hago. Eso es para mi lo mas importante y las competencias que pongo en práctica son las que he ido aprendiendo a lo largo de mi vida en la seguridad

Entrevista a profundidad a: Sr. Xavier Fajardo

1. ¿Tienes experiencia previa en el sector de la seguridad? Si o No

Si

2. ¿Qué tipo de trabajo realiza en el sector de la seguridad privada?

Guardia de seguridad privada

3. ¿Cuánto tiempo ha estado trabajando en el sector de la seguridad privada?

5 años

4. ¿Ha recibido alguna capacitación formal en seguridad privada?

si

5. ¿Cuáles consideran que son los principales desafíos que enfrenta el sector de la seguridad privada?

El incremento de las empresas de seguridad a más del alto índice de la delincuencia

6. ¿Cuáles son las principales preocupaciones que tiene sobre su trabajo en el sector de la seguridad privada?

La falta de actualización tanto operativamente (tecnología y logística) como también académica y física (capacitaciones continuas)

7. ¿Podría describir un día típico en su trabajo?

En el tiempo que estoy en el área de la seguridad privada no he tenido un día atípico significativo, todos los días han transcurrido con normalidad

8. ¿Ha estado alguna vez en una situación peligrosa o difícil en el trabajo?

No. No lo he estado

9. ¿Cómo ha manejado las situaciones difíciles o peligrosas en el trabajo?

Las pocas veces que estado en esos casos lo e echo con la mayor cordura para así evitar agrandar el problema

10. ¿Qué tipo de apoyo recibe de su empleador para lidiar con situaciones difíciles o peligrosas?

En este caso no se ha visto mucho el apoyo del empleador mas bien el delega a los supervisores que son los que llegan a ver en que pueden ayudar

11. ¿Qué cree que se podría hacer para mejorar la capacitación en el sector de la seguridad privada?

Una capacitación más moderna, una capacitación más tecnológica de acorde a la actualidad, una capacitación mas seguida

12. ¿Qué habilidades y competencias consideran que son importantes para trabajar en el sector de la seguridad privada?

Las habilidades u competencias a mi pensar los que debo emplear son las que ido aprendiendo con el pasar de los años en este oficio, como por ejemplo gusto por lo que hago y en las competencias de lo aprendido a lo largo de los años

Entrevista a profundidad a: Sr. Luis Caiza

1. ¿Tienes experiencia previa en el sector de la seguridad? Si o No

Si

2. ¿Qué tipo de trabajo realiza en el sector de la seguridad privada?

Guardia física

3. ¿Cuánto tiempo ha estado trabajando en el sector de la seguridad privada?

Mas de 25 años

4. ¿Ha recibido alguna capacitación formal en seguridad privada?

Si muchas veces en el tiempo que llevo en la rama de la seguridad.

5. ¿Cuáles consideran que son los principales desafíos que enfrenta el sector de la seguridad privada?

Varios puntos: primero el incremento desmedido de las empresas de seguridad privada a costos más bajos y con poca o nada de experiencia con su personal. Dos que ahora reciben al personal sin la debida capacitación lo que hace que la seguridad sea cada vez de

mas bajo nivel mientras la delincuencia avanza a pasos agigantados. Y tres la falta de seriedad de las empresas de seguridad en lo que es la seguridad, empezando desde los altos mandos, donde se piensa que por ser ex fuerza pública se puede poner una empresa de seguridad y ya. Cuando las cosas no son así.

6. ¿Cuáles son las principales preocupaciones que tiene sobre su trabajo en el sector de la seguridad privada?

El incremento de a pasos agigantados de la delincuencia mientras que las empresas de seguridad hace poco o nada para garantizar la seguridad en sus puntos de servicio

7. ¿Podría describir un día típico en su trabajo?

El día que logré atrapar un ladrón que salía robando dentro de la universidad, aprovechando de en ese aquel entonces yo le hacía duro al trote y le seguí al delincuente por varios kilómetros hasta atraparlo y llevarlo ante las autoridades de la universidad

8. ¿Ha estado alguna vez en una situación peligrosa o difícil en el trabajo?

Si varias veces

9. ¿Cómo ha manejado las situaciones difíciles o peligrosas en el trabajo?

Aplicando la mayor tranquilidad en los casos para así evitar agrandar los problemas

10. ¿Qué tipo de apoyo recibe de su empleador para lidiar con situaciones difíciles o peligrosas?

En el tiempo que estado en la rama de seguridad ha habido diferentes apoyos de mis múltiples jefes, unos apoyaban en persona moralmente mientras otros se apoyaban en sus supervisores y finamente otros brillaban por su ausencia

11. ¿Qué cree que se podría hacer para mejorar la capacitación en el sector de la seguridad privada?

