

**PROPUESTA DE PLAN DE MERCADEO PARA LA
EMPRESA SISTEMAS ARQUITECTONICOS DE
ALUMINIO Y CRISTAL SAAC LTDA**

**YURI ANDREA SALAS SANCHEZ
LILIANA MARIA VELASQUEZ SIERRA**

**FUNDACION UNIVERSITARIA SAN MARTIN
FACULTAD DE EDUCACION A DISTANCIA Y VIRTUAL
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI**

2021

**PROPUESTA DE PLAN DE MERCADEO PARA LA EMPRESA SISTEMAS
ARQUITECTÓNICOS DE ALUMINIO Y CRISTAL SAAC LTDA.**



YURI ANDREA SALAS SÁNCHEZ
LILIANA MARÍA VELÁSQUEZ SIERRA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MARTÍN
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2021

**PROPUESTA DE PLAN DE MERCADEO PARA LA EMPRESA SISTEMAS
ARQUITECTÓNICOS DE ALUMINIO Y CRISTAL SAAC LTDA.**



YURI ANDREA SALAS SÁNCHEZ
LILIANA MARÍA VELÁSQUEZ SIERRA

Trabajo de grado para optar al título de Administrador de Empresas

Director:

FREDY HOYOS DAZA

Magister en Administración de Empresas

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MARTÍN
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2021

NOTA DE ACEPTACIÓN

El presente trabajo cumple con los requerimientos exigidos por la universidad Fundación Universitaria San Martín, para optar al título de Administradoras de Empresas.

Firma del director

Firma del jurado

Firma del jurado

Santiago de Cali, 6 de diciembre de 2021

Tabla de contenido

Resumen	11
Introducción	13
1. Planteamiento Del Problema.....	14
1.1 Descripción El Problema.....	14
1.2 Formulación Del Problema.....	18
1.3 Sistematización De Problema.....	18
2. Objetivos De La Investigación.....	19
2.1 Objetivo General.....	19
2.2 Objetivos Específicos	19
3. Justificación.....	20
4. Marco De Referencia	28
4.1 Marco Teórico	28
<i>Análisis Del Entorno.</i>	30
<i>El Marketing y Mercadeo</i>	32
<i>Estrategia de Marketing Mix</i>	35
<i>Mercado meta</i>	35
<i>El Plan de marketing</i>	35
<i>Análisis de la Situación</i>	36
<i>Análisis de Oportunidades y Problemas:</i>	36
<i>Comportamiento del Consumidor</i>	39
Factores Externos	40
Factores internos	42
<i>Marketing Industrial</i>	44
<i>Matriz DOFA</i>	46
<i>Análisis PEST</i>	50
4.2 Marco Conceptual.....	55
4.3 Marco Contextual	58
4.5 Marco Espacial	59
4.3 Marco Legal.....	60
5. Metodología	69
5.1 Tipo de Metodología.....	69
5.2 Fuentes de investigación y técnicas de recolección.....	69
5.3 Diseño Metodológico.....	70
6. Plan De Mercadeo	71
6.1 Tipo de empresa.....	71
6.1.1 Distribución Física - Ubicación	71
6.1.2 Misión	72
6.1.3 Visión.....	72

