

Anexo 1. Noticias Relacionadas con los productos sustitutos y el crecimiento del Mercado.

Sector sin alarma

Robos, arrebatos, asaltos, secuestros. La inseguridad se aferra como un estigma de las grandes ciudades y, con ello, la venta de alarmas y dispositivos de seguridad ganan terreno. Aunque los operadores del sector coinciden en que no hay un boom de ventas, la demanda se mantiene en ascenso.

La recuperación económica, la radicación de empresas y la proliferación de barrios cerrados también alienta el negocio de las empresas de vigilancia y seguridad. En este sector, las ventas crecieron entre 20 y 50 por ciento, respecto de un año atrás.

“Trabajamos con empresas multinacionales que, cada vez más, requieren servicios de seguridad, como seguimiento de mercadería, control de stocks, entre otros”, remarcó Marcela Chiodo, presidenta de Centro Custodia.

Para Marcelo Mayora, titular de Sistemas Integrales de Protección SA (Sipsa), la empresa creció 20 por ciento en el último año y espera una expansión de 12 a 15 por ciento para el próximo.

Edgardo Sánchez, de la empresa de vigilancia SIV SRL, augura un crecimiento de la actividad, apoyado en el crecimiento de la economía y de los nuevos barrios cerrados. “No estamos en un boom, pero el crecimiento será sostenido”, anticipa.

Alarmas comunitarias

Pero, el mercado muestra sus particularidades. Si bien la venta de alarmas creció entre un 10 y 30 por ciento, según el caso, el mercado parece no estar en condiciones de pagar un alto precio por estos dispositivos pese a que los empresarios aseguran que los valores están prácticamente congelados. Y, en esa línea, hay para todos los bolsillos.

“En el mercado se da una particularidad. Ya no sólo compran alarmas los sectores de mayor poder adquisitivo, también crece la demanda en barrios más populares”, remarca José Ignacio Saravia, socio gerente de Masters. De hecho, tienen más salida los dispositivos con menos artefactos y, por ende, más económicos, es decir, de entre 450 y 600 pesos. Hay equipos que llegan a costar 2.500 y tres mil pesos.

Para algunas empresas, la llegada del verano es una señal de alta demanda. Es que, la gente deja sola su casa por las fiestas de fin de año, se va de vacaciones y quiere estar protegido. “En febrero último registramos un crecimiento de 45 por ciento respecto de un año atrás y la tendencia sigue en alza”, admitió José Luis Armando, representante en Córdoba de alarmas X28.

Dentro de sus posibilidades, el mercado se inclina cada vez más por los aparatos con monitoreo a distancia que arrancan de los 550 a 600 pesos, con un abono mensual que

ronda los 30 a 70 pesos, según el prestador. Hoy, de cada 10 alarmas que se venden seis tienen algún tipo de enlace, ya sea a una central de monitoreo, o bien a los celulares de los dueños de casa.

“A diferencia de otras épocas, se puede conseguir una alarma con monitoreo a distancia desde los 500 pesos, con un abono mensual menor que una empresa de cable”, afirmó Daniel de Grave, de alarmas Sonar.

“La demanda seguirá creciendo, estamos recuperando mercado”, asegura Eduardo Guillén, presidente de Edalguí. La empresa especializada en sistema de monitoreo. Para el empresario, la actividad seguirá creciendo al ritmo de la sensación de inseguridad. En el caso de X28, la proporción de ventas de equipos con monitoreo llega a ocho de cada 10.

http://www.lavozdelinterior.com.ar/2006/0321/suplementos/economico/nota399284_1.htm

Las claves

Crecimiento. Las empresas de vigilancia siguen en ascenso. Tienen un costo de nueve pesos la hora, pero se quejan de la proliferación de compañías que no reúnen todas las condiciones para operar y cobran más barato.

Controles. Más allá de la custodia pasiva de empresas, las agencias se especializan en control de stocks, depósitos y seguimiento de mercadería en tránsito. Ésa es la tendencia, dicen.

Expansión. Aunque remarcan que no es un boom, las empresas de alarma también experimentan un crecimiento sostenido. En algunos casos, llega a 45 por ciento respecto de un año atrás.

Tendencia. Las alarmas monitoreadas a distancia ganan terreno, al igual que crece la demanda en sectores más populares.

<http://www.lavozdelinterior.com.ar/nota.asp?nrc=399286&can=120&nprt=1>

Fuerte Auge de las firmas de seguridad.

En Córdoba el 50 % del personal se mantiene en negro, señala Idesa.

Los crecientes niveles de inseguridad incrementaron la contratación de servicios de vigilancia privada.

Continúa. Ver Diario Comercio y Justicia.

Anexo 2. Noticias Relacionadas con la Variable Inseguridad Pública

En una pizzería asaltaron a unos 40 comensales

Unos 40 comensales de una pizzería ubicada frente al complejo comercial Dinosaurio resultaron víctimas de un espectacular asalto cometido por un grupo de entre cinco y seis delincuentes armados, quienes los despojaron de dinero y cuanto elemento de valor portaban.

El episodio ocurrió a las 23.30 del viernes en la pizzería Du Rosas, ubicada en avenida Rodríguez del Busto 3949, barrio Cerro Chico, frente mismo al centro comercial.

Curiosamente, al momento de producirse el asalto, entre las víctimas se encontraban algunos guardias del propio complejo, reveló el propietario del negocio gastronómico. (Continúa. Ver http://www.lavoz.com.ar/2006/0430/sucesos/nota409496_1.asp)

Asaltaron a dos familias en un country

Agencia DyN

Dos viviendas de un barrio privado ubicado en el camino a La Calera, en esta Capital provincial, fueron saqueadas esta madrugada y sus moradores resultaron golpeados, informó la Policía.

