



INFORME GERENCIA GENERAL 2009

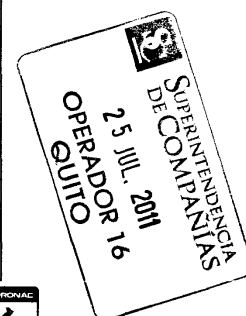
PRESENTADO A:
SEÑORES ACCIONISTAS
SEPRONAC Cia. Ltda.



PLANIFICACION APERTURA DE SUCURSAL SEPRONAC – GUAYAQUIL

ACTIVIDADES DEL PROCESO

ADMINISTRACION		CUMPLIDO			
		RESPONSABLE	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Configuración del servicio de Internet	Gerencia/Asistente	X		
2	Contratación de la asistente administrativa	Gerencia	X		
3	Elaboración del listado del material de oficina necesario	Gerencia y Asistente	X		
4	Obtención de proveedores de material de oficina	Asistente	X		
5	Cotización y adquisición del material de oficina	Asistente	X		
6	Coordinaciones Generales con la Administración del edificio	Gerencia	X		
7	Mantenimiento y limpieza general de la oficina	Asistente			
8	Contratación de un servicio periódico de limpieza.	Gerencia	X		
9	Obtención de una casilla postal.	Asistente		X	
10	Definición de objetivos para el año 2006	Gerencia			



13

PLANIFICACION APERTURA DE SUCURSAL SEPRONAC – GUAYAQUIL

ACTIVIDADES DEL PROCESO

COMERCIALIZACION		CUMPLIDO			
		RESPONSABLE	SI	NO	OBSERVACIONES
11	Definición de los servicios que se pueden ofrecer inmediatamente	Gerencia / Comercial	X		
12	Definición del Segmento al que se quiere atacar	Gerencia	X		
13	Elaboración de un listado de empresas para ofrecer servicios	Gerencia / Comercial	X		
14	Revisión y modificación de la presentación oficial de la empresa	Gerencia	X		
15	Elaboración de estrategias adecuadas para posicionar el nombre de la empresa	Gerencia / Comercial	X		
16	Elaboración de estrategias adecuadas para comercializar los servicios	Gerencia / Comercial	X		
17	Delineamiento de nuevos servicios y productos a ser ofrecidos en la ciudad de Guayaquil.	Gerencia	X		
18	Establecimiento de Alianzas estratégicas en la ciudad para proveer nuevos servicios.	Gerencia	X		
19	Coordinación con profesionales que puedan brindar nuevos servicios.	Gerencia	X		



B

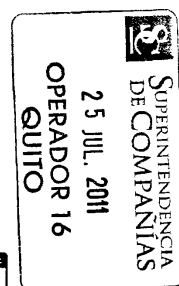
PLANIFICACION APERTURA DE SUCURSAL SEPRONAC – GUAYAQUIL

ACTIVIDADES DEL PROCESO

OPERACIONES		CUMPLIDO		
		RESPONSABLE	SI	NO
20	Definición de los perfiles para las diferentes posiciones operativas de la empresa	Gerencia		
21	Obtención de proveedores de material operativo	Asistente		
22	Obtención de los permisos de funcionamiento correspondientes para la operación en Guayaquil.	Asistente / Legal		X

SEGURIDAD

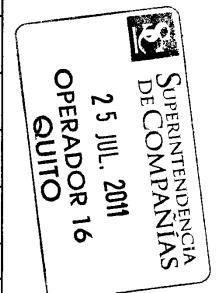
23	Establecimiento de un programa de seguridad de información	Gerencia		
24	Creación de un plan de Emergencias y Evacuaciones	Gerencia		X
25	Creación de un Plan de Continuidad de Negocio para la Sucursal	Gerencia		X



