

## **Impacto de la competencia en la empresa de seguridad privada Fesprotec Cía. Ltda., en la ciudad de Quito**

### **Impact of competition on the private security company Fesprotec Cía. Ltda. in the city of Quito**

---

**Para citar este trabajo:**

Balseca, M., y Rivera, D., (2024). Impacto de la competencia en la empresa de seguridad privada Fesprotec Cía. Ltda., en la ciudad de Quito. *Reincisol*, 3(6), pp. 3718-3733.  
[https://doi.org/10.59282/reincisol.V3\(6\)3718-3733](https://doi.org/10.59282/reincisol.V3(6)3718-3733)

---

#### **Autores:**

**Magali Maritza Balseca Jurado**

Universidad Estatal de Bolívar

Ciudad: Guaranda, País: Ecuador

Correo Institucional: [magali.balseca@ueb.edu.ec](mailto:magali.balseca@ueb.edu.ec)

Orcid: <https://orcid.org/0009-0001-4151-4919>

**Darwin Vladimir Rivera Piñaloza**

Universidad Estatal de Bolívar

Ciudad: Guaranda, País: Ecuador

Correo Institucional: [vrivera@ueb.edu.ec](mailto:vrivera@ueb.edu.ec)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5695-9726>

**RECIBIDO:** 11 agosto 2024

**ACEPTADO:** 21 septiembre 2024

**PUBLICADO** 28 octubre 2024

Este estudio analizó el impacto de la competencia en la empresa de seguridad privada Fesprotec Cía. Ltda., en Quito. La investigación se enfocó en cómo la competencia afecta la rentabilidad, sostenibilidad y crecimiento de la empresa en un mercado saturado. Fesprotec enfrenta desafíos significativos debido a la alta competencia, que obliga a reducir precios y compromete su rentabilidad. Se examinará cómo la competencia influye en la percepción de la calidad del servicio, la necesidad de diversificación, y la adopción de innovaciones tecnológicas para mantenerse competitiva. La metodología incluye investigación descriptiva, documental y de campo, utilizando encuestas y análisis cuantitativos para identificar oportunidades de mejora y estrategias efectivas. El estudio revela que el precio es el principal factor de competitividad en el mercado de seguridad privada en Quito, seguido por la calidad del servicio. Esta empresa enfrenta una presión significativa para competir en costos. Se destaca la necesidad de diversificar y mejorar sus servicios, adoptar innovaciones tecnológicas y fortalecer las relaciones con los clientes. Los resultados ofrecen un marco para que la compañía diseñe estrategias que le permitan no solo sobrevivir, sino prosperar en un entorno altamente competitivo.

**Palabras claves:** seguridad privada; competencia; impacto; adaptación; participación de mercado.

### Abstract

This study analyzed the impact of competition on the private security company Fesprotec Cia. Ltda. in Quito. The research focused on how competition affects the company's profitability, sustainability, and growth in a saturated market. Fesprotec faces significant challenges due to high competition, which forces it to reduce prices and compromises its profitability. It will examine how competition influences the perception of service quality, the need for diversification, and the adoption of technological innovations to remain competitive. The methodology includes descriptive, desk and field research, using surveys and quantitative analysis to identify opportunities for improvement and effective strategies. The study reveals that price is the main competitive factor in Quito's private security market, followed by service quality. This company faces significant pressure to compete on cost. It highlights the need to diversify and improve its services, adopt technological innovations, and strengthen client relationships. The results provide a framework for the company to design strategies that will enable it not only to survive, but to thrive in a highly competitive environment.

**Keywords:** private security; competition; impact; adaptation; market share.

La competencia de las empresas son las capacidades, los conocimientos, aptitudes que necesitan las personas para enfrentar cambios que presentan las organizaciones, con la misión de gestionar recursos en sistemas y procesos organizacionales (Sagi-Vela Grande, 2004).