El raid delictivo se inició apenas pasada la medianoche en el barrio privado El Balcón, en la zona del Valle Escondido, ruta E-55. El comisario Hugo Ceballos, jefe del Distrito N° 2, indicó que los guardias "recién se enteraron cuando llegamos nosotros al lugar, luego de la denuncia de los afectados".

Los asaltantes ingresaron por los fondos del barrio, que dan a terrenos propiedad del Tercer Cuerpo de Ejército, tras romper un tejido metálico que circunda el country. (Continúa. Ver http://www.lavozdelinterior.net/2006/0505/UM/nota410573_1.asp)

Raid delictivo en un country cordobés

Redacción I LA VOZ On Line

Una banda de delincuentes asaltó esta madrugada a cuatro familias que viven en el barrio privado "Mi Cielo" de Valle Escondido, en la zona noroeste de la ciudad de Córdoba, y seis de ellos -los cuales integrarían el grupo denominado "Los Sucios"- fueron detenidos por la Policía. También fueron demorados cuatro guardias de seguridad del country.

El comisario inspector Sergio González, indicó además que uno de los ladrones resultó herido de bala tras tirotearse con los uniformados. Los delincuentes habrían estado disfrazados de policías y se habrían movilizado en cinco motos.

(Continúa. Ver http://www.lavoz.com.ar/2006/0516/UM/nota413096_1.asp)

Joven apuñalada: esperan la autopsia

Redacción | LA VOZ On Line

La Policía espera el resultado de la autopsia practicada al cadáver de la joven de 19 años que fue asesinada brutalmente a puñaladas y cuyo cuerpo fue encontrado esta madrugada en Ciudad Universitaria, mientras los investigadores buscan al menos a una persona, sospechosa de haber cometido el crimen.

(Continúa. Ver http://www.lavoz.com.ar/2006/0425/UM/nota408267_1.asp)

Vecinos de La Calera reclamaron seguridad al ministro Busso

Una ola de hechos delictivos que hicieron eclosión con el asesinato del sacerdote Luis Sobremonte, fueron el motivo convocante de una reunión realizada la noche del lunes pasado entre los vecinos de La Calera y el flamante ministro de Seguridad de la Provincia, Sergio Busso.

En un colmado local del ex Club de Ajedrez, donde se reunieron unos 350 vecinos, el ministro Busso escuchó los airados reclamos para una inmediata solución a la inseguridad.

(Continúa. Ver http://www.lavoz.com.ar/2006/0426/sucesos/nota408449_1.asp)

La inseguridad se muda al campo

La alta liquidez que vivió en los últimos años el sector agropecuario convirtió a los hombres de campo en blanco de diferentes hechos delictivos.

Este marco, sumado a la suba del poder adquisitivo del sector aventó el crecimiento de la demanda de sistemas de seguridad, tales como cámaras, sensores perimetrales, alarmas y vigilancia.

“Tenemos muchos clientes en Villa María y San Francisco, crece la demanda en el campo, tenemos la posibilidad de monitorear a distancia y on line, con cámaras y a eso la gente valora mucho”, señala Mayora, de Sipsa.

Aunque prefieren el anonimato, no son pocos los hombres de campo que admiten haber incorporado sistemas de seguridad como cámaras y alarmas de monitoreo telefónico y celular en sus estancias. “Cada vez se piden más dispositivos perimetrales, alarmas y sensores en predios o parques de vivienda. Antes se pedían más para fábricas”, señala José Ignacio Saravia, de Masters.

“La gente de campo demanda sistemas especiales hay un importante movimiento en este sector, que demanda más seguridad”, advierte Eduardo Guillén de Edalguí.

<http://www.lavozdelinterior.com.ar/nota.asp?nrc=399285&can=120&nprt=1>

Anexo 3. Noticias Relacionadas con la Variable Imagen de la Policía.

Arrestaron a 13 policías por la muerte de un hincha

Agencia Télam

Santiago del Estero. El juez de la localidad santiagueña de La Banda, Néstor Migueles, ordenó la detención de 13 policías y el secuestro de escopetas calibre 12.70, en la causa caratulada homicidio simple en perjuicio del hincha Exequiel Melián, de 17 años, informaron fuentes judiciales.

Trece de los veintiocho uniformados que se vieron involucrados durante los disturbios en el partido entre Sarmiento y Unión Santiago, ...

(Continúa. Ver http://www.lavoz.com.ar/2006/0430/sucesos/nota409493_1.asp)

Las mujeres de policías volvieron a Infantería

Redacción | LA VOZ On Line

Un grupo de mujeres de policías volvió esta tarde a reclamar aumentos salariales para sus maridos frente a la Guardia de Infantería, sin que se compliquen los movimientos de esa área de la fuerza de seguridad.

Una de las mujeres dijo que a pesar de que se había prometido el pago de horas extras “antes del Rally” Mundial de Argentina, finalizado ayer, “todavía no se ha visto nada”.

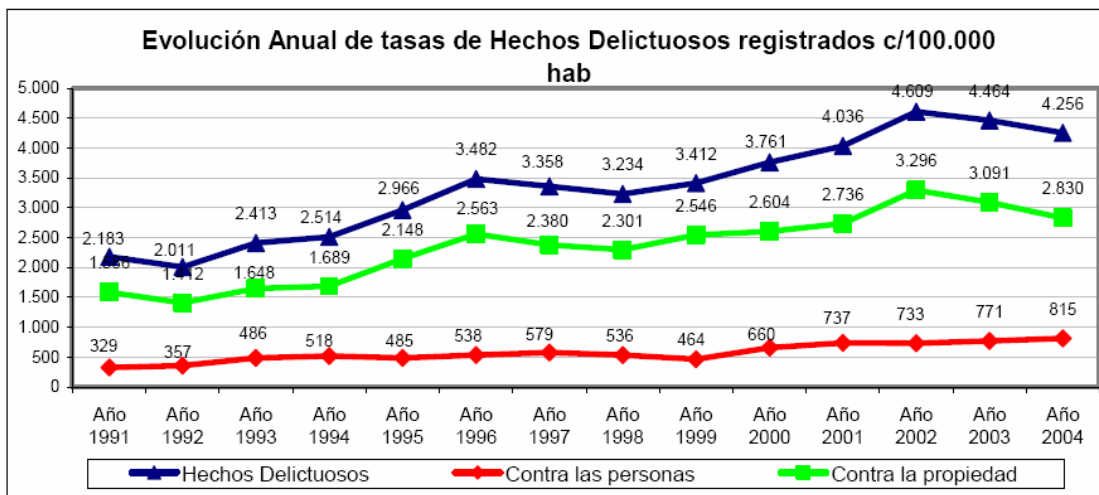
"Ya no sé qué creer de este gobierno, porque lo único que hace es mentir", dijo una de las manifestantes en diálogo con Radio Universidad.

