



MODELO DE SERVICIO DE INGENIERIA “RS INGENIERIA E INVERSIONES SPA”

PLAN DE MARKETING PARA OPTAR AL GRADO DE

MAGISTER EN MARKETING

Alumna: Yessica Carolina Quintero Abraham.

Profesor Guía: Sra. Leslie Valenzuela F.

Santiago, Octubre 2017

Contenido

- 1-Reseña..... 4
- 2-Resumen Ejecutivo 5
 - Oportunidad de Marketing..... 5
 - Propuesta 6
- 3- Tendencias del Macroentorno 7
 - 3.1 Situación Geográfica..... 7
 - 3.2 Situación Política 8
 - 3.3 Situación Económica..... 8
 - 3.4 Situación Sector Ingeniería en Chile 9
 - 3.5 Oportunidades..... 10
 - 3.6 Leyes que enmarcan a RS Ingeniería e Inversiones spa 12
 - 3.7 Análisis de Demanda..... 13
 - 3.8 Analisis del Atractivo de La Industria..... 15
- 4-Analisis de Situación Actual..... 24
 - 4.1 Análisis Interno 24
 - 4.2 Actividades de Soporte..... 24
 - 4.3 Actividades Primarias 26
- 5-Analisis FODA..... 32
- 6-La Estrategia 33
 - 6.1 Declaración Propuesta de Valor 33
 - 6.2 Declaración de la Estrategia de Negocio 34
 - 6.3 Segmentación de Clientes..... 35
 - 6.4 Perfil del Cliente 39
 - 6.5 Mercado Objetivo 39
 - 6.6 Competidores Directos..... 42
 - 6.7 Posicionamiento..... 43
- 7. Plan de Marketing 50
 - 7.1 Objetivos..... 50
 - 7.2 Estrategia de Marketing 7ps 53

7.2.1 Propuesta Comunicacional	54
7.2.2 Estrategias de Relacionamiento.....	60
7.2.3 Desarrollo de Propuesta de Valor	61
7.2.4 Personas.....	63
7.2.5 Evidencia Física.....	65
7.2.6 Precio.....	67
7.2.8 Promoción.....	75
7.2.9 Procesos.....	78
7.2.10 Servicios	80
8. Presupuesto.....	81
9. Indicadores de Control	82
10- Conclusiones.....	83
11- Anexo	85
Encuesta Realizada.....	85
12- Bibliografía.....	91

1-Reseña

RS Ingeniería e Inversiones tuvo sus inicios hace solo 2 años en el 2015. El 18 de agosto del 2015 iniciaron sus primeras gestiones de oficina y diez días después el 28 de agosto su primer proyecto, comenzando sus trabajos desde casa y en noviembre de ese mismo año mudaron sus actividades al edificio Príncipe de Gales 5921, ocupando una oficina pequeña. Para el 2016 tres (3) Personas el actual Gerente de Proyectos, el Gerente Comercial y el Gerente de Ventas llevaban la totalidad de la empresa continuando su crecimiento periódico básico y mudando sus instalaciones dentro del mismo edificio, pero a una Oficina más grande.

Así RS Ingeniería decidió buscar propuestas más grandes que exigían mayor capacidad financiera y por ende mayor riesgo, para centrar sus esfuerzos en este tema decidieron contratar personal administrativo que realizara todo el trabajo de oficina y se dispusieron a enfocar su visión en ventas y proyectos. El primer semestre de 2017 generó altas expectativas en sus dueños y alianzas estratégicas importantes como la de Pires de Brasil fueron claves para la proyección de un futuro esperanzador.

Sus Dueños comentan: “estos primeros resultados nos llenan de esperanza en un futuro halagüeño. No tenemos la infraestructura que vemos en otras organizaciones, pero nuestras instalaciones, - tal vez pequeñas, pero funcionales – dejan una buena impresión a las visitas que recibimos en la oficina. La presencia que queremos marcar en nuestro rubro aún no ha sido autilada por el mercado, pero ya se habla de lo que estamos proponiendo con nuevas ideas y aplicaciones para una realidad expectante de proveedores y clientes.

2-Resumen Ejecutivo

RS Ingeniería es una empresa enfocada en la realización de proyectos que dan soluciones a problemas de revestimiento, impermeabilización y refuerzo estructural, a su vez ofrecen el servicio de la implementación del proyecto. Esta empresa tuvo sus comienzos a mediados de 2015 cerrando con ventas de \$ 87.213.953 y contando solo con 3 personas fijas como trabajadores quienes a su vez eran los socios de la misma. Esto solo fue el comienzo pues para el año 2017 decidieron tomar el paso de crecer, contratar empleados capacitados para hacer todos los trámites administrativos y empezar a enfocar sus esfuerzos en las ventas y el reconocimiento de la empresa en el medio, esto trajo frutos para junio de 2017 ya contaban con más de 80 personas en el equipo de trabajo y con ventas de \$ 630.431.134 alianzas con empresas brasileras y proveedores dieron el paso a crecer. RS Ingeniería es una empresa nueva en el mercado, que se atreve a llegar a los trabajos más complejos de la industria y busca ser reconocida por sus logros, pero para esto queda un fuerte trabajo comunicacional de parte del área de marketing.

Oportunidad de Marketing

Aún no se ha realizado un estudio de marketing para enfocar la inversión en marketing tanto publicitariamente, como en eventos, y es necesario diseñar todo lo referente a las herramientas webs, se encuentra en planificación el lanzamiento de la nueva página, logos y nueva imagen de la empresa. Es volver a empezar, pero con historia y buscando conocer las realidades del mercado y de sus competidores para encontrar eso que los diferencie del resto. El negocio está comenzando a llegar a su fase media, sobrevivió los años más complejos, donde la inversión de parte de los socios era vital para mantener la empresa en ritmo.

Para esto se debe armar un plan de marketing enfocado en indagar a los tres (3) nichos que este atiende:

- Minería
- Construcción
- Industria

Buscando siempre expandir el conocimiento y recordación de la Empresa en los clientes ya fidelizados y en un mercado lleno de oportunidades.

Con esto la empresa puede duplicar los proyectos a postular, y aumentar los proyectos ganados, de igual manera esto implicaría ampliar el equipo de trabajo y triplicar las ganancias.

Esta empresa viene trabajando con un estilo de marketing únicamente relacional, buscan a los clientes desde el 2015. El último año han tenido un crecimiento exponencial debido principalmente al reconocimiento de los clientes quienes han recomendado los servicios de la empresa a otros clientes. Sin embargo, Al revisar las estrategias utilizadas por la competencia se puede constatar que las empresas competidoras con más años de trayectoria utilizan el marketing comunicacional, buscan ser recordados, llevar información a sus clientes potenciales, y lo que ninguno ha logrado hacer aun es entender que los tres nichos (Minería, Construcción, Industria) tienen necesidades distintas y muy específicas a las cuales hay que atender por separado y segmentando el mercado de acuerdo a cada nicho y atendiendo las necesidades de cada uno.

Propuesta

Plan comunicacional con uso de:

1. Redes Sociales:
 - ✓ LinkedIn (Información Diaria)
 - ✓ YouTube
2. Página Web Actualizada (Mensual)
3. Cambio de Imagen (Logo-colores): Buscando concatenar las alianzas con otras empresas y lograr coherencia en el mensaje.
4. Eventos (mínimo cuatro eventos al año)