pb

DEFINICION DE SERVICIOS

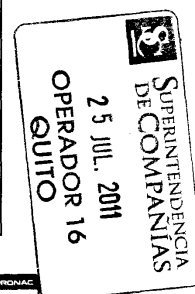
SERVICIO	IMPLEMENTACION INMEDIATA	PLAZO PARA OFERTAR EL SERVICIO	OBSERVACIONES
SEGURIDAD FISICA			
Vigilancia	Si	De acuerdo a la necesidad del cliente	Iniciar proceso de selección de empleados
Monitoreo	SI	De acuerdo a la necesidad del cliente	Coordinaciones técnicas con Quito. Posible vivista de un técnico a la ciudad de Guayaquil
Seguridad Canina	Si	De acuerdo a la necesidad del cliente	Convenio con Hascan o con proveedor local
Protectores	No	1 mes	Preseleccionar personal adecuado / Llegar a Acuerdos para modalidad freelance
Escolta Vehicular	No	1 mes	Establecer contactos Calificar proveedores.
SERVICIOS DE CAPACITACION			
Formación / cursos de fuerzas de seguridad	SI	De acuerdo a la necesidad del cliente	Coordinar locaciones adecuadas
Formación / cursos de Supervisores	SI	De acuerdo a la necesidad del cliente	Coordinar locaciones adecuadas
Formación / cursos de escoltas	No	1 mese	Coordinar con locaciones e instructores apropiados
Cursos de Manejo Defensivo	No	1 mes	Coordinar locaciones e instructores apropiados
Defensa Personal		2 semanas	Establecer alianza estratégica
Cursos Especificos		De acuerdo a la necesidad del cliente	Coordinaciones según cada caso



JB

DEFINICION DE SERVICIOS

SERVICIO	IMPLEMENTACION INMEDIATA	PLAZO PARA OFERTAR EL SERVICIO	OBSERVACIONES
SERVICIOS DE ASESORIA			
Análisis de Riesgo y Prevención de Pérdidas	Si	Inmediato	Publicitar
Protección de Información	Si	Inmediato	Publicitar
Seguridad del Personal	Si	Inmediato	Publicitar
Investigaciones	Si	Inmediato	Publicitar
Administración de emergencias	Si	Inmediato	Publicitar
Planes de Continuidad de Negocios	Si	Inmediato	Publicitar
Asesorías Específicas	Si	Inmediato	Publicitar
SERVICIOS TERCERIZADOS			
Ambulancia Aérea	No	2 meses	Establecer alianza estratégica
Transporte de Valores	No	2 meses	Establecer alianza estratégica
Polígrafo	Si	Inmediato	Publicitar
Rescates			Establecer alianza estratégica
Etc.			



ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO

Acceder a medios de comunicación social:

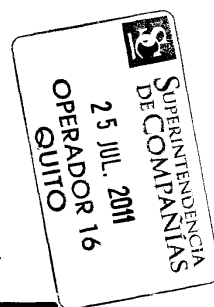
A través de contactos adecuados se realizará acercamiento con medios de comunicación social con la finalidad de aportar con comentarios en programas especializados, artículos en prensa escrita, participación en reportajes de seguridad, eventos en los que publicitará el nombre de Sepronac S.A.

Procurar promocionar servicios nuevos en la ciudad de Guayaquil

como seguridad canina o polígrafo por ejemplo, a través de espacios de publicidad en medios de comunicación principalmente televisión.

Promoción de la empresa a través de su afiliación a la Cámara de

Comercio de Guayaquil logrando tener participación en la mayor parte de conferencias y cursos que éste organismo dicte. La idea es realizar una encuesta muy breve orientada a conscientizar sobre el mal servicio que brindan la mayoría de empresas de la ciudad y presentar los servicios de SEPRONAC como alternativa profesional y de alta efectividad.



13

ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO

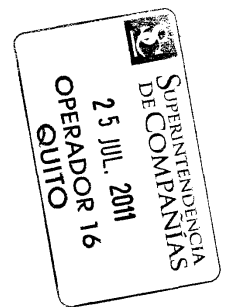
Utilización de volantes publicitarias adjuntadas a estados de cuenta de tarjetas de crédito y revistas. Esto se realizará mediante acuerdos directos con los repartidores escogiendo previamente el sector de entrega de las volantes.

Publicidad de la empresa en portales de Internet principalmente en webs turísticas y de servicios.

Envío de cartas de presentación masivas a empresas que consten en la base de datos pre elaborada de SEPRONAC.

Contratación de buscadores en Internet: Por medio de un módico valor mensual, la página Web de SEPRONAC aparecerá en los principales buscadores de Internet, esto con la finalidad de captar clientes del extranjero principalmente que deseen obtener servicios de seguridad en sus desplazamientos hacia el país.

