

Licenciatura en, Mercadeo

Diplomado: PLAN DE MARKETING PARA MEJORAR LA GESTION COMERCIAL EN EMPRESAS DE SERVICIOS

Proyecto Final

Plan de Marketing Empresa de Servicio Fumiservi Ortega SRL.

Autores:

Yeyri M. Rondón C.
Luis R. Cordero
Natividad Alvarez T.

Facilitadora Acompañante:

Eliana Campos Taveras

**19 de diciembre de 2022
Santiago de los Caballeros,
República Dominicana**

CONTENIDO

| | |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN | 06 |
| SECCIÓN I | 8 |
| FUNDAMENTOS DE EMPRESAS DE SERVICIOS | 8 |
| 1.1 Defina que es una empresa de servicios y cuál es su finalidad comercial. | 9 |
| 1.2 Describa varios tipos de empresas de servicios que considere interesantes y rentables en nuestro país. | 9 |
| 1.3 Identifica los factores contextuales del mix de marketing que garantizan que una empresa de servicios sea exitosa y tenga un buen posicionamiento en el mercado. | 12 |
| 1.4 Investiga cuál es el impacto del sector servicio en la economía de la República Dominicana. | 13 |
| 1.5 Presente los datos generales (nombre, RNC, ubicación y descripción de su actividad comercial) tres posibles empresas de servicios donde puede realizar su proyecto de intervención de CFG. Considere que esta empresa debe estar registrada legalmente o tener su RNC. | 14 |
| Nombre..... | 14 |
| RNC: 132-150708..... | 14 |
| Ubicación | 14 |
| Descripción de su actividad comercial | 14 |
| SECCIÓN II | 15 |
| CONTEXTO EMPRESA SELECCIONADA. | 16 |
| 2.1 Presente formalmente (Nombre, RNC, ubicación, descripción de la actividad comercial de servicio que realiza) la empresa de servicios elegida para su proyecto de intervención de CFG. | 16 |
| Nombre..... | 16 |
| RNC | 16 |
| Ubicación | 16 |

| | |
|---|-----------|
| Descripción de su actividad comercial | 16 |
| Logo..... | 16 |
| 2.2 Describa los siguientes elementos filosóficos de la empresa de servicios elegida: Misión, visión, valores, principales propósitos empresariales. | 16 |
| MISIÓN..... | 16 |
| VISIÓN | 17 |
| VALORES | 18 |
| Principales propósitos empresariales..... | 17 |
| Equipos | 17 |
| Productos..... | 18 |
| 2.3 Determine la estructura organizacional (Departamentos o áreas operativas) de esta empresa. Presente su organigrama. | 18 |
| Organigrama | 18 |
| 2.4 Identifique y describa los servicios (Características, beneficios, valor agregado, precios, formatos de distribución) que ofrece esta empresa en la actualidad. | 18 |
| Características | 19 |
| Beneficios | 19 |
| Valor agregado | 19 |
| Precios | 19 |
| Formatos de distribución | 19 |
| 2.5 Establezca según su facturación cuales son los servicios más demandados por los clientes y cuales tienen menos salidas o presentan más quejas y reclamos. . | 20 |
| Servicios..... | 20 |
| 2.5.1 Determine cuál es su cartera de clientes a la fecha y cuál es su territorio de ventas. | 21 |
| Cartera de Clientes | 21 |

| | |
|--|-----------|
| 2.6 Explique las estrategias comerciales que actualmente practica la empresa para posicionar sus servicios en el mercado..... | 22 |
| Estrategias..... | 22 |
| 2.7 Realice un análisis FODA Comercial (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) enfocado en su oferta actual de servicios..... | 23 |
| ANALISIS FODA..... | 23 |
| Fortalezas | 23 |
| Oportunidades..... | 23 |
| Debilidades:..... | 23 |
| Amenazas:..... | 24 |
| SECCIÓN III | 25 |
| PRESENTACIÓN Y ANALISIS RESULTADOS ENCUESTA..... | 25 |
| SECCIÓN IV..... | 44 |
| ANALISIS FACTORES MERCADOLOGICOS CRITICOS. | 44 |
| 4.1 Identifique 5 fortalezas y 5 debilidades de la oferta de servicios de empresas competidoras. | 45 |
| Fortalezas | 45 |
| Debilidades | 46 |
| 4.2 Describe 5 necesidades fundamentales de los usuarios que solicitan la oferta de servicios de esta empresa. | 47 |
| 4.3 Presenta 10 expectativas que tienen los usuarios sobre la oferta de servicios de esta empresa..... | 48 |
| 4.4 Segmentación demográfica. | 48 |
| 4.5 Segmentación geográfica..... | 49 |
| 4.6 Segmentación psicográfica..... | 49 |
| 4.7 Segmentación comportamental..... | 50 |

| | |
|---|-----------|
| 4.7 Describa cuales estrategias está utilizando la empresa en lo que respecta al uso de redes sociales, páginas web, WhatsApp, correo electrónico u otros sistemas de mensajerías..... | 50 |
| WhatsApp, Instagram y Facebook..... | 50 |
| Correos Electrónico (Outlook)..... | 50 |
| 4.8 Identifica cuales tipos de tecnología interna o métodos utiliza la empresa para garantizar una mejor experiencia de servicio al cliente, en lo que respecta al uso de turnos de asistencia, eficientización de procesos, prontitud de respuesta, etc..... | 51 |
| 4.9 Indica cuales aspectos le interesaría desarrollar a la empresa para mejorar su experiencia de servicio y atención al cliente, en términos de: oferta de servicios, precios, modalidades de asistencia, tácticas promocionales, publicitaria, ventas, relaciones públicas, marketing digital.)..... | 51 |
| CONCLUSIÓN..... | 53 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 54 |
| ANEXOS..... | 55 |
| PERFIL INTEGRANTES GRUPO-4..... | 55 |
| CUESTIONARIO..... | 59 |
| Encuesta para Mejorar los Servicios Ofrecido por..... | 61 |
| Capturas del plan de marketing..... | 64 |

INTRODUCCIÓN

Crear un plan de marketing es imposible, cuando desconocemos los factores que componen el mercado.

Una empresa exitosa se enfoca en identificar sus consumidores, la población y/o ciudades que alcanza, la forma en que se comporta, como piensa, como actúa, sus preferencias, dimensiones, estructuras, evolución, sexo, sus aspiraciones, actitudes y todas las características que permiten definir el entorno, el mercado, el consumidor, la oferta de servicios y la competencia, identificar estos elementos permitirá crear productos capaces de satisfacer las necesidades de los consumidores, además de crear las estrategias que motiven el consumo.

A continuación, presentamos el análisis de los factores mercadológicos críticos de Fumiservi Ortega SRL

SECCIÓN I

FUNDAMENTOS DE EMPRESAS DE SERVICIOS

1.1 Defina que es una empresa de servicios y cuál es su finalidad comercial.

Son empresas que comercializan elementos intangibles que cubren necesidades y/o deseos. La finalidad comercial de una empresa de servicios es brindar una actividad en pro de la satisfacción de las necesidades a cambio de una remuneración.

Los servicios abarcan un sin número de actividades con característica desiguales y complicadas. El término ha sido asociado con el trabajo que ejercían en la antigüedad los sirvientes. La primera definición que se hicieron en el marketing, comparaba los servicios con los bienes. (actos, obras, ejecuciones o esfuerzos.

Las empresas de servicio ofrecen actividad que las personas necesitan para satisfacer sus necesidades, esta podría ser pública y privada. La misma ofrecen elementos intangibles a los clientes para satisfacer una necesidad, podemos mencionar algunas como:

- Centro de salud
- Servicio telefónico (Claro, Atice)
- Servicio de Energía Eléctrica (Edenorte)
- Aerolínea
- Turismo
- Transporte

1.2 Describa varios tipos de empresas de servicios que considere interesantes y rentables en nuestro país.

Las empresas de servicios con actividades puntuales existen para aquellos clientes que requieren servicios ocasionales, es decir, para realizar una labor específica. P/E artistas, decoraciones de eventos. Spa, Rent Car, renta de bicicletas, buggies, four Wheel, embarcaciones.

Servicio eléctrico

Edenorte

Sector turismo

Gestur

Con más de 18 años de servicios, es una agencia de viaje minorista y mayorista en el mercado dominicano, representante de agencia en el país, con un mercado corporativo y educativo.

Emily Tours

Desde 1978 ha sido pionera en el sistema de reservaciones, como en operar el sistema de tickets aéreos computarizados, dejando atrás el sistema manual, además de ser los primeros en vender cruceros.

Hotel Hard Rock

En mayo 2006, el grupo Morgan hotel firmo un contrato decisivo para comprar a Hard Rock y casino. Es una de las compañías más reconocidas a nivel mundial. Capta a los buenos y a los que laboran con una pasión por producir trabajo de alta calidad ofreciendo servicios como. (incluidos cafés, hoteles, casinos y salas de música en vivo).

Sector Financiero

Banco Central de la R. D.

Creado en octubre de 1947, El banco Central de la República, de conformidad con la Ley Orgánica No. 1529, e inicio sus operaciones.

Banco de Reservas de la R.D. (BANRESERVAS)

En octubre del 1941, con el lema de El Banco de los Dominicanos solo superado por el banco central, Pionero en el servicio de banca dominicano.

Aseguradora de salud

ARS Reservas

Somos la continuación del seguro médico Banreservas, bajo la norma de la Ley 87-01 del Sistema Dominicano de Seguridad Social (SDSS), luego de haber sido habilitado como ARS Reservas por la Superintendencia de Salud y Riesgos Laborales (SISALRIL).

Humano Seguros

Con más de 17 años en el sector salud, Humano es la primera administradora de riesgos de salud en ser constituida en la República Dominicana, creó el sistema Dominicano de Seguro Social.

Sector Salud

Hospital general plaza de la salud

Referente clave en el sector de la salud en la República Dominicana, inyecta unos niveles sobresalientes de atención y prestación de servicios dentro y fuera de la organización

Hospiten

Es una red hospitalaria privada internacional con centros médicos hospitalarios en República Dominicana, Jamaica, México, España y Panamá. Comprometidos con ofrecerte un servicio de atención sanitaria de primer nivel.

El hospital Universitario Hospiten Bellevue (Tenerife – España), Fundada en 1969 en España, Abriendo su primer centro Bávaro República Dominicana en el 2000.

Clínica Abreu

Fue fundada en el 1941, Clínica Abreu posicionada como referente nacional,

regional y latinoamericana en calidad, innovación y tecnología en diferentes servicios, se ha ganado a lo largo de los años la confianza, el reconocimiento y admiración de la comunidad médica. Se consolida como un servicio dentro del sector privado de la salud que busca ofrecer de manera integrada y socialmente responsable los más avanzados servicios médicos.

1.3 Identifica los factores contextuales del mix de marketing que garantizan que una empresa de servicios sea exitosa y tenga un buen posicionamiento en el mercado.

Estos factores vienen siendo las 8 ps del marketing de servicios, anteriormente se hablaba de 4 ps, sin embargo, para captar la naturaleza distintiva del desempeño de los servicios y garantiza el éxito en el mercado se agregaron 4 elementos (entorno físico, proceso, personal y productividad y calidad).

Factores culturales

Estilo de vida de un grupo o comunidad específica, el cual tiene como la finalidad de que el consumidor sea aceptado y encaje en ese grupo cultural específico.

Factores sociales

Influyen en el consumidor desde dos puntos: el primero, que tiene influencia directa, está conformada por la familia, amigos, vecinos, compañeros de estudio o trabajo; es decir, son todas las personas que interactúan de forma constante, informal o indirecta sobre sus actitudes o comportamiento del consumidor.

Factores personales

En este factor influye la salud, estado físico, belleza e imagen propia del consumidor.

Factores psicológicos

El factor psicológico pretende explicar las motivaciones que impulsan al consumidor a adquirir un bien o servicio, así como su percepción de la realidad y el aspecto del

aprendizaje de la experiencia de compra y consumo de productos precedentes, además de la predisposición del consumidor para responder a una forma consistentemente favorable o desfavorable a un objeto dado.

El uso de estos factores de la mano, con un buen sistema logístico y de distribución, coloca la marca en el posicionamiento número 1 en la mente del consumidor.

1.4 Investiga cuál es el impacto del sector servicio en la economía de la República Dominicana.

Sector turismo

El sector servicio es el encargado de organizar, dirigir, controlar y programar las actividades económicas del país y el mundo. También funciona como canal para realizar la mayoría de transacciones comerciales, desde las transacciones bancarias, envío de paquetes, negocios en líneas, etc. El 83% de la empleomanía de la República Dominicana pertenece al sector servicios. El sector servicios representa el 59.7 % del Producto Interno Bruto (PBI) del país.

Según el BCRD, para el mes de junio 2021, en el sector, transporte y almacenamiento fue de 13.7%, comercio 10.7%, energía y agua (3.9%), comunicaciones (3.5%), hoteles, bares y restaurantes (2.9%)

1.5 Presente los datos generales (nombre, RNC, ubicación y descripción de su actividad comercial) tres posibles empresas de servicios donde puede realizar su proyecto de intervención de CFG. Considere que esta empresa debe estar registrada legalmente o tener su RNC.

Nombre

FUMISERVI ORTEGA SRL.

RNC: 132-150708

Ubicación

C/ San Francisco #106, módulo # 02 San Francisco de Macorís, Provincia Duarte

Descripción de su actividad comercial

FUMISERVI ORTEGA SRL, somos una institución de servicio de fumigación en general, control y eliminación de plagas y servicios forestales, brindando nuestro mejor servicio garantizado a las provincias Duarte, Sánchez Ramírez y María Trinidad Sánchez

Nombre

Banco Popular

RNC: 101-010632

Ubicación

Av. John F. Kennedy No. 20, Santo Domingo, D.N.

Descripción de su actividad comercial

Fundada en el 1943 y sus puertas fueron abiertas al público en 1964, la principal institución financiera de capital privado del país.

Nombre

Instituto Nacional De Atención Integral a la Primera Infancia (INAIPI)

RNC

430-159972

Ubicación

Av. Bolívar Esq. Nicolás de Bari Número 61, Sector La Esperilla, D. N.

Descripción de su actividad comercial

Desde 2013, profesionales del sector infancia, trabajaron en la construcción de este Modelo, en el marco del Plan Quisqueya Empieza Contigo, (QEC).

En enero de 2015 el Instituto Nacional de Atención Integral a la Primera Infancia (INAIPI) como la institución gubernamental responsable de la gestión de los servicios de Atención Integral para los niños y niñas de 0 a 5 años y sus familias y la implementación de este Modelo.

SECCIÓN II

CONTEXTO EMPRESA SELECCIONADA.

2.1 Presente formalmente (Nombre, RNC, ubicación, descripción de la actividad comercial de servicio que realiza) la empresa de servicios elegida para su proyecto de intervención de CFG.

Nombre

FUMISERVI ORTEGA SRL.

RNC

132-150708

Ubicación

C/ San Francisco #106, módulo # 02 San Francisco de Macorís, Provincia Duarte

Descripción de su actividad comercial

FUMISERVI ORTEGA SRL, somos una institución de servicio de fumigación en general, control y eliminación de plagas y servicios foréstaes, brindando nuestro mejor servicio garantizado a las provincias Duarte, Sánchez Ramírez y María Trinidad Sánchez.

Logo



2.2 Describa los siguientes elementos filosóficos de la empresa de servicios elegida: Misión, visión, valores, principales propósitos empresariales.

MISIÓN

Somos una empresa creada con la finalidad de brindar un buen servicio en control de plagas y limpieza en general, cumpliendo estrictamente con los estándares de seguridad, normas y reglamentos establecidos por la ley para así garantizar la efectividad en el desarrollo de nuestras operaciones.

VISIÓN

Ser reconocidos como una empresa líder a nivel nacional en el sector de saneamiento ambiental, brindando un excelente servicio con calidad, eficiencia, honestidad, responsabilidad y profesionalismo en la realización de nuestras labores y lograr convertirnos como el socio estratégico de todos nuestros clientes actuales y potenciales.

VALORES

Trabajo en Equipo

Compromiso

Eficiencia

Honestidad

Respeto

Responsabilidad

Integridad

Principales propósitos empresariales

Somos un equipo que trabajamos con entusiasmo, certificado y autorizado para realizar los servicios en control de plagas y limpieza, realizando una gran labor con excelente resultado, con gran desempeño en nuestras funciones y resultados garantizados. En FUMISERVI ORTEGA SRL, manejamos altos niveles de compromiso y responsabilidad, sin importar el riesgo asumido para lograr la verdadera satisfacción de nuestros clientes. Innovamos día a día, logrando estar a las nuevas exigencias del mundo moderno.

Equipos

Contamos con las técnicas y equipos más vanguardistas en el área de fumigación, lo que nos asegura un desenvolvimiento exitoso al momento de ofrecer nuestros servicios.