3- Tendencias del Macroentorno

3.1 Situación Geográfica

La República de Chile se encuentra entre el océano Pacífico y la cordillera de los Andes, en el extremo sur occidental del continente americano. Limita al norte con Perú, al noroeste con Bolivia, al este con Argentina, al oeste y sudoeste con el océano Pacífico y al sur con el paso de Drake, con una superficie total de 756.626 Km². Además, Chile reclama la soberanía sobre 1.250.000 Km² de territorio antártico en el que posee bases científicas y militares. La longitud del país es de 4.270 Km. (desde su frontera con Perú hasta el cabo de Hornos), con una anchura media de 200 Km., (máxima de 468 Km. y mínima de 90 Km.). Su geografía e caracteriza por grandes contrastes y diversidad en el terreno, que incluye grandes zonas desérticas en el norte del país, zonas montañosas con nieves perpetuas y paisajes polares en su extremo sur. La gran extensión de este país permite tener una amplia variedad de climas que van desde la aridez del desierto en el norte hasta las lluvias torrenciales en la zona sur. Según los datos del Instituto Nacional de Estadística, la población de Chile en 2002 ascendía a 16.736.740 habitantes. Aunque la densidad demográfica es de 21,5 Hab./Km², la mayor densidad de población se encuentra fundamentalmente alrededor de enclaves urbanos, destacando la Región Metropolitana con un 40% de la población y sus regiones limítrofes como las zonas más pobladas del país. La distribución de sexos es muy pareja, correspondiendo un 49% a chilenos y un 51% a chilenas. En cuanto a edades, la población entre los 15 y los 64 años supone un 68% de la población, siendo los menores de 14 un 24% y los mayores de 65 un 8%. En Chile conviven distintos grupos étnicos: el 77% de la población es mestiza, el 20% son descendientes de españoles y el 3% restante pertenece a la etnia indígena mapuche. En lo que a la religión se refiere, no existe ninguna religión oficial, aunque el 76,7% de la población chilena se declara católica, un 12,4% es evangélica y un 3% profesa otras religiones. El idioma oficial del país es el español. La distribución de la riqueza y el porcentaje de población en situación de pobreza son dos aspectos relevantes del marco social chileno.

3.2 Situación Política

Como lo consagra la Constitución Política de 1980, Chile es un país unitario, con un territorio dividido en 15 regiones. La soberanía radica esencialmente en la nación, quien la ejerce a través de la elección de sus representantes por medio del sufragio o tomando decisiones particulares a través del plebiscito (plebiscito se le dice en griego a la petición de algo a través de la plebe)

El sistema político chileno es la democracia republicana. Pese a existir una división clásica de los poderes, los politólogos concuerdan en que la Constitución de 1980 define otros poderes o funciones, como las del Tribunal Constitucional, el Banco Central, el Consejo de Seguridad Nacional y otros órganos.

La forma de gobierno es la República presidencial, lo que básicamente se traduce en que el presidente de la República es a la vez Jefe de Estado y Jefe de Gobierno. Consecuentemente, Según su Constitución vigente desde 1980 esta autoridad se han concentrado amplias facultades, entre las que se cuentan: la iniciativa exclusiva en diversas materias de ley, la imposición de estados de excepción constitucional, la posibilidad de dictar Decretos con Fuerza de Ley (previa ley delegatoria de facultades por parte del Congreso), la convocación a plebiscitos y, naturalmente, el nombramiento de los ministros de Estado, y un cuerpo importante de funcionarios que colaboran con él en la administración del Estado, entre otras.

3.3 Situación Económica

En las últimas décadas, Chile ha sido una de las economías de más rápido crecimiento en Latinoamérica. Esto le ha permitido una importante reducción de la pobreza. Por ejemplo, entre 2000 y 2015, la proporción de la población considerada pobre (US\$ 4 por día) se redujo del 26 a 7.9 por ciento.

Sin embargo, el crecimiento se ha desacelerado de un pico de 6.1 por ciento en 2011 a 1.6 por ciento de en 2016 debido a que la caída de los precios del cobre ha repercutido negativamente sobre la inversión privada y las exportaciones. En este contexto, el desempleo se ha mantenido relativamente estable debido fundamentalmente al aumento del autoempleo ya que el empleo asalariado ha perdido impulso.

Como es de esperar, la política fiscal ha sido contra-cíclica: el balance del gobierno central pasó de un superávit del 0.6 por ciento del PIB en 2012 a un déficit del 2,8 por ciento

en 2016. El bajo crecimiento económico y los menores precios del cobre afectaron negativamente los ingresos fiscales, neutralizando parcialmente los efectos de la reforma tributaria mientras que por el lado del gasto el gobierno expandió el gasto como resultado de la reforma educativa y la política fiscal contra-cíclica. En el frente externo, a pesar de la reducción del precio del cobre, el déficit en cuenta corriente se ha reducido de un pico de 4.2 por ciento del PIB en 2013 a 1.4 por ciento en 2016 debido a la contracción de la inversión privada y la reducción de los retornos de las inversiones extranjeras.

Según el Banco Mundial en su artículo publicado el Abr 13, 2017 espera que el crecimiento se recupere gradualmente a medida que las expectativas privadas mejoren de la mano del aumento del precio del cobre. Así mismo, se espera que el déficit fiscal se reduzca gradualmente, dado que la política fiscal está muy bien anclada en la regla del balance estructural, y además porque se espera que los ingresos fiscales sean favorecidos por la recuperación económica y la mejora del precio del cobre. El déficit en cuenta corriente también caería paulatinamente debido a que la mejora en los precios internacionales del cobre aumentaría las exportaciones, compensando por el posible incremento en las importaciones que pueda generar una posible recuperación de la inversión privada. El manejo macroeconómico y fiscal responsable proporciona una base sólida para lograr un crecimiento más inclusivo.

El Fondo Monetario Internacional (FMI) redujo a un 1,7% la proyección de crecimiento para Chile en 2017, mientras proyectó un 2,3% para 2018.

La proyección del informe Panorama Económico Mundial, reduce la expectativa del organismo de enero, cuando pronosticó un crecimiento de 2,1% para este año 2017 y un 2,7% para 2018.

3.4 Situación Sector Ingeniería en Chile

La industria de ingeniería cerró 2016 con un retroceso de 11% en comparación con el año anterior. De acuerdo a los datos de la Asociación de Empresas Consultoras de Ingeniería de Chile (AIC) 2016, la tendencia a la baja se verificó en todas las áreas medidas, liderada por la ingeniería de detalles -ligada a la inversión-, que retrocedió 32,2% anual y seguida de la actividad pre inversiones que disminuyó 10,3%, mientras que la gestión de la construcción e inspectores marcó un leve retroceso de 1%. La situación se repitió al realizar

el análisis por sectores económicos, ya que en siete de las cinco áreas el resultado fue menor al del año anterior.

En la minería, el rubro con mayor participación en las tareas de consultorías de ingeniería, la actividad acusó un descenso de 17,6%, mientras que el mayor lo marcaron los trabajos catalogados en otras áreas con una caída de 49%. En energía se registró una disminución de 5,3%, similar a la de infraestructura en general (-5,2) y algo más alto que en la Infraestructura hidráulica-sanitaria (-3,3%). Los únicos dos sectores que lograron escapar de los tropezones en 2016 fueron industria (36%) y edificación urbana (5,2%). **Las principales minas del país existen en la zona de Antofagasta**, destacándose los yacimientos estatales de Chuquicamata (la mina a tajo abierto más grande del mundo) y Radomiro Tomic, y las privadas La Exótica y La Escondida. También se extraen otros minerales como plata, molibdeno, oro, litio, hierro, yodo, carbonato de calcio y cuarzo, debido a la abundante riqueza mineral de sus suelos.

Históricamente, la mayoría de los proyectos de ingeniería se han desarrollado en el área de minería y hoy se mantiene como la actividad principal. Hoy el porcentaje de servicios que se realizan en ese sector ha ido cayendo luego de marcar un 57% del total en 2012. Actualmente, el 48% del trabajo de las empresas de ingeniería se destina a la minería, el menor porcentaje desde 2010.

En contraposición, han ganado terreno los proyectos de infraestructura en general, con 29% del total y en energía, con 12%. Del porcentaje restante, las dos áreas de infraestructura se quedan con 4% cada una, mientras que la industria concentra 3% y otros sectores 1%

3.5 Oportunidades

Según la Asociación de Empresas Consultoras de Ingeniería de Chile (AIC), hay sectores que presentan fuertes déficit en materia de infraestructura como pueden ser:

-Sistemas de aguas lluvias para prevenir inundaciones en las ciudades. Este sistema has ido ejecutado parcialmente, aunque ya están identificados hace 3 años los puntos donde se debe invertir. En concreto se hacen necesarios en regiones.

- Línea seis del metro de Santiago.

- Ampliaciones de Aeropuertos.

-Plan Integral de pavimentación de calles del Gran Santiago (este, además ayudaría a disminuir la contaminación por material particulado)

- Continuación del sistema de concesiones especialmente en los campos viales, hospitalario, portuario y de cárceles.

