

HOUSE S.O.S

“Un servicio con eficiencia para su hogar”

PRESENTADO A:

MARIA CRISTINA FARFÁN

PRESENTADO POR:

GONGORA GARZÓN MONICA ANDREA

NOPE RÍOS DAYANA ALEJANDRA

URIBE ORTIZ JEFFERSON

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR (CUN)

GRUPO: 10110

BOGOTÁ SEPTIEMBRE

2018

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	4
1. JUSTIFICACIÓN.....	5
2. PLANTEAMIENTO PROBLEMA.....	6
3. STAKEHOLDER.....	7
4. ANÁLISIS DEL PROBLEMA.....	7
. 4.1 Problema.....	7
... 4.1.1 Definición.....	7
.... 4.1.2 Contexto.....	7
4.2 Beneficios o Expectativas.....	7
... 4.3 Soluciones Actuales.....	8
4.4 Frustraciones y Limitaciones.....	8
5. HIPOTESIS.....	9
.... 5.1 Hipótesis Problema.....	9
. 5.2 Hipótesis Beneficio.....	9
... 5.3 Hipótesis Soluciones.....	9
....5.4 Hipotesis Limitaciones.....	9
6. PLANEACIÓN ESTRATEGICA.....	10
.... 6.1 Análisis Pestel.....	10
..... 6.1.1 Factores Políticos.....	10
... 6.1.2 Factores Económicos.....	10
6.1.3 Factores Socio culturales.....	11
..... 6.1.4 Factores Tecnológicos.....	12
... 6.1.5 Factores Legales.....	12
. 6.1.6 Factores Ecológicos.....	13
... 6.2 Cinco Fuerzas de Porter.....	13
7. INVESTIGACION DE MERCADOS.....	15
....7.1 Conceptos Generales de la Investigación de Mercados.....	15
... 7.2 Analisis de Estudio de Mercado.....	16
... 7.2.1 Situación de la Competencia.....	16
. 7.2.2 Análisis de la Demanda.....	17
..... 7.2.3 Publico Objetivo.....	17
.... 7.2.4 Planeación Estratégica para el Servicio.....	17
....7.3 Segmentación de Mercado.....	18
..... 7.3.1 Segmentación Geografica.....	18
... 7.3.2 Segmentación Demográfica.....	18
.7.3.3 Segmentación Psicografica.....	19
..... 7.3.4 Segmentación de Conducta.....	20
7.4 Calculo de Tamaño de mercado.....	20
8. TECNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	21
9. IDENTIDAD ESTRATÉGICA.....	22

9.1 Misión	22
..9.2 Visión	22
.. 9.3 Objetivos Empresariales	22
.... 9.3.1 Objetivo General	22
9.3.2 Objetivos Específicos.....	22
...9.4 Valores Corporativos.....	22
10. FORMATO ENTREVISTA	24
11. ANALISIS DE LOS RESULTADOS	27
...11.1 Resumen Resultados Entrevista.....	27
12. DEFINICION DE IDEA DE NEGOCIO	42
...12.1 Definición Servicio.....	42
...12.2 Ficha Tecnica.....	43
12.3 Mapa de Procesos	44
13. INTRODUCCIÓN AL MARKETING	45
....13.1 Plan de Marketing.....	45
13.2 El Mercado Meta.....	45
13.2.1 Que es el Servicio.....	45
13.2.2 Estrategia del Servicio	46
13.2.3 Desarrollo Naming.....	46
....13.3 Plaza Distribución y PMV	47
13.3.1 Producto Minimo Viable	47
13.3.2 Estrategias de Plaza (Distribución)	48
13.3.3 Tipo de Canales ON LINE – OFF LINE	48
13.3.4 Criterios de Selección de un Canal de Distribucion Eficiente.....	49
13.3.5 Red de Distribución	49
13.3.6 Desarrollo de Red de Distribución más Presupuesto por Canal	49
... 13.4 Mezcla Promocional	50
.... 13.4.1 La Publicidad	50
. 13.4.2 Medios de Comunicación a Utilizar.....	50
13.4.3 Estrategia Creativa.....	50
.... 13.4.4 Relaciones Publicas	50
... 13.5 Publicidad Digital	51
13.5.1 Publicidad SEM.....	51
13.5.2 Publicidad SEO.....	51
. 13.5.3 Adwords Redes Sociales	51
13.5.4 Matrices Digitales.....	51
13.6 Fijación de Precios y Proyecciones.....	52
.. 13.6.1 Determinación de Precio	52
13.6.2 Estudio Externo	52
.... 13.6.3 Estrategia de Entrada del Producto	53
13.6.4 Proyección de Venta	53

INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto presenta el desarrollo de la creación de una unidad productiva enfocada a brindar un servicio de calidad en los diferentes escenarios que se presentan en los hogares, pero inicialmente definiremos ¿qué es un servicio? y ¿qué es calidad?

- **Servicio**, conjunto de acciones las cuales son realizadas para servir a alguien, algo o alguna causa. Los servicios son funciones ejercidas por las personas hacia otras personas con la finalidad de que estas cumplan con la satisfacción de recibirlos.
- **Calidad**, es aquella cualidad de las cosas que son de excelente creación, fabricación o procedencia, Calidad describe lo que es bueno, por definición, todo lo que es de calidad supone un buen desempeño.

A lo largo de este trabajo se evidenciará el inicio, desarrollo y empleo de la creación de una aplicación móvil que contiene diferentes series que brindaran soporte en situaciones de emergencia.

JUSTIFICACIÓN

Este proyecto se realiza con el fin de desarrollar una aplicación móvil que contribuya a las necesidades que se pueden presentar de manera involuntaria en los hogares; tales como inconvenientes de electricidad, plomería, cerrajería, veterinaria y belleza.

Actualmente nos encontramos en la era de la tecnología, cada día las personas hacen uso de elementos electrónicos que facilitan sus actividades, es por ello que consideramos la importancia de la prestación de servicios a través de plataformas digitales que conlleven a una solución y satisfacción inmediata.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La prestación de servicios domésticos en la ciudad de Bogotá D.C generalmente se ejecutan de lunes a sábado en jornadas diurnas, lo que conlleva a que no existe la posibilidad de obtener algún servicio por fuera de los horarios en mención. La probabilidad de que una familia en Bogotá padezca de un inconveniente doméstico (Ruptura de tubos, pérdida de llaves, tiempo limitado ó establecimientos sin atención) un fin de semana es elevada.

En la actualidad existen aplicaciones que gestionan las compañías aseguradoras, estas brindan servicios de plomería, cerrajería, asistencia técnica y demás; sin embargo estos servicios están segmentados para familias que cuenten con pólizas de hogar o pólizas de responsabilidad civil exigidas por la ley 675 del 2001 de Propiedad Horizontal a los conjuntos residenciales, torres empresariales y centros comerciales.

3. STAKEHOLDER

Familias en la ciudad de Bogotá D.C. estrato 4,5 y 6

4. ANÁLISIS DEL PROBLEMA

4.1 PROBLEMA: Imposibilidad de adquisición de servicios, para la asistencia frente a eventualidades que se presentan los fines de semana en los hogares (Plomería, cerrajería, daño eléctrico, demás).

4.1.1 DEFINICIÓN Alrededor de la ciudad la prestación de servicios se lleva a cabo en horarios puntuales, lo que genera que existan periodos de tiempo en el que se pueden presentar emergencias en los hogares y no se halle una solución inmediata.

4.1.2 CONTEXTO

- Desconocimiento del alto grado de necesidad los fines de semana de estos tipos de servicios.
- Tipos de contratos laborales
- Comportamiento de ventas

4.2 BENEFICIOS O EXPECTATIVAS

1. ¿Qué pasaría si existiera una organización que brinde servicios de emergencia en los hogares los fines de semana?

- Se posicionaría en el mercado
- Generaría fidelización inmediata, debido a que son escasas las entidades que brinden los servicios.

2. ¿Qué pasaría si se ejecutan unos contratos laborales por la prestación de los servicios los fines de semana?

- Se Incrementaría el porcentaje de empleo.
- Existiría la posibilidad de ganar un dinero adicional para los colaboradores del gremio correspondiente.
- Pueden existir estudiantes que deseen contribuir en la prestación de algunos de los servicios.

3. ¿Qué pasaría si se implementara una aplicación que brinde todos los servicios que se requieren en los hogares en un instante determinado?

- Se ejecutaría la solución de manera favorable siendo eficaz y eficiente para el cliente
- Podría ser percibido como un factor que genere un mayor número de clientes
- Podría generar mayor número de ventas

4.3 SOLUCIONES ACTUALES

- Actualmente concurren organizaciones que prestan uno de los servicios que se requieren las 24 horas
- Existen entes que suministran los elementos para ejecutar los arreglos.
- Las compañías aseguradoras conservan un mecanismo enfocado a servicio de plomería, cerrajería y asistencias técnicas.

4.4 FRUSTRACIONES Y LIMITACIONES

- Al solo prestar uno de los servicios no genera mayor demanda.
- Algunos establecimientos brindan los elementos para tratar los diferentes inconvenientes; pero no realizan la instalación de estos.
- Solo pueden aplicar personas en convenio con las aseguradoras.

5. HIPÓTESIS

5.1 HIPÓTESIS PROBLEMA

Hipótesis: Creemos que en todos los hogares se ha presentado al menos un caso de emergencia domestica

Hipótesis: Creemos que, si se implementa una aplicación para prestar los servicios que brindan un grado de comodidad al cliente, este asumirá el valor que se establezca sin inconveniente alguno.

5.2 HIPÓTESIS BENEFICIO

Hipótesis: Creemos que si existe una organización que colabore a las familias los fines de semana con sus posibles eventualidades, estos recomendaran el aplicativo y/o organización a sus conocidos.

Hipótesis: Creemos que si se contempla al cliente de manera eficaz y eficiente se lograra asertivamente un nuevo llamado.

Hipótesis: Creemos que estudiantes enfocados a los servicios que se brindaran en el aplicativo, pueden hacer parte del equipo de asistencia.

5.3 HIPÓTESIS SOLUCIONES

Hipótesis: Creemos que las familias carecen de información acerca de organizaciones que prestan servicio las 24 horas actualmente.

Hipótesis: Creemos que el indicador de personas que solo requieren de los elementos para restaurar y/o solucionar la emergencia locativa es muy reducido.

5.4 HIPÓTESIS LIMITACIONES

Hipótesis: Creemos que, al brindar solo un tipo de servicio los entes reducen su posibilidad de crecimiento y competitividad frente a otras.

Hipótesis: Creemos que la mayoría de clientes no se interesan en adoptar convenios de emergencias locativas con aseguradoras, debido a los largos trámites para adquirirlos.

6. PLANEACIÓN ESTRATEGICA

6.1 ANÁLISIS PESTEL

6.1.1 FACTORES POLITICOS

SISTEMA DE GOBIERNO: Actualmente el señor presidente de la republica Doctor Iván Duque está impulsando el programa de Economía Naranja en la cual se pretende impulsar al empresario informal, los proyectos de las Universidades a desarrollar sus proyectos dentro de la legalidad, al impulsar este proyecto podemos ser beneficiarios de esta ley porque el sistema legal colombiano no han desarrollado leyes con respecto a las TIC, para desarrollar una aplicación se debe acudir al Ministerio de las Información y las Tecnologías.

RELACIONES INTERNACIONALES: Como todo proyecto la idea es internacionalizarnos por el momento seria con Google Maps para que ellos nos brinden información de los planos que existen actualmente en el planeta.

TRATADO INTERNACIONAL VIGENTE: La estabilidad política del país actualmente se encuentra en un momento de división política, pero con el tiempo esa división culminara no contamos con gobiernos dictadores.

POLITICAS GUBERNAMENTALES: Las políticas en Colombia ven de forma a agradable cualquier empresa que desee emerger con nuevos productos o servicios, para Colombia estas empresas tienen ayudas gubernamentales para financiar los nuevos proyectos emergentes.