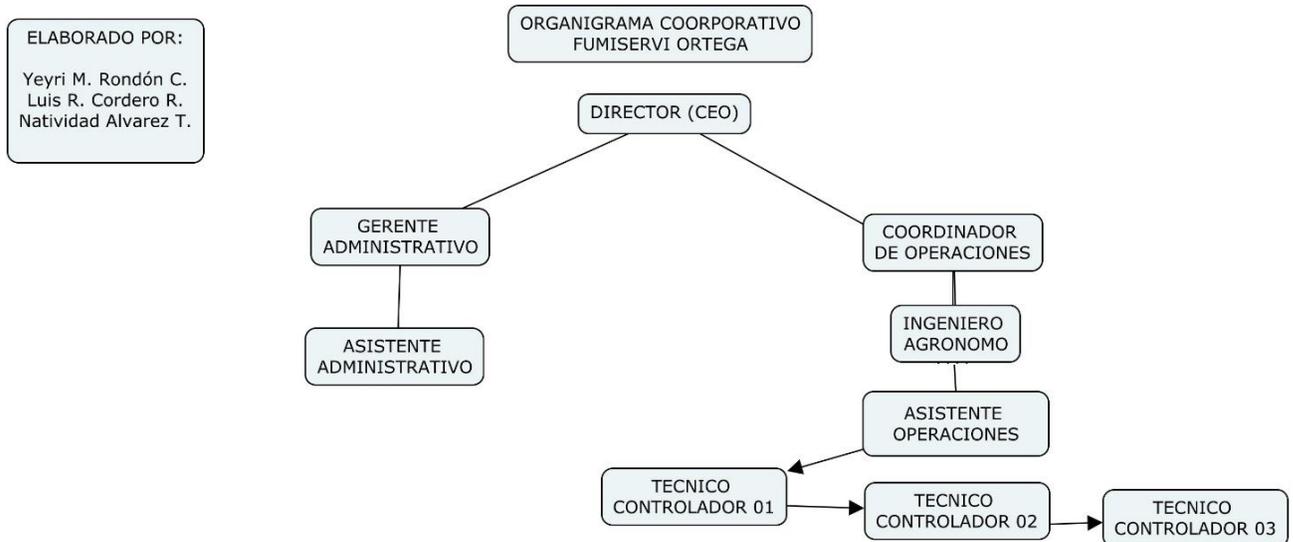
Productos

Empleamos Productos que cuentan con la aprobación y certificación de la EPA

(Environmental Protección Agency). Los cuales están garantizados en el mercado europeo y norteamericano, además de que cumplen con las leyes de protección al medio ambiente y la salud.

2.3 Determine la estructura organizacional (Departamentos o áreas operativas) de esta empresa. Presente su organigrama.

Organigrama



2.4 Identifique y describa los servicios (Características, beneficios, valor agregado, precios, formatos de distribución) que ofrece esta empresa en la actualidad.

Características

Fumiservi Ortega SRL cubre una demanda, puesto que tiene la capacidad para dar servicios de fumigación y exterminar las plagas que afectan edificaciones de viviendas, comerciales y producciones agrícolas y ganaderas.

Negociación ganar-ganar.

Disposición de capital económico y humano.

Variedad de perfiles profesionales que permiten una mejor diversidad de departamentos, que trabaja para cumplir objetivos y orientado a resultados.

Beneficios

En cuanto a los beneficios que ofrecemos a los empleados contamos con seguro médico, seguro de vida y de accidentes, formaciones, día de cumpleaños libres, domingos y días feriados libres, préstamos, comisiones, pagos extras por trabajos extras.

Los beneficios que ofrecemos a nuestros clientes son trabajo garantizado, agendamos y planificamos las jornadas de fumigación, servicios post entrega, cotizaciones en línea, nuestros servicios incluyen mano de obra, transporte, productos y equipos de trabajo.

Valor agregado

Servicios post entrega, este consiste en una visita e inspección 10 días después de haber brindado el servicio de fumigación con el objetivo de inspeccionar la zona fumigada para confirmar que la zona está libre de plagas y en el hipotético caso de que haya evidencias de plagas pues la empresa prepara otro operativo completamente gratis.

Precios

Los precios varían del tamaño del espacio a fumigar, el tipo de plagas, los productos a utilizar y la distancia del lugar afectado.

Formatos de distribución

Servicio a domicilio.

2.5 Establezca según su facturación cuales son los servicios más demandados por los clientes y cuales tienen menos salidas o presentan más quejas y reclamos.

Servicios

FUMISERVI ORTEGA SRL ofrecen los servicios basados en la exterminación de plagas (cucarachas, mosquitos, chinches, comején, pulillas, ácaros, carcomas y comején) realizándola en: Banco, Hoteles, Hospitales, Almacenes, Residencia y todos tipos de negocios. Esto servicios se efectúa con fumigadoras motorizadas, manual y estacionarias.

Los beneficios que ofrece esta empresa es la garantía de usar los mejores productos para la culminación de plagas y a la vez garantiza la tranquilidad a los usuarios. Con una desinfección de las áreas afectadas 100% garantizada.

Servicios más demandados

Fumigación líquida

Fumigación Manual

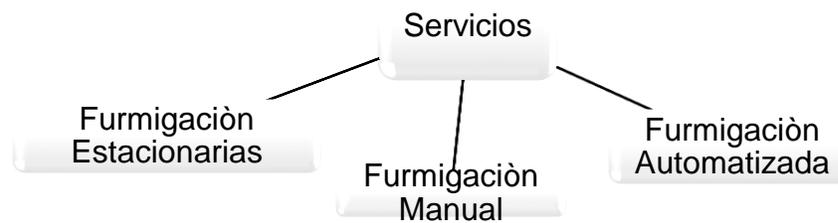
Servicios para jardinerías

En hospitales, Restaurante, Clínica y Plaza Comercial

Servicios con menos salida

Limpieza de Colchones

Lavado de Mueble



2.5 Determine cuál es su cartera de clientes a la fecha y cuál es su territorio de ventas.

Cartera de Clientes

- Ayuntamiento municipal de Pimentel
- Residencia Familia Abreu, La estancia Pimentel, No. 27
- Plaza Comerciales
- Hotel villas del Lago, Nagua- San Fco. Km 5
- Cabañas Girasoles, Las Guaranas, Duarte
- Hotel Las Mercedes, Pimentel

- Agro cacao Peralta, Principal, Rincón Hondo, Castillo
- Residencias y Haciendas Peralta Camilo
- Cabañas Pimentel, Pimentel
- Factoría Rondón, La Bija, Cotuí
- Hacienda Divino Niño, Fantino Cotuí
- Transporte Joanna, Villa La Mata, Cotuí
- Restaurantes
- Sector Salud, público y privado
- Comercios agro veterinarias
- Grupo ARSUAREZ,
- Villa Fauris JR, Castillo Prov. Duarte
- Hacienda Albarán, Principal, El Papayo, Nagua.
- Centro Médico Siglo 21
- Dereck Plaza, San Fco. de Macorís
- Plaza Dasan, Principal, Cotuí

Con una presencia de ventas de servicios comprendida en toda la provincia Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

2.6 Explique las estrategias comerciales que actualmente practica la empresa para posicionar sus servicios en el mercado.

Estrategias

Facebook (Fumiserviortegasrl), Instagram (Fumiserviortega), equipos de transporte personalizados, personalización de colaboradores, flyer, tarjetas, personalización del local, publicidad boca a boca.

Programas de fidelidad; por cada 10 servicios de fumigación obtiene uno gratis.

Programa el rompecabezas, este consiste en un rompecabezas compuesto por 5 piezas, por cada servicio recomendado y que sea realizado recibirá una pieza. Una vez el rompecabezas esté armado puede ser canjeado por el valor de 2000.00

pesos.

2.7 Realice un análisis FODA Comercial (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) enfocado en su oferta actual de servicios.

ANALISIS FODA

Fortalezas

- Personal profesionalmente capacitado y experimentado en el área de fumigación y pesticidas.
- Avanzada tecnología en equipos en el área de fumigación.
- Empleo de productos aprobados y certificados por la EPA (Environmental Protection Agency).
- Nuestros productos protegen el medio ambiente y la salud.
-

Oportunidades

- Expansión
- Apoyo ecológico promoviendo el consumo de productos que cuiden el entorno ambiental.
- Apertura de nuevos mercados.
- Nuevos procesos para mejorar la productividad.
- Flotilla de vehículos con las condiciones para implementar servicios rápidos y confiables.

Debilidades:

- Creencia de que los productos de fumigación son 100% tóxicos.
- Falta de publicidad.
- Falta de capacitación al mercado.
- Comunicación limitada con los clientes.
- Ausencia de redes sociales.

Amenazas:

- JCM Agrícola (Las Guaranas)
- Aero Servicios del Valle
- Empresas que comercializan pesticidas.
- Salud publica

SECCIÓN III

PRESENTACIÓN Y ANALISIS RESULTADOS ENCUESTA

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Tabla No. 1

Genero

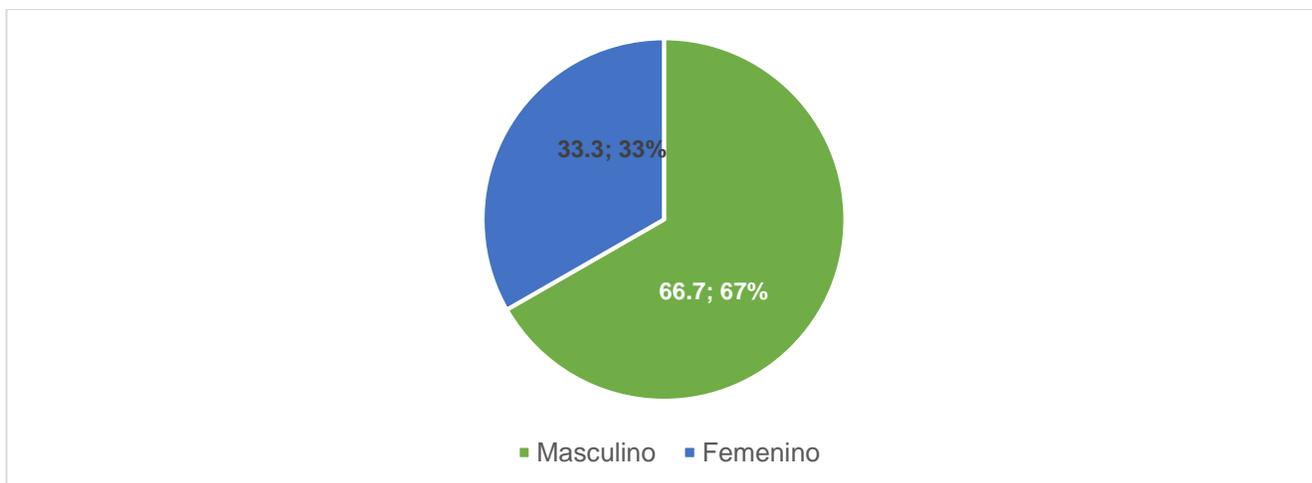
| Opción | Frecuencia | % |
|-----------|------------|------|
| Masculino | 24 | 66.7 |
| Femenino | 12 | 33.3 |
| Total | 36 | 100 |

Fuente: Pregunta No.1 De la encuesta aplicada a los clientes y usuarios particulares de la Provincia Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

De acuerdo con la encuesta aplicada en diferentes establecimientos de las Provincias Duarte, Sánchez Ramírez y María Trinidad Sánchez, el **66.7 %** de los usuarios es de sexo masculino, mientras que el **33.3 %** por ciento es de sexo femenino.

Gráfica No. 1

Genero



Fuente: Tabla No. 1, pregunta No.1 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de la provincia Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

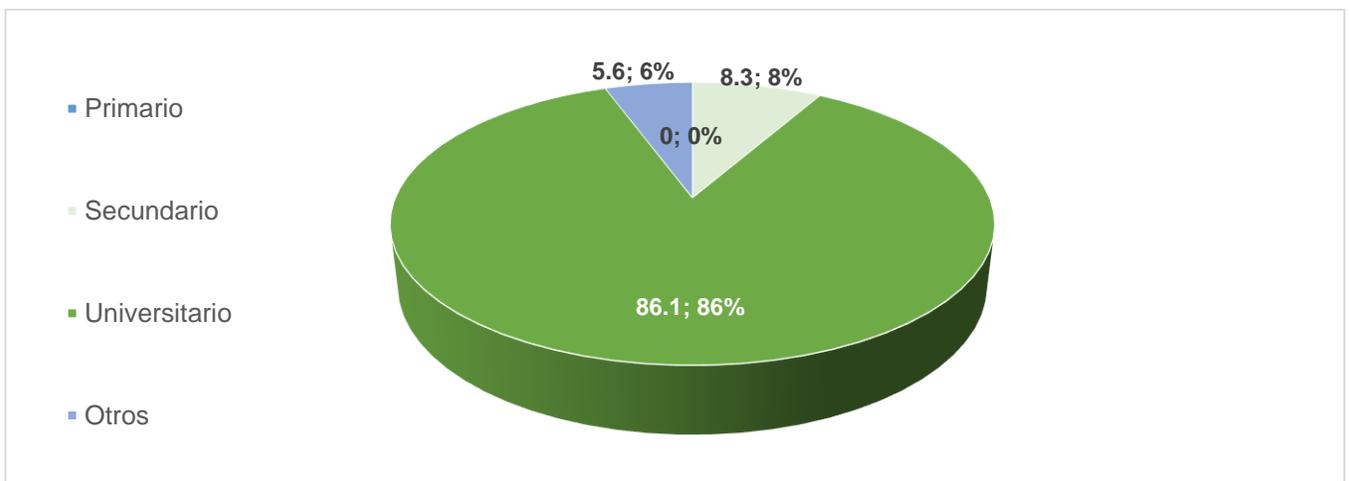
Tabla No. 2
Nivel Educativo

| Opción | Frecuencia | % |
|---------------|------------|------------|
| Primario | 0 | 0 |
| Secundario | 3 | 8.3 |
| Universitario | 31 | 86.1 |
| Otros | 2 | 5.6 |
| Total | 36 | 100 |

Fuente: Pregunta No.2 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de la provincia Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

Según los resultados de la encuesta aplicada en diferentes establecimientos y personas de las Provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez se pueden presentar los siguientes resultados de acuerdo a las personas que utilizan los servicios de Fumiservi Ortega. El **86.1%** de los encuestado son universitario, el **8.3%**, tienen un nivel académico de secundaria y **5.6%** con un nivel académico más avanzado.

Gráfica No. 2
Nivel Educativo



Fuente: Tabla No. 2, pregunta No.2 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de la provincia Duarte, Sánchez Ramírez.

Tabla No. 3

Edad

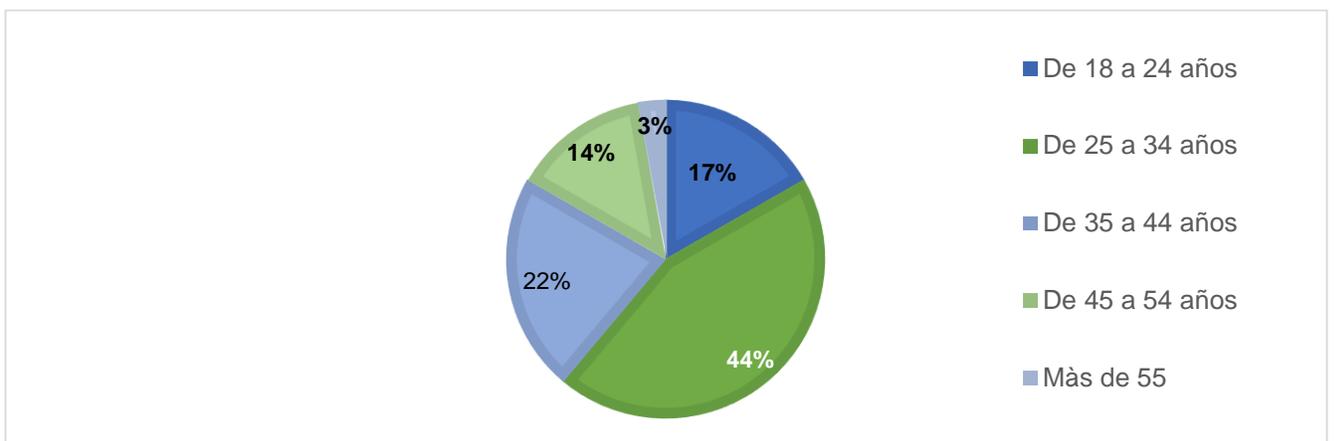
| Opción | Frecuencia | % |
|-----------------|------------|------------|
| De 18 a 24 años | 6 | 16.7 |
| De 25 a 34 años | 16 | 44.4 |
| De 35 a 44 años | 8 | 22.2 |
| De 45 a 54 años | 5 | 13.9 |
| Más de 55 | 1 | 2.8 |
| Total | | 100 |

Fuente: Pregunta No.3 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de la provincia Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

Los resultados arrojados por la encuesta aplicada a varios establecimientos y personas de las Provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez considerando los diferentes tipos de empresas o personas que utilizan los servicios de Fumiservi Ortega. El **44.4%** de los encuestado con una edad de 25 a 34 años, el **22.2%**, en la 35 a 44 años, **16.7%** de lo encuetado con un rango de edad de 18 a 24 años, **13.9%** de 45 a 54 años, y solo un **2.8%** con más de 55 años.

