



UNIVERSIDAD

La Gran Colombia



ISO 9001: 2008
BUREAU VERITAS
Certification

N° 233044





UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

DISEÑO DE PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA LA EMPRESA AIC ARQUITECTURA INGENIERIA EN CONSTRUCCIONES S.A.S.

LEIDY JOHANNA RUBIO MONTOYA

EDGAR ALEXANDER SANABRIA MONTERO

ASESOR:
ARIANNE ILLERA CORREAL

Bogotá, 2017





Introducción

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	
Razón Social:	AIC ARQUITECTURA INGENIERÍA EN CONSTRUCCIONES SAS.
Fecha de Constitución:	17 de Septiembre de 2012
NIT:	900.554.909-1
Matricula Mercantil:	02255180
(Código CIIU):	4111- 4112-4290
Propietarios:	Andrea Carolina Medina Salazar - Luis Alfredo Medina Salazar
Dirección:	Carrera 4D No. 52-29 Sur
Teléfono:	5692183
Ciudad:	Bogotá D.C

Diseño de estructuras, interventoría, consultoría, desarrollo de cálculos, mantenimientos residenciales entre otros; en la actualidad la empresa está compuesta por dos socios accionistas, su compromiso empresarial está relacionado directamente con brindar bienestar a la comunidad mediante diferentes obras de construcción.



Objetivos

Efectuar el diagnóstico de la empresa para determinar su posicionamiento actual en el mercado

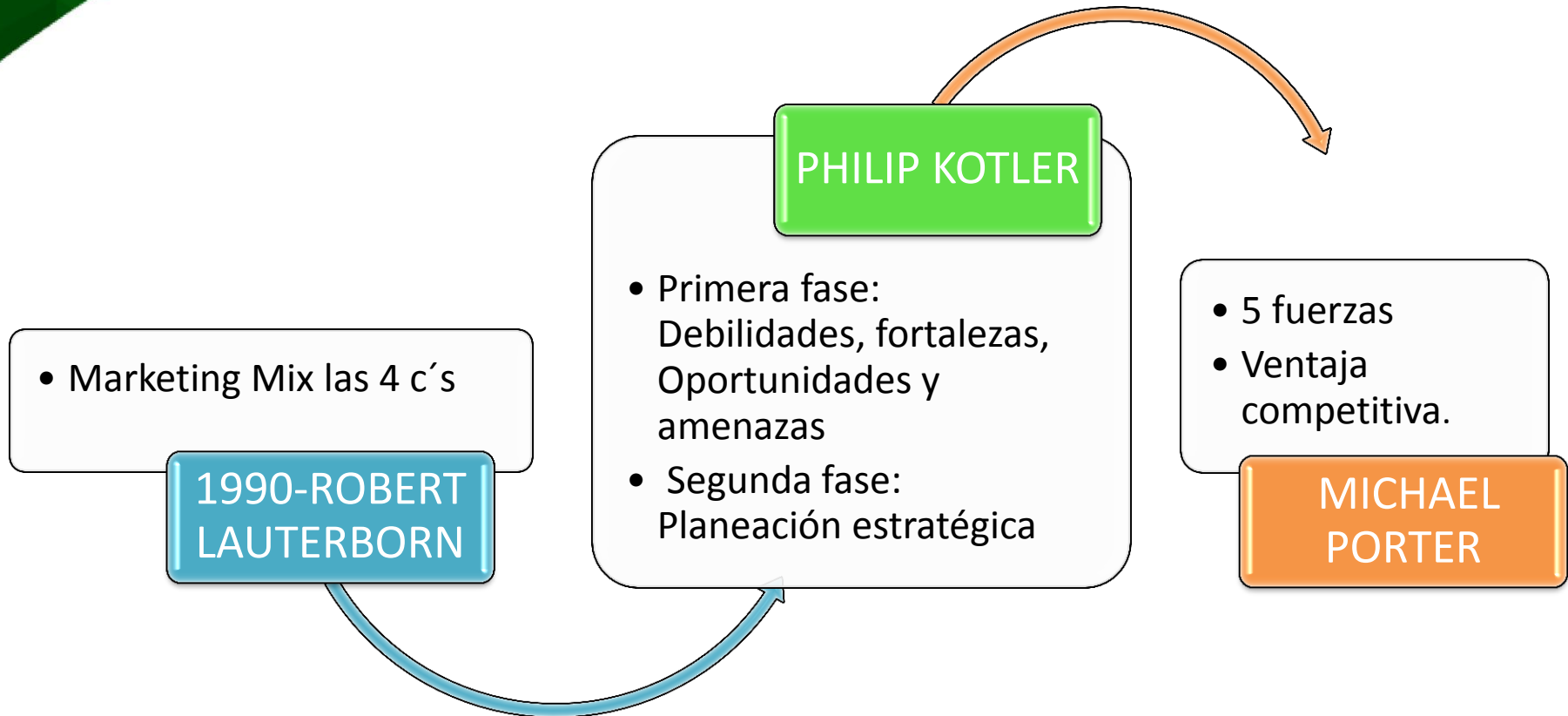
Elaborar un benchmarking para conocer la oferta y la demanda de la construcción en la ciudad

