

**GSA SERVICE GROUP S.A.S.**



**GSA SERVICE GROUP S.A.S.**  
El precio de seguridad integral

Luis Alfonso Acuña Chavarro

Jeimy Camila Prieto Poveda

Carolina Ruiz Alzate

**DOCENTE:**

Carlos Alberto Lozano Moreno

Opción de Grado II

Grupo: 10121

Corporación unificada nacional de educación superior (CUN)

Bogotá, Colombia; mayo 2018 Bogotá D.C

## Tabla de contenido

Índice de tablas.....	3
Índice de gráficas.....	3
Tabla de ilustraciones.....	4
Tabla de anexos.....	4
Presentación.....	1
Justificación.....	1
1. Planeación Estratégica.....	2
1.1. Título según el sector productivo.....	2
1.2. Autores.....	2
1.3. Idea de negocio.....	3
1.4. Identidad estratégica.....	4
1.5. Futuro Preferido.....	4
1.6. Objetivos.....	4
1.6.1. General.....	5
1.6.2. Específicos.....	5
1.7. Valores corporativos.....	5
1.8. Legalidad y legalización.....	6
1.8.1. Legalidad.....	6
1.8.2. Legalización.....	10
1.9. Análisis - fuerzas de Porter.....	12
1.10. Análisis del entorno.....	15
1.11. Cadena de valor.....	16
1.12. Estrategias de competitividad.....	19
2. Estudio de mercados.....	20
2.1. Objetivo.....	20
2.2. Identificación del target.....	20
2.3. Tabla de referenciación.....	21
2.4. Instrumentalización.....	22

2.5. Análisis de resultados. ....	1
2.6. Gráficas. ....	1
2.7. Tabla de aceptación. ....	8
2.8. Resultados. ....	8
3. Plan de marketing. ....	9
3.1. Imposición de la marca en el mercado. ....	9
3.1.1. Logo. ....	9
3.1.2. Slogan. ....	9
3.2. Estrategia de marketing. ....	10
3.2. Portafolio. ....	13
5. Cibergrafía. ....	15
6. Anexos. ....	16

### Índice de tablas.

<i>Tabla 1. Análisis DOFA. ....</i>	13
<i>Tabla 2. Cadena de Valor. ....</i>	16
<i>Tabla 3. Presupuesto cadena de valor - corto plazo. ....</i>	19
<i>Tabla 4. Referenciación. ....</i>	21
<i>Tabla 5. Resultados de encuesta tabla 1. ....</i>	1
<i>Tabla 6. Resultados de encuesta tabla 2. ....</i>	1
<i>Tabla 7. Resultados de encuesta tabla 3. ....</i>	3
<i>Tabla 8. Resultados de encuesta tabla 4. ....</i>	5
<i>Tabla 9. Tabla de aceptación. ....</i>	8

### Índice de gráficas.

<i>Grafica 1. Resultados gusto. ....</i>	1
<i>Grafica 2. Resultados utilidad. ....</i>	3
<i>Grafica 3. Resultados conocimiento. ....</i>	4
<i>Grafica 4. Resultados expectativa. ....</i>	6
<i>Grafica 5. Resultados grafico aceptación. ....</i>	7

## **Tabla de ilustraciones.**

<i>Ilustración 1. Isologotipo, personalizado por emprendedores.</i> .....	9
<i>Ilustración 2. Imagen publicitaria 1.</i> .....	11
<i>Ilustración 3. Imagen publicitaria 2.</i> .....	11
<i>Ilustración 4. Imagen publicitaria 3.</i> .....	12
<i>Ilustración 5. Imagen publicitaria 4.</i> .....	12

## **Tabla de anexos.**

<i>Anexo A. Agrupación vivienda bosques de Usme.</i> .....	16
<i>Anexo B. Bosques de Bogotá 1.</i> .....	17
<i>Anexo C. Bosques de Bogotá 1.</i> .....	17
<i>Anexo D. Metro 136 Usme.</i> .....	18
<i>Anexo E. Bosques de Bogotá 4.</i> .....	18
<i>Anexo F. Encuesta 1.</i> .....	19
<i>Anexo G. Encuesta 2.</i> .....	21

## **Presentación.**

En el presente documento, se presenta una idea de negocio, y se llevan a cabo una serie de pasos, para la constitución de una empresa, identificar su razón de ser, lo que se quiere alcanzar y las metas que queremos cumplir, esto con el fin de ofrecer un servicio a un determinado cliente.

Se verifica la viabilidad de éste en el mercado, conociendo más a fondo al cliente y si esta idea de negocio si es aceptada por el cliente o no.

Es importante ofrecer un servicio diferente, que innove en el mercado y que facilite suplir la necesidad que deseamos satisfacer.

## **Justificación.**

Nuestra idea de crear una empresa prestadora de servicios a las propiedades horizontales, se desarrolla con base en la necesidad de implantar una idea de negocio reuniendo ciertas características que sean, viables en el mercado, innovadora, sostenible para la empresa y para el mercado.

Se aborda el tema de la gestión de sistemas integrales con un conocimiento previo acerca de la administración de las propiedades horizontales, conociendo las necesidades de los clientes haciendo un análisis donde se comparan la prestación de servicios con compañías similares que no satisfacen a totalidad las necesidades de los clientes.

Por otra parte, es una gran oportunidad de poner en práctica los conocimientos para la constitución de una empresa, donde se abarcan temas legales, financieros, estratégicos, de investigación, entre otros.

## **1. Planeación Estratégica**

### **1.1. Título según el sector productivo.**

GSA SERVICE GROUP S.A.S. Empresa prestadora de servicios integrales en propiedades horizontales.

### **1.2. Autores.**

Sustentado en la ley 1258 de 2008 del congreso de la república Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada. Se decide ejecutar la creación de un proyecto empresarial bajo la denominación de sociedad anónima simplificada.

*Ley 1258 De 2008. Del congreso de la república Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada.*

(...)

*“ARTÍCULO 46. VIGENCIA Y DEROGATORIAS. La presente ley rige a partir del momento de su promulgación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.*

*Sin perjuicio de las ventajas y beneficios establecidos en el ordenamiento jurídico, una vez entre en vigencia la presente ley, no se podrán constituir*

*sociedades unipersonales con base en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006. Las sociedades unipersonales constituidas al amparo de dicha disposición tendrán un término máximo improrrogable de seis (6) meses, para transformarse en sociedades por acciones simplificadas.”(Ley 1258,2008)*

(...)

Y una de las razones de sustento es la versatilidad de la aplicación de la compañía en el mercado en donde se generara una acción múltiple de actividades y ante la ley denominándose la razón social indefinida así expuesto mediante el Oficio 220-023132 de Abril 19 de 2010.

### **1.3. Idea de negocio.**

Nuestra idea de negocio se basa en una empresa prestadora de servicios integrales en la gestión y administración de los procesos dentro de las propiedades horizontales, partiendo de la cantidad de propiedades existentes de este tipo hasta el momento. Se plantea generar una compañía que proporcione servicios autosustentables y generadores de ingresos haciendo así una compañía integral y auto sostenible.

De forma tal que al generar un paquete de servicios en conjunto en pro de un mismo objetivo, sea una gestión integral que dirige sus beneficios tanto para el cliente como el usuario.

Específicamente la compañía ofrece estos servicios:

- servicio de administración.
- servicios generales y mantenimiento.
- servicio de seguridad.
- servicio de gestión ambiental

Como valor agregado y en lo que se enfatiza el proyecto es la generación, creación e implantación de sistemas de gestión propios para cada copropiedad. Cuando se habla de sistemas de gestión se hace referencia a sistemas integrales de residuos y sistema de SST, de forma que se cumpla con la ley estatutaria siendo pioneros en el mercado; además de esto, se generan ingresos lo que hace sostenible la idea, y es con la disposición de residuos aprovechables, basándonos en tasas expuestas en porcentaje de generación de residuos.

#### **1.4. Identidad estratégica.**

GSA SERVICE GROUP S.A.S. genera sistemas de gestión integrales, ofreciendo servicios administrativos, generales y de seguridad en las propiedades horizontales, esto mediante un portafolio donde da a conocer cada servicio de manera práctica enfocándose en el medio ambiente contribuyendo en este.

#### **1.5. Futuro Preferido.**

GSA SERVICE GROUP S.A.S. se consolidara como una institución fundamental para erigir ambientes residenciales y empresariales, sanos, armónicos y con distinción de la mano del medio ambiente, será una empresa pionera y líder en el mercado oferente en administración integral de propiedades horizontales.

#### **1.6. Objetivos.**



### ***1.6.1. General.***

Gestionar sistemas integrales para propiedades horizontales dando a conocer el portafolio de servicios activos que garanticen nuestra competitividad en el mercado. Generando credibilidad y satisfacción de las necesidades y expectativas de nuestros clientes, socios y comunidad mediante el mejoramiento continuo, realizado con los instrumentos de medición adecuados.

### ***1.6.2. Específicos.***

- \* Desarrollar una identidad propia de la empresa que se genere para prestar los servicios integrales a las propiedades horizontales.
- \* Desarrollar y aplicar una investigación de mercados, para verificar la viabilidad y aceptación del negocio en el mercado.
- \* Posicionar nuestra empresa con estrategias de marketing, utilizando las redes sociales, páginas web, la voz a voz, convenios entre propiedades, etc.
- \* Generar un portafolio de servicios y simulación de pasos del funcionamiento de los sistemas integrados, mostrando al cliente el beneficio monetario.

