



# **“Plan de Marketing SRT Refrigeración Industrial Sección II”**

**PLAN DE MARKETING PARA OPTAR AL GRADO DE  
MAGÍSTER EN MARKETING**

**Alumno: José Luis Soto Vargas**

**Profesor Guía: [Cristóbal Barra Villalón](#)**

**Santiago, mayo de 2024**



## 1. Resumen ejecutivo

SRT Refrigeración Industrial, establecida en Chile en 2022, emerge en el escenario de la refrigeración industrial con la motivación de participar permanentemente en el sector, especialmente en la industria alimentaria, ofreciendo soluciones innovadoras y sostenibles. Nuestra meta es posicionarnos como una empresa reconocida en el mercado, destacando por nuestro enfoque en tecnologías avanzadas y prácticas ambientalmente responsables.

En un mundo donde la sostenibilidad se ha vuelto un imperativo, SRT Refrigeración Industrial se alinea con las tendencias globales de minimizar el impacto ambiental y promover la eficiencia energética. Nuestro compromiso es entregar servicios de refrigeración que no solo cumplan con las necesidades operativas de nuestros clientes, sino que también contribuyan a un futuro más sostenible.

Este plan de marketing se centra en fortalecer el Awareness y el posicionamiento de SRT Refrigeración Industrial en el mercado. Con estrategias como el marketing digital, la creación de contenido de marca y la educación del cliente, buscamos establecer nuestra reputación como sinónimo de calidad, innovación y responsabilidad ecológica.

Nuestro objetivo es claro: consolidarnos como la alternativa preferente en refrigeración industrial, diferenciándonos por nuestra capacidad para ofrecer soluciones personalizadas y de bajo impacto ambiental. Nos esforzamos por ser pioneros en el desarrollo e implementación de tecnologías de refrigeración que marquen la diferencia, tanto en términos de rendimiento como de sostenibilidad.

A través de la colaboración con actores clave en la industria y el enfoque en la utilización de técnicas novedosas, SRT Refrigeración Industrial se propone recorrer el camino hacia la innovación en refrigeración, apoyando a nuestros clientes en la industria alimentaria y más allá para alcanzar sus objetivos de sostenibilidad y eficiencia operativa.

Este resumen ejecutivo presenta nuestra hoja de ruta para alcanzar estos objetivos, subrayando nuestro compromiso con la excelencia y el liderazgo en el mercado de refrigeración industrial. Con SRT Refrigeración Industrial, el futuro de la refrigeración eficiente y sostenible está al alcance.

## 1. Plan

### 1.1 Objetivos

#### 1.1.1 Objetivo General

Aumentar la presencia de mercado de SRT Refrigeración Industrial y consolidar la reputación de la empresa como un actor con potencial en soluciones de refrigeración innovadoras y personalizadas para el sector industrial en Chile.

#### 1.1.2 Objetivos Específicos

- **Incremento de Reconocimiento de Marca.** Aumentar el conocimiento de marca en un 15% entre las empresas de servicio de refrigeración industrial en Chile para el final del Q4 2024, medido a través de entrevistas y análisis de tráfico web (esto se puede medir con google ADS).
- **Generación de Leads.** Generar un promedio de 30 leads cualificados por mes para el final del Q2 2024 a través de la landing page (se puede medir con google ADS) y campañas en LinkedIn (LinkedIn ADS).
- **Conversión de Leads a Clientes.** Mejorar la tasa de conversión de leads a clientes en un 10% para el final del Q3 2024, implementando estrategias de seguimiento y nutrición personalizadas.
- **Engagement del público objetivo.** Aumentar la interacción del público en la página web en un 20% , medido por el tiempo de permanencia en la página web y la tasa de clics (CTR) en las comunicaciones de correo electrónico, para el final de 2024.

- **Satisfacción del Cliente.** Alcanzar un puntaje de satisfacción del cliente (CSAT) de 90% y mantener un Net Promoter Score (NPS) de al menos 50 para el final de 2024, mediante entrevistas regulares post-servicio.
- **Expansión de Servicios.** Lanzar al menos dos nuevas soluciones o servicios innovadores de refrigeración para el final del Q1 2025, basándonos en el feedback del cliente y tendencias del mercado.
- **Educación del Cliente.** Desarrollar y promocionar una serie de presentaciones presenciales; materiales educativos que resulten en un aumento del 20% en la participación de los clientes actuales y prospectos en actividades de formación para el final de Q2 2024.

## 1.2 Segmentación

Damos un paso fundamental para enfocar con precisión las estrategias de marketing y ventas de SRT Refrigeración Industrial. Nuestro enfoque en la segmentación se basa en criterios específicos que aseguran la alineación con nuestros objetivos de negocio y responden a las particularidades del mercado de refrigeración industrial.

### 1.2.1 Criterios de Segmentación

- **Sector Industrial (alimenticio)**

Identificamos subsectores dentro de la industria que requieren soluciones de refrigeración, enfocado totalmente en el sector alimenticio. Esta segmentación nos permite personalizar nuestras soluciones para cada subsector, maximizando la relevancia y eficiencia del servicio.

### - **Tamaño de Empresa**

Distinguimos entre pequeñas empresas, medianas y grandes empresas (plantas de proceso). Con este criterio, ajustamos nuestra oferta de servicios para adaptarnos a las diferentes escalas de necesidades y presupuestos, garantizando un enfoque adecuado para cada cliente.

### - **Geografía**

Segmentamos el mercado por regiones, lo que nos ayuda a entender las necesidades específicas relacionadas con el clima y la logística de cada zona. Esto es crucial en Chile, donde la diversidad geográfica impacta directamente en los requerimientos de refrigeración.

### - **Comportamiento de Compra**

Analizamos patrones de compra, como la frecuencia de actualización de equipos y la sensibilidad al precio, para ofrecer planes de servicio adaptados y opciones de financiamiento flexibles. También investigamos a empresas que tienen arraigado el concepto de mantenimiento (Preventivo, Predictivo, Mantenimiento productivo total) con el fin de poder identificar aquellas que destinan recursos a diversas actividades de mantenimiento.

## - **Relevancia para los Objetivos**

La segmentación detallada permite a SRT Refrigeración Industrial dirigir con precisión los esfuerzos de marketing y ventas para aumentar la generación de leads y mejorar la tasa de conversión. Por ejemplo, al enfocarnos en empresas que valoran la innovación (y que incluyan prácticas de mantenimiento), podemos destacar nuestras soluciones más avanzadas, alineándose con nuestro objetivo de ser un participante permanente en soluciones de servicios de refrigeración. Del mismo modo, la segmentación geográfica y por tamaño de empresa facilita la personalización de nuestras estrategias promocionales, mejorando el engagement y la satisfacción del cliente.

### **1.3 Mercado Objetivo**

Para SRT Refrigeración Industrial, el mercado objetivo primario dentro de los segmentos identificados es la industria alimenticia, específicamente las subsecciones de procesamiento de pollo, carne y productos agro (frutas y verduras). Este mercado es estratégicamente seleccionado por varias razones clave que lo hacen atractivo en función de nuestros objetivos de negocio.

#### **1.3.1 Necesidad Crítica de Refrigeración**

Las empresas dentro de la industria alimenticia, especialmente en el procesamiento de pollo y carne, requieren sistemas de refrigeración robustos y confiables para mantener la calidad y seguridad de sus productos. Esta necesidad esencial asegura una demanda constante y la búsqueda de soluciones precisas y eficientes, alineándose con nuestro enfoque de servicios de refrigeración industrial.