Gráfica No. 3

Edad



Fuente: Tabla No. 3, pregunta No.3 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de la provincia Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

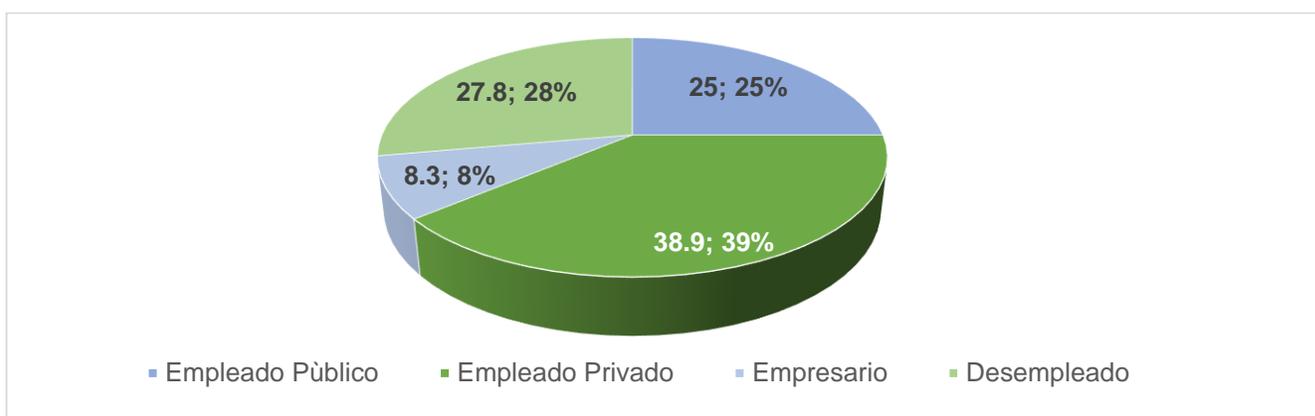
Tabla No. 4
Estatus Laboral

| Opción | Frecuencia | % |
|------------------|------------|------------|
| Empleado publico | 9 | 25 |
| Empleado privado | 14 | 38.9 |
| Empresario | 3 | 8.3 |
| Desempleado | 10 | 27.8 |
| Total | | 100 |

Fuente: Pregunta No.4 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de la provincia Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

La encuesta aplicada a varios establecimientos y personas de las Provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez, presenta los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de empresas o personas que utilizan los servicios de Fumiservi Ortega. El **38.9%** empleado privado, un **27.8%** son desempleado, **25%** empleado público, y un **8.3%** empresario.

Gráfica No. 4
Estatus Laboral



Fuente: Tabla No. 4, pregunta No.4 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de la provincia Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

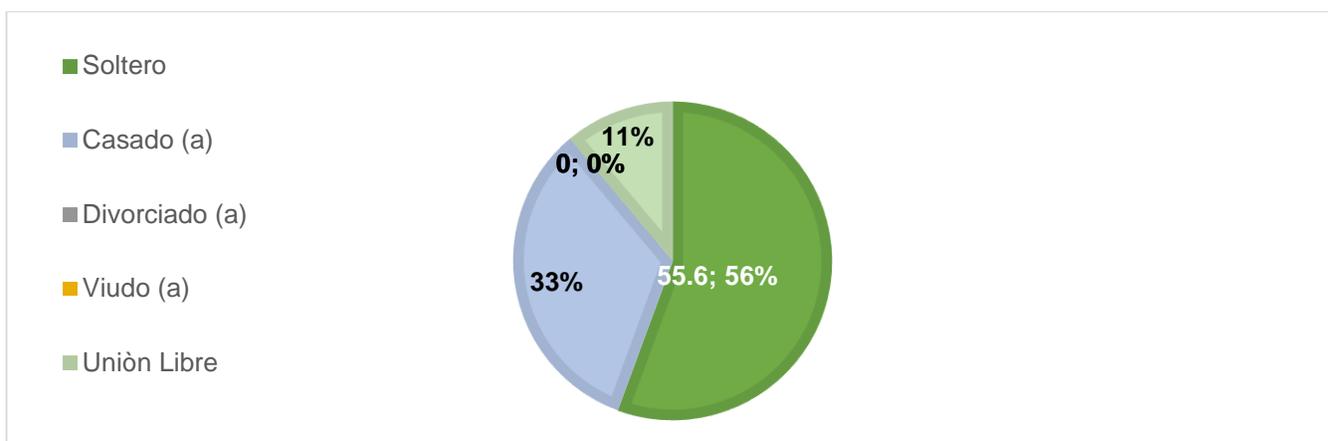
Tabla No. 5
Estatus Civil

| Opción | Frecuencia | % |
|----------------|------------|------------|
| Soltero | 20 | 55.6 |
| Casado (a) | 12 | 33.3 |
| Divorciado (a) | 0 | 0 |
| Viudo (a) | 0 | 0 |
| Unión Libre | 4 | 11.1 |
| Total | 36 | 100 |

Fuente: Pregunta No.5 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de la provincia Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

De acuerdo con los resultados de la encuesta realizada en diferentes establecimientos y personas de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez presenta los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de empresas o personas con respecto a los servicios de Fumiservi Ortega. El **55.6 %** de los encuestados es soltero, el **33.3 %** es casado y el **11.1 %** está en unión libre.

Gráfica No. 5
Estatus Civil



Fuente: Tabla No. 5, pregunta No.5 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de la provincia Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

Tabla No. 6

Es usted usuario de servicio de Fumiservi Ortega

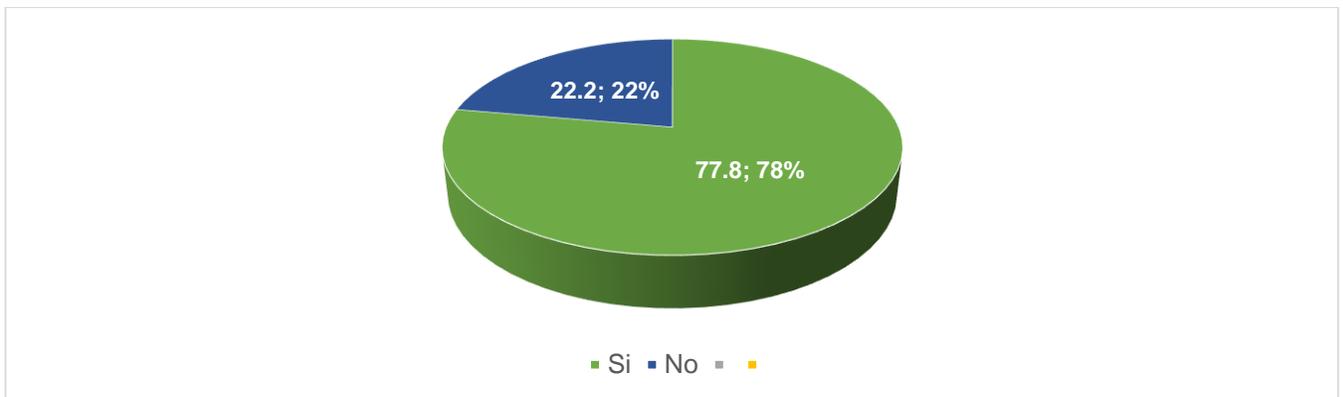
| Opción | Frecuencia | % |
|--------------|------------|------|
| Si | 28 | 77.8 |
| No | 8 | 22.2 |
| Total | | 100 |

Fuente: Pregunta No.6 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de la provincia Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

De acuerdo con los resultados de la encuesta realizada en diferentes establecimientos y personas de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez presenta los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de empresas o personas con respecto a los servicios de Fumiservi Ortega. El 77.8 % de los encuestados es usuario de Fumiservi Ortega, mientras que el 22.2 % no lo es.

Gráfica No. 6

Es usted usuario de servicio de Fumiservi Ortega



Fuente: Tabla No. 6, pregunta No.6 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de la provincia Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

Tabla No. 7

Que tiempo lleva utilizando los servicios de Fumiservi Ortega

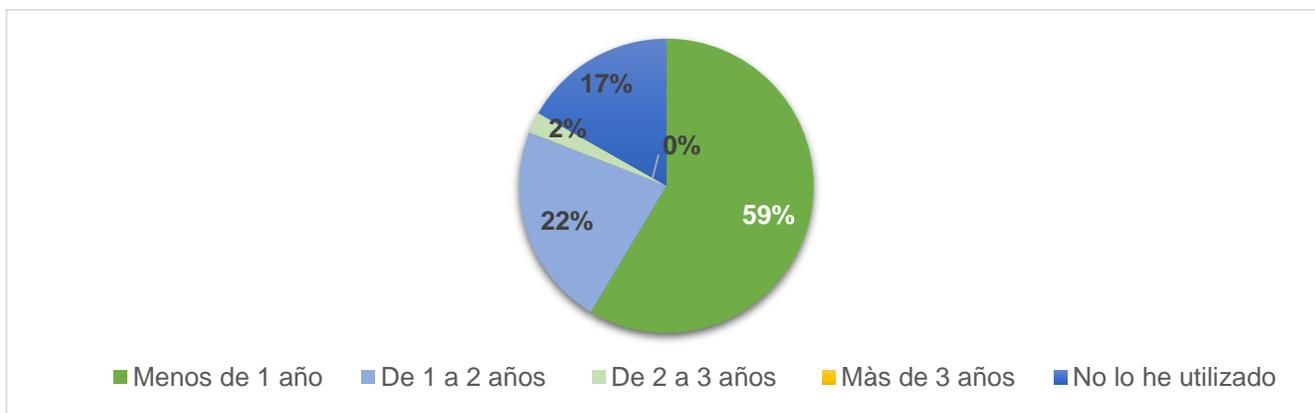
| Opción | Frecuencia | % |
|--------------------|------------|------------|
| Menos de 1 año | 21 | 58.3 |
| De 1 a 2 años | 8 | 22.2 |
| De 2 a 3 años | 1 | 2.8 |
| Más de 3 años | 0 | 0 |
| No lo he utilizado | 6 | 16.7 |
| Total | 36 | 100 |

Fuente: Pregunta No.7 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de la provincia Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

Tomando en cuenta los diferentes tipos de empresas o personas que utilizan los servicios de Fumiservi Ortega, en una encuesta realizada en diferentes establecimientos y personas de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez, los resultados con relación al tiempo que llevan utilizando los servicios de esta empresa arrojan que el 58.8 % lleva menos de un año, un 22.2 % lleva de uno a dos años, el 2.8 % ha utilizado estos servicios desde hace más de tres años, Mientras que el 16.7 % no ha utilizado estos servicios nunca.

Gráfica No. 7

Qué tiempo lleva utilizando los servicios de Fumiservi Ortega.



Fuente: Tabla No. 7, pregunta No.7 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de la provincia Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

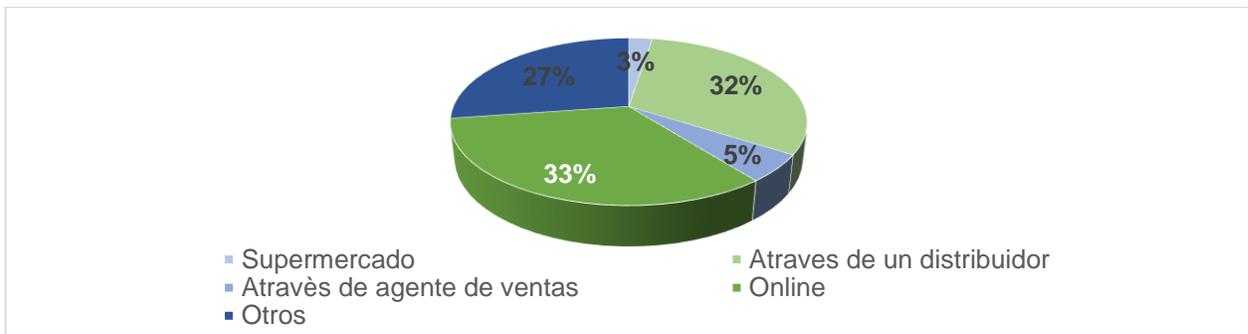
Tabla No. 8
Donde conoció nuestro servicio

| Opción | Frecuencia | % |
|------------------------------|------------|------------|
| Tienda | 1 | 2.5 |
| Supermercado | 1 | 2.5 |
| Atraves de un distribuidor | 11 | 30.8 |
| A través de agente de ventas | 2 | 5.2 |
| Online | 12 | 32.5 |
| Otros | 10 | 26.7 |
| Total | | 100 |

Fuente: Pregunta No.8 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de la provincia Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

De acuerdo con los resultados de la encuesta realizada en diferentes establecimientos y personas de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez presenta los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de empresas o personas con respecto a los servicios de Fumiservi Ortega. El 2.5 % de los encuestados conoció los servicios en una tienda, el 2.5 % en un supermercado, el 30.8 % conoció los servicios a través de un distribuidor, un 5.2 % fue a través de agentes de ventas, el 32.5 % conoció los servicios a través de redes sociales y plataformas digitales y un 26.7 % conoció los servicios por medio de otras fuentes.

Gráfica No. 8
Dónde conoció nuestro servicio



Fuente: Pregunta No.8 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de la provincia Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

Tabla No. 9

Cada que tiempo solicita los servicios de Fumiservi Ortega

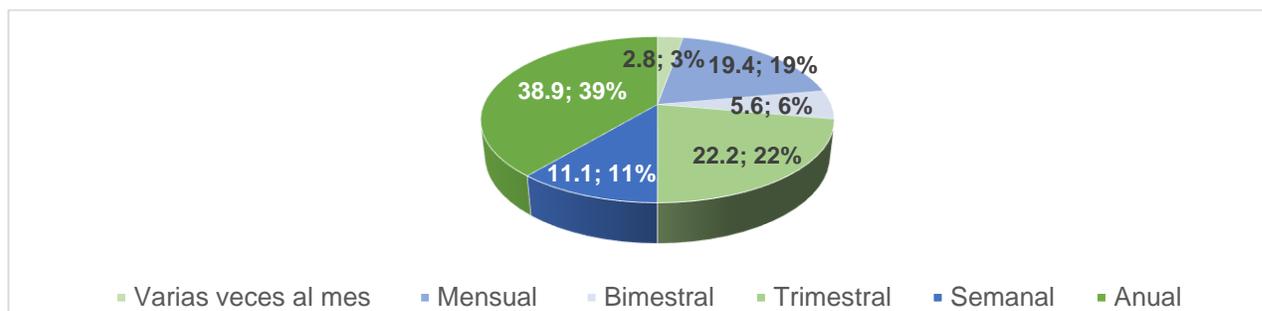
| Opción | Frecuencia | % |
|---------------------|------------|------------|
| Varias veces al mes | 1 | 2.8 |
| Mensual | 7 | 19.4 |
| Bimestral | 2 | 5.6 |
| Trimestral | 8 | 22.2 |
| Semestral | 4 | 11.1 |
| Anual | 14 | 38.9 |
| Total | | 100 |

Fuente: Pregunta No.9 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de la provincia Duarte, Sánchez Ramírez.

De acuerdo con los resultados de la encuesta realizada en diferentes establecimientos y personas de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez presenta los siguientes resultados considerando la frecuencia de solicitud del servicio de fumigación para las empresas o personas con respecto a los servicios de Fumiservi Ortega. El 38.9 % solicita los servicios anualmente, un 22.2 % los solicita de manera trimestral, mientras que el 19.4 % lo hace mensual, un 11.1 % los utiliza cada seis meses, un 5.6 % los utiliza cada dos meses, y un 2.8% solicita los servicios varias veces al mes.

Gráfica No. 9

Cada qué tiempo solicita los servicios de Fumiservi Ortega



Fuente: Pregunta No.9 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de la provincia Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

Tabla No. 10

Cuáles son los elementos que te hacen escoger este servicio

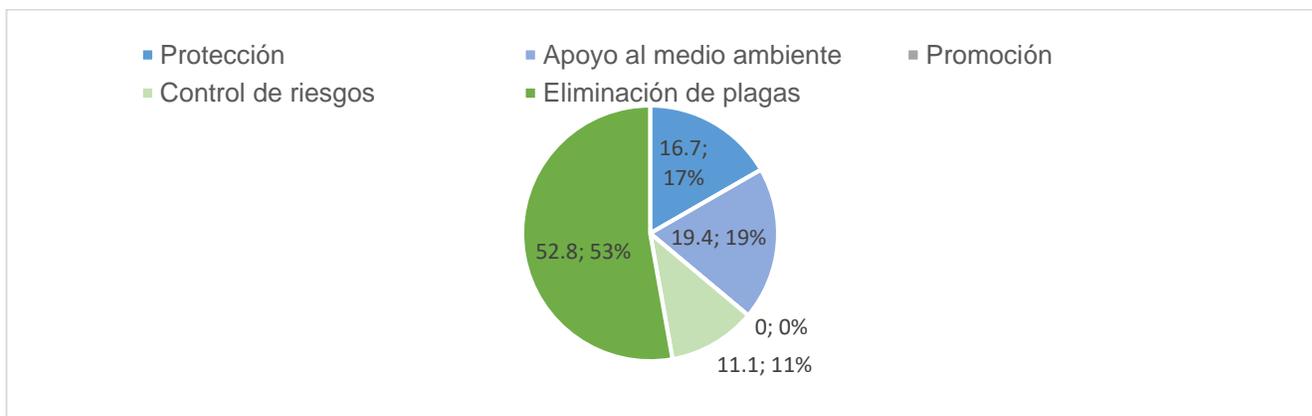
| Opción | Frecuencia | % |
|-------------------------|------------|------------|
| Protección | 6 | 16.7 |
| Apoyo al medio ambiente | 7 | 19.4 |
| Promoción | 0 | 0 |
| Control de riesgos | 4 | 11.1 |
| Eliminación de plagas | 19 | 52.8 |
| Total | 36 | 100 |

Fuente: Pregunta No.10 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de la provincia Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios comercios y personas de la Región, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de empresas o personas que utilizan los servicios de Fumiservi Ortega. El 52.8% de los encuestado se inclinan por la eliminación de plagas, 19.4%, por el apoyo al medio ambiente; 16.7%, a la protección y el 11.1% restante, al control de riesgos. Ninguno de los encuestados opto por la promoción dándole un 0.0% Lo que evidencia la mayor selección es la eliminación de plagas para su conformidad.