Según aseguró, los policías que participaron del operativo de seguridad "volvieron cansados, muertos de hambre".

Las mujeres reclaman aumentos salariales desde hace un mes y actualmente existe una presentación judicial realizada por parte del Gobierno para que se les impida a las esposas de policías interrumpir las actividades de la fuerza.

http://www.lavoz.com.ar/2006/0501/UM/nota409637_1.asp

Anexo 4. Gráfico para mostrar el crecimiento de la inseguridad.



Fuente: Dirección Nacional de Política y Criminalidad
<http://www.polcrim.jus.gov.ar/>

Anexo 5. Investigación del Mercado Actual.

Propuesta de Investigación

Problema de decisión

¿Cuáles serían los atributos de posicionamiento adecuados para que GYCCS S.R.L. pueda competir más eficazmente en el mercado?

Objetivos

Objetivos Generales

- Conocer el posicionamiento general de la empresa en los actuales clientes.
- Conocer el Proceso de Compra del mercado Meta y sus características.

Objetivos Específicos

- Determinar el nivel de satisfacción de los clientes en relación con los servicios que la empresa ofrece actualmente.
- Indagar sobre las variables que determinan la elección de los servicios de la empresa
- Conocer qué atributos del servicios son considerados importantes por los clientes
- Investigar sobre la forma de atención que prefieren los clientes.

Metodología

Población:

- Clientes actuales de la empresa.

Tipo de Investigación

- Investigación descriptiva:

Tamaño de la muestra: 18 casos (Clientes actuales)

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario Semi-estructurado

Medio: Telefónico (1 intento) Personal (2 intento)

Nombre:
Cargo:
Teléfono:
Fecha: / /

A continuación le presentaré un pequeño cuestionario que nos servirá para interiorizarnos más en sus anhelos y nos permitirá seguir mejorando, para poder brindarle el mejor servicio. El contenido del presente es privado y estrictamente confidencial. Desde ya muchísimas gracias.

1- Antes de ser cliente, ¿Cómo conoció a GYCCS S.R.L.? (Especifica)

- | | |
|--|--|
| 1. Publicidad (radio, televisión, gráfica) | |
| 2. Revistas especializadas | |
| 3. Recomendación | |
| 4. Internet | |
| 5. Otro: Cuál:..... | |

2- ¿Cuál fue el/los motivo/s que impulsó/saron la contratación de nuestro servicio? ¿Alguno más?

1º Mención: _____

2º Mención: _____

3- ¿Es Usted el que decide la contratación del servicio?

1. Si	
2. No	

Nota: si responde **SI** pasar a pregunta n° 5

4- ¿Quién toma la decisión de contratación? (Especificar cargo)

5- Sin tener en cuenta el servicio que usted ya tiene, ¿Podría indicarme cuál de los siguientes servicios le interesaría contratar en el futuro? (mencionar cada opción y registrar).

1. Limpieza.
2. Mantenimiento de Parques y Jardines.
3. Maestranzas.
4. Planificación de Seguridad y defensa de Objetivos.
5. Traslados de materiales críticos.
6. Custodia de Personal.
7. vigilancia de empresas, plantas fabriles, domicilios, etc.
8. Asesoramiento contraincendio / anti-siniestro.

6- ¿Se interioriza en los servicios que le interesan?

1. Si	
2. No	

Nota: Si Responde No pasar a pregunta nº 8.

7- ¿Por qué Medio/s lo hace? (Guiada 7 y 8)

1. Radio
2. Televisión
3. Revistas especializadas
4. Internet
5. Escuchar expertos
6. Otro:Cuál:.....

8- ¿Qué medios utiliza generalmente para realizar las compras de la empresa?

1. Teléfono
2. Internet
3. Visita al local
4. Otros: Cuáles

A continuación se le preguntará acerca de los motivos de elección de una empresa de Servicios. Para esta serie de preguntas deberá asignar un grado de importancia a las opciones que se le den, tomando una escala donde se considera **5 como Muy Importante y 1 Sin Importancia**. Recuerde que puede mencionar cualquier número dentro de la escala.

9- Si Usted tuviera que elegir una empresa de Seguridad, teniendo en cuenta los SERVICIOS que ésta comercializa, qué tan importante sería:

1. Calidad de Servicios _ _ _ _ _
2. Garantía de Servicios _ _ _ _ _
3. Precios _ _ _ _ _
4. Los soportes tecnológicos _ _ _ _ _

10- Si Usted tuviera que elegir una empresa de Limpieza, teniendo en cuenta los SERVICIOS que ésta comercializa, qué tan importante sería:

1. Calidad de Servicios _ _ _ _ _
2. Garantía de Servicios _ _ _ _ _
3. Precios _ _ _ _ _
4. Los soportes tecnológicos _ _ _ _ _

11- Si Usted tuviera que elegir una empresa de Servicios, teniendo en cuenta la ATENCIÓN prestada por la misma, qué tan importante sería:

1. Reconocimiento del cliente (es decir que la Empresa lo reconozca como tal) _
2. Seguimiento del cliente (por ejemplo que la Empresa lo notifique de promociones especiales, descuentos, etc.) _ _ _ _

12- Le voy a mencionar 4 atributos del PERSONAL de una empresa de Servicios. Ordénelos del 1 al 4 de acuerdo a la importancia asignada a cada uno.