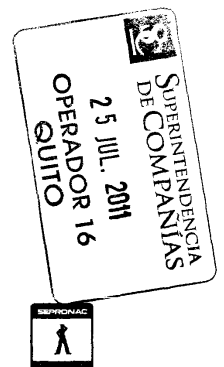
Contratación de una Agencia Publicitaria para que diseñe y envíe publicidad masiva a través de la web. Se ha pactado el envío de 3.000 publicidades al mes durante 4 meses. El costo mensual es de USD 8 aprox.



13

OBJETIVOS EN RECURSOS HUMANOS

- Cumplir al 100% los procedimientos de Selección del Personal del Personal.
- Lograr que el 70% del personal cumpla con el 90% del programa de capacitación.
- Mantener una rotación mensual de no mas allá del 7% mensual
- Cumplir con el plan de Carrera Administrativa.
- Contar en todo momento con una base de datos que permita solventar cualquier inicio anticipado de contratos. Para esto se deberá realizar un continuo reclutamiento de personal.
- Establecer un sistema de calificación y evaluación efectiva de los aspirantes:



EVALUACION DEL ASPIRANTE - R-RH-XXX

PARAMETROS DE EVALUACION	PUNTAJE	CALIFICACIÓN
EDUCACION		
Menos de Bachiller	1	
Bachiller	2	
Universidad Incompleta	3	
Universidad Completa	4	
Maestría	5	
EXPERIENCIA		
7-12 meses (1 año)	1	
13-24 meses (2 años)	2	
25-36 meses (3 años)	3	
37-48 meses (4 años)	4	
49-60 meses (5 años)	5	
más de 5 años	6	
REFERENCIAS LABORALES		
Cargo	V	F
Desempeño	V	F
Tiempo	V	F
Motivo de Salida	V	F
PRACTICAS DE TIRO		
0-5	1	
6-10	2	
11-15	3	
16-20	4	
MAXIMO DE EVALUACION		45
PUNTAJE MINIMO REQUERIDO		27

PARAMETROS DE EVALUACION	PUNTAJE	CALIFICACIÓN
REFERENCIAS PERSONALES		
PARENTESCO	V	F
TIEMPO	V	F
REFERENCIA POSITIVA	V	F
MANEJO DE ARMAS -SEGURIDAD		
Aprobado	V	F
ESPECIALIZACION		
Curso o Seminarios de 1-3 días	1	
Curso o Seminarios de 1-3 días en el extranjero	2	
Cursos o Seminarios mínimo 5 días	2	
Cursos o Seminarios mínimo 5 días en el extranjero	3	
Certificación o Diplomado	3	
Certificación o Diplomado en el Extranjero	4	
REFERENCIAS LABORALES		
Cargo	V	F
Desempeño	V	F
Tiempo	V	F
Motivo de Salida	V	F
CONOCIMIENTOS GENERALES		
0-5	1	
6-10	2	
11-15	3	
15-20	4	
PUNTAJE DEL ASPIRANTE		

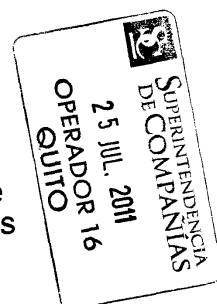
PARAMETROS DE EVALUACION	PUNTAJE	CALIFICACIÓN
EVALUACION DE CONDUCCIÓN		
Aprobado	V	F
VERIFICACION DOMICILIARIA		
Confirmado	V	F
EVALUACION PSICOLOGICA		
Aprobado	V	F
CONOCIMIENTOS TÉCNICOS		
0-3	1	
4-7	2	
8-11	3	
12-15	4	
16-18	5	
19-20	6	
REFERENCIAS LABORALES		
Cargo	V	F
Desempeño	V	F
Tiempo	V	F
Motivo de Salida	V	F
CONDICION FISICA		
0-5	1	
6-10	2	
11-15	3	
15-20	4	