### **1.7. Valores corporativos.**

- \* *Responsabilidad social y ambiental:* Estamos comprometidos con el medio ambiente, ofreciendo un servicio que mejore éste y contaminando lo menos posible.
- \* *Calidad:* Este servicio que se ofrece tendrá una alta calidad en los insumos que se requieran, en los procesos y procedimientos, en la gestión total y en la calidad respecto a la relación humana.

- \* *Honestidad:* Con nuestros clientes al prestarles nuestro servicio con transparencia y verdad.

## **1. 8. Legalidad y legalización.**

### ***1.8.1. Legalidad.***

La idea de realización de negocio lícito, basa su imagen pública en la personalidad jurídica que adquiere, de esta manera será más confiable realizar cualquier acción de parte de nuestros futuros clientes, la manera en que se obtiene ya enunciado el tipo de asociación en este caso SAS, se evidencia a continuación cuando la compañía comprende su personalidad jurídica.

*“Ley 1258 De 2008. Del congreso de la república Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada.*

(...)

*ARTÍCULO 2o. PERSONALIDAD JURÍDICA. La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas. .”(Ley 1258,2008)*

(...)

Las actividades que se realicen en la compañía no influyen en el hecho de ser de naturaleza comercial, que es lo que realmente busca nuestra compañía también efectuada por medio de la composición de la SAS. Así demostrado en el artículo 3 de la ley 1258 de 2008.

*“Ley 1258 De 2008. Del congreso de la república Por medio de la cual se crea la*

*sociedad por acciones simplificada.*

(...)

*ARTÍCULO 3o. NATURALEZA. La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas. .”(Ley 1258,2008)*

(...)

Y si nos referimos a la ejecución formal de la compañía será suscrita por medio de las disposiciones para legalizar la SAS, expuestas así en el artículo 5 de la ley 1258 de 2008. A continuación expuestas según dispone todos los requerimientos.

*“Ley 1258 De 2008. Del congreso de la república Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada.*

(...)

*ARTÍCULO 5o. CONTENIDO DEL DOCUMENTO DE CONSTITUCIÓN. La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara*

*de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el cual se expresará cuando menos lo siguiente:*

*1o. Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.*

*2o. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”; o de las letras S.A.S.;*

*3o. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.*

*4o. El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.*

*5o. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.*

*6o. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.*

*7o. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.*

*PARÁGRAFO 1o. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado.*

*PARÁGRAFO 2o. Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes. .”(Ley 1258,2008)*

*(...)*

Y ya para concluir la formalización de la compañía ante la ley y que la representación jurídica sea expuesta se rige bajo el artículo 8 de la ley 1258 de 2008 en donde nos solicita la inscripción en cámara y comercio, pasos que también se exponen en la legalización numeral 1.5 del presente documento.

*Ley 1258 De 2008. Del congreso de la república Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada.*

*(...)*

*ARTÍCULO 8o. PRUEBA DE EXISTENCIA DE LA SOCIEDAD. La existencia de la sociedad por acciones simplificada y las cláusulas estatutarias se probarán con*

*certificación de la Cámara de Comercio, en donde conste no estar disuelta y liquidada la sociedad. .”(Ley 1258,2008)*

(...)

### **1.8.2. Legalización.**

Pasos para legalizar la compañía.

#### 1. Ante cámara y comercio:

- ✓ Verificar disponibilidad del nombre.
- ✓ Diligenciar el formulario de registro y matrícula CAMARA COMERCIO
- ✓ Diligenciar el anexo de solicitud del NIT ante la DIAN.
- ✓ Pago del valor de registro y matrícula.

#### 2. Ante la notaria:

- ✓ Escritura pública, esta deberá ser presentada ante cámara y comercio en el momento del registro. Si la empresa tiene menos de 10 trabajadores o hasta 500 salarios mínimos de activos, no necesita escritura.

#### 3. Ante la Dian:

- ✓ Inscribir el RUT
- ✓ Obtención del NIT

4. Ante la secretaria de hacienda de la alcaldía
  - ✓ Registro de industria y comercio
  - ✓ Registro de uso de suelo, condiciones sanitarias y de seguridad.

Los pasos serian simultáneamente los siguientes.

1. Verificar disponibilidad del nombre.
2. Presentar el acta de constitución y los estatutos de la sociedad en la notaria
3. Firmar escritura pública de constitución de la sociedad y obtener copias.
4. Inscribir la sociedad ante cámara y comercio
5. Obtener copia del certificado de existencia y representación legal, en la cámara de comercio.
6. Obtener número de identificación tributaria. NIT
7. Abrir cuenta bancaria y depositar la totalidad del capital social.
8. Inscribir libros de comercio ante la cámara de comercio. FORMATO y PAGO.
9. Inscribirse ante la administración de impuestos distritales.
10. Obtener concepto favorable de uso del suelo de planeación distrital o la curaduría urbana.
11. Inscribir compañía ante parafiscales, caja de compensación, icbf y Sena

12. Inscribir la compañía ante una administradora de riesgos profesionales.
13. Inscribir empleados al sistema de pensiones.
14. Inscribir empleados al sistema nacional de salud.
15. Obtener certificado de higiene y sanidad ante la secretaria distrital de salud.
16. Obtener certificado de bomberos.
17. Notificar apertura del establecimiento comercial a planeación distrital (enviar carta por correo)

### **1.9. Análisis - fuerzas de Porter.**

\* Amenaza ante nuevos competidores:

Al evaluar los posibles competidores como por ejemplo seguridad privada spring, lenox seguridad, o gab seguridad, SIPH, Aceis S.A.S.; se halla como resultado que la compañía se encontraría en un nivel medio de amenaza. Partiendo de tener un servicio innovador por sus sistemas integrados es positivo y el amplio portafolio de servicios contribuyen en abarcar varios canales de distribución; pero la rotación en sus costos, hace que sea alta la competencia en cuanto a los precios respecto del producto.

\* Poder de negociación de los proveedores:

Los insumos que se necesitarían sería: de aseo con la empresa EMSERVAL COLOMBIA servicios generales, programas contables como word office, contratistas, insumos de aseo y empresas que dispongan de los residuos para comercializarlos como ECOLCIN SAS o



TECNIAMSA, éstos no tienen gran variabilidad en sus costos, así que no representa grandes cambios en la fijación de los precios del servicio.

- \* Amenaza de ingreso por servicios secundarios

En este caso no se prevé servicios sustitutos, solo competidores directos.

- \* Capacidad de negociar con los compradores del servicio:

No aplicaría, ya que las empresas que se pueden tomar como competencia, no brindan todos los servicios; si nuestro costo de venta llegara a ser más alto, sería por su valor agregado de mejoramiento e integración de todos los servicios, pero los mismos servicios que se brindan en otras organizaciones, serían a un precio inferior.

- \* Rivalidad entre competidores:

En este caso, sería a término medio, ya que hay una alta competitividad por la empresa Aceis S.A., la cual ofrece un portafolio integral, pero baja por el resto de organizaciones las cuales se dirigen hacia un solo servicio o no es tan completo su portafolio, como lo pueden ser: seguridad privada sprint Ltda., Lenox Seguridad Privada Ltda., Gab Seguridad Ltda.

### *Tabla 1. Análisis DOFA*

<p>F</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Se ofrece un paquete integral que suple necesidades con prioridad</li> <li>✓ Servicio de alta calidad y personal apto por área</li> <li>✓ Manejo de instrumentos de medición para corroborar como es el servicio prestado desde la perspectiva del cliente</li> <li>✓ Contamos con un portafolio de servicios y simulación de pasos del funcionamiento de los sistemas integrados, mostrando al cliente el beneficio monetario</li> </ul>	<p>D</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Se cuenta con un solo punto físico</li> <li>✓ Poco conocimiento del mercado</li> </ul>
<p>O</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Precios asequibles que permite ser aplicados en diferentes mercados</li> <li>✓ Se puede ampliar la variedad de servicios para atender correctamente la necesidad del cliente</li> <li>✓ Fidelización del cliente</li> <li>✓ Capacitación de personal</li> </ul>	<p>A</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Alta competencia en servicios administrativos y generales.</li> </ul>

### **1.10. Análisis del entorno.**

*Social:* Prestación de servicio en un paquete asequible a propiedades horizontales de estratos bajos. No solo dando lugar a la compañía si no generando un buen ambiente de vivienda y comodidad dentro de un conjunto residencial en aspectos generales.

*Ambiental:* Implementación de sistemas de gestión integrados en salud y ambientales, se realizan de manera lucrativa para la empresa donde suplimos necesidades de los residentes del conjunto en una copropiedad. A partir de ahí damos inicio a uno de los procesos el cual consiste en la recolección de residuos aprovechables de un 50%

*Tecnológico:* Adquisición de programas contables que harán que los procesos sean eficaces-eficientes, y prácticos a la hora de ser aplicados.

*Cultural:* Concientizar a las todas las personas por medio de capacitaciones, encuentros, campañas, etc. Dando prestigio e importancia a la empresa sobre el mismo beneficio de los residentes.