La competitividad también tiene que ver como las compañías trata de alcanzar los objetivos en los mercados, tomando en cuenta la interacción con sus competidores, se dice que los principales actores sobre el mayor o menor éxito de la empresa en el mercado son la propia empresa, los clientes y los competidores (González Eduardo, 2013.).

A pesar de la crisis económica, el sector de la Seguridad Privada crece mundialmente un 7% anual. Este crecimiento se enfoca en la integración de recursos humanos y tecnológicos, con soluciones avanzadas como biometría, videovigilancia y ciberseguridad, orientadas a diversos sectores, incluyendo transporte, infraestructura crítica y centros comerciales, impulsado por la demanda de outsourcing y la reducción de costos (Gómez Manuel, 2012).

La seguridad privada, en Latino América se ha desarrollado rápidamente, de manera formal e informal, brindando su servicio a un importante grupo de población cumpliendo con la demanda de seguridad que la sociedad requiere logrando cubrir su servicio satisfactoriamente. Los tipos de servicios que brindan estas entidades son: seguridad, vigilancia, protección, investigaciones, estos servicios son ofertados a ciudadanos individuales, empresas, instituciones y entidades gubernamentales, entre otros demandantes (Olmedo Anita, 2013).

Al Ecuador en el 1968 llego por primera vez una empresa de seguridad Privada extranjera llamada Wackenhut Corporation, desde entonces se dio el inicio de las empresas de seguridad privada, las mismas que fueron avanzando, tecnificándose, hasta llegar a hacer las compañías de mayor ampliación (López Alfredo, 2016), generando competencias en brindar el mismo servicio a la población.

En la ciudad de Quito se encuentran la mayor cantidad de empresas que brindan el servicio de Seguridad Privada, debido a esta situación se da la problemática de disminución de clientes identificando que entre las compañías que se ven afectadas por la competencia es la Empresa de Seguridad Privada Fesprotec Cía. Ltda., que

se encuentra enfrentando un entorno competitivo desafiante, debido a la presencia de la cantidad de empresas que ofrecen el mismo servicio, sin tener una idea del porque los clientes prefieren empresas nuevas que recién ingresan al mercado, como logran estas empresas tener una acogida favorable, como llegan a brindar un servicio de calidad con precios más bajos que las demás compañías.

De esta manera provocan un desequilibrio en los precios, obligando a Fesprotec a acogerse a los valores más bajos que los establecidos para poder continuar en el mercado, lo que causa impactos negativos y un desequilibrio en los márgenes de rentabilidad.

Las empresas de seguridad privada surgieron en los años ochenta debido a la capacidad limitada del Estado para enfrentar el crimen. A medida que la violencia se diversificó en los noventa, estas empresas fueron creciendo (Castellanos Julieta, 2003) y siguieron brindando sus servicios a empresas públicas y privadas.

Estas compañías ganan relevancia al ofrecer servicios de seguridad clave y utilizar tecnología para combatir la delincuencia. Además, contribuyente al motor económico al generar empleo formal y dar protección a quien requiera su servicio. Se hace un llamado al Estado para proteger la contratación pública, que ha impulsado el crecimiento del sector. La concentración de estos procesos en pocas empresas afectaría tanto a pequeños empresarios como a un amplio sector laboral esencial para el desarrollo económico del país (Oyuela Gloria, 2021)

Las empresas necesitan analizar el entorno general y específico en el que están inmersas, para reconocer el conjunto de oportunidades y amenazas que se derivan para su supervivencia. A partir de este análisis, establecerán una posición defendible frente a las fuerzas competitivas básicas, en particular, la competencia de productos directos y sustitutivos. (Huerta Emilio, 1991)

También en el desarrollo de competencias los empleados son fundamental, su importancia se reconoce al evaluar los alcances empresariales. En un mercado competitivo, hay que destacar estos logros de forma individual genera confianza en los clientes y facilita la obtención de contratos. Si las empresas implementan procesos estratégicos que certifican las competencias laborales de sus colaboradores, podrán utilizar este reconocimiento como ventaja competitiva, mejorando su posicionamiento y acceso a nuevos mercados (Martínez Luis, 2018)