Superintendencia de Companías
 25 JUL. 2011
 OPERADOR 16
 QUITO



OBJETIVOS OPERATIVOS

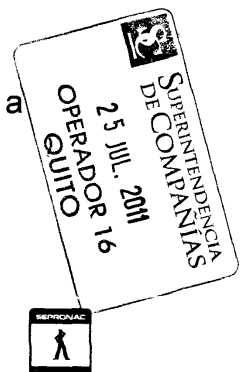
- Optimizar y administrar la adquisición y utilización de los recursos operativos, logísticos y de personal de la empresa.
- Desarrollar e implementar planes de seguridad y prevención de pérdidas para la organización como para todos los clientes estableciéndolos por escrito
- Brindar un servicio personalizado y de atención inmediata ante cualquier requerimiento. Reuniones mensuales con cada cliente.
- Asegurar que todas las operaciones de la sucursal se enmarquen en las mas estrictas medidas de seguridad para evitar incidentes y accidentes laborales.
- Todos los aspectos operacionales deberán enmarcarse bajo el Sistema de Gestión de Calidad para lo cual se elaborarán registros por escrito de todos las actividades operativas.



13

OBJETIVOS OPERATIVOS

- Contar siempre con un stock en bodega de equipos de seguridad y dotación no menor al 20% de la existencia total.
- Elaborar boletines semanales de inteligencia para ser distribuido sin costo a nuestros clientes y al resto de las oficinas de SEPRONAC. Estos boletines podrían situarse también en la página web de la empresa y se accedería a ellos a través de una clave que se entregue a clientes y ciertas posiciones dentro de SEPRONAC.
- Contar con los contactos adecuados que permitan poner en operatividad todos los servicios que se promocionarán (Alianzas Estratégicas)
- Contar con consola de monitoreo independiente que incluso pueda llegar a realizar tareas de monitoreo satelital para vehículos a través de la adquisición de un software especializado.
- Realizar dos practicas de polígono al año



Handwritten signature or mark.

OBJETIVOS OPERATIVOS

- Contar con la capacidad operativa para expandir la línea de servicios propuestos:
 - Protectores
 - Investigaciones
 - Servicios Logísticos
 - Asesorías
 - Etc.
- Realización de dos evaluaciones físicas al año.
- Realización de dos evaluaciones teóricas al año.
- Fomentar la creación de cultura de seguridad dentro de la organización a través de instructivos y charlas permanentes.
- Creación de in Plan Interno de Protección de Información – IT
- Ofrecer a los clientes la realización de un simulacro de evacuación
- Desarrollar un cronograma de capacitación lógico, especializado para cada cargo y medible en todas las actividades:



87

CRONOGRAMA DE CAPACITACION

ENERO						
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	POLIGONO

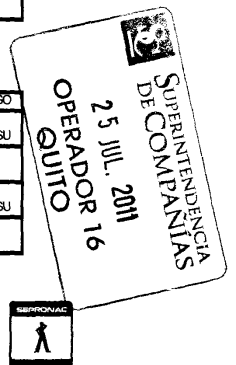
FEBRERO						
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
						1 POLIGONO
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29

MARZO						
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
1	2	3	4	5 CHARLA 1	6	7
8	9	10	11	12 CHARLA 2	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

ABRIL						
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
			1	2 CHARLA 9	3	4
5	6	7	8	9 CHARLA 10	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	POLIGONO

MAYO						
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
						1 POLIGONO
2	3	4	5	6 CHARLA 11	7	8
9	10	11	12	13 CHARLA 12	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

JUNIO						
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
		1	2	3 CHARLA 13	4	5
6	7	8	9	10 CHARLA 14	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			



PROGRAMA DE EVALUCION DE CONDICIONES FISICAS - SEPRONAC S.A.