GENERAL

Diseñar un plan estratégico de marketing para el posicionamiento de la empresa AIC arquitectura ingeniería en construcciones S.A.S en la ciudad de Bogotá

Proponer el plan de marketing para la empresa e AIC arquitectura ingeniería en construcciones S.A.S con el fin de ampliar su mercado

Marco teórico



Diseño metodológico

- Analizar las variables relevantes que afectan el desarrollo de la marca

TIPO DE
INVESTIGACIÓN
(DESCRIPTIVA)

POBLACIÓN

- Habitantes de la UPZ 20 según planeación distrital cuenta 35.169 habitantes

RECOLECCIÓN
DE
INFORMACIÓN

MUESTRA

- Encuesta.
- Utilizar contacto personal (uno a uno).
- Preguntas claras y precisas.
- Preguntas cerradas.

$$n = \frac{N * Q * P * Z^2}{(N - 1)e^2 + Z^2 * Q * P}$$

- La cual arrojo un total de 68 encuestas



Estructura organizacional Actual

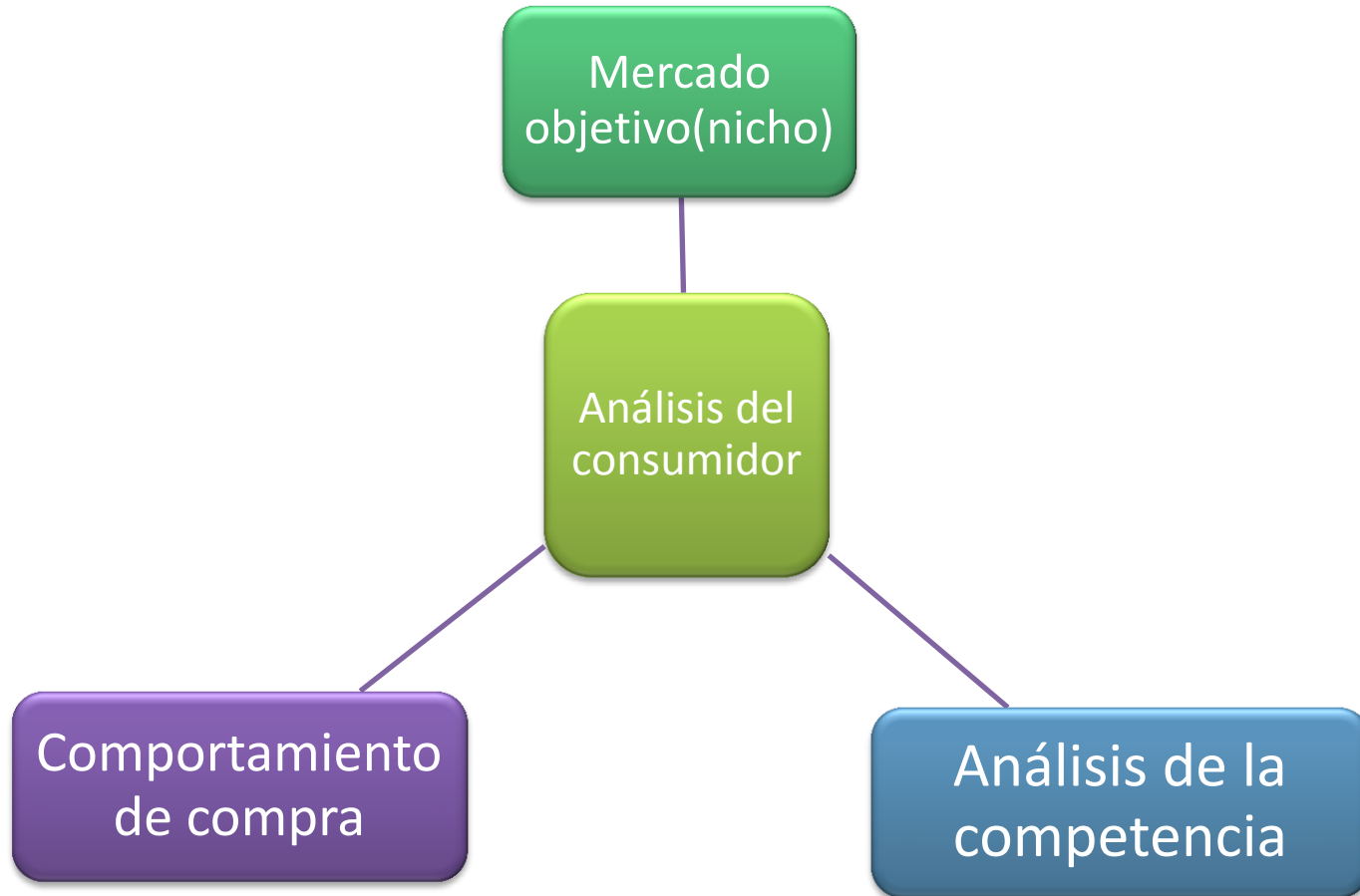
Misión

- Ofrecer servicios y productos de calidad en construcción y remodelaciones y que den respuesta a las necesidades de nuestros clientes, satisfacer sus demandas con trabajos garantizados, utilizando los mejores productos desarrollados para que su proyecto sea innovador y único tanto para obras menores como civiles, proporcionando a nuestros clientes un servicio de excelencia en construcción y diseño a través de metas y objetivos comunes de nuestros colaboradores: costo, calidad, cumplimiento de plazos, y una post venta eficiente.

