



UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO

UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

MODELO DE NEGOCIO “SWEET HOME”

PLAN DE MARKETING

Elaborado por:

ALVARADO TELCAN ANGEL ENRIQUE

Tutoría por: Laura Guerrero C

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

Guayaquil, Ecuador
Agosto, 2023

2. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Alvarado Telcan Angel Enrique** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación “Modelo de Negocio Sweet Home: Plan de marketing”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “Sweet Home”.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes **Franco Sánchez Geraldine Katherine, Herrera Vera Marcos David, Mendoza Peralta Wilson Orlando y Rodríguez Mariscal Diana Stefanía.**

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.



Alvarado Telcan Angel Enrique
0751098633

Declaro que

Yo, **Alvarado Telcan Angel Enrique** en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación **“Modelo de Negocio Sweet Home: Plan de marketing”** de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Así mismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



Alvarado Telcan Angel Enrique
0751098633

3. RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto "Sweet Home" se centra en ofrecer servicios de mantenimiento preventivo, reparación y remodelación del hogar en la ciudad de Guayaquil. El enfoque diferenciador se basa en la rapidez, calidad, experiencia, seguridad y precio justo, con el objetivo de liderar el mercado de mantenimiento y reparación del hogar. La estrategia se basa en una investigación de mercado exhaustiva que identificó un mercado potencial compuesto por propietarios de viviendas, inquilinos, pequeñas empresas y locales comerciales.

El análisis interno de la empresa destaca la capacitación y experiencia de los colaboradores, eficiencia en los procesos operativos, calidad del servicio, gestión financiera responsable y cumplimiento normativo como elementos clave. La cultura organizacional y la estrategia de marketing también son fundamentales para establecer la imagen de "Sweet Home" como un socio confiable y competente en el sector.

Las estrategias competitivas adoptadas por "Sweet Home" se enfocan en liderazgo de costos y diferenciación. En la estrategia de liderazgo de costos, se busca evitar precios demasiado bajos que puedan afectar la percepción de calidad y seguridad por parte de los clientes. Los precios se plantean de manera ascendente a largo plazo, pero siempre por debajo de la competencia, considerando el reconocimiento de la marca.

La estrategia de diferenciación se apoya en el continuo desarrollo y actualización de las habilidades del personal para optimizar y estandarizar los procesos. Esto permite ofrecer calidad y seguridad, aspectos que se diferencian de los vendedores informales y se vuelven un valor agregado para las empresas formales.

En resumen, el plan de negocio para "Sweet Home" se sustenta en una investigación de mercado profunda y un análisis interno sólido. La estrategia de liderazgo en costos y

diferenciación, junto con un enfoque en calidad y seguridad, posiciona a la empresa de manera efectiva en el mercado de mantenimiento y reparación del hogar en Guayaquil. La visión a largo plazo y el compromiso con la excelencia respaldan la aspiración de "Sweet Home" de ser líder en el sector y generar un impacto positivo en la comunidad a la que atiende.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de **Alvarado Telcan Angel Enrique, Franco Sánchez Geraldine Katherine, Herrera Vera Marcos David, Mendoza Peralta Wilson Orlando, Rodríguez Mariscal Diana Stefanía** y explica el plan de negocios del proyecto denominado "SWEET HOME"; por tal razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

4. PALABRAS CLAVE

Mantenimiento, Remodelación, Construcción, Hogar, Personal capacitado

5. CONSIDERACIONES ÉTICAS

La propuesta de nuestro negocio Sweet Home nace y se desarrolla de la mano de nuestros principios éticos y morales de hacer lo correcto, en participación voluntaria de aportación de ideas de todos los integrantes de nuestro equipo de trabajo.

Declaro que todos los datos son de nuestra autoría que han sido recopilados a través de una investigación profesional y que solo corresponden a nuestro proyecto de negocio donde se ha respetado la propiedad intelectual de terceros.

6. ÍNDICE DE CONTENIDO

Contenido

2. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN	2
3. RESUMEN EJECUTIVO	4
4. PALABRAS CLAVE	5
5. CONSIDERACIONES ÉTICAS	5
6. ÍNDICE DE CONTENIDO	6
7. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN	7
8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO	10
9. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO.....	12
10. GERENCIA DE PLAN DE MARKETING	16
1.1 Estrategia Competitiva.....	16
1.2 Diferenciales	18
Estrategias de diferenciación en el diseño y desarrollo del Servicio	19
Estrategia de diferenciación: Diseños con acabados profesionales	19
Estrategia de diferenciación; Calidad del producto y servicio	20
Estrategia de diferenciación con un enfoque de costes	21
1.3 Posicionamiento.....	22
1.3.1.1 Buyer Persona	24
1.3.1.2 Objetivos de Marketing	25
1.3.1.3 Estrategia para alcanzar los objetivos.....	26
1.3.1.4 Marketing Mix.....	27
Producto.....	27
Plaza	27
Promoción.....	30
Precio	31
Personas.....	34
Procesos	38
Prueba Física	44
Conclusiones	45
Recomendaciones.....	46
Reflexión	47

7. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

Antecedentes

La problemática relacionada con la necesidad de mantenimiento preventivo, reparación y remodelación del hogar en Guayaquil pueden estar vinculados a diversos factores socioeconómicos, demográficos y urbanos. A continuación, se mencionan algunos antecedentes que contribuyen a esta problemática:

Crecimiento Urbano: El crecimiento rápido y desordenado de las ciudades, como Guayaquil, puede llevar a un aumento en la demanda de servicios de mantenimiento y reparación debido al envejecimiento de la infraestructura y la falta de planificación adecuada.

Deficiencias en la Construcción: Las deficiencias en la construcción de viviendas y edificios pueden llevar a problemas estructurales y de calidad a lo largo del tiempo, lo que requiere trabajos de reparación y remodelación.

Falta de Mantenimiento: Muchas propiedades pueden no haber recibido el mantenimiento adecuado a lo largo de los años, lo que puede resultar en daños y desgaste que requieren reparaciones significativas.

Cambios Climáticos: Los cambios en el clima pueden afectar negativamente las estructuras de las viviendas, lo que resulta en la necesidad de reparaciones y mejoras para resistir condiciones climáticas adversas.

Envejecimiento de la población: Una población envejecida puede tener dificultades para realizar tareas de mantenimiento y reparación por sí misma, lo que aumenta la demanda de servicios profesionales.

Estilo de Vida Moderno: Los propietarios de viviendas pueden tener horarios ocupados y limitado tiempo libre, lo que los lleva a depender más de servicios de mantenimiento y reparación en lugar de hacerlo por sí mismos.

Valoración de la propiedad: La inversión en el mantenimiento y remodelación de una vivienda puede aumentar su valor en el mercado, lo que incentiva a los propietarios a buscar estos servicios.

Normativas y Regulaciones: Cambios en las regulaciones de construcción y seguridad pueden requerir que los propietarios realicen modificaciones en sus hogares para cumplir con los estándares actuales.

Aumento en la Conciencia: La creciente conciencia sobre la importancia de mantener y mejorar las propiedades puede haber aumentado la demanda de servicios de mantenimiento y remodelación.

Tecnología y Diseño: Las tendencias cambiantes en el diseño de interiores y la tecnología pueden impulsar la necesidad de remodelaciones y actualizaciones en los hogares.

Estos son los antecedentes que contribuyen a la problemática de la necesidad de servicios de mantenimiento preventivo, reparación y remodelación del hogar en Guayaquil. La combinación de estos factores puede llevar a una demanda creciente de profesionales y empresas que ofrezcan soluciones en este campo.

Justificación

Mantenimiento Preventivo para la Seguridad: Las reparaciones y mejoras regulares no solo mantienen la apariencia y comodidad del hogar, sino que también aseguran su seguridad. Los problemas no abordados, como instalaciones eléctricas defectuosas o filtraciones de agua, pueden convertirse en riesgos para la seguridad.

Preservación de la Inversión: Las viviendas son una inversión significativa. El mantenimiento y las remodelaciones adecuadas pueden aumentar el valor de la propiedad y prevenir la depreciación a largo plazo.

Bienestar y comodidad: Un hogar en buenas condiciones contribuye al bienestar y la calidad de vida de sus habitantes. Las reparaciones y mejoras pueden crear un entorno más cómodo y funcional.

Cumplimiento Normativo: Los cambios en las regulaciones de construcción y seguridad pueden requerir que los propietarios realicen modificaciones en sus hogares para cumplir con los estándares actuales.

Generación de Empleo y Estímulo Económico: La industria de mantenimiento y remodelación del hogar puede generar empleo y contribuir al crecimiento económico local.

Mejora de la Imagen Urbana: El mantenimiento y la mejora de las viviendas contribuyen a la mejora estética y atractivo de las comunidades urbanas.

Promoción de la Sostenibilidad: Las remodelaciones pueden incluir mejoras en la eficiencia energética y el uso de materiales sostenibles, lo que contribuye a la conservación del medio ambiente.

La justificación de la problemática de la necesidad de mantenimiento preventivo, reparación y remodelación del hogar en Guayaquil están arraigados en la necesidad de garantizar la seguridad, el bienestar y la inversión de los propietarios, así como en el contexto de crecimiento urbano y envejecimiento de las edificaciones. Estos factores resaltan la importancia de los servicios de mantenimiento y remodelación en la ciudad.