El relacionamiento con el cliente es fundamental para entender su perspectiva de calidad del servicio prestado y sus expectativas, realizando este seguimiento y este fortalecimiento de comunicación como las empresas de Seguridad Privada entenderán la

importancia de la creación de valor y cómo pueden llegar a cumplir e incluso sobrepasar las expectativas y recibir la retroalimentación buscando siempre la excelencia. (Parada Jenny, 2021)

Para alcanzar la investigación se analizará el impacto de la de la competencia en la empresa de Seguridad Privada Fesprotec Cía. Ltda., identificando los desafíos que la competencia impone, logrando identificar oportunidades de mejoras en los servicios prestados por la compañía llegando a ser una empresa competitiva.

### **MATERIALES Y METODOS**

La investigación tiene como propósito generar conocimientos para mejorar la competitividad de Fesprotec Cía. Ltda, en el mercado. En el estudio se utilizó tipos de investigación básica descriptiva, documental y de campo, analizando factores específicos competitivos. El tipo de investigación descriptiva ayudó a identificar y detallar cómo la competencia impacta a la empresa actualmente, analizando factores del mercado y estrategias utilizadas por competidores (Gavilanes Luna, 2021).

Para obtener información adecuada, se manejó datos documentales, revisando informes y estudios de mercado (Carhuancho et al., 2019), y datos de campo obtenidos a través de encuestas y observaciones directas, esta combinación permitió recolectar datos sobre la percepción tanto interna como externa de la empresa (Medina et al., 2023). La investigación cuantitativa se enfoca en recolectar y analizar datos para obtener resultados específicos sobre las variables examinadas (Zúñiga et al., 2023).

La investigación se desarrolló en un contexto no experimental, es decir, se analizó las variables observadas sin manipulación del investigador (Monje-Reyes, 2011), asegurando así la validez de los hallazgos y ofrecer una comprensión integral del impacto competitivo en Fesprotec Cía. Ltda.

En la Superintendencia de Compañías se identificó una población de 674 empresas de seguridad, de las cuales se seleccionó una muestra de 153 compañías,

considerando un margen de error del 7% y un nivel de confianza del 95%, con el objetivo de analizar cómo la competencia afecta a Fesprotec Cía. Ltda., y descubrir los desafíos que enfrenta para mejorar su competitividad en el sector.

El procesamiento de la información en este estudio se llevó a cabo en varias etapas. Primero, se organizaron y clasificaron los datos obtenidos de la revisión documental, para identificar tendencias y estrategias de la competencia. Posteriormente, los datos cuantitativos recolectados a través de las encuestas y se transcribió la información a una hoja de cálculo Excel para realizar análisis descriptivos. Se emplearon gráficos y tablas para visualizar la información de manera clara, y finalmente, los resultados de la observación directa se integraron con los hallazgos documentales y encuestados, creando un análisis comprensivo que permitió evaluar el impacto de la competencia en la Compañía Fesprotec Cía. Ltda., y brindar recomendaciones basadas en evidencia.

## RESULTADOS

En los resultados detallaremos los hallazgos, datos, o descubrimientos obtenidos al llevar a cabo el estudio del impacto de la competencia en la empresa de Seguridad Privada Fesprotec Cía. Ltda. Estos resultados pueden incluir estadísticas, observaciones, patrones, que responden a las preguntas de investigación planteadas al inicio del estudio, además son esenciales porque proporcionan la evidencia necesaria que sirven como base para la discusión y las conclusiones del trabajo.

### **Tabla 1**

*Datos empresariales, tamaño de la empresa y antigüedad en el mercado.*

Ámbito de datos empresariales	¿De qué tamaño considera su Compañía?			
	Población			
	Pequeña (1-50 empleados)	Mediana (51-200 empleados)	Grande (más de 200 empleados)	
	0%	15%	85%	
¿Qué antigüedad tiene en el mercado?	Menos de 1 año	1-5 años	5-10 años	Más de 10 años
	8%	36%	31%	25%

*Nota.* Los datos empresariales se refieren a la información relacionada con una empresa en antigüedad y tamaño.