Gráfica No. 10

Cuáles son los elementos que te hacen escoger este servicio



Fuente: Tabla No. 10, pregunta No.10 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de la provincia Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

Tabla No. 11

De los servicios ofrecidos por Fumiservi Ortega que es lo que más le gusta

| Opción | Frecuencia | % |
|-----------------|------------|------------|
| Eficiencia | 15 | 31.9 |
| Responsabilidad | 13 | 27.6 |
| Profesionalismo | 14 | 30 |
| Agilidad | 2 | 4.2 |
| Precios | 3 | 6.3 |
| Total | 47 | 100 |

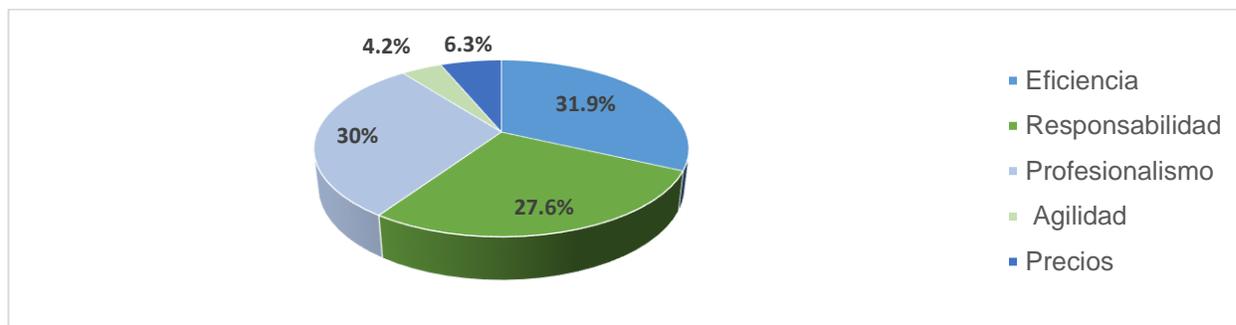
Fuente: Pregunta No.11 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de la provincia Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios establecimientos y personas de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de servicios requeridos según gustos y consideraciones: 31.9%, Eficiencia; 30%, profesionalismo; 27.6%, responsabilidad; 6.3%, precio; 4.2%, agilidad. Se evidencian como los más importantes eficiencia y profesionalismo.

Gráfica No. 11

De los servicios ofrecidos por Fumiservi Ortega que es lo que más le gusta



Fuente: Tabla No. 11, pregunta No11 del cuestionario o encuesta a clientes y usuarios particulares de la provincia Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez. Nota: En esta pregunta el encuestado puede escoger varias opciones a la vez.

Tabla No. 12

Qué tipo de servicio satisface más tus necesidades

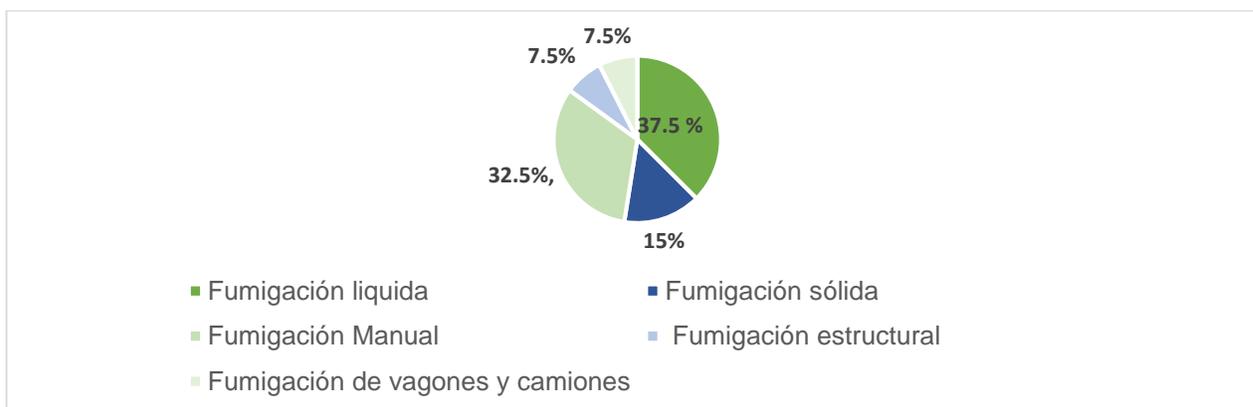
| Opción | Frecuencia | % |
|----------------------------------|------------|------------|
| Fumigación líquida | 15 | 37.5 |
| Fumigación sólida | 6 | 15 |
| Fumigación Manual | 13 | 32.5 |
| Fumigación estructural | 3 | 7.5 |
| Fumigación de vagones y camiones | 3 | 7.5 |
| Total | 40 | 100 |

Fuente: Pregunta No.12 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios comercios y personas de la Región, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de servicios que satisfacen las necesidades: **37.5%**, fumigación líquida; **32.5%**, fumigación manual; **15%**, fumigación sólida; **7.5%**, fumigación estructural; **7.5%**, fumigación de vagones y camiones. Se evidencian como los más importante es la fumigación líquida y fumigación manual.

Gráfica No. 12

Qué tipo de servicio satisface más tus necesidades



Fuente: Tabla No. 12, pregunta No12 del cuestionario o encuesta a clientes y usuarios particulares de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez. Nota: En esta pregunta el encuestado puede escoger varias opciones a la vez.

Tabla No. 13

Posibles debilidades en el servicio de Fumiservi Ortega

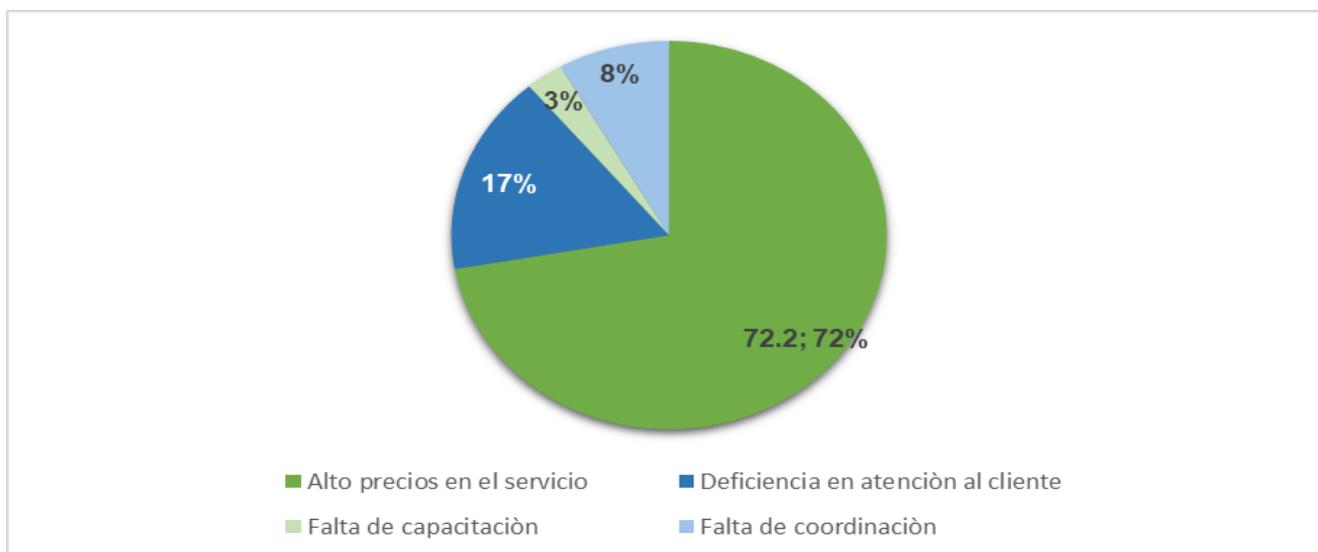
| Opción | Frecuencia | % |
|------------------------------------|------------|------------|
| Alto precios en el servicio | 26 | 72.2 |
| Deficiencia en atención al cliente | 6 | 16.7 |
| Falta de capacitación | 1 | 2.8 |
| Falta de coordinación | 3 | 8.3 |
| Total | 36 | 100 |

Fuente: Pregunta No.13 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

La encuesta aplicada a varios comercios y personas de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez se pueden presentar los siguientes resultados con relación a posibles debilidades donde el **72.2%** está el Alto precio en el servicio, **16.7%**, Deficiencia en atención al cliente; **8.3%**, Falta de coordinación y el **2.8%** a la falta de capacitación

Gráfica No. 13

Posibles debilidades en el servicio de Fumiservi Ortega



Fuente: Tabla No. 13, pregunta No.13 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

Tabla No. 14

Indique cuáles dificultades percibes en el servicio de Fumiservi Ortega

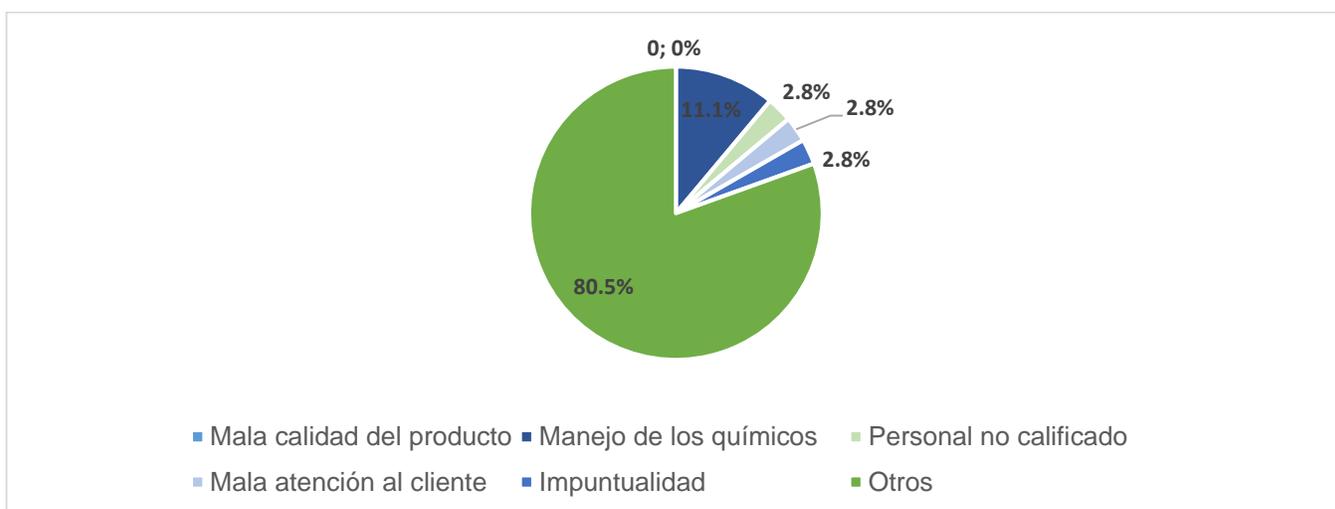
| Opción | Frecuencia | % |
|---------------------------|------------|------------|
| Mala calidad del producto | 0 | 0 |
| Manejo de los químicos | 4 | 11.1 |
| Personal no calificado | 1 | 2.8 |
| Mala atención al cliente | 1 | 2.8 |
| Impuntualidad | 1 | 2.8 |
| Otros | 29 | 80.5 |
| Total | 36 | 100 |

Fuente: Pregunta No.14 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

La encuesta aplicada en diversos establecimientos y personas de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez, Sánchez Ramírez se pueden presentar los siguientes resultados con relación a posibles dificultades. el 80.5% otros,11.1%, manejo de los químicos; 2.8%, para mala atención al cliente, 2.8% personal no calificado, 2.8% impuntualidad. En la cual para mala calidad del producto es un 0.0%

Gráfica No. 14

Indique cuáles dificultades percibes en el servicio de Fumiservi Ortega



Fuente: Tabla No. 14, pregunta No.14 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

Tabla No. 15

Qué ventajas consideraste antes de solicitar nuestros servicios

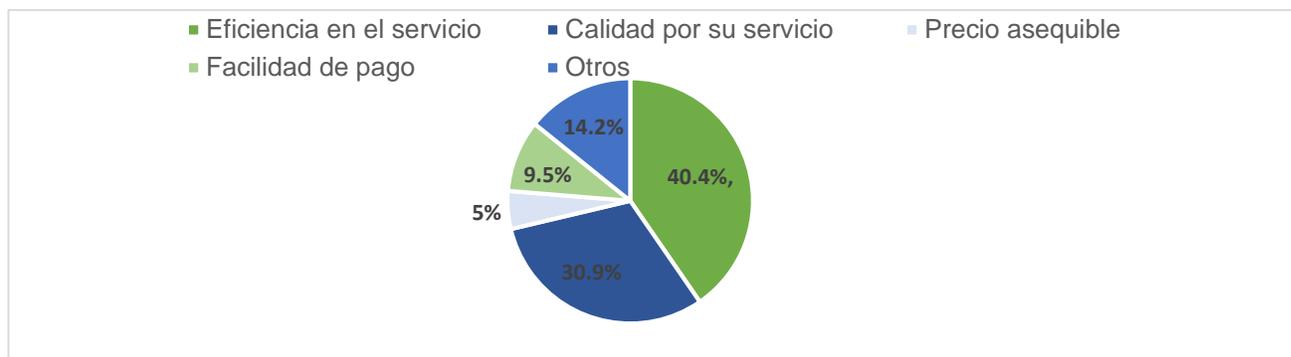
| Opción | Frecuencia | % |
|---------------------------|------------|------------|
| Eficiencia en el servicio | 17 | 40.4 |
| Calidad por su servicio | 13 | 30.9 |
| Precio asequible | 2 | 5 |
| Facilidad de pago | 4 | 9.5 |
| Otros | 6 | 14.2 |
| Total | 42 | 100 |

Fuente: Pregunta No.15 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez. Tomando como referencia la cantidad de respuestas recolectadas para un total de 42.

De acuerdo con la encuesta aplicada en distintos establecimientos y personas de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez, se pueden presentar los siguientes resultados considerando las ventajas seleccionadas por los clientes: 40.4%, eficiencia en el servicio; 30.9%, calidad por su servicio; 14.2%, otros; 9.5%, facilidad de pago; 5.0%, precio asequible.

Gráfica No. 15

Qué ventajas consideraste antes de solicitar nuestros servicios



Fuente: Tabla No. 15, pregunta No15 del cuestionario o encuesta a clientes y usuarios particulares de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez. Nota: En esta pregunta el encuestado puede escoger varias opciones a la vez.

Tabla No. 16

Cuáles son los tipos de plagas o insectos más frecuentes en tu entorno

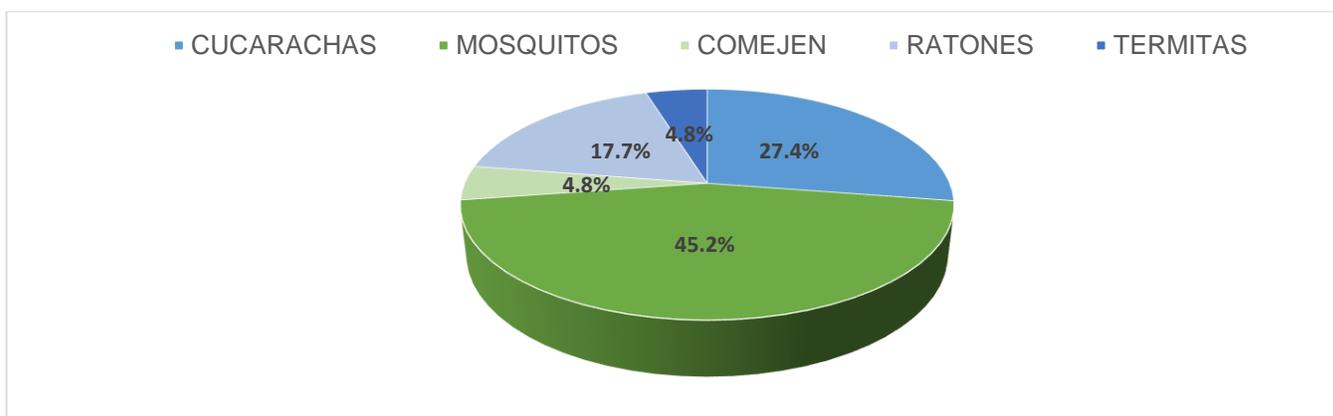
| Opción | Frecuencia | % |
|--------------|------------|------------|
| CUCARACHAS | 17 | 27.4 |
| MOSQUITOS | 28 | 45.2 |
| COMEJEN | 3 | 4.8 |
| RATONES | 11 | 17.7 |
| TERMITAS | 3 | 4.8 |
| Total | 62 | 100 |

Fuente: Pregunta No.16 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez. Tomando como referencia la cantidad de respuestas recolectadas para un total de 62.