8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO

Objetivo General

Brindar a nuestros clientes un servicio de mantenimiento preventivo y reparación del hogar de alta calidad, eficiente y confiable. Nos esforzamos por asegurar que sus instalaciones eléctricas, tuberías de agua potable y la infraestructura de sus hogares estén en condiciones óptimas y seguras. Queremos ser el proveedor preferido de servicios para el mantenimiento y reparación del hogar, ofreciendo soluciones integrales que generen confianza y satisfacción en nuestros clientes.

Objetivos Específicos

- Optimizar nuestros procesos de trabajo para poder abordar y resolver los problemas de nuestros clientes de manera rápida y eficiente. Esto implica contar con personal calificado y herramientas adecuadas para realizar las tareas con prontitud.
- Garantizar materiales y repuestos de calidad en todas nuestras reparaciones y mantenimientos. Buscamos superar las expectativas de nuestros clientes, proporcionando soluciones duraderas que contribuyan a la satisfacción a largo plazo.
- Asegurar la disponibilidad las 24 horas del día, los 7 días de la semana, para atender cualquier emergencia que puedan enfrentar nuestros clientes. Queremos ser el socio confiable al que puedan recurrir en cualquier momento de necesidad.
- Demostrar ser confiable y honesto en todas las interacciones con los clientes. Buscamos ganarnos la confianza de nuestros clientes a través de un servicio transparente y profesional.

- Estar al tanto de las últimas tecnologías y prácticas sostenibles en el campo del mantenimiento y reparación del hogar. Buscaremos soluciones innovadoras que ayuden a reducir el impacto ambiental y promuevan la eficiencia energética.

9. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO

El modelo de negocio propuesto para "Sweet Home", que se enfoca en el mantenimiento, la remodelación y construcciones menores en hogares en el mercado ecuatoriano, se caracteriza por su estrategia de diferenciación y enfoque en la satisfacción del cliente. Aquí está una explicación ejecutiva de los aspectos clave de este modelo de negocio:

ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

Existe una demanda innegable en el mercado ecuatoriano para el mantenimiento, la remodelación y construcciones menores en hogares. Sin embargo, se considera que no se han realizado esfuerzos suficientes en estrategias de marketing para posicionar una marca que sea un referente en esta actividad. El poder de rivalidad de la industria se considera moderadamente desfavorable debido a la falta de diferenciación entre los competidores. Se propone una estrategia clara de diferenciación, una propuesta agresiva de penetración de mercado y posicionamiento para generar una identidad reconocida en el área de acción.

ESTRATEGIAS GENÉRICAS Y CICLO DE VIDA

En cuanto a las estrategias genéricas, se propone la estrategia de diferenciación para ganar el mercado frente a la competencia. Se proyectan diferentes estrategias desde distintas perspectivas para que el consumidor pueda recibir la información y se logre llamar la atención que constituye ese plus en la sociedad como fuerza de marca.

En cuanto al ciclo de vida, se indica que el servicio de mantenimiento, remodelación y reparaciones menores de Sweet Home se encuentra en la etapa de introducción, ya que la compañía está en proceso de creación y necesita una inversión inicial. Se aplicará la estrategia de penetración de mercado mediante diferentes recursos o medios ATL, BTL y OTL para

posicionar la marca como una nueva y fresca propuesta o alternativa, innovadora, económica y de calidad.

DESIGN THINKING

“Sweet Home” utiliza el enfoque de Design Thinking para la validación de la propuesta. Se realiza un análisis detallado de las necesidades y deseos de los clientes potenciales, se identifican los problemas y se proponen soluciones creativas e innovadoras para satisfacer las necesidades de los clientes. Se busca entender las emociones y motivaciones de los clientes para poder ofrecer soluciones personalizadas y adaptadas a sus necesidades. Además, se utiliza el Design Thinking para la creación de un plan de marketing que incluye estrategias ATL, BTL y OTL para posicionar la marca y diferenciarla de la competencia.

ESTUDIO DE MERCADO

Sweet Home se centra en proporcionar servicios integrales de mantenimiento preventivo, reparación y remodelación del hogar para propietarios de viviendas, inquilinos, pequeñas empresas, comunidades residenciales y más en la ciudad de Guayaquil. El enfoque principal es brindar soluciones confiables y de alta calidad para resolver problemas relacionados con cualquier daño o emergencia dentro del hogar u oficina.

Propuesta de Valor:

Sweet Home se destaca por su enfoque en la seguridad, la calidad y la disponibilidad 24/7. Ofrece servicios con personal capacitado, garantizando un trabajo confiable y seguro.

Segmentos de Clientes:

El negocio se dirige a propietarios de viviendas, inquilinos, pequeñas empresas, comunidades residenciales y empresas inmobiliarias en Guayaquil. Estos segmentos tienen

diversas necesidades de mantenimiento y reparación en sus propiedades y requieren soluciones confiables y convenientes.

Relación con el Cliente:

La relación con el cliente se basa en la confianza y la satisfacción. Sweet Home se compromete a brindar un servicio excepcional y una experiencia positiva para sus clientes.

Establece una comunicación fluida y atiende las necesidades y preocupaciones de los clientes de manera efectiva.

Recursos Clave:

Los recursos clave incluyen un equipo de técnicos capacitados, herramientas y equipos de alta calidad, alianzas estratégicas con proveedores y empresas inmobiliarias, una plataforma de gestión de servicios eficiente y una sólida estrategia de marketing.

Actividades Clave:

Las actividades clave abarcan desde la capacitación continua del personal, la gestión de solicitudes de servicio, la realización de reparaciones y mantenimiento en los hogares y locales comerciales, hasta la promoción y la construcción de relaciones con clientes.

El modelo de negocio de Sweet Home se basa en ofrecer servicios de mantenimiento y reparación del hogar de alta calidad, seguros y confiables, con una fuerte presencia en línea, atención a las necesidades del cliente y una estrategia de marketing efectiva para establecerse como líder en el sector en la ciudad de Guayaquil.

VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Los resultados del producto mínimo viable evidenciaron que el público da valor a la seguridad y calidad del servicio, por lo que se propone destacar estas variables en el plan de marketing para tener un mayor posicionamiento de la propuesta de valor con los clientes. Por lo

tanto, se puede inferir que la seguridad y calidad del servicio son las principales variables que dan un resultado positivo a la validación de la propuesta.

PLAN DE MARKETING

El plan de marketing propuesto en "Sweet Home" tiene varios aportes importantes, entre ellos:

1. Posicionamiento de marca: El plan de marketing propone una estrategia clara de diferenciación y una propuesta agresiva de penetración de mercado y posicionamiento para generar una identidad reconocida en el área de acción.
2. Segmentación de mercado: Se identifican los segmentos de mercado más atractivos y se proponen estrategias específicas para cada uno de ellos.
3. Estrategias ATL, BTL y OTL: El plan de marketing incluye estrategias ATL (Above The Line), BTL (Below The Line) y OTL (Online) para llegar a los clientes potenciales de diferentes maneras y en diferentes canales.
4. Análisis de la competencia: Se realiza un análisis de la competencia para identificar las fortalezas y debilidades de los competidores y poder diferenciarse de ellos.
5. Medición de resultados: Se establecen indicadores de desempeño para medir los resultados de las estrategias de marketing y poder hacer ajustes en caso de ser necesario.

Los principales aportes del plan de marketing son el posicionamiento de marca, la segmentación de mercado, las estrategias ATL, BTL y OTL, el análisis de la competencia y la medición de resultados. Todo esto contribuye a la creación de una marca reconocida y atractiva para los clientes potenciales, lo que se traduce en un aumento de las ventas y la rentabilidad de la empresa

10. GERENCIA DE PLAN DE MARKETING

1. La posición estratégica

En la posición estratégica se tiene como objetivo mejorar el posicionamiento de la empresa en el mercado, de la forma en que nuestros clientes y el público en general nos percibe, Sweet home tiene como posición estratégica lo siguiente:

- Brindar un servicio a nuestros clientes con acabados de calidad para que alcancen la satisfacción deseada y asegurar su integridad con el personal capacitado y especializado.

1.1 Estrategia Competitiva

Las diferentes estrategias competitivas se las proyectará desde distintas perspectivas, para que el consumidor pueda recibir una información clara, con eso no solo se generará el valor empresarial que se está buscando, sino que también se logrará llamar la atención que constituye ese plus en la sociedad como fuerza de marca generando una posición rentable en la industria. Para nuestra empresa dedicada a la construcción, remodelación y mantenimiento del hogar, ganar el mercado frente a las grandes competencias como las empresas de mantenimiento y el sector informal es lo más importante, por tal motivo nuestra estrategia debe considerar los gustos y preferencias de los clientes, se debe analizar el mercado, a la competencia, proveedores y aquellos aliados estratégicos potenciales que ayudarán a conseguir los objetivos empresariales. A continuación, se detalla la estrategia competitiva con la que trabajamos.

Estrategia Competitiva	
Detalle	Objetivo
Líder de Costos	Precios acordes al mercado
Estrategia de diferenciación	Servicio al cliente Acabados profesionales Asesoramiento técnico gratuito. Tiempo de respuesta 24/7

Estrategia competitiva: Líder de costos

Nuestra empresa cuenta con la ventaja competitiva de precios acordes al mercado, nos hemos centrado en presentar un producto de alta calidad con un costo asequible para nuestros consumidores y que no escatimen en elegir nuestro servicio.

Para esto nos hemos centrado en presentar la mejor relación en calidad-precio, para lograr esto se deben de llegar a acuerdos con nuestros principales proveedores para que nos ofrezcan precio diferencial en los productos de más alta rotación, lograr la estandarización de los productos siguiendo y basándonos en las especificaciones técnicas de los productos, para definir qué productos utilizar para los diferentes tipos de trabajos y cubrir la necesidad de nuestros clientes.