La distribución del tamaño de las empresas encuestadas según su número de empleados. Se observa que la mayoría de las compañías, representando el (85%), son grandes, es decir, cuentan con más de 200 empleados. Por otro lado, un (15%) de las empresas se clasifican como medianas, con un rango de 51 a 200 empleados. En cuanto a la antigüedad en el mercado, la mayoría de las empresas tienen entre 1 y 10 años, con un (36%) entre 1 y 5 años y un (31%) entre 5 y 10 años. Solo un (25%) tiene más de 10 años, lo que refleja un sector relativamente joven, pero en crecimiento. El hecho de que ninguna empresa se considere pequeña sugiere una consolidación del mercado, donde las empresas más grandes dominan, posiblemente debido a las barreras de entrada y la necesidad de una infraestructura robusta para competir efectivamente.

**Tabla 2**

*Análisis del mercado y afectación de la competencia en la seguridad Privada en Quito*

Ámbito análisis del mercado y competencia en las empresas de seguridad Privadas	¿Cómo calificaría el nivel de competencia en el mercado de seguridad privada en Quito?				
	Muy alto	Alto	Moderado	Bajo	Muy bajo
¿Qué tan significativamente ha afectado la competencia a su empresa en los últimos 3 años?	46%	49%	4%	1%	0%
	Muy significativamente	Significativamente	Moderadamente	Ligeramente	Nada en absoluto
	40%	56%	3%	1%	0%

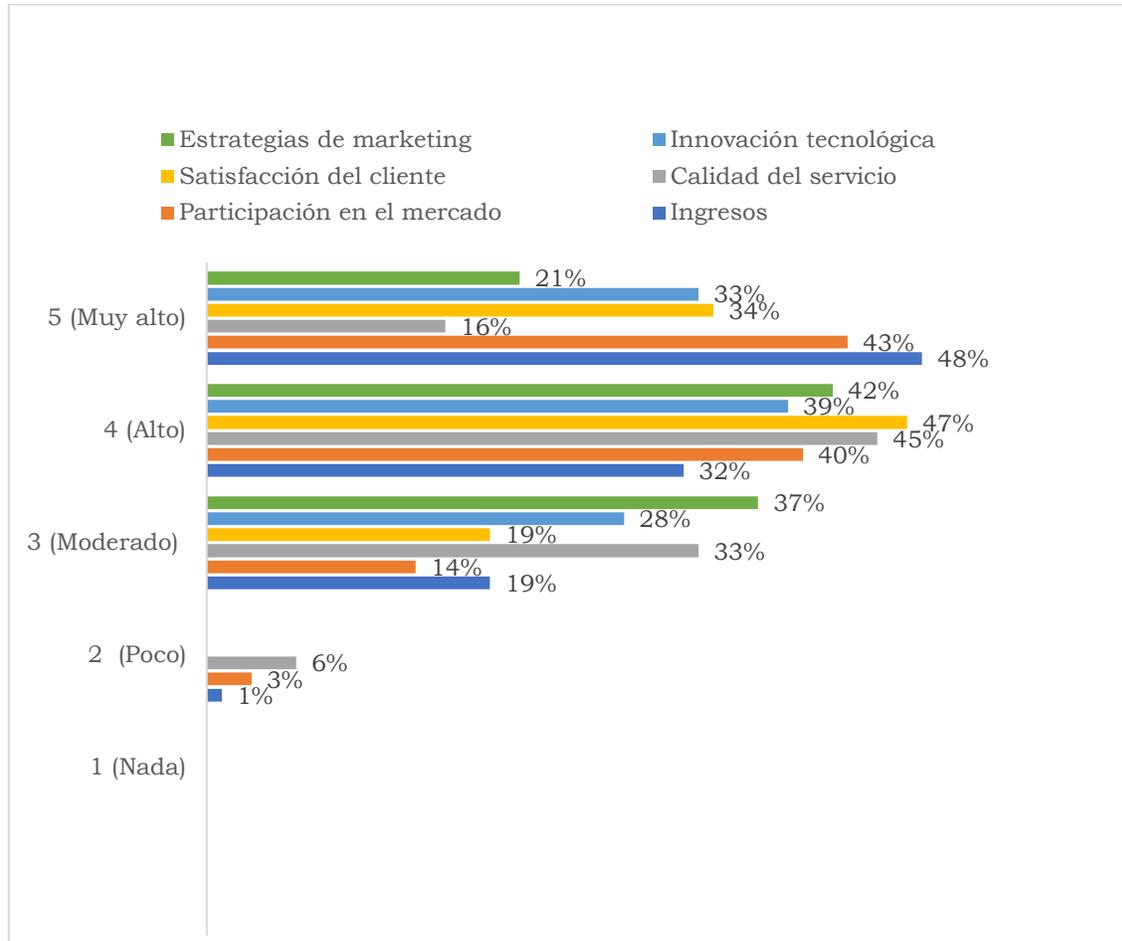
*Nota.* El análisis del mercado de seguridad privada examina la competencia.