1. Amabilidad _ _ _ _
2. Rapidez _ _ _ _
3. Eficiencia _ _ _ _
4. Capacitación _ _ _ _

A continuación se le preguntará acerca de la satisfacción o insatisfacción de algunos aspectos relacionados con GYCCS S.R.L.. Para los siguientes atributos, deberá asignar un número del 1 al 5, donde 1 MALO y 5 EXCELENTE. Recuerde que puede mencionar cualquier número dentro de la escala.

Teniendo en cuenta los siguientes aspectos de la empresa GYCCS S.R.L., indique la valoración que Usted considere mas adecuada.

1. El servicio de vigilancia / seguridad en general es (recuerde que 1 es malo y 5 exc.)

Malo 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ **Excelente**

2. El nivel de capacitación de los vigiladores es

Malo 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ **Excelente**

3. La imagen del Personal de la empresa es

Mala 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ **Excelente**

4. El nivel general de precios es

Malo 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ **Excelente**

5. La atención recibida por parte de la empresa es

Mala 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ **Excelente**

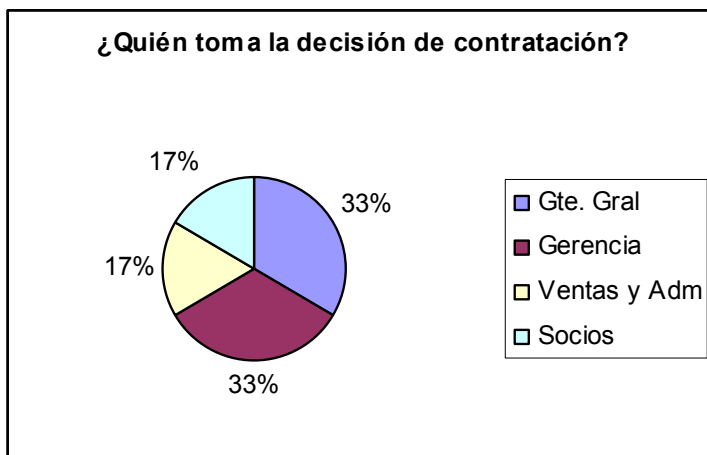
6. teniendo en cuenta la empresa en general, ¿cómo la calificaría?

Mala 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ **Excelente**

Anexo 5 A. Resultados Relevantes de la Investigación.

Características generales

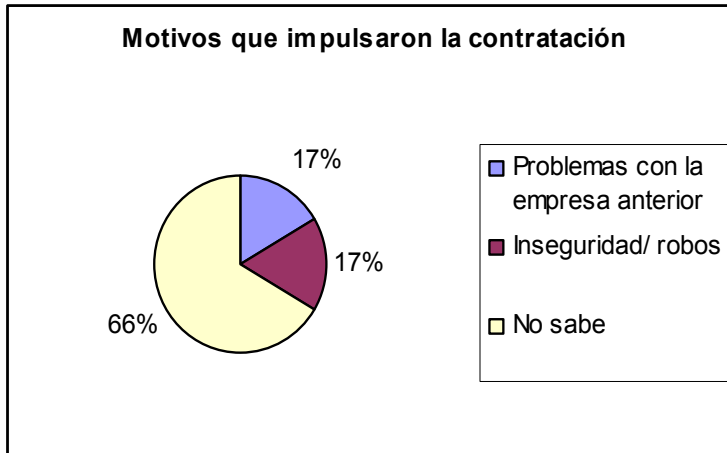
Cargo de la persona encuestada.



Como Conoció a GYCCS S.R.L.?

Medios utilizados	Respuestas		% de casos
	N	%	
Referencias	6	33,3%	33,3%
Recomendación	5	27,8%	27,8%
Páginas amarillas	5	27,8%	27,8%
Internet	2	11,1%	27,8%
Total	18	100,0%	100%

Nota: total de casos 18



¿Qué medios utilizan generalmente para realizar sus compras?

Medios utilizados	Respuestas		% de casos
	N	%	
Teléfono	9	50%	50%
Visita al local	4	22,2%	22,2%
Internet	5	27,8%	27,8%
Total	18	100,0%	100%

Nota: total de casos 18

Satisfacción de acuerdo a si toma la decisión de compra o no

Es Usted es el que decide la contratación del servicio?		El servicio de seguridad en general es	El nivel de capacitación de los vigiladores es	La imagen del Personal de la empresa es	El nivel general de precios es	La atención recibida por parte de la empresa es	La empresa en gral. es
Decide el servicio	Mean	3,6667	3,1667	3,3333	4,3333	4,5000	4,3333
	N	6	6	6	6	6	6
	% of Total N	33,3%	33,3%	33,3%	33,3%	33,3%	33,3%
No decide el servicio	Mean	3,7500	3,8333	4,0833	3,0000	4,5000	3,9167
	N	12	12	12	12	12	12
	% of Total N	66,7%	66,7%	66,7%	66,7%	66,7%	66,7%
Total	Mean	3,7222	3,6111	3,8333	3,4444	4,5000	4,0556
	N	18	18	18	18	18	18
	% of Total N	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Según si decide el servicio o no, cuál es la importancia otorgada a una empresa de seguridad

Es Usted es el que decide la contratación del servicio?		La Calidad del Servicios	La Garantía del Servicios	Los precios del Servicios	Los soportes tecnológicos del Servicio
Decide el servicio	Mean	4,8333	4,5000	3,1667	3,3333
	N	6	6	6	6
	% of Total N	33,3%	33,3%	33,3%	33,3%
No decide el servicio	Mean	4,9167	4,9167	4,1667	3,5000
	N	12	12	12	12
	% of Total N	66,7%	66,7%	66,7%	66,7%
Total	Mean	4,8889	4,7778	3,8333	3,4444
	N	18	18	18	18
	% of Total N	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Según si decide el servicio o no, cuál es la importancia otorgada a la Atención