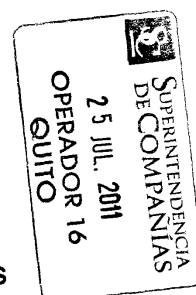
VELOCIDAD		RESISTENCIA A LA VELOCIDAD	RESISTENCIA A LA FUERZA					POTENCIA			RESISTENCIA ANAERÓBICA	
								PIERNAS	JALÓN	EMPUJE		
NOMBRE	30 metros lanzados	T 40	Escalador	Rescate	Flexiones de Barbilla	Abdominales	Flexiones de Pecho	Salto de Potencia	Polea	Press	Resistencia	Pulso
	La persona deberá trotar por lo menos 20 metros y en la marca establecida correrá a full velocidad la distancia de 30 m.	Desde la marca se recorren 10 m. hacia adelante, lateralmente se desplaza 5m hacia la izquierda, luego recorre 10 m. hacia la derecha, lateralmente regresa 5m hasta el centro y retoma de espaldas 10m. Hasta el punto de salida.	Ubicando las cuatro extremidades en el piso, se deberán realizar varias flexiones de piernas hacia adelante (barbilla) y hacia atrás (completamente extendida)	Cargar a un compañero del mismo peso 30 metros	Serie de flexiones en barra horizontal con los antebrazos hacia adentro	Se contabilizará la cantidad de abdominales realizados con las rodillas flexionadas en 1 minuto	Serie de flexiones de pecho realizadas en forma continua	Se establece con cada evaluación o una marca con su brazo extendido o se la compara con un salto realizado o sobre la marca	Se determinará la cantidad máxima de esfuerzo utilizado la polea.	En un solo intento se determinará el peso máximo que una persona puede levantar	Dos vueltas por el exterior del estadio Olímpico Atahualpa	1. Medición antes de la prueba 2 Medición al terminar la prueba 3 Medición 1 minuto después de la llegada 4 Medición 5 minutos después de la llegada
Nivel avanzado	3.5 seg	8 seg	100	10 seg	15	70	60	55 cm.	120% del peso	110% del peso	7 min	
	4 seg	9,5 seg	85	11.5 seg	12	60	50	45 cm.	100% del peso	90% del peso	8.5 min	
	4.5 seg	11 seg	65	13 seg	8	50	40	35 cm.	80% del peso	70% del peso	10 min	
	5 seg	13 seg	50	15 seg	5	40	30	25 cm.	60% del peso	50% del peso	12 min	


 SUPERINTENDENCIA
 DE COMPAÑÍAS
 25 JUL. 2011
 OPERADOR 16
 QUITO

Nivel inicial

OBJETIVOS EN EL AREA COMERCIAL

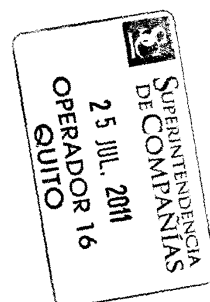
- Establecer un Joint Ventura con una firma extranjera de primer nivel que nos permita ingresar a mercados
- Diversificar la línea de servicios, innovando continuamente en la aparición o mejora de los productos que brinde SEPRONAC.
- Cerrar contratos eventuales que dejen ganancias sustanciales a la empresa y respaldarlos con contratos continuos que permitan disponer de un flujo económico adecuado para cubrir costos administrativos y operativos.
- Dar prioridad a las innovaciones tecnológicas y mantenernos actualizados en las nuevas tendencias de la Industria.
- Posicionar a los principales ejecutivos de la empresa dentro del círculo social del medio a fin de ganar reconocimiento y
- Al finalizar el año se ha planteado contar con una facturación de no menos de USD 400000.00 mensuales. (Sin contar con lo que se haya facturado por servicios eventuales)



13

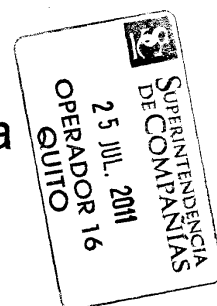
OBJETIVOS EN EL AREA COMERCIAL

- Se procurará orientar los servicios continuos a empresas que tengan consciencia de seguridad, necesidad del servicio y capacidad económica para acceder a ellos.
- Se requerirá un promedio de 60 puestos de USD 1000 cada uno.