P R E C I O	Alto			
	Medio			★
	Bajo			
		Bajo	Medio	Alto
	CALIDAD			

Fuente: Elaboración propia

Estrategias de diferenciación: Monitorear el servicio y Seguridad (Servicio al Cliente)

Para brindar seguridad a nuestros clientes, colaboradores y conocer la calidad de nuestros trabajos realizados, tenemos las estrategias de monitorear y auditar nuestros servicios, esta estrategia nace porque nuestro éxito depende de la satisfacción del cliente, para esto nos hemos centrado en medir nuestros índices de ventas, el buen trato que reciben los clientes, la calidad de los trabajos realizados, entre los otros puntos que nos concentramos son los siguientes:

- Duración del tiempo de llegada de nuestros colaboradores.
- Nuestra cadena logística.

- Respuesta a las emergencias.
- Trato y relación de los clientes.

Así, en cuanto tengamos la información, estaremos un paso adelante, porque nos permite tomar las decisiones, esto nos permite evaluar todas las alternativas para llegar a una estrategia de solución y mejora.

1.2 Diferenciales

“El éxito de una empresa diferenciada radica en el desarrollo de atributos excepcionales del producto y en el desempeño de procesos con un claro enfoque al servicio” (Juan Francisco Rosado Samaniego, 2016).

Cada día, los gustos de los clientes cambian, las personas buscan cosas nuevas, nuevas experiencias que los lleven a alcanzar la satisfacción, de igual forma al momento de invertir en el hogar, conocemos que en este mercado siempre busca personal o mano de obra de confianza y que demuestre sus conocimientos en el área, porque invertir en el hogar es una inversión para toda la vida, así mismo se conoce que se debe de darle un mantenimiento a nuestras viviendas de manera preventiva es mucho mejor, antes que correctiva, porque el gasto es mayor.

De acuerdo con nuestro análisis, la mejor estrategia para beneficio de la empresa como tal es la “Estrategia de diferenciación”, esta nos permitirá destacar entre los clientes con la propuesta de valor que se detalla posteriormente, logrando que nuestra curva de demanda sea positiva. No solo debemos diferenciarnos por los buenos precios, existen muchos competidores en la industria que pueden ofrecer la misma calidad del producto de manera homogénea. Para poder ser diferentes, las estrategias deben de ser enfocadas de manera que nuestros productos y servicios se posicionen en la mente del consumidor, y aumentar la curva de la demanda.

En el mercado existe mucha competencia que ofrecen los diferentes servicios de mantenimientos en el hogar, pero, nosotros como “Sweet Home” una empresa dedicada a la construcción, mantenimientos y reparaciones para el hogar, contamos con diferentes estrategias de diferenciación, con el objetivo de ser la empresa favorita en la mente de los consumidores, de los cuales detallamos las siguientes:

Estrategias de diferenciación en el diseño y desarrollo del Servicio

Nuestras estrategias están diseñadas para ofrecer a nuestros clientes un trato y un servicio de calidad garantizada, para lograr, como empresa hemos decidido incluir en nuestros planes de contratación a profesionales que cumplan con los perfiles requeridos y que sean especializados en las funciones encomendadas, de tal manera se lograr tener un personal organizado y coordinado, también que cuenten con capacitaciones en atención al cliente y que siempre tenga la vocación de realizar los trabajos de manera eficiente, de calidad y capacitados para que estén seguro que los trabajos cumplan con las especificaciones que da el cliente y que cumpla con las necesidades requeridas.

Estrategia de diferenciación: Diseños con acabados profesionales

El contar con profesionales especializados en el área de la prevención y reparaciones en los hogares hace que los trabajos sean eficientes y garantizados, logrando que los servicios a ofrecer se adapten a la necesidad y exigencia del cliente, haciendo que las demandas de los productos diseñados sean muy atractivos para ellos.

Aquí contamos con un factor muy determinante en el posicionamiento del mercado, porque a través de los trabajos reflejamos los distintos gustos del consumidor y expresar cuáles son sus deseos en las distintas obras, superando sus expectativas.

Estrategia de diferenciación; Calidad del producto y servicio

Al hablar de calidad se piensa solo en algún producto determinado, pero nuestra estrategia engloba todo lo que se refiere al ámbito empresarial: servicios y productos.

Contar con productos que no tengan defectos permite que se genere el valor que se requiere, para ello primero se debe de evaluar la calidad de los proveedores. También brindar un servicio con calidad hace la fidelización de los clientes, que trae como consecuencia que se conviertan poco a poco en pequeños clientes potenciales y recomienden a sus amigos y familiares. El cumplir con sus requerimientos de manera rápida hace que se genere un impacto positivo, que solo la misma empresa podrá hacer desaparecer si la calidad disminuye.

Contar con una excelente calidad en los productos hace que los trabajos realizados queden de una manera diferente y sean más duraderos, ofrecer un producto sin defectos permite competir en la industria, teniendo los beneficios seguros, los productos serán especializados para los usos que se requieran y no se forzarán a la empresa a buscar maneras de competir y generar diferentes estrategias que no puedan resultar útiles. Al sumarle la calidad de la atención y servicio hace que cada trabajo sea productivo y rentable.

Se tiene en cuenta que el estilo de acabados en remodelación siempre dependerá del poder adquisitivo del cliente, así la prevención y reparaciones en los hogares serán de gran variedad de precios, pero con calidad asegurada, en donde los únicos que tienen el poder de decidir cuál se elegirá, serán los clientes.

Además, contaremos con servicios de valores agregados con un trato de calidad excelente y exclusiva para nuestros clientes, como:

- **Asesoramiento técnico gratuito para futuros proyectos**

Servicio post venta y acompañamiento gratuito para futuros proyectos de los clientes, al adquirir cualquiera de nuestros servicios.

Estrategia de diferenciación con un enfoque de costes

En esta estrategia de diferenciación ponemos bastante énfasis, porque nos permite competir de manera directa en el mercado con los servicios parecidos, para lograrlo, trabajamos en nuestra cadena logística para que nuestros procesos sean mucho más efectivos y económicos, reduciendo los gastos innecesarios, como la movilidad y tiempos de espera, también contar con políticas que permitan tener las herramientas adecuadas para los diversos trabajos a realizar, logrando la reducción de tiempos, con el fin de adaptarnos a la necesidad del negocio. A continuación, se presentan las estrategias que nos hacen diferentes ante el mercado de la competencia.

Paquetes de construcción y remodelación estandarizados:

Sweet Home pondrá a disposición dentro de su portafolio de servicios, paquetes de construcción y remodelación estandarizados para mantener una opción prediseñada para aquellos clientes que no tengan una idea de cómo remodelar sus espacios interiores o requieran un trabajo más pequeño, realizado en el menor tiempo posible.

Segmentación por tipo de materiales y ajustándose al presupuesto del cliente

Se realizará una segmentación interna de clientes, para valorar y clasificar de acuerdo con el presupuesto de cada familia.

- **Bonificación limitada para clientes que adquieran nuestros servicios**

Se realizará la entrega de un servicio gratuito de arreglo de jardín básico o poda de plantas al adquirir cualquiera de nuestros servicios de remodelación. Esto para Sweet Home es otorgar un regalo o beneficio a nuestros clientes por confiar en nuestro trabajo.

Se otorgarán descuentos o la exoneración de los servicios por mantenimientos de un aire acondicionado a nuestros clientes en las temporadas de calor, como bonificación por preferirnos. El objetivo de estas bonificaciones es contar con una ventaja competitiva y aumentar nuestra productividad en la venta de nuestros servicios, de igual manera incentivar a nuestros clientes a que nos sigan prefiriendo y formalizar más ventas.

Adicional también da la seguridad que el servicio será de calidad, tanto de manera física, donde no se pondrá en riesgo la seguridad física del cliente y del diseño, donde se proyectarán los gustos y las necesidades sociales generando un estímulo de afecto. En la seguridad física es para salvaguardar la integridad de nuestros clientes, aquí nosotros como empresa cuando contraten nuestros servicios enviaremos a nuestros clientes la información de nuestro personal que se dirigirá a su hogar, como su fotografía, credencial de identidad y un código QR para que pueda verificar su identidad.

1.3 Posicionamiento

Sweet Home, tiene definido su público objetivo, su segmento de mercado y el estilo de vida del cliente. Con la estrategia de posicionamiento tenemos como objetivo centrarnos en la atención del consumidor, con nuestra estrategia de diferenciación estamos demostrando cuales van a ser nuestros beneficios, el valor agregado y por qué sería la mejor opción a elegirnos entre la competencia.