6.1.4 Propuesta de Valor.....	72
6.1.5 Políticas Empresariales.....	72
6.1.6 Valores Corporativos.....	73
6.1.7 Principales departamentos de la empresa SAAC LTDA.....	73
6.1.8 Organización.....	74
6.1.9 Estructura Organizacional funcional.....	77
6.1.10 Política de Calidad.....	79
6.1.11 Diagnóstico estratégico.....	80
6.1.12 Ambiente de Mercadeo.....	82
6.2 Macroentorno.....	82
<i>Cinco Fuerza de Porter - Factores de la categoría.</i>	94
6.3 Microentorno.....	98
Definición del negocio SAAC LTDA.....	98
Análisis del cliente.....	105
Análisis competitivo.....	109
Cultura Organizacional.....	109
Clima Organizacional.....	109
Matriz DOFA.....	110
Estrategias organizacionales.....	112
Estrategia N° 1. Portafolio de productos y servicios e impacto en la promoción de y comunicación en redes sociales.....	112
Estrategia N° 2. Restructuración de la página Web De SAAC LTDA.....	115
Estrategia N° 3. Ampliación del departamento de ventas.....	119
Estrategia N° 4. Oficina de ventas, e-commerce, sala de exposición y materiales.....	121
Estrategia N° 5. Campañas de fidelización basada en la oferta de productos en una empresa con certificación de alta calidad.....	124
Estrategia N° 6. Generar recordación del slogan “Competimos con precio, calidad y cumplimiento” y promover mayor confianza a través de él.....	125
Presupuesto de Ejecución Estrategias.....	127
Presupuesto Estrategia N° 1. Portafolio de productos y servicios e impacto en la promoción de y comunicación en redes sociales.....	127
Presupuesto Estrategia N° 2. Restructuración de la página Web De SAAC LTDA.....	128
Presupuesto Estrategia N° 3. Ampliación del departamento de ventas.....	128
Presupuesto Estrategia N° 4. Oficina de ventas, e-commerce, sala de exposición y materiales.....	129
Presupuesto Estrategia N° 5. Campañas de fidelización basada en la oferta de productos en una empresa con certificación de alta calidad.....	129
Presupuesto Estrategia N° 6. Generar recordación del slogan “Competimos con precio, calidad y cumplimiento” y promover mayor confianza a través de él.....	130
7. Gestión Financiera.....	131
Estado de Resultados Integral.....	132
7.1 Análisis Financiero.....	136
Composición del Activo, Pasivo y Patrimonio.....	136
Composición del Pasivo Corriente y No corriente.....	137
Composición del Activo Corriente y No corriente.....	137
Análisis Vertical.....	138

Pasivo y patrimonio	139
Análisis Horizontal	139
Estado de Resultados	140
Razones de liquidez	141
Razones de endeudamiento.....	142
Razones de rentabilidad.....	144
Conclusiones	147
Recomendaciones.....	151
Referencias	152
Anexos.....	161

Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Clasificación empresas por tamaño según decreto 957 de 2019</i>	15
Tabla 2. <i>Análisis PEST – SAAC LTDA.</i>	83
Tabla 2. <i>(Continuación)</i>	84
Tabla 2. <i>(Continuación)</i>	85
Tabla 3. <i>Producto Interno -bruto – PIB. Tasa de Crecimiento Anual por actividad económica 2019p - 2020pr. Año total.</i>	87
Tabla 4. <i>Evolución de las Importaciones Colombianas de vidrio y sus manufacturas - Anual</i>	93
Tabla 5. <i>Evolución de las Exportaciones Colombianas de vidrio y sus manufacturas - Anual</i>	94
Tabla 6. <i>Competidores en el Mercado local de Vidrio y Aluminio.</i>	97
Tabla 7. <i>Matriz DOFA Cruce de Variables - MAFE</i>	111
Tabla 8. <i>Evolución de las Exportaciones Colombianas de vidrio y sus manufacturas - Anual</i>	127
Tabla 9. <i>Evolución de las Exportaciones Colombianas de vidrio y sus manufacturas - Anual</i>	128
Tabla 10. <i>Evolución de las Exportaciones Colombianas de vidrio y sus manufacturas - Anual</i>	128
Tabla 11. <i>Evolución de las Exportaciones Colombianas de vidrio y sus manufacturas - Anual</i>	129
Tabla 12. <i>Evolución de las Exportaciones Colombianas de vidrio y sus manufacturas - Anual</i>	129
Tabla 13. <i>Evolución de las Exportaciones Colombianas de vidrio y sus manufacturas - Anual</i>	130
Tabla 14. <i>Balance de la Situación Financiera</i>	131
Tabla 14. <i>(Continuación)</i>	132
Tabla 15. <i>Estado de Resultados Integral</i>	133
Tabla 16. <i>Estado de Resultados Integral</i>	134

