



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**UNIVERSIDAD CATOLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**IMPORTANCIA DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING EN LA  
COMERCIALIZACION DE SEGURIDAD ELECTRONICA**

**LORENA NIEVES QUEVEDO**

**COMPONENTE PRÁCTICO DEL EXAMEN COMPLEXIVO  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**

**INGENIERA EN MARKETING**

**Año 2015**

**UT B-2014**



**UNIVERSIDAD CATOLICA  
SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING**

**CERTIFICACION**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por: LORENA ALEXANDRA NIEVES QUEVEDO, como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERA EN MARKETING.

DOCENTE DE LA CARRERA

---

**ING. MBA DANILO HOLGUIN**

DIRECTOR DE LA CARRERA

---

**LCDA. PATRICIA TORRES FUENTES**

**Guayaquil, a los 13 del mes de marzo del 2015**



**UNIVERSIDAD CATOLICA  
SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING**

**DECLARACION DE RESPONSABILIDAD**

Yo, Lorena Nieves Quevedo

**DECLARO QUE:**

El componente practico del examen complejo: IMPORTANCIA DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING EN LA COMERCIALIZACION DE SEGURIDAD ELECTRONICA, previa a la obtención del título de INGENIERA EN MARKETING, ha sido desarrollado en base a una investigación, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del componente práctico del examen complejo referido.

**Guayaquil, a los 13 del mes de marzo del 2015**

**La autora:**

---

**LORENA NIEVES QUEVEDO**



**UNIVERSIDAD CATOLICA  
SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING**

**AUTORIZACION**

Yo, Lorena Nieves Quevedo

Autorizo a la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del componente práctico del examen complejo: **IMPORTANCIA DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING EN LA COMERCIALIZACION DE SEGURIDAD ELECTRONICA**, cuyo contenido, ideas y criterio son de mi exclusiva responsabilidad.

**Guayaquil, a los 13 del mes de marzo del 2015**

**La autora:**

---

**LORENA NIEVES QUEVEDO**

## **AGRADECIMIENTO**

A DIOS POR BRINDARME SABIDURIA, SALUD Y FORTALEZA, A MI QUERIDA MADRECITA POR SU ENTREGA, SACRIFICIO Y DEDICACION, A MARIANITA POR SU CONFIANZA Y APOYO CONSTANTE, A MIS AMADOS HIJOS POR SER MI MOTIVO, MAYOR ORGULLO Y BENDICION, Y A MI AMADO ESPOSO POR SER MI GUIA INCONDICIONAL, MI AMIGO, MI PROFESOR, EL MOTIVO PARA QUERER LUCHAR DIA A DIA, GRACIAS MI AMOR PORQUE FUISTE ESE ANGEL QUE LLEGO A MI VIDA Y ME HICISTE CREER EN TODO MOMENTO QUE PODIA LOGRARLO Y JUNTO A TI PUDE CONSEGUIR ESTE TRIUNFO QUE ES TUYO AL IGUAL QUE MIO.

**LORENA NIEVES QUEVEDO**

## **DEDICATORIA**

DEDICADO A MIS HIJOS POR SER MI RAZON DE VIDA Y MAYOR BENDICION.  
A MI ESPOSO ESPECIALMENTE POR COMPARTIR CONMIGO TODOS ESTOS  
AÑOS DE ESTUDIOS, SUS CONOCIMIENTOS, POR HACER SUYA LA  
CARRERA Y POR SER EL AUTOR PRINCIPAL DEL LOGRO ALCANZADO.

**LORENA NIEVES QUEVEDO**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACION**

---

**ING. MBA DANILO HOLGUIN**  
**PROFESOR GUIA O TUTOR**

---

**NOMBRES Y APELLIDOS**  
**PROFESOR DELEGADO**

## **INDICE GENERAL**

<b>RESUMEN</b>	<b>9</b>
<b>INTRODUCCION</b>	<b>10</b>
<b>DESARROLLO</b>	<b>12</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>24</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>25</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>26</b>



## RESUMEN

El Propósito de este trabajo es dar a conocer porque son importantes las estrategias de marketing en la comercialización de seguridad electrónica, para el desarrollo de este análisis, se presentan casos de éxito de empresas de seguridad electrónica con sus mejores prácticas, lo que les permite competir y marcar la diferenciación en un mercado competitivo y con retos permanentes.