Nuestro posicionamiento principal está centrado en la **calidad, precio y seguridad brindada** en nuestro trabajo, dando la garantía de que los servicios cuentan con calidad, durabilidad, reparabilidad y confiabilidad, de tal forma demostrar que tenemos como objetivo poder cubrir todas las necesidades que se puedan presentar en el hogar, sin importar el horario de atención. Nuestros trabajos serán realizados con materiales de alta calidad y garantizando el

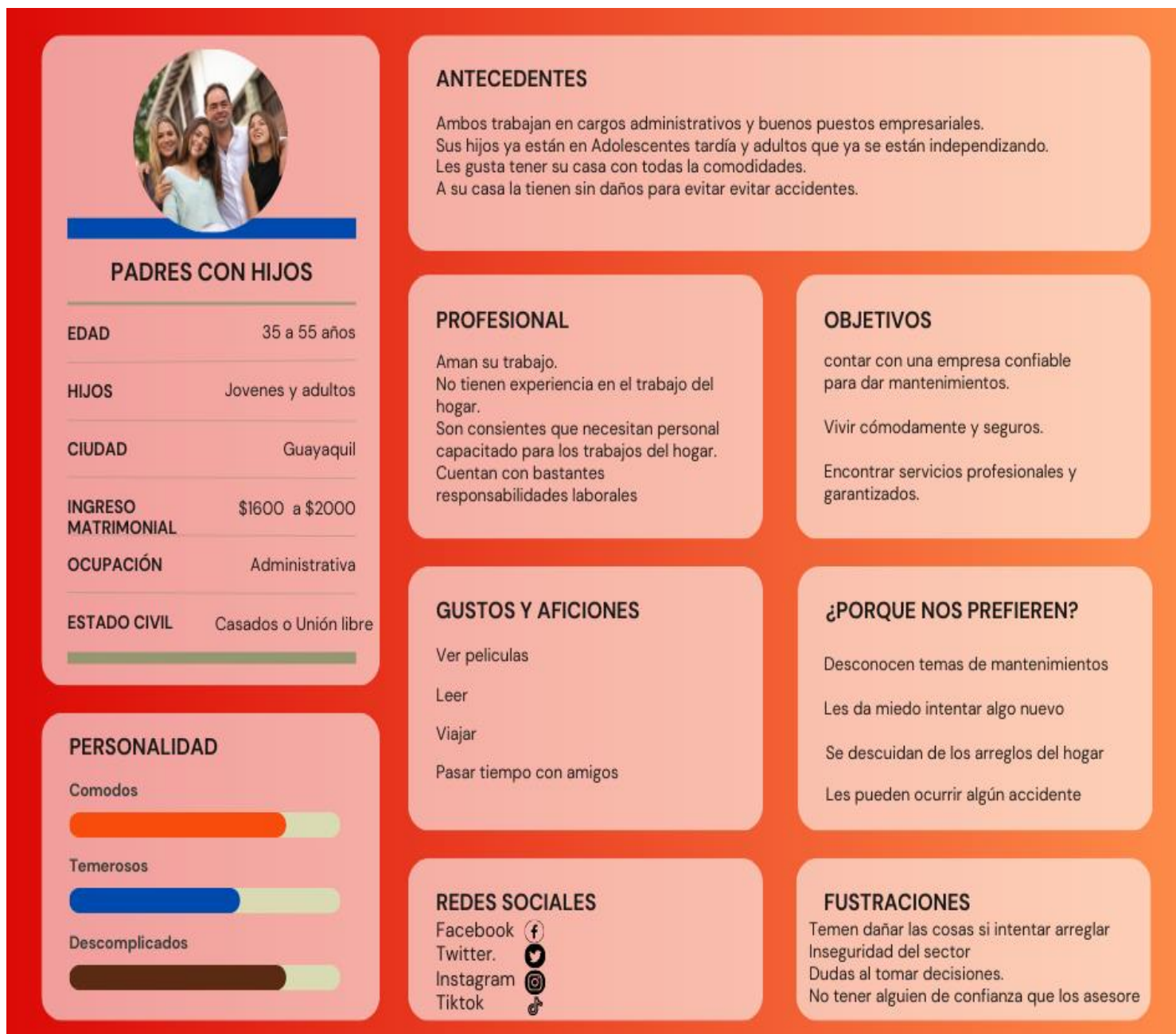
trabajo final, así mismo se darán las opciones de que el cliente elija una opción más económica, pero perdiendo la garantía de la calidad de los materiales.

Como empresa tenemos claro que mientras más nos posicionamos en la mente del consumidor, tendremos mucha más ventaja competitiva frente al mercado que nos rodea, por eso usamos los canales de comunicación, porque a través de estos canales logramos recaudar información confiable sobre los consumidores y plantear estrategias de marketing para un posicionamiento estratégico y sobre la competencia para forjar una mejor estrategia competitiva.

Nos fijamos en los consumidores para lograr posicionarnos de manera sólida y formaremos una conexión directa, conociendo si su estilo de vida cambia, sus preferencias, sus necesidades y temores, al igual nos permite conocer más a nuestros competidores, sobre precios, atención al cliente y cuál es su estrategia de posicionamiento.

Al contar con toda esta información identificamos que nuestra estrategia de posicionamiento es única en el mercado, nuestros competidores directos, como las empresas de seguros y los trabajadores informales no cuentan con un posicionamiento, así como el que nosotros estamos brindando, por lo que definimos nuestro posicionamiento como eficaz.

1.3.1.1 Buyer Persona



Fuente: Elaboración propia

1.3.1.2 Objetivos de Marketing

Sweet Home, se plantea los siguientes objetivos para su campaña de marketing:

Ser referentes en redes sociales: Planeamos forjar una campaña online a través de las redes sociales para que nos conozcan como empresa, nos sepan diferenciar por nuestros anuncios, compartiendo contenido relevante, que los usuarios puedan interactuar y verificar nuestra línea de productos, así mismo contaremos con un community manager como responsable de la operación, desarrollo y resolución de los problemas de las redes sociales en tendencia.

Formar alianzas estratégicas: Nuestra empresa al ser de construcción debe formar alianzas con los proveedores, con el objetivo que nos proveerán todos los materiales que se necesiten con gran calidad con el menor tiempo de respuesta formando un acuerdo comercial, así mismo que nos permitan promocionar nuestros servicios a través de sus páginas Web como Banner de publicidad, envío de promociones o información a su base y que nos recomienden a su base de clientes.

Posicionar la marca en el mercado: este objetivo está planeado para que la marca sea reconocida en Guayaquil y sus sectores aledaños, como serían Samborondón y Durán a través de la publicidad online.

Tener cero errores en nuestros servicios: Con este objetivo queremos tener en cuenta que debemos de invertir en la calidad para conseguir un gran resultado. Debemos contar con normas y procedimientos para la realización de tareas, contar con las herramientas necesarias para la elaboración de trabajos, tomar el tiempo que sea necesario, no trabajar de manera apresurada para contar con los resultados esperados, promoviendo a nuestros colaboradores a la

mejora continua para que el nivel de la calidad siempre se mantenga al máximo con el paso del tiempo.

1.3.1.3 Estrategia para alcanzar los objetivos

Para poder alcanzar nuestros objetivos nos hemos planteados las siguientes estrategias:

Objetivos de marketing	Estrategias para alcanzar el objetivo
Ser referentes en redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> ● Creación de contenido de valor, para mantener al público interesado, como videos educativos, concientización, informativo y entretenimiento. ● Utilizar las redes sociales adecuadas, aquellas que permitan que nuestros clientes puedan interactuar y conocer más sobre nosotros. ● Respuestas personalizadas de clientes satisfechos.
Formar alianzas estratégicas	<ul style="list-style-type: none"> ● Formaremos un vínculo colaborativo con el objetivo ganar-ganar al mediano y largo plazo. Aquí se planea tener un acuerdo comercial con el objetivo que nos provean productos a un precio preferencial y nosotros comprarles a ellos como proveedores exclusivos. Así mismo nosotros los recomendaremos con nuestros clientes y hablaremos de la marca.
Posicionar la marca en el mercado	<ul style="list-style-type: none"> ● Resaltaremos los puntos de diferenciación y cualidades de nuestros servicios en la publicidad. ● Contar con comentarios de clientes satisfechos en redes sociales sobre la calidad del trabajo. ● Diferentes tipos de publicidad externa (redes sociales, radio, etc.) ● email a nuestros clientes sobre promociones exclusivas, actualizaciones y noticias.
Tener cero errores en nuestros servicios	<ul style="list-style-type: none"> ● Concientizar sobre la calidad a todos nuestros colaboradores internos o externos. ● Contar con planes para la mejora continua, como capacitaciones y especializaciones de los trabajos. ● Los colaboradores deben conocer muy bien su trabajo. ● Tener como política que no debemos sacrificar nuestra calidad por un ahorro momentáneo. ● Eliminaremos todas las causas de error, para eso siempre estaremos innovando en los procesos.

1.3.1.4 Marketing Mix

Producto

Sweet Home, es una empresa de servicio que se preocupa por el hogar, presenta los servicios como:

Reparaciones:	Paredes, cañerías, eléctricas, puertas y ventanas, sanitarias, infraestructuras de techos metálicos, de madera y puesta de cubierta.
Decoraciones:	Empastado y pintado pegado de cerámica, granito y mármol, instalaciones de todo tipo de lámparas, cielo raso, anaqueles.
Instalaciones:	Instalaciones eléctricas, puntos de internet, ventanas, tuberías, cableado eléctricos, aires acondicionados.
Tipos de mantenimientos:	Correctivos y Preventivos
Servicios Plus	Limpieza y mantenimientos de aires acondicionados. Trámites de permiso de construcción del municipio. Limpieza de cisternas

La empresa Sweet Home tiene como política realizar la limpieza del área después de realizar los trabajos.

Plaza

Para incorporarnos en el mercado, contaremos con tres diferentes fases, donde nuestros clientes nos puedan encontrar, tomaremos como referencia el ciclo de vida de nuestros servicios y de cómo nos conozcan en el mercado nuestros clientes, lo detallamos a continuación:

1era Fase

Lanzamiento; Al iniciar nuestras actividades lo primero que haremos es darnos a conocer en el mercado, hacer una estrategia para que nuestros servicios lleguen a nuestros clientes de una

manera rápida y segmentada, por lo que utilizaremos publicidad agresiva, nos podrán encontrar en redes sociales, banner en páginas especializadas, como materiales de construcción, tendremos videos en línea, e-mail de marketing y publicidad SEO.