### **1.3.2 Cumplimiento Regulatorio**

Este sector está altamente regulado con estrictas normativas sobre la cadena de frío. Nuestra capacidad para ofrecer servicios que cumplen al pie de la letra estos estándares nos posiciona como un socio estratégico para las empresas que buscan mantener o mejorar su cumplimiento normativo.

### **1.3.3 Volumen y Escalabilidad**

La industria alimenticia ofrece un gran volumen de negocios y la posibilidad de escalabilidad. La relación entre el volumen de producción y la necesidad de refrigeración es directa; a medida que estas empresas crecen, sus necesidades de servicios de refrigeración también aumentan, lo que ofrece oportunidades continuas para la venta de sistemas adicionales y servicios de mantenimiento y actualización.

### **1.3.4 Potencial de Innovación**

Las operaciones de procesamiento de pollo, carne y productos agrícolas están constantemente en busca de mejorar su eficiencia y reducir costos operativos. Nuestra capacidad para proporcionar soluciones que optimizan el consumo energético y aumentan la eficiencia operativa nos convierte en una alternativa estratégica para estas empresas.

### **1.3.5 Estabilidad del Mercado**

A pesar de las fluctuaciones económicas, el consumo de productos alimenticios permanece relativamente estable, lo que ofrece un mercado objetivo resistente y confiable para nuestros servicios.



### **1.3.6 Responsabilidad Ambiental**

La tendencia hacia prácticas sostenibles en la industria alimenticia se alinea con nuestra oferta de soluciones ecológicas y eficientes energéticamente, permitiéndonos conectar con empresas que valoran y priorizan la sostenibilidad.

### **1.3.7 Oportunidades de Asociación a Largo Plazo**

Establecer relaciones con empresas dentro de este mercado objetivo promete asociaciones a largo plazo, dado que la refrigeración es un componente crítico de sus operaciones continuas.

Concentrándose en la industria alimenticia, podemos aplicar la especialización técnica, cumplir con los objetivos de crecimiento y afianzar nuestra reputación como participante constante en soluciones de refrigeración innovadoras y adaptadas a las necesidades del sector. La selección de este mercado también se alinea con nuestro compromiso de ofrecer un valor excepcional y un servicio al cliente sin paralelo, cimentando la lealtad del cliente y fomentando el crecimiento sostenible.

## **1.4 Propuesta de Valor**

Nos distinguimos en el mercado por ofrecer soluciones integrales de servicios en refrigeración que combinan tecnología, atención personalizada y colaboración para la obtención de eficiencia energética, especialmente diseñadas para la industria alimenticia. Nuestra propuesta de valor radica en tres pilares fundamentales.

### **1.4.1 Innovación Tecnológica**

Nos mantenemos actualizados en cuanto a los nuevos usos de la tecnología en sistemas de refrigeración, proporcionando a nuestros clientes soluciones que cumplen con sus exigentes estándares de calidad y seguridad alimentaria, sino que también promueven la sostenibilidad y la optimización de recursos.

### **1.4.2 Soluciones Personalizadas**

Entendemos que cada cliente tiene necesidades únicas. Por ello, ofrecemos un servicio detallado que nos permite atender sistemas de refrigeración a medida que se integran sin problemas con sus procesos existentes, maximizando así la productividad, minimizando el desperdicio y asegurando la operatividad.

### **1.4.3 Vocación de servicio**

Nuestros servicios están preparados para que el usuario sea eficiente en el consumo de energía, reduciendo el impacto ambiental y generando ahorros significativos en costos operativos, lo que contribuye directamente a su línea de fondo.

La sinergia de estos tres pilares nos busca posicionar además de un proveedor de servicios y equipos, sino como un socio estratégico esencial para las empresas del sector alimenticio que buscan la excelencia y la eficiencia en sus procesos de refrigeración.

Nuestra propuesta de valor se traduce en una atención que va más allá de la instalación y servicios en sistemas de refrigeración, proporcionando un apoyo continuo y una mejora constante para garantizar el éxito y la satisfacción del cliente a largo plazo.

## **1.5 Posicionamiento**

Buscamos posicionarnos en el mercado como un actor permanente en proporcionar soluciones de refrigeración industrial innovadoras, eficientes y sostenibles, especialmente diseñadas para la industria alimenticia. Nuestra empresa busca ser reconocida por su capacidad para ofrecer servicios personalizados que no solo cumplen, sino que superan las expectativas de calidad, seguridad alimentaria y eficiencia operativa. Aspiramos a ser vistos como un socio estratégico esencial que aporta valor agregado a través de nuestro compromiso con la innovación tecnológica, la sostenibilidad ambiental y la excelencia en el servicio al cliente.

### **1.5.1 Especialización en la Industria Alimenticia**

Nos definimos como especialistas que comprenden a fondo los retos y estándares de la industria alimenticia, desde el procesamiento de proteínas hasta la preservación de productos agrícolas, lo que nos permite ofrecer soluciones especializadas en servicios que otros actores buscan igualar.

### **1.5.2 Compromiso con la Excelencia en el Servicios**

Queremos posicionarnos como una empresa que va más allá de la instalación y servicios en equipos de refrigeración industrial; buscamos ser socios de servicio completo que asesoran, implementan y mantienen sistemas de refrigeración con un enfoque implacable en la calidad y la atención al cliente.

### **1.5.3 Innovación y Adaptabilidad**

Queremos que el mercado nos vea como innovadores y adaptativos, siempre a la vanguardia en la incorporación de tecnologías sostenibles y eficientes que se alinean con las necesidades dinámicas de la industria alimenticia.

### **1.5.4 Confianza y Fiabilidad**

Buscamos que cada cliente confíe en nosotros no solo por la robustez de nuestros servicios, sino por la solidez de nuestro compromiso a largo plazo, asegurando que sus operaciones cruciales no se detengan.

### **1.5.6 Eficiencia Energética y Sostenibilidad**

Nos esforzamos por ser reconocidos como actores que impulsan la eficiencia energética y la responsabilidad ambiental, entregando sistemas de refrigeración que reducen los costos operativos y la huella de carbono de nuestros clientes.

Al enfocar nuestro posicionamiento en estos pilares, reafirmamos nuestra dedicación a la industria alimenticia y reforzamos nuestra imagen como parte de un mercado donde la precisión, confiabilidad y apoyo experto son críticos para el éxito de nuestros clientes.

## **1.6 Mix de Marketing**

### **1.6.1 Producto/servicio**

Desarrollamos servicios especializados en sistemas de refrigeración para la industria alimenticia, que incluyen diseño, instalación, mantenimiento y reparación. Cada servicio está diseñado para garantizar la máxima eficiencia operativa, cumplimiento normativo y sostenibilidad.

### **1.6.1.2 Soluciones Personalizadas de Diseño e Instalación**

Desarrollamos sistemas de refrigeración a medida que se integran perfectamente con las operaciones de nuestros clientes, optimizando el rendimiento y minimizando el impacto ambiental. Nuestros diseños se adaptan a las necesidades específicas de cada cliente, ya sea para conservación de alimentos, procesamiento de productos cárnicos, aves o agro productos.

### **1.6.1.3 Mantenimiento**

Ofrecemos planes de mantenimiento diseñados para evitar averías y garantizar un funcionamiento eficiente y continuo de los sistemas de refrigeración. Además, proporcionamos servicios correctivos rápidos y efectivos para minimizar los tiempos de inactividad, con un enfoque en la reparación y mejora de equipos.

### **1.6.1.4 Auditorías Energéticas y Optimización**

Realizamos auditorías energéticas para identificar oportunidades de mejora en la eficiencia, ayudando a los clientes a reducir costos operativos y la huella de carbono. Nuestras soluciones de optimización están diseñadas para modernizar y mejorar los sistemas existentes, incrementando su sostenibilidad y rendimiento.

