CAPITULO IV

MARKETING MIX

4.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO - CONSUMIDOR SATISFECHO

En vista de que PC-HELP tiene un horizonte de planificación de cinco años, a continuación se procederá a detallar la estrategia de lanzamiento de productos y servicios a lo largo de este periodo.

4.1.1 Productos-Servicios Año 1 y 2

4.1.1.1 Venta de Equipos de Cómputo

Aunque lo rentable y medular de PC-HELP no será la venta de computadoras, es importante contar con estos productos para la venta ya que en cierta medida estos servirán para "enganchar" los servicios que brinde la empresa a sus clientes.

Los equipos se venderán con una garantía de un año y tendrán un plus adicional a la garantía de un año.

Este beneficio adicional será la entrega gratuita de un contrato de soporte técnico denominado "Mi soporte".

La idea es buscar un elemento diferenciador que le permita a la empresa alcanzar las preferencias del mercado.

Para la comercialización de los equipos no se contará con un personal de ventas dedicado de manera exclusiva a esta tarea, sino que cada *helper* que brinde los servicios de asesoria y mantenimiento podrá ofrecer a cada cliente la opción de compra de equipos acorde a las necesidades del mismo.

Los *helpers* levantarán la información para luego remitirla a la empresa con el fin de proporcionar el equipo solicitado.

4.1.1.2 Venta de Suministros

El cliente podrá realizar la compra de los diferentes suministros que necesite llamando al 1-700 PC-HELP. Y si tiene un contrato de soporte, podrá solicitar la entrega del suministro a domicilio, validando la misma como una visita de servicio.

Los suministros que estarán a disposición en un comienzo son:

- Cartuchos
- Papel
- Tinta
- CD
- Repuestos

Sin bien es cierto, los precios que se manejen con este servicio pueden ser elevados en comparación con los que ofrezca el mercado, la estrategia de PC-HELP no busca un enfoque en el precio sino más bien en el servicio ya que la empresa brindará el mismo "A domicilio y a cualquier hora"

4.1.1.3 Servicios de Soporte

Para los que es el soporte, PC-HELP hará uso de las siguientes actividades que componen el mix de soporte:

- Mantenimiento de computador
- Reparación de equipos
- Consultas telefónicas
- Alquiler de equipos

Mantenimiento de Equipos

Este servicio se compone básicamente de visitas periódicas (mensuales, trimestrales, semestrales o anuales) que tienen por objetivo minimizar la cantidad de fallas en los equipos de los clientes.

Las visitas que se hagan para brindar este servicio se las realizaran en horarios de oficina.

De esta manera, PC-HELP pretende brindar al cliente un respaldo y una atención a sus necesidades de manera única, con el fin de "fidelizar" a los clientes y posicionar la marca en la mente de los mismos.

Reparación de equipos

Este servicio surge a partir de un daño físico en el equipo y luego de haber sido reportado por el cliente.

Actualmente este servicio es brindado en el mercado pero puede tomar no solo horas sino días.

De aquí que PC-HELP brindará este servicio las 24 horas del día, con un tiempo de respuesta inmediato.

Ahora, puede darse el caso de que por la falta de repuestos el equipo no pueda ser reparado de manera inmediata, lo cual puede ser "compensado" con la opción del servicio de alquiler de equipos por parte de PC-HELP para los clientes que tengan contrato con la empresa.

Consultas Telefónicas

Con este servicio el cliente podrá contactarse al 1-700 PC-HELP a toda hora con el fin de realizar alguna consulta técnica, o recibir asesoría para la solución de cualquier problema que sea remediable vía telefónica.

Un punto crítico en este servicio será la capacidad de PC-HELP en número de líneas y operadores que el Call Center deberá tener para atender las llamadas que realicen los abonados.

En este sentido, la actitud de los clientes puede ser variable al inicio del negocio, por esta razón, se procederá a estudiar desde el inicio el historial de las llamadas que efectúen los clientes para identificar el comportamiento de las mismas con el fin de tomar medidas correctivas que minimicen los inconvenientes que puedan surgir.

Alquiler de equipos (opcional)

Los equipos se alquilarán solo a clientes que tengan contrato de soporte de acuerdo a una tabla de precios pre-definida.