2da Fase

Desarrollo; Al considerar que nuestro servicio a alcanzado la etapa de madurez, nuestro objetivo es que nuestros puntos de venta e información se posicionan en lugares estratégicos, como:

Puntos de venta e información:

- Rompe tráfico y volantes en ferreterías.
- Marketing Directo en grupos de WhatsApp y redes de Agentes Inmobiliarios.
- Convenios con aliados estratégicos para hacer presencia en sus páginas Web, e-mail marketing, promociones, descuentos especiales. (Ferreterías, Bases de datos, Redes sociales)

3ra Fase

Madurez: En esta etapa se espera que la empresa se encuentre bien consolidada y estable financieramente, para lo que contaremos con centros de despacho y almacenamientos de repuestos y herramientas, por diferentes puntos de la ciudad de Guayaquil, Samborondón y Durán., aseguraremos un tiempo de respuesta más rápido a nuestros clientes.

Promoción

a) Publicidad

Sweet Home tiene como objetivo de promoción aumentar la rentabilidad de su negocio, fidelizar a sus clientes y por ende ir ganando mercado. En nuestras promociones queremos utilizar una información sencilla que pueda transmitir que ellos pueden confiar en nuestros servicios porque trabajamos con materiales de calidad y contamos con personal capacitado, que ha sido minuciosamente evaluado y con expedientes revisados, previo a su contratación y que

pueden estar seguros de dejarlos entrar en los hogares, ya que contamos con doble chequeo para su identificación, una credencial enviada al cliente y una que portará nuestro empleado que debe coincidir con la enviada, incluso contará con el código qr, para que pueda ser escaneada..

Para todo esto nuestra publicidad será encontrada en:

Publicidad Pagada:

- Radio
- Pauta Digital en las diferentes redes sociales
- Google Ads
- Marketing Directo
- Menciones en diferentes programas

Ejemplo de publicidad:

SWEET HOME
Tus sueños a tu alcance

¿BUSCAS UN SERVICIO SEGURO?
¿ARREGLOS RAPIDOS Y A BUEN PRECIO?
¡SOMOS TU MEJOR OPCIÓN!

TE REPARAMOS TU CASA ¡YA!
QUE NO PASE MAS TIEMPO!

- ✓ Precio bajos
- ✓ Calidad garantizada
- ✓ Seguridad fisica
- ✓ Asesoría gratuita
- ✓ Contamos con personal capacitado

The advertisement features three hexagonal images showing workers performing repairs: one using a power drill, another painting a wall, and a third painting a ceiling. At the bottom, there is a photograph of a yellow hard hat, a yellow level, and a hammer.

Fuente: Elaboración propia

Publicidad Online:

La publicidad Online es la más efectiva porque es menos costosa y más efectiva al momento de lanzarla, esta permite tener un mayor alcance y puede estar presente a cualquier hora, incluso nos permite llegar a un mercado segmentado de acuerdo a su geolocalización, necesidades y preferencias, y lo mejor es que nos permite medir los resultados de las campañas de publicidad online que utilizaremos;

- Remarketing
- Pauta Digital
- Buscadores

SWEET HOME
TUS SUEÑOS A TU ALCANCE

REPARACIÓN DEL HOGAR

- ✓ SERVICIO TÉCNICO
- ✓ CAMBIO DE PUNTOS ELECTRICOS
- ✓ REPARACIONES URGENTES
- ✓ MEJORA DE ILUMINACION
- ✓ CONTROL CONTINUO
- ✓ CONTRUCCION DE PLANOS ELECTRICOS
- ✓ ¡Y MUCHO MÁS!

REPARACIONES DE LINEAS ELECTRICAS

LA CASA DE TUS SUEÑOS
TE ESTÁ ESPERANDO

- ✓ Remodelaciones
- ✓ Mantenimientos
- ✓ Nuevas instalaciones
- ✓ Decoraciones Internar y externas

CONSULTA NUESTROS PRECIOS CON NUESTROS ASESORES:

SWEET HOME
Tus sueños a tu alcance

@SweetHome

CONTACTANOS: (593) 1234-5678

Nos preocupamos por tu seguridad y de tu familia

Fuente: Elaboración propia

Promoción

Para Jeffrey Sussman en su libro de “El poder de la Promoción, (1999)”, son "Los distintos métodos que utilizan las compañías para promover sus productos o servicios"

Sweet Home para incorporarse al mercado van a entrar con precios de ventas acorde al mercado, al ser una empresa que recién inicia y no es conocida, por tal motivo nuestras

promociones serán, presentar descuentos a nuestros clientes, así mismo nuestros servicios contarán con un servicio de incentivo que se puedan realizar de manera rápida y que no cuenten con un costo adicional de la empresa, a continuación, se detalla cómo serán entregados estos incentivos:

Ejemplo de ticket de descuento:



Fuente: Elaboración propia

Cuadro de información de los incentivos a nuestros clientes:

Detalle de la promoción	¿Cómo se lo entrega?
Limpieza de un aire acondicionado.	Si nos contratan por segunda vez en el lapso de tres meses.
Inspección de líneas eléctricas.	Se lo realizará sin costo solo en instalaciones de breaker o paneles, intercomunicadores o lámparas.
Limpieza de ventanas	Se lo realizará solo en caso de trabajos de pintura exterior o instalación de cielo raso.
Cambio de focos si es necesario.	Cuando se hagan mantenimientos de líneas eléctricas o puntos de luz
Entrega de cupones de descuentos	Cuando se realice un trabajo de gran valor.

Precio

Nuestros precios han sido calculados y evaluados de acuerdo a la calidad del servicio y del entorno del mercado, se han realizado los análisis de la competencia formal e informal. Al momento de fijar los precios hemos sido muy cautelosos, porque de aquí depende que se realicen las ventas y sobre la supervivencia de la empresa. Nosotros tenemos como objetivos principales

que tanto nosotros Sweet Home y los clientes se beneficien, a continuación, presentamos nuestra tabla de precios y los de nuestra competencia directa:

TABLA DE PRECIOS POR SERVICIOS "SWEET HOME"			TABLA DE PRECIOS COMPETIDORES	
Detalle del servicio	Unidad de medida	Costo Unitario	Informales	Directos (Aora)
Línea de obra civil (Construcción)				
Levantamiento de pared (bloque)	m2	\$ 3.5	\$ 3.0	\$ -
Levantamiento de pared (ladrillo)	m2	\$ 4.5	\$ 4.0	\$ -
Enlucido de pared	m2	\$ 4.5	\$ 4.0	\$ -
Empastado (3 capas)	m2	\$ 5	\$ 3.5	\$ 7.0
Pintado (3 capas)	m2	\$ 4	\$ 2.0	\$ 7.0
Pegado de Cerámica	m2	\$ 6.0	\$ 5.0	\$ -
Pegado de Granito	m2	\$ 12.0	\$ 11.5	\$ -
Pegado de mármol	m2	\$ 12.0	\$ 11.5	\$ -
Instalación de tubería para luz	Und	\$ 6.0	\$ 5.0	\$ -
Instalación de tuberías para agua (picando cemento)	m/lineales	\$ 3.5	\$ 3.5	\$ -
Instalación de ventanas	Und	\$ 15.0	\$ 14.0	\$ -
Fundición de piso (10 cm)	m2	\$ 4.5	\$ 4.0	\$ -
Puesta Puertas empotradas	Und	\$ 30	\$ 25	\$ -
Mesón de cocina	m2	\$ 7	\$ 6	\$ -
Cambio de lavaplatos	Und	\$ 30	\$ 25	\$ -
Fundida de columnas (20 cm)	Und	\$ 60	\$ 50	\$ -
Fundida de columna (30 cm)	Und	\$ 80	\$ 70	\$ -
Muro 20cm x 20cm x 3m	Und	\$ 30	\$ 25	\$ -
Muro 40 x 40 cm x 3 m	Und	\$ 40	\$ 35	\$ -
Reparaciones de paredes	Cobro por día, \$ 30/día		\$ 25	\$ -

Sacado de fillos en enlucido	m/lineal	\$ 2.0	\$ 1.5	\$ -
Filtraciones de Agua (visita)	Und	\$ 10	\$ -	14
Línea de Plomería				
Puntos de agua	Und	\$ 2.5	\$ 2.0	\$ -
Puestas de sanitario y lavado	Und	\$ 30.0	\$ 25.0	\$ -
Arreglo de tubería de agua y gas	Und/m	\$ 3.5	\$ 3.0	\$ -
Mantenimientos de Plomería	Und/mts	\$ 3.5	\$ 3.0	\$ -
Instalar de plomería (sobrepuesto)	Und	\$ 2	\$ 1.5	\$ -
Destapar cañerías	Und	\$ 26	25	\$ 28
Línea eléctrica				
Instalación eléctrica + puntos de luz (pasado de 5 und)	Und	\$ 7	\$ 6.0	\$ 8
Reemplazar de punto eléctrico (5 und)	und	\$ 6	\$ 5	\$ 8
Instalación de breaker o panel	Und	\$ 30	\$ 28	\$ 32
Instalación de puntos de red (1 wifi)	Und	\$ 26	\$ -	28
Inspección de líneas eléctricas	Und	\$ 9	\$ 8	\$ 9.9
Instalación de luminarias (5 a 8 focos)	Und	\$ 3	\$ 2.5	\$ 3.5
Instalación de intercomunicadores o timbre	Und	\$ 22	\$ 20	\$ 22.9
Instalar o reemplazar duchas	Und	\$ 14	\$ 12	19.9
Instalación de lámparas	Und	\$ 11	\$ -	11.5
Línea de decoración				
Instalación de cielo raso	m2	\$ 7.0	\$ 6.0	\$ -
Instalación de anaqueles (1 a 4)	Und	\$ 22	\$ 20	\$ 24.9
Repintado del hogar	m2	\$ 3.5	\$ 3.0	\$ 4
Línea de Techadores				
Puesta de techado con infraestructura metálica	m2	\$ 12	\$ 11.0	\$ -
Cambio de techo Dura techo	m2	\$ 6.0	\$ 5.5	\$ -