La Asociación AIC cuenta con la presencia de empresas de ingeniería de consulta que suponen un 70% de la ingeniería que se realiza en el país y están presentes en todas las áreas de la economía nacional. A continuación, se muestra cuáles son las principales empresas de ingeniería de consulta asociadas a AIC según su volumen de facturación.

Empresa	Actividad	Año Fundación	Trabajadores Profesionales	Técnicos	Otro personal	Facturación Anual (US\$)
SKM Minmetal	Servicios de Ingeniería y Administración de Construcción	1974	418	171	156	48.054.707
Amec-Cade	Consultoría de Gestión	1959	227	300	75	48.000.000
Ingendesa	Consultoría de Ingeniería	1990	459	185	48	39.100.000
Ara- Worley Parsons	Ejecución de Proyectos de Ingeniería	1961	272	137	64	35.100.000
Poch	Ing. de proyectos, inspección técnica de obras, gestión de proyectos, gestión de la construcción, medio ambiente	1989	291	69	21	25.100.000
Arcadis Geotecnia	Consultoría de Ingeniería	1983	170	40	39	20.635.593
R & Q Ingeniería	Consultoría de Ingeniería	1977	260	215	145	16.500.000
Golder Associates	Ingenieros consultores en ciencias de la tierra y medioambiente	1996	107	17	12	14.300.000
Ingelog	Consultoría de Ingeniería	1991	150	107	41	12.000.000
Dessau Ingentra	Servicios de Ingeniería, exportación de serv. De ingeniería	1999	95	38	15	10.600.000

Fuente: José Luis Delgado en su estudio "Ingeniería en Chile"

3.6 Leyes que enmarcan a RS Ingenieria e Inversiones spa

- Leyes generales de prevención como:

Decreto 40 Ley 16.744- Accidentes y enfermedades Profesionales

Artículo 1°.- Declárase obligatorio el Seguro Social contra Riesgos de Accidentes del Trabajo y Enfermedades Profesionales, en la forma y condiciones establecidas en la presente ley.

Por esta Razón la empresa debe estar Inscrita en alguna Mutual de Seguros y afiliarse a todos sus empleados a la misma, pagando un porcentaje mensual por el mismo.

Decreto 54- Comité Paritario

En toda empresa, faena, sucursal o agencia en que trabajen más de 25 personas se organizarán Comités Paritarios de Higiene y Seguridad, compuestos por representantes patronales y representantes de los trabajadores, cuyas decisiones, adoptadas en el ejercicio de las atribuciones que les encomienda la Ley N° 16.744, serán obligatorias para la empresa y los trabajadores. Si en una empresa existieren diversas faenas, sucursales o agencias y en cada una de ellas se constituyeren Comités Paritarios de Higiene y Seguridad, podrá asimismo constituirse un Comité Paritario Permanente de toda la empresa y a quien corresponderán las funciones señaladas en el artículo 24 y al cual se le aplicarán todas las demás disposiciones de este reglamento.

El comité paritario puede representar altos costos en personal, cambios dentro de la cultura organizacional de la empresa y liderazgos fuera de la gerencia que podrían llevar el rumbo de la empresa a un objetivo que no represente el objetivo de sus accionistas.

El Decreto Supremo N.º 67, emitido por el Ministerio del Trabajo y Previsión Social en el año 1999 y que rige desde el 2001, establece el Nuevo Reglamento para la Determinación de la Cotización Adicional Diferenciada del Seguro de Accidente del Trabajo y Enfermedades Laborales. Esto implica que las mutualidades están obligadas a evaluar las Tasas de Cotización de sus empresas afiliadas cada cierto periodo.

Esta evaluación se realiza con una periodicidad de dos años, donde la primera de ellas se ejecutó en el 2001. Desde ese momento en adelante, cada año impar los

organismos administradores de la Ley 16.744 o mutualidades han debido revisar las tasas de cotización de sus afiliados, por lo que este año 2017 corresponde una nueva evaluación.

Toma en consideración, dependiendo de las cotizaciones existentes, los dos o tres últimos años:

- Julio 2014 a Junio 2015
- Julio 2015 a Junio 2016
- Julio 2016 a Junio 2017

Considera los días perdidos, las invalideces y muertes, producidas a raíz de un accidente o enfermedad laboral, exceptuando los accidentes de trayecto y los sufridos por los dirigentes sindicales en sus labores gremiales.

Este decreto afecta sustancialmente la utilidad de la empresa puesto que en la actualidad por ser empresa de ingeniería y contar con menos de 2 años de afiliada, RS Ingeniería cancela el % porcentaje más alto cobrado por la asociación chilena de seguridad por cada trabajador. Esto aumenta sustancialmente los presupuestos por lo que empresas con más tiempo de afiliación y creación cuentan con una ventaja superior al momento de presupuestar su mano de obra.

- **Ley 2005-27**

Responsabilidad solidaria y subsidiaria.

3.7 Análisis de Demanda

Minería

La minería es el sector productivo que más requiere servicios especializados de las empresas de ingeniería de consulta por esta razón **el 50% de la actividad de las compañías que agrupa la Asociación de Empresas Consultoras de Ingeniería de Chile (AIC)** recae en este rubro.

El presidente de esta entidad gremial, Elías Arze, explica que en general, en los últimos años ha habido una mayor especialización en todas las áreas, pero dado que Chile es un país minero, es este sector el que demanda mayor desarrollo en lo referente a nuevas técnicas y especialidades. En este rubro existe la posibilidad de prestar servicios continuos

de mantenimientos de infraestructuras, trabajando de la mano con el cliente en largos plazos **(obras entre 3 meses y 1 año que pueden ser recontractadas)**.

Construcción e Industria

A estos sectores se les hace más complejo realizar evaluaciones de demanda en las empresas por el **requerimiento de los clientes sobre la confidencialidad de sus operaciones. La demanda de trabajos en este sector va directamente relacionada a temas que no logran llevar a cabo las constructoras**, o problemas dentro de establecimientos industriales donde en ambos casos deben ser atacados con urgencia y premura, por lo que no cabe realizar una evaluación del mercado ya que la demanda que tengan estos sectores no afecta directamente a la demanda de trabajos por parte de la empresa. **La idea en estos sectores es generar alianzas estratégicas para asegurar la continuidad de los trabajos** y estar en constante aprendizaje en la frontera del conocimiento de las nuevas técnicas de reparación.

Construcción

La industria de la construcción está viviendo una caída que no se explica solamente por el ciclo económico. Esa es la conclusión del gerente de Estudios de la Cámara Chilena de la Construcción (CChC) En relación a la cifra sectorial obtenida en febrero 2017. El Índice Mensual de Actividad de la Construcción (IMACON) mostró una caída anual de 4,7% en el referido mes. La actividad suma seis meses con variaciones negativas y Javier Hurtado aseguro que es probable que en esta oportunidad se esté además ante la presencia de un cambio más bien estructural en cuanto al nivel de dinamismo del sector, que tendería a tasas de crecimiento más moderadas producto de la normalización del ciclo de inversiones mineras y el menor precio del cobre.

Industria

La actualización -al primer semestre- de los planes de inversión de las empresas con proyectos de inversión ingresados al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA), reportó que el número de personas requeridas para construir y operar dichos proyectos asciende a 402.049 trabajadores, lo que representa un crecimiento de 10% respecto de junio de 2016. Este resultado revierte parte del negativo desempeño observado en los últimos cuatro años. La valoración de los planes de inversión a junio de 2017, suman US\$178.394 millones, lo que representa un alza de 7,4% respecto al mismo periodo del año anterior.

