

Instrumento para la recolección de información

GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA PARA CONCRETERAS
<p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Categorizar las estrategias de mercadeo para la fijación de precio de las actuales empresas concreteras • Analizar los costos de los proyectos de vivienda VIS. • Establecer el grado de relación entre las estrategias de marketing empleadas por las concreteras y el sobre costo en las viviendas VIS

Autorización para grabar

Por metodología de la investigación esta entrevista debe ser grabada para posteriormente transcribirla. Nos gustaría tener su autorización para grabar esta reunión. ¿Está de acuerdo con que iniciemos la grabación?

Categorías orientadoras	Ejes de indagación	Preguntas
Presentación	<p>a. Presentación: Conocimiento del perfil del entrevistado como parte del conocimiento y filtro para la investigación</p>	<p>¿Cuál es su nombre completo? JHOANN CASTAÑO MEJIA</p> <p>¿Qué edad tiene? 41 AÑOS</p> <p>¿Cuál es su nivel de formación académica? POSGRADO</p> <p>¿Cuál es su actual cargo en la empresa? GERENTE COMERCIAL CONCREMOVIL</p> <p>¿Cuánto tiempo tiene en este cargo? 2 AÑOS</p>

<p>Categorizar las estrategias de mercadeo para la fijación de precio del m3 de concreto</p>	<p>b. Categorizar las estrategias de fijación de precio documentadas y cuales están aplicando en la empresa: La respuesta nos ayudará a conocer que estrategias de fijación de precio están utilizando y bajo qué parámetros en el valor del m3 de concreto para vivienda VIS.</p>	<p>¿Cuántos competidores existen en el mercado? CUATRO</p> <p>¿Cómo establece la empresa sus estrategias de mercadeo? A partir de la capacidad económica y capacidad operativa se establecen los mercados objetivo, tipo de cliente, segmento y tamaño de obras.</p> <p>¿Cómo establece su empresa los precios del valor del m3 del concreto para proyectos de vivienda VIS? Se establece un margen esperado del negocio y sobre el costo de producción se establece el precio, la situación actual del mercado hace que se muy complejo llegar a este segmento ya que los concreteros integrados están vendiendo a precios muy bajos.</p>
<p>Establecer la relación de las estrategias de marketing empleadas por las concreteras vs el sobrecosto de vivienda VIS</p>	<p>c. Establecer la relación de las estrategias de marketing de las concreteras y el sobrecosto de la vivienda VIS</p>	<p>¿En qué consiste su estrategia de fijación de precios del m3 de concreto para los proyectos de vivienda VIS?</p>

		<p>Costo de producción y margen esperado, esto se debe a que no se tiene la capacidad de manejar los precios del cemento por lo que al final los concreteros independientes como unos integradores de material primas.</p> <p>Teniendo en cuenta que los objetivos de precios pueden ser x,y,z ¿Cuáles son sus objetivos de fijación de precios del m3 de concreto en los proyectos de vivienda VIS?</p> <p>n.a</p> <p>¿Qué características diferenciadoras le permiten fijar sus precios del m3 de concreto por encima o por debajo de sus competidores en los proyectos de vivienda VIS?</p> <p>Disponibilidad, flexibilidad en la programación y servicio.</p> <p>¿Qué factores externos e internos influyen en su estrategia de fijación de precio del m3 de concreto en los proyectos de vivienda VIS?</p>
--	--	---

		<p>Precios de materias prima en la zona, que pueden fluctuar entre el 30 % y el 50 %</p> <p>¿Cuáles son las estrategias de marketing que emplea su empresa actualmente? Voz a voz y referidos</p> <p>¿Cómo influyen las concretas el aumento de los precios de su insumo? Hoy en día muy poco ya que la oferta es más alta que la demanda así que tiene mayor poder de negociación el comprador.</p> <p>¿Qué hacen las concretas para ser competitivos cuando se aumentan los precios de los insumos y no se puede aumentar el precio de venta? Bajar los precios a los insumos y costos fijos, se puede renegociar con los proveedores.</p> <p>¿Las estrategias de mercadeo de las concretas aumenta el precio de este insumo? ¿de qué manera?</p>
--	--	---

		<p>Ante la situación actual del mercado la transacción que se realiza es muy simple en la cual tiene mucho peso en la toma de decisiones el precio, así que los valores agregados y estrategias tienen poco o nulo impacto en el precio.</p>
--	--	--