Visión

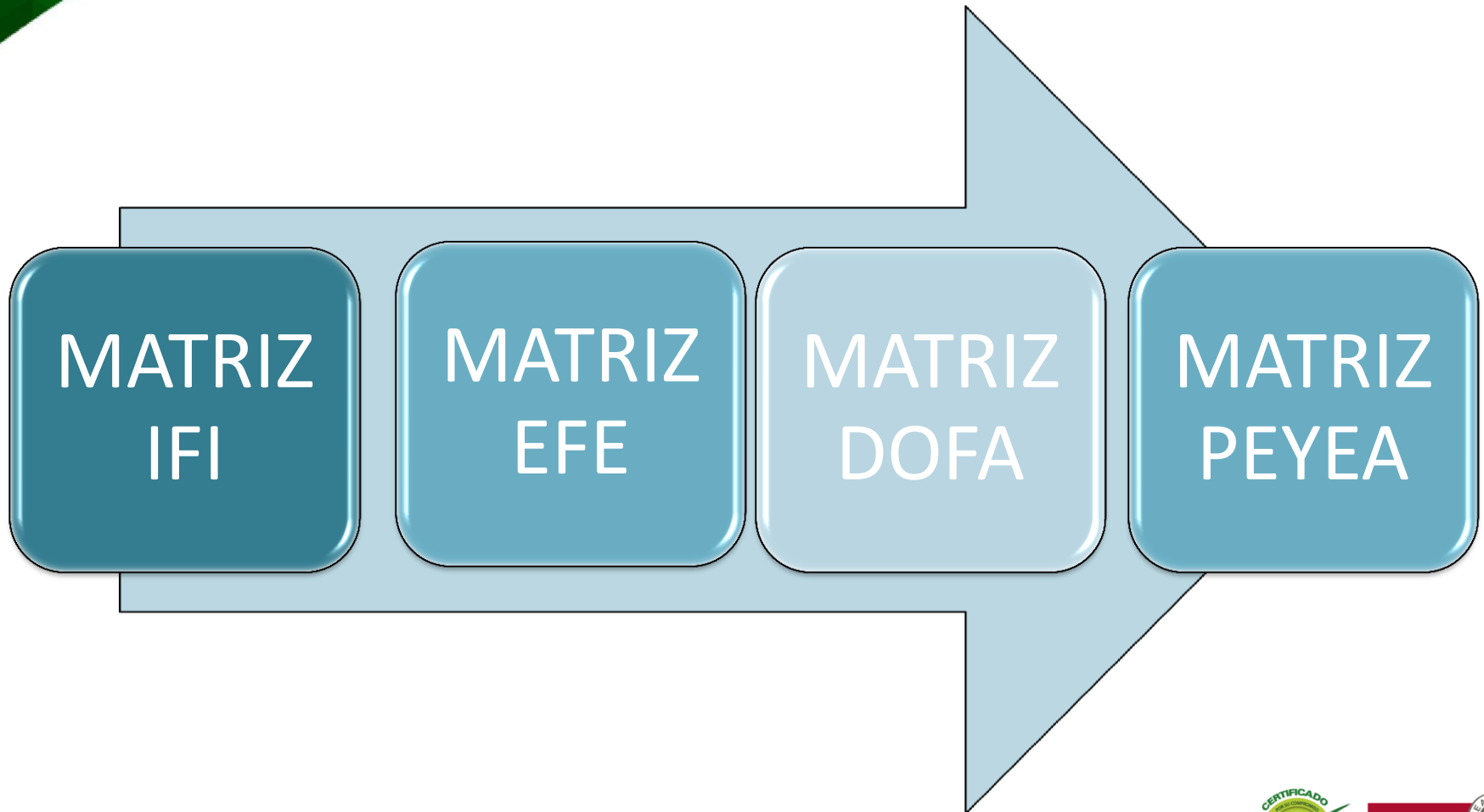
- Crecer como empresa líder en Remodelación, Reparación y Construcción, producir los mejores servicios profesionales teniendo como base la comunicación efectiva con nuestros clientes, fomentando el control y calidad en el servicio, buscando siempre la calidad total y de esa manera aumentar nuestra participación en el mercado.