*Económico:* Beneficio mutuo donde se beneficia la idea de negocio dando sostenibilidad a la empresa, las copropiedades se florecerán y asumirán auto sostenibilidad con el tiempo siendo generadoras de residuos reutilizables.

### 1.11. Cadena de valor.

Tabla 2. Cadena de Valor.

<p><b>Infraestructura:</b> Buena comunicación interpersonal con el cliente con quien vamos a llevar a cabo el proceso certificado, brindando información de nuestros servicios los cuales serán abordados por medio del portafolio, acompañado de asesoramientos y los estándares de calidad requeridos. Se proyecta que la compañía cuente con una infraestructura física ubicada en un comienzo de no mas de 80M2.</p>				
<p><b>Recursos humanos:</b> Contar con personal calificado con un buen perfil para cada asignación de cargo teniendo en cuenta que sea acto para cada área. Motivar al personal con un buen salario, generar proyectos de incentivo; hacer un programa de compensación como incentivo (tiempo compensatorio en familia) y promociones de proyectos. Brindar una excelente capacitación en base a sus requerimientos para aspirantes y nuevos integrantes a la compañía solucionando inquietudes que se pueden dar durante el proceso de integración.</p>				
<p><b>Desarrollo de tecnología:</b> Programas contables, software de inventarios y empresas que dispongan de los residuos para comercializarlos, Investigación de mercado .</p>				
<p><b>Compras:</b> Insumos de aseo, empresas de dotación, adquisición de programas contables, insumos de oficina.</p>				
<p><b>Logística interna:</b> Se llevaran a cabo reuniones por mes con el grupo administrativo de cada conjunto residencial quienes nos cuentan que tan satisfechos se sienten con nuestros servicios, como podríamos acoplarnos con su propiedad, que necesidades podríamos suplir, etc. Llegar a un acuerdo donde ambas partes se benefician.</p>	<p><b>Operaciones:</b> Hacer recolección de información de resultados arrojados de los instrumentos de medición utilizados para cada proceso. Hacer consultorías sobre la prestación de servicios, usando programas contables y software para tener resultados de estado actualizados y una base de datos acorde a la gestión integral.</p>	<p><b>Logística de salida:</b> Tener conocimiento de escrituras sobre el conjunto donde se van a aplicar los servicios, ubicación, datos de contacto, áreas, construcción, características y bienes comunes. Control de calidad en cada propiedad horizontal, gestión en los servicios que abarca el paquete integral, retroalimentación de pedidos por mes.</p>	<p><b>Marketing y ventas:</b> Generar precios asequibles para fidelizar los clientes y dar a conocer la empresa</p>	<p><b>Servicio:</b> Aclaración de dudas e inquietudes sobre el servicio prestado con líneas de atención ya que nuestra prestación se adecua a sus necesidades.</p>

#### Infraestructura:

Buena comunicación interpersonal con el cliente con quien vamos a llevar a cabo el proceso certificado, brindando información de nuestros servicios los cuales serán abordados por medio del portafolio, acompañado de asesoramientos y los estándares de calidad requeridos. Se

proyecta que la compañía cuente con una infraestructura física ubicada en un comienzo de no más de 80M2.

#### Recursos humanos:

Contar con personal calificado con un buen perfil para cada asignación de cargo teniendo en cuenta que sea apto para cada área.

Motivar al personal con un buen salario, generar proyectos de incentivo; hacer un programa de compensación como incentivo (tiempo compensatorio en familia) y promociones de proyectos.

Brindar una excelente capacitación en base a sus requerimientos para aspirantes y nuevos integrantes a la compañía solucionando inquietudes que se pueden dar durante el proceso de integración.

#### Desarrollo de tecnología:

Programas contables, software de inventarios y empresas que dispongan de los residuos para comercializarlos, Investigación de mercado.

#### Compras:

Insumos de aseo, empresas de dotación, adquisición de programas contables, insumos de oficina.

#### Logística interna:

Se llevarán a cabo reuniones por mes con el grupo administrativo de cada conjunto residencial quienes nos cuentan que tan satisfechos se sienten con nuestros servicios, como podríamos acoplarnos con su propiedad, que necesidades podríamos suplir, etc. Llegar a un acuerdo donde ambas partes se beneficien.

#### Operaciones:

Hacer recolección de información de resultados arrojados de los instrumentos de medición utilizados para cada proceso. Hacer consultorías sobre la prestación de servicios, usando programas contables y software para tener resultados de estado actualizados y una base de datos acorde a la gestión integral.

#### Logística de salida:

Tener conocimiento de escrituras sobre el conjunto donde se van a aplicar los servicios, ubicación, datos de contacto, áreas, construcción, características y bienes comunes. Control de calidad en cada propiedad horizontal, gestión en los servicios que abarca el paquete integral, retroalimentación de pedidos por mes.

#### Marketing y ventas:

Generar precios asequibles para fidelizar los clientes y dar a conocer la empresa

#### Servicio:

Aclaración de dudas e inquietudes sobre el servicio prestado con líneas de atención ya que nuestra prestación se adecua a sus necesidades.

- ✓ Presupuesto cadena de valor - corto plazo

*Tabla 3. Presupuesto cadena de valor - corto plazo.*

CADENA DE VALOR PRESUPUESTAL										
ITEM	Tiempo	Valor Inicial				Valor Intermedio		Valor Final		
		Infraestructura	Recursos Humanos	Tecnología	Compras	Logística Interna	Operaciones	Logística de salida	Marketing y Ventas	Servicios
1	2 Meses	\$3.000.000	\$7.500.000	\$1.000.000	\$2.000.000	\$150.000	\$500.000	\$1.300.000	\$3.550.000	\$800.000
2	6 Meses	\$4.000.000	\$10.000.000	\$2.500.000	\$2.100.000	\$2.000.000	\$750.000	\$1.800.000	\$4.000.000	\$1.000.000
3	1 Año	\$5.500.000	\$16.000.000	\$4.000.000	\$2.500.000	\$2.500.000	\$1.000.000	\$2.000.000	\$4.700.000	\$1.500.000

### 1.12. Estrategias de competitividad.

Reducir costos para competir en precios, además de ello contamos con el servicio de gestión ambiental a fin de tener un paquete integral completo con la intención de ser pioneros en el mercado contribuyendo con su cuidado.

También contamos con tecnología actualizada como programas contables, software de inventarios y empresas que dispongan de los residuos para comercializarlos, Investigación de mercado.

Mejorar el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y la conservación del ambiente, promoviendo la eficiencia empresarial y su crecimiento comercial.

- Obtener claridad a tipos de alianzas para que la idea perdure en el tiempo y cada año sea mucho más efectiva y genere viabilidad con las Propiedades Horizontales.
- Expandirnos a nuevos mercados dando a conocer nuestro servicio con procesos acoplados a la necesidad del cliente.

- Rediseñar y estar en constante innovación con la estrategia empresarial para aprovechar al máximo las oportunidades de negocio del Cliente
- Tener un buen posicionamiento en el entorno alterando y prestando un servicio de calidad manteniendo al cliente fidelizado con la organización.
- Contribuir al mejoramiento sostenible de la calidad de vida de la población aprovechando al máximo residuos reutilizables.
- Garantizan el cumplimiento de las reglas establecidas, especialmente en lo referido al cumplimiento de los derechos de propiedad y la ejecución de contratos.
- Desarrollar competencias en los residentes para lograr un mejor manejo y aprovechamiento de lo aplicado en la propiedad horizontal por la empresa.
- Mejorar el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y la conservación del ambiente, promoviendo la eficiencia empresarial y su crecimiento comercial.

## 2. **Estudio de mercados**

### **2.1. Objetivo.**

Conocer la viabilidad, gusto y aceptación del servicio prestado por la compañía GSA SERVICE GROUP S.A.S. en el mercado aplicando instrumentos de investigación.

### **2.2. Identificación del target.**

En este caso, nuestro target serían las personas jurídicas, las propiedades horizontales de naturalidad residencial o mixta, sin distinción social, quienes son nuestros clientes y adquieren nuestro servicio.



### 2.3. Tabla de referenciación.

*Tabla 4. Referenciación.*

DATOS GENERALES DE LA PERSONALIDAD JURIDICA.				
1. NOMBRE	2. NIT	3. NOMBRE DE LA PROPIEDAD HORIZONTAL.	4. DIRECCIÓN	5. TELEFONO
Gloria Chavarro	900.545.181-9	conjunto residencial bosques de Bogotá 3	Kr 14 #136 i-60 sur	3112224082
Yamedis Triviño	900.162.256-8	Agrupación de vivienda bosques de Usme.	Cll 137 Sur #3 a-44 sur	7583317
diana Jiménez	900.550.850-8	conjunto residencial bosques de Bogotá 4	Cll 138 a sur # 14I-28	3195228484
A Aldemar Ortiz	900773842-6	metro 136 Usme	Kr 14 i #136-21 sur	3166392806
Julián Palacios	900.576.492-7	conjunto residencial bosques de Bogotá 1	Kr 14 i # 136-29 sur	7181404

## 2.4. Instrumentalización.

\* Encuesta:

Esta encuesta es realizada con el fin de obtener información para lanzar un nuevo servicio al mercado.