### **1.6.1.5 Asesoramiento y Consultoría Técnica**

Proporcionamos servicios de consultoría técnica para asistir a los clientes en la planificación de nuevas instalaciones o la expansión de las existentes, asegurando que se tomen decisiones informadas que maximicen la inversión y el cumplimiento normativo.

#### **1.6.1.6 Capacitación y Soporte**

Creamos programas de capacitación para el personal de los clientes, asegurando que entiendan cómo operar y mantener sus sistemas de refrigeración de manera eficiente y segura. Además, brindamos soporte técnico continuo para resolver cualquier duda o problema que pueda surgir.

#### **1.6.1.7 Respuesta Rápida y Soporte de Emergencia**

Contamos con un servicio de respuesta rápida para emergencias, garantizando que cualquier problema crítico con los sistemas de refrigeración pueda ser atendido de manera inmediata, reduciendo riesgos y pérdidas.

#### **1.6.1.8 Innovación y Desarrollo Sostenible**

De manera permanente investigamos y desarrollamos soluciones de refrigeración más eficientes y sostenibles, manteniéndonos al día con las innovaciones tecnológicas y las tendencias de la industria para ofrecer los servicios más personalizados y sostenibles.

#### **1.6.2 Precio**

Hemos fijado nuestros precios en relación a lo que se establece como precio justo o de mercado, estableciendo como precio principal siempre 10% por debajo del precio de mercado; lo anterior en una etapa inicial para posteriormente alertarnos a los precios de mercado. Esto nos permitirá ser competitivos y tener mayor visibilidad en una primera etapa.

### **1.6.2.1 Precios Basados en el Valor**

Establecemos precios que reflejan el nivel de especialización y personalización de nuestros servicios, asegurando que los clientes reciban un valor acorde con sus expectativas. Esto significa considerar la complejidad del diseño, la tecnología utilizada y los beneficios a largo plazo de eficiencia energética y reducción de costos operativos.

### **1.6.2.2 Estructuras de Precios Flexibles**

Ofrecemos estructuras de precios que pueden adaptarse a las necesidades y capacidades financieras de diferentes tipos de clientes, desde pequeñas empresas hasta grandes corporaciones. Esto puede incluir opciones como pagos por servicios (pay-per-service), contratos de mantenimiento anuales o planes de pago por fases para proyectos de instalación más grandes.

### **1.6.2.3 Modelos de Suscripción y Contratos de Servicio**

Implementamos modelos de suscripción para servicios de mantenimiento y monitoreo, proporcionando a los clientes un flujo constante de servicios y asistencia técnica a cambio de una tarifa mensual o anual. Esto asegura una fuente de ingresos recurrente y una gestión en las operaciones de refrigeración continua para el cliente.

### **1.6.2.4 Transparencia en la Formación de Precios**

Mantenemos una política de transparencia total en la formación de precios, detallando los costos asociados con cada aspecto del servicio, desde la instalación hasta el mantenimiento regular y las reparaciones de emergencia. Esto ayuda a construir confianza y facilita las decisiones informadas por parte de los clientes.

#### **1.6.2.5 Evaluación Competitiva y Alineación del Mercado**

Regularmente evaluamos nuestra estructura de precios en comparación con la competencia y las expectativas del mercado para asegurarnos de que nuestros servicios sigan siendo atractivos y competitivos. Este análisis nos permite ajustar nuestros precios para reflejar los cambios en el mercado y las innovaciones tecnológicas.

#### **1.6.2.6 Descuentos**

Ocasionalmente, ofrecemos descuentos, especialmente para proyectos a gran escala, clientes repetitivos o para servicios nuevos en el mercado. Estas iniciativas están diseñadas para fomentar la lealtad del cliente, aumentar la cuota de mercado y promover servicios innovadores.

#### **1.6.2.7 Enfoque en la Relación Calidad-Precio**

Aseguramos que nuestros clientes perciban la relación calidad-precio de nuestros servicios, destacando cómo la inversión inicial en sistemas de refrigeración de alta calidad se traduce en ahorros a largo plazo, menos averías y una mayor eficiencia operativa.



### **1.6.3 Plaza**

La estrategia de plaza o distribución será en una primera instancia impactar a los usuarios de refrigeración ubicados en la región metropolitana para posteriormente ampliarnos al sector centro sur.

#### **1.6.3.1 Cobertura Geográfica definida**

Ofrecemos nuestros servicios centrándonos inicialmente en las principales zonas industriales de Chile. Esto incluye área metropolitana, zona central y centro sur donde la demanda de refrigeración industrial es alta.

#### **1.6.3.2 Accesibilidad**

Garantizamos la accesibilidad y una rápida respuesta a través de la implementación de una red de técnicos y especialistas distribuidos en las zonas descritas para cubrir las principales zonas industriales, asegurando un tiempo de respuesta eficiente para el servicio.

#### **1.6.3.3 Canales de Comunicación Efectivos**

Establecemos canales de comunicación, líneas telefónicas de servicio al cliente y soporte técnico, para que los clientes puedan fácilmente programar servicios, resolver problemas o solicitar asistencia técnica.

#### **1.6.3.4 Alianza con Proveedores**

Actualmente contamos con cuatro proveedores estratégicos y la finalidad de este plan es llegar a contar con ocho, esto nos permitirá ampliar nuestro abanico de soluciones a nuestros clientes.

## **1.6.4 Promoción**

### **1.6.4.1 Estrategia de comunicación**

Implementamos un enfoque integrado que combine varios canales de comunicación y promoción para presentar un mensaje coherente y unificado sobre SRT Refrigeración Industrial. Esto incluye publicidad digital, marketing directo, y promoción de ventas.

### **1.6.4.2 Publicidad**

Publicidad B2B: Implementamos campañas publicitarias dirigidas a revistas especializadas en la industria, plataformas en línea y eventos del sector para aumentar la visibilidad de la marca.

### **1.6.4.3 Marketing Digital y Contenido**

Sitio Web y SEO: Optimizar el sitio web para mejorar la visibilidad en los motores de búsqueda, facilitando que los clientes empresariales encuentren la información que necesitan sobre los servicios de SRT. Colocar imágenes de Google ads

### **1.6.4.4 Content Marketing**

Hemos creado contenido valioso y relevante, como estudios de caso, artículos técnicos, blogs y videos que demuestren la experiencia de SRT en el mercado de refrigeración industrial. Colocar Post de LinkedIn

#### **1.6.4.5 Eventos y Ferias Comerciales**

Participación en Eventos del Sector: Asistir a ferias comerciales y eventos de la industria para demostrar las capacidades de SRT, establecer contactos con potenciales clientes y entender mejor las tendencias del mercado y las necesidades de los clientes.

***(<https://www.aqua-sur.cl>)***

#### **1.6.4.6 Marketing Directo y Relacional**

Comunicaciones Personalizadas: Usar herramientas de CRM para enviar mensajes y ofertas personalizadas a clientes existentes y potenciales, fomentando relaciones más fuertes y aumentando las oportunidades de ventas.

***(<https://www.salesforce.com>)***

#### **1.6.4.6 Redes Sociales y Marketing Online**

Presencia en Redes Sociales: Utilizar plataformas como LinkedIn para establecer a SRT como un líder de pensamiento en la industria de refrigeración, compartiendo conocimientos, noticias y tendencias relevantes para el sector B2B.

#### **1.6.4.7 Programas de Lealtad y Fidelización**

Incentivos para Clientes Frecuentes: Hemos creado programas de lealtad o incentivos para clientes que elijan a SRT para proyectos repetidos o a largo plazo, reforzando las relaciones y fomentando la retención de clientes.