6.1.2 FACTORES ECONOMICOS

LAS POLITICAS ECONOMICAS DEL GOBIERNO: Los nuevos tiempos ayudan a generar nuevas fuentes de ingreso a esto se refiere que las políticas generan nuevos apoyos y promueven las ideas de negocio que son innovadores y auto sostenibles para ponerlas en marcha en el mercado

NIVEL DE PRECIOS Y SALARIOS: Cualquier empleado que aplique a prestar su servicio será sujeto al código sustantivo de trabajo con respectivo con prestaciones de ley.

TIPOS DE CAMBIO: No aplica.

IMPUESTOS SIERTOS ARTICULOS: No aplica.

DISPONIBILIDAD Y DISTRIBUCION DE LOS RECURSOS: Su fácil comercialización por el servicio con poca dificultad para su acceso, comercialización y venta.

LAS INVERSIONES DE EXTRANJEROS: Los nuevos proyectos que son innovadores en Colombia tienden hacer vistos desde un punto de vista agradable para inversionistas extranjeros ya que en muchos casos el mercado está virgen para su factibilidad

6.1.3 FACTORES SOCIOCULTURALES

LOS CAMBIOS DEMOGRAFICOS: Los cambios a bien que se efectúan en las distintas ciudades y den un aspecto favorable de las personas van a querer vivir en ella, al tener una ciudad que muestre un pensamiento más sostenible y sano en comparación de otras ciudades del país tienen mayor captación para que las personas dejen vivir en ella, una buena imagen puede hacer que crezca su población en general.

TASA DE CRECIMIENTO DE LA POBLACION: Al tener una ciudad o región sostenible que muestre un compromiso de sostenibilidad tiene una mejor captación para procrear con solo hecho de ver que donde residen ofrece un ambiente agradable para los futuros jóvenes del país.

NIVEL DE VIDA: La implementación de un pensamiento cultural de facilidad para conseguir ayudas en los momentos menos oportunos puede llegar a tener un impacto favorable al nivel de vida de las personas ya que pueden ver que es más fácil acudir a estilos de vida más favorable.

LOS GUSTOS: La implementación y observación de nuevas ideas de negocio puede tener una percepción agradable hacia los consumidores observando que el consumo de servicio para emergencias en el hogar puede llegar a satisfacer sus gustos en un tiempo aceptable para el consumidor

LAS PREFERENCIAS: Los cambios que se generan a nuestro alrededor pueden cambiar las preferencias a las cuales nos vemos inclinados y más aún si sabemos que pueden tener repercusiones más saludables y favorables.

LOS HABITOS DE CONSUMO: El cambio de conciencia hacia hábitos de consumo son más fáciles de captar mediante ejemplos de que todo en la vida no es necesario que tenga muchos procesos, el hábito de consumo se puede cambiar mediante ejemplos de servicios que son más eficientes sin tanto desgaste para acudir a ellos.

LAS MODAS: No aplica.

LA EDUCACION: Los niños, jóvenes y adultos al solo observar la importancia de cómo pueden generar nuevas oportunidades y en como la economía puede mejorar mediante el liderazgo de la implementación de nuevas ideas de negocio.

LA IMAGEN CORPORATIVA: No aplica

LOS ASPECTOS ETICOS: No aplica

6.1.4 FACTORES TECNOLOGICOS

TENDENCIA EN EL USO DE NUEVOS SISTEMAS INFORMATICOS: Al demostrar que las nuevas tecnologías son factibles para el autoabastecimiento en prestación de servicios los nuevos sistemas de información captarían mayor cobertura en el mercado.

TENDENCIA DE LA INFORMACION, COMUNICACIÓN Y TRANSPORTE: Las TIC ayudan e generar nuevas tendencias de comunicación y transporte que facilitan los estilos de vida generando nuevos productos o servicio que ayudan a ser más factible los estilos de vida.

INVERSIONES I + D: Las nuevas tecnologías habilitan y promueven las nuevas inversiones y desarrollos que ayuden a mejorar los estilos de vida con una vida más sana y fácil para la adquisición de servicios sin necesidad desgastarse tanto.

TECNOLOGIAS EMERGENTES: Las nuevas tecnologías ayudan a promover nuevos idea emergente que van de mano con tecnologías lo cual ayudan a generar nuevas aplicaciones que faciliten los estilos de vida.

GRADO DE OBSOLESCENCIA: Mediante un proceso de prevención y seguridad la vida útil de una app tiende a durar un tiempo indeterminado por lo tanto la inversión que se realizan para mantener la app se pasa a realizar solo actualizaciones, o cambios para mejorar la calidad de la prestación de servicio.

6.1.5 FACTORES LEGALES

LICENCIAS: En Colombia no hay una política clara, una normativa que dicte unos lineamientos que puedan adoptar las personas jurídicas o naturales a la hora de emprender un proyecto que contemple la creación y gestión de aplicaciones móviles; entre otras cosas porque es un campo relativamente nuevo y del cual apenas se está explorando su potencial.

DERECHO INTERNACIONAL: Actualmente se pretende crear una propuesta normativa donde reposen los principales derechos y deberes de los actores involucrados en la creación y gestión de aplicaciones móviles nativas. Teniendo en cuenta lo mencionado y considerando que la falta de normativa específica para las aplicaciones móviles en Colombia puede promover la proliferación y crecimiento desordenado de sus diferentes categorías.

LEGISLACION LABORAL: Dentro de la legislación laboral se maneja por el código sustantivo de trabajo en cual cualquier empleado que disponga con la empresa será liquidado con los pagos correspondientes de ley y prestaciones sociales que disponga por su prestación de servicios.

LEGISLACION MEDIOAMBIENTAL: Ley 99 de 1993 por el cual se regula los recursos del medio ambiente en Colombia y fomenta la utilización de sus recursos de la manera óptima a lo largo y ancho del territorio colombiano.

LEGISLACION DE SEGURIDAD: No aplica.

LEGISLACION DE SALUD LABORAL: En el código sustantivo cualquier empleado que preste su servicio según el estado debe contar con todas las prestaciones ley al día y su materia de trabajo en caso de que su empleo de riesgo.

LEGISLACION SOBRE EL DERECHO DE PROPIEDAD INTELECTUAL: No aplica

FORMA DE PAGO DE IMPUESTOS: Los impuestos se cancelan en el banco que corresponda de igual manera al ser una empresa que tiene prioridad con el manejo del medio ambiente tiene incentivos monetarios y descuentos para las organizaciones que tienen prioridad en el cuidado de medio ambiente.

6.1.6 FACTORES ECOLOGICOS

LEYES DE PROTECCION MEDIOAMBIENTAL: No aplica

RESOLUCION SOBRE EL CONSUMO DE ENERGIA Y RECICLAJE DE RESIDUOS: Dentro de las resoluciones que se deben cumplir para el manejo de energía eléctrica encontramos la CREG 029, 039 y 049 de 2016 donde se regula el manejo y el consumo de energía eléctrica con la cual las empresas tanto públicas como privadas deben seguir un reglamento estandarizado para no incumplir y ser castigados de forma monetaria.

Por otro lado el ministerio de ambiente expidió la resolución 1407 del 2018 donde acata el buen manejo de material reciclable dentro de las empresas donde dichas deben cumplir un criterio de manejo en donde deben disponer del conocimiento y el debido procedimiento adecuado para disponer de dicho material

PREOCUPACION POR EL CALENTAMIENTO GLOBAL: La empresa HOME S.O.S. está comprometida con el ahorro de la energía por ende se dispondrá los ahorros pertinentes para disminuir los gastos que estos incurrir dentro de la misma, por otro lado, se planea implementar medios con los cuales se pueda implementar nuevas fuentes de energía renovable con las cuales se buscó mitigar el impacto.

6.2 CINCO FUERZAS DE PORTER

1.Rivalidad entre los competidores:

En la actualidad a nivel Bogotá, existe algunas aplicaciones que prestan servicios profesionales para el hogar, entre los servicios que ofrecen se encuentran las siguientes profesiones: Plomero, albañil, pintor, electricista, carpintero, jardinero entre otros, estos servicios no cuentan con una disponibilidad de 24 horas para las emergencias de los usuarios.

Estas aplicaciones que prestan estos servicios de hogar no son muy reconocidas por los Bogotanos ya que los competidores no se encuentran posicionados en el nicho del mercado, por lo cual es una de las ventajas que se tiene para ofrecer este servicio de 24 horas.

2. Amenaza de los nuevos entrantes:

De acuerdo a los avances tecnológicos se evidencia que las aplicaciones que prestan estos servicios domésticos no cuentan con estándares de calidad que les permita posicionarse en el

mercado, como un competidor activo ya que estos servicios a la vista de los usuarios son defectuosos con respecto a la eficiencia del servicio.

Existen barreras de entradas que hacen más fuerte la competencia como es el capital a invertir en publicidad, equipos y mano de obra. Estas aplicaciones móviles que prestarán servicios profesionales para el hogar deben contar con unos aspectos legales vigentes entre ellas tenemos las políticas de privacidad y protección de datos de los usuarios para poder ser lanzada al mercado.

3. Amenaza de productos sustitutos:

En la actualidad existen App que brindan servicios profesionales para el hogar de igual forma encontramos en el mercado entidades privadas que prestan estos servicios a través de pólizas que serán cobradas mensualmente a los usuarios para poder obtener la prestación de servicio.

4. Poder de negociación de los clientes:

El poder de negociación que tienen los clientes en el sector de Bogotá localidad de Usaquén y Chapinero es relativamente baja, son muy pocos los usuarios que conocen acerca de esta nueva metodología de servicios de hogar, los clientes básicamente conocen y hacen uso de pólizas de vivienda mediante un pago mensual. HOUSE S.O.S. es la solución a todas aquellas emergencias que se presentan en el hogar con un servicio de 24 horas continuas a un precio asequible sin cláusulas de permanencia que les permite a los usuarios tener un beneficio económico con respecto a la competencia.

5. Poder de negociación con los proveedores:

HOUSE S.O.S. Contará básicamente con 7 proveedores: Diseñador y desarrollador de aplicaciones, plomeros, cerrajeros, electricistas y albañiles, estos proveedores no representan mayor poder para nuestro negocio ya que en el mercado existe demasiadas ofertas con respecto a cada una de estas profesiones lo cual indica poder cambiar fácilmente de proveedor sin ser afectados.

7. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

7.1 CONCEPTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DEMANDA: Puede ser definida como la cantidad de bienes y servicios que son adquiridos por consumidores a diferentes precios, a una unidad de tiempo específica ya que sin un parámetro temporal no podemos decir si una cantidad demanda crece o decrece.

ELASTICIDAD: Es un concepto económico introducido por el economista inglés Alfred Marshall, procedente de la física, para cuantificar la variación experimentada por una variable al cambiar otra.

ENCUESTA: Es la principal elección. Tiene la ventaja de recolectar una gran cantidad de datos de cada individuo de la muestra.

ECONÓMICOS: Determinar el grado económico del éxito o fracaso que pueda tener una empresa al ser nueva en el mercado, o en su defecto introducir un nuevo producto o servicio para así poder saber con seguridad las acciones que se deben implementar.

ENTREVISTAS: Es uno de los métodos más comunes. Si te decides a hacerla, pon especial atención en las preguntas que realizarás, que también dependen de si harás una entrevista cara a cara, vía telefónica e incluso si es por correo electrónico.

OBSERVACION: Este método te proporciona información sobre el comportamiento actual. Se considera el método tradicional más exacto y económico para estudiar el comportamiento.

CENSO: Recopilación de datos para fines de investigación del mercado.

ESTRATEGIAS DE EXTENSIÓN DE MARCA: Estrategia según la cual se lanza un producto nuevo modificado con una marca que ya ha sido probada exitosamente.

GRUPOS PRIMARIOS: Grupos con los que interactúa una persona de manera informal y regular, como la familia, los amigos, los vecinos y compañeros de trabajo.

GRUPOS SECUNDARIOS: Grupos con que interactúan las personas de manera más formal y con menos regularidad, como grupos religiosos, asociaciones profesionales y sindicatos.