En el mercado de seguridad privada en Quito es altamente competitivo: un (95%) de las empresas califican el nivel de competencia como alto o muy alto, reflejando una fuerte presión en el sector. Solo un (5%) lo percibe como moderado o bajo. En cuanto al impacto de la competencia en los últimos tres años, un (96%) de las

empresas reporta una afectación significativa o muy significativa en sus operaciones, subrayando la influencia crítica de la competencia. Solo un (4%) considera que el impacto ha sido moderado o leve, sin respuestas que indiquen ausencia de afectación. Estos datos destacan la intensa competencia y su relevante impacto en el mercado.

**Figura 1**

*Variables del impacto de la competencia*



Fuente: Los Autores (2024).

Los datos obtenidos revelan que la competencia tiene un impacto significativo en diversos aspectos clave de las empresas. Ingresos y participación en el mercado son las áreas más afectadas, con el (48%) y (43%) de las empresas, respectivamente, calificando el impacto como muy alto. Además, la satisfacción del cliente y la innovación tecnológica también son notablemente influenciadas, con un (47%) y un (39%) de las empresas, respectivamente, indicando un alto impacto.

La calidad del servicio y las estrategias de marketing muestran un impacto más moderado, con un (45%) de las empresas calificando la calidad del servicio como alto y un (42%) indicando un nivel moderado en estrategias de marketing. Es interesante notar que, aunque la innovación tecnológica es valorada, su impacto es visto como alto o muy alto por el (72%) de las empresas, lo que sugiere una presión para mantenerse competitivos a través de la innovación.

**Tabla 3**

*Participación de mercado y factores de competitividad de las Empresas de Seguridad Privada*

Ámbito de Participación de mercado y factores de competitividad	¿Ha observado algún cambio en la participación de mercado de su empresa debido a la competencia? Si respondió "Sí", ¿cómo describiría cambio?						
	SI	NO	Aumento significativo	Aumento moderado	Disminución moderada	Disminución significativa	Nada significativo
¿Cuáles considera que son los factores más importantes que influyen en la competitividad en el mercado de seguridad privada en Quito?	100%	0%	1%	2%	7%	92%	0%
	Precio	Calidad del servicio	Innovación tecnológica	Reputación de la empresa	Experiencia del personal	Alcance y cobertura de servicios	Relaciones con los clientes
	69%	17%	4%	2%	1%	4%	3%

*Nota.* Participación de mercado: Porcentaje de ventas de servicios de una empresa; factores de competitividad: elementos que fortalecen la posición empresarial.

En esta tabla se identificó que el (100%) de las empresas han observado un cambio en su participación de mercado debido a la competencia. En un mayor porcentaje del (92%) de las empresas reporta una disminución significativa en el mercado, mientras que solo un (1%) ha experimentado un aumento significativo y un (2%) ha visto un aumento moderado. Esto indica que la gran mayoría de las empresas están perdiendo terreno frente a sus competidores.