Este servicio surge como solución en caso de que el equipo del abonado no pueda ser reparado de manera inmediata.

Lo que se buscará con este servicio es brindar una solución completa a la necesidad de los clientes de contar de manera permanente con un equipo, generando así un valor agregado para los abonados.

4.1.1.3.1 Tipos de Soporte

Soporte Tradicional

Este servicio es el estándar que ofrecen las empresas de mantenimiento y reparación. La idea es captar mercado con este tipo de producto, para posteriormente proponer la opción de compra del contrato de soporte

Contrato Mi Soporte

Este servicio se prestará de manera prepago: el cliente firmará un contrato con PC-HELP con el fin de acceder a un número determinado de llamadas que le permitan realizar consultas telefónicas, recibir visitas técnicas y mantenimiento de sus equipos a domicilio y a cualquier hora.

El contrato Mi Soporte será ofrecido por PC-HELP de 3 maneras:

Mi Soporte 6/6: Este servicio contará con los siguientes beneficios durante 6 meses:

- 6 Visitas técnicas
- 1 Mantenimiento (no incluye costos de repuestos)
- 30 Llamadas de consulta

Mi Soporte 6/12: Durante 6 meses el abonado tendrá los siguientes servicios:

- 12 Visitas técnicas
- 2 Mantenimientos (no incluye costos de repuestos)
- 70 Llamadas de consulta

Mi Soporte 12/24: El abonado podrá hacer uso durante 12 meses de los siguientes beneficios:

- 24 Visitas técnicas

- 6 Mantenimientos (no incluye costos de repuestos)
- 200 llamadas de consulta

4.1.1.4 Servicios de Investigación

Este servicio va enfocado principalmente a las madres de familia profesionales, con hijos que estudian en escuelas y colegios de clase media alta y alta.

Se considera que debido al escaso tiempo del que disponen las madres es una oportunidad de mercado muy importante como complemento a todos el mix de productos y servicios que ofrecerá PC-HELP.

EL objetivo de este servicio será el suministrar la información necesaria para que el cliente realice el trabajo acorde los requisitos del mismo.

La información solicitada por el cliente se la hará llegar por medio de CD, disquete, o e-mail. Sin embargo, de ser solicitado por el cliente, la información será proporcionada impresa y/o encuaderna para lo cual el cliente deberá cancelar el valor de ese servicio adicional.

Este servicio se dará por medio de un contrato entre la empresa y el cliente, y el mismo será comercializado a las personas que posean el perfil.

4.1.1.5 Cursos a Domicilio

Continuando con el objetivo de tener un mix de servicios completos, PC-HELP ofrecerá al mercado cursos prácticos de Windows, Office e Internet entre los más usuales a dictarse. La modalidad en que se dará este servicio será a domicilio.

Si bien es cierto el producto brindado (conocimiento) no tendrá mucha diferencia en comparación con los que pueda ofrecer el resto del mercado, la adición de este servicio como parte de la gama de servicios que tendrá PC-HELP busca alcanzar el objetivo de mercadearlo entre los clientes que adquieran los contratos Mi Soporte.

El segmento al cual está dirigido este servicio es el de niños con edades entre 6 y 12 años, y personas profesionales mayores de 50 años.

Consideramos que estos segmentos pueden mostrarse indiferentes a la obtención de un titulo académico reconocido en el mercado informático.

4.1.2 Productos-Servicios Año 3

Complementario a los servicios mencionados anteriormente, se adicionarán los siguientes:

4.1.2.1 Servicio de Documentación

Abarcará servicios de impresión, copiado y encuadernación llevados a cabo en el Sollution Center de PC-HELP, en el cual se brindará atención al público.

Para aquellos clientes que posean un contrato de "MI Soporte" también se ofrecerá este servicio a domicilio.

Sin embargo, estos clientes podrán utilizar una visita de servicio para obtener sus impresiones o encuadernaciones a domicilio.

Para ellos este servicio se entregará de la siguiente manera: PC-HELP recibirá la información por medio de e-mail o en el punto, se armará el documento y luego, previa coordinación con el cliente, se entregará el mismo en el sitio escogido por el abonado.