En este ensayo se afianzarán conceptos importantes que se los verá a lo largo de este trabajo para comprender de mejor forma la importancia de las estrategias de marketing, estos son: Estrategia, Marketing, Mercado, Seguridad Electrónica y sus campos, productos y servicios de seguridad electrónica para apreciar de la importancia que la electrónica da al mercado actualmente y el beneficio percibido por los clientes.

Al contrario de las buenas prácticas de estrategias de seguridad electrónica no se pueden dejar pasar por alto otras que también se quieren mencionar en este ensayo, bajo una investigación que se hiciera se indica un ejemplo en particular de una empresa de seguridad electrónica pyme que no cuenta con estrategias de marketing, lo que da como resultado que hayan decrecido sus ventas en el último año y tengan en la actualidad una desventaja competitiva pese a contar con una marca mundial. Cabe recalcar que a pedido de la Gerencia de esta empresa de seguridad se hizo esta indagación en el interior de la organización con la finalidad de buscar las opciones más adecuadas y presentar sugerencias de estrategias para el análisis, para lo cual se debió estudiar todo el estado situacional de la empresa mediante la matriz Foda. Más adelante se apreciarán los resultados.

Finalmente, se puede decir que la permanencia de las empresas de seguridad electrónica está destinadas por ejes estratégicos, encontrar los correctos es un desafío, contar con ellos, permite la sostenibilidad en el mercado.

## 1.- INTRODUCCION

El objetivo de este trabajo es señalar la importancia que tienen hoy en día las Estrategias de Marketing en la comercialización de seguridad electrónica. Al hablar de estrategia de seguridad electrónica, se detallará a lo largo de este ensayo conceptos, e importancia del porque existen para las empresas las estrategias y que buscan dentro del mercado con los casos de éxitos que se presentan en el desarrollo del tema. Adicional, se recuerdan conceptos tales como: Marketing, mercado, seguridad electrónica, productos y servicios de seguridad electrónica, tecnología, importantes a tomar en cuenta a lo largo de este ensayo.

La importancia de las Estrategias de Marketing está dada por buscar opciones para la organización que les permita estar en el marco de la competencia en este mercado altamente desafiante, entonces, *porque las Empresas de Seguridad Electrónica implementan Estrategias de Marketing?*

Si se habla de la importancia de las estrategias de marketing, las empresas que sobresalen en el mercado son precisamente porque conocen sus cimientos, para una buena estrategia, nada mejor que conocer ampliamente la Misión, Visión, Objetivos y por supuesto el análisis situacional interno y externo a través de la matriz *FODA* es necesario saber para comprender mejor esta matriz y su beneficio *en que ayuda a las empresas a la hora de elegir una Estrategia?* En este punto se hará el análisis de una empresa de seguridad electrónica en particular para presentar posibles estrategias para el análisis de la Gerencia de esa empresa que se la mencionará ampliamente en el transcurso de este trabajo.

Por otro lado, las empresas que se dedican a la seguridad electrónica juegan un papel prioritario y necesario para el mercado porque con la comercialización del portafolio de soluciones brindan a los clientes la oportunidad de sentirse seguros y respaldados con protección que buscan resguardar bienes, productos y servicios en los diferentes canales en los que se desenvuelve la seguridad electrónica y todo esto con la finalidad de reducir considerablemente los actos delincuenciales, para lo cual se necesita

conocer *Cuáles son los productos de seguridad electrónica que comercializan las empresas? Y para que Target van dirigidos?*

Hoy en día existen empresas de Seguridad Electrónica que presentan sus mejores prácticas de estrategias de marketing las cuales les permiten crear cadenas de valores y resaltar el beneficio para los clientes, además estas empresas terminan siendo ejemplo para muchas de innovación, seguridad, trayectoria, imagen, prestigio, transparencia, confiabilidad, servicio, credibilidad, pero se quiere conocer en detalle *¿Cuáles son los mejores casos de Éxito de estas empresas de Seguridad Electrónica?* Para que se las vea como grandes diferenciadoras dentro del mercado e inalcanzables para muchas.

El mercado de seguridad electrónica es visto como una necesidad que requiere la humanidad, como sentido de protección, *pero realmente porque es importante para el mercado la Seguridad Electrónica?*

Todos estos interrogantes serán vistos y analizados a continuación, cada uno de ellos encierra respuestas que permiten auspiciar la conveniencia y permanencia de una estrategia de marketing en la seguridad electrónica, contar con ellas es lo que todas las empresas necesitan para la supervivencia dentro del mercado y que de hecho practican con excelentes resultados en cada uno de sus campos y las que aún no lo hacen pues invita a comenzar.