Servicios Especiales				
Limpieza de cisternas	Und	\$ 25	\$ 20	\$ 27.9
Mantenimientos de aires acondicionados (hasta 5 m)	Und	\$ 30.0	\$ 25	\$ 33.9
Mantenimientos de aires acondicionados (pasado 5 m)	Und	\$ 40 a \$ 50	\$ -	\$ 45.1 a \$ 56.3

Estos precios detallados son de mano de obra, los materiales a utilizar serán recomendados para cumplir con los estándares de calidad de la empresa, pero dependen de los gustos y capacidad económica del cliente si deciden mantenerlos o cambiarlos. Como ya se mencionó anteriormente, nosotros damos la garantía de calidad si utilizan los materiales recomendados, porque han pasado por una revisión de fichas técnicas y han sido comprobadas que su calidad es superior a las otras marcas. En caso que el cliente decida utilizar productos más económicos que no cumplan los parámetros establecidos, nosotros como Sweet Home no nos haremos responsables por el deterioro acelerado que pueda presentar frente a los otros productos, por lo que no extenderemos la garantía.

Personas

En nuestras instalaciones sabemos que el contar con el personal capacitado es un factor clave para lograr la diferenciación y el posicionamiento en el mercado frente a las grandes competencias que existen. Sabemos que nuestros colaboradores son de suma importancia para que nuestra empresa funcione, por tal motivo contamos con un proceso de selección minucioso, donde se busca el personal especializado en las labores a ofrecer a nuestros clientes, desde la parte operativa hasta la parte administrativa, todos deben de contar con técnicas de comunicación asertiva y de trato al cliente.

Nosotros contamos con procesos diferentes para el manejo de nuestro personal, manejamos diferentes estrategias y etapas, tales como la evaluación del personal, el tipo de contratación, evaluaciones de desempeño, capacitación especializadas y evaluaciones de confianza continua.

A continuación, detallamos las etapas del manejo de nuestro personal:

Tipo de contratación:

Antes de iniciar un contrato nosotros como empresa primero analizamos el puesto de trabajo tales como, las funciones que se ejecutarán y las características del puesto, que perfiles se necesita y si cuentan con los conocimientos necesarios para que inicie en el proceso de selección y reclutamiento del personal.

En el proceso de selección del personal contamos como primer punto un análisis de competencia y habilidades, después tenemos un análisis legal para verificar sus antecedentes penales, para después dar el paso a una serie de pruebas internas tales como:

Médica ocupacional:

En estas pruebas se tomará el estado de salud del postulante, para poder pasar el proceso de selección no debe de tener problemas como: Al corazón, columna y tórax, enfermedades crónicas, los pulmones o algún incapacitante que le pueda perjudicar al largo tiempo.

Psicología:

En estas pruebas se tienen como objetivo buscar la personalidad, los estados mentales del postulante o si tienen problemas de personalidad que puedan afectar en el futuro su estadía o causar algún mal en la empresa. Todas estas pruebas se las realizará basándonos en las pruebas evaluadas y aprobadas por la OMS.

Legal:

Como se mencionó anteriormente, en esta prueba se tiene como objetivo investigar el pasado legal de la persona, se buscan cualquier tipo de antecedentes penales, juicios de alimentos o cualquier pena que sea agravante.

Si el seleccionado pasa por todas estas pruebas pasa al proceso de contratación y caso contrario quedará fuera del reclutamiento.

En el proceso de contratación del personal se detallarán los sueldos y el tipo de contrato que se realizará, en este punto se presentarán las funciones que se ejecutarán y el tiempo que trabajarán en la empresa y la penalización por el incumplimiento del mismo, a continuación, se presenta los tipos de contratos con los que trabajaremos:

Contrato por obra cierta - Art 16:

Utilizaremos este tipo de contrato para una determinada obra por una remuneración que comprende el valor total de la obra, tomaremos en cuenta el tiempo que se utilizará para ejecutar la obra.

Contrato por destajo - Art 16:

Utilizaremos este tipo de contrato cuando los trabajos se realicen por piezas, trozos y medidas de superficie, la remuneración se pacta por cada trabajo a realizar.

Contrato por tarea - Art 16:

Se ejecutará este tipo de contrato sólo en caso de emergencia, ya que el trabajador se compromete a cumplir una tarea específica en un periodo de tiempo determinado.

Contrato de trabajo de grupo - Art 31:

Este tipo de contrato lo realizaremos cuando se requiera hacer un servicio múltiple, la remuneración será única para todo el grupo y tendrán derecho a sus remuneraciones según lo pactado.

- En todos los contratos existentes nosotros estaremos al margen de la ley y cumpliremos con los beneficios sociales exigidos por la ley.
- En caso de incumplimiento del contrato por cualquiera de las partes nos basaremos en el artículo 118 del código del trabajo.

Evaluaciones de desempeño:

En este punto como empresa utilizaremos encuesta de satisfacción y evaluaciones de desempeño, se realizará diferentes tipos de evaluaciones, pero la más importante la concentramos en la evaluación dada por nuestros clientes para determinar el rendimiento de nuestros colaboradores y el trato que les dan, la evaluación será realizada al medio y largo plazo para ver cuál es su desenvolvimiento en las labores y poder determinar su eficacia. Los tipos de evaluación de desempeño que se realizan serán los siguientes:

Evaluación de desempeño 90°:

Aquí la junta de socios evaluará el desempeño del colaborador, tomaremos en cuenta las evaluaciones presentadas por los clientes, el tiempo y la calidad de los trabajos realizados, en caso de no contar con un rendimiento favorable se lo hará conocer cuáles son sus debilidades y en caso de ser un trabajador excelente se lo reconocerá.

Modelo de desempeño 180°:

Aquí se hará que las evaluaciones se realicen entre los compañeros de trabajos, se mide el desempeño en conjunto, como la comunicación, el comportamiento, ética y actitudes.

Capacitación especializada:

En las capacitaciones tendremos como principal objetivo que ellos conozcan la manera de tratar al cliente, porque buscamos el crecimiento de nuestro personal y el corporativo. También

se darán capacitaciones de actualización de conocimientos y el del manejo de los equipos para darle un uso adecuado.

Evaluaciones de confianza:

Nuestro personal cada trimestre pasará por un test psicológico, se utilizará el Test de Millón mcm y el test 16-PF, con la finalidad de evaluar la conducta, actitud sinceridad y confianza, estas evaluaciones nos darán como resultado si nuestro colaborador ha cambiado sus ideales, porque la empresa quiere contar con personal íntegro y correcto, con la finalidad de salvaguardar su seguridad, la de nuestros clientes y de nuestros colaboradores.

Procesos

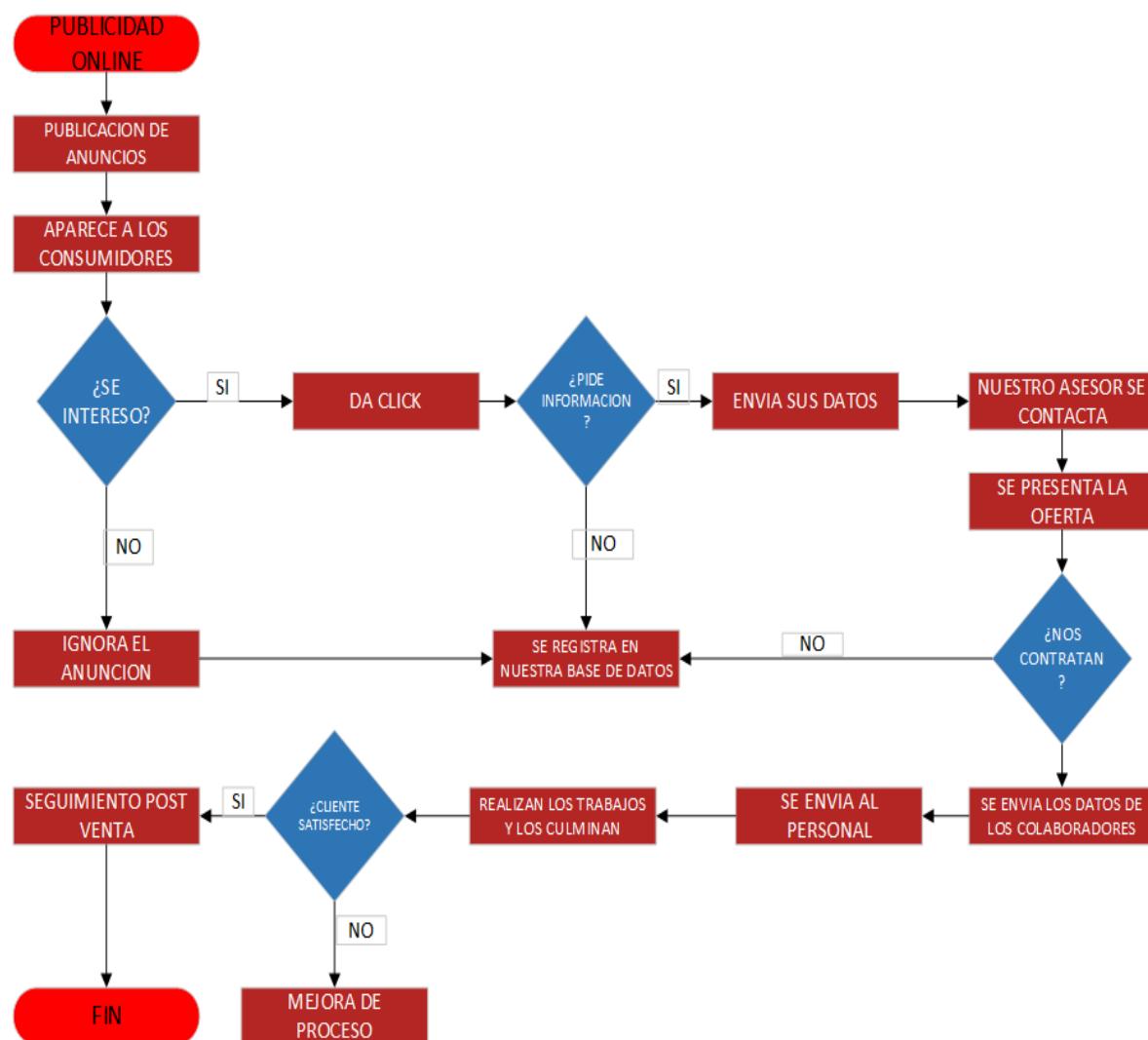
El proceso en el marketing se debe de plantear de manera estratégica, en donde se perciba la calidad del servicio a ofrecer, para detallar los procesos de debe de tener en cuenta los diferentes tipos de plaza que se encontrarán los servicios, de cómo será el método para que los clientes los contacten y cómo será la reacción del vendedor.