GSA SERVICE GROUP S.A.S. (Gestión en sistemas administrativos): Se basa en la generación de sistemas integrales de gestión en propiedades horizontales, ofreciendo un portafolio integral en la operación, mantenimiento y administración en el sector inmobiliario y en sistemas de gestión.

1. ¿Es de su interés una empresa prestadora de servicios integrales?
  - a. Si
  - b. No
2. Cree que para la prestación de este servicio es más importante:
  - a. Servicio al cliente
  - b. Calidad
  - c. Rapidez del servicio
  - d. Optimización de recursos
  - E. Todas las anteriores
3. ¿Para usted es más importante el precio que la calidad?
  - a. Si
  - b. Tal vez
  - c. No
  - d. No se

4. ¿Ha utilizado este tipo de servicios?
  - a. Si
  - b. Tal vez
  - c. No
  - d. No sé
  
5. ¿Qué le atrae de este servicio?
  - a. Innovación
  - b. Que es necesario
  - c. Integralidad
  - d. Fácil de obtener
  
6. Actualmente, ¿utiliza este tipo de servicios?
  - a. Si
  - b. A veces
  - c. No
  - d. Nunca
  
7. En su opinión, ¿cuál de los servicios le parece más importante para las propiedades horizontales?
  - a. servicios de administración
  - b. servicios generales y de mantenimiento
  - c. servicios de seguridad
  - d. servicios de gestión ambiental
  
8. ¿Qué tan importante le parece el medio ambiente?
  - a. muy importante

- b. importante
  - c. poco importante
  - d. nada importante
9. Para contratar un servicio, ¿en qué es lo primero que se fija?
- a. Calidad
  - b. Garantía
  - c. Precio
  - d. Marca
10. ¿Qué tan importante es tener en cuenta el medio ambiente en propiedades horizontales?
- a. Muy importante
  - b. Importante
  - c. Poco importante
  - d. Nada importante
11. ¿Le parece fundamental el servicio al cliente al adquirir este servicio?
- a. Si
  - b. Tal vez
  - c. No
  - d. No se
12. ¿qué opina de integrar varios servicios en uno solo?
- a. excelente
  - b. bueno
  - c. no tan bueno
  - d. muy malo

13. ¿le gustaría utilizar éste tipo de servicios?
- a. si
  - b. tal vez
  - c. no
  - d. no sé
14. ¿implementaría este servicio si fuera a un precio justo?
- a. si
  - b. tal vez
  - c. no
  - d. no se

**2.5. Análisis de resultados.**

*Tabla 5. Resultados de encuesta tabla 1.*

1. ¿Es de su interés una empresa prestadora de servicios integrales?		2. Cree que para la prestación de este servicio es más importante:					3. ¿Para usted es más importante el precio que la calidad?			
SI	NO	A. Servicio al cliente	B. Calidad	C. Rapidez del servicio	D. Optimización de recursos	E. Todas las anteriores	A. SI	B. Tal vez	C. NO	D. No se
x		x							x	
x						x			x	
x						x			x	
x			x						x	
x		x					x			



Tabla 6. Resultados de encuesta tabla 2.

UTILIDAD.															
4. ¿Ha utilizado este tipo de servicios?				5. ¿Qué le atrae de este servicio?				6. Actualmente, ¿utiliza este tipo de servicios?				7. En su opinión, ¿cuál de los servicios le parece más importante para las propiedades horizontales?			
A.	B.	C.	D.	A.	B.	C.	D.	A.	B.	C.	D.	A.	B.	C.	D.
SI	Tal vez	NO	No se	Innovación	Que es necesario	Integralidad	Fácil de obtener	SI	A veces	NO	Nunca	servicios de administración	servicios generales y de mantenimiento	servicios de seguridad	servicios de gestión ambiental
x							x			x				x	
		x				x				x		x	x	x	x
	x				x			x				x	x	x	x
x						x		x				x	x	x	x
	x				x					x		x			
2	2	1	0	0	2	2	1	2	0	3	0	4	3	4	3



40%	40%	20%	0%	0%	40%	40%	20%	40%	0%	60%	0%	80%	60%	80%	60%
-----	-----	-----	----	----	-----	-----	-----	-----	----	-----	----	-----	-----	-----	-----

Tabla 7. Resultados de encuesta tabla 3.

CONOCIMIENTO.												
8. ¿Qué tan importante le parece el medio ambiente?				9. Para contratar un servicio, ¿en qué es lo primero que se fija?				10. ¿Qué tan importante es tener en cuenta el medio ambiente en propiedades horizontales?				
A. muy importante	B. importante	C. poco importante	D. nada importante	A. Calidad	B. Garantía	C. Precio	D. Marca	A. Muy importante	B. Importante	C. Poco importante	D. Nada importante	
x				x				x				
x						x		x				
x				x				x				
x					x			x				
	x			x				x				
TOTAL:	4	1	0	0	3	1	1	0	5	0	0	0

PORCENTAJE:	80%	20%	0%	0%	60%	20%	20%	0%	100%	0%	0%	0%
-------------	-----	-----	----	----	-----	-----	-----	----	------	----	----	----

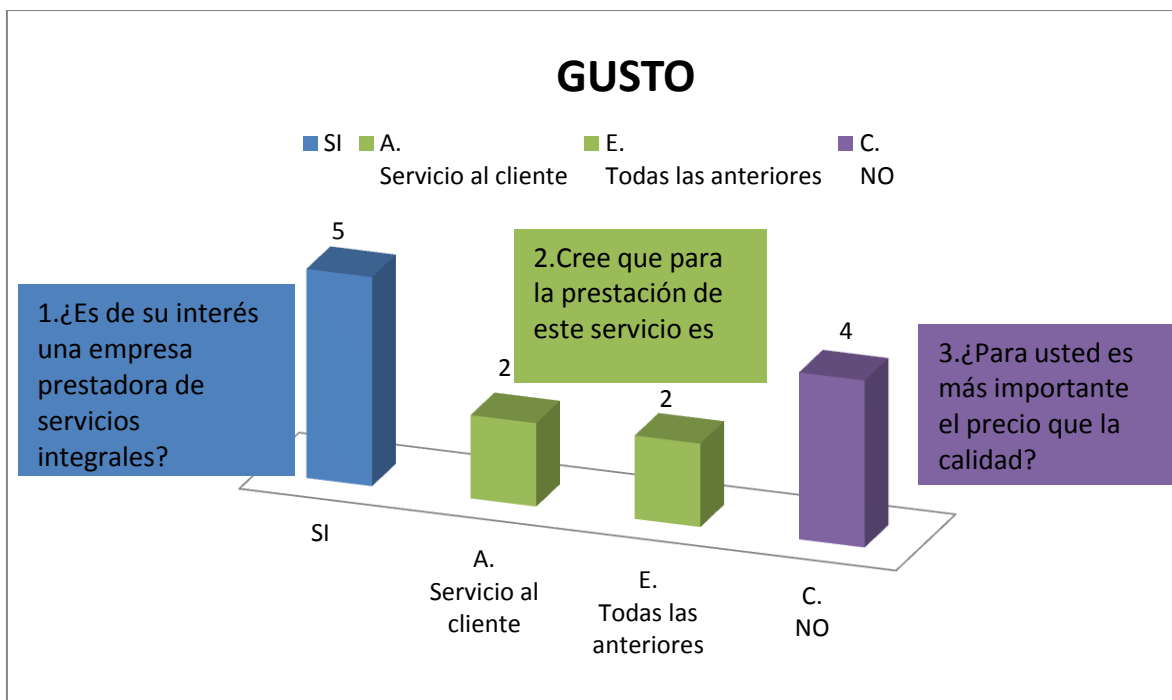
Tabla 8. Resultados de encuesta tabla 4.

EXPECTATIVA.															
11. ¿Le parece fundamental el servicio al cliente al adquirir este servicio?				12. ¿qué opina de integrar varios servicios en uno solo?				13. ¿le gustaría utilizar éste tipo de servicios?				14. ¿implementaría este servicio si fuera a un precio justo?			
A.	B.	C.	D.	A.	B.	C.	D.	A.	B.	C.	D.	A.	B.	C.	D.
SI	Tal vez	NO	No se	excelente	buen o	no tan buen o	muy malo	Si	Tal vez	No	No se	Si	Tal vez	No	No se
x				x				x				x			
x					x			x				x			
x					x				x				x		
x							x			x		x			

x					x			x					x			
TOTAL:	5	0	0	0	1	3	0	1	3	1	1	0	3	2	0	0
PORCENTAJE:	100%	0%	0%	0%	20%	60%	0%	20%	60%	20%	20%	0%	60%	40%	0%	0%

## 2.6. Gráficas.

*Grafica 1. Resultados gusto.*



A partir de la aplicación de la herramienta de investigación, se puede interpretar que en el factor evaluado a la población denominado como “gusto”, se evidencia la tendencia total de las personas al positivo interés que tienen en una empresa prestadora de servicios integrales, demostrándose a partir del porcentaje obtenido como un 100% de favorabilidad;

Además de ello vemos que la población muestra su interés en que los componentes de una compañía sean los siguientes:

Servicio al cliente.

Calidad.