Tabla de influencia conclusión

Causa - Efecto	Situación Geografica	Situación Política	Situación Económica	Leyes	Situación Ingeniería en Chile
Rs Ingeniería e Inversiones	Dada su Ubicación cuenta con un mercado amplio de Cobre. Siendo así una enorme potencia para trabajos de mantenimiento de infraestructuras y plantas mineras para su buen Funcionamiento, Por otro lado se encuentra en medio de una falla geografica que constantemente deja infinidad de lecciones en las infraestructuras del país.	A pesar de los bajos estandares que se tuvo en cuanto al crecimiento economico de Chile los ultimos años, Se estima que luego de las elecciones precidenciales del proximo año mejoren notoriamente los indices de crecimiento, en la actualidad las inversiones se encuentran paralizadas por la insertidumbre politica afectado directamente las ventas de la empresa.	El entorno en que se encuentra la empresa es deficiente, los indices de crecimiento del país han bajado, Sin embargo se estima crecimiento para el proximo año,	Decreto 40 Ley 16.744 La empresa debe estar Inscrita en alguna Mutual de Seguros y afiliarse a todos sus empleados a la misma, pagando un porcentaje mensual por el mismo. Decreto 54- Comité Paritario: El comité paritario puede representar altos costos en personal, cambios dentro de la cultura organizacional de la empresa y liderazgos fuera de la gerencia que podrían llevar el rumbo de la empresa a un objetivo que no represente el objetivo de sus accionistas. El Decreto Supremo N.º 67: afecta sustancialmente la utilidad de la empresa puesto que en la actualidad por ser empresa de ingeniería y contar con menos de 2 años de afiliada, RS Ingeniería cancela el % porcentaje más alto cobrado por la asociación chilena de seguridad por cada trabajador. Esto aumenta sustancialmente los presupuestos por lo que empresas con más tiempo de afiliación y creación cuentan con una ventaja superior al momento de presupuestar su mano de obra.	Minería: En este sector más del 50% de los requerimientos son de ingeniería por lo que la empresa tiene un amplio campo de acción donde puede ofrecer sus servicios y mostrar sus nuevas técnicas de aplicación y trabajo. Construcción e Industria: la mayoría de los clientes piden confidencialidad. La demanda de trabajos en este sector va directamente relacionada a temas que no logran llevar a cabo las constructoras, o problemas dentro de establecimientos industriales donde en ambos casos deben ser atacados con urgencia. No son demandas continuas, ni se puede establecer una media o hipótesis de trabajos al año.

Fuente: Propia

3.8 Analisis del Atractivo de La Industria

Análisis Modelo Porter

Para este análisis se utiliza el modelo de Porter, el cual se define “un modelo estratégico para analizar el nivel de competencia dentro de una industria, y poder desarrollar una estrategia de negocio” Las cinco fuerzas de Porter plantean el hecho de que la competencia en un sector industrial va más allá de analizar los competidores. Ya que las decisiones de Los clientes, proveedores, sustitutos y competidores potenciales afectan con mayor o menor impacto dependiendo del grado de relación con la empresa.

La industria en la que en la actualidad compete Rs Ingeniería es la asesoría y servicios de ingeniería En lo que concierne al revestimiento, impermeabilización o refuerzo de las estructuras.

Estrategia competitiva

En este caso la estrategia implementada por la empresa Rs Ingeniería es la diferenciación dentro del rubro, considerando así que deben demostrar esa cualidad que solo Rs Ingeniería posee.

Diferenciación

La diferenciación exige la creación de algo que sea percibido como único en toda la industria. En este caso RS Ingeniería se diferencia ya que se incorporan dentro de la cadena de valor del cliente, entendiendo y agregando valor a sus procesos de manera eficaz.

Poder de Negociación con Proveedores

Hay varias características que indican el grado de poder de un proveedor y una de esas es que puedan ser capaces de aumentar sus precios sin que esto tenga un efecto perjudicial sobre el volumen de sus ventas. Otra es la capacidad de crear acuerdos informales o incluso formales que controlan los precios y la oferta.

En este caso la empresa RS Ingeniería cuenta con negociaciones firmes con tres (3) proveedores nacionales SIKA, BAFS y MC BAUTEC. Estos tres proveedores entre si son competidores, a quienes les interesa vender más productos, sin embargo estos proveedores necesitan que su producto sea bien instalado para que el cliente quede satisfecho y no haya errores en la aplicación. Por lo que RS Ingeniería les ofrece comprar su producto siempre y cuando ellos los recomienden a otros como aplicadores de sus productos.

RS Ingeniería por ende goza de una ventaja en esta negociación ya que cuenta con el stock de productos del proveedor de fácil acceso, grandes cantidades, lo que reduce la inversión de capital de trabajo y almacenamiento además de prevenir las perdidas en compras de productos que puedan quedarse estancados. "Se Compra Lo Que Se Usa".

Poder de Negociación con Clientes

Al realizar el análisis del poder de negociación del cliente de Porter, plantea que si el poder de negociación del cliente es bajo, la industria es más atractiva y aumenta el potencial de ganancias para el proveedor, y si el poder de negociación del cliente es alto la industria es menos atractiva y disminuye el potencial de ganancias para el proveedor. El poder de

compra es uno de los factores a tener en cuenta al analizar el entorno estructural de una industria utilizando el marco teórico de las cinco (5) fuerzas de Porter.

En el caso de RS Ingeniería es posible observar que pertenece a una industria donde el servicio que se presta es poco replicable, los proveedores de este servicio a pesar de que son numerosos existir varios, no cuentan con la misma experticia y factibilidad al momento de realizar los trabajos o prestar el servicio requerido, de igual manera resulta complejo para los clientes tener una evaluación previa de los servicios que podrían prestar los potenciales proveedores esto es de difícil medición para los clientes además de no contar con las herramientas ni técnicas necesarias para resolver los problemas especializados que requieren hacerlo solos o para saber los costos asociados o involucrados en exactos de una licitación. Por las razones expuestas, podría considerarse que la empresa se encuentra en una industria donde el poder de negociación del cliente es bajo por lo cual la industria se muestra realmente atractiva para invertir.

Amenazas de nuevos Entrantes

Las barreras de entrada son altas, por lo que la amenaza de nuevos entrantes se considera medio-bajas.

Para este análisis es importante considerar las inversiones en activos fijos que se requieren para iniciar operaciones tales como: la localidad de la empresa, vehículos para transporte de materiales y personal de terreno, además la inversión inicial que debe realizarse para la ejecución de una obra. Las empresas que deseen entrar al rubro necesitan una fuerte base económica para mantenerse y sobrevivir los primeros años. Por otro lado la fidelización de los clientes hoy en día es muy alta, los clientes del rubro de la ingeniería buscan tener confianza en sus proveedores pues los trabajos a realizar son de vital importancia para su cadena de valor y producción.

Amenazas sustitutos

La amenaza de sustitutos Es generalmente mayor cuando el valor de un producto o servicio no es relevante es decir si el precio y las características de este no son únicos. Esto puede afectar a una empresa en aquellos casos como por ejemplo cuando el precio de un producto o servicio similar en el mercado es cada vez menor. A medida que aparecen más sustitutos, la demanda se hace más elástica y el precio de los productos se hace más

vulnerable. Si el precio de los sustitutos baja, los fabricantes pueden asegurarse subiendo los precios o la propia las empresas se ven forzadas a bajar sus propios precios para poder competir en el mercado. Los sustitutos también pueden venir de fuera de la industria del producto original y ocasionar los mismos efectos y pueden servir para la misma función o para un propósito similar.

Los sustitutos en el rubro siempre serán una amenaza, existe siempre la posibilidad de que otro ingeniero u otra empresa de ingeniería de una solución mejor a la de RS Ingeniería, en todo caso el cliente elegirá de acuerdo con la experiencia y experticia del personal y de las técnicas utilizadas. En este sentido, se concluye que la amenaza de sustitutos es alta, considerando que el mercado cuenta con competidores competentes que pueden generar soluciones apropiadas y a costos accesibles.