El centro de administración de PC-HELP proporcionará el servicio las 24 horas del día, telemercadeándolo a aquellas personas que estén en la base de datos de los clientes que tienen contrato de "Mi Soporte". De esta manera, se reducirá el esfuerzo de venta que sería requerido en caso de que "Documentación" empezara de manera independiente.

Actualmente el mercado ofrece este servicio pero no las 24 horas del día. Al igual que los demás servicios a ofrecer, PC-HELP buscará aprovechar esta oportunidad que brinda el mercado para posicionarse en el mismo haciendo énfasis en el enfoque de negocio: “A domicilio y a cualquier hora”

Respecto al servicio con atención al público, se lo promoverá mediante marketing directo a las personas aledañas al sector.

4.1.2.2 Consultas Telefónicas de Proveedores

Este será otro servicio que busca adicionar valor a lo que será el producto “básico” de PC-HELP (contratos Mi Soporte) el cual consistirá en el acceso de parte de los clientes, mediante el número de teléfono 1-700 PC-HELP, a consultas telefónicas de información acerca de proveedores o servicios propios de la industria.

La información suministrada será la de empresas, teléfonos, direcciones y todos los datos necesarios para que nuestros clientes puedan contactarse con los mismos en caso de requerir de sus servicios.

Los abonados podrán consultar información acerca de proveedores de Internet, servicios de telefonía celular, empresas de venta de mobiliarios para computadoras y cabinas telefónicas, entre otras.

Este servicio será suministrado de manera gratuita como un “plus” a los clientes que posean algún tipo de contrato con PC-HELP.

4.1.3 Productos-Servicios Año 4

4.1.3.1 Desarrollo de Software

Para el cuarto año, PC-HELP comenzará a comercializar este tipo de productos con un enfoque de soluciones personalizadas.

En líneas generales, se buscará darle a los clientes un producto de acuerdo a sus necesidades y que realmente signifique una solución para sus procesos.

Este servicio será comercializado al segmento de empresas pequeñas y medianas del sector comercial e industrial de la ciudad. Sin embargo, no se descartará el atender a otros segmentos que puedan ser rentables para la empresa.

La manera de mercadear este servicio será a través de los vendedores de la empresa quienes podrán contactarse con los clientes haciendo uso de las investigaciones de mercados que PC-HELP lleve acabo, tomando como referencia el listado de comerciantes de la Cámara de Comercio de Guayaquil.

4.1.4 Productos-Servicios Año 5

4.1.4.1 Expansión Geográfica

Para el año quinto, PC-HELP proyecta la expansión de su negocio geográficamente hablando.

Con la experiencia que se adquiera durante los primeros cuatro años, y respaldado por estudios de mercados, se replicará el concepto del modelo de negocio en otras ciudades del país mediante ya sea por medio franquicias o con sucursales propias.

Los mercados a los cuales se entraría a operar tentativamente serían los siguientes:

- Quito
- Cuenca
- Machala
- Manta

Para concluir con lo que será el mix de productos-servicios que PC-HELP ofrecerá al mercado, debemos dejar claro de que si bien la empresa ha hecho un cronograma de lanzamiento de nuevos productos durante los 5 años en que la empresa operará en el mercado, no implica que no se modifique el tiempo de lanzamiento de cada uno de ellos.

Esta planeación será útil para la firma como guía para su desarrollo en el largo plazo, pero no implica que, si el mercado ofrece oportunidades y la empresa está en la capacidad atender esas oportunidades, la empresa no será flexible a las necesidades del mercado modificando el cronograma de lanzamiento de los servicios programados o incluso, el surgimiento de servicios no planeados o expuestos en el presente proyecto.

4.2 ESTRATEGIA DE FIJACION DE PRECIO – COSTO A SATISFACER

Antes de pasar a describir los precios que se considerarán para los productos que ofrecerá PC-HELP, se hará un breve análisis de la estrategia que se utilizará para la fijación de los mismos.

La matriz que está a continuación, nos ayudará como guía en el proceso de decidir que estrategia utilizar para la fijación de los precios de los productos que ofrecerá PC-HELP.