## 2.- DESARROLLO

Antes del desarrollo de las interrogantes planteadas en la Introducción se consideran mencionar algunos conceptos relacionados con el tema a tratar en este ensayo.

**Marketing.-** (Gracia, (2011)) *Fundamentos de marketing: entorno, consumidor, estrategia e investigación comercial.* Gracia indica que:

La Gestión de Marketing tiene lugar cuando al menos una de las partes de un intercambio potencial piensa en los objetivos y medios con los que alcanzar respuestas deseadas de la otra parte.

De este modo se puede afirmar que la Gestión de Marketing es el proceso de planificar y ejecutar el concepto del Producto, Precio, Promoción y Distribución de bienes o servicios para crear intercambios que satisfagan tanto los objetivos individuales como el de las Organizaciones.

Tradicionalmente, el Marketing buscaba atraer nuevos clientes. Actualmente, se centra en mantener los clientes ya existentes y en construir con ellos relaciones rentables y estables.

Se puede decir entonces que el Marketing es hoy en día el convertir un cliente en el mejor vendedor de la empresa, conseguir la satisfacción del cliente y la relación a largo plazo hoy supone un reto.

**Estrategia.-** (Manuera, (2007)) *Estrategias de marketing: un enfoque basado en el proceso de dirección.* Manuera indica:

Etimológicamente la palabra ESTRATEGIA proviene del Grupo Stratos, que significa EJÉRCITO, y del verbo ag, Sinónimo de Dirigir, o conducir. Significado Bélico.

Resulta curioso observar que mientras en Grecia, cuna de la civilización occidental, el tema ESTRATEGIA estaba limitado a una actitud específicamente militar, y todavía no alcanzaba el sentido más amplio que hoy se le da.

Sin embargo, el uso de este término no se generaliza hasta comienzos del siglo el XIX. El primer teórico de la ESTRATEGIA es Karl Von Clause Witz, este autor, en su obra de la guerra, expone el concepto de estrategia como el medio para obtener el objetivo político buscado por el Estado. Su objeto es el aniquilamiento del adversario mediante el combate.

Tras su incorporación al ámbito de estudio de la Economía de la empresa, se puede destacar diferentes acepciones del concepto de **ESTRATEGIA** que merecen una especial consideración:

1. La Estrategia como táctica o maniobra destinada a dejar a un lado al competidor;
2. La Estrategia como comportamiento o corriente de acciones;
3. La Estrategia como acción posición o forma de situar a una organización en el entorno,
4. y la Estrategia como perspectiva que representa para la organización lo que la personalidad para el individuo.

Cabe destacar entonces que la Estrategia es la búsqueda de las mejores decisiones que toman las empresas para destacar en el mercado.

**Mercado.-** Es el territorio donde se manejan todas las transacciones comerciales entre compradores y vendedores, en el mercado se canalizan inmensa fortunas de productos y servicios que se comercializan y se desarrollan relaciones permanentes donde se benefician todos.

**Seguridad Electrónica.-** Es observar, escuchar, disuadir o conducir a las personas, actividades o lugares con la ayuda de dispositivos electrónicos con el fin de incrementar seguridad y prevenir desastres, actos fuera de la ley y el orden establecidos.

**Tecnología.-** La tecnología a través de sus descubrimientos técnicos busca satisfacer con bienes y servicios necesidades de todos los consumidores. Todo se mueve con la tecnología y esta cambia drásticamente lo que señala que siempre se debe preparar para la espera de saber que más llega ya que la Tecnología es exigente.

Una vez revisado estos conceptos importantes se procede a profundizar y desglosar los interrogantes planteados en la Introducción.

***Porque las Empresas de Seguridad Electrónica implementan Estrategias de marketing?***

En una entrevista que se hiciera al Ing. Adrian Bustamante Gerente Comercial de la Empresa Electrónica ICO INTERNACIONAL indicaba que hoy en día las Estrategias son una necesidad para flotar en el mercado, acotaba que sin Estrategias no había razón de permanencia.