## **1.6.5 Personas**

### **1.6.5.1 Personal Calificado y Capacitado**

#### **1.6.5.1.1 Desarrollo y Formación Continua**

Invertir en la formación continua y especialización, incluyendo técnicos, ingenieros, representantes de ventas y personal de soporte, para asegurar que tengan el conocimiento y habilidades necesarias para ofrecer un buen servicio.

#### **1.6.5.1.2 Certificaciones y Expertise**

Mantener altos estándares en la contratación, asegurando que el equipo posea las certificaciones relevantes y esté al tanto de las últimas tecnologías y prácticas en refrigeración industrial.

### **1.6.5.2 Experiencia del Cliente**

Servicio al Cliente: Establecer un servicio al cliente que se acerque a lo excepcional como un pilar fundamental, implementando políticas de atención rápida, eficiente y solucionadora que fomenten la satisfacción y lealtad del cliente.

#### **1.6.5.2.1 Feedback y Mejora Continua**

Estamos obteniendo la retroalimentación de los clientes para mejorar constantemente los servicios y la interacción del personal, asegurando que las necesidades y expectativas del cliente sean atendidas y superadas. A través de visitas constantes a los clientes luego de realizados algún servicio.

#### **1.6.5.2.2 Cultura Corporativa**

Valores y Principios: Estamos desarrollando una cultura corporativa que refleje los valores de la empresa, como la integridad, innovación, sostenibilidad y búsqueda de la excelencia en el servicio, asegurando que estos valores sean vividos por cada miembro del equipo.

#### **1.6.5.2.3 Compromiso con la Calidad**

Fomentando una mentalidad de calidad total en todos los niveles de la organización, donde la mejora continua, la responsabilidad y el deseo de superar las expectativas del cliente sean la norma.

#### **1.6.5.2.4 Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**

Participamos en iniciativas de responsabilidad social que reflejen el compromiso de la empresa con la comunidad y el entorno, lo cual no solo mejora la imagen corporativa, sino que también aumenta la moral y el sentido de pertenencia del personal.

#### **1.6.5.2.5 Representación de la Marca**

Embajadores de la Marca: Estamos en constante Capacitación y motivación a los empleados para que sean embajadores de la marca, representando positivamente a la empresa en todas las interacciones con clientes, proveedores y la comunidad en general.

## **1.6.6 Proceso**

Este componente es crucial, ya que afecta directamente la experiencia del cliente y su percepción de la marca.

### **1.6.6.1 Evaluación y análisis Inicial**

Estamos utilizando un proceso de evaluación inicial para entender profundamente las necesidades, requisitos y desafíos específicos de cada cliente. Esto incluye visitas al sitio, análisis de sistemas existentes y discusiones estratégicas para diseñar soluciones a medida.

### **1.6.6.2 Desarrollo y Diseño**

Utilizamos un enfoque sistemático para el desarrollo y diseño de servicios, empleando metodologías de gestión de servicios (herramientas del Mantenimiento productivo total) para asegurar precisión, eficiencia y cumplimiento de los objetivos del cliente.

### **1.6.6.3 Implementación y Ejecución**

Existen procedimientos estandarizados para la implementación y ejecución de servicios, asegurando que todos los aspectos, desde la instalación hasta la puesta en marcha, se realicen de manera oportuna, dentro del presupuesto y con estándares de calidad.

### **1.6.6.4 Comunicación y Actualizaciones**

Mantenemos una comunicación transparente y regular con los clientes durante todo el proceso, proporcionando actualizaciones sobre el progreso, solución de problemas y cambios necesarios, fomentando así la confianza y la satisfacción del cliente.

#### **1.6.6.5 Control de Calidad y Pruebas**

Realizamos controles de calidad y pruebas en todas las fases del servicio para asegurar que los sistemas de refrigeración cumplan con las especificaciones técnicas, las normativas de seguridad y los requisitos de rendimiento.

#### **1.6.6.6 Entrenamiento**

Programas de entrenamiento y capacitación detallados para los clientes, asegurando que su personal comprenda completamente el funcionamiento y el mantenimiento de los sistemas de refrigeración instalados.

#### **1.6.6.7 Servicio Postventa y Soporte**

Incluimos mantenimiento programado, soporte técnico y atención de emergencias, para garantizar la longevidad y el rendimiento óptimo de los sistemas de refrigeración.

### **1.6.7 Presentación**

Nos esforzamos constantemente para ser percibidos física y visualmente por los clientes. Esto abarca desde la apariencia de las instalaciones y equipos hasta la calidad y estilo de los procesos de marketing y comunicación.

#### **1.6.7.1 Identidad Visual y Marca**

Mantenemos una identidad visual coherente y profesional en todas las materias y puntos de contacto con el cliente, incluyendo logotipos, uniformes, vehículos de servicio, equipos y herramientas. Esto ayuda a fortalecer la marca y a generar reconocimiento y confianza.

### **1.6.7.2 Calidad de los Equipos e Instalaciones**

Aseguramos que todos los equipos e instalaciones reflejen los estándares de calidad y eficiencia de SRT. Los equipos están bien mantenidos, son tecnológicamente avanzados y funcionan de manera óptima, demostrando el compromiso de la empresa con la búsqueda de la excelencia.

### **1.6.7.3 Materiales de Marketing y Comunicación**

Contamos con herramientas de marketing y comunicación, como folletos, presentaciones, informes y propuestas, que son claros, informativos y visualmente atractivos, destacando los beneficios y ventajas de los servicios que ofrecemos.

### **1.6.7.4 Experiencia del Usuario en Línea**

Para nosotros es vital que la experiencia de usuario sea fluida y profesional en la página web y plataformas digitales, donde los clientes puedan obtener fácilmente información sobre servicios, hacer consultas, solicitar asistencia y acceder a recursos de apoyo.

### **1.6.7.5 Instalaciones de Clientes**

Garantizamos que las instalaciones realizadas en los sitios de los clientes sean ordenadas, limpias y estéticamente agradables, además de funcionales, para reforzar la imagen de calidad y atención al detalle.



### **1.6.7.6 Comportamiento y Profesionalismo del Personal**

El comportamiento y la apariencia del personal en contacto con el cliente son siempre profesionales y corteses, reflejando los valores y la cultura de SRT de compromiso con la excelencia en el servicio.

### **1.6.7.7 Casos de Estudio y Testimonios**

Presentamos casos de estudio y testimonios de clientes en formatos bien diseñados, que no solo muestren la competencia técnica de SRT sino también su capacidad para satisfacer y superar las expectativas de los clientes.

## **1.7 Implementación y control del plan de Marketing**

### **1.7.1 Incremento de Reconocimiento de Marca**

#### **1.7.1.1 Campaña de Marketing Integral**

- **Publicidad en Línea:** Invertimos \$15,000 mensualmente en publicidad en línea, distribuidos en plataformas como Google Ads y LinkedIn, con el objetivo de alcanzar al menos 200 impresiones mensuales y generar 1,000 visitas trimestrales al sitio web para el final del Q4 2024.
- **Redes Sociales:** Asignaremos \$12,000 mensuales para promocionar contenido en redes sociales, apuntando a lograr un incremento del 5% en seguidores y un 3% en la tasa de engagement en nuestras principales plataformas sociales para el final del Q4 2024.
- **Relaciones Públicas:** Destinamos \$50,000 trimestrales para iniciativas de relaciones públicas, buscando obtener al menos 10 menciones de marca en medios de comunicación clave del sector para el final del Q4 2024. Colocar los medios en donde se publicará, Link revista Frío Calor.