INFORMACIÓN PRIMARIA: Información reunida con un propósito específico.

INFORMACIÓN SECUNDARIA: Información que ya está en algún lado porque fue recopilada alguna otra cosa.

MERCADEO DIRECTO: Mercadeo desarrollado por medios que interactúan en forma directa con el consumidor, tales como: venta personal, telemarketing, correo directo, publicidad tendiente a obtener respuesta directa del consumidor.

7.2. ANALISIS DE ESTUDIO DE MERCADO

En la actualidad la comunidad tienen inconvenientes que se les presenta a diario u ocasionalmente en el hogar, ya sean daños eléctricos, tuberías, infraestructura o pérdida de llaves representa un problema, más aun los fines de semana o en altas horas de la noche es un gran problema para las personas que son afectadas por alguna de las anteriores circunstancias.

El lograr ubicar algún técnico que ayude con alguno de los problemas anteriores no solo es algo complicado considerando el día y la hora si no a su vez el costo que representa poderlo contratar sería bastante alto a comparación de su costo entre semana y en horas hábiles, aun no se han logrado estandarizar precios favorables para los consumidores del servicio sin que tenga que pagar precios altos o afiliarse a pólizas que deben cancelar mensualmente aun sin haberlas usado.

En el caso de las Pólizas hay empresas que prestan un servicio más amplio pero de los mismo depende el valor adquisitivo con el cual cuente el afiliado, al no tener como pagar mensualmente este seguro se encuentra impedido para poder suprimir los daños en caso de emergencia, el app HOUSE S.O.S puede ofrecer los servicios con un único pago sin contratos ni cláusulas, el consumidor del servicio solo paga una única vez y cuando solo requiera del técnico de su casa sin preocuparse de los gastos posteriores.

7.2.1 SITUACIÓN DE LA COMPETENCIA

En la actualidad Bogotá cuenta con empresas que promueven y aseguran a sus usuarios por medio de pólizas de vivienda mediante un pago mensual, unas de estas empresas son MAFRE, ASEGURADORA SOLIDIARIA DE COLOMBIA e inclusive FALABELLA, pero la que tiene mayor cobertura en Colombia es SEGUROS SURA, la cual cubre desde ruptura de vidrios, acrílicos u espejos hasta daños por huracanes o tormentas.

En la actualidad ya hay empresas posicionadas en el aseguramiento de vivienda pero a diferencia de HOUSE S.O.S. es que esta empresa se manejaría por medio de un app lo cual no obligaría a sus usuarios a hacer pagos mensuales a menos que ya tenga una emergencia y desee comprar un servicio independiente del tipo de técnico que requiera, solo haría un pago único ya sea en tarjeta o en efectivo al funcionario que acuda a la emergencia y ya sin necesidades de más pago o pólizas con pagos mensuales el cual es un gasto alto para muchas personas de las cuales este tipo de emergencia se les presenta ocasionalmente pero que siguen ocurriendo día tras día a los Bogotanos.

7.2.2 ANALISIS DE LA DEMANDA

En la actualidad de vida ajetreada de las personas los llevado a tener el hogar un poco descuidado, cuando pueden dedicarle tiempo a la residencia se percatan de ciertos daños de los cuales necesitan hacerles frente, lo más común es que estas personas no encuentre alguien que les ayude o no les favorece el valor que cobran; mediante la implantación del app HOUSE S.O.S las personas que requieren de alguna clase de servicio en el hogar no tendrán tanto desgaste para solicitarlo, mediante una aplicación que les ubique el técnico que requieren a un precio justo y con un único pago ya sea en tarjeta crédito, débito u efectivo se evitan inconvenientes y procesos desgastante con pólizas las cuales no suelen usarlas muy seguido.

7.2.3 PÚBLICO OBJETIVO

Personas con estrato económico superior a 4 que tenga dispositivos eléctricos con conexión a internet y con estudios académicos avanzados, este tipo de mercado es al que la empresa HOUSE S.O.S tiene como objetivo principal ubicar ya que son personas que tienen como pagar el servicio y por lo general carecen de conocimiento de plomería o como arreglar servicios básicos, prefieren que terceros hagan el trabajo de fuerte por ellos.

7.2.4 PLANEACIÓN ESTRATEGICA PARA EL SERVICIO

Para la empresa HOUSE S.O.S la captación de nuevos clientes de alto nivel que desee adquirir estos servicios siempre pueden contar con presión asequible y de fácil acceso para que las inversiones que realicen puedan ser notablemente recuperadas al poco tiempo.

La planeación estrategia que tiene la empresa también deriva de otros aspectos como es, por ejemplo:

- **PUBLICIDAD:** Mediante canales de comunicación masivos como internet, televisión, redes sociales e inclusive radio se puede captar más personas que poco conocer de este tipo de producto en Colombia
- **PRECIO:** Dependiendo el valor de compra de estos servicios a si mismo se puede hacer una facilidad de pago a personas con un nivel adquisitivo promedio ya sean de estrato 4, 5 en adelante.
- **INCENTIVOS:** A las personas que consuman el servicio independientemente del tipo de técnico que requiera a si mismo se le puede promover un descuento del 5% por usar 5 veces seguida el servicio, en este momento la operación del 6 operario tendría el respectivo descuento.

- **CALLCENTER:** Mediante un servicio rápido y eficaz se puede atender cualquier inquietud el cual tenga los clientes, ya sea para dar sugerencias, inquietudes, molestias o quejas y ser atendidos a la mayor brevedad posible sin ningún costo.

7.3 SEGMENTACION DE MERCADO

7.3.1 SEGMENTACIÓN GEOGRAFICA

Las ciudades con mayor densidad poblacional como las capitales en este caso Bogotá son lugares claros y específicos donde se presta diariamente son número de inconvenientes hogareños, el problema que se presenta diariamente en distintos partes de la ciudad son tales como la ruptura de un tubo o aun daño eléctrico por ejemplo, una ciudad tan grande con distintas zonas en Bogotá tienden a presentarte algunos daños para esto se tiene una idea de cuentas viviendas hay en Bogotá y se muestra en el siguiente grafico

VARIABLE GEOGRAFICA

- **Geográficas:** Familias en la localidad de Usaquén y Chapinero

Viviendas, hogares y personas según localidad.

LOCALIDAD	VIVIENDAS		HOGARES		PERSONAS		HOGARES POR VIVIENDA	PERSONAS POR HOGAR
	Total	%	Total	%	Total	%	Promedio	Promedio
Usaquén	136.320	7,2	137.979	7,0	430.156	6,1	1,01	3,12
Chapinero	49.592	2,6	50.351	2,5	122.507	1,7	1,02	2,43

Fuente: DANE - SDP, Encuesta de Calidad de Vida Bogotá 2014
 Procesamiento: SDP, Dirección de información, Cartografía y Estadística

- **Ubicación:** Ciudades principales de Colombia donde tenga facilidad de no solo comercializar el servicio si no a su vez ponerlo en marcha como Cartagena, Huila, Pasto, Bogotá, Manizales etc.

7.3.2 SEGMENTACIÓN DEMOGRAFICA

En la parte demográfica se busca personas con un estilo de vida agitado que tenga sentido de razón de cuando requieren el servicio y la facilidad a la que pueden acceder a él por medio de un dispositivo electrónico sin importar el tipo de sexo u orientación que tengan, para la empresa todas las personas son un potencial consumidor y toca generar una cultura más razonable de que se pueden conseguir soluciones a un botón de distancia.

- **Demográfica:** Familias en la ciudad de Bogotá D.C.

Área	Viviendas Censo	Hogares General
Cabecera	1.758.344	1.927.390
Resto	4.341	3.982
Total	1.762.685	1.931.372

https://www.dane.gov.co/files/censo2014/PERFIL_PDF_CG2005/11001T7T000.PDF

VARIABLE DEMOGRAFICA

- **EDAD:** Personas de 30 a 50 años ya que son el rango de edad más prominente en donde están personas que tiene visión objetiva y con los que se pueden hacer negocios de inversión a largo plazo.
- **SEXO:** Es este aspecto es indiferente ya que no hay preferencias en este semblante.
- **NIVEL SOCIAL:** Personas con nivel adquisitivo de preferencia de estrato 4 en adelante
- **CULTURAL:** Una cultura más eficiente que conozcan que las soluciones se pueden presentar con solo una descarga y que sepan que pueden contar con una ayuda en los momentos menos favorables para ayudar en su casa.

7.3.3 SEGMENTACIÓN PSICOGRAFICA

Con la implementación de este proyecto se busca llegar a las personas de tal manera que vean es bueno usar medio de servicio hacia mismo les facilitaría su estilo de vida sin generar grandes esfuerzos al intentar comunicarse con alguna persona que les solucione el inconveniente todo se podría desde la comodidad de su casa sin generar estrés para tratar de ubicar una ayuda en casa.

VARIABLE PSICOGRAFICA

- **PERSONALIDAD:** La personalidad aplica ya que una buena cultura de casa tendría impacto agradable con las personas que piensan en que se puede tener una ayuda a un clip.
- **ESTILO DE VIDA:** El estilo de vida sería impactado ya que las personas pueden tener una gran herramienta en caso de presentarse alguna calamidad en su hogar ya sea de fontanería o eléctrico solamente deberán solicitar el técnico que desean o necesitan y a si mismo llegan sin necesidad de buscar en directorios o con impaciencia de que no atiendan a la hora que lo solicitan.

7.3.4 SEGMENTACION DE CONDUCTA

La definición para poder impactar a este tipo de consumidores es el conocer que tanto beneficio o calidad den beneficio desean obtener mediante la prestación de un servicio para su requerimiento básico como es la ayuda en sus residencias, la prestación de los servicios siempre debe satisfacer su necesidad por las cuales cancelan el servicio.

VARIABLE DE CONDUCTA

- **BENEFICIO BUSCADO:** Ya sea el beneficio de la satisfacción por mejorar su vivienda las personas buscan que se le dé solución a su requerimiento buscado.
- **CONVENIENCIA:** El tener una vivienda aceptable con pocos déficits en infraestructura genera una percepción agradable no solo entre los que habitan en la misma si no a su vez a los que viven al su alrededor por ende se encontraría satisfecho el consumidor final.
- **DECISIÓN DE COMPRA:** Tal vez muchas personas tengan desconfianza o ciertos niveles de insipiencia, pero al acudir al servicio que se les desea prestar, se darán cuenta que es un servicio confiable y de fácil acceso.
- **EXPECTATIVA:** Todo comprador está a la expectativa de que puede llegar a pasar, ya sea para bien o para mal pero solo el tiempo dispondrá de que la inversión ya hecha demostrara que es la mejor inversión que podría hacer para su hogar.

7.4 CALCULO DE TAMAÑO DEL MERCADO

7.3.4.1 TAM: Hogares en general en la ciudad de Bogotá D.C.

7.3.4.2 SAM: Hogares ubicados en las localidades de Usaquén y Chapinero

7.3.4.3 TM: Hogares estrato 4, 5 y 6

8. TECNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Para conocer más acerca de la investigación de mercados es necesario tener claro la definición de cada una de ellas.

- La investigación cuantitativa genera principalmente números, datos que se pueden transformar en estadísticas utilizables.
- La investigación cualitativa genera principalmente palabras, es principalmente una investigación exploratoria.

Para el desarrollo de este proyecto se implementó una encuesta con las técnicas de investigación Cualitativa y Cuantitativa, se realizó con el objetivo de tener datos concretos que permitirá realizar un análisis estadístico, de igual forma conocer la opinión y necesidades de los clientes para implementar estrategias de marketing.

9. IDENTIDAD ESTRATÉGICA

9.1 MISIÓN

Proveer una amplia gama de servicios inmediatos, accesibles y de buena calidad que contribuyan a la satisfacción de las necesidades de emergencia del cliente, con la posibilidad de localización aplicativa.