Es Usted es el que decide la contratación del servicio?		Reconocimiento del Cliente	Seguimiento del Cliente
Decide el servicio	Mean	3,5000	3,6667
	N	6	6
	% of Total N	33,3%	33,3%
No decide el servicio	Mean	4,4167	3,8333
	N	12	12
	% of Total N	66,7%	66,7%
Total	Mean	4,1111	3,7778
	N	18	18
	% of Total N	100,0%	100,0%

Importancia a los atributos del personal

	Amabilidad	Rapidez	Eficiencia	Capacitación
Mean	2,8333	3,0000	1,7778	2,3889
N	18	18	18	18
% of Total N	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Análisis de Satisfacción e importancia del servicio de Seguridad

El servicio de vigilancia / seguridad en general es		La Calidad del Servicios	La Garantía del Servicios	Los precios del Servicios	Los soportes tecnológicos del Servicio
Regular	Mean	5,0000	5,0000	4,0000	3,0000
	N	1	1	1	1
	% of Total N	5,6%	5,6%	5,6%	5,6%
Bueno	Mean	5,0000	5,0000	3,0000	3,6000
	N	5	5	5	5
	% of Total N	27,8%	27,8%	27,8%	27,8%
Muy Bueno	Mean	4,9000	4,7000	4,5000	4,1000
	N	10	10	10	10
	% of Total N	55,6%	55,6%	55,6%	55,6%
Excelente	Mean	5,0000	5,0000	3,0000	5,0000
	N	2	2	2	2
	% of Total N	11,1%	11,1%	11,1%	11,1%
Total	Mean	4,9444	4,8333	3,8889	4,0000
	N	18	18	18	18
	% of Total N	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Según el cargo, cuál es la importancia otorgada para una empresa de seguridad

Cargo		La Calidad del Servicios	La Garantía del Servicios	Los precios del Servicios	Los soportes tecnológicos del Servicio
Gerente Técnico	Mean	5,0000	5,0000	4,0000	3,0000
	N	1	1	1	1
	% of Total N	5,6%	5,6%	5,6%	5,6%
Jefe de Planta	Mean	5,0000	5,0000	3,0000	4,0000
	N	1	1	1	1
	% of Total N	5,6%	5,6%	5,6%	5,6%
Jefe de RRHH	Mean	5,0000	5,0000	4,0000	4,0000
	N	1	1	1	1
	% of Total N	5,6%	5,6%	5,6%	5,6%
Gerente de ventas	Mean	5,0000	5,0000	4,0000	4,0000
	N	2	2	2	2
	% of Total N	11,1%	11,1%	11,1%	11,1%
Gerente gral	Mean	5,0000	5,0000	2,0000	3,0000
	N	2	2	2	2
	% of Total N	11,1%	11,1%	11,1%	11,1%
Dueño/Socio	Mean	5,0000	5,0000	5,0000	4,5000
	N	4	4	4	4
	% of Total N	22,2%	22,2%	22,2%	22,2%
Contador	Mean	5,0000	5,0000	3,0000	5,0000
	N	2	2	2	2
	% of Total N	11,1%	11,1%	11,1%	11,1%
Administrador	Mean	4,8000	4,4000	4,2000	3,8000
	N	5	5	5	5
	% of Total N	27,8%	27,8%	27,8%	27,8%
Total	Mean	4,9444	4,8333	3,8889	4,0000
	N	18	18	18	18
	% of Total N	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Según el cargo, cuál es la importancia otorgada a la Atención

Cargo		Reconocimiento del Cliente	Seguimiento del Cliente
Gerente Técnico	Mean	5,0000	4,0000
	N	1	1
	% of Total N	5,6%	5,6%
Jefe de Planta	Mean	5,0000	5,0000
	N	1	1
	% of Total N	5,6%	5,6%
Jefe de RRHH	Mean	5,0000	3,0000
	N	1	1
	% of Total N	5,6%	5,6%
Gerente de ventas	Mean	3,0000	3,0000
	N	2	2
	% of Total N	11,1%	11,1%
Gerente gral	Mean	3,0000	4,0000
	N	2	2
	% of Total N	11,1%	11,1%
Dueño/Socio	Mean	4,5000	4,0000
	N	4	4
	% of Total N	22,2%	22,2%
Contador	Mean	5,0000	4,0000
	N	2	2
	% of Total N	11,1%	11,1%
Administrador	Mean	3,8000	3,6000
	N	5	5
	% of Total N	27,8%	27,8%
Total	Mean	4,1111	3,7778
	N	18	18
	% of Total N	100,0%	100,0%

Anexo 6. Investigación de los Competidores Directos.

Propuesta de Investigación

Problema de decisión

¿Cuáles serían los atributos, ventajas y características generales de los competidores directos de GYCCS S.R.L.?

Objetivos

Objetivos Generales

- Conocer los competidores directos y sus características.

Objetivos Específicos

- Determinar el Perfil de los competidores directos.
- Conocer sus estrategias y atributos.
- Indagar sobre sus precios.
- Conocer qué atributos del servicios son considerados importantes por los clientes
- Investigar las ventajas y desventajas de los competidores directos.

Metodología

Población:

- Empresas de Seguridad de la Ciudad de Córdoba, que posean más de 70 vigiladores trabajando.

Tipo de Investigación

- Investigación exploratoria:

Tamaño de la muestra: 5 casos

Técnica: Mystery Shopper (Cliente Oculto).