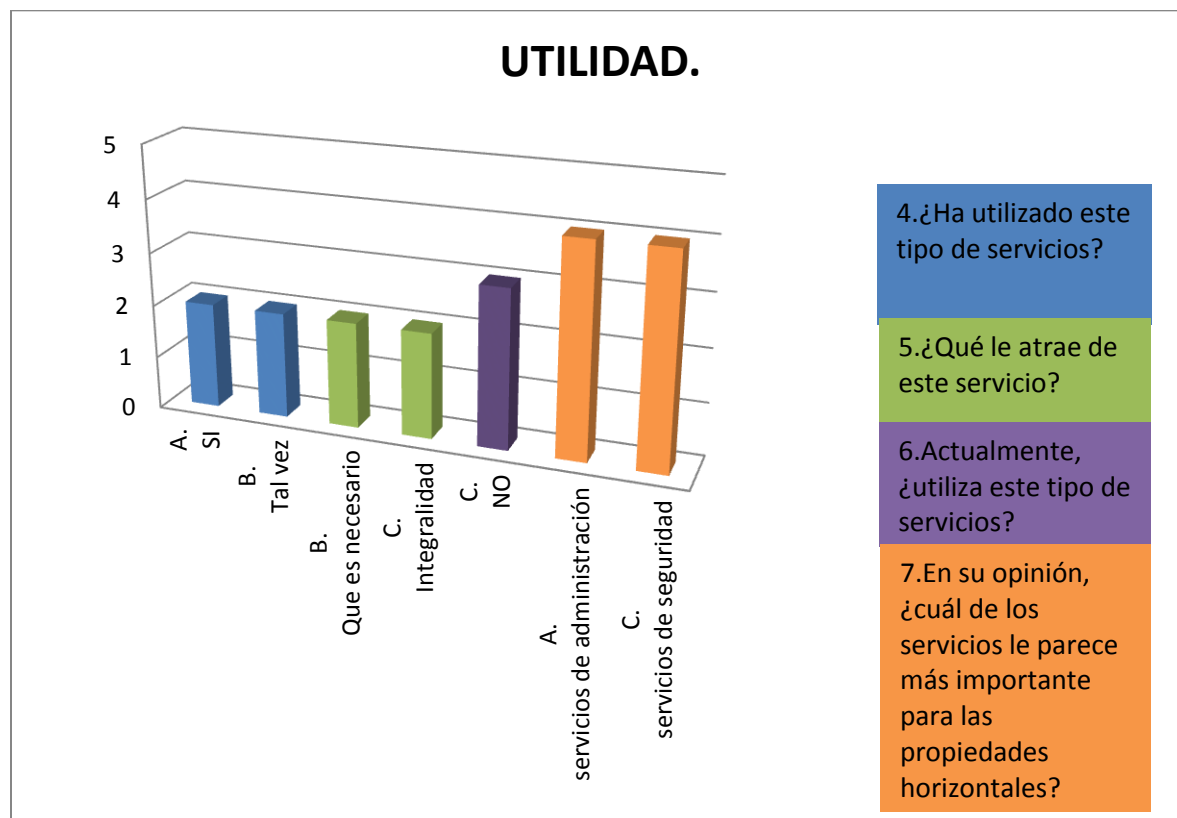
Rapidez del servicio.

Optimización de recursos.

De los anteriores obteniendo los puntajes más altos representados en el 40%.

Y por último observamos que la población opta por que el servicio sea de completa calidad posicionándolo en referencia al precio, este fijado con un 80% de población a favor.

Grafica 2. Resultados utilidad.



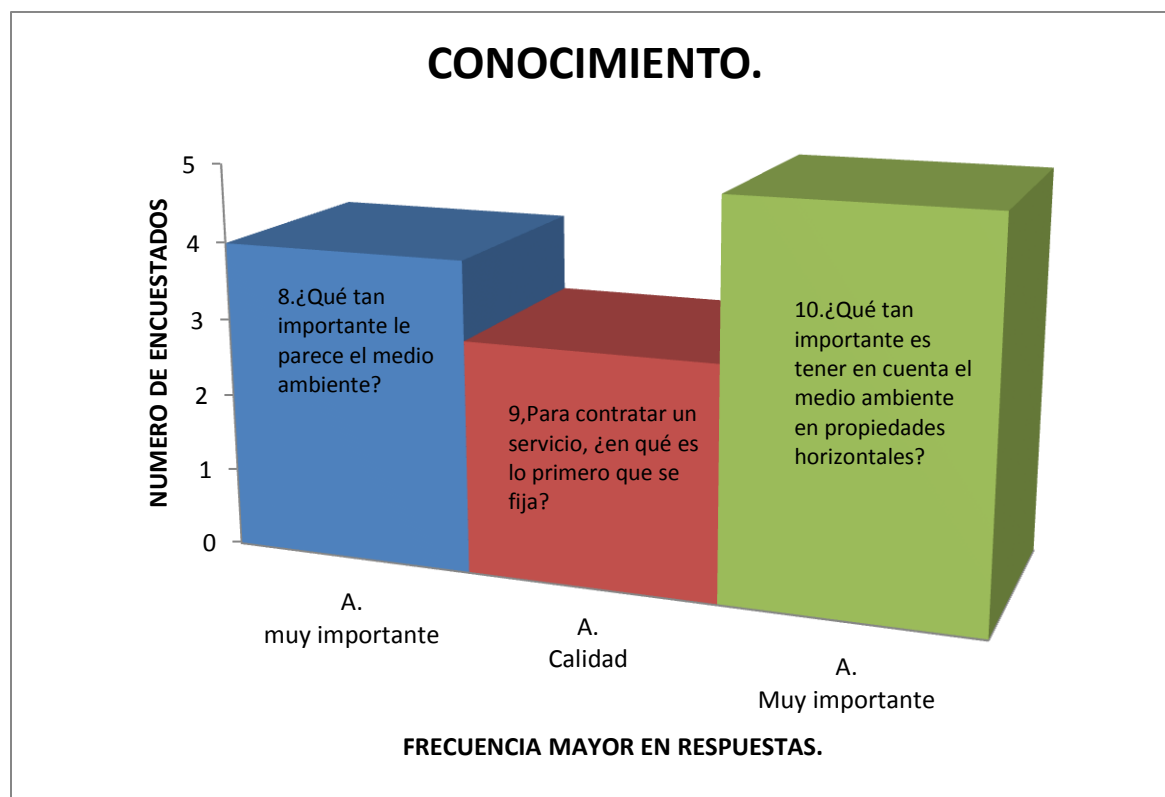
A partir de la aplicación de la herramienta de investigación, se puede interpretar que en el factor evaluado a la población denominado como “utilidad”, se evidencia que la mayoría de la población ha utilizado servicios similares representados con un 40% de la población, como el puntaje máximo obtenido, lo que demuestra que de alguna forma la población si opta por la utilización de este tipo de servicios.

Por otro lado vemos representado que la población opta en un 40% a adquirir estos servicios por la integralidad y por la necesidad que suple, podemos ver el punto a favor de que realmente sea algo necesario; y a nuestro favor tenemos que una porción del 60% de la población no utiliza actualmente este servicio por consiguiente es una oportunidad para abarcar el mercado.



Y las personas optan por dar relevancia en este tipo de compañías a los servicios de administración y seguridad privada, posicionándolos en un 80% como los más importantes.

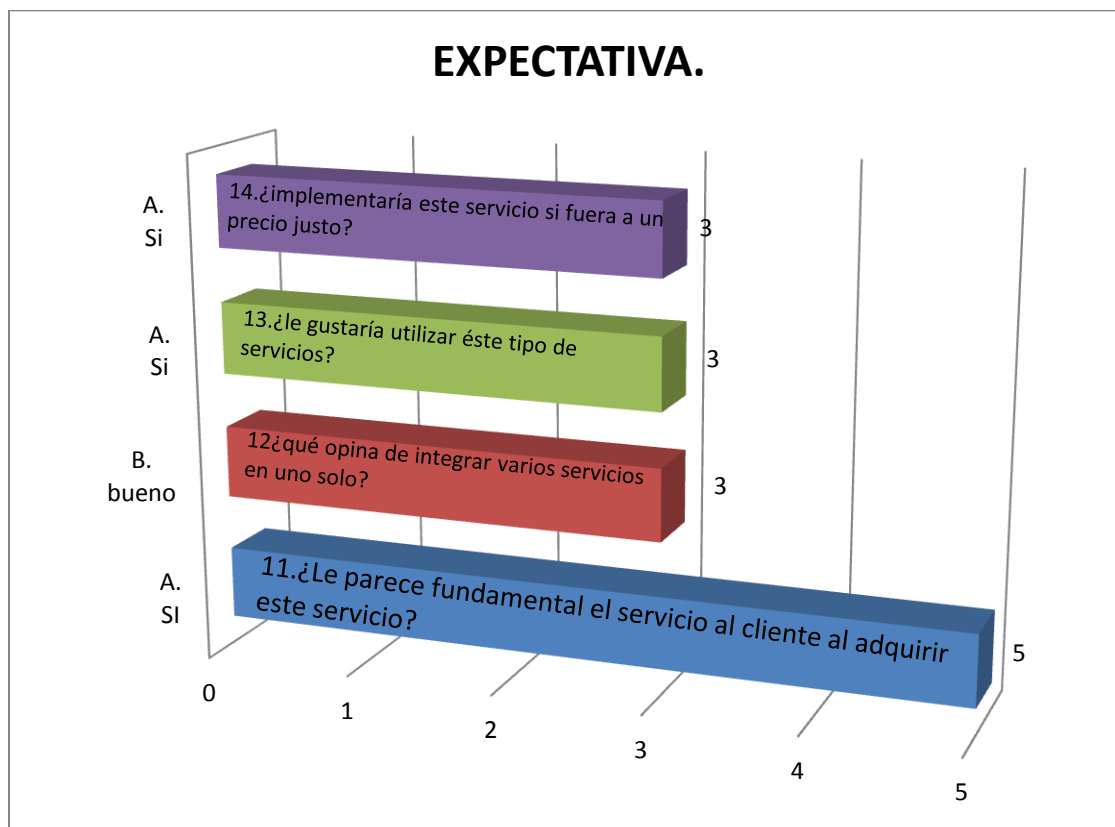
*Grafica 3. Resultados conocimiento.*



A partir de la aplicación de la herramienta de investigación, se puede interpretar que en el factor evaluado a la población denominado como “conocimiento”, demuestra que un 80% de los encuestados atribuyen con mayor importancia el medio ambiente pero si hablamos de propiedades horizontales vemos que un 100% de los encuestados están de acuerdo con que es