Rivalidad y Competidores

Minería

Minería RS Ingeniería e Inversiones

Empresa	Servicios	Factores de Éxito	Estrategias de Marketing	Años de Experiencia
Rs Ingeniería	Mantenimiento Industrial	Alianzas Estratégicas, Técnicas de aplicación.	Marketing Relaciona. Pagina Web.	2 Años de Experiencia
	Construcciones Obras Civiles			
	Operaciones Unitarias de Procesos Mineros			
	Ingeniería (Diseño-Cálculo)			
	Refuerzos Estructurales			

Empresa	Servicios	Factores de Éxito	Estrategias de Marketing	Años de Experiencia
Eleccon	Movimiento de Tierra	Años de Trayectoria adecuada y bajo un perfil que ha aportado soluciones a sus clientes	Marketing Relacional Pagina WEB	19 años
	Ingeniería			
	Fabricación y Montaje Industrial			
	Obras Civiles General			
Emin	Movimiento de Tierra	Años de Trayectoria adecuada y bajo un perfil que ha aportado soluciones a sus clientes	Marketing Relacional Pagina WEB	33 años
	Piping			
	Obras Civiles General			
	Geosinteticos			
Tapsa	Asesorías, elaboración de proyectos y ejecución de obras de Impermeabilización	ISO 9001-2008 Primera asociación gremial de impermeabilización de Chile	Marketing Relacional Pagina WEB Entrevista ASIMP Chile Presentación en feria internacional de la industria alimentaria	15 años
	Instalación de pisos industriales de poliuretano cementicio antibacterianos			
	Cubiertas verdes			
Geoinyecta	Inyecciones de lechada de cemento y resinas	Años de Trayectoria adecuada y bajo un perfil que ha aportado soluciones a sus clientes	Marketing Relacional Pagina WEB	21 años
	Reparaciones estructurales de hormigón por medio de inyecciones de resina e impermeabilizaciones			
	Fortificación			
	Sondajes geotecnicos			
Emsif	Impermeabilización	Tecnología	Marketing Relacional Pagina WEB	2 años
	Protección de superficies			
	Revestimiento industrial			
	Obras Civiles Menores			
	Refuerzo estructural			

Fuente: Propia

Construcción

Construcciones RS Ingeniería y Servicios

Empresa	Servicios	Factores de Éxito	Estrategias de Marketing	Años de Experiencia
Rs Ingeniería	Mantenimiento Industrial	Alianzas Estratégicas, Técnicas de aplicación.	Marketing Relaciona. Pagina Web.	2 Años de Experiencia

CONSTRUCCION

Competencia	Servicios	Factores de Éxito	Estrategias de Marketing	Años de Experiencia
Ingelab	Restauración de Estructuras	Ha establecido una relación de trabajo con partners estratégicos de gran importancia en el rubro de la ingeniería y los químicos para la construcción, regulados bajo la norma ISO 9001	Marketing Relacional Pagina WEB	50 AÑOS
	Reparación de Estructuras			
	Mantenimiento de Estructuras			
	Cambio de uso de Estructuras			
Elementa	Refuerzo Estructural	Llevar mucha información al mercado y han realizado buenos trabajos.	Pagina Web. Presencia en diferentes convenciones. Youtube. Redes Sociales	13 AÑOS
	Reparación Estructural			
	Rehabilitación Patrimonial			
	Fibra de Carbono			
	I+D			
	Arriendo de equipos			
Raco	Obras Civiles		Pagina Web. Facebook.	36 Años
	Edificaciones			

CONSTRUCCION

Competencia	Servicios	Factores de Éxito	Estrategias de Marketing	Años de Experiencia
Tapsa	Asesorías, elaboración de proyectos y ejecución de obras de Impermeabilización	ISO 9001-2008 Primera asociación gremial de impermeabilización de Chile	Marketing Relacional Pagina WEB Entrevista ASIMP Chile Presentación en feria internacional de la industria alimentaria	15 años
	Instalación de pisos industriales de poliuretano cementicio antibacterianos			
	Cubiertas verdes			
Geoinyecta	Inyecciones de lechada de cemento y resinas	Años de Trayectoria adecuada y bajo un perfil que ha aportado soluciones a sus clientes	Marketing Relacional Pagina WEB	21 años
	Reparaciones estructurales de hormigón por medio de inyecciones de resina e impermeabilizaciones			
	Fortificación			
	Sondajes geotecnicos			
Emsif	Impermeabilización	Tecnología	Marketing Relacional Pagina WEB	2 años
	Protección de superficies			
	Revestimiento industrial			
	Obras Civiles Menores			
	Refuerzo estructural			

Fuente: Propia

Industrial

INDUSTRIA RS Ingeniería e inversiones

Empresa	Servicios	Factores de Éxito	Estrategias de Marketing	Años de Experiencia
Rs Ingeniería	Mantenimiento Industrial	Alianzas Estrategicas, Gerente de Operaciones con 28 años de experiencia,	Marketing Relaciona. Pagina Web.	2 Años de Experiencia
	Construcciones Obras Civiles			
	Operaciones Unitarias de Procesos Mineros			
	Ingeniería (Diseño-Calculo)			
	Refuerzos Estructurales			

Fuente: Propia

INDUSTRIA

Competencia	Servicios	Factores de Éxito	Estrategias de Marketing	Años de Experiencia
Contek	Contenedores de Barras	Políticas de trabajo basadas en un sistema de gestión de calidad y en un marco de desarrollo sustentable. Certificaciones Nacionales y Extranjeras otorgadas por Organismos Fiscalizadores Independientes, en el caso de Chile, con IDIEM y DICTUC. Uso de Tecnología Krystol.	Marketing Relacional Pagina WEB. Charlas. Presencia en Seminarios del Rubro. Feria The World Of Concrete WOC, de Tecnología.	11 Años
	Juntas de Dilatación			
	Soportes anti vibratorios			
	Placas de Apoyo			
Tapsa	Asesorías, elaboración de proyectos y ejecución de obras de Impermeabilización	ISO 9001-2008 Primera asociación gremial de impermeabilización de Chile	Marketing Relacional Pagina WEB Entrevista ASIMP Chile Presentación en feria internacional de la industria alimentaria	15 años
	Instalación de pisos industriales de poliuretano cementicio antibacterianos			
	Cubiertas verdes			
Geoinyecta	Inyecciones de lechada de cemento y resinas	Años de Trayectoria adecuada y bajo un perfil que ha aportado soluciones a sus clientes	Marketing Relacional Pagina WEB	21 años
	Reparaciones estructurales de hormigón por medio de inyecciones de resina e impermeabilizaciones			
	Fortificación			
	Sondajes geotécnicos			
Emsif	Impermeabilización	Tecnología	Marketing Relacional Pagina WEB	2 años
	Protección de superficies			
	Revestimiento industrial			
	Obras Civiles Menores			
	Refuerzo estructural			

Fuente: Propia

Según los cuadros antes expuestos se puede apreciar como la rivalidad de los competidores es Alta. Lo cual es consistente con la maduración que tiene este tipo de

servicios en la industria, ya que, aunque es un rubro con historia debe existir una constante evolución e innovación en las técnicas y productos a utilizar.

Barreras de Entrada y Salida

Para analizar las barreras a la entrada es necesario identificar las más relevantes:

- Diferenciación del producto -> Nivel Medio
- Poder de Negociación con Proveedores -> Nivel Alto
- Inversiones de Capital -> Nivel Alto

En el caso de las barreras de salida es importante identificar al igual que en el análisis de las barreras a la entrada, las más relevantes, es decir, se mencionan solo aquellas que para efectos de este estudio se consideran relevantes:

Relacionamiento -> Nivel Alto

Experiencia en el Rubro -> Nivel Alto

Costos Fijos -> Nivel Alto

Con base en lo anterior se hace apropiado interpretar que la industria de la ingeniería cuenta con unas barreras de entrada y salida complejas de niveles Altos. No es una industria de fácil acceso o fácil poder de inversión. Sin embargo eso no la deja de hacer una industria atractiva ya que si se cuenta con la capacidad financiera existe un mercado que tiene relativamente pocos competidores para la demanda que posee. Además, a pesar de que existen algunos competidores con buena reputación y percepción por parte de los clientes.

4-Análisis de Situación Actual

4.1 Análisis Interno

La Metodología utilizada es el análisis por cadena de Valor la cual se define según *Garralda* como “es una herramienta estratégica usada para analizar las actividades de una empresa y así identificar sus fuentes de ventaja competitiva.”

4.2 Actividades de Soporte

Infraestructura de la empresa

- Administración – Recursos Humanos
- Contabilidad Externo
- Gestión de Operaciones
- Gestión de ventas
- Marketing
- Proyectos

El Consorcio está conformado por ingenieros civiles e ingenieros mecánicos, con experiencia de más de 10 años, en la solución integral de proyectos de Reparación Estructural, Refuerzo Estructural y Revestimientos de Protección para estructuras de hormigón y metal.

La empresa cuenta con cuatro (4) Gerentes:

Gerente de Proyecto – Especializado en Ingeniería y proveniente de trabajos dirigidos al área industrial y de construcción

Gerente de Operaciones- Especializado en el Rubro de la Minería.