En cuanto a los factores que influyen en la competitividad, el precio es el factor dominante, señalado por el (69%) de las empresas. La calidad del servicio sigue como un factor relevante, con el (17%) de menciones, mientras que otros aspectos, como la innovación tecnológica (4%) y la reputación (2%), tienen menor influencia en la competitividad dentro del sector. Estos datos muestran la presión sobre las empresas para competir principalmente en términos de precio.

**Tabla 4**

*Implementación de estrategias para mejorar la competitividad de la empresa.*

Ámbito de estrategias competitivas	¿Qué estrategias ha implementado su empresa para mantenerse competitiva?					
	Población					
	Mejora de la calidad del servicio	Innovación tecnológica	Capacitación del personal	Reducción de precios	Expansión de servicios	Fortalecimiento de relaciones con clientes
¿Han sido efectivas estas estrategias para mejorar la posición competitiva de su empresa?	17%	10%	5%	47%	13%	8%
	Muy efectivas	Efectivas	Moderadamente efectivas	Poco efectivas	Nada efectivas	
	2%	44%	52%	1%	1%	

*Nota.* Las Estrategias competitivas son tácticas para superar a competidores y ganar ventaja en el mercado.

La reducción de precios es la estrategia competitiva más común, utilizada por el (47%) de las empresas, seguida por la mejora de la calidad del servicio (17%) y la expansión de servicios (13%). En cuanto a la efectividad, el (52%) considera estas estrategias como moderadamente efectivas, y un (44%) las evalúa como efectivas. Solo un 2% las percibe como muy efectivas, mientras que un (1%) las califica como poco o nada efectivas. Esto indica una percepción mayoritariamente positiva de las estrategias implementadas.

### DISCUSIÓN

Los principales hallazgos muestran que el sector de seguridad privada en Quito está dominado por grandes empresas con 85%, lo que sugiere una fuerte capacidad operativa y recursos significativos. Así mismo se demostró en un estudio anterior que existió un 48% de empresas que se consideran grandes, lo cual nos indican que si existe un crecimiento de compañías de seguridad en la ciudad de Quito (Morales Maritza, 2018).

El mercado de seguridad privada en Quito existe un alto nivel de competitividad, con la mayoría de las empresas sintiendo una intensa presión para innovar y optimizar sus servicios. Esta competencia afecta a la rentabilidad del sector y en los últimos años, las empresas han experimentado un impacto significativo en la participación de mercado debido al aumento de compañías de seguridad. No obstante, Correa Stefany, (2017) afirma que las necesidades que surgen en las

empresas, con respecto a las supervivencias en el mercado se refieren estas en el factor de desafíos que podrían llevar a una mayor consolidación del mercado, favoreciendo a las empresas que son más adaptativas y estratégicamente posicionadas.

También se puede decir que el impacto de la competencia se dio más relevancia en los ingresos de las compañías de seguridad que tienen una disminución que afecta a la rentabilidad de la empresa como a la economía en general.

En las empresas del sector de seguridad privada han experimentado cambios en su participación de mercado debido a la competencia, con un 92% reportando una disminución significativa. Este dato muestra una intensa rivalidad en el sector, que está erosionando el mercado de las empresas existentes. En un estudio de Quemada María, (2018) indica que un alto nivel de competitividad es esencial para el desarrollo de la economía de mercado. Los competidores mejoran la productividad en toda la economía, y cuando se combinan con innovación, se benefician más clientes, lo que impulsa el crecimiento y desarrollo económico de manera sostenida. En cuanto a los factores de competitividad, el precio es el más influyente, según el 69% de las empresas, destacando que la competencia se centra en ofrecer precios más bajos. Por otra parte, Porter (2015) en un contexto de competitividad empresarial, los productores pueden fijar precios que difieren de los establecidos por la ley de oferta y demanda en un mercado libre, la competencia no se basa únicamente en el precio bajo, sino en la diferenciación de la calidad del producto. Esto permite crear productos innovadores, apoyados por estrategias de promoción y publicidad para atraer a clientes potenciales.