De acuerdo con la encuesta aplicada en distintos establecimientos y personas de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez, se pueden presentar los siguientes resultados sobre los tipos de plagas más comunes o frecuentes en su entorno: 45.2%, mosquitos; 27.4%, cucarachas; 17.7%, ratones; 4.8%, comején por igual un 4.8%, terminas.

Gráfica No. 16

Cuáles son los tipos de plagas o insectos más frecuentes en tu entorno



Fuente: Tabla No. 16, pregunta No16 del cuestionario o encuesta a clientes y usuarios particulares de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez. Nota: En esta pregunta el encuestado puede escoger varias opciones a la vez.

Tabla No. 17

Como calificarías la relación calidad-precio del servicio

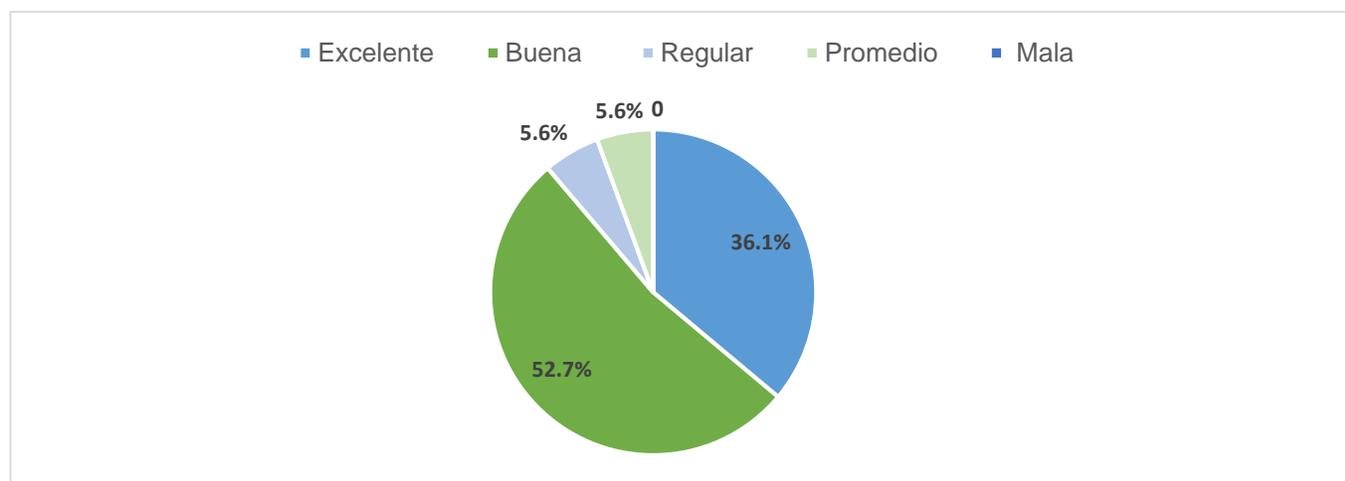
| Opción | Frecuencia | % |
|--------------|------------|------------|
| Excelente | 13 | 36.1 |
| Buena | 19 | 52.7 |
| Regular | 2 | 5.6 |
| Promedio | 2 | 5.6 |
| Mala | 0 | 0 |
| Total | 36 | 100 |

Fuente: Pregunta No.17 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de la provincia Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

De acuerdo con la encuesta aplicada en varios establecimientos y personas de la Región, se pueden presentar los siguientes resultados de la relación calidad precio del servicio. El 52.7% buena, 36.1%, excelente, 5.6%, regular, 5.6% promedio, 0.0% mala.

Gráfica No. 17

Como calificarías la relación calidad-precio del servicio



Fuente: Tabla No. 17, pregunta No17 del cuestionario o encuesta a clientes y usuarios particulares de la provincia Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

Tabla No. 18

Qué tan satisfecho estás hoy con tu experiencia cuando usas los servicios de Fumiservi Ortega

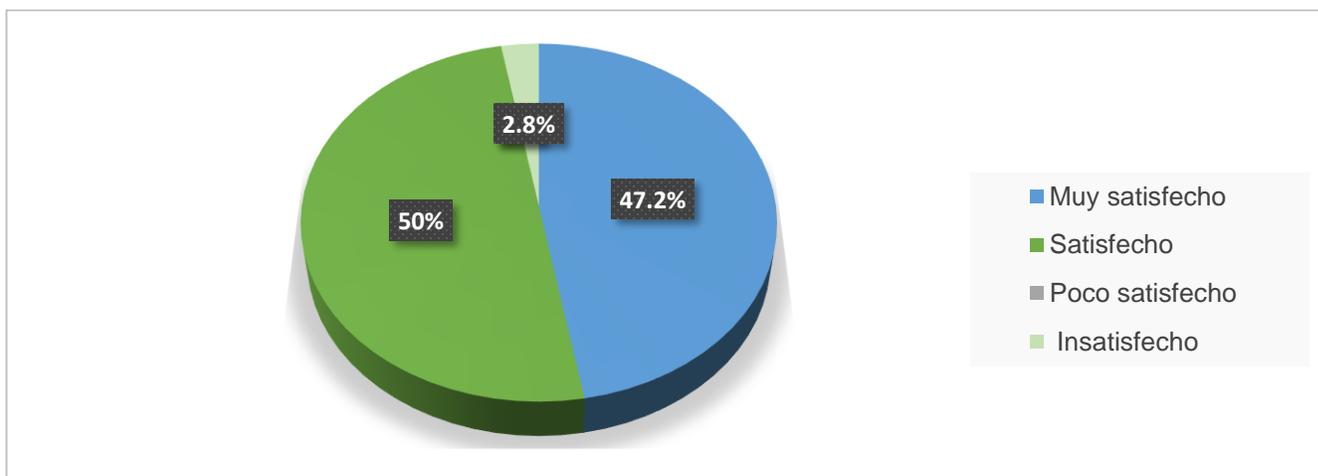
| Opción | Frecuencia | % |
|-----------------|------------|------------|
| Muy satisfecho | 17 | 47.2 |
| Satisfecho | 18 | 50 |
| Poco satisfecho | 0 | 0 |
| Insatisfecho | 1 | 2.8 |
| Total | 36 | 100 |

Fuente: Pregunta No.18 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

De acuerdo con la encuesta aplicada en diversos establecimientos y personas de las provincias Duarte, Sánchez Ramírez y Monseñor Nouel, se pueden presentar los siguientes resultados de la relación a la experiencia del servicio. El 50% satisfecho, 47.2%, muy satisfecho, 2.8%, insatisfecho y un 0.0% poco satisfecho siendo este último no relevante para los encuestados.

Gráfica No. 18

Qué tan satisfecho estás hoy con tu experiencia cuando usas los servicios de Fumiservi Ortega



Fuente: Tabla No. 18, pregunta No18 del cuestionario o encuesta a clientes y usuarios particulares de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

Tabla No. 19

Como describirías el manejo de nuestros colaboradores técnicos

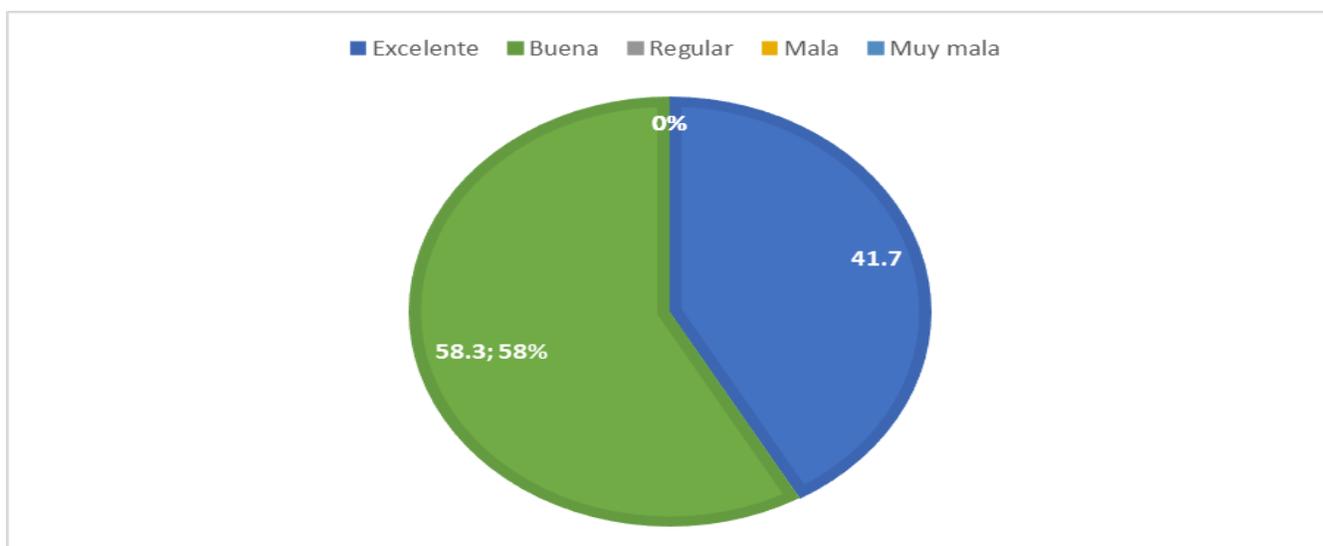
| Opción | Frecuencia | % |
|--------------|------------|------------|
| Excelente | 15 | 41.7 |
| Buena | 21 | 58.3 |
| Regular | 0 | 0 |
| Mala | 0 | 0 |
| Muy mala | 0 | 0 |
| Total | 36 | 100 |

Fuente: Pregunta No.19 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

De acuerdo con la encuesta aplicada en distintos establecimientos y personas de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez, se pueden presentar los siguientes resultados de la relación al manejo de los colaboradores prestadores del servicio. El 58.3% buena, 41.2%, excelente, arrojando un 0.0% para Regular, mala y muy mala.

Gráfica No. 19

Como describirías el manejo de nuestros colaboradores técnicos



Fuente: Tabla No. 19, pregunta No19 del cuestionario o encuesta a clientes y usuarios particulares de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

Tabla No. 20

Cuál es tu mayor temor o preocupación sobre nuestros servicios o productos

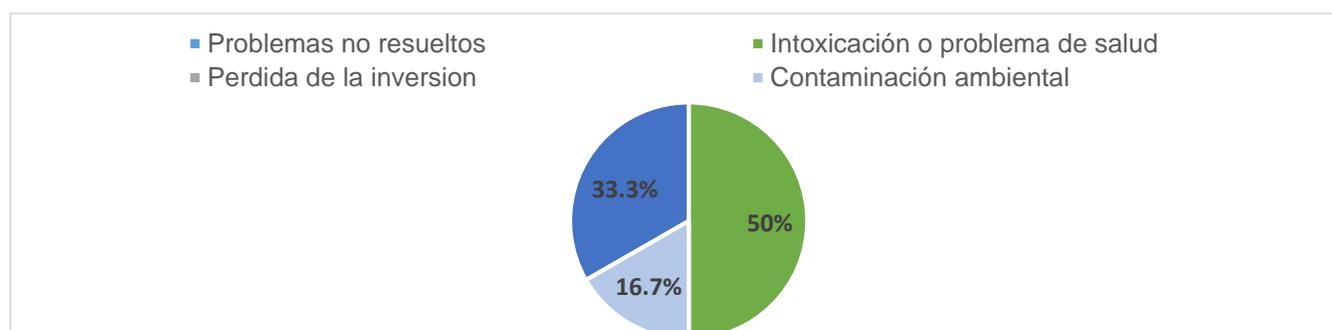
| Opción | Frecuencia | % |
|----------------------------------|------------|------------|
| Problemas no resueltos | 0 | 0 |
| Intoxicación o problema de salud | 18 | 50 |
| Perdida de la inversion | 0 | 0 |
| Contaminación ambiental | 6 | 16.7 |
| Otros | 12 | 33.3 |
| Total | 36 | 100 |

Fuente: Pregunta No.20 del cuestionario o encuesta aplicada a clientes y usuarios particulares de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

De acuerdo con la encuesta aplicada en distintos establecimientos y personas de las provincias Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez, se pueden presentar los siguientes resultados de la relación a los mayores temores o preocupaciones será por el servicio o los productos utilizados. El 50% intoxicación o problemas de salud, 33.3%, otros, 16.7% contaminación ambiental. Para problemas no resueltas y perdida de la inversión con un 0.0% respectivamente.

Gráfica No. 20

Cuál es tu mayor temor o preocupación sobre nuestros servicios o productos



Fuente: Tabla No. 20, pregunta No20 del cuestionario o encuesta a clientes y usuarios particulares de la provincia Duarte, María Trinidad Sánchez y Sánchez Ramírez.

SECCIÓN IV

ANALISIS FACTORES MERCADOLOGICOS CRITICOS.

4.1 Identifique 5 fortalezas y 5 debilidades de la oferta de servicios de empresas competidoras.

Fortalezas

Trabaja en destrucción del comején subterráneo. (Ecofumigadora Ega).

La empresa Ecofumigadora Ega que ofrece sus servicios en toda la República Dominicana está especializada en la prevención y eliminación de termitas subterráneas de madera húmeda (*Reticulitermes spp*; *R. grassei* y *R. banyulensis*) estas se encuentran con frecuencia en troncos húmedos que se están pudriendo o en zonas de descomposición en árboles muertos o vivos trasladándose de forma muy discreta hasta destruir árboles, edificaciones y mobiliarios.

Mayor alcance en línea.

La empresa fumicontrol es experta en marketing digital, de hecho, tiene un sistema que le permite hacer cotizaciones y algunas evaluaciones a través de las diferentes plataformas digitales.

Cobertura nacional (Cobertura nacional).

Empresas de la trayectoria de Terminix y Rentokil tienen la facilidad de trasladarse a cualquier punto del país, en donde sea necesario ofrecer sus servicios de fumigación. Sus técnicos tienen la facilidad de desplazamiento, esto le permite tener un mayor acceso al público y posicionarse en un mejor lugar dentro del mercado.

Innovación.

Las empresas Ecofumigadora Ega y Rentonkil cuenta con las más avanzadas técnicas de fumigación de tractor o de arrastre y autopropulsadas, esta técnica es utilizada para fumigar espacios grandes.

También cuentan con técnicas de expansión autopropulsadas, esta ofrece la ventaja de aplicar varios tipos de productos a la vez.

Expansión.

Buscar nuevos clientes, nuevos mercados para nuestros servicios y productos que ofrecemos, incluso en otras provincias.

Debilidades

Contamina el medio ambiente.

La mayoría de productos utilizados para fumigar diseminan restos que se transforman en contaminantes para los sistemas bióticos y abióticos, representando esto un peligro para el medio ambiente.

Coloca a los usuarios en estado de riesgo.

Los restos de contaminantes dispersados en el aire luego de realizar un proceso de fumigación pueden provocar intoxicación, dolores de cabeza, alteraciones en el sistema respiratorio, vómitos, diarrea, contracciones musculares, trastornos en el gusto y/o el olfato, entre otros.

Utilizan personal poco capacitado.

Cuando el personal no cuenta con los conocimientos de lugar expone a los usuarios a recibir un servicio que no llene sus expectativas, ya sea porque no elimine las plagas como porque ponga en peligro su salud y hasta su vida.

Extermina la fauna beneficiosa.

Animales no fumigados pueden comer animales envenenados por plaguicidas de esta manera ingieren el veneno e intoxicarse.

Escasez de publicidad.

Una gama de empresas dedicadas a la fumigación se ha quedado sumergidas en el pasado y no optan por utilizar estrategias de publicidad, esto limita su expansión dentro del mercado.

4.2 Describe 5 necesidades fundamentales de los usuarios que solicitan la oferta de servicios de esta empresa.

Proteger los cultivos de las plagas en menos tiempo.

Innovando cada día con instrumentos y estrategia que permitan protegernos de los insectos y plagas, Un gran porcentaje de nuestros usuarios son agricultores, solicitan nuestros servicios para prevenir y/o eliminar plagas en sus cultivos. Con nuestros servicios el proceso es rápido, a diferencia del proceso manual que lleva mucho tiempo y en la mayoría de casos es menos efectivo.