primordial tener en cuenta el medio ambiente dentro de copropiedades, lo que favorece la iniciativa de negocio, porque hay interés en las personas; por otro lado indican en un 60% que cuando contratan un servicio se fijan primero en la calidad del mismo, lo que da iniciativa a ofrecer buena calidad y ser competitivos.

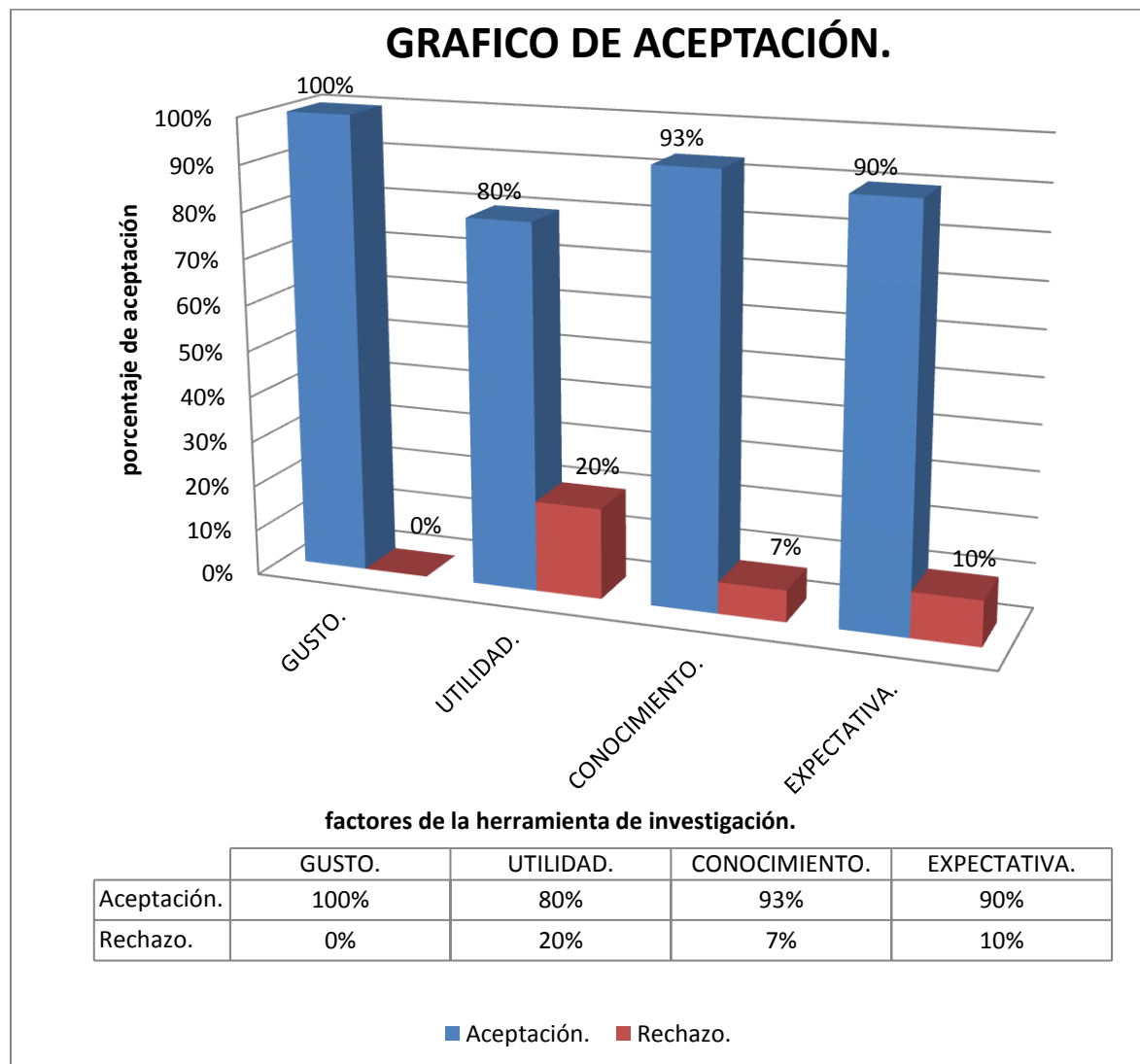
*Grafica 4. Resultados expectativa.*



A partir de la aplicación de la herramienta de investigación, se puede interpretar que en el factor evaluado a la población denominado como “expectativa”, evidencia que realmente hay aceptación de este tipo de servicios en los encuestados, de forma que demuestran en un 100% su interés en el servicio al cliente, y un 60% de los encuestados les agrada la integración de varios servicios en uno solo; y en un mismo porcentaje demuestra que quisieran utilizar este tipo de servicios.

Por último el 60% cree que si les ofrecen un precio justo adquirirían este servicio, lo que nos demuestra que realmente podría tener éxito la compañía en el mercado.

*Grafica 5. Resultados grafico aceptación.*



Se demuestra que la aplicación de la herramienta de investigación dio resultados favorables al lanzamiento de esta compañía al mercado, demuestra tangiblemente que puede llegar a tener éxito en el mercado y que la aceptación inicial es favorable, así vistos en la gráfica desde el factor de gusto con un porcentaje del 100% de interés y gusto hacia el servicio, por otro lado en

el factor utilidad evidenciamos un 80% de aceptación del público y un 20% de rechazo aun así se obtiene un resultado favorable a la aplicación del servicio, nos demostró que el mercado tiene disposición de adquisición del servicio; con un 93% se sitúa la favorabilidad en el factor de conocimiento lo que nos demuestra que los encuestados a partir de su propio conocimiento saben que requieren este tipo de servicios; y por último en expectativa se obtuvo un resultado de 90% de aceptación lo que nos indica que si hay interés y disposición en la adquisición del servicio.

## 2.7. Tabla de aceptación.

*Tabla 9. Tabla de aceptación.*

Factores de la herramienta de investigación.	Aceptación.	Rechazo.
GUSTO.	100%	0%
UTILIDAD.	80%	20%
CONOCIMIENTO.	93%	7%
EXPECTATIVA.	90%	10%

## 2.8. Resultados.

Observamos en la aplicación de la herramienta que el mercado está dispuesto y abierto a la creación de este tipo de compañías con el fin de suplir necesidades, así denominado por ellos

mismos, ya que se convierte en una plena necesidad la adquisición de este tipo de servicios en la propiedades horizontales.

### 3. **Plan de marketing**

#### **3.1. Imposición de la marca en el mercado.**

##### ***3.1.1. Logo.***

*Ilustración 1. Isologotipo, personalizado por emprendedores.*



##### ***3.1.2. Slogan.***

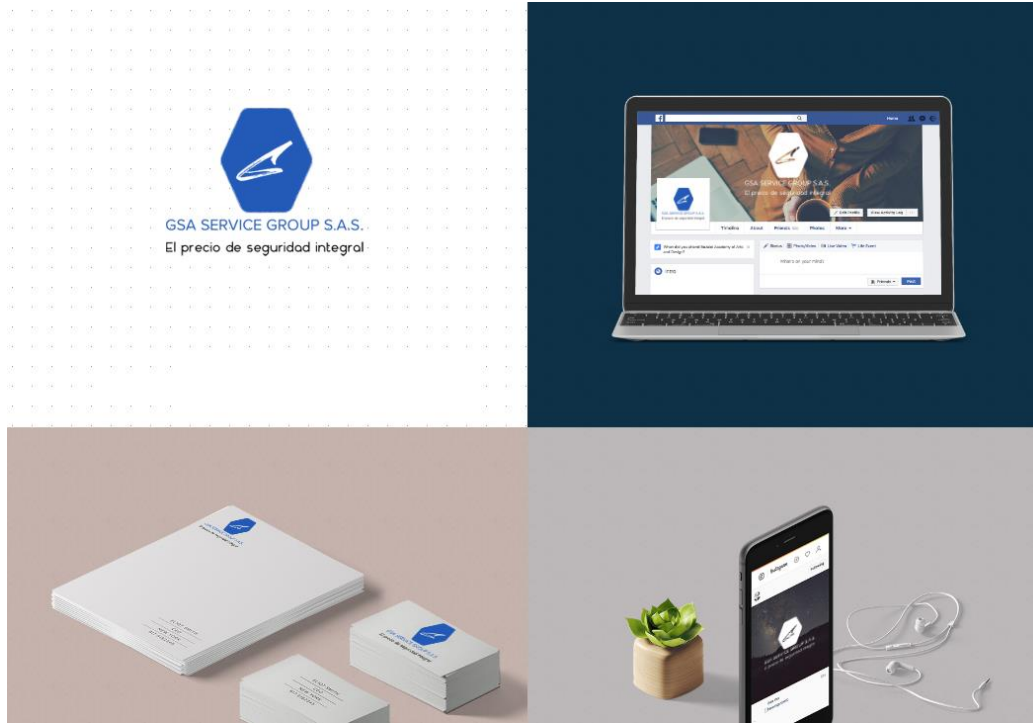
El precio de la seguridad.