En otra entrevista efectuada al ING. Andres Padilla Gerente General de la empresa *Ag Control Sensor Sensormatic* Sistema de Seguridad Anti hurto señalaba que en su empresa no existían estrategias de marketing que no las veía necesarias porque su marca ya le daba una posición estratégica en el mercado. Sin embargo, se había dado cuenta a partir del año 2014 las ventas habían decrecido y que era hora de cambios porque podía ganar ventaja competitiva, y que era mejor si contaba con estrategias a no tenerlas.

Las empresas de Seguridad Electrónica implementan Estrategias de Marketing porque necesitan competir, posicionar el producto e incrementar ventas.

Las relaciones a largo plazo es lo que buscan las empresas de seguridad electrónica a la hora de una estrategia.

(Pumpin, (1993)) Estrategia Empresarial: Como Implementar la Estrategia en la empresa.

*(Escorsa, (1991)) La estrategia tecnológica de la empresa: una visión de conjunto. Inteligencia competitiva.*

## ***El FODA en que ayuda a las empresas de seguridad electrónica a la hora de elegir una estrategia?***

*La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. Contribuciones a la Economía, 2. (Talancon, (2006))*

El Foda ayuda a encontrar las estrategias que le permitan permanecer en el mercado. A través del conocimiento de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

(Thompson, (2006)) Definición de Misión. Thompson indica que: resulta imprescindible que los planificadores (entre los que se encuentran, empresarios, ejecutivos y mercadólogos) conozcan antes, cuál es la definición de misión, con la finalidad de que tengan el fundamento básico para iniciar la elaboración de una misión que sea capaz de mover a las personas a ser parte activa de lo que será la razón de ser de la empresa.

Bajo este concepto se despega la ayuda de un FODA puesto que, el principio del mismo es precisamente conocer la MISIÓN, VISION Y OBJETIVOS de la empresa. Se ha visto la Misión que es la razón de ser de la organización y la Misión es lo que quiere llegar alcanzar la empresa, son los sueños que desean lograr a lo largo del tiempo y de la actividad que realizan, y los objetivos son las propuestas firmes de llegar a la meta que se plantea la empresa.

En el inicio de este ensayo se dijo que se tomaría como ejemplo a una empresa de seguridad electrónica para realizar un ejercicio práctico del FODA esto mediante una investigación del estado situacional que se realizó a esta empresa.

A continuación se detalla:

*Empresa Agcontrolsensor' Sensormatic*

*Misión.-* Brindar soluciones a los clientes en el marco de la Seguridad Electrónica anti hurto para la prevención de pérdidas de sus productos.

*Visión.-* Ser una empresa innovadora al aplicar nuevas tecnologías de Seguridad Electrónica.

*Objetivos.-* Alcanzar a reducir la merma e incrementar las utilidades de los clientes a través de los productos y servicios anti hurtos que comercializa la empresa.

Estudio del *FODA*

***Fortaleza***

*Marca Sensormatic conocida a nivel mundial*

*Tecnología Acusto Magnética Sistema Superior Detección*

*Alianza con su partners de negocios Tyco Empresa Americana*

*Portafolio de Productos*

***Debilidades***

*Plazo de crédito*

*Falta de Capacitación a todo el personal de la empresa*

*Ausencia de Dirección Comercial*

*Falta de Director de Marketing*

*Ausencia de presencia en Redes Sociales*

***Oportunidades***

*Apertura proyectos comerciales*

*Competencia Inexperta*

*Hacer proyectos integrales de seguridad uniendo las antenas con otros productos como CCTV, intrusión de acuerdo a la necesidad del cliente.*



*Diferenciar los productos de la competencia gracias a los niveles de garantía y trayectoria de los fabricantes.*

### **Amenazas**

*Restricción de Importaciones*

*Alza de aranceles*

*Precios bajos de la competencia Tradelogystem*

*Productos clonados de la competencia SM SYSTEM, MAXXGUARD.*

Una vez efectuado el Foda se procede a sugerir algunas estrategias que permitirán a la Gerencia General de AGControl Sensor tomar las decisiones idóneas que considere o este análisis le sirve para inicialmente poder ver las mejoras que puede atender como prioridad.