Gerente de Ventas- Especializado en Ventas, este ha trabajado en grandes empresas como SIKA, INL, entre otras teniendo cargos gerenciales.

Gerente Comercial- Especializado en Ingeniería de Construcción.

Además, cuenta con un encargado del área de marketing y un jefe de administración y recursos humanos para realizar todas las gestiones de compras, facturación, impuestos, documentos de contratación, seguros, exámenes médicos entre otros.

La estructura de la empresa agrega y genera valor interno pues busca crear lineamientos, jerarquías de poder y a su vez desea consolidar una cultura organizacional conjunta donde el personal se sienta con capacidades de crecer, de aprender y de dar lo mejor de sí para “Su” empresa, generando así poder de pertenencia y reflejando este hecho al momento de la interacción de cualquiera de sus trabajadores con el cliente.

Gestión de recurso Humano

Dentro de los reglamentos de la organización cuentan con un manual de procedimientos para incorporación de personal donde se miden capacidades personales y profesionales, perfiles de cargo, tratamientos inductivos a la empresa además de la toma de conocimiento de las normativas legales vigentes y las normas internas de RS Ingeniería e Inversiones. Buscando principalmente disminuir los comportamientos subjetivos y discrecionales en el personal, aumentar el conocimiento de las posibilidades de crecimiento dentro de la organización y a su vez captar personal capacitado que se sienta a gusto al trabajar dentro de la cultura organizacional que tiene la empresa la cual promueve un ambiente abierto a crecer y aprender en conjunto.

La cultura organizacional de RS Ingeniería e Inversiones enmarca un trato familiar, dirigido por el respeto a las jerarquías profesionales, dispuestos al trabajo en equipo y donde cada trabajador pueda responder efectivamente a los obstáculos que se enfrente. **Esto es parte fundamental de la cadena de valor de la empresa**, la base de la confianza de los clientes se encuentra en el grado de especialización y reconocimiento que poseen los integrantes de la empresa y la constancia que han mostrado y que les permite confiar en sus respuestas y resoluciones a sus problemas.

Desarrollo de Tecnología

Siempre a la vanguardia en innovación de respuestas a los clientes este proceso está dirigido por el gerente de proyectos y secundado por los talentos contratados para cada ramo o segmento del mercado. Cuenta con tecnología única y avanzada en impermeabilización procedente de Brasil producto de la alianza con la empresa Pires y G-Maia.

Importante valor agregado a la cadena de valor, la asociación con las empresas brasileras que ya poseen antigüedad y buena reputación en sus obras, da credibilidad a Rs

Ingeniería y sustenta la tecnología ya utilizada en el país vecino mostrando los buenos resultados obtenidos.

4.3 Actividades Primarias

Logística Interna

➤ Marketing y Venta

Marketing Digital

Rs Ingeniería cuenta con Pagina Web y publicaciones mensuales el LinkedIn donde se muestren los avances de obras y noticias de alcances de la empresa. En este aspecto la empresa se encuentra deficiente en sus publicaciones. La página web no es muy utilizada y solo sirve de referencia para existir en la red.

Fuerza de Venta

Su marketing va más asociado al uso del relacionamiento, por lo que la empresa contrató un vendedor directo para el área de Antofagasta. Los esfuerzos de la empresa se encuentran directamente orientados a aumentar sus ventas en el área minera para el 2018.

El proceso de Marketing y venta va regido por la Fuerza de Ventas, las buenas relaciones interpersonales, el vendedor especializado en productos de impermeabilización y los estudios de ingeniería civil lo cual trae un valor a la cadena de Rs Ingeniería proporcionando a los clientes toda la información relevante de nuestros servicios, técnicas y productos utilizados.

Promociones y Descuentos

Para lograr la fidelización del cliente la empresa ofrece descuentos negociados con los clientes donde si logran solo la adjudicación de una parte de la obra les ofrecen descontar de la licitación final la obra realizada además de un descuento total entre 5% y 10%.

Esta estrategia agrega valor a la cadena pues los clientes se sienten considerados, entienden que buscan trabajar de la mano con ellos sin afectar sus ganancia.

➤ Operaciones

Licitación de Proyectos

Principalmente el Gerente de Proyectos realiza todos los cálculos y planos referentes a obras de Minería aportando soluciones técnicas pensadas en la reducción de costos además de la emisión o revisión de Metodologías de trabajo. Estos planos y soluciones son posteriormente revisados y discutidos en reuniones donde participan: el Gerente comercial, Gerente de Ventas, Gerente de Operaciones, Gerente de Impermeabilización y una consultora externa experta en ingenierías de vialidad. Estos proyectos o licitaciones son enviadas al cliente para sus revisiones y ajustes, dentro de este proceso se realiza:

- Servicio de Proyecto de Ingeniería: Generando una solución intelectual al problema.
- Costeo del Servicio por ítem: Se evalúan las cantidades necesarias para abordar el proyecto, los costos de los materiales, costos de la mano de obra, utilidades de la empresa e implicaciones legales.
- Proyección de tiempos de Ejecución.
- Proyección de gastos de Maquinarias propias.
- Costeo de Ítem de maquinarias a arrendar.

En las **actividades donde buscan crear más valor** son en la generación de una solución intelectual de ingeniería al problema y en la proyección de los tiempos de ejecución.

Adjudicación de Proyectos

Al momento de Lograr la adjudicación de un proyecto se procede a enviar Orden de compra al área administrativa para la facturación del anticipo acordado. En tanto es facturado y debidamente cobrado se informa al Gerente de operaciones que la empresa se encuentra lista para comenzar los trabajos.

El Gerente de Operaciones delimita las obligaciones del administrador de obra o Supervisor (Esto dependiendo del tamaño de la obra delimitado por la cantidad de trabajadores que esta contenga). Dentro de estos lineamientos se informa:

- Presupuesto de Mano de obra aprobado
- Presupuesto de Elementos de Protección Personal.
- Presupuesto de Materiales

- Tiempo de Ejecución
- KPI necesarios para conseguir la bonificación final por obra terminada.
- Trabajadores a su Cargo

Este proceso no tiende a afectar directamente la cadena de valor proporcionada al cliente, sino más bien la cadena de valor interna donde se motiva a al personal designado a realizar los trabajos dentro de los parámetros y fechas establecidas para quedar bien frente al cliente final.

Compras

Rs Ingeniería cuenta con un proceso de compras descentralizado, las adquisiciones son realizadas directamente por los administradores de obra. En caso de ser compras a crédito pasan por un proceso de orden de compra donde los acuerdos de productos son directamente realizados por los administradores de obra sin embargo todo el marco administrativo de pago y legalización de documentos para los créditos es llevado por el área administrativa de la empresa.

Las Compras con proveedores estratégicos son realizadas directamente según acuerdos de la alta gerencia con los vendedores o gerentes de la empresa proveedora. Estos acuerdos en algunos casos vienen enmarcados en acuerdos legales donde se deja constancia del trato especial que tendrá Rs Ingeniería y los deberes de esta para que continúe en vigencia el acuerdo.

Por ende las compras o adquisiciones de la empresa cuentan con tres (3) procesos distintos:

- **Adquisiciones al Contado:** El Administrador de Obra o Supervisor designado hace uso del monto presupuestado por el Gerente de operaciones para la compra de materiales para la obra. Dentro de este monto entran materiales a crédito y al contado. El administrador toma la decisión de cual proveedor abastecerá la obra y se dirige directamente a tienda a realizar la compra.
- **Adquisiciones a Crédito:** Según previa solicitud del Gerente de Operaciones, el área administrativa realiza búsqueda de proveedores de algún material en específico y solicita abrir límite de crédito a 30 días como mínimo. Según lineamientos del proveedor se hace envío de ficha de cliente e información financiera que respalde el

crédito aprobado y posteriormente se toma este proveedor como único para la adquisición de dicho material en específico.

- **Adquisición de Materiales Estratégicos:** La Alta Gerencia (Proyectos-Comercia-Ventas) Realizan el acercamiento con el proveedor acordando reuniones de negociación donde exponen las ganancias que el proveedor puede tener al RS ingeniería ser el aplicador de su producto. Acordando precios especiales, plazos cortos de entrega, stock abierto, créditos entre 30 y 60 días, además de contactos directos con clientes de sus proveedores de materiales. De esta manera buscar enlazar ambas compañías a trabajar de la mano y atraer utilidades para ambas.