9.2 VISIÓN

Consolidarnos como una organización líder en la prestación de servicios en la ciudad de Bogotá D.C. por la atención inmediata, de calidad y especializada; obteniendo así la preferencia de los clientes.

9.3 OBJETIVOS EMPRESARIALES

9.3.1 OBJETIVO GENERAL

Brindar una atención inmediata a los clientes, garantizando un acceso eficiente a los servicios, con personal idóneo y de alta eficacia.

9.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Brindar un servicio de manera inmediata
- Fomentar un servicio eficaz y eficiente en los hogares clientes.
- Promover el manejo de la aplicación para adquirir más servicios de interés.
- Fortalecer una vía directa a la fidelización de clientes

9.4 VALORES CORPORATIVOS

RESPECTO: Entender que todas las personas son igual de importantes y merecen el mejor servicio y trato.

INTEGRIDAD: Trabajar con transparencia, teniendo la capacidad de decidir responsablemente sobre nuestro comportamiento.

COMPROMISO: Nos comprometemos a que nuestras capacidades cumplan con todo aquello que se nos ha confiado.

CALIDAD: Ofrecer servicios de excelencia superando las expectativas de los clientes.

EFICIENCIA: Utilizar, optimizar, racionalizar y moderar los recursos administrativos, técnicos, tecnológicos y financieros de la Entidad, con el fin de alcanzar los objetivos organizacionales.

10. FORMATO ENTREVISTA

Nombre:

1. ¿En alguna ocasión ha sufrido de una emergencia en su hogar un fin de semana?
 - SI
 - NO

2. Mencione alguna emergencia que haya presentado en su hogar
-

3. ¿En su entorno existen establecimientos con horario extendido que contribuyan a una emergencia que se presente en su hogar?
 - SI
 - NO

4. De ser afirmativa la pregunta anterior, ¿puede mencionar que servicio prestan esos establecimientos?
-

5. ¿En alguna ocasión ha olvidado sus llaves dentro de su casa y ha salido sin percatarse? ¿Cómo lo ha solucionado?
-

6. ¿Ha presentado alguna ruptura de un tubo en su hogar? ¿A quien ha decidido acudir en primera instancia?
-

7. ¿Si pudiera seleccionar de manera rápida una persona capacitada para que le colabore en su inconveniente inaplazable asumiría cualquier valor monetario? ¿Por qué?
-

8. ¿El sentirse cómodo con un servicio lo hace pensar en recomendarlo? ¿Por qué?
-

9. ¿Que aspectos usted tendría en cuenta para recomendar a sus conocidos un servicio?

10. ¿Tendría usted algún inconveniente si una persona mayor a 40 años que se encuentra desempleado, le brinde el servicio que corresponde a su necesidad, ¿Por qué?

11. ¿Sabe usted que organizaciones prestan servicios de emergencias domesticas las 24 horas?

- SI
- NO

12. ¿Considera importante la prestación de servicios para alguna eventualidad en su hogar las 24 horas y los 7 días de la semana?

- SI
- NO

13. ¿En su núcleo familiar existe alguna persona que solo requiera de los elementos para restaurar o reparar un incidente que se presente en su hogar de manera emergente?

- SI
- NO

14. ¿Considera usted que una organización que preste todos los servicios de emergencia domestica tiene una ventaja sobre las organizaciones que se enfocan solo a un servicio?

- SI
- NO

15. ¿Cuenta usted con un teléfono celular inteligente o “Smartphone”?

- SI
- NO

16. ¿Cree usted que las aplicaciones móviles son beneficiosas? ¿Por qué?

17. ¿Usted cuenta con pólizas de todo riesgo material?

- SI
- NO

18. Si la pregunta anterior es afirmativa, ¿con que entidad usted tiene esa póliza?

19. ¿De dónde acostumbra descargar las aplicaciones?

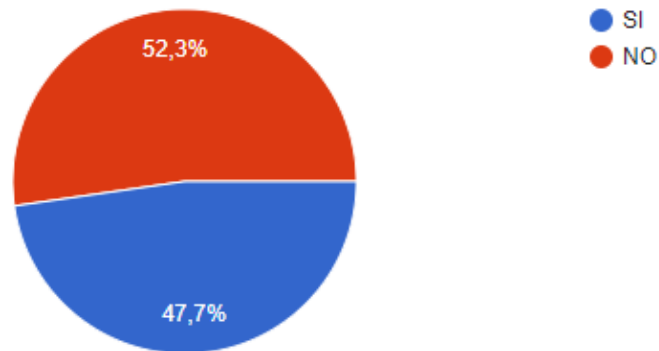
- Mi celular no puede descargar aplicaciones
- No tengo celular
- Google Play
- App Store (Apple)
- Windows Phone Store
- BlackBerry World
- Amazon Appstore
- Otro (especifique)

20. ¿Usaría una aplicación que brinda ayuda a cualquier tipo de emergencia domestica que se presente? Justifique.

11. ANALISIS DE LOS RESULTADOS

11.1 Resumen resultados entrevista

1. ¿En alguna ocasión ha sufrido de una emergencia en su hogar un fin de semana?

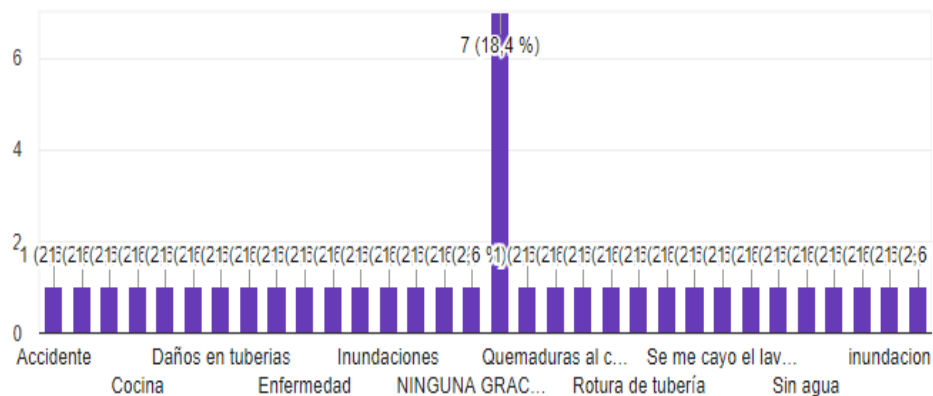


Teniendo como referencia la hipótesis inicialmente planteada podemos inferir que en un aproximado del 50% el mercado objetivo si ha presentado una emergencia en su hogar.

2. Mencione alguna emergencia que haya presentado en su hogar



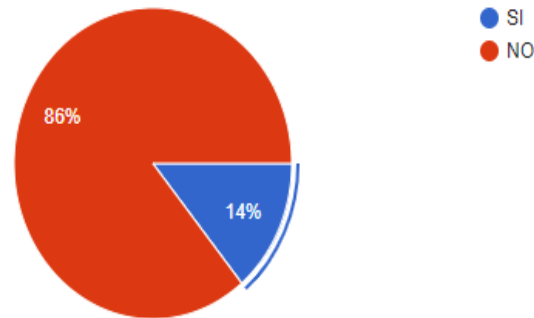
38 respuestas



Partiendo de las entrevistas ejecutadas podemos inferir que hay un gran sinnúmero de emergencias presentadas en los hogares solo un 7% de familias no han presentado una emergencia.

3. ¿En su entorno existen establecimientos con horario extendido que contribuyan a una emergencia que se presente en su hogar?

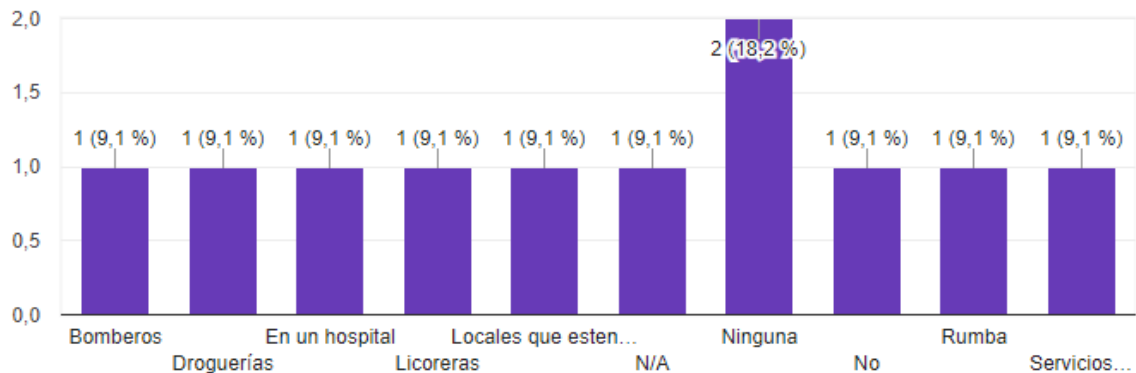
43 respuestas



Partiendo de la hipótesis implementada inicialmente podemos confirmar que en un 86% no existen establecimientos cercanos a los hogares estrato 4,5 y 6 para apoyar en una emergencia y las familias carecen de conocimiento acerca de la existencia de estas.

4. De ser afirmativa la pregunta anterior, ¿puede mencionar que servicio prestan esos establecimientos? 📄

11 respuestas



Teniendo en cuenta la relación anterior se obtiene un porcentaje elevado debido a la falta de prestación de servicios de emergencia cerca a los hogares.

5. ¿En alguna ocasión ha olvidado sus llaves dentro de su casa y ha salido sin percatarse? ¿Cómo lo ha solucionado?

44 respuestas

No (4)
Llamando al cerrajero (3)
Si, esperar a que alguien me abre (2)
si quitando la chapa o rompiendo algun vidrio
Si, me toco esperar que regresara alguien a casa
Romper la ventana de la puerta o cambiar de chapa
Si, cerrajero
Si, llamando a mami a que venga a abrirme
Llamar a un familiar que tenga una copia para poder ingresar a la vivienda
Si, llamar a mi esposo
SI, ROMPER EL VIDRIO
Si. He llamado al cerrajero.
Esperando que llegue alguien, o llamar
Si, contratando un cerrajero se demoró mucho en llegar
No
Con un familiar
Rompiendo una ventana
Pues espero a que otra persona que si tenga llaves llegue y me abra
La dueña de la casa me ayuda abrir la puerta con una copia que ella tiene
BUSCANDO LLAVE DE EMERGRNCIA
Por el vecino
Cambio de guardas
La copia de seguridad
Por la ventana
Rompiendo un vidrio o dejo un duplicado con un familiar.
Si, con el seguro de Seguros Bolívar me hacen cambio de chapa sin ningún costó
Si, esperando es que alguien que si tenga llaves llegue a casa
Llamar al cerrajero
Llamar a un familiar
Metiendo me en la casa de la vecina
En rompiendo el vidrio de la puerta o ventana
Si, le he pedido ayuda al portero, para que rompa el vidrio
Si, me ha tocado llamar a mi mama para que regrese rapido
Esperando a otra persona que vive en la misma residencia
Si, le digo a mi vecina de al lado que me deje entrar y me meto por la terraza y ahí sigo a la mía y así puedo abrir
Si, abro la ventana o forzo la chapa
Forzar la cerradura
Si, esperando en lugares de familiares o amistades

Teniendo en cuenta la hipótesis inicialmente planteada podemos inferir que las familias de estrato 4,5 y 6 en su gran mayoría no tiene conocimiento acerca de que solución plantear ante una eventualidad como dejar sus llaves y quedarse sin acceso a casa, las respuestas más comunes fueron esperar a que llegue un integrante de la familia o recurrir al guarda del edificio.

6. ¿Ha presentado alguna ruptura de un tubo en su hogar? ¿A quien ha decidido acudir en primera instancia?