Lista de Figuras

Figura 1. <i>Diagrama Causa Efecto</i>	16
Figura 2. <i>Principales Segmentos de la Industria de Materiales para la Construcción</i>	24
Figura 3. <i>Las 5 fuerzas de Porter</i>	32
Figura 4. <i>Plan de Marketing</i>	39
Figura 5. <i>Plan de Marketing</i>	40
Figura 6. <i>Plan de Marketing</i>	44
Figura 7. <i>Ubicación geográfica de la Empresa Sistemas Arquitectónicos de Aluminio y Cristal - SAAC LTDA en la ciudad de Santiago Cali</i>	59
Figura 8. <i>Valores Corporativos SAAC. LTDA</i>	73
Figura 9. <i>Organigrama SAAC LTDA</i>	78
Figura 10. <i>Producto Interno Bruto - PIB - Tasa de crecimiento Anual en Volumen años 2014 - 2020p</i>	89
Figura 11. <i>Productos de acero y vidrio</i>	99
Figura 12. <i>Ciclo de vida – SAAC LTDA</i>	100
Figura 13. <i>Variación anual de las ventas SAAC LTDA</i>	101
Figura 14. <i>Pieza gráfica sello Alta Calidad</i>	124
Figura 15. <i>Pieza a publicar en redes sociales</i>	125
Figura 16. <i>Diseño de Bolígrafo y pin con logo y slogan</i>	126
Figura 17. <i>Participación promedio del activo, pasivo y patrimonio (cifras en millones) SAAC LTDA</i>	136
Figura 18. <i>Participación del Pasivo corriente y No corriente SAAC LTDA</i>	137
Figura 19. <i>Participación del Activo corriente y No corriente SAAC LTDA</i>	138
Figura 20. <i>Razones de Liquidez SAAC LTDA</i>	142
Figura 21. <i>Razones de Endeudamiento SAAC LTDA</i>	144
Figura 22. <i>Razones de Rentabilidad SAAC LTDA</i>	146

Resumen

Sistemas Arquitectónicos de Aluminio y Cristal es una sociedad limitada matriculada en la ciudad de Santiago de Cali, Valle del Cauca en el año 1998, dedicada a la fabricación principalmente de soluciones para el sector construcción, con productos para el cerramiento arquitectónico de vidrio y aluminio seguros y funcionales, ideales para reparación de obras, adecuaciones y decoración que se integran con diseños que armonizan proyectos de construcción, con una experiencia de más de 22 años en instalaciones físicas y personal calificado que garantizan la calidad de los productos. A pesar de su desempeño en el mercado local y regional, no ha realizado la adopción de estrategias de marketing, adicionalmente ha reportado los últimos años un descenso en el desempeño de las ventas. Por lo que es crucial el desarrollo e implementación de un plan de marketing que permita definir lineamientos claros para el establecimiento de estrategias y tácticas comerciales acordes con el sector.

El plan de marketing se elaboró de acuerdo al análisis del micro entorno y macro entorno de la organización, por lo que se implementaron herramienta de recolección de información, así como de diagnóstico de la situación para establecer las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de la empresa Sistemas Arquitectónicos de Aluminio y Cristal SAAC LTDA, las cuales se utilizaron durante la implementación de las herramientas matriciales. Por lo cual se estableció el objetivo estratégico de marketing, cuya meta permita el incremento de las ventas anuales en un 30% para el año 2022, respecto a las ventas del 2021. Adicionalmente, se definieron cuatro estrategias claves para el cumplimiento del objetivo, considerando la información prevista durante el cruce la DOFA. Que permite el establecimiento de parámetros

de seguimiento para el control y evaluación del plan definido en pro de la sostenibilidad financiera.

Palabras Clave:

Plan de Mercado, gestión Financiera, competitividad, aparato productivo, formación directiva, entorno económico

Introducción

Sistemas Arquitectónicos de Aluminio y Cristal SAAC LTDA, es una empresa familiar creada en el año 1998, constituida para la distribución y venta de Cerramientos arquitectónicos de Vidrio y Aluminio para el sector Construcción en la ciudad de Cali.

En la actualidad las empresas requieren mejorar su desempeño para la permanencia en el mercado, sin embargo, para mantenerse competitivos se requieren de estrategias que se adapten al entorno económico de la organización, mejorando su operación. ya que la evolución obliga a innovar, adoptar nuevas técnicas y hacer frente a los efectos de la globalización.

Por este motivo se deben implementar prácticas de mercadeo, fundamental para el mejoramiento de la empresa sin importar el tamaño de esta, permitiendo su competitividad y la incursión en nuevos mercados determinados dentro del sector y bajo las condiciones cambiantes del mercado y los consumidores.

De acuerdo con lo anteriormente planteado, se desarrolló un plan de Marketing para SAAC LTDA. En el que aplica el conocimiento adquiridos durante el plan de estudios, con el fin de brindar un proceso de planeación de mercado eficiente que garantice el éxito de la empresa.