MATRIZ DE ESTRATEGIA DE PRECIOS

	Precio Alto	**Precio Medio**	**Precio Bajo**
Calidad Alta	**1. Estrategia Superior**	2. Estrategia Valor Alto	3. Estrategia Valor Superior
Calidad Media	4. Estrategia Cobro en Exceso	5. Estrategia de Valor Medio	6. Estrategia de Valor Bueno
Calidad Baja	7. Estrategia de Ganancia Violenta	8. Estrategia de Economía Falsa	9. Estrategia de Economía

Cuadro 4.1
Fuente: Adaptado de Fundamentos de Mercadotecnia, Philip Kotler – Gary Armstrong, Prentice Hall, cuarta edición

Para el actual proyecto, se establecerá una "Estrategia Superior" la cual consiste en ofrecer un producto-servicio de muy elevada calidad, para poder sustentar el alto precio del mismo.

4.2.1 Venta de Equipos de Cómputo

Para la elaboración de los diferente análisis financieros se tomará en cuenta un valor de U.S.$ 562.00 por cada equipo de computo vendido. Si bien es cierto este valor variará dependiendo de los requerimientos de cada cliente al momento de solicitar el equipo, consideraremos el valor mencionado anteriormente como un valor referencial. Sin embargo, si podemos decir que en el mercado, y también en PC-HELP, encontraremos precios que oscilen entre los U.S.$ 500.00 y los U.S.$ 1,500.00.

4.2.2 Venta de Suministros

Diferente a la fijación de precios para la venta de equipos de cómputo, en la cual se estableció un precio promedio, para los suministros que serán comercializados se puede establecer precios sin que esto afecte considerablemente a los análisis financieros ya que los mismos no varían sino por calidad (marca) más que por "personalización" de los mismos. De esta manera, se establecerán los siguientes precios:

Tarifas de Suministros

Suministro	Tarifa U.S.$
Cartuchos	37.50
Resma de Papel	3.38
Tinta	5.00
CD´S (25 unid.)	5.45
Toner	100.00

Cuadro 4.2
Fuente: Elaboración propia

4.2.3 Alquiler de Equipos

Se establecerán los siguientes precios para el alquiler de los diferentes equipos que PC-HELP pondrá a disposición de sus abonados:

Tarifa de Alquiler de Equipos

Equipo	Tarifa U.S.$ por día
Monitores	2.27
Impresoras	3.41
PC´S	5.68

Cuadro 4.3
Fuente: Elaboración propia

4.2.4 Contratos Mi Soporte

Para el producto principal que ofrece PC-HELP se ha establecido tres niveles de precio que dependen de las características de cada servicio. A continuación detallaremos los precios a los cuales se ofrecerán los servicios:

Tabla Tarifas Contratos Mi Soporte

Contrato	Descripción	Tarifa U.S.$
Mi Soporte 6/6	6 Visitas, 1 mantenimiento, 30 consultas telef.	11.36
Mi Soporte 6/12	12 Visitas, 2 mantenimientos, 70 consultas telef.	22.73
Mi Soporte 12/24	24 Visitas, 6 mantenimientos, 200 consultas telf.	28.41

Cuadro 4.4
Fuente: Elaboración propia

4.2.5 Cursos a Domicilio

Teniendo en cuenta la investigación de mercados realizada para este proyecto, para el servicio de cursos a domicilio se establecerá una tarifa de U.S.$ 55.00. Esta tarifa incluirá 10 horas, y se dictarán en un máximo de 2 semanas.

4.2.6 Trabajos de Investigación

A continuación se detalla las tarifas que se establecerán para el servicio de trabajos de investigación:

Tarifa de Trabajos de Investigación

Contrato	Descripción	Tarifa U.S.$
B 6/24	24 Investigaciones durante 6 meses	22.73
B 6/6	6 investigaciones durante 6 meses	6.82
Spot	Trabajos puntuales	8.52

Cuadro 4.5
Fuente: Elaboración propia

4.2.7 Servicio de Documentación

Las tarifas que se establecerán para los diferentes servicios que implica la documentación son los siguientes:

Tarifa del Servicio de Documentación

Componentes de Documentación	Tarifa U.S.$
Diseño Gráfico	5.68
Copiado a Color	0.95
Impresión a Color	1.19
Copiado b/n	0.06
Impresión b/n	0.30
Encuadernación	1.14

Cuadro 4.6
Fuente: Elaboración propia

4.2.8 Desarrollo de Software Personalizado

Este servicio presenta las características de la venta de equipos de cómputo expuesta anteriormente en cuanto a la fijación de precios ya que, si bien se puede establecer una tarifa referencial, la misma dependerá de las necesidades que tenga el cliente. A pesar de ello, para el presente proyecto se considerará un valor mínimo de U.S.$ 170.45 por cada trabajo realizado.