El proceso de Sweet Home para hacer llegar a nuestros clientes los servicios solicitados se basa en una acción de métodos para que sea de manera efectiva, iniciando por la atención a los requerimientos para que sea lo más rápido posible y que sea de la más alta calidad, trabajando siempre en la mejora y la optimización de nuestros recursos. A continuación, detallaremos los procesos que se utilizaran en caso que nos contacten nuestros servicios desde los anuncios online (web y redes sociales) y de atención al cliente:

Anuncios online:

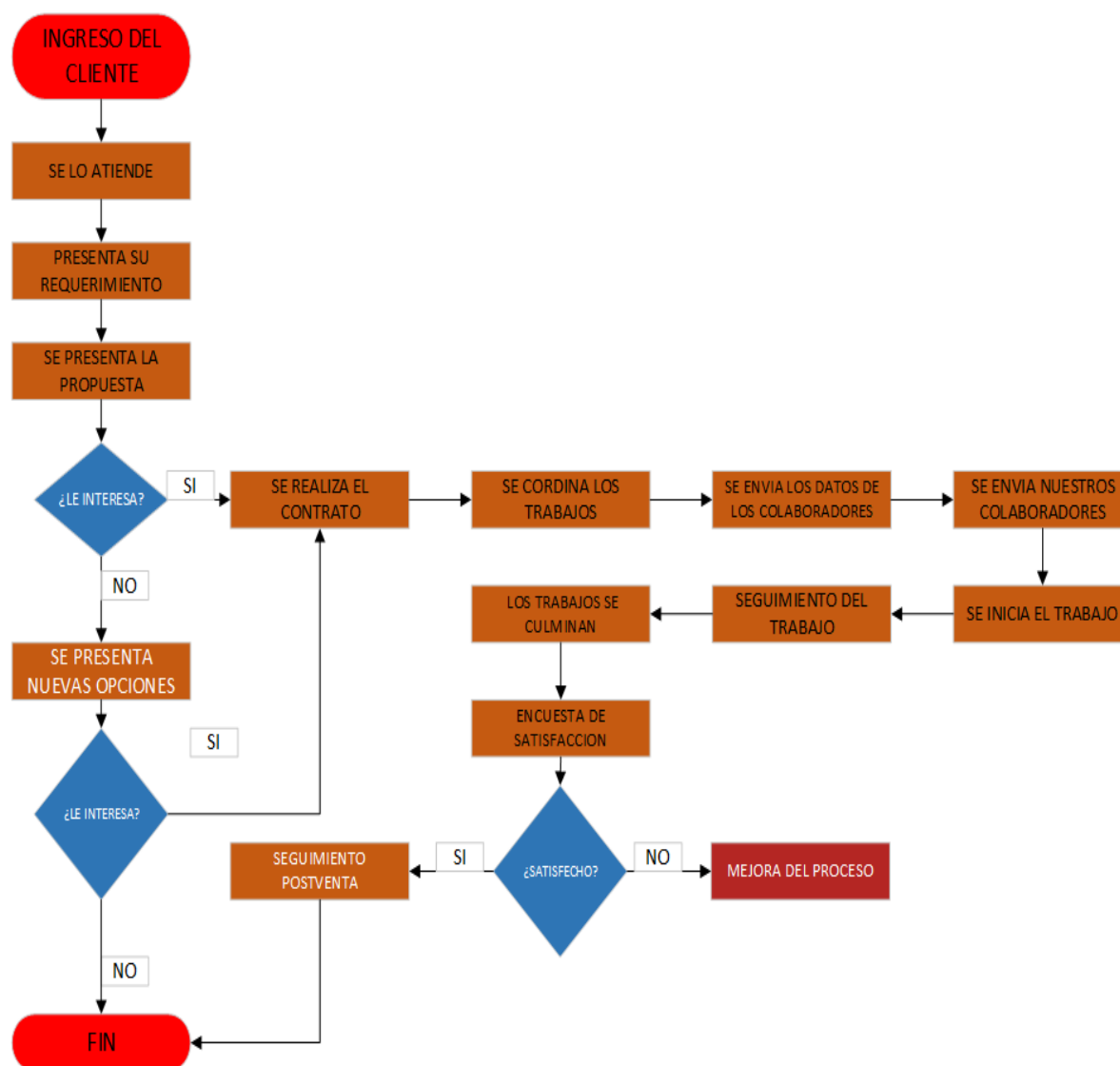
Aquí nosotros usaremos distintos tipos de publicación en caso de páginas web se utilizarán banners publicitarios en las páginas de nuestros socios estratégicos, por lo que la publicidad contará con los temas relevantes y necesarios para llamar la atención de nuestros

clientes. En las redes sociales se publican material de interés y de corta duración, donde llame la atención del consumidor y nos permita persuadirlo con la publicidad presentada, está siempre será pauta dirigida a nuestro WhatsApp así la gente puede solicitar información de manera inmediata, como empresa siempre tenemos en cuenta que no siempre van a ser anuncios con fines de venta, también queremos que nuestros clientes de internet confíen en nuestros servicios a través de información presentada, creando awareness con la marca. y en caso de que se interesen por el servicio tanto en las páginas web y de redes sociales nos puedan contactar de manera inmediata, a continuación, se detalla cuál será el diagrama de procesos:




Atención al cliente:

Nuestro proceso para la atención al cliente se lo realiza de manera remota tendremos una línea de WhatsApp Business para que sea más sencilla y rápida, tendremos una línea de catálogos con propuestas de servicios para solucionar las dudas que tengan y ofrecer lo que realmente espera, aquí se pueden presentar diferentes alternativas de ventas de manera personalizadas y orientarlos a que ellos elijan los trabajos de acorde a sus necesidades y del presupuesto presente. A continuación, se detalla nuestro proceso:



También tenemos un procedimiento de trabajo seguro (Pets), que ha sido realizado por los técnicos de seguridad industrial con la finalidad de realizar nuestros trabajos de manera segura, rápida y eficiente, estos Pets tienen como objetivo que no llegue a ocurrir un accidente que pueda perjudicar a nuestros colaboradores o a terceros, también los bienes propios y ajenos, esta serie de pasos estará estandarizada desde el inicio de nuestra actividad hasta su cierre, evaluando en donde se encuentran en las zonas de alto riesgo y así se puede eliminar o disminuir el riesgo del trabajo.

	PROCEDIMIENTO Procedimiento escrito de trabajo seguro	Área responsable: TODAS
		Pág. 1 de 2

1. Objetivo:

Salvaguardar la integridad física de nuestros colaboradores y de terceros a través de métodos de trabajo seguro.

2. Alcance:

Todo el personal debe de registrarse al procedimiento.

3. Personal

1.1 Jefe de Operaciones

- Recepción de información diaria de labores.
- Seguimiento de planes de mejoras.
- Seguimiento y auditoría de documentos en temas de seguridad y operaciones.

1.2 Personal Operativo

- Participar en las revisiones del área.
- Analizar las condiciones del trabajo antes de iniciar la operación.
- Reportará a su superior cualquier novedad subestándar.
- Son responsables de su seguridad y la de sus compañeros.
- Negarse a realizar trabajos que no han sido capacitados.
- Utilizar equipos de protección personal (EPP).


4. Equipos de Protección Personal

- Casco y guantes.
- Linterna de ser necesarios.
- Zapatos de seguridad industrial.
- Protector de oídos.
- Uniforme empresarial.
- Mascarilla de ser necesario

5. Equipos, Herramientas y materiales

5.1 Equipos

- Soldadoras
- Amoladoras
- Taladros
- Multímetros

	PROCEDIMIENTO Procedimiento escrito de trabajo seguro	Área responsable: TODAS
		Pág. 2 de 2

5.2 Herramientas

- Kits de herramientas manuales (Playos, Desarmadores, etc)
- Martillos
- Flexómetros

5.3 Materiales

- De acuerdo a los requerimientos del cliente.