44 respuestas

No (6)
bomberos (2)
si al plomero
Si, al portero del edificio
Al plomero
A un plomero o un familiar que sepa del problema
Acueducto
Si pero entro en pánico y me pongo a llorar por que no se a quien acudir
A la empleada
si, al portero
SI, AVISE AL PORTERO DEL CONJUNTO
Si, al celador.
Si, con el seguro de hogar de seguros Bolívar me hacen el arreglo sin costó
No
Administración
Un familiar
Al que dependa el tubo
A el dueño
Si, al portero
Si, a la señora de los servicios
Al plomero conocido
No ninguna
Si, al plomero
No lo he presentado
Si
Llamar al acueducto
Yo mismo
A la policía
Yo mismo lo arreglo
Sí acudimos a la dueña de la casa
A un familiar
A nadie
Plomeros
Plomero
A un plomero
Uno mismo
Maestro de construcción
A algún familiar

De igual manera el porcentaje de familias que no tienen conocimiento de las personas a las que deben acudir en momentos de este tipo de emergencias es alto y ellos manejarían el tema o recurren al guarda del edificio.

7. ¿Si pudiera seleccionar de manera rápida una persona capacitada para que le colabore en su inconveniente inaplazable asumiría cualquier valor monetario? ¿Por qué?

45 respuestas

Si obvio (2)
No (2)
No por que algunos abusan claramente.
Si por que dada la gravedad de la emergencia lo primordial es darle pronta solución al problema
Depende porque aveces los costos son muy absurdos
No, hay que ser justos
Si ya que, lo importante es la calidad del trabajo
Si, porqué hay que solucionar lo mas rápido posible
Si Por que esta capacitado y podra hacerlo sin problemas
Si porque es necesario controlar la emergencia
si, puesto que me ayudara a controlar la emergencia
SI, PORQUE NECESITO AYUDA INMEDIATA
Si. Por que no tengo el conocimiento para tratar el tema
Con tal de que lo arregle.
Ya tengo este servicio con una aseguradora que cubre todo
Dependiendo la circunstancia y si en verdad se viera evidente un costo
Depende
10000
Tal vez porque depende del grado de complejidad
Sip se lo merece
Totalmente, si nos soluciona el inconveniente de manera rapida
Si, totalmente si me ayuda con mi percance
Si. Porque me esta ayudando a solucionar una emergencia
Si porque va de parte mía
No, si el monto es exagerado algo hago pero no le pago. Por abusar de la necesidad
Depende el valor monetario lo asumiría
Si, porque es una emergencia prevalece la integridad mia y de mi familiar
Si
Si porque me soluciona.un problema
Si estoy en.la capacidad de hacerlo lo hago
Si. Porque en situaciones como esas se busca dar solución pronta a lo que sucede
Claro si es muy urgente si
Por qué si es algo muy necesario pagaría lo que me pidan por hacerlo
Si porque esa persona me está ayudando cuando más lo necesito
Porque merece su reconocimiento por su colaboración
Si por la urgencia
Si. Porque sería rápido
No. Buscaría varias opciones y me quedaría con lo que me brinde confianza y un precio acorde
Por es necesario el arreglo
Por que por tiempo y costos me da solución al inconveniente
Si, porque necesito solucionar el problema
Si, porque me está colaborando
Si, porque solucionaría una urgencia

Teniendo en cuenta la hipótesis planteada podemos inferir que las familias pagarían un valor monetario de manera inmediata con el objetivo de lograr la solución eficazmente a su inconveniente.

8. ¿El sentirse cómodo con un servicio lo hace pensar en recomendarlo? ¿Por qué?

45 respuestas

SI (3)

SI obvio, como yo, mas personas tienen estos problemas diarios (2)

si por que doy fe del cumplimiento y capacidades

Si, para que mis conocidos lo usen

Si por que así como fue de efectivo solucionando mi problema le puede ser útil a demás personas

Claro si me ayuda puede ayudar al resto de personas que lo necesiten

SI, por confianza

Si porque otros podrían necesitar un buen servicio

Por qué me ha ayudado

Si, por que cubre la necesidad

si, porque si los servicios son buenos, pues lo recomiendo por si alguno de mis conocidos se le presenta algo similar

SI, PORQUE ME AYUDA EN LA NECESIDAD QUE TENGO EN EL MOMENTO

Si. Por que el trabajo bien hecho se debe resaltar

Si, por que sería rápido y efectivo a la vez.

Por qué es netamente necesario

Si, ya que el prestar un buen servicio hace generar una publicidad voz a voz por la experiencia de un tercero

Si porque soluciona a tiempo

Porsupuesto que si

Si, para que otros lo conozca y hagan uso de el

Claro, para que otros lo conozcan

Si.. Porque brindan la atención oportuna

Si, claro porque así mismo puede ayudar a las demás personas y les puedo brindar más confianza

Si, porque si es bueno los demás deben tenerlo

Si, porque sé que funciona y puede ser útil para alguien más

Claro porque al contar con un buen servicio

No

So

Si, por un buen trabajo y garantía

Si. Porque se da una buena presentación del servicio

Si claro

Por que pienso que si yo tengo este beneficio por qué otros no??

Si lo recomendaría ya que me siento muy bien con el servicio y obtengo excelentes resultados

POR PODER DEMOSTRAR SU COMODIDAD

Si por su capacidad laboral

Si es bueno si por la calidad de servicio

Si. Para que otros opinen igual

Si. Porque al sentirme satisfecha con el servicio me gustaría que otros lo usarán también

Por qué hace bien las cosas

Por la calidad del servicio

Si, porque veo la calidad en el servicio

Si, porque es un servicio con el cual me siento a gusto

Porque no recomendaría a alguien que no cuente con los conocimientos necesarios para solucionar me inconveniente

Si, lo recomendaría a personas cercanas para le solucionen los percances y no tengan problemas después.

Partiendo de la hipótesis planteada podemos inferir que si se puede contemplar que el cliente realice un nuevo llamado dependiendo de la eficacia y eficiencia del servicio prestado.

9. ¿Que aspectos usted tendría en cuenta para recomendar a sus conocidos un servicio?

44 respuestas

Bueno (2)
La calidad (2)
responsabilidad y agilidad
Tiempo, amabilidad, desarrollo de la solución según el inconveniente
La rapidez del servicio
La calidad del servicio prestado La organización El precio
Calidad
La efectividad del servicio
Que haga bien su trabajo
Calidad, costó
Amabilidad, y la solución del problema
QUE SE UNA PERSONA ÁGIL Y QUE SEPA DE LO QUE TIENE QUE HACER
El buen resultado, la buena actitud, que sea respetuoso.
La rapidez y la economía
Tiempo de respuesta, calidad y calidez
La calidad del servicio y de la persona que lo brinda a de mas la economía
Cumplimiento,buen servicio
La eficiencia
Buena atención buen servicio y/o producto
En la calidad y un buen servicio
Tiempo y mecanismo para solucionar el problema correspondiente
calidad del servicio, disposición de la persona
Es buwna persona. Educada... Y profesional
El primer aspecto es como realiza el trabajo si lo hace bien o no y la actitud principalmente para mí
Presentación, cumplimiento, costo y calidad
Buen servicio, calidas
Calidad y garantía
La calidad y el buen servicio
La calidad
El trabajo es la mejor presentacion
Entidad, calidad en las presentacion del servicio, puntualidad, eficiencia
Calidad económica y garantía
Que sea excelente el servicio que nunca tenga fallas
Mostrando sus resultados y comodidad
La atencion al usuario
Puntualidad y desarrollo del trabajo
Servicio
Puntualidad. Calidad. Servicio al cliente
El conocimiento para hacer lo que necesito
Calidad, costó y buena atención al cliente
Calidad, eficiencia
Honestidad compromiso con el resultado

La mayoría de las familias responden en un alto grado la importancia de un servicio amable y eficiente.

10. ¿Tendría usted algún inconveniente si una persona mayor a 40 años que se encuentra desempleado, le brinde el servicio que corresponde a su necesidad, ¿Por qué?

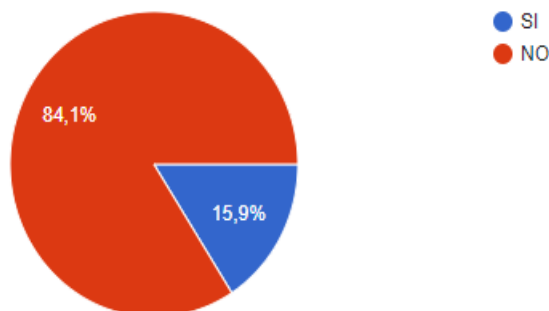
44 respuestas

No (5)
no (3)
No, no tendría inconveniente
No por que desde que cumpla con el perfil y los conocimientos No interesa la edad
Claro que no cualquier persona es capacitada no importa la edad
No, desde que sea de calidad
Segun que tan reconocido sea su trabajo
Si por que no me asegura que que lo haga bien
Desde que tenga la experiencia y haga lo pertinente respecto al problema, No tengo inconveniente.
Depende si cuenta con la documentación en regla
No, mientras tenga el conocimiento no importa
NO, PORQUE SI LA PERSONA TIENE EL CONOCIMIENTO Y SI LE PUEDO AYUDAR ECONÓMICAMENTE NO LE
No. Por que si la persona esta capacitada y puede dar solución no hay problema
No, sería bueno que trabaje.
No, por que esto cuenta como inclusión social
Con tal de que pueda desarrollarlo bien y sin ningun problema
No al contrario me gustaría ums persona madura y responsable
Si siempre y cuando sepa y tenga la habilidad
Si
No, al contrario me parece una muy buena oportunidad e implementación por parte de los creadores
No, mientras sepa hacer la gestión, no veo inconveniente
No, porque todos tenemos la misma capacidad
No, la verdad no si puede y trabaja bien no existiría problema alguno
No, si es bueno en lo que hace no importa la edad.
No tendría inconveniente alguno
No
No, la experiencia
No, si la persona tiene el conocimiento, la experiencia y la disponibilidad considero es una buena oportunidad para demostrar lo que sabe hacer.
Claro que no
La edad no importa lo importante es que lo haga bien
No porque es una persona que está trabajando como toda persona y que tienes los mismos derechos de los demas
NO PARA NADA SE LES PUEDE BRINDAR LA POSIBILIDAD DE DARLO A CONOCER
No porque tendría mayor experiencia
No.
No. Al ser una persona mayor de 40 que conoce su actividad y tiene la experiencia me brindaría la confianza para contratarli
No, porque está prestando un servicio
No, siempre y cuando contribuya al problema
Ningun inconveniente de echo son personas con conocimientos mucho más diversos
Si la persona es buena en lo que hace, le brindaría el servicio

En un alto grado las personas no tienen inconveniente con permitir que una persona de edad realice y ejecute la solución a la emergencia presentada si tiene la experiencia; adicionalmente cuando mencionamos el aspecto de colaboración a estas personas que ya no pueden ubicarse en un trabajo formal las familias aciertan brindando su apoyo monetario, así este sea mínimo.

11. ¿Sabe usted que organizaciones prestan servicios de emergencias domésticas las 24 horas?

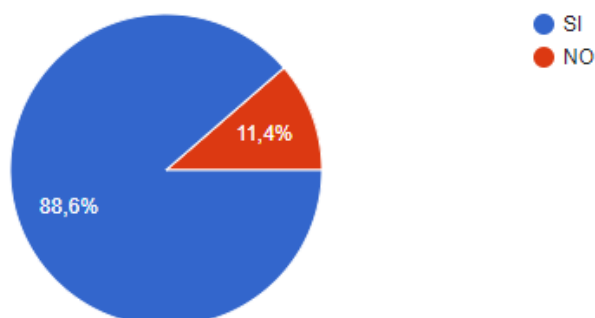
44 respuestas



El 84% de las familias hacen mención de su desconocimiento a las organizaciones que prestan servicios de emergencias domésticas lo que afirma nuestra hipótesis inicialmente planteada.

12. ¿Considera importante la prestación de servicios para alguna eventualidad en su hogar las 24 horas y los 7 días de la semana?