La reducción de precios es la estrategia más utilizada en el sector de seguridad privada, con un (47%), Esto refleja una fuerte competencia en términos de costos. Para Barquero, (2003), la competitividad empresarial surge como resultado de la ventaja competitiva que una empresa logra mediante el desarrollo de sus procesos productivos y administrativos. Esto se refleja en la calidad obtenida y en el precio de los bienes y servicios ofrecidos, en comparación con la competencia, de acuerdo a esto tiene concordancia con lo estudiado que la estrategia que tuvo mejor acogida fue la reducción de precios con el (52%) de las empresas, Esto sugiere que, aunque las estrategias son generalmente, valoradas positivamente, su impacto real en

mejorar la posición competitiva puede ser limitado, destacando la necesidad de estrategias más innovadoras y diferenciadoras en un mercado tan competitivo.

Sobre los recursos Barney Jay, (1991) indica que estos proporcionan una ventaja competitiva, siempre y cuando sean maximizadas las oportunidades y minimizadas las amenazas de la organización a través de la ejecución de óptimas estrategias, sin embargo, los recursos sino son priorizados y productivos no brindan una ventaja competitiva, es primordial que sean gestionados eficientemente en función de la capacidad que se posee y de las metas que se desean alcanzar en un momento determinado. En tal virtud las compañías deben impulsar las competencias que deben distinguirlas de las demás, estas, de acuerdo con Sáez de Viteri Arranz, (2000), son: organizativa, personal tecnológica y estratégica.

De acuerdo con los hallazgos se determina que la compañía Fesprotec Cía. Ltda. debe diseñar e implementar estrategias flexibles e innovadoras que se adapten a las nuevas necesidades del mercado basadas en altos niveles como la innovación, productividad, gestión, nivel tecnológico y estrategias que responden a una adecuada planificación.

### **CONCLUSIÓN**

El estudio destaca la intensidad de la competencia en el mercado de seguridad privada en Quito, donde la mayoría de las empresas percibe un entorno altamente competitivo. Este nivel de competencia ha tenido un impacto significativo en las empresas del sector, evidenciado por la reducción en la participación de mercado de muchas compañías.

El precio emerge como el principal factor de competitividad, destacando la importancia de competir en costos. Aunque la calidad del servicio y la innovación tecnológica también son relevantes, su impacto es menor en comparación con el precio. Las estrategias adoptadas por las empresas incluyen la reducción de tarifas, la mejora en la calidad del servicio, y la diversificación de la oferta. Si bien estas tácticas han sido mayoritariamente efectivas, el estudio sugiere que, para sostener y mejorar la competitividad a largo plazo, las empresas deben adoptar enfoques más innovadores y variados.

Para que Fesprotec y otras compañías del sector puedan sostener su competitividad, es esencial que vayan más allá de la simple reducción de precios. La diversificación de servicios, la mejora continua de la calidad, y la adopción de

nuevas tecnologías e innovaciones serán clave para fortalecer su posición en un mercado altamente saturado. Además, fortalecer las relaciones con los clientes y ajustar las ofertas para satisfacer mejor las expectativas del mercado y asegurar su alto nivel de posicionamiento.

### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Barney Jay. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage.
- Barquero, Irene. (2003). El estado y la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa. 18.
- Carhuancho, I. M., Fernando, M., Nolazco, A., Luis, L., Monteverde, S., Auxiliadora, M., Bejarano, G., Milagritos, K., & Jara, C. (2019). Metodología para la investigación holística.
- Castellanos Julieta. (2003). Las empresas de seguridad privada y las amenazas a la seguridad.
- Correa Stefany. (2017). Incidencia de la gestión por competencias en el crecimiento empresarial. INNOVA Research Journal, 2(1), 88–98.  
<https://doi.org/10.33890/innova.v2.n1.2017.76>
- Gavilanes Luna, Freddy. (2021). Diseños y análisis estadísticos para experimentos agrícolas.
- Gómez Manuel. (2012). La Seguridad Privada en el Mundo “Convergencia y Globalización” (4) -. <https://manuel Sanchez.com/2012/01/25/la-seguridad-privada-en-el-mundo-convergencia-y-globalizacion-4/>
- González Eduardo, J.ventura V. (2013). Análisis Competitivo de la Empresa -. In 24 de enero 2013.  
[https://www.google.com/books/edition/An%C3%A1lisis\\_Competitivo\\_de\\_la\\_Empresa/sZVLBAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=competencias+entre+empresas&printsec=frontcover](https://www.google.com/books/edition/An%C3%A1lisis_Competitivo_de_la_Empresa/sZVLBAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=competencias+entre+empresas&printsec=frontcover)
- Huerta Emilio. (1991). La Competitividad de las empresas y la Política de Defensa de la Competencia. Ekonomiaz: Revista Vasca de Economía, ISSN 0213-3865, No. 21, 1991 (Ejemplar Dedicado a: Política de La Competencia y Competitividad), Págs. 50-69, 21, 50–69.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=273450&info=resumen&idioma=SPA>

- López Alfredo. (2016). Elaboración de estrategias de mercado que permita a la empresa de seguridad privada Visegpro Cía. Ltda., captar clientes en el parque industrial inmaconsa, en la ciudad de Guayaquil, período 2015 – 2016. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/1394>
- Martínez Luis. (2018). La importancia estratégica que tiene para las empresas de vigilancia y seguridad privada que sus empleados estén certificados por el SENA en competencias laborales. Universidad Militar Nueva Granada. <http://hdl.handle.net/10654/17454>
- Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C., & Castillo, R. (2023). Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación. Metodología de La Investigación: Técnicas e Instrumentos de Investigación, 1, 1–60. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>
- Monje-Reyes, P. (2011). Economía solidaria, cooperativismo y descentralización: la gestión social puesta en práctica. *Cadernos EBAPE.BR*, 9(3), 704–723. <https://doi.org/10.1590/S1679-39512011000300003>
- Morales Maritza. (2018). Plan Estratégico de Ventas de la Empresa de Seguridad Privada Molopiseg Cía. Ltda. de la Ciudad de Quito.
- Olmedo Anita. (2013). "Propuesta para mejorar la comercialización de los servicios de seguridad privada de la Empresa “SERMANSEG” CIA.
- Oyuela Gloria. (2021). Acuerdo marco y su afectación al gremio de la seguridad privada. <http://hdl.handle.net/10654/39069>
- Parada Jenny. (2021). Servicio al cliente, un reto para las empresas de seguridad privada desde el enfoque ISO 9001:2015. <http://hdl.handle.net/10654/38586>
- Porter, M. (2015). Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior (2a. ed.). México: Grupo Editorial Patria. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/114080?prev=bf>
- Quemada María. (2018). LA CNMC: Cinco años favoreciendo el correcto funcionamiento de los mercados y la competencia española. <https://www.cnmc.es/sobre-la-cnmc/actividad-institucional/>
- Sáez de Viteri Arranz. (2000). El potencial competitivo de la empresa: recursos, capacidades, rutinas y procesos de valor añadido (Issue 3).

Sagi-Vela Grande, Luis. (2004). Gestión por competencias: el reto compartido del crecimiento personal y de la organización.

Zúñiga, P. I. V., Cedeño, R. J. C., & Palacios, I. A. M. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 7(4), 9723–9762.  
[https://doi.org/10.37811/CL\\_RCM.V7I4.7658](https://doi.org/10.37811/CL_RCM.V7I4.7658)

### **Conflicto de intereses**

Los autores indican que esta investigación no tiene conflicto de intereses y, por tanto, acepta las normativas de la publicación en esta revista.

**Con certificación de:**