OBJETIVOS DEL PLAN DE NEGOCIOS

- Incrementar la cartera de clientes corporativos
- Incrementar la facturación e ingresos para la compañía
- Posicionarnos en el mercado como compañía líder en servicios de seguridad



CB

PRODUCTOS DE LA EMPRESA

- Vigilancia Especializada
 - Seguridad Electrónica
- Personal de Protección VIP
- Custodia y monitoreo en rutas
- Controles en prevención de pérdidas
- Capacitación corporativa en seguridad
 - Personal de dirección en seguridad
- Estudios de seguridad y análisis de riesgos
 - Seguridad Canina



13

PRINCIPALES COMPETIDORES DE SEPRONAC

- En Quito:
- Wackenhut
- Laarseg
- Tevcol

En el Oriente:
Senapro
Defense System
Jaraseguridad

Otros
Resto de empresas de seguridad informales



B

ANALISIS ESTRATEGICO FODA

- Fortalezas
 - 15 años de experiencia en el mercado
 - Altos índices en cumplimientos de capacitación al personal
 - Beneficios sociales atractivos (medicina preventiva, pagos puntuales)
- Oportunidades
 - Mercado necesitado del servicio
 - Aprovechar las deficiencias de la competencia en cuanto al servicio
- Debilidades
 - Alta rotación de personal
 - Precio alto
- Amenazas
 - Competencia desleal
 - Dificultad en encontrar personal calificado



13

VENTAJAS Y DESVENTAJAS COMPETITIVAS

■ Ventajas.

- a. Servicio personalizado. Jefes de cuenta
- b. Preocupación en el trato al cliente interno. Beneficios sociales
- c. Grupo administrativo joven. Ideas nuevas, reacciones inmediatas

■ Desventajas

- a. Precios
- b. Rotación continua de personal operativo



JB

MERCADOS DE INTERES PARA LA VENTA

- *Segmento Petrolero*
- *Segmento Corporativo.* De preferencia empresas grandes en donde exista cultura de seguridad y exista un departamento de seguridad conformado. Bancos, Empresas que posean sucursales
- *Segmento Industrial.* Empresas Farmacéuticas, industriales en general
- *Segmento Comercial.* Centros Comerciales, Concesionarias de vehículos



13

MEDIOS DE CONTACTO A POTENCIALES CLIENTES

- a. Directorio telefónico. Llamadas obtención de citas
- b. Referidos a través de contactos
- c. Bases de datos de representantes industriales; Camara de Comercio de Quito, Superintendencia de Compañías.



tb

MEDIOS DE LLEGADA A CLIENTES POTENCIALES

- a. canje publicitario con TC Televisión
- b. mailing directo a través de la revista Criterios, Cámara de Comercio.
- c. ubicación de stands en ferias sobre todo de concurrencia empresarial. Automotores, Floricultores, Constructores
- d. pauta de anuncio en revistas de alta circulación, y que llegue a un segmento ejecutivo empresarial, como TV GUIA de TV CABLE



tb

PUBLICIDAD SUGERIDA

- Elaboración de un spot publicitario para pautarse en TC Televisión.
- Elaboración de insertos publicitarios promocionales
- Elaboración de anuncio para pauta en revista



Handwritten signature or initials.

FUERZA DE VENTAS

- Para iniciar el plan de negocios todo el personal se involucrará en la venta de los productos



Handwritten signature or mark.

DEPARTAMENTO FINANCIERO

■ OBJETIVOS:

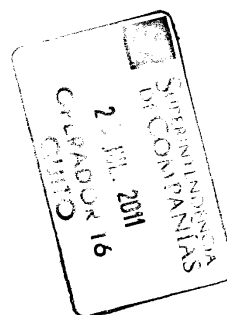
- ☐ Cerrar Balance 2010 en el mes de Febrero.
- ☐ A partir del mes de Marzo-2010, la empresa de contabilidad entregará Balances Mensuales para lograr un mejor control.
- ☐ Se valorará el trabajo contable el primer semestre del año 2010, para tomar la decisión de continuar con este trabajo o contratar contabilidad externa.



JB

DEPARTAMENTO FINANCIERO

- Se ha iniciado con los pagos vía cuenta pago del Banco de Guayaquil del personal operativo, se espera que por lo menos el 80% de la nómina operativa se la pueda manejar por este medio al término de este año.
- Se ha realizado un 70% de reducción al presupuesto del año 2009, por lo que se han establecido nuevas políticas de gasto, para todos los departamentos.



87

CONTROL

- Todas las nuevas actividades del negocio, incrementadas para el año 2010, estarán sujetas a evaluación trimestral por parte de la Gerencia General. Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

ATENTAMENTE

P. SEPRONAC


Ing. Alba María Cabezas
GERENTE GENERAL