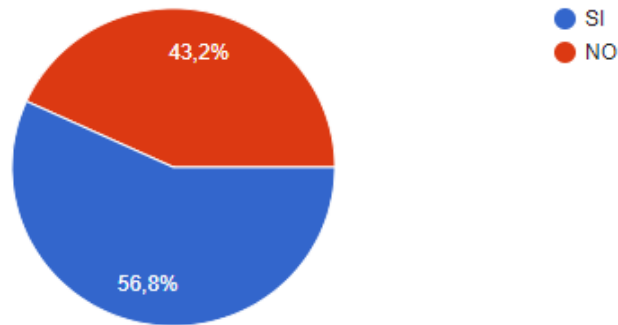
44 respuestas



El 88% de las familias aseguran que es importante la prestación de servicios domésticos, debido a que este tipo de eventualidades pueden presentarse en cualquier momento.

¿En su núcleo familiar existe alguna persona que solo requiera de los elementos para restaurar o reparar un incidente que se presente en su hogar de manera emergente?

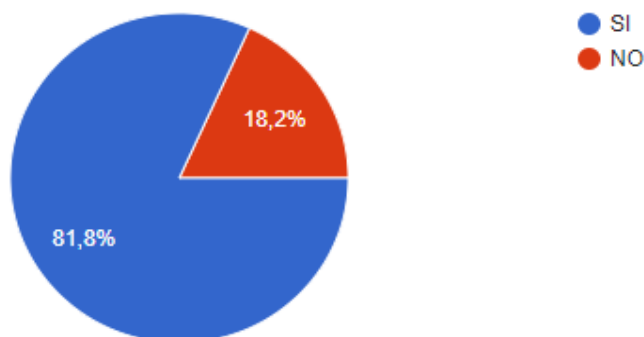
44 respuestas



El 43% responde a la pregunta negativamente, por lo que deducimos que la hipótesis planteada no es verdadera puesto que en su mayoría las familias disponen de algún familiar que conoce acerca del tema.

14. ¿Considera usted que una organización que preste todos los servicios de emergencia doméstica tiene una ventaja sobre las organizaciones que se enfocan solo a un servicio?

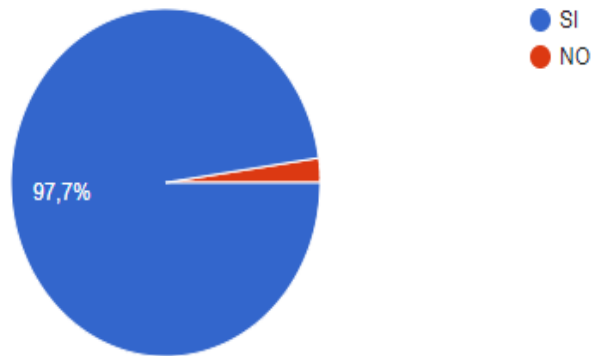
44 respuestas



El 81% de las familias aciertan con la ventaja de una organización que plantee diferentes ofrezca variedad de soluciones para eventualidades domésticas.

¿Cuenta usted con un teléfono celular inteligente o “Smartphone”?

44 respuestas



El 97% de las familias cuentan con un celular inteligente o “Smartphone”

16. ¿Cree usted que las aplicaciones móviles son beneficiosas? ¿Por qué?

44 respuestas

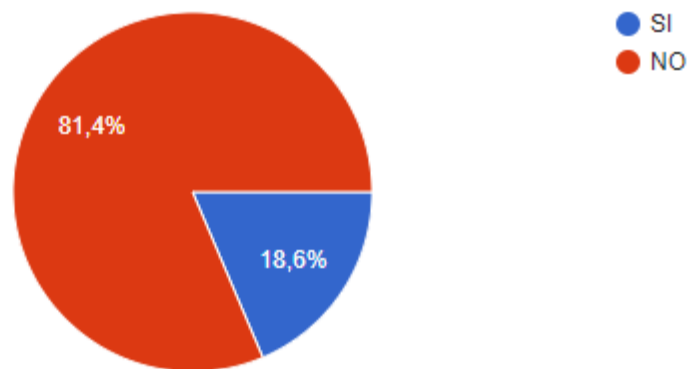
Actualmente las APP son muy necesarias, y en algunos casos no sabes que hacer si un tubo de agua se rompe (2)
si
Si, ayudan a las tareas cotidianas
Si por que Ayúdan a localizar fuentes confiablese para cubrir con alguna necesidad que se presente
Claro que si depende como las aplicaciones se den a entender
Si, ayuda para suplir necesidades
Por que pueden ayudar con cualquier problema y contactar con cualquier persona
Depende la necesidad de cada persona
Si porque ayudan a reportar las emergencias a tiempo y evitar una tragedia
Si, contribuyen eficazmente al diario vivir
SI, PORQUE ESA APLICACIONES MUCHAS VECES NOS SOLUCIONAN LA VIDA

- Si, porque son practicas y accequibles.
- Porque son una herramienta de acceso a cualquier cosa y responden a todo tipo de necesidad
- Si
- Si,
- Si pero buen manejadas
- Util.y rapidas
- Eventualmente cuando se da un buen uso de estas y la información concuerda con el servicio a prestar y el costo
- Claro ayudan a hacer nuestros queaseres del día
- Sí ya que nos pueden llegar a solucionar algunos inconvenientes en caso de emergencia
- PORQUE EN EMERGENCIA UNO SE PUEDE COMUNICAR FACILMENTE
- Ayudan al usauario a comunicarse
- Ayudan a solucionar
- Si. Más rápido
- Si. Ofrecen servicios de manera rápida oportuna segura y tienen un respaldo que da confianza al servicio
- Por ayudan para muchas cosas
- Facilita el tiempo de comunicación
- Si, porque facilitan la vida
- Porque puedo acceder a ellas sin importar donde esté
- Sí por ser una herramienta de información masiva
- Si, la tecnología ses muy buena cuando se sabe usar.

Para todas las personas encuestadas las aplicaciones moviles son de gran utilidad y benefician en un alto grado nuestro diario vivir.

17. ¿Usted cuenta con pólizas de todo riesgo material?

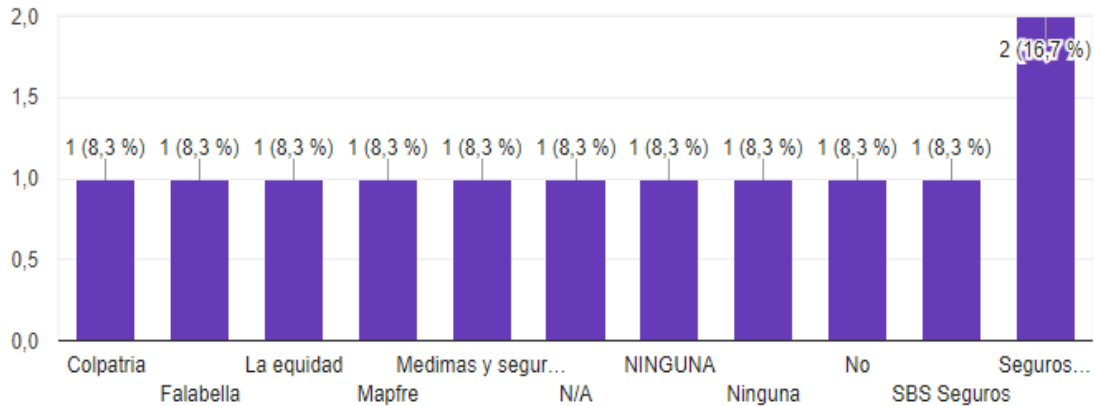
43 respuestas



El 81% hace mención de que no cuentan con una poliza que cubra alguna eventualidad domestica.

18. Si la pregunta anterior es afirmativa, ¿con qué entidad usted tiene esa póliza?

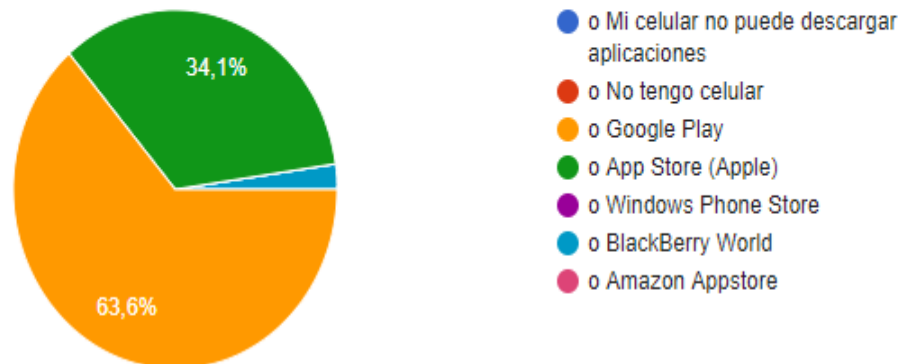
12 respuestas



Podemos inferir que la competencia en un 18,6% puede ser Seguros Bolívar.

19. ¿De dónde acostumbra descargar las aplicaciones?

44 respuestas



Se evidencia que todas las personas encuestadas cuentan con su móvil y hacen uso de las App de manera activa.

¿Usaría una aplicación que brinda ayuda a cualquier tipo de emergencia domestica que se presente? Justifique.

45 respuestas

Si (8)
si obvio, en varias ocaciones no sabes como racionar en un momento de crisis una buena app ayudara a brindar mas seguridad en mi hogar (2)
Si (2)
si seria muy util
Si, desde que solucione mi inconveniente de manera rapida.
Es mas confiable y no contiene virus para el equipo movil
Si porque es bueno ser beneficiados en cualquier momento dentro del hogar.
Si, es más rápido que una llamada
Si, sería la manera mas rapida para solucionar el problema que se me presente
Si por que a veces no sabemos con quien comunicarnos para que nos ayude de inmediato
No, buscaria al experto en el asunto y que me solucione
Si ya que sería muy útil para evitar accidentes graves
Claro que sí, una piensa que nunca tendrá una emergencia y en esos casos no se sabe a quien comunicar
SI TOTAL PORQUE SI TENGO UNA EMERGENCIA ESTO ME PUEDE AYUDAR A SOLUCIONAR EFICAZMENTE.
Si. Por que ahorro tiempo.
Si, por que hay veces necesitamos ayuda los fines de semana y hay veces no están disponibles, hoy hay gente que no le colabora al instante sólo que le colaboraria hasta la próxima semana.
Si, es más fácil de manejar
Dependiendo la reaccion de la misma si es inmediata o no.
Si.si es ágil claro
Si porque puede ser necesario
Si, seria un excelente mecanismo para ese tipo de eventualidades, que a veces requieren de mucho tiempo, es decir, esperar hasta el día lunes que las personas regresan a laborar
Si, nos ahorraria demasiadas angustias
No se
No, si es verdaderamente una emergencia no llamaria o contactaria para que lo arreglen, más bien haria lo posible por minimizar el riesgo y buscar a la persona mas cercana para que colabore
Si porque sería una herramienta útil para solucionar emergencias y de acceso fácil y rápido
Si. Porque puede dar prioridad a atender la emergencia o recibir asesoría de cómo actuar en una situación de emergencia
Claro que sí solo si vale la pena
Si la usaria por qué se que es una plicacion útil q me beneficiará y me podrá ayudar a solucionar las emergencias
SI CLARO LA UTILIZARÍA SI FUESE NECESARIO
Google
Si. Uso apps todo el tiempo son utiles
No. No la requiero por el momento
Nº conozco

Si, porque me facilitaría la vida

Si, ya que es necesaria en caso de que suceda una emergencia

Claro que sí para evitar posibles inconvenientes y/o darles solución más efectiva a los ya existentes

Se evidencia que todas las personas encuestadas harían uso de la aplicación para solucionar su inconveniente de manera ágil y acertada.

12. DEFINICIÓN DE IDEA DE NEGOCIO

El proyecto que deseamos desarrollar es la creación de una aplicación que brinde un servicio domiciliario en la totalidad de tiempo de la semana, supliendo así las necesidades de emergencia que se presentan eventualmente en los hogares, tales como plomería, electricidad, cerrajería, veterinaria y belleza.

