

PLAN DE MARKETING PARA UNA EMPRESA CONSTRUCTORA EN MADERA EN ANTOFAGASTA

El objetivo del estudio es desarrollar un plan de marketing para una empresa constructora en madera en Antofagasta. Debido a la reciente crisis sanitaria y política, la inversión disminuyó significativamente, por lo que se requiere de construcciones emergentes y sostenibles como es el caso del uso de la madera, con producción limpia y renovable.

1. Introducción

En el mundo moderno, la calidad de vida de las personas se preserva como una constante que mantiene el interés de gobiernos y organizaciones de numerosos países; por consiguiente, surgen alternativas enmarcadas en la sustentabilidad y sostenibilidad de acciones tendientes a optimizar las condiciones proyectadas en el mayor bienestar cuando se atiende a las necesidades fundamentales. En este marco, la construcción da respuesta a estas consideraciones porque a través de ella, se puede lograr un mejor modo de vida en las personas que participan en el entorno social, económico, educativo, político, entre otros, tendientes a la búsqueda de un referente que permitan edificaciones que den respuesta a esa calidad de vida sostenida en los nuevos tiempos.



Figura 1: Edificio de madera Contralaminada

Fuente: https://www.arquitecturaydiseno.es/pasion-eco/edificios-madera-el-futuro-construcción-sostenible_1243

La construcción en madera, constituye una alternativa ajustada a los nuevos tiempos, dado que hoy se hace necesaria la conformación de opciones para disminuir el impacto negativo de factores externos que pudieran alinearse en un significativo descenso de operatividad en el sector construcción y también de algunos convencionalismos como lo sostiene Mariani (2016) quien expresa que “De hecho, en el imaginario chileno, construir en madera está asociado a viviendas de bajo presupuesto. Las mediaguas para las emergencias y las casas de Un techo para Chile” (p. 1).

A pesar del panorama presentado, es prioritario potenciar el uso de la madera para diferentes tipos de edificaciones, a fin de que se flexibilicen las posibilidades de construcción bajo alternativas de similar resistencia y durabilidad que otros materiales a través de un plan de marketing para empresas constructoras en madera en Antofagasta.

2. Metodología

La metodología de este trabajo plantea un objetivo general, el cual se basa en desarrollar un plan de marketing para una empresa constructora en madera en Antofagasta. A partir de este objetivo se plantean cuatro objetivos específicos:

- Determinar el análisis situacional mediante un examen externo e interno de factores que permitan guiar un plan de marketing para una empresa constructora en madera en Antofagasta.
- Describir el mercado meta para la empresa constructora en madera.
- Señalar las características valoradas de la madera.
- Proponer estrategias de marketing para la promoción del mercado de construcción de madera.

La metodología seguida en el desarrollo de este trabajo se fundamenta en un paradigma cualitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental porque se describe el fenómeno de estudio sin manipular variables.

Los sujetos de estudio se encuentran conformados por 7 informantes, en su mayoría gerentes de oficinas de arquitectura, constructoras, inmobiliarias y entes públicos, así como un académico.

Instrumento: entrevista semiestructurada con 12 preguntas abiertas en función con los elementos de estudio presentados a continuación.

Tabla 0-2 Componentes de la Entrevista Semiestructurada

Objetivos	Dimensión	Elemento de estudio	Sub-elemento	Preguntas Anexo A
Determinar el análisis situacional mediante un examen externo e interno de factores que permitan guiar un plan de marketing para una empresa constructora en madera en Antofagasta	Análisis externo	Factores estratégicos	Oportunidades	1
			Amenazas	2
		Factores del entorno	Políticos	3
			Económicos Sociales	
		Factores externos	Amenaza de nuevos entrantes	4
			Poder de negociación de proveedores y clientes	5
			Actividades	
Análisis Interno	Actividades	Primarias	6	
		De apoyo	7	
Describir el mercado meta para la empresa constructora en madera	Mercado meta	Variables determinantes	Segmento de mercado y zona geográfica	8
Señalar las características valoradas de la madera	Características valoradas de la madera	Atributo característico	Producto	9
			Precio	10
			Distribución	11
			Promoción	12

Fuente: Elaboración propia