6. Procedimiento

6.1 Actividades Preliminares

- Evaluación de Ipers antes de iniciar el trabajo.
- Colocar el equipo de Protección.
- Verificar que las herramientas y equipos del área de trabajo se encuentren en buenas condiciones.

6.2 Bloqueo de energía

- Bloquear la energía eléctrica si se va a trabajar cerca de puntos de electricidad o trabajos eléctricos.
- Verificar con el multímetro que la energía se encuentre en 0 V.

7. Medida de seguridad en caso de Accidente

- Estabilizar a la persona, darle primeros auxilios, ponerlo cómodo.
- Reportar al centro de salud a través del Ecu-911 o transportarlo al más cercano.
- Reportar el accidente al área de talento humano.

8. Restricciones

- Prohibido el uso de los equipos sin guardas de seguridad.
- Prohibido el uso de equipos en mal estado.
- Prohibido utilizar herramientas en mal estado.
- Prohibido realizar las labores sin el EPP correspondiente.

Preparado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Director de Seguridad	Gerente de Unidad	Junta de Socios

Prueba Física

En las redes sociales de Sweet Home contaremos la presentación de nuestros uniformes y del personal que nos colabora, nos concentramos en el diseño de nuestras redes para que sea de forma sencilla y fácil de encontrar la información que los clientes desean buscar, en todas las publicaciones siempre estará presente nuestro logo y nuestros colores representativos.

También se encontrarán presentación de reseñas de nuestros clientes y pruebas de trabajos realizados como fotografías e informes, todo esto serán como un referente de nuestros trabajos y que los clientes se sientan respaldados por la marca y otorgarles la mejor experiencia. También estarán en exposición, nuestra línea de EPP, equipos y el modelo de credencial que llevarán nuestros colaboradores para que los puedan identificar de manera rápida y segura, publicaciones informativas sobre nuestras mejoras de procesos, los enlaces para que nos puedan contactar a nuestro WhatsApp y siempre estaremos interactuando con nuestra comunidad con el objetivo que sientan que estaremos para atenderlos y escucharlos.

CAMISETA	CHALECO	PANTALON	ZAPATOS	CASCO
				
<p>Tela: Polietileno-Algodón Tipo: Transpirable Resistencia: Alta Nivel 9</p>	<p>Tela: Poliéster Resistencia: Alta Tipo: Seguridad Con franja de seguridad</p>	<p>Pantalón: Industrial Tela: Indigo Diseño: Costura doble Con franja de seguridad</p>	<p>Marca: Buffalo Tipo: Industrial De: Cuero y punta de policarbonato</p>	<p>Material: PEAD Tipo: 1 clase C, Certificación: Iso 9001. Retardante a al fuego</p>

<p>Credencial de seguridad</p>  <p>CARLOS HERNANDEZ A. PERSONAL DE OPERACIONES</p> <p>C.I. 0751098666 COD-T-001-002-0118</p>  	<p>EQUIPOS DE PROTECCION PERSONAL</p>  <p>Imagen referencial, Fuente: Casa Lima</p>
---	--

Conclusiones

Sweet Home empresa dedicada a remodelación, mantenimientos y reparaciones del hogar ha desarrollado un proceso de penetración de mercado bien definido a través de sus estrategias competitivas. Para poder plantear sus estrategias se analizó cuál es la rivalidad de las competencias y que tipo de estrategias serían las más factibles a analizar lo que llevó a la conclusión que serían las estrategias de líder de costos y de diferenciación.

En la estrategia de liderazgo de costos se ha planteado que no debemos posicionarnos en un valor muy bajo o que esté a la par de los vendedores informales para poder generar rentabilidad, también por la interpretación que podrían tener nuestros clientes con respecto a los precios. Tener un precio de venta muy bajo podría dar a entender que los servicios como tal no brindan la calidad que se ofrece y por ende la seguridad estaría en duda.

Debemos de contar con mucho cuidado esta estrategia de costos, es muy importante que estos precios no se mantengan por un tiempo prolongado, aquí se debe de plantear un método ascendente de los precios a largo plazo, pero siempre por debajo de la competencia, se debe de tener en consideración el posicionamiento y reconocimiento de la marca frente a la competencia.

En la estrategia de diferenciación es muy importante mantener al personal capacitado y actualizando sus conocimientos y destrezas, todo esto para que los procesos se optimicen y se estandaricen.

En conclusión, se evalúa que la empresa Sweet Home si puede posicionarse en el mercado a través de las estrategias planteadas, su propuesta de valor se caracteriza por darle calidad y seguridad a nuestros clientes, por lo que en la parte informal no lo hacen porque no se conocen bien ese sector porque es muy cambiante y por no conocer a los que se contratan

pensando siempre en su seguridad, en cambio a las empresas formales ofrecen todos nuestros servicios, pero el precio de esto es muy elevado.

Recomendaciones

- Es muy importante realizar un benchmarking de la competencia cada cierto tiempo, esto con el fin de poder evaluar si su proceso, precio y atención ha cambiado con el paso del tiempo.
- Siempre deben de estar innovando sus métodos de comunicación y realizando estudios del comportamiento de nuestros clientes y apegándose a la tendencia del mercado, todo esto es porque los gustos cambian con el tiempo.
- Si se inicia un proceso de selección se debe de evaluar muy a fondo al aspirante, en este caso la parte de talento humano debe de definir un proceso donde se defina cuales son los pasos a seguir para dale paso al proceso de ingreso. En la selección se recomienda utilizar entrevistas abiertas para poder analizar su comportamiento y su socialización con los demás postulantes.
- En los métodos de contratación sería favorable contar con evaluaciones psicológicas como test de Myers-Briggs que evalúa la personalidad y si están aptos para los puestos de trabajo, el Test de Millon para evaluar las psicopatologías y el 16-PF para evaluar el liderazgo y la atención al cliente, todos estos test son aprobados por la OMS. todos estos deben de ser aplicadas por un psicólogo capacitado y especializado en el manejo de estos temas.
- Los tipos de contratos que se otorgan a nuestros colaboradores deben de ser evaluados y definidos solo en qué tipo de casos se deben de aplicar, todo esto para que no se presenten inconvenientes con el IESS

- Siempre se deben de evaluar y revisar si se han cumplido los objetivos del marketing e ir innovando en contenido, de acuerdo a los productos que más solicitan.
- Siempre estar desarrollando estrategias de mejoras continuas e innovar para aumentar la productividad y la agilización de procesos.

Reflexión

El realizar este trabajo fue una experiencia muy educativa que me dio una nueva forma de ver las cosas, aquí me di cuenta que para poder definir las estrategias competitivas debemos siempre estudiar hasta lo más mínimo de nuestro mercado. El mercado es muy grande por lo que siempre está en un constante crecimiento y el cambio de patrones del comportamiento social.

Lo que más me gusto al realizar este trabajo fue el grado de dificultad y de cómo poder plantear las ideas del negocio en palabras, fue un nuevo reto que considero que es el primer paso para enfrentar todas las adversidades que se me presentaran más adelante.

Para poder plantear las ideas propias y conjuntas fue un gran desafío, aquí fue muy importante el escuchar y comprender de cada miembro para tener una idea de negocio bien definida, para lograr todo esto siempre debíamos revisar los trabajos individuales de cada miembro del equipo, era muy importante realizar esto porque nos permitía a desarrollar un trabajo en conjunto y llevar todos una sola idea.

Otra cosa que más me gusto fue definir las 7 P's del marketing, esto me llevó a analizar muchos factores que día a día no se ven, desarrollar esto en definitiva me sacó de mi zona de confort y me impulsó a que sea una persona de mente abierta y que siempre esté investigando cada día para lograr este objetivo. Lograr esto fue un proceso muy divertido, porque había muchos temas que desconocía y a través de investigación se puede plantear la solución, esto me

enseño que nunca se debe rendirse porque para todo se tiene una respuesta y hay alguien dispuesto a ayudar.

De los temas que no me gustaron pero que me enseñaron mucho fue sobre definir la estrategia competitiva, definir cuál será la más conveniente para nosotros fue un trabajo muy complicado, pero me enseñó que a partir de la investigación depende que el negocio de un paso adelante frente a los competidores.

También sobre cuál va a ser nuestra diferenciación frente a la competencia, este tema fue muy difícil e importante para el trabajo. Para poder definir se tuvo que analizar a la competencia, sobre cuáles son sus beneficios, costos, atención al cliente y como es su método de trabajo, no solo del sector formal sino también de los informales, que al reunirnos con ellos pudimos aprender de cómo se vive sin que tengan una empresa que los respalde, de cuales son sus necesidades y lo que tienen que hacer con tal de ganar dinero para solventar sus gastos, conocer su realidad nos hizo entender que el sector informal está buscando pertenecer y tener un trabajo estable, poder contar con el seguro del IESS, para que cubran los gastos médicos en caso de necesitarlos y más comodidad laboral, conocer todo esto fue muy enriquecedor porque con cada investigación salían nuevas ideas que nos permitieron avanzar con la idea de negocio.

En conclusión, puedo decir que este trabajo me dio muchas enseñanzas, que para lograr algo no siempre se debe de intentar por los métodos tradicionales, cuando no se puede es necesario pedir ayuda, que iniciar un emprendimiento no es fácil pero tampoco es imposible, es necesario no cerrarse a una sola idea, es muy importante buscar nuevas alternativas que incluso puede ser hasta mejor a la que se tenía planteada.