Instrumento: Guía de Pautas

Medio: Telefónico

Guía de Pautas para Mistery Shopper

Nombre del Competidor:

Dirección:

Teléfono:

Página Web:

Fecha: / /

Buenos días lo estoy llamando de La productora Nueva Tribu. En este momento estamos buscando una empresa que nos provea seguridad en nuestra empresa y en los show y eventos particulares que brindamos. Le puedo hacer unas preguntas de su empresa.

- Además de vigiladores, que otros métodos de seguridad ofrece.
- Determinar cómo aseguran su labor
- Ver la forma en que cobra los servicios y precio aproximado.
- Consultar si tiene página web
- Indagar sobre los clientes que se desempeña o se puede pedir referencias.
- Consultar como se diferencia de los competidores. Sugerir un competidor y ver como reacciona.

Agradecer y saludar.

Anexo 7. Características de las PyMES.¹

LEY 24.267 23 / 03 / 95 Y RESOLUCIONES N° 401/89, 208/93 Y 52/94

QUE DAN LA METOLOGÍA PARA LA DEFINICIÓN DE PyME.

SE BASA EN TRES ATRIBUTOS CUANTIFICABLES APLICADOS

SIMULTÁNEAMENTE A SABER:

$$P = \sqrt[3]{(10 \text{ Poe/Pom} \times 10 \text{ Voe/Vom} \times 10 \text{ APe/APm})}$$

P= puntaje PyME asignado a la empresa.

PO= número de personas ocupados en la empresa.

VA= ventas anuales sin IVA ni impuestos internos, en \$/año.

AP= activos productivos de la empresa (puede usarse el patrimonio neto).

Subíndice **e**= dato real de la empresa.

Subíndice **m**= tope máximo para cada atributo.

Deberá ser <ó= a 10 para ser una

Si no cuenta con uno de los datos se aplica la fórmula pero la raíz 3 pasa a 2.

P entre 0 y 3 Microempresa.

P entre 0,3 y 1,5 Pequeña Empresa.

P entre 1,5 y 10 Mediana Empresa.

Según la clasificación del Consejo Federal de inversiones son:

MICROEMPRESA: < DE 6 EMPLEADOS.

PEQUEÑA EMPRESA: DE 6 A 20 EMPLEADOS.

PEQUEÑA MEDIANA EMPRESA: 21 A 51 EMPLEADOS.

MEDIANA EMPRESA: 50 A 100 EMPLEADOS.

GRAN EMPRESA: > DE 100 EMPLEADOS.

El avance tecnológico y la consecuente tecnificación, han ido relativizando esta visión, la alterarse la relación personal ocupado/ valor de la producción.

¹ <http://fing.uncu.edu.ar/catedras/industrial/industrias/archivos/industrias/pymes.pdf>

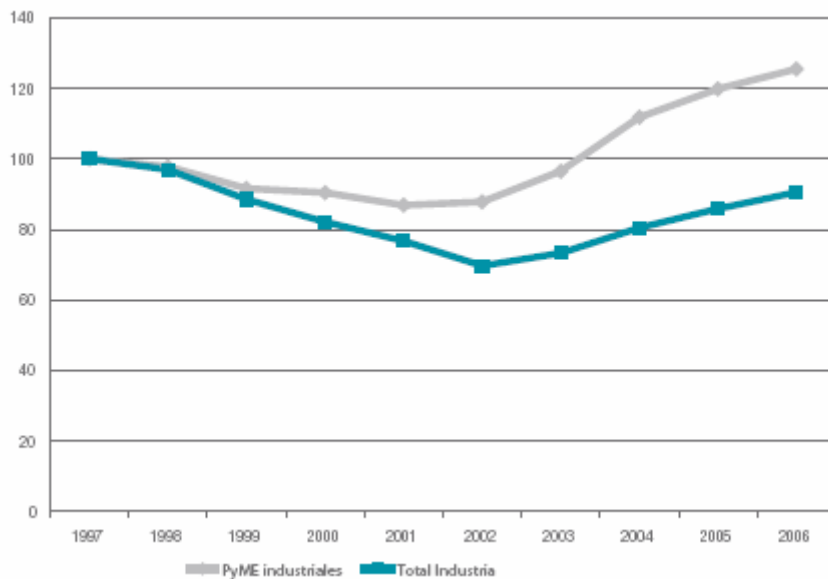
Anexo 7.1.Evolución de la Producción y Ocupación de las Pymes en Argentina

Evolución de la producción de las PyME industriales y del total de la industria (1997 – 2006). Base 1997 = 100



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 1997 – 2006.
Fundación Observatorio PyME.
Índice de Volumen Físico (IVF), INDEC.

Evolución de la ocupación PyME y del total de la industria (1997 – 2006). Base 1997 = 100



Fuente: Encuesta Estructural a PyME industriales, 1997 – 2006
Fundación Observatorio PyME.
Índice de Obreros Ocupados (IOO), INDEC.

<http://www.observatoriopyme.org.ar/>

Anexo 8. Matriz FODA: Análisis Importancia y la Posibilidad de Ocurrencia.

FORTALEZAS	POSIB.	IMPOR.
• Experiencia por antigüedad en el mercado (desde 1991).	3	3
• Gran crecimiento con el boca en boca de los clientes.	2	2
• Pauta de cobros a los clientes adaptados a estos.(por lo general son pagos a 15 o 30 días).	2	2
• Caja destinada a imprevistos; lo que le permitiría realizar alguna acción si fuere necesario.	3	2
• Crecimiento mayor al del mercado.	2	2
• Satisfacción de los clientes respecto de la Calidad del Servicio	2	3
• Capacitación periódica del personal.	3	3
• Distribución homogénea de los clientes	2	1
• Amplitud de la misión.	2	2
• Formación y entrenamiento en las Fuerzas Armadas. Gran capacitación en seguridad y prevención adquirida en las Fuerzas.	3	2
• Afiliación a La Cámara de Seguridad de la Provincia, la cual está asociada a la Federación Argentina de Cámaras, que nuclea todas las Cámaras del país y también está asociada a la Cámara Argentina de Empresas de Seguridad (CAESI).	3	3
• Buena Selección del personal.	2	3
• Dos Sistemas de comunicación diferentes y simultáneos, que aseguran la conexión en todo momento con la central de GYCCS, la policía y todos los vigilantes.	3	3
• Total funcionamiento dentro del marco legal.	2	2

ESCALAS:

- 1)-Posiblemente.
- 2)- Muy Posiblemente
- 3)- Con Total Seguridad

- 1) Incide Favorable.
- 2) Incide Muy Favorable.
- 3) De extrema Importancia.