Esterilizar espacios públicos.

La propagación de virus y enfermedades es parte de nuestra cotidianidad, es por esta razón que propietarios y/o encargados de edificios, tiendas, escuela... al igual que alcaldías, agrupaciones comunitarias y otras entidades solicitan nuestros servicios para que a través de un servicio de fumigación prevenir, higienizar o esterilizar espacios públicos y evitar esos fastidiosos virus y enfermedades. Es muy necesario esterilizar con frecuencia o por los menos dos o tres veces por semana.

Controlar la aparición de las plagas e insectos.

Son muchas las opciones para el control de plagas, Fumiservi cuenta con un gran equipo capacitado para aplicar su fumigación según su necesidad, la mayoría de nuestros usuarios nos solicitan para que a través de nuestro servicio de fumigación sus propiedades estén exoneradas de plagas e insectos, ya que nuestros productos impiden la aparición de estos seres tan dañinos.

Controlar la propagación de enfermedades, virus y bacterias.

Cuando aparece un brote de algún tipo de virus, bacterias o enfermedades es necesaria hacinar, exterminar el ambiente y buscar cualquier alternativa que nos permita limpiar el medio ambiente de estos, la opción más rápida y efectiva es la fumigación, por esta razón muchas personas acuden a contactarnos.

Planificar el control de las plagas.

Nuestros servicios tienen un calendario integrado. El proceso de fumigación siempre depende del producto utilizado y el espacio trabajado, por esta razón Fumiservi Ortega SRL planifica el próximo proceso de fumigación con la finalidad de que nuestros usuarios puedan prevenir brotes y mantengan sus espacios bajo control con respecto a las invasiones de plagas.

4.3 Presenta 10 expectativas que tienen los usuarios sobre la oferta de servicios de esta empresa.

- Erradicar o prevenir la presencia de plagas, enfermedades e insectos.
- Garantía de servicio.
- Precios asequibles.
- Control de propagación de plagas e insectos.
- Mantener edificaciones e inmuebles fuera de peligro.
- Recibir los servicios por parte de un personal cualificado, certificado y con experiencia.
- Monitoreo del área a fumigar/fumigada antes y después de la implementación de los servicios.
- Fumigación sin contratiempos de intoxicación.
- Planificación de futuras fumigaciones.
- Servicios personalizados.

4.4 Segmentación demográfica.

De acuerdo al punto de vista demográfico los usuarios del servicio que ofrece Fumiservi Ortega SRL están segmentado en grupos con un rango de edad entre los 25 y 44 años, un 67 % de los usuarios son hombres y 33% son mujeres, El 86.1% de los encuestado son universitario, el 8.3%, tienen un nivel académico de secundaria y 5.6% con un nivel académico más avanzado, la mayoría de estos tienen un nivel socioeconómico de clase media alta. El 55.6 % es soltero, el 33.3 % es casado y el 11.1 % está en unión libre.

4.5 Segmentación geográfica.

Las segmentaciones geográficas de los servicios ofrecidos son a nivel local. Después de hacer un exhaustivo análisis de donde era más factible poner el local. Se terminó la zona y la cantidad de comercio como también la competencia. Aun ofrecemos servicios a más de una provincia la provincia Duarte fue la más idónea por múltiples razones. Procedencia del propietario, provincia con un mayor crecimiento.

Características de los centros comerciales y usuarios del servicio

- Cercanía o proximidad con mercados y plazas
- Mucho tráfico peatonal y vehicular
- Competidores cercanos
- Número de tiendas no acostumbradas a este uso de servicios y que son futuros clientes a conquistar

Zona (región norte-Cibao)

- Provincia Duarte: Con una población de 384,789
- Monseñor Nouel: Con una población de 201,474
- Sánchez Ramírez: Con una población de 157,457

4.6 Segmentación psicográfica.

Con respecto a los puntos de vistas psicográficos, los usuarios de los servicios ofrecidos por Fumiservi Ortega SRL, sienten gran interés y motivación por la crianza de animales, las cosechas de diversos frutos, la mayoría tienen necesidades de seguridad de acuerdo a sus edificaciones, plantaciones y su salud, es por esta razón que utilizan estos servicios.

En cuanto a la actitud, estas personas son laboriosas y astutas, mantienen el control de sus proyectos ya sea dando seguimiento a la solución de sus problemáticas o previniendo problemáticas.

4.7 Segmentación comportamental.

Los aspectos más valorados por los usuarios son:

- Personal profesionalmente capacitado y experimentado en el área de fumigación y pesticidas.
- Avanzada tecnología en equipos en el área de fumigación.
- Empleo de productos aprobados y certificados por la EPA (Environmental Protection Agency).
- Nuestros productos protegen el medio ambiente y la salud.

4.7 Describa cuales estrategias está utilizando la empresa en lo que respecta al uso de redes sociales, páginas web, WhatsApp, correo electrónico u otros sistemas de mensajerías.

Fumiservi Ortega SRL no cuenta con página web, utiliza mensajería Outlook, WhatsApp, Instagram y Facebook para enviar y recibir información.

WhatsApp, Instagram y Facebook

Utilizado para promocionar algunas ofertas, anunciar, compartir contenido (imágenes, texto y video) y mantener la interacción con los usuarios de nuestros servicios y público en general.

Correos Electrónico (Outlook)

Su uso como un medio de comunicación, unos de los más rápido y eficiente, nuestra empresa cuida el medio ambiente evitando al máximo la impresión en papeles informaciones que puede solucionar por correo electrónico, Fumiservi Ortega SRL realiza cotizaciones, envía factura a sus clientes y mantiene comunicación con los empleados utilizando esta vía.

4.8 Identifica cuales tipos de tecnología interna o métodos utiliza la empresa para garantizar una mejor experiencia de servicio al cliente, en lo que respecta al uso de turnos de asistencia, eficientización de procesos, prontitud de respuesta, etc.

Por la heterogeneidad que caracteriza las empresas de servicios, cada encuentro es único y por esta razón es agendado por citas exclusivas, las cuales van a depender del tipo de servicio y la ubicación del área a trabajar. Los casos de emergencias se trabajan con otros procedimientos, los cuales se basan en la intervención inmediata del espacio afectado.

4.9 Indica cuales aspectos le interesaría desarrollar a la empresa para mejorar su experiencia de servicio y atención al cliente, en términos de: oferta de servicios, precios, modalidades de asistencia, tácticas promocionales, publicitaria, ventas, relaciones públicas, marketing digital.)

Entre los aspectos que debemos desarrollar como empresa para mejorar la experiencia de servicio y atención al cliente están: promoción de la comunicación abierta, la empresa debe adaptarse de manera total a la era digital, capacitación constante del equipo de trabajo, mayor conexión con el mercado, priorizar los usuarios y sus necesidades, administración del tiempo y expansión (Considerar el ingreso a otros mercados).

Con respecto a los precios, estos siempre dependerán de la dimensión del espacio a operar, el tipo de servicio, los productos a utilizar y la distancia del lugar afectado. Aunque en alguna ocasión integremos estrategias orientadas al precio como por ejemplo sortear servicios de fumigación, motivar los programas de fidelidad, además de crear ofertas donde la prioridad consista en a mayor espacio, menor el costo.

La modalidad de servicio siempre será presencial desde la cita de la evaluación, hasta la visita post servicios.

En cuanto a las tácticas promocionales, las utilizadas hasta el momento han

arrojado muy buenos resultados, pero estamos considerando crear publicidad digital de forma agresiva, además de insertar nuevas vallas en el territorio donde ofrecemos nuestros servicios, y aumentar la cantidad de publicidad televisiva y radial.

El área de relaciones públicas debe reestructurarse desde cero, colocar un personal exclusiva con un perfecto conocimiento de nuestros servicios, nuestro entorno laboral y nuestros usuarios para conectar y articular con nuestros estos, ese personal debe manejar las relaciones humanas y el servicio al cliente a nivel profesional, además incorporaremos un servicio automatizado a través de las redes sociales más utilizadas de manera que los usuarios obtengan información inmediata relacionada con Fumiservi Ortega SRL y sus necesidades.

Con respecto al marketing digital y Fumiservi Ortega SRL, debemos hacer un mayor y mejor uso de este, de acuerdo a la nueva era del comercio es la estrategia del momento para elevar los resultados de cualquier empresa, esta empresa se ha estancado, es prácticamente análoga debido a que se limita al uso de WhatsApp's, correos, Instagram y Facebook, cuando la era digital ofrece plataformas con mayor efectividad en términos comerciales, como es el caso de páginas web, Hubspot, RD Station, SEMrush, Buzzumo, Hotjar, Feedly, Google Adwords, Google Analytics, Google Search Console, Kommo, Canva, Emarsys, GetResponse entre otras, las cuales debemos adaptar a nuestra empresa.

CONCLUSIÓN

La oferta de servicios que compone a Fumiservi Ortega SRL y su ubicación la han colocado en un amplio mercado de competidores, esto provoca que el área administrativa de la empresa se someta a constantes cambios en la creación de estrategias.

El éxito de estas estrategias va a depender del análisis de los factores mercadológicos, debido a que un amplio conocimiento de cada uno de estos permite desarrollar ofertas y servicios con una mayor orientación a satisfacer las necesidades del mercado.

Definir el análisis de la competencia, análisis de los consumidores, análisis de la oferta de Servicios, la segmentación demográfica, segmentación geográfica, la segmentación psicográfica, la segmentación comportamental, así como identificar las estrategias que utiliza la empresa y los resultados que estas aportan, mantiene a la empresa a la vanguardia, provocando esto un mejor posicionamiento dentro del mercado.

BIBLIOGRAFÍAS

Libro base de la asignatura: Marketing de servicios (personal, tecnología y estrategia. 6ta edición, Christopher Lovelock)

<https://www.bancentral.gov.do/a/d/5148-bcrd-informa-que-la-economia-dominicana-crecio>

<https://retos-directivos.eae.es/empresas-de-servicios-tipos-y-caracteristicas/>

<https://www.webyempresas.com/empresa-de-servicios/>

<https://onzamarketing.com/factores-que-condicionan-el-comportamiento-del-consumidor/>

<https://hospiten.com/grupo-hospiten/historia>

<https://humanoseguros.com/Paginas/Nosotros.aspx>

[https://www.arsreservas.com/Paginas/Nosotros.aspx#:~:text=Historia,\)%2C%20mediante%20la%20Resoluci%C3%B3n%20N%C3%BAm.](https://www.arsreservas.com/Paginas/Nosotros.aspx#:~:text=Historia,)%2C%20mediante%20la%20Resoluci%C3%B3n%20N%C3%BAm.)

Fumiservi Ortega SRL

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100066661844025>

<https://instagram.com/fumiserviortega?igshid=YmMyMTA2M2Y>

<https://workspace.google.com/intl/es>

Google Forms

<http://www.ecofumigadoraega.com/servicios.html>

<http://www.fumicontrol.com.do/#>

<https://obraideal.com/pro/terminix/>

https://www.rentokil.com/do/plp/fumigacion/?gclid=EAlaIQobChMIzbrImvql-wIVVOOGCh3xzwBEEAAYAAEgIMafD_BwE

<https://blog.hubspot.es/marketing/debilidades-de-una-empresa#:~:text=Las%20debilidades%20de%20una%20empresa%20son%20un%20conjunto%20de%20factores,a%20corto%20y%20largo%20plazo.>

Fuente suministrada: Fumiservi Ortega SRL

Resultados de Encuesta

ANEXOS

PERFIL INTEGRANTES GRUPO-4



Luis Cordero Ramos

Lic. en Mercadotecnia

MI PERFIL

Dedicado a la innovación, creatividad y capacidad en el marketing, buscando desafíos que lleven a nuestros clientes al éxito

EDUCACIÓN

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

2014-2022 *Universidad Abierta Para Adultos (UAPA)*

APTITUDES

Master en Marketing y Gestion Comercial



Master en Comunicaciones y ventas



Responsabilidades



CONTACTO

- 829-812-1894
- luis_cr01@hotmail.com
- C/Nelson Duarte #12
Pimentel Prov. Duarte



Natividad Alvarez T.

Lic. En Mercadotecnia

MI PERFIL

Soy mercadóloga, formada en gestión y administración, además de elaboración de nómina y prestaciones laborales.

Soy responsable, organizada, servicial, activa, aplicada y amante de los desafíos.

EDUCACIÓN

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA
2017-2022 *Universidad Abierta Para Adultos (UAPA)*

APTITUDES

Elaboración de nóminas y prestaciones laborales.

Administración

Gestión y dirección

Programas informáticos

Idiomas

Responsabilidad

CONTACTO

☎ 829-860-0639

✉ Alvarez_natty@hotmail.com

📍 Maimón, Monseñor Nouel



Yeyri Mariela Rondón Crousset

Lic. En Mercadotecnia

MI PERFIL

Soy mercadóloga, con capacitación técnica en contabilidad impositiva, de presupuesto y de costo, ventas, liderazgo organizacional y administración pública.

Soy responsable, proactiva y me gusta seguir aprendiendo y tener nuevos desafíos.

EDUCACIÓN

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA
2017-2022 *Universidad Abierta Para
Adultos (UAPA)*

APTITUDES

Ventas internas y externas



Administración



Gestión y dirección



Programas informáticos



Contabilidad



Emprendimiento



CONTACTO

☎ 849-206-3174

✉ Yeyrimarondon@hotmail.com

📍 Autopista San
Francisco-Nagua,
Castillo, Duarte

CUESTIONARIO

Encuesta para Mejorar los Servicios Ofrecido por Fumiservi Ortega SRL

La presente encuesta tiene como objetivo conocer sus opiniones acerca de los servicios ofrecidos por nuestra institución. FUMISERVI ORTEGA SRL, es una institución de servicio de fumigación en general, control y eliminación de plagas y servicios foréstaes.

Esta encuesta consta de 20 preguntas, lea atentamente cada una de ellas y elija su respuesta según la identifique.

Preguntas Demográficas:

Género:

_____ Masculino _____ Femenino

Nivel Educativo:

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Universitaria
- d) Otros

Edad:

- a) De 18 a 24 años
- b) De 25 a 34 años
- c) De 35 a 44 años
- d) De 45 a 54 años
- e) Más de 55

Estatus Laboral:

- a) Empleado público
- b) Empleado Privado

- c) Empresario
- d) Desempleado

Estado Civil:

- a) Soltero
- b) Casado (A)
- c) Divorciado (A)
- d) Viudo (A)
- e) Unión libre

Preguntas de Contenido:

¿Es usted usuario de servicio de Fumiservi Ortega?

___ Si ___ No

¿Qué tiempo lleva utilizando los servicios de Fumiservi Ortega?

- a) Menos de 1 año
- b) De 1 a 2 AÑOS
- c) De 2 a 3 años
- d) Más de 3 años
- e) No lo he utilizado

¿Dónde conoció nuestro servicio?

- a) Tienda
- b) Supermercado
- c) A través de un distribuidor
- d) A través de agente de venta
- e) Online
- f) Otros

¿Cada qué tiempo solicita los servicios de Fumiservi Ortega?

- a) Varias veces al mes
- b) Mensual
- c) Bimestral

- d) Trimestral
- e) Semestral
- f) Anual

¿Cuáles son los elementos que te hacen escoger este servicio?

- a) Protección
- b) Apoyo al medio ambiente
- c) Promoción
- d) Control de riesgos
- e) Eliminación de plagas

¿De los servicios ofrecidos por Fumiservi Ortega que es lo que más le gusta?

- a) Eficiencia
- b) Responsabilidad
- c) Profesionalismo
- d) Agilidad
- e) Precios

¿Qué tipo de servicio satisface más tus necesidades?

- a) Fumigación líquida
- b) Fumigación sólida
- c) Fumigación Manual
- d) Fumigación estructural
- e) Fumigación de vagones y camiones

¿Posibles debilidades en el servicio de Fumiservi Ortega?

- a) Alto precios en el servicio
- b) Deficiencia en atención al cliente
- c) Falta de capacitación
- d) Falta de coordinación

¿Indique cuáles dificultades percibes en el servicio de Fumiservi Ortega?

- a) Mala calidad del producto

- b) Manejo de los químicos
- c) Personal no calificado
- d) Mala atención al cliente
- e) Impuntualidad
- f) Otros

¿Qué ventajas consideraste antes de solicitar nuestros servicios?

- a) Eficiencia en el servicio
- b) Calidad por su servicio
- c) Precio asequible
- d) Facilidad de pago
- e) Otros

¿Cuáles son los tipos de plagas o insectos más frecuentes en tu entorno?

___ Cucarachas ___ Mosquitos ___ Comején

___ Ratones ___ Termitas

¿Cómo calificaría la relación calidad- precio del servicio?

- a) Excelente
- b) Buena
- c) Regular
- d) Promedio
- e) Mala

¿Qué tan satisfecho estás hoy con tu experiencia cuando usas los servicios de Fumiservi Ortega?

- a) Muy satisfecho
- b) Satisfecho
- c) Poco satisfecho
- d) Insatisfecho

¿Cómo describirías el manejo de nuestros colaboradores técnicos?