### **3.2. Estrategia de marketing.**

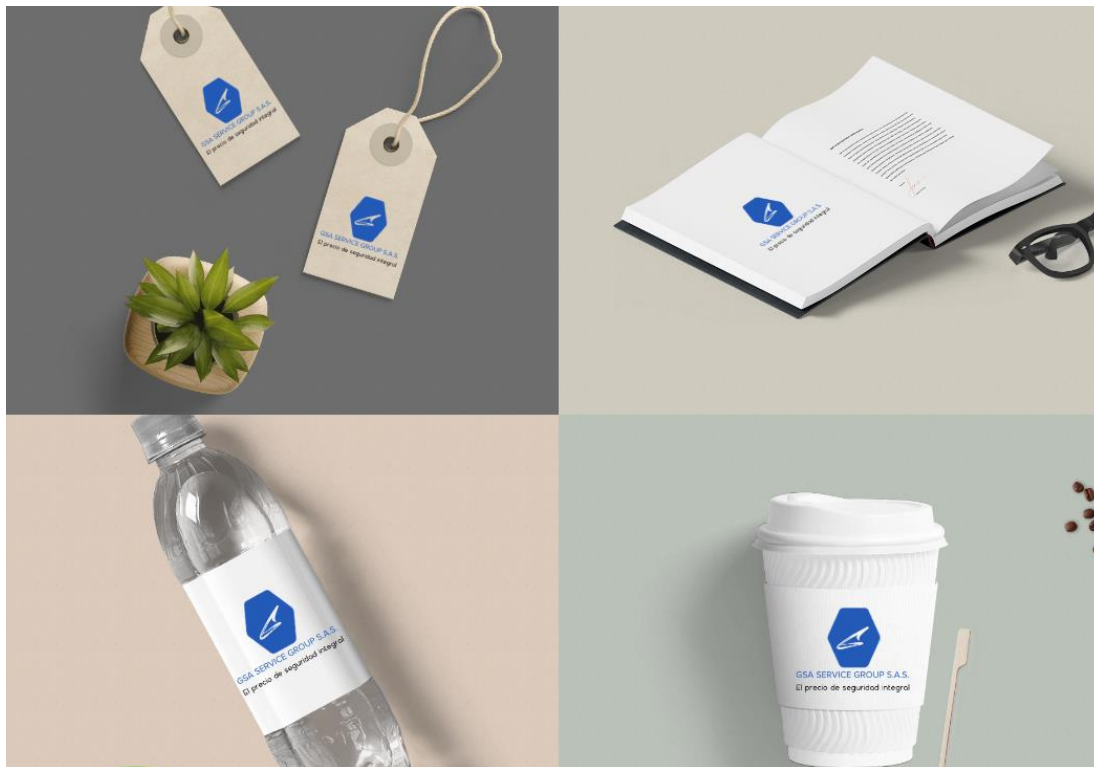
En la disposición de estrategias de marketing incluimos inminentemente la promoción de nuestra marca, ya que es uno de los más primordiales puntos a tratar en el surgimiento de la compañía en el mercado, por ello se opta por idear acciones publicitarias que hagan conocer la empresa en el mercado; y dicho de esta forma no hay mejor opción que hacer recordar nuestra imagen corporativa en el mercado, hasta el punto que se haga tan común que se pueda distinguir a la vista, por ello se pueden aplicar las distintas estrategias de marketing publicitario como, la creación de páginas web aplicaciones móviles y hasta el punto de imprimir nuestro logo en distintos elementos publicitarios como volantes, tarjetas, camisetas, bolsas de obsequios. Así como lo muestran las ilustraciones *Ilustración 2. Imagen publicitaria 1., Ilustración 3. Imagen publicitaria 2., Ilustración 4. Imagen publicitaria 3., Ilustración 5. Imagen publicitaria 4.* Plasmadas a continuación, Todo esto con el fin primordial de que el cliente recuerde siempre la imagen corporativa.

Nuestros colaboradores son primordial elemento en el proceso de reconocimiento del mercado por ello la presentación ante cliente entra por nuestros empleados, ellos son quienes por medio de dotaciones y demás elementos que la compañía otorgue haga ver al mercado nuestra marca empresarial, de modo que la inversión que se haga en este tipo de estrategias sea retribuida con atracción al cliente.

*Ilustración 2. Imagen publicitaria 1.*

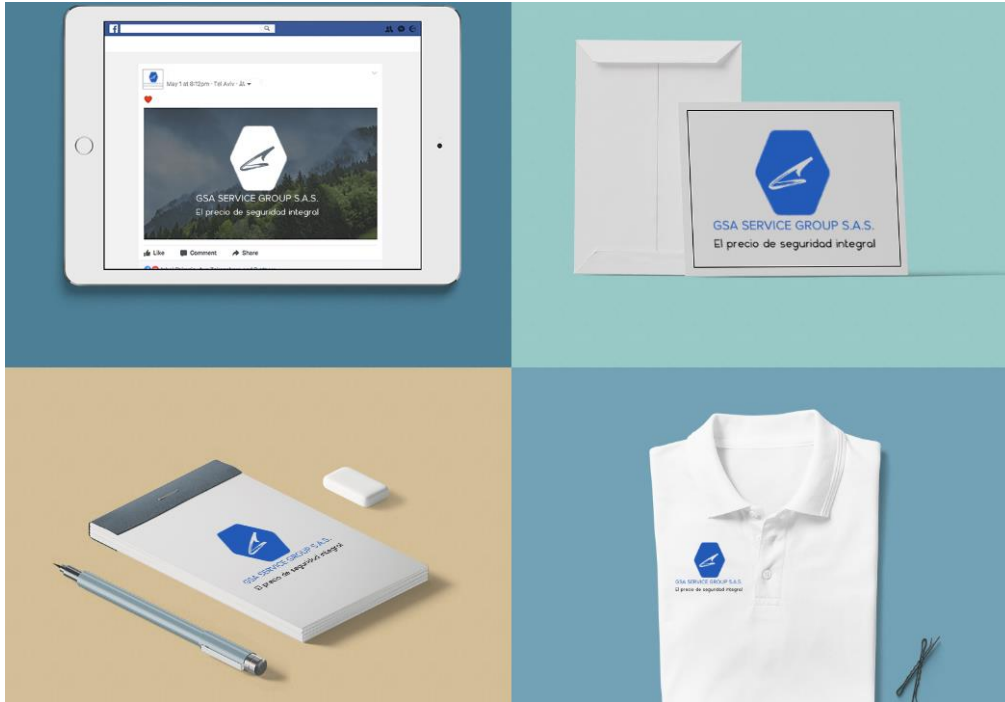


*Ilustración 3. Imagen publicitaria 2.*

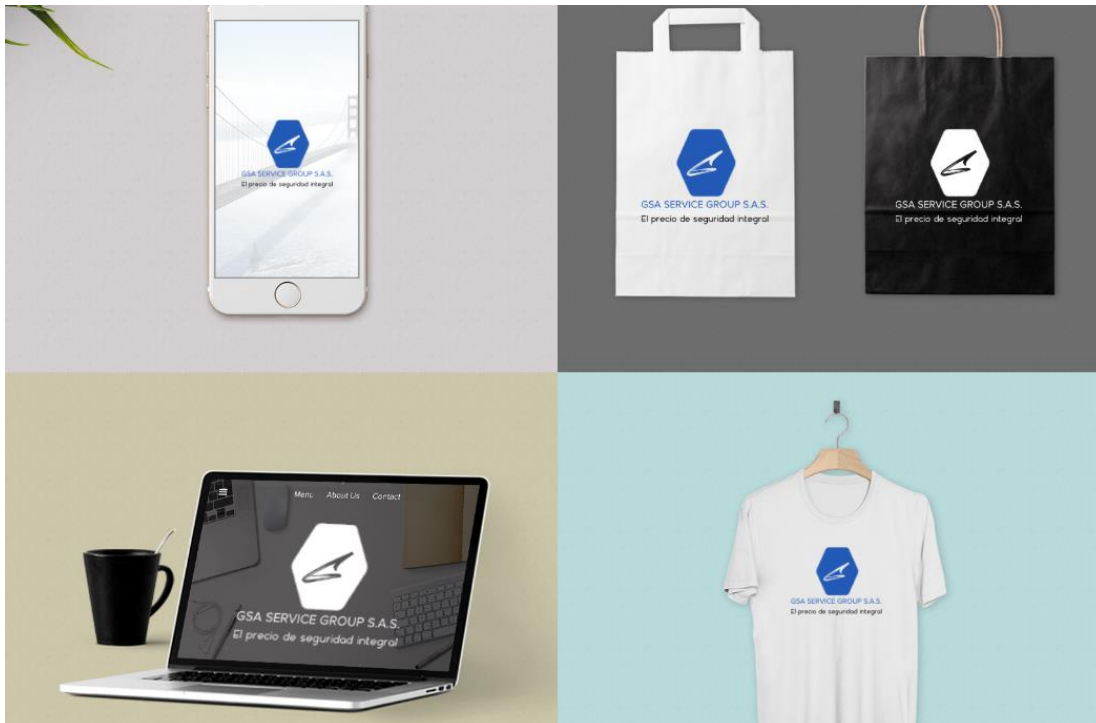




*Ilustración 4. Imagen publicitaria 3.*



*Ilustración 5. Imagen publicitaria 4.*



### **3.2. Portafolio.**

GSA Service Group S.A.S.