Las ventajas de la descentralización de las Compras:

- Las decisiones son tomadas por administradores que poseen una visión global de la empresa.
- Quienes toman decisiones están mejor entrenados que quienes están en fuera del entorno de faena u Obra.
- Elimina la duplicación de esfuerzos.
- Ciertas funciones logran una mayor especialización y aumento de habilidades.
- Las líneas de comunicación más distanciadas ocasionan demoras y un mayor costo operacional.

Desventajas de la descentralización de las compras:

- Al haber mayor nº de personas involucradas, crece la posibilidad de que haya distorsiones y errores personales en el proceso

Logística Externa

➤ **Entrada a Faena u Obra**

El administrador de obra en conjunto con el prevencionista asignado debe entregar:

- Contrato de Trabajadores
- Copia de Rut de trabajadores
- Antecedentes Penales de Trabajadores
- Exámenes Médicos (Solicitados por área administrativa a proveedor)

- Charla de inducción a obra: Consta de explicar el proyecto, las metas acordadas, las posibles bonificaciones, además de hacer constar el reglamento interno, normas de higiene y prevención. Estas charlas son debidamente registradas con formatos firmados donde el trabajador deja constancia de haber recibido toda la información.

El Área Administrativa hace envío de toda la información financiera, Laboral y Certificados solicitados por el mandante para el inicio de la obra.

Estos certificados y trámites producen una fuerte ventaja competitiva pues las empresas mandantes o clientes sienten confianza frente a una empresa transparente y que lleva toda la información a sus trabajadores. Es importante resaltar que si una empresa de ingeniería que realiza trabajos para mandantes o clientes 3eros y esta empresa incumple alguna ley de trabajo, la empresa mandante actúa como responsable solidario y subsidiario.

➤ **Servicio**

Se procede a implementar el servicio en obra o faena en el siguiente cuadro se especifica cada proceso de servicio:

Área	Especialidad	Elemento	Sistema
Estructural	Reparación	Estructuras de hormigón	Morteros
			Grouts
			Inyección Epóxicos
			Inyección Poliuretanos
			Inhibidor Corrosión
Anclaje	Estructuras de hormigón	Epóxicos	
Refuerzo	Estructuras de hormigón Estructuras metálicas Albañilería	Fibra de Carbono	
Protección	Revestimiento	Estructuras de hormigón Estructuras metálicas	Epóxicos
			Poliuretanos
			Poliureas
			Poliuretanos-Cemento
			Novolac
	Inyección	Estructuras de hormigón	Micro-cementos
		Poliuretanos	

Fuente: www.rsservicios.cl

Parte fundamental de la cadena de valor de Rs Ingeniería se encuentra en estos servicios, la ejecución de estos trabajos realizados por expertos en el área y los resultados obtenidos en obras ya realizadas sustentan esta realidad.



➤ **Post-Venta**

Al culminar la obra se realiza reunión con el mandante, mostrando resultados y estados de pago. Además de posibles mejoras en otros aspectos de sus instalaciones donde Rs Ingeniería puede contribuir aún más en su cadena de valor. Además se realizan informes generales entregando todo lo referente a:

- términos legales de trabajadores.
- Certificados de Siniestralidad y seguros.
- Certificados de horas trabajadas y procesos semanales debidamente firmados y reseñados por Administradores, supervisores de obra y Preveccionista.
- Entrega de Garantía por un lapso mínimo de un año dependiendo de la obra.
- Propuestas de mejoras en otras estructuras que logran observarse en los días de trabajo.

Este eslabón de la cadena de valor de la empresa produce un efecto de fidelización del cliente, creación de confianza y se promueve el trabajo continuo dentro de la infraestructura del cliente.

5-Analisis FODA

Luego del análisis del Macro entorno que considera las tendencias actuales del mercado y estadísticas de apoyo, además del análisis del atractivo de la industria que incluye las competencias directas e indirectas formalizadas bajo la estrategia de Porter se logra realizar un análisis final de Oportunidades y Amenazas.

A su vez del análisis Interno realizado según la estrategia de análisis de la cadena de Valor en la cual se identifica cada etapa de la empresa y como cada una de estas generan valor agregado al servicio prestado, de esta manera es posible obtener las Fortalezas y Debilidades de la empresa.

Fortaleza

- Reputación Buena.
- **Alianzas con empresas experimentadas en rubros de otros países. BRASIL**
- **Alianzas con proveedores estratégicos como Sika, MC Bautek.**
- Personal con experiencia en trabajos asociados y que vienen de empresas grandes.
- **Adaptabilidad de las soluciones de acuerdo a la cadena de valor del cliente.**

Oportunidades

- Mercado Creciente.
- Obras difíciles que ninguna gran empresa desea abordar.

Debilidades

- **Reputación Nueva.**
- **Poco conocimiento de Marketing.**
- Crecimiento acelerado de la empresa sin lineamientos claros de procesos.
- **Falta de plan Comunicacional**

Amenazas

- Alianzas de empresas de ingeniería.
- **Despidos de personal clave en las empresas proveedoras con las cuales la empresa tiene alianzas.**

6-La Estrategia

6.1 Declaración Propuesta de Valor

➤ Propuesta de valor Funcional

Esta empresa tiene una propuesta de valor asociada a la implementación de su servicio, acentuando su carácter de innovación y experiencia intachable en la ejecución de obras. De esta manera se ofrece los siguientes servicios en el segmento minero:

Ejecución de proyectos en:

- Ingeniería Estructural.
- Revestimientos de Protección.
- Impermeabilización de infraestructuras.

Servicios

- Cálculo, EETT, fabricación, montaje y reparación de estructuras.
- Reparación y refuerzo estructural, en base a fibra de carbono.
- Impermeabilización de hormigones.
- Servicios de mantenimiento general.
- Revestimientos para protección mecánica, química y térmica.
- Inyección de resinas para impermeabilización y reparaciones.

Ejes de Valor

Rs Ingeniería e Inversiones es una empresa que ofrece un servicio que brinda respuestas absolutas a problemas estructurales que retardar o paralizar los procesos de producción en las empresas, la empresa RS Ingeniería tiene un alto compromiso con la innovación en materia de **técnicas, soluciones, materiales y tecnología** utilizada, siempre actualizada con los mejores estándares de trabajo, entregando a sus clientes toda la información necesaria para entender cada proceso y para confiar con un **servicio de calidad en tiempos acotados**. A su vez realiza estudios de mantenimiento de estructuras para la prevención de paralizaciones de plantas, todo lo anterior enmarcado en certificados de Calidad ISO 9001 y estándares internos de presentación de documentación legal.

Rs Ingeniería dispone para el área de Minería de un personal completamente calificado con amplio conocimiento de productos y técnicas utilizadas la empresa busca que su **vendedor cree lazos relacionales estables** que propician acercamiento con los clientes además de un clima de confianza dada la información pertinente que reciben.

En este sentido para cumplir con estos propósitos la empresa ha definido tres Ejes de Valor relevantes: La innovación y tecnología, Eficiencia y el Relacionamento.

Propuesta de Valor Ampliada

Lo que se busca con una propuesta de valor ampliada es lograr diferenciarse con algunos elementos que RS Ingeniería pueda entregar, otorgando así a sus clientes servicios de valor concretos, agregados al servicio base y con ello conseguir la diferenciación.

- **Garantía de un año o más:** Dependiendo de la complejidad, los materiales seleccionados, la antigüedad de la infraestructura y otros aspectos a considerar, Rs Ingeniería ofrece al menos un año de garantía donde puede realizarse mantenimiento de la infraestructura,
- **Stock de Materiales:** Se ofrece gran variedad de productos de primera, contando con stock para abastecer la necesidad del cliente al instante.
- **Charlas Post Venta:** Reuniones de cierres de obra donde se entrega los certificados y especificaciones de cada paso realizado dentro del tiempo en que se ejecutó el servicio.