DEBILIDADES	POSIB.	GRAVE.
• Gran centralización de actividades en el director responsable.	3	3
• No tiene página Web.	3	2
• Poca flexibilidad para establecer los precios (por reglamentación de la Cámara de Seguridad de la Provincia de Córdoba)	2	3
• Falta de control en la indumentaria reglamentaria del personal.	2	2
• Comunicación externa escasa y con poca definición.	3	2
• Poca información sobre el servicio de Limpieza.	2	2
• Falta de registros o manuales sobre modos de capacitación y desempeños.	3	2
• No hay Garantía explícita del Servicio (respaldo de eficacia que da la empresa sobre el servicio que presta)	2	2

ESCALAS:

- 1)-Posiblemente.
- 2)- Muy Posiblemente
- 3)- Con Total Seguridad

- 1) Incide Desfavorablemente.
- 2) Incide Muy Desfavorablemente.
- 3) De extrema Gravedad.

OPORTUNIDADES	POSIB.	IMPOR.
• Se estima que la seguridad física está creciendo entre un 10 a un 15% anual.	3	3
• La tecnología siempre necesita soporte técnico, que genera problemas de tiempo; y en seguridad el tiempo es fundamental.	2	2
• Eficacia de la guía, en la sección de páginas amarillas.	2	3
• Además se pronostica un crecimiento de entre el 10% y el 15% para el próximo ² .	2	3
• Creciente ola de Inseguridad ³ 4.	3	3
• Mala imagen de la gestión policía y la justicia ⁵ .	3	2
• Mejoramiento de la imagen de las empresas de seguridad legales.	2	3
• Muchos vigilantes disponibles.	3	3
• Gran Cantidad de Barrios Privados en la Ciudad de Córdoba.	3	2
• Aumento de empresas PyMES en Argentina.	2	3

ESCALAS:

- 1)-Posiblemente.
2)- Muy Posiblemente
3)- Con Total Seguridad

- 1) Incide Favorable
2) Incide Muy Favorable
3) De extrema Importancia

² Análisis de Entrevista al Dr. Pascual Enrique y Anexo 1

³ Anexo 2. Noticias Relacionadas con la Variable Inseguridad Pública

⁴ Anexo 4. Gráfico para mostrar el crecimiento de la inseguridad.

⁵ Anexo 3. Noticias Relacionadas con la Variable Imagen de la Policía.

AMENAZAS	POSIB.	GRAVE.
<ul style="list-style-type: none"> El 50% de los empleados de este rubro, en la provincia, se mantiene en negro⁶. 	3	3
<ul style="list-style-type: none"> gran evolución y cantidad de innovaciones que se desarrollan en el ámbito de la seguridad; ya sea en el tema alarmas, cámaras, detectores, etc.; que podrían suplantar la seguridad física. 	3	3
<ul style="list-style-type: none"> Cambios en costos, aumentos y variaciones en la escala salarial. 	3	3
<ul style="list-style-type: none"> Muchos competidores. 	2	3
<ul style="list-style-type: none"> Buena cantidad de Nuevos Ingresantes. 	2	3
<ul style="list-style-type: none"> Competencia con la estructura suficiente para igualarlos. 	2	3
<ul style="list-style-type: none"> Muchos competidores ilegales por debajo del precio de GYCCS S.R.L.. (Competencia desleal.) 	3	3
<ul style="list-style-type: none"> Fortalecimiento del gremio de vigiladores. 	2	2

ESCALAS:

- 1)-Posiblemente.
- 2)- Muy Posiblemente
- 3)- Con Total Seguridad

- 1) Incide Desfavorablemente.
- 2) Incide Muy Desfavorablemente.
- 3) De extrema Gravedad.

⁵ Diario Comercio y Justicia. Anexo 1.

Anexo 9. Ubicación de Séxtuples en Córdoba. (fuente Braver)

SEXTUPLES CORDOBA
LISTADO GENERAL DE UBICACIONES

UBICACIONES	CANT
(SEXT/)/24 DE SETIEMBRE 1499 ESQ. ROMA	1
(SEXT/)/ARTIGAS 287 COLEGIO SANTO TOMAS	2
(SEXT/)/ARTURO M. BAS 192 ESQ. CASEROS	5
(SEXT/)/ARTURO M. BAS 33 CASI DEAN FUNES	2
(SEXT/)/AV. A. SABATTINI 3190 PUENTE HIPER	1
(SEXT/)/AV. C. BARROS 10 ESQ AVELLANEDA	1
(SEXT/)/AV. C. BARROS 25 PUENTE AVELLANEDA	2
(SEXT/)/AV. CARAFFA 2691 ESQ CUENCA	5
(SEXT/)/AV. COLON 4750	3
(SEXT/)/AV. COLON 4830 FRENTE CARREFOUR	10
(SEXT/)/AV. COLON 5283 ESQ. DUARTE QUIROS	2
(SEXT/)/AV. F. AEREA 1831	1
(SEXT/)/AV. F. AEREA 3218 ESQ. COMECHINGONES	4
(SEXT/)/AV. GAUSS 5502	2
(SEXT/)/AV. JUAN B. JUSTO 2500 ESQ. ANTONIO DEL VISO	1
(SEXT/)/AV. JUAN B. JUSTO 3800 EX BANCO	6
(SEXT/)/AV. M. P. CABRERA 2850	6
(SEXT/)/AV. M. P. CABRERA 4318	1
(SEXT/)/AV. M. P. CABRERA 4561	1
(SEXT/)/AV. M. P. CABRERA 4900 PAJAS BLANCAS CENTER	2
(SEXT/)/AV. MAIPU 664	1
(SEXT/)/AV. O. PINTO 1020	1
(SEXT/)/AV. P. RICHIERI 3182 FRENTE CANCHA TALLERES	1
(SEXT/)/AV. PUEYRREDON 400 ESQ M. T. DE ALVEAR	1
(SEXT/)/AV. PUEYRREDON 640	5
(SEXT/)/AV. R. MARTINOLI 6377	2
(SEXT/)/AV. R. NUÑEZ 4294 ESQUINA ROQUE FUNES	1
(SEXT/)/AV. R. NUÑEZ 4400 PASANDO EX PREDIO LV3	3
(SEXT/)/AV. SANTA FE 346	1