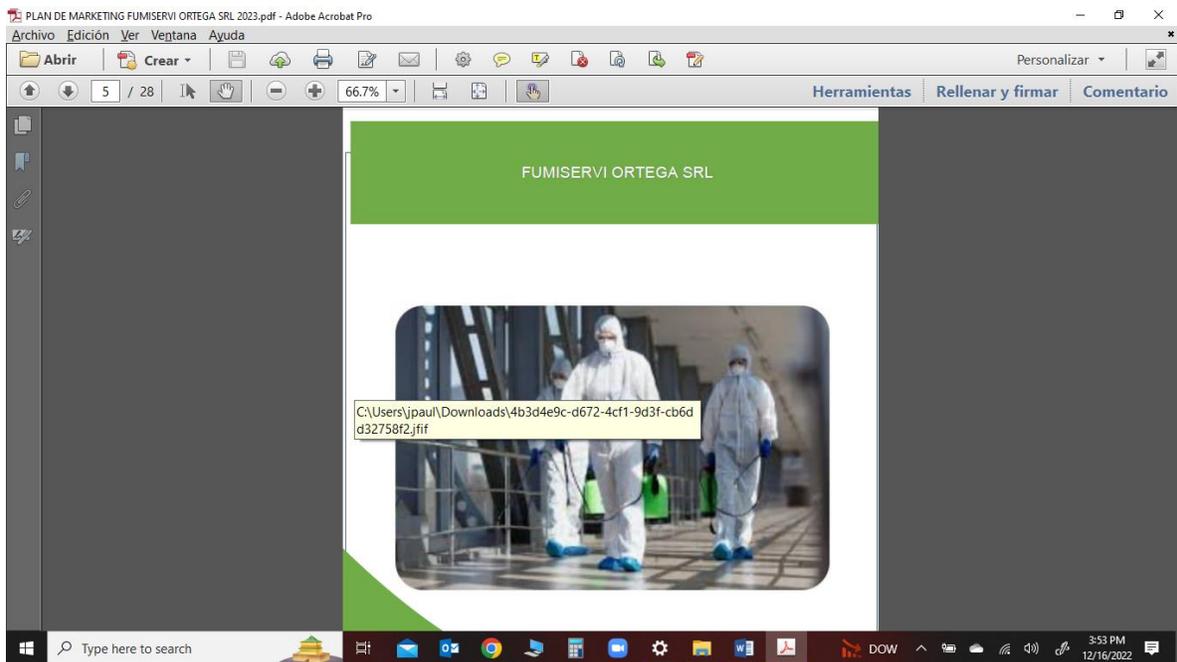
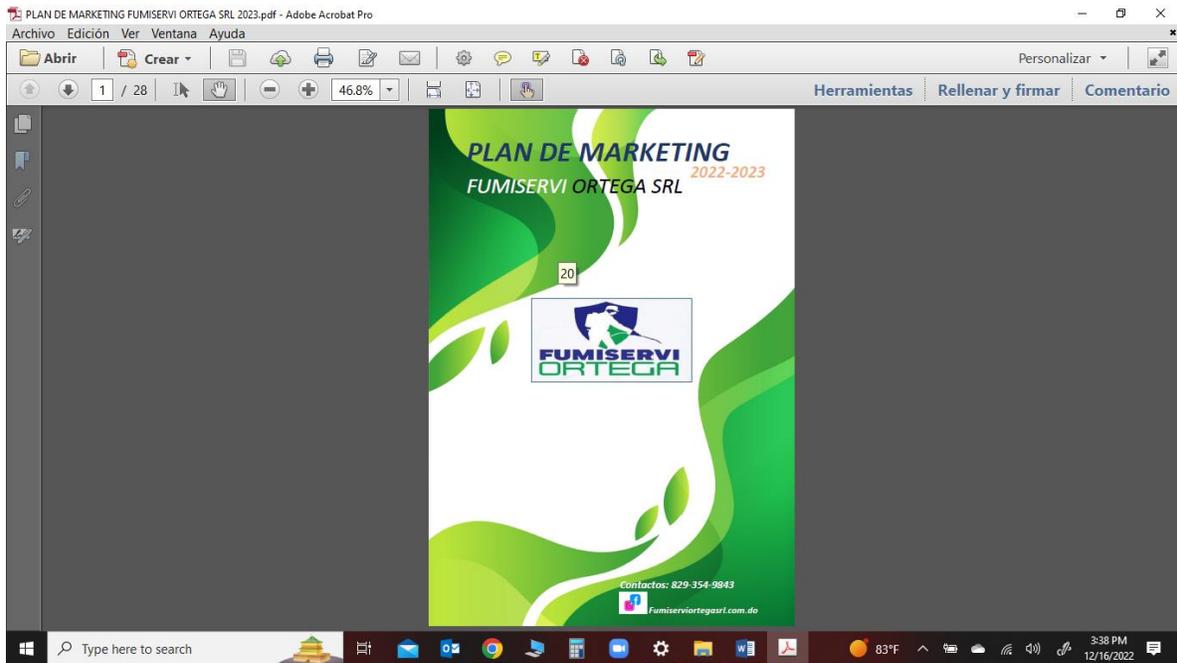
- a) Excelente

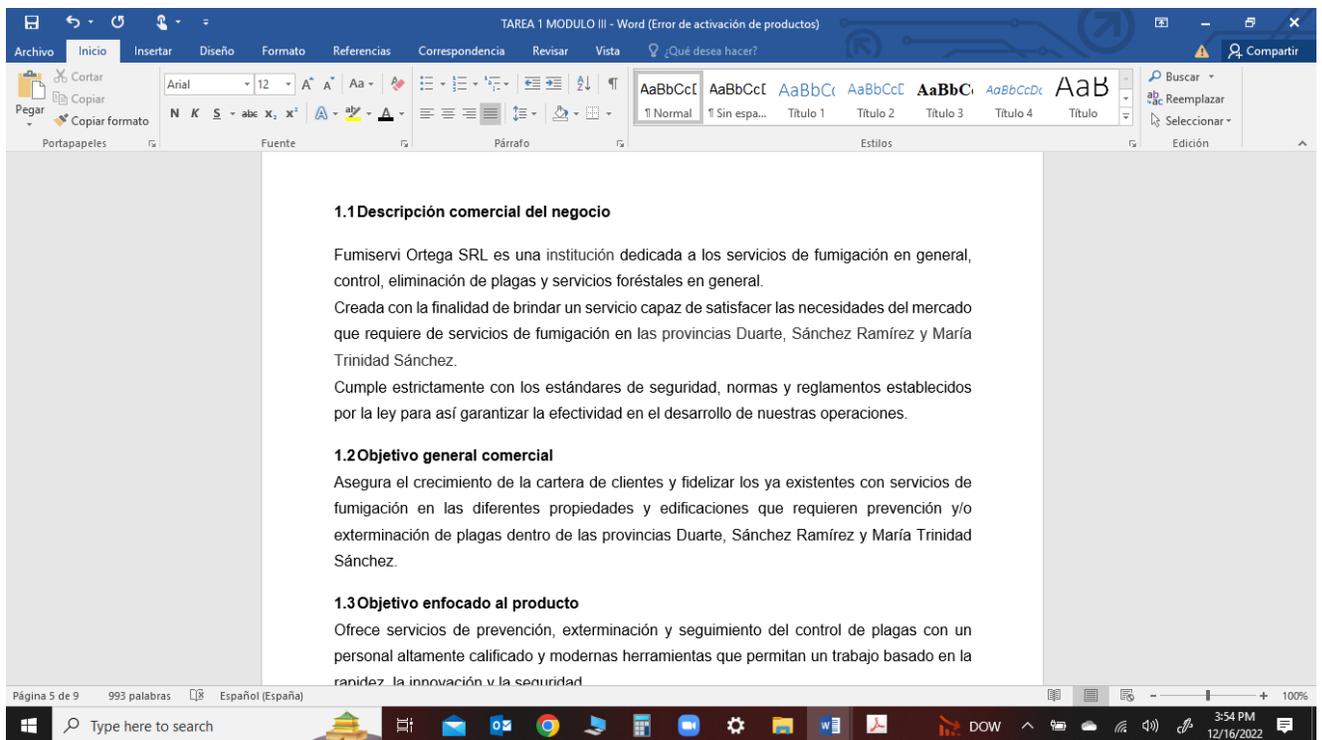
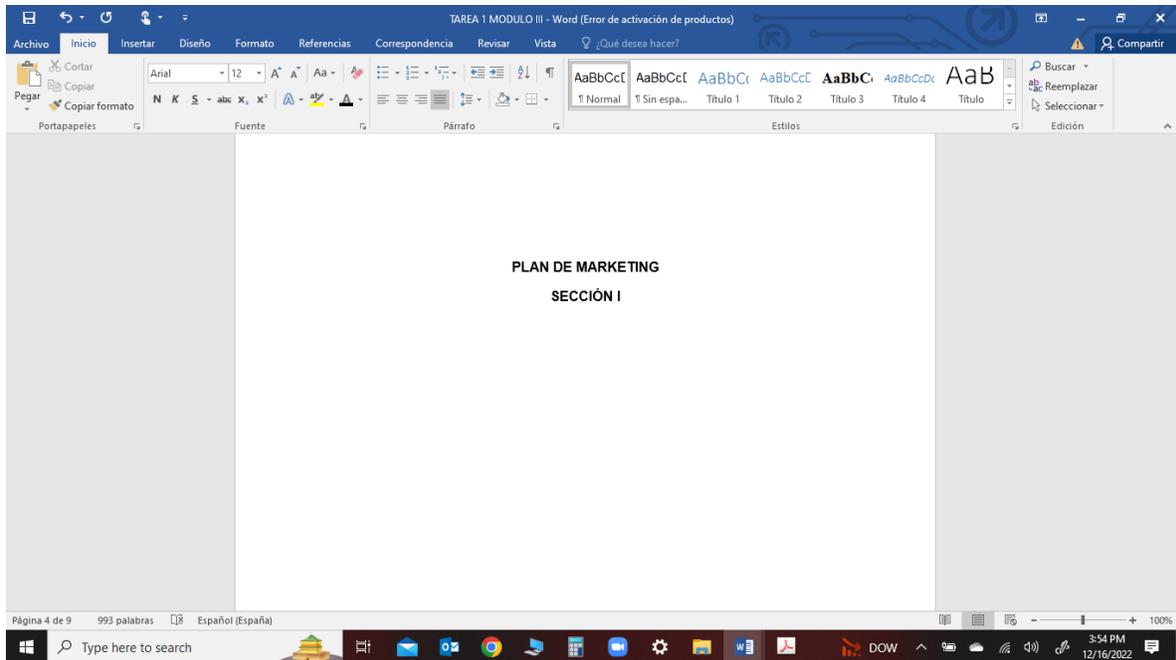
- b) Buena
- c) Regular
- d) Mala
- e) Muy mala

¿Cuál es tu mayor temor o preocupación sobre nuestros servicios o productos?

- a) Problemas no resueltos
- b) Intoxicación o problema de salud
- c) Perdida de la inversión
- d) Contaminación ambiental
- e) Otros

CAPTURAS DEL PLAN DE MARKETING.





TAREA 1 MODULO III - Word (Error de activación de productos)

Inicio Insertar Diseño Formato Referencias Correspondencia Revisar Vista ¿Qué desea hacer?

Portapapeles Cortar Copiar Copiar formato Fuente Párrafo Estilos Edición

1.4 Objetivo enfocado en el precio

Nuestros precios siempre van a depender del servicio, los productos, el espacio y el tipo de fumigación.

El tipo de servicios que ofrecemos no permite que haya un tipo de precio específico.

En la fumigación del sector agrícola ofrecemos servicios a crédito con la garantía de la propiedad por el periodo de tiempo que perdure la cosecha.

1.5 Objetivo enfocado en la distribución

Crear rutas hechas por agrónomos para identificar las plagas y orientar acerca de nuestros servicios en coordinación con la publicidad destinada a través de plataformas digitales.

Página 5 de 9 993 palabras Español (España) 82°F 3:55 PM 12/16/2022

TAREA 1 MODULO III - Word (Error de activación de productos)

Inicio Insertar Diseño Formato Referencias Correspondencia Revisar Vista ¿Qué desea hacer?

Portapapeles Cortar Copiar Copiar formato Fuente Párrafo Estilos Edición

1.6 Objetivo enfocado a la promoción y publicidad

Elaborar una campaña con la coordinación de las principales plataformas digitales, además de vallas, flyers, radio, televisión, periódicos, guaguitas anunciadoras promocionando nuestro servicios y ofertas, con el objetivo de posicionar la imagen de nuestra empresa en todo nuestro mercado.

1.7 Análisis de los Competidores

Fumiservi Ortega SRL por el momento como competidores con más tiempo en el mercado tiene:

- ✦ **JCM Agrícola (Las Guaranas)**

Empresa fundada en el 2003, por un grupo de profesionales, quienes preocupados por las comunidades donde viven y trabajan, vieron en el proyecto la oportunidad para contribuir a mejorar la calidad y abastecimiento de alimentos a la población; y en consecuencia ayudar a elevar la calidad de vida de la población dominicana.

Full Service

Empresa dedicada al servicio de control de plagas con más de 10 años de experiencia. Contamos con todas las certificaciones, como: la de salud pública, Agricultura y Medio

Página 6 de 9 993 palabras Español (España) 82°F 3:55 PM 12/16/2022

TAREA 1 MODULO III - Word (Error de activación de productos)

Inicio Insertar Diseño Formato Referencias Correspondencia Revisar Vista ¿Qué desea hacer?

Portapapeles Fuente Párrafo Estilos Edición

1.8 Descripción del Mercado Meta

Fumiservi Ortega SRL por el momento cuenta con una cartera de clientes reducida, más sin embargo en su mayoría son profesionales, de acuerdo al punto de vista demográfico los usuarios del servicio que ofrecemos están segmentado en grupos con un rango de edad entre los 25 y 44 años, con un 67 % hombres, soltero, la mayoría de estos tienen un nivel socioeconómico de clase media alta. Desde el punto de vistas geográficos los servicios más ofrecidos son a nivel local, residente en la zona región norte de la provincia Sánchez Ramírez. Se terminó la zona y la cantidad de comercio como también la competencia. Aun ofrecemos servicios a más de una provincia la provincia Duarte fue la más idónea por múltiples razones. Procedencia del propietario, provincia con un mayor crecimiento. En los aspectos **psicográficos**, los usuarios de los servicios ofrecidos sienten gran interés y motivación por la crianza de animales, las cosechas de diversos frutos, la mayoría tienen necesidades de seguridad de acuerdo a sus edificaciones, plantaciones y su salud.

Página 7 de 9 993 palabras Español (España) 82°F 3:56 PM 12/16/2022

PLAN DE MARKETING FUMISERVI ORTEGA SRL 2023.pdf - Adobe Acrobat Pro

Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

Abrir Crear Herramientas Rellenar y firmar Comentario

11 / 28 66.7%



SECCIÓN II
PLAN DE MARKETING: ENFOQUE MERCADOLÓGICO

S&P... 3:57 PM 12/16/2022

PLAN DE MARKETING FUMISERVI ORTEGA SRL 2023.pdf - Adobe Acrobat Pro
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

Abrir Crear Personalizar

12 / 28 66.7% Herramientas Rellenar y firmar Comentario

LICENCIATURA EN MERCADEO

2.1 Estrategias o decisiones sobre el producto.

Desinfección y prevención (Construcción).
La empresa en este servicio ofrece la mejor forma de desinfectar el área de construcción, eliminación de termitas, comején etc., dentro de las edificaciones donde se fumiga las áreas de zapata, columnas y muros, estas tienden a salir en busca de comida y crear nuevos nidos.

Oficinas y plaza comerciales.
En este servicio la empresa fumiservi Ortega les ofrece a los clientes métodos de control de plagas, por lo que hoy en días son abundante tanto en lugares público y privado, como empresa una de nuestra ventaja es dar a conocer al cliente los paquetes que tiene para estas áreas.



Control de plagas virus y bacterias.
Aquí la empresa ofrece usar los mejores productos para la culminación de plagas y a la vez garantiza la tranquilidad a los usuarios. Con una desinfección de las áreas afectadas 100% garantizada.

Fumigación de cultivos.
Es el punto fuerte de Fumiservi Ortega SRL, en este servicio se aplica pesticidas, agroquímicos y otros productos fitosanitarios para lograr la desinfección, controlar, prevenir

Type here to search S&P... 3:59 PM 12/16/2022

PLAN DE MARKETING FUMISERVI ORTEGA SRL 2023.pdf - Adobe Acrobat Pro
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

Abrir Crear Personalizar

13 / 28 66.7% Herramientas Rellenar y firmar Comentario

Fumigación de Jardines.
Fumiservi Ortega SRL utiliza pesticidas orgánicos, natural o sintéticos para controlar, prevenir, eliminar, contener o repeler plagas, sin ocasionar daños a las plantas o al proceso de floración.

LICENCIATURA EN MERCADEO

2 acciones que generen valor agregado en los productos o servicios.