### *Estrategias Sugeridas:*

Las estrategias pueden enmarcarse en 3 FOCOS que son:

Innovación, Crecimiento y Cercanía

Incorporación de un Coordinador de Marketing

Consolidar la Imagen de la Empresa a las Redes Sociales

Incorporación de un Gerente Comercial

Alianza con el partners de negocios Tyco para la introducción de nuevos productos para innovación

Diversificación de la cartera de clientes

Integración de un CRM

Margen de crédito a clientes nuevos y actuales

Lanzamiento de Promocionales en fechas especiales

Adiestramiento al personal de la empresa para crear equipo altamente competitivo

Atención personalizada a grupo de clientes potenciales con nuevos proyectos

***Cuáles son los productos de Seguridad Electrónica que comercializan las empresas? Para que Target van dirigidos?***

Las empresas de seguridad electrónica utilizan tecnología de punta, lo que incluye los siguientes productos:

Sistemas CCTV (Circuito Cerrado de TV) Grabación y análisis de video.

Controles de acceso y presencial

Sistemas de Intrusión que incluye: Antenas de Seguridad, Desactivadores, Etiquetas

Control de Activos

Centro de control de alarmas

Cámaras de Seguridad

Sistema Biométrico

Software para facturación electrónica

Sistemas de vigilancia de cámaras de seguridad

Equipos de grabación de audio

Detectores de metales o fundas de aluminio

Sistemas de detección, inhibición y localización de telefónica móviles

Rastreo satelital

Sistemas de detección perimetral

Software de gestión de la información sobre seguridad física

Software historia clínica pacientes en hospitales

Sistema ELPAS ubicación de personas y activos

Sistema RFID ubicación del inventario en segundos y conteo

Todos estos productos y servicios van destinados para los Hogares, Tiendas, Departamentales, Centros Comerciales, Empresas Publicas y

Privadas, Hospitales, Bancos, Institucionales, Textileras, empresas de logística y comisariatos.

El Target está identificado y los competidores también, se mencionan: ICO Internacional, Sensormatic, Tradelogystem, Sm System, Maxx Guard, Laar, Hunter, Chekpoint, entre los principales del mercado. Siendo Chekpoint el Retail con una participación de mercado del 80%.

## **CASOS DE EXITOS**

### ***Cuáles son los casos de Éxito de las empresas de Seguridad Electrónica?***

Se mencionan las siguientes:

**La empresa ICO INTERNACIONAL** ofrece soluciones integrales en todos los campos de la seguridad electrónica como intrusión, video, fuego y acceso. 30 años liderando la Tecnología Electrónica en Ecuador y Latinoamérica.

Integran una amplia gama de sistemas que están dentro de las normas ISO9000 y cuentan con la metodología de control total de calidad.

Apoyan un sólido crecimiento corporativo basado en un alto grado de satisfacción al cliente logrado mediante el legado de algunas de las marcas más conocidos en materia de seguridad, garantías, servicio técnico, capacitación, asesoría, diseños y elaboración de proyectos.

*El caso de éxito* de esta empresa es la Integración total de Sistemas de Seguridad Electrónica a nivel de entidades financieras.

Estos clientes como Banco de Guayaquil, Banco del Pacifico y Bolivariano tienen todas las marcas DSC y se integran a su monitoreo por medio de un solo software. El 80% de Sistemas de Intrusión en Ecuador son DSC marca de la cual son distribuidores directos de fábrica.

***La empresa Chekpoint Empresa Española Sistema de Seguridad Anti hurto presenta los siguientes casos de éxitos:***

***1.- Evolución hacia el futuro de la RF (Radio Frecuencia) en los Países Bajos.***

La nueva tecnología de RF incorpora las características de la RF 360, es decir, genera una señal giratoria de RF. Una funcionalidad que permite optimizar el nivel de detección utilizando al mismo tiempo etiquetas de seguridad pequeñas y discretas como la etiqueta EP PST de checkpoint . `` Nuestra etiqueta más pequeña tiene el tamaño de un sello `` Esta fue otra de las razones porque escogimos a Checkpoint Systems . Algo que el resto de proveedores no podía ofrecer.

En 2007, Bruna minorista de libros y oficinas más grande de los países bajos. Inició un proyecto piloto con antenas *EVOLVE* de nueva generación. El proyecto se optimizó durante 7 meses y pasó a convertirse como un sistema de total operatividad. `` El retorno de la inversión fue muy bueno``. El nuevo establecimiento ha experimentado una reducción considerable de la pérdida desconocida. Por un lado, ha mejorado la visibilidad en el establecimiento, lo que fomenta nuestras ventas y, por el otro lado, las antenas Evolve nos ayudan a reducir las pérdidas. (*Ver anexos*)