Unas capacitaciones más continuas y actualizadas tanto logísticamente como tecnológicamente con cursos de talento humano

12. ¿Qué habilidades y competencias consideran que son importantes para trabajar en el sector de la seguridad privada?

Durante mi vida como militar y luego como guardia de seguridad he aprendido muchísimas habilidades como por ejemplo un excelente trato con la comunidad, responsable y en lo que respecta a las competencias e aplicado todo lo que aprendido en mi experiencia como guardia de seguridad

Entrevista a profundidad a: Sr. Marcelo Cuenca

1. ¿Tienes experiencia previa en el sector de la seguridad? Si o No

Si

2. ¿Qué tipo de trabajo realiza en el sector de la seguridad privada?

Guardia de seguridad

3. ¿Cuánto tiempo ha estado trabajando en el sector de la seguridad privada?

Por más de 20 años

4. ¿Ha recibido alguna capacitación formal en seguridad privada?

En el tiempo que estoy de guardia de seguridad e pasado por varias empresas y en todas ellas e recibido capacitaciones

5. ¿Cuáles consideran que son los principales desafíos que enfrenta el sector de la seguridad privada?

Los desafíos que las empresas de seguridad se enfrentan en el día de hoy son varios pero los principales para mi es el incremento a gran escala de empresas de seguridad que ofrece los mismos servicios que las demás empresas, pero a menor costo con un menor nivel de seguridad y otro es el alto crecimiento de la delincuencia y que las empresas no están poniéndose al mismo nivel de la delincuencia

6. ¿Cuáles son las principales preocupaciones que tiene sobre su trabajo en el sector de la seguridad privada?

El crecimiento de la delincuencia, la falta de compromiso de los señores guardias nuevos ya que ellos ahora solo se dedican al celular mas no al cuidado de su punto de servicio

7. ¿Podría describir un día típico en su trabajo?

Para mí son todos los días son atípicos ya que todos los días uno aprende algo nuevo, todos los días se ve gente nueva y se gana más experiencia

8. ¿Ha estado alguna vez en una situación peligrosa o difícil en el trabajo?

En el tiempo que estoy en la seguridad privada jamás e estado en situaciones difíciles o peligrosas

9. ¿Cómo ha manejado las situaciones difíciles o peligrosas en el trabajo?

De la mejor manera e tratado las situaciones ya para que así evitar alargar los problemas para el bien de todos

10. ¿Qué tipo de apoyo recibe de su empleador para lidiar con situaciones difíciles o peligrosas?

En muchos de los casos si he tenido ayuda de todos mis empleadores tanto personalmente con las capacitaciones

11. ¿Qué cree que se podría hacer para mejorar la capacitación en el sector de la seguridad privada?

Si. Una capacitación de acorde a época que vivimos

12. ¿Qué habilidades y competencias consideran que son importantes para trabajar en el sector de la seguridad privada?

Las habilidades que considero más importantes para mí son las relaciones humanas con la comunidad y en lo que respecta a competencias es la experiencia que he ganado y lo aplico en mi puesto de trabajo todos los días

Anexo n° 3 Encuestas

Encuesta para Determinar la satisfacción de los usuarios para la apertura de nueva empresa de seguridad.

1. Sexo

Hombre

Mujer

2. ¿Cuál es su rango de edad?

18 – 24 Años

25 – 34 Años

35 – 44 Años

55 Años o mas

3. ¿Ha utilizado alguna vez servicios de seguridad privada?

Si

No

4. ¿Cómo calificaría la calidad general de los servicios de seguridad privada que ha utilizado?

Mala

P1

2

3

4

5

Muy buena

5. ¿En general, que tan satisfecho está con los servicios de seguridad?

Muy insatisfecho

1

2

3

4

5

Muy satisfecho

6. ¿Se siente seguro en su hogar y comunidad?

Muy inseguro

1

2

3

4

5

Muy seguro

7. ¿Ha sido víctima de la delincuencia en los últimos años?

Si

No

8. ¿Qué tipo de delitos le preocupa más?

Robo

Asalto

Vandalismo

Todas las anteriores

9. ¿Qué medidas de seguridad toma actualmente para proteger su hogar y propiedad?

Alarma de seguridad

Cámara de vigilancia

Cercas o rejas eléctricas

Perros guardianes

Otra

10. ¿ Estaría dispuesto a pagar por servicios de seguridad privada para su hogar o negocio?

Si

No