4.3 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN – COMODIDAD PARA EL CLIENTE

De los tres componentes del mix de marketing consideramos que, junto a los productos-servicios que ofrecerá PC-HELP, la variable Plaza es la principal herramienta con la que la empresa buscará ganarse el posicionamiento buscado en la mente del consumidor.

Actualmente el mercado no ofrece a sus clientes este tipo de servicio de una manera profesional y mucho menos las 24 horas de día.

Inicialmente, PC-HELP cubrirá las siguientes zonas de la ciudad de Guayaquil:

Plazas con cobertura PC-HELP

Sector	Descripción
Norte	Alborada, Sauces, Samanes, Guayacanes, Ceibos, Urdesa, Urdenor, Kennedy, Garzota
Centro	El Sector comprendido por las avenidas: Malecón, Loja, Tungurahua, Colón y Olmedo
Sur	Comprende las siguientes calles: Olmedo, Eloy Alfaro, Domingo Cumín, 25 de Julio y Tungurahua.

Caudro 4.7
Fuente: Elaboración propia

El servicio a ofrecerse a los clientes se lo hará a través de una fuerza de ventas propia de la empresa, la cual utilizará las encuestas y el marketing directo como herramientas para hacer contacto con el público. Por este motivo, no se utilizarán canales de distribución que no pertenezcan a la empresa.

La empresa estará ubicada en una oficina en el sector centro de la ciudad, la cual no atenderá al público, debido a que todos los requerimientos de suministros y servicio se los hará al domicilio del cliente. En esta oficina, se concentra la parte administrativa, de servicio y de logística de PC-HELP. Así mismo, existirán turnos de trabajo que cubran las 24 horas, debido a los contratos de soporte.

El despacho de los suministros, equipos, repuestos y personal al cliente, se lo hará previo una llamada de servicio al 1-700 PC-HELP.

Este requerimiento queda ingresado al sistema, el cual validará si esta llamada tiene contrato de soporte o no; si lo tiene, afecta el número de llamadas y el número de visitas al cliente. La factura se emitirá al día siguiente y será entregada en el domicilio del cliente.

Por otra parte, si el cliente no ha firmado contrato, se efectiviza la factura en la visita que hace el helper al cliente.

En lo referente al transporte hacia el domicilio del cliente, se lo hará a través del servicio de transporte público o del servicio de taxi, dependiendo del horario y del valor de los objetos a transportar.

La bodega de suministros y equipos no necesita condiciones especiales de temperatura y de humedad para el almacenaje. Se acondicionará una de las oficinas existentes con las seguridades necesarias para estos fines.

Se llevará el registro de las existencias del inventario de suministros en el sistema de la empresa, el cual descargará este artículo de manera automática y se procederá a pedirlo para reponer la existencia.

En lo que respecta al inventario de equipos, éstos no se repondrán de manera inmediata, sino que se analizará esto al final de cada mes.

Los artículos a considerar dentro del inventario de suministros y repuestos estarán determinados por los modelos de los equipos (computadoras e impresoras) de los clientes que tienen contrato de soporte; la idea es poder poseer un mínimo de suministros que permitan dar un servicio de calidad a los clientes las 24 horas del día.

El inventario de los equipos, dependerá de la estrategia comercial a seguir en cada mes, debido a que esto va a determinar los modelos y cantidad de los equipos a tener en existencia.

Mucho del éxito en mantener bajos los costos de inventario, radicará en establecer relaciones comerciales con mayoristas que nos permitan manejar convenientes plazos de crédito, buenos precios y la figura de artículos a consignación en los casos que se pueda.