### 1.7.1.2 Contenido de Marca Atractivo

- **Creación de Contenido:** Actualmente nos encontramos realizando una serie de 1 artículos de blog y 2 estudios de caso detallados para cada mes del año, enfocándonos en destacar la innovación y la calidad de los servicios de SRT Refrigeración Industrial.
- **Vídeos de Marca:** Producción de 4 videos de alta calidad al año que narran la historia y los valores de la empresa, con el objetivo de aumentar en un 4% las visualizaciones de video en nuestro sitio web y canales de redes sociales para el final del Q4 2024.

### 1.7.1.3 Eventos de la Industria

**Asistencia:** Asistiremos a 2 eventos clave de la industria, buscando incrementar el reconocimiento de la marca y establecer 10 nuevos prospectos para el final del Q4 2024. Feria Aquasur y Expo frío Calor.

**Charlas:** Planeamos estar presentes en por lo menos dos charlas en colegios técnico-profesionales de la región metropolitana siendo uno de ellos el Liceo Técnico Profesional Baldomero Lillo de la comuna de San Bernardo.

En la universidad de Santiago participamos como relatores en el Diplomado de refrigeración Industrial por Amoniaco que se dicta a través del Departamento de Ingeniería Mecánica de la Universidad (DIMEC)

## 1.7.2 Generación LEADS y prospectos

### 1.7.2.1 Mejora de la Landing Page

- **Inversión en Optimización:** Destinamos \$5,000 mensuales para mejorar el diseño y el contenido de la landing page, con el objetivo de aumentar la cantidad de impresiones.
- **Meta de impresiones:** Incrementaremos la tasa de impresión de la landing page del actual 2% al 4%, lo que esperamos resulte en la generación de al menos 5 leads cualificados por mes.

### 1.7.2.2 Campañas de Google Ads

- **Presupuesto Mensual:** Asignaremos \$10,000 mensuales a campañas específicas de Google Ads enfocadas en atraer tráfico cualificado a nuestra landing page.
- **Objetivo de Clics y Conversiones:** Basándonos en una tasa de conversión esperada del 2%, buscamos obtener 20 clics calificados al mes, para contribuir con al menos 7 leads cualificados.

### 1.7.2.3 Monitoreo y Medición

- **Herramientas de Análisis:** Utilizamos Google Analytics y el panel de Google Ads para monitorear las conversiones, ajustando las campañas en tiempo real para optimizar los resultados.
- **Evaluación Continua:** Revisaremos semanalmente las métricas de conversión para asegurarnos de que estamos en camino de alcanzar nuestro objetivo de leads cualificados.

### 1.7.3 Conversión de Leads a Clientes

#### 1.7.3.1 Estrategias de Nutrición de Leads

- **Email Marketing:** Asignaremos un presupuesto de \$4,000 mensuales para desarrollar y ejecutar campañas de email marketing que nutran a los leads a lo largo del embudo de ventas.

-

Planificamos una serie de 4 emails automatizados que serán enviados durante un período de 3 meses para cada nuevo lead, diseñados para educar, informar y motivar a los prospectos a tomar una acción de solicitud de presupuesto.

#### 1.7.3.2 Llamadas de Seguimiento

- **Equipo de Ventas:** Como especificamos anteriormente (P de Personas) Invertiremos en la capacitación del equipo de ventas con un presupuesto de \$20,000 mensuales por colaborador, enfocándonos en técnicas de conversión de leads y habilidades de negociación.

Hemos establecido metas específicas para que el equipo de ventas apunte a realizar un mínimo de 50 llamadas de seguimiento cualificadas al mes, buscando convertir al menos el 5% de esos leads en clientes.

### 1.7.4 Engagement del Público Objetivo

#### 1.7.4.1 Desarrollo de Contenido Interactivo

- **Inversión:** \$6,000 para la creación de infografías, videos y herramientas interactivas en nuestra web.

Para mejorar el tiempo de permanencia en la página, utilizando contenido que capte la atención y fomente la participación de los usuarios.

#### **1.7.4.2 Optimización de la Estrategia de Email Marketing**

Hemos presupuestado una cantidad de \$4,000 para rediseñar las plantillas de email y segmentar las listas de correo, personalizando los mensajes.

Meta: Incrementar el CTR en correos electrónicos en un 3%, ofreciendo contenido relevante y llamados a la acción claros que impulsen la participación.

#### **1.7.4.3 Mejora en la Frecuencia y Calidad de las Comunicaciones**

Pensamos en una inversión en Comunicación de \$3,000 semanales para aumentar la frecuencia de publicaciones en redes sociales, manteniendo una comunicación regular y consistente.

De esta forma esperamos aumentar la interacción en nuestros canales digitales en un 3% en el primer semestre del 2024, proporcionando contenido constante y de alta calidad que fomente la participación del público.

### **1.7.5 Satisfacción del Cliente**

#### **1.7.5.1 Estrategia de Recolección de Feedback**

Mediante la implementación de Entrevistas, realizamos capacitación interna para nuestro equipo de atención al cliente sobre cómo realizar entrevistas efectivas para recopilar feedback durante cada visita presencial.

Para realizar al menos 10 entrevistas al mes, para asegurar una muestra representativa y obtener datos significativos de satisfacción del cliente y NPS.

### 1.7.5.2 Mejoras en Servicio y Experiencia del Cliente

Para desarrollar e implementar iniciativas basadas en el feedback, como la mejora de los procesos de servicio, la formación de los empleados y la actualización de equipos o tecnologías; destinaremos \$5,000 al mes para cada colaborador de Front Office.

Así lograremos mejorar continuamente la calidad del servicio y la experiencia del cliente, lo cual debería reflejarse en un incremento en los índices de CSAT y NPS.

### 1.7.5.3 Medición y Seguimiento

- **Métricas de Satisfacción:** Utilizaremos herramientas de encuesta y análisis para medir de manera regular el CSAT y NPS, asegurando que las acciones implementadas estén teniendo el efecto deseado.
- **Revisión y Ajuste Continuo:** Revisaremos estos indicadores mensualmente y compararemos los resultados con los objetivos establecidos, realizando ajustes en nuestras estrategias y tácticas según sea necesario para garantizar la mejora continua en la satisfacción del cliente.

## **1.7.6 Expansión de Servicios**

### **1.7.6.1 Investigación de Mercado y Feedback del Cliente**

- **Inversión en Investigación:** Nos asesoramos con expertos en el ámbito para realizar un estudio de mercado y analizar la retroalimentación de nuestros clientes existentes. Un posible estudio nos ayudará a identificar necesidades no cubiertas y oportunidades de innovación en nuestros servicios. **Este punto aún no ha sido cuantificado respecto al costo.**

Para que finalmente podamos identificar al menos tres áreas potenciales de innovación y necesidades del cliente para el desarrollo de nuevas soluciones de servicio.

## **1.7.7 Desarrollo de Nuevas Soluciones**

### **1.7.7.1 Plan de Estudio del Equipo, Proceso Detallado**

El equipo de servicio completo realizará un estudio detallado de cada etapa del proceso de desarrollo de las nuevas soluciones que pretendemos ofrecer, evaluando la viabilidad técnica, la rentabilidad (este punto deberá ser validado por un experto en finanzas) y el potencial de mercado de las nuevas soluciones.

Organizamos reuniones regulares de revisión del proyecto para discutir el progreso, los desafíos y los ajustes necesarios, asegurando una gestión eficiente del presupuesto y alineación con los objetivos estratégicos de la empresa.

### **1.7.7.2 Investigación y Análisis Preliminar**

Conducimos sesiones de trabajo con el equipo de ventas y servicio al cliente para analizar el feedback obtenido y las tendencias del mercado.