Bienvenido a GSA Service Group S.A.S. Somos una empresa dedicada a prestar servicios Administrativos a las propiedades horizontales en todo Bogotá. Nuestra razón de ser en la Generación de sistemas integrales de gestión en propiedades horizontales, ofreciendo un portafolio Integral en la operación, mantenimiento y administración en el sector inmobiliario y en sistemas de gestión.

Los servicios que ofrecemos son los siguientes:

Gestión administrativa de las copropiedades

- Representación de la copropiedad.
- Representatividad gremial para defender los intereses de los clientes.
- Contratación de empleados y reglamento laboral.
- Elaboración de presupuestos de la copropiedad.
- Contabilidad bajo normas NIIF.
- Facturación y recaudo de administración.
- Indicadores financieros para la toma de decisiones.
- Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo.

Servicios de apoyo a la propiedad

- Aseo y mantenimiento de la copropiedad

- Jardinería y fumigación
- Logística
- Gestión ambiental
- Recolección de basuras

Servicios de seguridad privada para las copropiedades

Contamos con proveedores que ofrecen servicios de alta calidad y personal profesional con experiencia.

Contáctenos:

GSA Service Group S.A.S.

"El precio de la seguridad integral"

[carolina.ruiz@cun.edu.co](mailto:carolina.ruiz@cun.edu.co)

[eimy.prietop@cun.edu.co](mailto:eimy.prietop@cun.edu.co)

[luis.acuna@cun.edu.co](mailto:luis.acuna@cun.edu.co)

3106928390

#### 4. **Cibergrafía.**

- Congreso de la Republica, (2008). LEY 1258 DE 2008. secretaria del senado. Recuperado de:  
[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1258\\_2008.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html)
- Superintendencia de sociedades, (2008). Sociedades por acciones simplificadas.  
Superintendencia de sociedades. Recuperado de:  
[http://www.cccucuta.org.co/uploads\\_descarga/desc\\_a0678e0c11c8250c8cf953fa49b77f35.pdf](http://www.cccucuta.org.co/uploads_descarga/desc_a0678e0c11c8250c8cf953fa49b77f35.pdf)
- Riquelme Leiva, Matias (2015). Las 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa. Santiago, Chile. Recuperado de: <http://www.5fuerzasdeporter.com/>
- Riquelme Leiva, Matias (2015). Ejemplo de Coca Cola de Las 5 Fuerzas de Porter. Santiago, Chile. Recuperado de: <http://www.5fuerzasdeporter.com/ejemplo-de-coca-cola-de-las-5-fuerzas-de-porter/>

**6. Anexos.**

*Anexo A. Agrupación vivienda bosques de Usme.*



Ref. Imagen capturada por emprendedores de grupo.

*Anexo B. Bosques de Bogotá 1.*



Ref. Imagen capturada por emprendedores de grupo.

*Anexo C. Bosques de Bogotá 1.*



Ref. Imagen capturada por emprendedores de grupo.

*Anexo D. Metro 136 Usme.*




Ref. Imagen capturada por emprendedores de grupo.

*Anexo E. Bosques de Bogotá 4.*



Ref. Imagen capturada por emprendedores de grupo.

*Anexo F. Encuesta 1.*

 Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

Encuesta:

Esta encuesta es realizada con el fin de obtener información para lanzar un nuevo servicio al mercado.

GEA SERVICE GROUP S.A.S. (Gestión en sistemas administrativos) Se basa en la generación de sistemas integrales de gestión en propiedades horizontales, ofreciendo un portafolio integral en la operación, mantenimiento y administración en el sector inmobiliario y en sistemas de gestión.

1. ¿Es de su interés una empresa prestadora de servicios integrales?  
 a. Si  
 b. No
2. Cite que para la prestación de este servicio es más importante:  
 a. Servicio al cliente  
 b. Calidad  
 c. Rapidez del servicio  
 d. Optimización de recursos  
 e. Todas las anteriores
3. ¿Para usted es más importante el precio que la calidad?  
 a. Si  
 b. Tal vez  
 c. No  
 d. No se
4. ¿Ha utilizado este tipo de servicios?  
 a. Si  
 b. Tal vez  
 c. No  
 d. No se





**cun** Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

5. ¿Qué le atrae de este servicio?

- a. Innovación
- b. Que es necesario
- c. Integralidad
- d. Fácil de obtener

6. Actualmente, ¿utiliza este tipo de servicios?

- a. Si
- b. A veces
- c. No
- d. Nunca

7. En su opinión, ¿cuál de los servicios le parece más importante para las propiedades horizontales?

- a. servicios de administración
- b. servicios generales y de mantenimiento
- c. servicios de seguridad
- d. servicios de gestión ambiental

8. ¿Qué tan importante le parece el medio ambiente?

- a. muy importante
- b. importante
- c. poco importante
- d. nada importante

9. Para contratar un servicio, ¿en qué es lo primero que se fija?

- a. Calidad
- b. Garantía
- c. Precio
- d. Marca

**cun** Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

10. ¿Qué tan importante es tener en cuenta el medio ambiente en propiedades horizontales?

- a. Muy importante
- b. Importante
- c. Poco importante
- d. Nada importante

11. ¿Le parece fundamental el servicio al cliente al adquirir este servicio?

- a. Si
- b. Tal vez
- c. No
- d. No sé

12. ¿qué opina de integrar varios servicios en uno solo?

- a. excelente
- b. bueno
- c. no tan bueno
- d. muy malo


13. ¿le gustaría utilizar éste tipo de servicios?

- a. si
- b. tal vez
- c. no
- d. no sé

14. ¿implementaría este servicio si fuera a un precio justo?

- a. si
- b. tal vez
- c. no
- d. no sé

*Anexo G. Encuesta 2.*

 Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

Encuesta:

Esta encuesta es realizada con el fin de obtener información para lanzar un nuevo servicio al mercado.

GSA SERVICE GROUP S.A.S. (Gestión en sistemas administrativos). Se basa en la generación de sistemas integrales de gestión en propiedades horizontales, ofreciendo un portafolio integral en la operación, mantenimiento y administración en el sector inmobiliario y en sistemas de gestión.

1. ¿Es de su interés una empresa prestadora de servicios integrales?

a. Si

b. No

2. Cite que para la prestación de este servicio es más importante:

a. Servicio al cliente

b. Calidad

c. Rapidez del servicio

d. Optimización de recursos

e. Todos los anteriores

3. ¿Para usted es más importante el precio que la calidad?

a. Si

b. Tal vez

c. No

d. No sé

4. ¿Ha utilizado este tipo de servicios?

a. Si

b. Tal vez

c. No

d. No sé



5. ¿Qué le atrae de este servicio?
- a. Innovación
  - b. Que es necesario
  - c. Integralidad
  - d. Fácil de obtener
6. Actualmente, ¿utiliza este tipo de servicios?
- a. Si
  - b. A veces
  - c. No
  - d. Nunca
7. En su opinión, ¿cuál de los servicios le parece más importante para las propiedades horizontales?
- a. servicios de administración
  - b. servicios generales y de mantenimiento
  - c. servicios de seguridad
  - d. servicios de gestión ambiental
8. ¿Qué tan importante le parece el medio ambiente?
- a. muy importante
  - b. importante
  - c. poco importante
  - d. nada importante
9. Para contratar un servicio, ¿en qué es lo primero que se fija?
- a. Calidad
  - b. Garantía
  - c. Precio
  - d. Marca

10. ¿Qué tan importante es tener en cuenta el medio ambiente en propiedades horizontales?
- a. Muy importante
  - b. Importante
  - c. Poco importante
  - d. Nada importante
11. ¿Le parece fundamental el servicio al cliente al adquirir este servicio?
- a. Si
  - b. Tal vez
  - c. No
  - d. No se
12. ¿qué opina de integrar varios servicios en uno solo?
- a. excelente
  - b. bueno
  - c. no tan bueno
  - d. muy malo
13. ¿le gustaría utilizar este tipo de servicios?
- a. si
  - b. tal vez
  - c. no
  - d. no sé
14. ¿implementaría este servicio si fuera a un precio justo?
- a. si
  - b. tal vez
  - c. no
  - d. no se