(SEXT/)AV. SARMIENTO 1182 (COLEGIO)	2
(SEXT/)AV. SARMIENTO 670	2
(SEXT/)AV. V. SARSFIELD 1100	1
(SEXT/)AV. V. SARSFIELD 702 ESQ. LAPRIDA	1
(SEXT/)BALCARCE 291	4
(SEXT/)BEDOYA (PASO A NIVEL) 0	2
(SEXT/)BELGRANO 176 ENTRE CASEROS Y 27 DE ABRIL	1
(SEXT/)BUENOS AIRES 600 ESQ. SAN LORENZO	1
(SEXT/)BV. ARTURO ILLIA 526	1
(SEXT/)BV. D. PERON 12	1
(SEXT/)BV. D. PERON 180 FTE. TERMINAL	2
(SEXT/)BV. D. PERON 701 NUDO VIAL	4
(SEXT/)BV. GUZMAN 195 ESQ. EMILIO OLMOS	3
(SEXT/)BV. LOS ALEMANES 5800	2
(SEXT/)C. ROJA Y PTE. V. SARSF. 4	1
(SEXT/)CAMPILLO 170 ESQ. M ROMERO	1
(SEXT/)CATAMARCA 810 ESQ. OVIDIO LAGOS	1
(SEXT/)CORRIENTES 10 ESQUINA INDEPENDENCIA	1
(SEXT/)CORRIENTES 600 ESQ. BALCARCE	3
(SEXT/)CORRO 282 ESQ. DUARTE QUIROS	4
(SEXT/)COSTANERA (N) 1000 PASANDO PTE. CANTON	1
(SEXT/)COSTANERA (N) 500 DEBAJO PUENTE ANTARTIDA	1
(SEXT/)COSTANERA (S) 1634	2
(SEXT/)COSTANERA (S) 1750 CERVECERIA CORDOBA	7
(SEXT/)COSTANERA (S) 3220	5
(SEXT/)COSTANERA (S) 710	4
(SEXT/)DIAGONAL ICA 1900 ESQ PINAGASTA	1
(SEXT/)DUARTE QUIROS 1701	7
(SEXT/)DUARTE QUIROS 3000 ESQUINA VELEZ	2
(SEXT/)DUARTE QUIROS 710 COLEGIO SANTO TOMAS	1
(SEXT/)DUARTE QUIROS 790 COLEGIO SANTO TOMAS	1
(SEXT/)ELIAS YOFRE 1294 ESQ. RICHIERI	1
(SEXT/)EMILIO LAMARCA 3683 ESQUINA LAGOS	1
(SEXT/)EMILIO LAMARCA 4225 AL LADO COLEGIO MARK TWIN	1
(SEXT/)ESQUIU 1411 ESQ. POTOSI	2
(SEXT/)FRAGUEIRO 550	2

(SEXT/)FRAY LUIS BELTRAN 2556	1
(SEXT/)HUGO WAST 4629 FRENTE ROTONDA	4
(SEXT/)HUMBERTO PRIMO 500 ESQ. JUJUY	3
(SEXT/)INDEPENDENCIA 1263	1
(SEXT/)J. LUIS DE CABRERA 240 ESQ. RIVADEO	6
(SEXT/)JUJUY 550 ENTRE MITRE Y H. PRIMO	1
(SEXT/)LAVALLEJA (VIADUCTO) 0	6
(SEXT/)LAVALLEJA 2200 ESQ. MIGUEL DE CERVANTES	1
(SEXT/)LIMA 437	1
(SEXT/)MARCELO T DE ALVEAR 1110 ESQ. BRASIL	3
(SEXT/)MARTIN GARCIA 1400	1
(SEXT/)MONSEÑOR DANDREA 991	2
(SEXT/)OBISPO ORO 100 ESQ BUENOS AIRES	1
(SEXT/)OBISPO SALGUERO 321	2
(SEXT/)OBISPO SALGUERO 387 ESQ. BV ILLIA	2
(SEXT/)PALESTINA (VIADUCTO) 0	2
(SEXT/)PARANA 479	1
(SEXT/)PEREDO 138 ENTRE O. TREJO Y V. SARSFIELD	1
(SEXT/)PRINGLES 520	2
(SEXT/)QUINQUELA MARTIN 2802	1
(SEXT/)RINCON 2200 ESQ. GARIBALDI	2
(SEXT/)ROMA 1201 ESQ. CHARCAS	2
(SEXT/)ROQUE SAENZ PEÑA (VIADUCTO) 0	4
(SEXT/)SALTA 350	1
(SEXT/)SAN LORENZO 100 ENTRE BS AS E INDEPENDENCIA	1
(SEXT/)SANTIAGO DEL ESTERO 367	1
(SEXT/)TUCUMAN 440 ENTRE SANTA ROSA Y H. PRIMO	1
(SEXT/)VALPARAISO 3251 ESQ. PEDRO INCHAUSPE	1
TOTAL	206