Identificamos los requisitos clave y las expectativas de los clientes, definiendo las especificaciones técnicas y funcionales para las nuevas soluciones.

### 1.7.7.3 Diseño y Desarrollo de Prototipos de servicio

Basados en los requisitos identificados, asignando recursos del presupuesto para materiales, mano de obra especializada y herramientas tecnológicas necesarias.

Esperamos desarrollar dos prototipos distintos que aborden las necesidades específicas del mercado y los puntos de dolor de los clientes, buscando innovación y mejora en la eficiencia operativa.

### 1.7.7.4 Evaluación Interna y Pruebas de Concepto

Antes de las pruebas con clientes, realizaremos evaluaciones internas de los prototipos de servicio para asegurar que cumplan con los criterios preliminares de calidad y funcionalidad.

Llevaremos a cabo pruebas de concepto dentro de la empresa para validar las funcionalidades y la integración con los sistemas existentes, utilizando una parte del presupuesto para ajustes y mejoras basadas en los resultados.

Específicamente estamos desarrollando lo siguiente, **Contrato de Mantenimiento Predictivo para Sistemas de Refrigeración**, este servicio utiliza datos en tiempo real y análisis predictivo para anticipar fallas y necesidades de mantenimiento en los sistemas de refrigeración antes de que ocurran.

Llevamos a cabo una serie de simulaciones internas. Esto podría implicar el uso de datos históricos y modelos predictivos para identificar patrones y prever problemas potenciales en sistemas de refrigeración controlados.

Evaluamos la precisión de las predicciones, la facilidad de implementación del servicio y su capacidad para integrarse con diferentes tipos de sistemas de refrigeración. El objetivo es



asegurar que el servicio pueda identificar eficazmente las áreas críticas de mantenimiento y ofrecer recomendaciones proactivas.

### 1.7.8 Pruebas de Concepto

- **Implementación Piloto Interna:** Seleccionamos un pequeño número de sistemas de refrigeración dentro de nuestras operaciones para implementar el servicio de mantenimiento predictivo. Durante este período piloto, monitorizamos cómo el servicio analiza los datos operativos, predice problemas potenciales y sugiere acciones de mantenimiento.
- **Recolección de Feedback:** El equipo técnico y operativo involucrado en el piloto proporciona feedback sobre la usabilidad, la efectividad y el valor añadido del servicio. Esto incluye evaluar si el servicio ayuda a reducir el tiempo de inactividad, mejora la eficiencia operativa y reduce los costos de mantenimiento.
- **Ajustes Basados en Resultados:** Utilizamos los insights obtenidos de las pruebas internas y de concepto para realizar ajustes en el servicio, como mejorar los algoritmos predictivos, refinar la interfaz de usuario o ampliar la compatibilidad con diferentes tipos de sistemas de refrigeración.
- **Revisión y Mejora:** Con base en la evaluación interna y las pruebas de concepto, revisaremos y refinaremos los prototipos, asegurando que se ajusten completamente a las necesidades del cliente y a los estándares de la industria. Este proceso iterativo de diseño y desarrollo nos permitirá perfeccionar las soluciones antes de avanzar a las pruebas externas con clientes.



## **1.7.9 Educación del Cliente**

### **1.7.9.1 Desarrollo de Materiales Educativos**

Enfocado en estudiantes de enseñanza media se asignan \$10,000 por estudiante participante para el desarrollo de materiales educativos, incluyendo tutoriales en video, y guías prácticas, centrados en temas relevantes como la eficiencia energética, el mantenimiento preventivo, y las nuevas tecnologías en refrigeración.

Apuntamos a crear al menos 8 nuevos recursos educativos en el año.

### **1.7.9.2 Promoción de Eventos Educativos**

Con un presupuesto de \$25,000 mensuales para la promoción de eventos y actividades educativas a través de campañas de email marketing, redes sociales y publicidad en línea.

Mediante esta acción buscamos aumentar el número de inscripciones en eventos educativos en un 10%, enfocándonos en prospectos actuales y futuros.

### **1.7.9.3 Evaluación de Participación**

Asignaremos a un profesional para rastrear la inscripción y participación en nuestras actividades formativas.

Continuamente evaluaremos la participación en cada actividad educativa y recopilaremos feedback de los participantes para mejorar continuamente la relevancia y calidad de nuestro contenido educativo.