***2.- La Radio Frecuencia va al Súper***

En Rimi, Chekpoint llevo a cabo una de las primeras pruebas en Europa de Meto Proline XXL RF, etiquetadora manual de rendimiento superior indicada para las nuevas líneas de minietiquetas de alta capacidad de detección. La nueva herramienta acelera y mejora el proceso de etiquetaje, con lo que facilita la protección en tienda de un numero mayor de productos. Esta etiquetadora ofrece además funciones de marcaje de precios y promociones con las nuevas etiquetas totalmente integradas promoción, protección y precios de Chekpoint. El menor tamaño de las etiquetas 710 RF posibilita la protección de artículos que hasta ahora carecían de seguridad, con los que se logra llevar los beneficios de la RF EAS a todos los lineales del supermercado. (*Ver anexos*)

La empresa Chekpoint tiene en Ecuador clientes como Dpratti, Etafashion y las cadenas de Supermaxi entre las principales que atiende.

### ***Casos de Éxito de Seguridad TYCO Tecnología Acusto Magnético***

#### ***1.- Reduce las pérdidas y mejora el rendimiento con EAS***

Jade Blue maneja una cadena minorista de lujo de la India con su gama de ropa y productos exclusivos. Al instalar sistemas EAS Sensormatic y etiquetas duras en tres establecimientos como plan piloto dio como resultado que el sistema ha ayuda a reducir las pérdidas, la actividad de su servicio también es considerablemente buena. Se protegió mejor el inventario, lo que llevo a una mejor selección de expositores, más opciones para el cliente y un aumento en las ventas. (Ver anexos)

#### ***2.- La Experiencia con la moda de calzado en Saks Fifth Avenue New York.***

Elige la ejecución de muestra de inventario en planta de Tyco para asegurarse de que se muestra toda la mercancía en planta y mejorar la experiencia de compras en las tiendas.

A finales del 2012, Saks lanzo un proyecto RFID con Tyco Retails Solutions para responder a sus retos de inventariado y comercialización. La meta era pasar de un 65% de tasa de correspondencia a casi el 100%. Con la solución True Vue de Tyco una solución de ejecución de muestra de inventario en planta, Saks puede etiquetar ahora todo el calzado mostrado con una etiqueta RFID e inventariar así, fácilmente, los zapatos de cada día. La aplicación genera un reporte de reposición para el calzado del almacén cuyo estilo no está mostrado en la planta de ventas. Como resultado Saks ha sido capaz de reducir enormemente el número de estilos de calzado que no están mostrándose en la planta, aunque están en el almacén, y puede mostrar así un porcentaje mayor de su surtido de calzado en la planta de ventas.

(Ver Anexos)

Tyco empresa americana tiene a la empresa Agcontrolsensor' Sensormatic como representante oficial de la marca en el Ecuador y tiene clientes como: Corporación el Rosado y cadenas como Marathon Sport, Tomy, entre los principales.

***Caso Sistema Biométrico Análisis en torno a la tecnología biométrica para los sistemas electrónicos de identificación y autenticación. (Bertolin, (2007))*** La tecnología biométrica no sólo sirve para la identificación-reconocimiento, es decir para saber si existe una determinada persona en un recinto o empresa sino también para la verificación-autenticación, es decir para saber si esa persona que se presenta es quién dice ser, para ello se compara con su identidad inscrita previamente almacenada. La verificación es más rápida y presenta un rendimiento mejor que la identificación cuando el número de características-rasgos de referencia guardadas de los usuarios es muy elevado. Este Sistema se da en Instituciones públicas, privadas, hospitales, financieros, con resultados óptimos.

***Creación de una empresa especializada en seguridad y vigilancia electrónica en Guayaquil. (Hidalgo Solis, (2011))***

El proceso de formación de la personalidad del ser humano y por ende el proceso de seguridad y protección del mismo, se inicia desde el hogar, primer control social y desde varias décadas atrás dicho control aparece en franca crisis general. Debido a la grave situación de conflictos delictivos que tiene el país, se ha visto la idea de negocio de la implementación de una empresa con especialización en seguridad y vigilancia electrónica, para hogares dirigida a personas de clase media alta de la ciudad de Guayaquil. El planteamiento se centra en posicionarse en el mercado y ser una empresa profesionalizada, normalmente la seguridad pública interior se confía a distintos colectivos, todos ellos englobables bajo la definición de cuerpos y fuerza de seguridad dentro de un estado, a todo esto se va a sumar un estudio pormenorizado del talento humano que se da en el nuevo enfoque empresarial, demostrando que un estudio general de los Recursos Humanos, la labor y desarrollo de la empresa va a prestar los mejores beneficios a

nuestra urbe y por ende a todo el sector que vaya a participar de este modelo de seguridad.