4.4 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Importante para cualquier empresa que comienzas sus operaciones en cualquier mercado o sector es la estrategia de comunicación que utilizará para dar a conocer los productos, servicios y bondades de los mismos al mercado meta al que pretende llegar.

Dentro de a estrategia de comunicación se ha identificado las siguientes herramientas que ayudarán en la tarea de alcanzar el reconocimiento y la preferencia del mercado. A continuación se detallan estas herramientas:

- Publicidad
- Medios de disfusión
- Promoción y merchandising

4.4.1 Publicidad

Con el fin de tener elementos que identifiquen a PC-HELP en el mercado al cual va a atender, se trabajará con las siguientes herramientas de identificación:

Logotipo

Se ha elaborado un logotipo que por si solo anuncie al mercado de que se trata la empresa. Se trabajó con llamativos y el diseño es muy original y moderno.

Slogan

Con el fin de que el mercado capte cuál es el beneficio que les brinda PC-HELP se elaboró el siguiente slogan:

"Soluciones efectivas a domicilio y a cualquier hora"

Con estos elementos, podemos elaborar la estrategia de comunicación que permita alcanzar el posicionamiento deseado.

La comunicación se la hará de la siguiente manera:

Para la etapa de introducción de PC-HELP se hará una inversión inicial sin un método fijo durante los tres primeros meses de funcionamiento, luego de ello, se utilizará el Método del Porcentaje[1] de Ventas para la asignación del presupuesto de todo lo que implique la estrategia de comunicación.

Inicialmente, se introducirá el concepto PC-HELP de la siguiente manera:

4.4.2 Medios de Difusión

Volantes

Se elaborará volantes que contengan información general de los productos-servicios ofrecidos por PC-HELP para luego distribuirlos de las siguientes maneras:

- ✓ Volanteo en Universidades y Colegios: Librerías, Bibliotecas y Bares
- ✓ Insertos en revistas-periódicos: La Revista (El Universo), La Familia (El Comercio), Lideres (semanario), Revista Gestión y Revista La Onda.

Con el fin de hacer atractiva las volantes, se darán como promoción un descuento especial del 10% a aquellas personas que presenten la misma al

[1] Fuente: Fundamentos de Mercadeo, Philip Kotler – Gary Armstrong, 4ta Edición, Prentice Hall

momento de contratar los servicios de PC-HELP. Con esto, esperamos que esta actividad nos dé el 25% de las ventas presupuestada.

Publicidad Radial

Se realizarán pautajes radiales en los horarios de mayor frecuencia del público al cual nos orientamos (jóvenes principalmente)

Consideramos que la radio es un medio apropiado para anunciar los productos-servicios que ofrecerá la empresa ya que es un medio masivo, con mucha audiencia juvenil y resulta económico comparado con los beneficios que brinda.

Mercadeo Directo y E-Mailing

Como principal elemento de comunicación, se utilizará la fuerza de venta. El equipo de ventas será el encargado de ofrecer los servicios de PC-HELP informando a los clientes los beneficios que obtienen al contratar los mismos.

Además de elaborar e-mailing a través de la contratación de empresa que suminístrenle servicio de e-mailing, de la base de datos levantada por medio de las encuestas se procederá a enviar vía correo electrónico información general de los servicios y, al contratar los servicios de la empresa tendrán acceso a ofertas especiales.

4.4.3 Promoción y Merchandising

Se incentivará la compra de los diversos servicios de PC HELP, mediante varias estrategias promocionales, como las siguientes:

- Al comprar un computador, adicional a la garantía, al cliente se le regala un contrato de Mi Soporte 6/6.
- Durante los primeros 3 meses, por la compra de un contrato de soporte de 1 año, se les ofrece un descuento del 15% por la compra de suministros.
- Durante los primeros 3 meses, por la compra de un contrato de investigaciones, se les ofrece un 15% de descuento de un curso de manejo de Office básico (Word, Excel y Power Point).
- Se regalará artículos de merchandising como: vasos, plumas, camisetas, etc.

Lo fundamental es ofrecer un servicio de calidad a los clientes y que éstos recomienden el servicio con sus conocidos y de esta manera, incrementaremos la base de clientes.