# 1.8 Valorización

PRESUPUESTO DE MARKETING		2024											
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiem	Octubre	Noviembre	Diciembre
7	Implementación												
7.1	Incremento de Reconocimiento de Marca												
7.1.1	Campaña de Marketing Integral												
	Publicidad en Línea	\$ 15,000	\$ 15,000	\$ 15,000	\$ 15,000	\$ 15,000	\$ 15,000	\$ 15,000	\$ 15,000	\$ 15,000	\$ 15,000	\$ 15,000	\$ 15,000
	Redes Sociales:	\$ 12,000	\$ 12,000	\$ 12,000	\$ 12,000	\$ 12,000	\$ 12,000	\$ 12,000	\$ 12,000	\$ 12,000	\$ 12,000	\$ 12,000	\$ 12,000
	Relaciones Públicas:	\$ 16,667	\$ 16,667	\$ 16,667	\$ 16,667	\$ 16,667	\$ 16,667	\$ 16,667	\$ 16,667	\$ 16,667	\$ 16,667	\$ 16,667	\$ 16,667
<b>Total</b>		<b>\$ 43,667</b>	<b>\$ 43,667</b>	<b>\$ 43,667</b>	<b>\$ 43,667</b>	<b>\$ 43,667</b>	<b>\$ 43,667</b>	<b>\$ 43,667</b>	<b>\$ 43,667</b>	<b>\$ 43,667</b>	<b>\$ 43,667</b>	<b>\$ 43,667</b>	<b>\$ 43,667</b>
<b>Total 7.1.1</b>		<b>\$ 524,000</b>											
7.1.2	Contenido de Marca Atractivo												
	Creación de Contenido	\$ 13,000	\$ 13,000	\$ 13,000	\$ 13,000	\$ 13,000	\$ 13,000	\$ 13,000	\$ 13,000	\$ 13,000	\$ 13,000	\$ 13,000	\$ 13,000
	Videos de Marca	\$ 25,000	\$ 25,000	\$ 25,000	\$ 25,000	\$ 25,000	\$ 25,000	\$ 25,000	\$ 25,000	\$ 25,000	\$ 25,000	\$ 25,000	\$ 25,000
<b>Total</b>		<b>\$ 38,000</b>	<b>\$ 38,000</b>	<b>\$ 38,000</b>	<b>\$ 38,000</b>	<b>\$ 38,000</b>	<b>\$ 38,000</b>	<b>\$ 38,000</b>	<b>\$ 38,000</b>	<b>\$ 38,000</b>	<b>\$ 38,000</b>	<b>\$ 38,000</b>	<b>\$ 38,000</b>
<b>Total 7.1.2</b>		<b>\$ 281,000</b>											
7.1.3	Eventos de la Industria												
	Asistencia	\$ 80,000											
	Charlas	\$ 25,000											
<b>Total</b>		<b>\$ 105,000</b>											
<b>Total 7.1.3</b>		<b>\$ 105,000</b>											
7.2	Generación LEADS y prospectos												
7.2.1	Mejora de la Landing Page	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000
	Inversión en Optimización	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000
<b>Total</b>		<b>\$ 10,000</b>	<b>\$ 10,000</b>	<b>\$ 10,000</b>	<b>\$ 10,000</b>	<b>\$ 10,000</b>	<b>\$ 10,000</b>	<b>\$ 10,000</b>	<b>\$ 10,000</b>	<b>\$ 10,000</b>	<b>\$ 10,000</b>	<b>\$ 10,000</b>	<b>\$ 10,000</b>
<b>Total 7.2.1</b>		<b>\$ 60,000</b>											
7.2.2	Campañas de Google Ads												
	Presupuesto Mensual	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000
	Objetivo de Clics y Conversiones	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000
<b>Total</b>		<b>\$ 20,000</b>	<b>\$ 20,000</b>	<b>\$ 20,000</b>	<b>\$ 20,000</b>	<b>\$ 20,000</b>	<b>\$ 20,000</b>	<b>\$ 20,000</b>	<b>\$ 20,000</b>	<b>\$ 20,000</b>	<b>\$ 20,000</b>	<b>\$ 20,000</b>	<b>\$ 20,000</b>
<b>Total 7.2.2</b>		<b>\$ 120,000</b>											
7.2.3	Monitoreo y Medición												
	Herramientas de Análisis	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000
	Evaluación Continua	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000
<b>Total</b>		<b>\$ 18,000</b>	<b>\$ 18,000</b>	<b>\$ 18,000</b>	<b>\$ 18,000</b>	<b>\$ 18,000</b>	<b>\$ 18,000</b>	<b>\$ 18,000</b>	<b>\$ 18,000</b>	<b>\$ 18,000</b>	<b>\$ 18,000</b>	<b>\$ 18,000</b>	<b>\$ 18,000</b>
<b>Total 7.2.3</b>		<b>\$ 108,000</b>											
7.3	Conversión de Leads a Clientes												
7.3.1	Estrategias de Nutrición de Leads												
	Email Marketing	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000
	Equipo de Ventas	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000
<b>Total</b>		<b>\$ 24,000</b>	<b>\$ 24,000</b>	<b>\$ 24,000</b>	<b>\$ 24,000</b>	<b>\$ 24,000</b>	<b>\$ 24,000</b>	<b>\$ 24,000</b>	<b>\$ 24,000</b>	<b>\$ 24,000</b>	<b>\$ 24,000</b>	<b>\$ 24,000</b>	<b>\$ 24,000</b>
<b>Total 7.3.1</b>		<b>\$ 288,000</b>											
7.4	Engagement del Público Objetivo												
7.4.1	Desarrollo de Contenido Interactivo												
	Inversión	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000
<b>Total</b>		<b>\$ 6,000</b>	<b>\$ 6,000</b>	<b>\$ 6,000</b>	<b>\$ 6,000</b>	<b>\$ 6,000</b>	<b>\$ 6,000</b>	<b>\$ 6,000</b>	<b>\$ 6,000</b>	<b>\$ 6,000</b>	<b>\$ 6,000</b>	<b>\$ 6,000</b>	<b>\$ 6,000</b>
<b>Total 7.4.1</b>		<b>\$ 72,000</b>											
7.4.2	Estrategia de Email Marketing												
	Presupuesto	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000
<b>Total</b>		<b>\$ 4,000</b>	<b>\$ 4,000</b>	<b>\$ 4,000</b>	<b>\$ 4,000</b>	<b>\$ 4,000</b>	<b>\$ 4,000</b>	<b>\$ 4,000</b>	<b>\$ 4,000</b>	<b>\$ 4,000</b>	<b>\$ 4,000</b>	<b>\$ 4,000</b>	<b>\$ 4,000</b>
<b>Total 7.4.2</b>		<b>\$ 48,000</b>											
7.4.3	Mejoras en Precio y Calidad de los Compras												
	Presupuesto	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000
<b>Total</b>		<b>\$ 3,000</b>	<b>\$ 3,000</b>	<b>\$ 3,000</b>	<b>\$ 3,000</b>	<b>\$ 3,000</b>	<b>\$ 3,000</b>	<b>\$ 3,000</b>	<b>\$ 3,000</b>	<b>\$ 3,000</b>	<b>\$ 3,000</b>	<b>\$ 3,000</b>	<b>\$ 3,000</b>
<b>Total 7.4.3</b>		<b>\$ 36,000</b>											
7.5	Satisfacción del Cliente												
7.5.1	Estrategia de Recolección de Feedback												
	Presupuesto	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total</b>		<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>Total 7.5.1</b>		<b>\$ -</b>											
7.5.2	Mejoras en Servicio y Experiencia del Cliente												
	Presupuesto	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000
<b>Total</b>		<b>\$ 5,000</b>	<b>\$ 5,000</b>	<b>\$ 5,000</b>	<b>\$ 5,000</b>	<b>\$ 5,000</b>	<b>\$ 5,000</b>	<b>\$ 5,000</b>	<b>\$ 5,000</b>	<b>\$ 5,000</b>	<b>\$ 5,000</b>	<b>\$ 5,000</b>	<b>\$ 5,000</b>
<b>Total 7.5.2</b>		<b>\$ 60,000</b>											
7.5.3	Medición y Seguimiento												
	Métricas de Satisfacción	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Revisión y Ajuste Continuo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total</b>		<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>Total 7.5.3</b>		<b>\$ -</b>											
7.6	Expansión de Servicios												
7.6.1	Investigación de Mercado y Feedback del Cliente												
	Inversión en Investigación	\$ 200,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total</b>		<b>\$ 200,000</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>Total 7.6.1</b>		<b>\$ 400,000</b>											
7.6.2	Desarrollo de Nuevas Soluciones												
7.6.2.1	Plan de Estudio del Equipo, Proceso Detallado												
	Presupuesto	\$ -	\$ 300,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total</b>		<b>\$ -</b>	<b>\$ 300,000</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>Total 7.6.2.1</b>		<b>\$ 600,000</b>											
7.6.2.2	Investigación y Análisis Preliminar												
	Presupuesto	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 500,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total</b>		<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 500,000</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>Total 7.6.2.2</b>		<b>\$ 500,000</b>											
7.6.2.3	Diseño y Desarrollo de Prototipos de Servicio												
	Presupuesto	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 300,000
<b>Total</b>		<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 300,000</b>
<b>Total 7.6.2.3</b>		<b>\$ 300,000</b>											
7.6.2.4	Evaluación Interna y Pruebas de Concepto												
	Presupuesto	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000
<b>Total</b>		<b>\$ 20,000</b>	<b>\$ 20,000</b>	<b>\$ 20,000</b>	<b>\$ 20,000</b>	<b>\$ 20,000</b>	<b>\$ 20,000</b>	<b>\$ 20,000</b>	<b>\$ 20,000</b>	<b>\$ 20,000</b>	<b>\$ 20,000</b>	<b>\$ 20,000</b>	<b>\$ 20,000</b>
<b>Total 7.6.2.4</b>		<b>\$ 240,000</b>											
7.7	Educación del Cliente												
7.7.1	Desarrollo de Materiales Educativos												
	Presupuesto por cada cinco estudiantes	\$ 50,000	\$ 50,000	\$ 50,000	\$ 50,000	\$ 50,000	\$ 50,000	\$ 50,000	\$ 50,000	\$ 50,000	\$ 50,000	\$ 50,000	\$ 50,000
<b>Total</b>		<b>\$ 50,000</b>	<b>\$ 50,000</b>	<b>\$ 50,000</b>	<b>\$ 50,000</b>	<b>\$ 50,000</b>	<b>\$ 50,000</b>	<b>\$ 50,000</b>	<b>\$ 50,000</b>	<b>\$ 50,000</b>	<b>\$ 50,000</b>	<b>\$ 50,000</b>	<b>\$ 50,000</b>
<b>Total 7.7.1</b>		<b>\$ 600,000</b>											
7.7.2	Promoción de Eventos Educativos												
	Presupuesto	\$ 25,000	\$ 25,000	\$ 25,000	\$ 25,000	\$ 25,000	\$ 25,000	\$ 25,000	\$ 25,000	\$ 25,000	\$ 25,000	\$ 25,000	\$ 25,000
<b>Total</b>		<b>\$ 25,000</b>	<b>\$ 25,000</b>	<b>\$ 25,000</b>	<b>\$ 25,000</b>	<b>\$ 25,000</b>	<b>\$ 25,000</b>	<b>\$ 25,000</b>	<b>\$ 25,000</b>	<b>\$ 25,000</b>	<b>\$ 25,000</b>	<b>\$ 25,000</b>	<b>\$ 25,000</b>
<b>Total 7.7.2</b>		<b>\$ 300,000</b>											
7.7.3	Evaluación de Participación												
	Presupuesto	\$ 50,000	\$ 50,000	\$ 50,000	\$ 50,000	\$ 50,000	\$ 50,000	\$ 50,000	\$ 50,000	\$ 50,000	\$ 50,000	\$ 50,000	\$ 50,000
<b>Total</b>		<b>\$ 50,000</b>	<b>\$ 50,000</b>	<b>\$ 50,000</b>	<b>\$ 50,000</b>	<b>\$ 50,000</b>	<b>\$ 50,000</b>	<b>\$ 50,000</b>	<b>\$ 50,000</b>	<b>\$ 50,000</b>	<b>\$ 50,000</b>	<b>\$ 50,000</b>	<b>\$ 50,000</b>
<b>Total 7.7.3</b>		<b>\$ 600,000</b>											
<b>Total</b>		<b>\$ 935,333</b>	<b>\$ 1,085,333</b>	<b>\$ 695,333</b>	<b>\$ 485,333</b>	<b>\$ 535,333</b>	<b>\$ 485,333</b>	<b>\$ 2,535,333</b>	<b>\$ 535,333</b>	<b>\$ 535,333</b>	<b>\$ 485,333</b>	<b>\$ 485,333</b>	<b>\$ 5,727,333</b>
<b>Total 2024</b>		<b>\$ 5,242,000</b>											

