

### Instrumento para la recolección de información

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

#### 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
<b>Presentación</b>	<b>a. Presentación:</b> Conocimiento del perfil del entrevistado como parte del conocimiento y filtro para la investigación	<p>¿Cuál es su nombre completo? David Alberto Hernandez Ardila</p> <p>¿Qué edad tiene? 30 Años</p> <p>¿Cuál es su nivel de formación académica? Posgrado</p> <p>¿Cuál es su actual cargo en la empresa? Líder de inteligencia comercial</p> <p>¿Cuánto tiempo tiene en este cargo? 3 años</p>
<b>Categorizar las estrategias de mercadeo para la fijación de precio del m3 de concreto</b>	<b>b. Categorizar las estrategias de fijación de precio documentadas y cuales están aplicando en la empresa:</b> 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>¿Cuántos competidores existen en el mercado? 4 competidores entre medianos y grandes productores</p> <p>¿Cómo establece la empresa sus estrategias de mercadeo? Basado en primero análisis de la demanda de manera anual y mensual así como a partir de análisis socio económicos y de comportamiento de la competencia y de la industria.</p> <p>¿Cómo establece su empresa los precios del valor del m3 del concreto para proyectos de vivienda VIS? Basado en el tipo de cliente de acuerdo a un análisis de segmentación además de validar la cantidad de material requerida (materias primas), zona o ubicación del proyecto y el margen que se quiere tener del proyecto</p> <p>¿En qué consiste su estrategia de fijación de precios del m3 de concreto para los proyectos de vivienda VIS? Tipo de concretos requeridos, cantidades requeridas. Principalmente se basa en el tipo de cliente y sus relaciones con el mercado.</p>
<b>Establecer la relación de las estrategias de marketing empleadas por las concreteras vs el sobrecosto de vivienda VIS</b>	<b>c. Establecer la relación de las estrategias de marketing de las concreteras y el sobrecosto de la vivienda VIS:</b> La respuesta nos indicara si el precio del	<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? Mis objetivos de precios y fijación de los mismos se hacen pensando primero en poder</p>

		<p>obviamente ganar la negociación, pero también en generar un margen que beneficie a la empresa; teniendo en cuenta los costos de materias primas, fletes etc.</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>Principalmente las ofertas de valor técnicas y logísticas y obviamente posicionamiento y tradición de marca.</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>Externos: Competencia involucrada, naturaleza de socios o contactos del cliente, ubicación del proyecto, tipos de materiales requeridos.</p> <p>Internos: Políticas de asignación precios internos, objetivos estratégicos de la compañía. Margen mínimo o fop por proyecto.</p> <p>¿Cuáles son las estrategias de marketing que emplea su empresa actualmente?</p> <p>Principalmente la presencia en calles y visibilidad de marca en el mercado, la publicidad no es estratégica más sí la calidad de nuestro servicio. Adicional el uso de tecnologías novedosas y diferenciadoras que de la voz a voz se maximizan.</p> <p>¿Cómo influyen las concretas el aumento de los precios de su insumo?</p> <p>Como concretera que es Cemex el movimiento de los competidores influye directamente y de manera amplia los precios de insumos o materias primas; sin embargo nuestras negociaciones con proveedores tratan de evitar lo máximo este tipo de afectaciones en el manejo de agregados aditivos y cemento.</p> <p>¿Qué hacen las constructoras para ser competitivos cuándo se aumentan los precios de los insumos y no se puede aumentar el precio de venta?</p> <p>Principalmente ahorrar en costos fijos asociados a su operación o revalidando proveedores principalmente.</p> <p>¿Las estrategias de mercadeo de las concretas aumenta el precio de este insumo? ¿de qué manera?</p>
--	--	--

		<p>Si claramente las estrategias de las concreteras aumentan los precios, todo depende de factores socio económicos, técnicos y hasta políticos. El mercado y demanda varía y así mismo los precios varían además de que las políticas económicas pueden influir. Además, sobrecostos de agregados u otras materias primas como el cemento influye de manera directa el sobrecosto del concreto. Otro factor es el de la gasolina que de manera directa afecta los fletes y esto se refleja en el precio final del concreto.</p>
--	--	--