Investigación de mercado





Evaluación de la empresa





DOFA

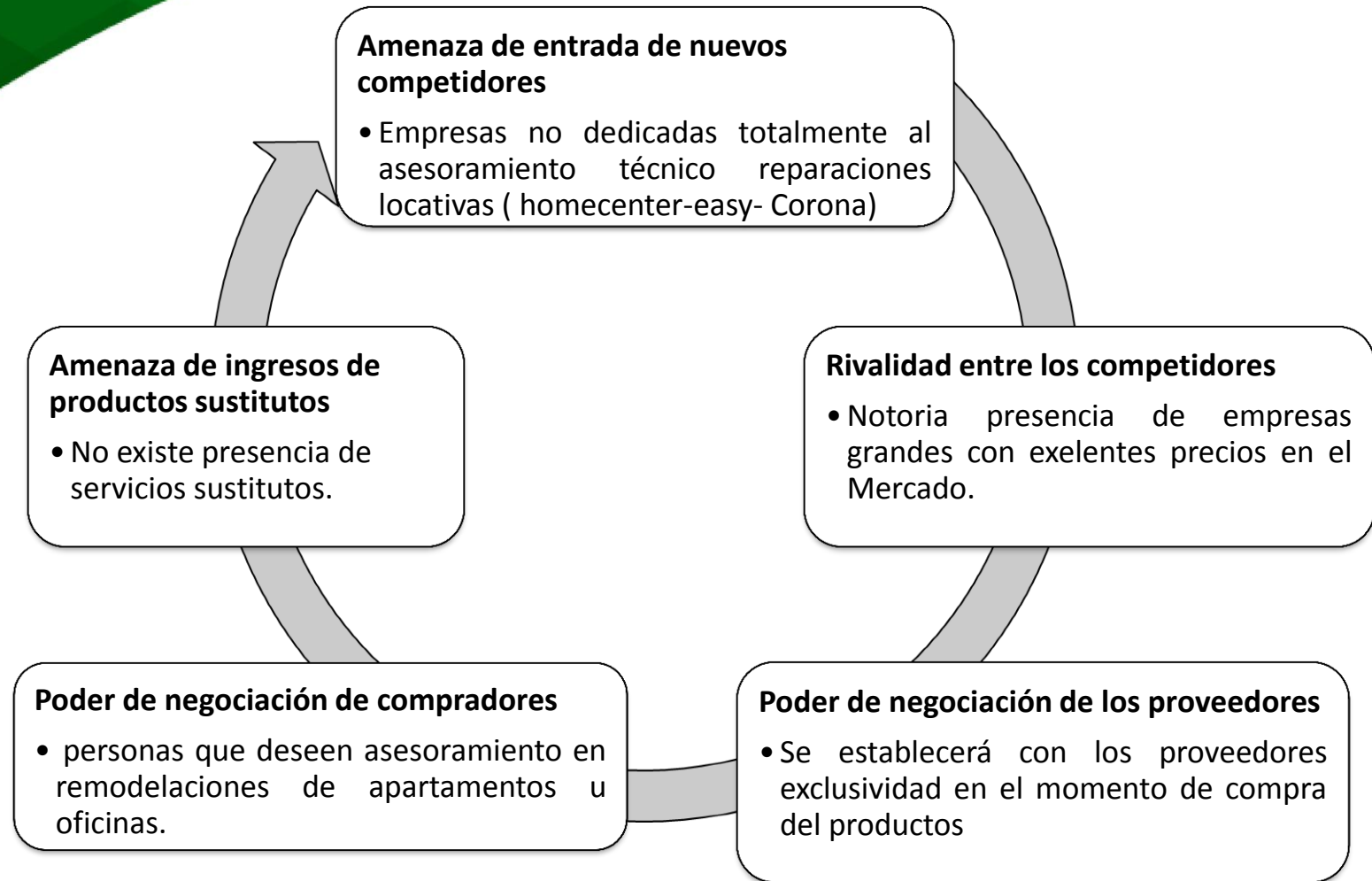
FORTALEZAS	DEBILIDADES
Objetivos y metas mensurables.	Conceptos de Administración Estratégica.
Planificación con eficacia.	Delegación de autoridad.
Estructura organizacional adecuada.	Posicionamiento de la empresa.
Segmentación del mercado.	Estrategias de mercadeo.
Incremento del mercado.	Presupuesto de marketing
Calidad del servicio.	Endeudamiento,
Promoción y publicidad,	Política de servicio al cliente.
Recuperación sobre la inversión.	Manuales de portafolio y servicio al cliente.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Poder negociador de los consumidores.	Orden Público.
Poder negociador de los proveedores.	Desempleo.
Rivalidad entre empresas competidoras.	TLC.
Entrada potencial de nuevos competidores.	Política tributaria.
Libertad de precios.	Competencia y cantidad de maestros de construcción formales e informales.
Protección del consumidor	Costos altos de algunos materiales
Cambios en los estilos de vida.	No contar con el personal calificado en el área de mercadotecnia.
Asesoría especializada.	No tener el personal calificado para guiar las obras de construcción.



Estrategias de marketing



Porter



Conclusiones

- Es evidente que para competir en un mercado informal como lo es este, es indispensable que las estrategias de mercado se den a conocer todas las ventajas que el cliente tendría si escogiera la empresa AIC Arquitectura Ingeniería en Contracciones S.A.S mediante promociones, haciendo énfasis en el servicio extendido es decir acompañamiento 100% de personal capacitado.
- Es importante que la empresa AIC Arquitectura Ingeniería en Contracciones S.A.S contrate personal calificado que garantice calidad en los servicios ofrecidos, el cual tenga la capacidad de brindar asesorías técnicas adecuadas a los clientes para generar así confianza en la empresa.
- Cualquier tipo de cotización que realice la empresa debe tener un cronograma y cumplir con los procesos planteados para la ejecución del servicio realizando seguimiento para garantizar el cumplimiento de la labor.



UNIVERSIDAD

La Gran Colombia



ISO 9001: 2008
BUREAU VERITAS
Certification

N° 233044