***Plan de negocio para la comercialización de dispositivos electrónicos de asistencia y auxilio inmediato para adultos mayores de la parroquia La Puntilla en Empresa Gea Ecuador SA (Doctoral dissertation). (Rodriguez Rios, S. I., & Gonzales Loor D. P., (2014))***

El producto que se busca incluir, justifica la excelencia que se busca logrando un complemento ideal para el cliente. Dentro del trabajo se realiza una estructura pertinente del plan de negocios, en donde se muestran cada una de las implicaciones comerciales a las que se recurrirán con la finalidad de mantener a los clientes actuales y hacer la captación de potenciales. La viabilidad económica y financiera que se realiza en el trabajo, demuestra la apertura que se tiene para realizar la inversión en la importación del dispositivo que controlará el pulso o ritmo cardíaco al adulto mayor.

Los casos de éxitos son ejemplos de buenas prácticas que estas empresas tomadas como ejemplo realizan con el fin de poder lograr una ayuda al cliente con soluciones globales que a estas cadenas les permiten crecer, estos casos de éxitos sirven para tener la certeza que el camino de la estrategia es el correcto en el momento que se dice ganar una ventaja competitiva con una cadena de valor.

### ***Porque es importante para el mercado la Seguridad Electrónica?***

Es importante porque la Seguridad Electrónica ayuda a proteger a las personas desde su hogar hasta la oficina o donde se encuentren, la seguridad electrónica permite resguardar los bienes de los usuarios y la seguridad propia del ser humano, todos los productos y servicios tienen un beneficio para el cliente que lleva consigo de alguna manera u otra en que con la tecnología puedan hacerse más rápido los procesos en el marco de la salud, política, legal, administrativo, comercial de manera segura.

### **3.- CONCLUSIONES**

Se ha determinado durante todo el ensayo la importancia de las estrategias de marketing en la comercialización de la seguridad electrónica, la relevancia que implica contar con estrategias y sus mejores prácticas que marcan la diferenciación y las hacen altamente competitivas en un mercado que exige más cada día.

Es definitorio que las empresas de seguridad electrónica no pueden mantenerse estáticas, deben estar a la vanguardia de la información porque la tecnología así lo exige, buscar mejoras, innovaciones, planes estratégicos que les permita seguir llegando al mercado con soluciones claras, realizables, específicas y medibles en el tiempo.

En este campo debe existir mucha proactividad y creatividad para identificar mayores demandas en el mercado y volverlas oportunidades para beneficio de la empresa y de los clientes, todavía en el País no hay el avance de la ciencia tecnológica como en otros países, aun Ecuador vive un letargo

Ha crecido, se ha desarrollado pero aún falta trabajo por hacer, existen entidades que requieren urgente un cambio de pensamiento y apertura a la tecnología, servicios en entidades que aun demoran por falta de innovación, lo que se viene a futuro es que todo se maneje vía electrónica, pronto se dejará por completo el papel y lo reemplaza el internet y sus diferentes aplicativos donde está inmersa la electrónica.

Mientras tanto el mercado siga cambiando y todo su curso, a través de estas empresas que manejan estrategias de seguridad electrónica se promueven un comercio seguro y disuade o reduce los niveles de violencia, asalto y robo. De este modo estimula a la Economía y genera canales verticales. Que importante es entonces pensar que se debe seguir en este lineamiento para el beneficio de toda una humanidad sin descuidar el mañana.



## **REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS**

(Bertolin, (2007))

(Escorsa, (1991))

(Gracia, (2011))

(Hidalgo Solis, (2011))

(Lopez, 2010)

(Manuera, (2007))

(Pumpin, (1993))

(Talancon, (2006))

(Thompson, (2006))

(Valencia Ortuño, (2010))

Libro Capacitación de Ventas Sensormatic

Brochure de Chekpoint

Brochure de Tyco

## **ANEXOS**

- 1.- Brochure evolución hacia el futuro de la RF*
- 2.- La radio frecuencia va al súper*
- 3.- Reduce las perdidas y mejora el rendimiento EAS*
- 4.- La experiencia con la moda de calzado en SAKS*