- Las llamadas del antes y el después, la primera para que nuestros usuarios recuerden nuestra visita y la segunda para conocer la experiencia del cliente durante el proceso.
- Consultoría y evaluación libre de costos y sin compromiso de compra.
- Personalizar agendas para los diferentes cultivos y las fumigaciones correspondientes.

5 acciones o actividades sugeridas para la introducción a nuevos mercados o territorios.

- Ofrecer los paquetes de servicio de fumigación que la empresa tiene en el momento.
- Conocer los clientes, desarrollar y ofrecerle nuevos servicios.
- Otorgamos de un 5% a 10% según servicio seleccionados.
- Ofrecer los paquetes de servicio de fumigación que la empresa tiene en el momento.



Type here to search S&P... 4:00 PM 12/16/2022

PLAN DE MARKETING FUMISERVI ORTEGA SRL 2023.pdf - Adobe Acrobat Pro
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

Abrir Crear Herramientas Rellenar y firmar Comentario

13 / 28 66.7%

5 acciones o actividades sugeridas para fidelizar a los clientes actuales.

- Ofrecer un excelente servicio para mantener el más alto nivel de excelencia. La satisfacción de los clientes es nuestra satisfacción.
- Programa de recompensa, por cada 10 servicios de fumigación obtiene uno gratis.
- Destinar un fondo por cada servicio para regalar juguetes a los niños en el día de reyes (Responsabilidad social).
- Crear un vínculo afectivo entre la empresa y el usuario.
- Capacitar a los del sector agropecuario con relación a nuestros insecticidas y productos.
- Los precios varían según el tamaño del espacio a fumigar, el tipo de plagas, los productos a utilizar y la distancia del lugar afectado.
- En casas o apartamentos el costo va desde 1,500.00 dependiendo la dimensión del lugar, tipo de plaga, requerimiento.
- En jardines dependiendo el tipo de pesticida o insecticida el costo será desde 15.00 pesos el metro.

LICENCIATURA EN, MERCADEO

Indicar 5 acciones o actividades sugeridas para mejorar la modalidad de pagos, precios, ofertas que se puedan implementar.

- Pagos directo en el local.
- Pago en cosecha (consiste en ofrecer los servicios a cultivos de corta duración y el usuario paga en el tiempo que marca la cosecha del fruto).

Pago vía Tarjeta de Crédito Pago vía Móvil (Mobipay)

Type here to search 4:00 PM 12/16/2022

PLAN DE MARKETING FUMISERVI ORTEGA SRL 2023.pdf - Adobe Acrobat Pro
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

Abrir Crear Herramientas Rellenar y firmar Comentario

15 / 28 100%

LICENCIATURA EN, MERCADEO

SECCIÓN III
ESTRATEGIAS O DECISIONES DEL MIX DE MARKETING



215.9 x 279.4 mm

Type here to search 4:00 PM 12/16/2022

PLAN DE MARKETING FUMISERVI ORTEGA SRL 2023.pdf - Adobe Acrobat Pro
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

Abrir Crear Herramientas Rellenar y firmar Comentario

16 / 28 75%

Modalidad presencial

FUMISERVI ORTEGA SRL, actualmente cuenta con un local físico ubicado en la C/ San Francisco #106, módulo # 02 San Francisco de Macorís, Provincia Duarte, por el momento trabaja en modalidad presencial, su página en Instagram, con poco uso para la asistencia de los clientes por esta vía.



Type here to search 4:01 PM 12/16/2022

PLAN DE MARKETING FUMISERVI ORTEGA SRL 2023.pdf - Adobe Acrobat Pro
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

Abrir Crear Herramientas Rellenar y firmar Comentario

17 / 28 75%

LICENCIATURA EN MERCADEO

Modalidad telefónica

La empresa cuenta actualmente con su servicio telefónico en un horario de lunes a viernes de 8:00 am. a 6:00 pm. Sábado y domingo de 9:00 am a 12:00 pm.

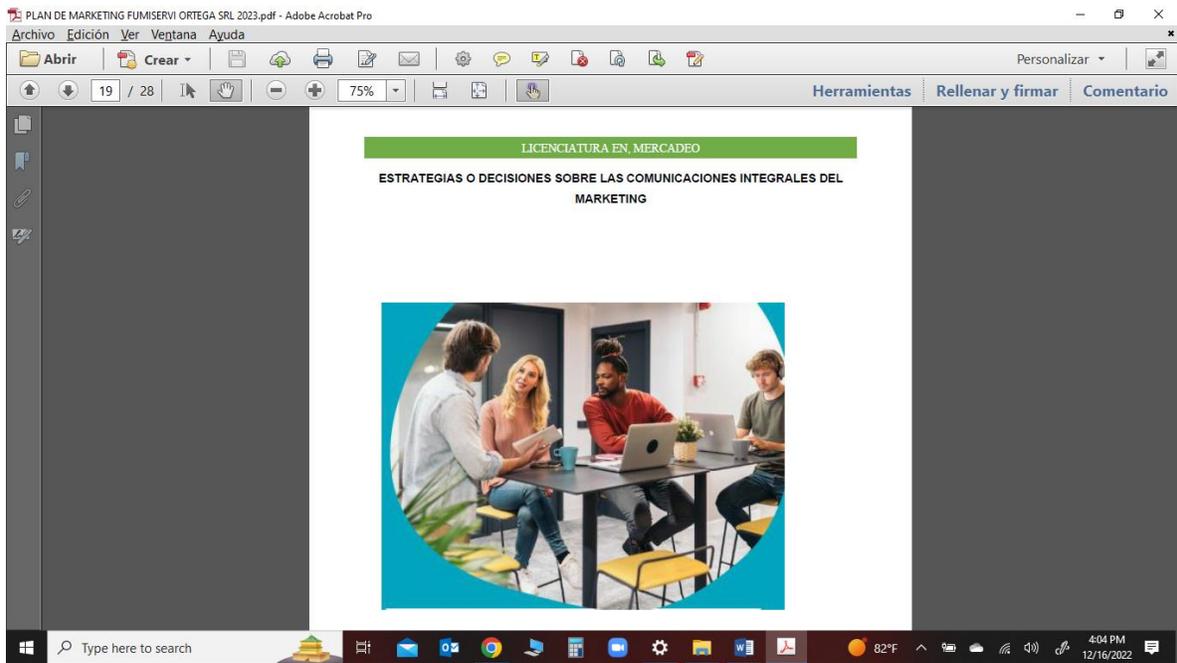
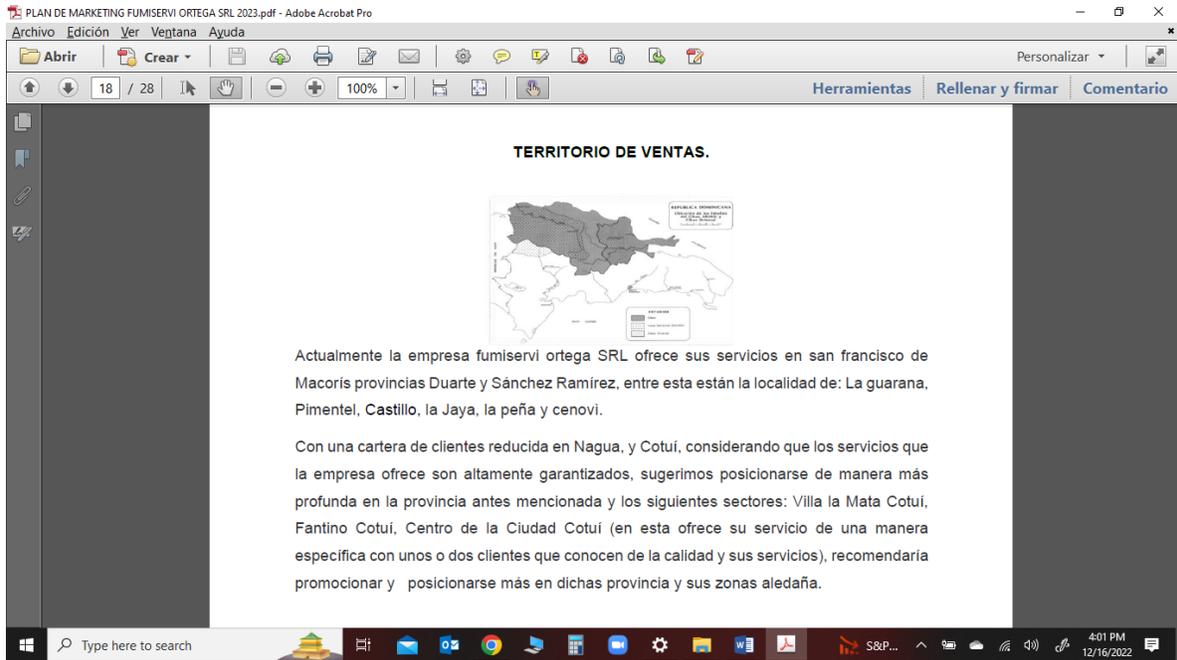
- **Modalidad Virtual**

La empresa cuenta con su página de Instagram <https://instagram.com/fumiserviortega>, por el momento su uso es como una plataforma de información, Instagram inicio como una aplicación para compartir fotos y mensajes, pero esta se ha convertido en una plataforma empresarial más utilizada en la actualidad en la misma podemos proyectar los servicios que ofrece la empresa, campaña y promociones.

Sugiero utilizar esta plataforma y sacarle el mayor provecho, por lo que los contenidos se difunden, por multiplicar por parámetro esto hace que tu contenido tenga más alcance. E una de las redes sociales que está más en la actualidad por el momento, su uso constante permitirá: vender, promocionar, garantizar nuestros servicios y atraer más clientes.

Cuenta con su página Facebook, <https://www.facebook.com/profile.php?id=100066661844025> aun siendo Facebook una red social que en su momento fue el número uno aún los usuarios mantienen su uso, sugiero actualizar esta plataforma y continuar la promoción de los servicios.

Type here to search 4:01 PM 12/16/2022



PLAN DE MARKETING FUMISERVI ORTEGA SRL 2023.pdf - Adobe Acrobat Pro
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

Abrir Crear Herramientas Rellenar y firmar Comentario

20 / 28 75%

LICENCIATURA EN, MERCADEO

3.2 Estrategias o decisiones sobre las comunicaciones del Marketing

Promoción de ventas.

Algunas estrategias promocionales para fumiservi Ortega SRL serían:

- Otorgamos de un 10% a 15% de descuento según servicio seleccionados.
- Los cupones esta técnica tanto de promociones como descuentos, tomando en cuenta que tienen fecha de vencimientos.
- Incentivos de promoción de 2x1
- Descuentos por temporadas, planear u organizar cada año oferta y promociones que atraiga y fidelice sus clientes, se podría seleccionar por semestre un ganador de manera aleatoria sin importar el tiempo con la empresa, la cual podrá ganar un servicio de fumigación el mismo se otorgara según la magnitud del servicio desde 50% de descuento o totalmente gratuitos.

Publicidad.

- Ubicar publicidad a través de flyer, Facebook, Instagram, anuncio por radio y programas de televisión, Spot en guaguas anunciadoras, equipos de transportes personalizados y personalización de local.
- Publicidad boca a boca, con esta técnica fumiservi Ortega SRL ha logrado llegar a otro público y atraer clientes, una atención eficaz a todos los usuarios es una de la promoción más efectiva en el momento de promocionar los servicios.
- Que permita que su correo electrónico filtre y en rute los mensajes entrantes

Type here to search 82°F 4:05 PM 12/16/2022

PLAN DE MARKETING FUMISERVI ORTEGA SRL 2023.pdf - Adobe Acrobat Pro
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

Abrir Crear Herramientas Rellenar y firmar Comentario

21 / 28 75%

para concentrarse en lo realmente importante, los clientes.

Relaciones Públicas.

- Patrocinio a clubes deportivos.
- Campaña de fumigación en conjunto de la alcaldía municipal.
- Donaciones de kit para repeler los mosquitos he insecto.
- Campaña en contra del dengue.

Página 19 | 27

LICENCIATURA EN, MERCADEO

VENTAS

Realizar revista cada seis meses exponiendo los servicios realizados y testimonio de clientes, en la misma dando a conocer los productos y servicios ofrecidos por la empresa.

- La implementación de descuentos en temporadas de muchas aguas en este caso temporadas ciclónicas donde las plagas de insectos son más frecuentes.
- Portafolio amplio en servicios aplicados

Type here to search 82°F 4:06 PM 12/16/2022

PLAN DE MARKETING FUMISERVI ORTEGA SRL 2023.pdf - Adobe Acrobat Pro

Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

Abrir Crear Herramientas Rellenar y firmar Comentario

22 / 28 75%

LICENCIATURA EN MERCADEO

SECCIÓN 4

PLAN DE MARKETING: PLAN PUBLICITARIOS Y PROMOCIONAL

1 Promoción Mensaje

2 Estrategia de Promoción Plan

3 Público objetivo Público objetivo

Términos importantes

Mezcla de promoción

Type here to search 82°F 4:06 PM 12/16/2022

PLAN DE MARKETING FUMISERVI ORTEGA SRL 2023.pdf - Adobe Acrobat Pro

Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

Abrir Crear Herramientas Rellenar y firmar Comentario

23 / 28 75%

LICENCIATURA EN MERCADEO

PLAN PUBLICITARIO 2023

Fumiservi Ortega SRL

| Actividad | Costo RD\$ | Observación |
|--|--|---|
| Mención radial en las siguientes estaciones de radio: Minera 90.7 FM | RD\$1,000.00 | 5 menciones semanal. |
| Mención televisiva en los siguientes programas: Sin Limites canal 10 Telenord. | RD\$2,000.00 | Menciones de lunes a viernes. |
| Anuncio o comercial radial en las siguientes emisoras: | RD\$00,000.00 | |
| Anuncio o comercial televisivo en los canales: Telenord canales 8,10,12, 14 | RD\$12,000.00 | Pago mensual, anuncios 2 veces por día. |
| Anuncio en periódico: Periódico digital. 15 días Francomatorisano.cm eljayya.com El diario nagua La expresión de Cotui | RD\$2,100.00 | Costos por día de 140 pesos. |
| Anuncio en YouTube US\$ 100 | RD\$5,000.00 | Costos según categoría y tiempo. |
| Anuncio en Instagram US\$100 | RD\$5,000.00 | Segun publicidad |
| Anuncio en Facebook. 4 y 34 | RD\$1,800.00 | |
| Vallas 20x10 Vallas fijas 50x20 Back Light | RD\$11,000.00 RD\$40,000.00 RD\$2,500.00 | Pago mensual. |

Type here to search 82°F 4:07 PM 12/16/2022

PLAN DE MARKETING FUMISERVI ORTEGA SRL 2023.pdf - Adobe Acrobat Pro

Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

Abrir Crear Herramientas Rellenar y firmar Comentario

| | | |
|--|--------------------------------|--|
| Pantalla digital Publicidad pantalla Led | RD\$ 3,000.00 RD\$10,000.00 | Pago mensual, precio podría variar según localidad, Palmares Mall. |
| Brochure material satinado o mate. Rotulación de vehiculo | RD\$ 35.00 RD\$20,000.00 | Precio por unidad, varia según cantidad. |

Página 22 | 27

LICENCIATURA EN, MERCADEO

Type here to search 82°F 4:08 PM 12/16/2022

PLAN DE MARKETING FUMISERVI ORTEGA SRL 2023.pdf - Adobe Acrobat Pro

Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

Abrir Crear Herramientas Rellenar y firmar Comentario

24 / 28 66.7%

PLAN PROMOCIONAL 2023

| Actividad | Costo RD\$ | Observación |
|--|----------------|--|
| Gorras 50 Uds. 150 c/u | RD\$7,500.00 | |
| Camisetas 50 Uds. 200 c/u | RD\$10,000.00 | |
| Termos de agua | RD\$ 250.00 | Precio por unidad |
| Termos de café 16 oz. 50 Uds. 150 c/u | RD\$ 7,500.00 | |
| Lapiceros 20 Uds. 150 c/u | RD\$3,000.00 | Precio puede variar según cantidad. |
| Agendas 2023, 30 Uds. 350 pesos c/u | RD\$10,500.00 | |
| Calendarios 2023, 50 Uds. 60 pesos c/u | RD\$3,000.00 | |
| Pases para el Cine | RD\$000,00.00 | |
| 3 vales o cupones de descuentos valorado en 1,000 pesos. | RD\$3,000.00 | Estos cupones tendrían fecha de caducidad. |
| 6 vales o cupones de descuentos valorado en 500 pesos. | RD\$3,000.00 | |
| 10 vales o cupones de descuentos valorado en 200 pesos. | RD\$2,000.00 | |
| Sorteos fin de año electrodomésticos. | | |
| Olla airfryer | RD\$3,600.00 | Precios varia según artículo. |
| Tostadoras | RD\$3,000.00 | |
| Abanicos | RD\$2,500.00 | |
| Bocina mini Bluetooth costo por unidad. | RD\$600.00 | |
| Sorteo navideño una TV plasma TCL55" Smart", full HD 4K. LED | RD\$33,500.00 | Precio puede varia. |
| Otros | RD\$000,000.00 | |

Type here to search 82°F 4:08 PM 12/16/2022