Actualmente existen organizaciones que suplen los diferentes servicios, pero están enfocadas cada una a un servicio; adicionalmente estos organismos laboran en jornadas diurnas lo que desfavorece al cliente ante una situación que se vea presentada fuera de la zona horaria establecida en dichas entidades.

Por esta razón nuestro principal servicio será la atención inmediata a las emergencias que sean presentadas en los hogares brindando así la eficacia y eficiencia en nuestra labor.

Atención inmediata

Colaboradores capacitados

Elementos de calidad para el arreglo correspondiente

Garantías

12.1 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Nuestra aplicación será creada por un ordenador y programador que permite hacer seguimiento a los colaboradores frente al servicio prestado a cada uno de los clientes. Cada colaborador pasara por una serie de pruebas y procesos internos de la organización HOUSE SOS los cuales permiten poder ser aprobado y relacionado en el aplicativo para prestar sus conocimientos.

12.2 FICHA TÉCNICA

Nombre del proyecto

HOUSE S.O.S

Objetivo

Brindar por medio del aplicativo la posibilidad de suplir la necesidad de una solución inmediata a una emergencia locativa en el hogar.

Beneficiarios

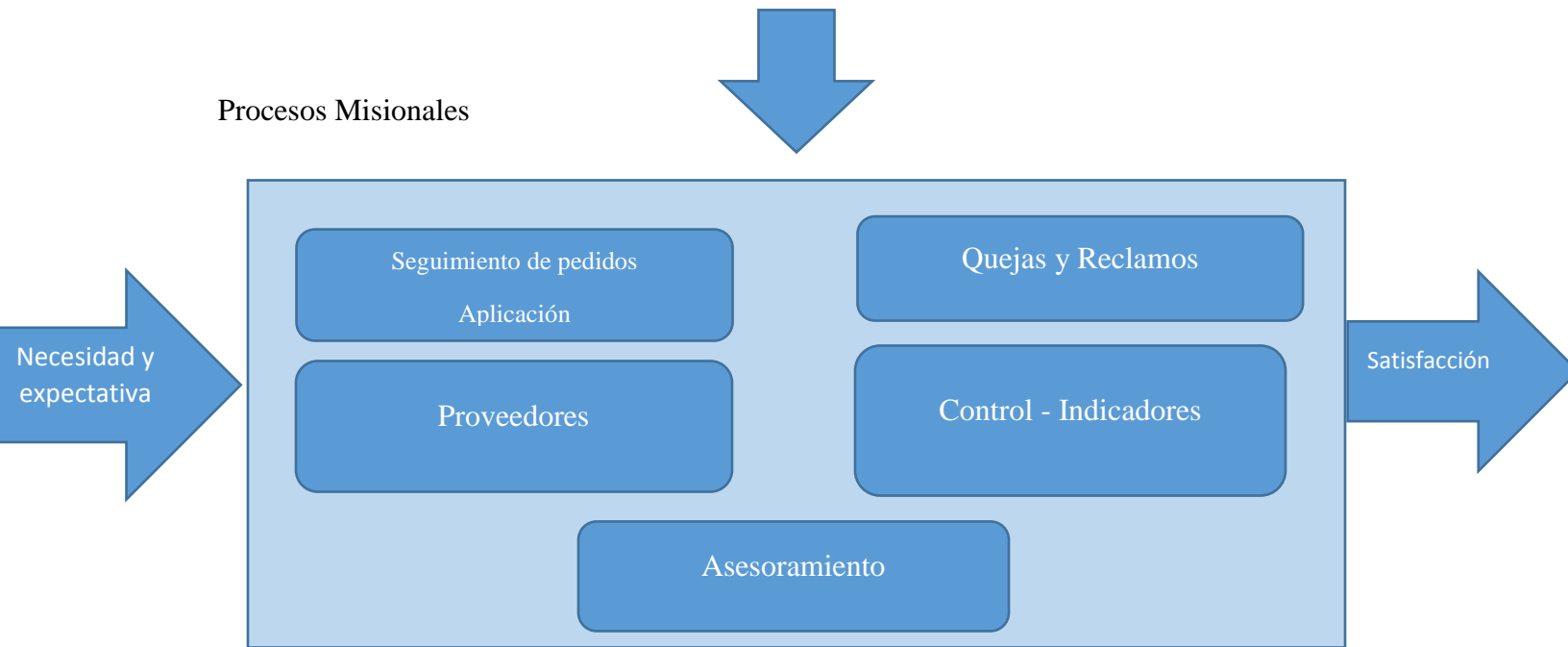
Departamento	Bogotá D.C.
Localidades	Usaquen - Chapinero
Población	Familias en la ciudad de Bogotá D.C.

12.3 MAPA DE PROCESOS

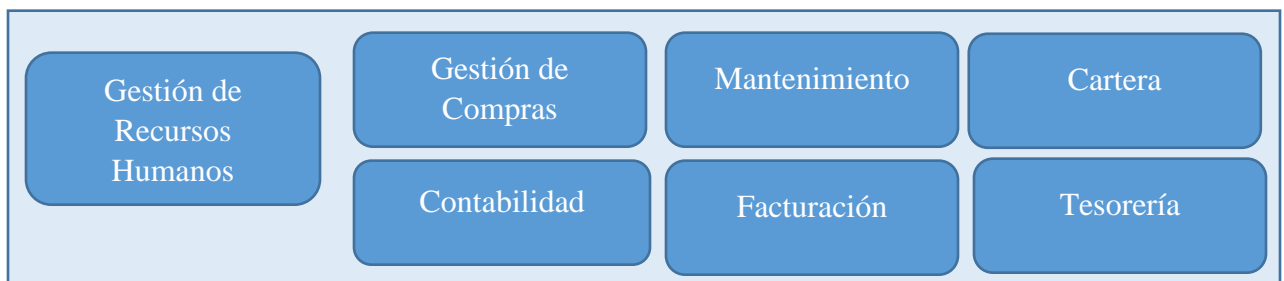
Procesos estratégicos



Procesos Misionales



Procesos de apoyo



13. INTRODUCCIÓN AL MARKETING

13.1 PLAN DE MARKETING

El plan de Marketing en HOUSE SOS es un documento que se realiza anualmente promoviendo los siguientes aspectos:

- Objetivos planteados para el año el curso
- Comportamiento del mercado y de la organización frente a las ventas trazadas
- Definición de clientes
- Principales campañas para realizar junto con cada objetivo.
- Plan de acción donde se relaciona quien ejecutara las diferentes acciones programadas
- Presupuesto que se invertirá en cada acción
- Plan de contingencia en caso de que las acciones planteadas no funcionen
- Se hace implementación de un plan de Marketing con el objetivo de enfocar a la organización en los aspectos en relación

Enfocar a HOUSE SOS y a sus ventas en unos objetivos medibles

- Conocer el Buyer persona e identificar sus necesidades
- Relacionar los objetivos y planteamiento de la organización con las acciones de marketing coherentemente
- Identificar las acciones acertadas de manera que las que no funcionan sean retiradas (Campañas, Redes, etc.,)
- Planificación de acciones para prever cuanto tiempo y recurso se requiere

Véase en el anexo No. 2 “Desarrollo plan de Marketing”

13.2 EL MERCADO META

Personas con estrato económico superior a 4 que tenga dispositivos eléctricos con conexión a internet y con estudios académicos avanzados, este tipo de mercado es al que la empresa HOUSE S.O.S tiene como objetivo principal ubicar ya que son personas que tienen como pagar el servicio y por lo general carecen de conocimiento de plomería o como arreglar servicios básicos, prefieren que terceros hagan el trabajo de fuerte por ellos.

13.2.1 Que es el servicio

Es la prestación de un servicio móvil el cual las personas que tenga dificultades en su vida habitual en sus hogares ya sea pérdida de llave, ruptura de tubos, o daños ocasionales en el hogar puedan tener facilidad a adquirir un servicio de urgencia en el hogar sin importar la hora en el que se presente evento.

Con este servicio las personas siempre tendrán una ayuda de último minuto con la cual podrán contar para satisfacer su necesidad con un monto considerable para el pago de la prestación de los servicios de los técnicos.

13.2.2 Estrategia del Servicio

Para la empresa HOUSE S.O.S la captación de nuevos clientes de alto nivel que desee adquirir estos servicios siempre pueden contar con presión asequible y de fácil acceso para que las inversiones que realicen puedan ser notablemente recuperadas al poco tiempo.

La planeación estrategia que tiene la empresa también deriva de otros aspectos como es, por ejemplo:

PUBLICIDAD: Mediante canales de comunicación masivos como internet, televisión, redes sociales e inclusive radio se puede captar más personas que poco conocer de este tipo de producto en Colombia

PRECIO: Dependiendo el valor de compra de estos servicios a si mismo se puede hacer una facilidad de pago a personas con un nivel adquisitivo promedio ya sean de estrato 4, 5 en adelante.

INCENTIVOS: A las personas que consuman el servicio independientemente del tipo de técnico que requiera a si mismo se le puede promover un descuento del 5% por usar 5 veces seguida el servicio, en este momento la operación del 6 operario tendría el respectivo descuento.

CALLCENTER: Mediante un servicio rápido y eficaz se puede atender cualquier inquietud el cual tenga los clientes, ya sea para dar sugerencias, inquietudes, molestias o quejas y ser atendidos a la mayor brevedad posible sin ningún costo.

Imagen Corporativa



13.2.3 Desarrollo Naming

El desarrollo del nombre emergió por la palabra casa en inglés y el abreviado S.O.S la cual son siglas utilizadas desde hace muchos años para dar referencia a una emergencia, con esta dos uniones se logró crear el nombre de HAUSE S.O.S el cual logra captar la idea que es una idea de negocio la cual hace referencia a un hogar que requiere algún tipo de emergencia, con lo anterior se visualiza una idea del tipo de servicio que se planea prestar por medio del app.

13.3 PLAZA DISTRIBUCION Y PMV

13.3.1 Producto Mínimo Viable

¿Ya sé quién es mi cliente en realidad?

Familias en la localidad de Usaquén y Chapinero con un estrato económico mayor o igual 4, donde sus ingresos ascienden a 4 "S.M.M.LV" y se encuentran en un nivel de estudios académicos avanzados.

¿Qué les voy a ofrecer a cada uno de ellos?

HOUSE S.O.S brindara servicios profesionales de emergencia para el hogar con una disponibilidad de 24 horas, donde dispondrá de cuatro servicios: plomería, cerrajería, instalaciones y reparaciones de electricidad y arreglos de infraestructura, todos estas eventualidades serán resueltas de manera inmediata por el personal profesional y capacitado de la compañía.

¿A qué tipo de mercado nos estamos enfrentando?

HOUSE S.O.S se enfrenta a un mercado existen ya que en la actualidad existe entidades privadas que prestan estos servicios como son MAFRE, ASEGURADORA SOLIDIARIA DE COLOMBIA, FALABELLA y SEGUROS SURA y además existen aplicaciones que ofrecen servicios domiciliarios de hogar de las siguientes profesiones: Plomero, albañil, pintor, electricista, carpintero, jardinero entre otros. El objetivo es implementar un servicio profesional de emergencia de hogar con un único pago sin contratos ni cláusulas, que preste el servicio las 24 horas.

La lista... céntrate en la lista.

Necesidades básicas del cliente:

- Inundación
- Robo
- Incendio
- Problemas de infraestructura (humedad, agrieras etc.)

El servicio cuenta con una disponibilidad de 24 horas que le permite al usuario hacer el llamado de emergencia a través de la aplicación de manera fácil y rápida, los profesionales resolverán el problema de manera inmediata como es la reparación de tuberías, filtraciones de agua, desagües, cambio de guardas, mantenimiento de chapas, candados, puertas, mantenimiento y reparaciones de equipos, instalación de líneas eléctricas, arreglos de infraestructura etc., todos estos servicios estarán al alcance de los usuarios en el momento que lo requieran.

Aprovecha las herramientas y el poder de la comunicación.

Nombre de la App : HOUSE S.O.S

Identificación visual :



HOUSE S.O.S trabaja para usted.