## **2 Conclusiones**

### **Innovación y Sostenibilidad como Pilares Estratégicos**

SRT Refrigeración Industrial busca posicionarse para participar constantemente en el mercado de refrigeración industrial, centrándose en la innovación y sostenibilidad. La empresa se destaca por su compromiso con tecnologías avanzadas y prácticas ambientalmente responsables, lo que refleja un alineamiento con las tendencias globales hacia la eficiencia energética y la minimización del impacto ambiental.

### **Consolidación en la Industria Alimentaria**

El plan revela una clara intención de SRT Refrigeración Industrial de consolidar su posición en el sector alimentario, proporcionando soluciones que garantizan la seguridad, calidad y conservación de los alimentos. El enfoque en ofrecer soluciones personalizadas y la capacidad para adaptarse a las necesidades específicas de producción y almacenamiento colocan a SRT como un jugador con un alto potencial a desarrollar en este sector.

### **Superación de Desafíos Competitivos y Tecnológicos**

La marca enfrenta desafíos significativos debido a la intensa competencia y la rápida evolución tecnológica en la industria de refrigeración industrial. Sin embargo, el plan demuestra una estrategia robusta para superar estos desafíos, centrándose en la diferenciación a través de la calidad, innovación y un servicio al cliente excepcional, además de la adaptación constante a las normativas ambientales y los avances tecnológicos.

## **Expansión y Crecimiento a Largo Plazo**

La visión estratégica abarca una expansión significativa dentro de Chile y, potencialmente, a nuevos mercados dentro del país en los próximos diez años. Este enfoque de crecimiento está respaldado por la inversión en investigación y desarrollo, capacitación continua y fortalecimiento de las estrategias de marketing y comunicación, sugiere un destino próspero y perdurable para la organización.

## **Enfoque en la Responsabilidad Corporativa y la Excelencia en el Servicio**

El compromiso con la responsabilidad social empresarial y la búsqueda de la excelencia en el servicio se refleja en su misión y valores. La empresa se esfuerza por ser un socio confiable y ético para sus clientes, promoviendo prácticas sostenibles y ofreciendo soluciones de alta calidad que cumplan con las expectativas de los clientes y contribuyan positivamente a la comunidad y el medio ambiente.

## Anexos

### Detalle de citas

1 *D. Agudelo (Duván Chaverra Agudelo) 2023 junio 06 ACR Latinoamérica*

<https://www.acrlatinoamerica.com/2023060119163/noticias/empresas/emerson-climate-technologies-ahora-es-copeland.html>

2 *JCI (Johnsons Controls) 2023 mayo 16 ohnsoncontrols.com*

[https://www.johnsoncontrols.com/es\\_es/novedades/noticias/jci-informe-sostenibilidad-2023](https://www.johnsoncontrols.com/es_es/novedades/noticias/jci-informe-sostenibilidad-2023)

3 *Grandview Research ID del informe: GVR-2-68038-517-5 2023 julio 06 Grandviewresearch.com*

4 *Redacción logística press, 2023 enero 21, logística press.*

<https://logisticapress.com/icestar-adquirio-a-friofort-empresa-chilena-experta-en-logistica/>

5 *iiar, 2023 noviembre 16, iiar.org*

[https://iiar.org/IIAR/IIAR/Technology\\_and\\_Standards/Standards\\_Review.aspx?hkey=8e380d26-e00d-4878-9ed0-fe5b3f44b4b6](https://iiar.org/IIAR/IIAR/Technology_and_Standards/Standards_Review.aspx?hkey=8e380d26-e00d-4878-9ed0-fe5b3f44b4b6)

6 *fao, H. Greenfield and D.A.T. Southgate Segunda edición, 2023 agosto 20, Publicación Electrónica de la Dirección de Información de la FAO.*

<chrome-extension://efaidnbmninnibpcapjpcglclefindmkaj/https://www.fao.org/3/y4705s/y4705s.pdf>

7 *Grandview Research ID del informe: GVR-2-68038-517-5 2023 julio 06 Grandviewresearch.com*

<https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/industrial-refrigeration-market>

8 *Market overview, 2023 agosto 17*

<https://www.reportlinker.com/market-report/Industrial-Equipment/12876>

9 *Grandview Research ID del informe: GVR-2-68038-517-5 2023 julio 06 Grandviewresearch.com*

<https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/industrial-refrigeration-market>

10 *Grandview Research ID del informe: GVR-2-68038-517-5 2023 julio 06 Grandviewresearch.com*

<https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/industrial-refrigeration-market>

## **Detalles de páginas web**

Amrisa - [www.amrisa.cl](http://www.amrisa.cl)

Jci – [www.jci.com](http://www.jci.com)

Mayekawa – [www.mayekawa.com](http://www.mayekawa.com)

Danfoss- [www.danfoss.com](http://www.danfoss.com)

GEA GRASO – [www.gea.com](http://www.gea.com)

Bitzer – [www.bitzer.com](http://www.bitzer.com)

Daikin – [www.daikinlatam.com](http://www.daikinlatam.com)

Evapco – [www.evapco.com](http://www.evapco.com)

Clauger – [www.clauger.com](http://www.clauger.com)

Sofrisur – [www.sofrisur.cl](http://www.sofrisur.cl)

Repalco – [www.repalco.cl](http://www.repalco.cl)

Frimont – [www.frimont.com](http://www.frimont.com)

Ingefrio – [www.ingefrio.cl](http://www.ingefrio.cl)