Las herramientas del diseño como pieza clave.

¿Cuál es el formato de nuestra solución?

HOUSE S.O.S. es la solución a todas aquellas emergencias que se presentan en el hogar con un servicio de 24 horas continuas a un precio asequible sin cláusulas de permanencia que les permite a los usuarios tener un beneficio económico con respecto a la competencia.

Este servicio tendrá como prototipo una aplicación que el usuario podrá descargar a través de su dispositivo móvil. Esta herramienta tecnológica le permitirá al usuario obtener de manera rápida y confiable los servicios que requiera.

Algunas ideas para poder validar tu MPV

Para poder validar toda esta información con respecto al MPV se implementó encuestas digitales con fin de recolectar datos cuantitativos que permitiera saber la viabilidad del servicio que se quiere lanzar al mercado, efectivamente si podemos competir con los mercados existentes de la actualidad.

13.3.2 Estrategia de plaza (distribución)

HOUSE S.O.S es una App que les permite a los usuarios obtener servicios especializados en emergencias del hogar a través de un aplicativo que presta el servicio los 7 días de la semana las 24 horas. Este servicio es a domicilio, nuestros profesionales de emergencias se desplazarán hasta el sitio u hogar donde se solicitó el llamado del usuario.

13.3.3 Tipos de canales: ON LINE- OFF LINE

Los canales de marketing online que se utilizarán para promocionar y posicionar la App que prestará servicios profesionales de emergencias del hogar a las familias en la ciudad de Bogotá, se realizarán a través de la web entre ellos tenemos el SEO (Search Engine Optimization) que ayude a las personas a encontrar nuestro servicio en Google, Yahoo! o

Bing, logrando ser los primeros ante la competencia, de igual forma optaremos por las redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp y App) que son de fácil acceso a toda la comunidad, logrando llegar a un público en específico de manera rápida y eficaz logrando la captación del cliente.

13.3.4 Criterios de selección de un canal de distribución eficiente.

Para la distribución del servicio utilizaremos un canal indirecto corto, que corresponde a la prestación del servicio por medio de intermediarios. HOUSE S.O.S contarán con colaboradores profesionales en los diferentes campos de emergencias del hogar, los colaboradores serán los encargados de desplazarse hacia el cliente y brindarle el servicio de manera eficiente y eficaz.

Los colaboradores darán cumplimiento al tiempo y calidad del servicio de acuerdo a lo estipulado en el contrato de lo contrario se dará cumplimiento a la póliza con la que cuenta la compañía



13.3.5 Red de distribución.

HOUSE S.O.S contará con una red de distribución vía terrestre, la cual permite llegar de manera rápida a los diferentes puntos de la localidad de Chapinero y Usaquén donde está ubicado nuestro cliente final. La logística consiste en que el cliente solicita el servicio a través de la aplicación HOUSE S.O.S donde selecciona la emergencia que presenta y el profesional que requiere, contará con una serie de descripciones del perfil de cada uno de los profesionales que se encuentran disponibles en momento, de igual forma el usuario debe diligenciar los datos necesarios para cubrir de manera eficiente y eficaz la emergencia, nuestro colaborador (Plomero, Cerrajero, electricista etc..) se desplazara de manera inmediata al punto o dirección del hogar que presenta esta emergencia, logrando de esta manera ofrecer un buen servicio al cliente.

13.3.6 Desarrollo de red de distribución más presupuesto por canal.

El canal seleccionado es un canal indirecto corto, básicamente la distribución se realizara vía terrestre, el objetivo de la compañía HOUSE S.O.S es brindar un servicio eficiente a menor costo que garantice la estabilidad de la compañía.

El canal de distribución consiste en contratar empresas que suministren el servicio de alquiler de motocicletas, con el objetivo de disminuir tiempos de traslado, Permitiendo un desplazamiento rápido a un precio bajo, inicialmente se contara con 5 motocicletas para lo cual tendría un costo de \$30.000 durante las 24 horas cada una, este servicio se tomaría únicamente los días Sábados, Domingos y días festivos. Este canal de distribución permitirá ofrecer un servicio oportuno para cumplir con las necesidades de los clientes.

13.4 MEZCLA PROMOCIONAL

13.4.1 La publicidad

Para la organización HOUSE SOS la publicidad esta orientada a dar a conocer nuestros servicios a la sociedad por medio de estrategias virtuales, haciendo que los diferentes clientes en los que surga la necesidad domestica recurran a nosotros y la puedan satisfacer; generandonos así una reputacion y posicionamiento en el mercado.

13.4.2 Medios de Comunicación a Utilizar

Los medios de comunicación que implementara HOUSE SOS son las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram) pagina web, putas en revistas domesticas virtuales (revista virtual PRO) y en las plaformas de distribucion digital de aplicaciones moviles con sistema operativo (play store, app store)

13.4.3 Estrategia Creativa

Por medio de campañas publicitarias HOUSE SOS estrategicamente creara textos, copy, imágenes, vídeos, y los distribuiremos por nuestros canales de publicidad para poder llegar a los clientes y lograr que capten nuestro servicio. Adicionalmente realizaremos alianzas con entidades que presenten los servicios de manera presencial (Ferreterias, empresas comercializadoras de tubos, empaques, etc; y demas)

13.4.4 Relaciones Publicas

Para las relaciones publicas que ejecutaremos y con el fin de promover el relacionamiento comercial llevaremos a cabo lo siguiente

- Participación y/o muestra comercial en eventos. (Existen ferias del hogar)
- Relaciones con los medios de comunicación.
 - Diarios: Acceso al público general.
 - Revistas: Acceso a público mejor segmentado.
 - Radio: Nos permite transmitir información instantáneamente las 24 horas del día.
 - Televisión: Otorga gran notoriedad, conocimiento y posicionamiento a HOUSE SOS.
 - Internet: Trabajamos sobre la Pagina Web y nuestras redes sociales.

13.5 PUBLICIDAD DIGITAL

13.5.1 Publicidad SEM (SEARCH ENGINE MARKETING)

En la actualidad todo se mueve por medio de las tecnologías de la información la empresa HOUSE S.O.S mediante un pago considerable se puede abrir una página web donde las personas que deseen más de las empresas ya sea los consumidores o posibles nuevos socios que ser parte de ella pueda contar con toda la información necesaria para poder acceder a los servicios que se les desea prestar de la misma forma pagar enlaces publicitarios que aparezcan en distintas páginas web para que las personas puedan ver un enlace que los conoce directamente con la empresa HOUSE S.O.S

13.5.2 Publicidad SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZACION)

Mediante la implementación en los sitios web el cual es uno de los distribuidores de comunicación directa con los consumidores se busca impactar en las redes sociales como Facebook, Twitter Snapchat los cuales son lugares en los que se puede implementar publicidades con bajos costos, de la misma manera se podría dar pequeños bonos a las personas que compartan la información y ayuden a publicitar el sitio web para así mismo tratar de promover una publicidad que logre llegar a la mayor cantidad de personas.

13.5.3 Adwords Redes Sociales

Con esta herramienta la empresa puede disponer de publicidad patrocinada desde los propios ingresos de la empresa para patrocinarlos en los buscadores de Google o en las redes sociales, con esta herramienta es más fácil ubicar información explícita e ir directamente a la fuente de información que los cibernautas deseen obtener para poder tener la investigación requerida ya sea para conocer más de nuestros servicios o ser parte de la empresa.

13.5.4 Matrices Digitales

En la implementación de la página web en los sistemas de navegación se debe implementar unas matrices en las cuales se puedan conocer puntos explícitos de la página web principal de la empresa entre estos están:

1. VISITAS
2. PROMEDIO DE TIEMPO DE VISITA
3. PORCENTAJE DE VISITAS NUEVAS
4. QUIENES INGRESAN COMO POSIBLES SOCIOS
5. LAS VECES QUE COMPARTE EL LINK DE LA PAGINA

Con esta implementación se tendría un diagnóstico de que tan bien captado está siendo la publicidad de la empresa y que tantas personas están interesadas en ella.

13.6 FIJACION DE PRECIOS Y PROYECCIONES

13.6.1 Determinación del precio

Partiendo de uno de los objetivos de HOUSE SOS que busca brindar servicios domésticos por medio de una App Móvil, para obtener un beneficio monetario, es fundamental adoptar una política de precios acorde.

Se establecen manteniendo un equilibrio entre el valor del servicio y el grado de adquisición que posee el comprador. Adicionalmente se tienen en cuenta los costes como la tarifa de cada colaborador que presta el servicio junto con los elementos que se vayan a implementar en el momento del arreglo adaptando un margen de beneficio; para este coste mantenemos la siguiente formula:

Precio de Servicio = Coste unitario (tarifa – elementos) + (% Margen * Coste unitario)

Para no incurrir en un valor muy exagerado nos hemos basado de igual manera en los precios que mantienen las organizaciones que prestan servicios similares, como lo son ferreterías y entidades que prestan servicios de cerrajería y plomería; los valores han sido relacionados y se ha incrementado un porcentaje debido a la App que nos diferencia.

13.6.2 Estudio externo (competencia)

¿Quién es mi competencia?

Empresas privadas como: MAFRE, ASEGURADORA SOLIDIARIA DE COLOMBIA, FALABELLA y SEGUROS SURA y además existen aplicaciones que ofrecen servicios domiciliarios de hogar.

¿Cómo analizo a la competencia?

- Que productos o servicios ofrece.
- Las estrategias de venta y de marketing que utilizan.
- Que canales de distribución utilizan para llegar al consumidor.
- En qué nivel de posicionamiento se encuentra en el mercado.
- Volúmenes de ventas que realiza durante un periodo determinado.
- Conocer el grado de satisfacción de los clientes de la competencia.
- Que alianzas estratégicas maneja.
- Cuál es su mayor proveedor.

La importancia de analizar a la competencia.

Es importante analizar la competencia que tiene mayor fuerza en el mercado para crear una empresa que sea viable, permitiendo conocer el entorno en el cual va a convivir. Una de las estrategias como nuevo competidor es conocer las necesidades del cliente en el mercado, logrando suplir y satisfacer mejor que la competencia.

13.6.3 Estrategia de entrada del servicio

- Servicio de SEO (Search Engine Optimization) ayudara a las personas a encontrar nuestro servicio de manera rápida y segura en Google, Yahoo! o Bing.
- Comercializar la App a través de redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter), para dar a conocer las funciones, características y los servicios que ofrece este aplicativo, alcanzando así de esta manera llamar la atención del cliente y a su vez lograr que miles de usuarios descargue la App.
- HOUSE S.O.S disponibilidad de 24 horas los 7 días de la semana.
- Pago del servicio contra entrega.
- Precios fijos a menor costo
- Facilidad para adquirir el servicio.
- Promociones del 5% a clientes files del servicios.
- Disponibilidad de un call center de atención al cliente.

13.6.4 Proyección de venta

Según nuestra proyección aspiramos contar para el año 2023 con más del 70% de ciudadanos vinculados con nuestra App HOUSE S.O.S, ya que los recientes estudios realizados por el periódico el Tiempo manifiesta que el 50% de los colombianos no cuenta con ningún tipo seguro de riesgo por los altos costos de este servicio.

La App HOUSE S.O.S, maneja 3 tipos de precios en su plataforma con el fin de aumentar las ventas y captar la atención del cliente, se distribuirá de la siguiente manera:

- Días Diurnos (Lunes – Viernes)

Servicios: Plomería, cerrajería, instalaciones y reparaciones de electricidad y arreglos de infraestructura.

Valor \$50.000 + Daños causados (materiales)

- Días Nocturnos (Lunes – Viernes)

Servicios: Plomería, cerrajería, instalaciones y reparaciones de electricidad y arreglos de infraestructura.

Valor \$70.000 + Daños causados (materiales)

- Días Dominicales – Festivos (Sábados, Domingos y Festivos)

Servicios: Plomería, cerrajería, instalaciones y reparaciones de electricidad y arreglos de infraestructura.

Valor \$80.000 + Daños causados (materiales)