6.2 Declaración de la Estrategia de Negocio

Estrategia Genérica

El Modelo de Servicio de la empresa Rs Ingeniería e Inversiones propone implementar una estrategia de diferenciación por rubro. La cual está definida como sigue: “La empresa se concentra en alcanzar mejores resultados con base en algunas ventajas importantes que valora la mayor parte del mercado” según Michael Porter.

Como fue reseñado en páginas anteriores, la competencia en la industria es baja-media dada los altos niveles de barreras de entrada, por lo que la diferenciación busca posicionar a la empresa ofreciendo un servicio que se integre a la cadena de

valor de cada cliente lo que permitiría a la empresa RS Ingeniería prestar un servicio distinto a la competencia, esto lo llevaría a cabo ofreciendo tecnología única en Chile la cual es posible por las alianzas estratégicas con empresas brasileras expertas en el rubro

Visión Y Misión

Visión

Ser la empresa **más eficiente** en construcción y mantenimiento Industrial, reparación, refuerzo estructural y revestimiento de Protección.

Misión

Cumplir con nuestros clientes lo acordado por contrato.

Mejorar constantemente nuestros procesos claves.

Colaborar con nuestros proveedores y clientes estratégicos.

6.3 Segmentación de Clientes

Evaluación Y Selección del Segmento

La evaluación y selección de un segmento se realiza midiendo su potencial actual y a futuro, así como la interacción con competidores y proveedores del rubro. Por ende, este es un punto importante para el crecimiento de la empresa se hace relevante delimitar de manera más eficiente el mercado objetivo para enfocar los esfuerzos y metas del año 2018.

Empresa	Segmento Minería	Segmento Construcción	Segmento Industria
R S I N V G E R N S I I E O R N I E A S E	Oportunidades		
	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado con demanda creciente y con posibilidades de Fidelización. • Obras difíciles que ninguna gran empresa desea abordar. • Fechas de pago dentro del plazo de 30 días. • Contratos por mantenimientos de montos Elevados. • Posibilidad de Crear reputación sobre la empresa que pueda comunicarse al público. 	<ul style="list-style-type: none"> • Obras difíciles que ninguna gran empresa desea abordar. • Alianzas con constructoras 	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado con demanda medianamente constante. • Obras difíciles que ninguna gran empresa desea abordar.
	Amenazas		
	<ul style="list-style-type: none"> • Aparición de nueva competencia. • Competidores con Antigüedad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Demanda impredecible. • Fechas de pago entre 60 y 120 días. • Nuevos competidores Contratos por montos bajos-medios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fechas de pago entre 60 y 120 días. • Trabajos en horario extraordinario (mayor costo de MDO) • Nuevos competidores Contratos por

Fuente: Propia

El estudio realizado previamente muestra que el segmento de mayor impacto posibilidades de crecimiento y estabilidad es el de la minería. Siendo este el único que muestra la posibilidad de fidelizar clientes, Fechas de pago dentro del plazo de 30 días y contratos por mantenimientos de montos que superan por varias cifras los contratados por Constructoras e Industrias (esto como consecuencia de que las constructoras e industrias solo buscan solventar problemas en el corto plazo).

Dado que la empresa aún está en etapa de crecimiento e implantación, los esfuerzos serán orientados y delimitados solo **para el área de Antofagasta abarcando esta la zona con los principales yacimientos del país.**

Identificación de Variables de Segmentación

Las compañías de empresa a empresa (B2B) frecuentemente no enfrentan la misma avalancha de datos de cliente que sus contrapartes de empresa a consumidor (B2C), el proceso de partición de clientes empresariales en grupos con necesidades o características similares continúa representando una manera importante de generar valor adicional para sus clientes. También es una buena manera de obtener una ventaja estratégica sobre la competencia, que puede estar tratando a todos los clientes por igual.

Proceso de Segmentación de Clientes

Por Variables de Ingresos Anuales

Evaluación de tamaño de la minera

- Empresa Minera Grande (Ventas Anuales 200.000 UF – 1.000.000 UF)
- Empresa Minera Mediana (Ventas Anuales 50.000 UF - 200.000 UF)
- Empresa Minera Pequeña (Ventas Anuales 25.000 UF – 50.000 UF)

Por Variables Geográficas

- Iquique
- Antofagasta
- Salamanca
- Copiapó
- Rancagua

Clientes potenciales:

Por Frecuencia de compra

Empresas mineras con 20 o más años de antigüedad, dado su grado de mantención de plantas es más alto.

- Collahuasi
- Codelco
- Minera Escondida
- Caserones
- Centinela

Por Influencia en el mercado

Empresas Mineras de conocimiento público.

- Collahuasi
- Codelco
- Caserones

Es importante destacar que no se realizó segmentación por “**Formas de Pago**” ya que la Mayoría de las empresas mineras dan pagos a 30 días y trabajan con anticipos entre el 15% y 20% de la obra por lo que no existe mayor grado de segmentación o diferenciación en este marco.

ARQUETIPO

Arquetipo de Influenciadores

Hombre o mujer ingeniero de 28 años soltero (a), Vive en Antofagasta, Pasa su tiempo libre compartiendo con amigos y familia. Es una persona de confianza para la gerencia y con influencia en las compras o adquisición de servicios en base a sus recomendaciones y recordación de proveedores. Su mayor necesidad es la de conseguir tiempo suficiente de disfrute sin poner en riesgo su base financiera.

Arquetipo de tomadores de decisiones

Superintendente Hombre 40 años Casado, Vive en Antofagasta, Pasa su tiempo libre disfrutando de sus hijos. Tiene poder dentro de la organización y esto lo hace sentirse realmente exitoso y responsable de que la empresa marche bien. Su mayor necesidad es lograr cumplir con las metas de la organización en los tiempos establecidos y disminuyendo los errores dentro de su gestión.

Arquetipo del Mandante

Dueño Hombre 50 años, Ingeniero, Vive en Santiago, Proveniente de familia con altos recursos económicos y de historia familiar en el rubro minero. Es quien toma todas las decisiones complicadas y de alta responsabilidad. Su mayor necesidad es obtener utilidades.

Arquetipo del Usuario

Supervisor de minera hombre de 30 años Ingeniero Civil, Vive en Antofagasta, usa su tiempo libre para disfrutar con su esposa, Tiene metas personales de crecer dentro de la empresa por lo que su mayor necesidad es cubrir todas las necesidades de la misma logrando la mayor eficiencia en la planta.

6.4 Perfil del Cliente

Perfil de Cliente por Frecuencia de Compra

Empresa Minera con más de 20 años en el mercado, con necesidades de aplicación de plantas, remodelaciones o mantenimientos de infraestructura. Son empresas consolidadas, con personal calificado y pertinente que cuentan con procesos y culturas organizacionales firmes, donde RS Ingeniería debe adaptarse a su forma de trabajo.

Perfil de Cliente por Influencia en el mercado

Empresa Minera reconocida en el rubro, con logros específicos de rentabilidad o sustentabilidad, además de un buen plan marketing comunicacional dentro de la industria. Son empresas consolidadas, de mucha visión pública y culturas organizacionales alineadas a sus objetivos. Estas empresas están acostumbradas a la excelencia por lo que recurrentemente ameritan servicios de mantención para la prevención de fallas técnicas.

6.5 Mercado Objetivo

- Segmento de la Gran Minería Antofagasta.

Marketing Aplicado

Logo



Página Web

RS INGENIERÍA Y SERVICIOS

Inicio Empresas Servicios Clientes Obras Charlas Contacto **NOTICIAS**

ESTRUCTURAL

REPARACIÓN Y REFUERZO ESTRUCTURAL

- Restitución del estado original de la estructura
- Modificación de la estructura para aumentar su capacidad.

IMPERMEABILIZACIÓN

REVESTIMIENTO

RS INGENIERÍA Y SERVICIOS

Somos una empresa que entrega a nuestros Clientes, un servicio de ingeniería aplicado directamente en Obra, al implementar proyectos en la especialidad de :

- Reparación y Refuerzo Estructural
- Obras especiales de minería e instrumentación
- Revestimientos de protección
- Impermeabilización

para estructuras de hormigón y metal, enfocado en la atención directa, en el sector construcción, industria y minería.

Socios estratégicos de RS Ingeniería en Chile

ASIES
Reparación y Refuerzo Estructural
Líder mundial en Ingeniería sísmica

Pires | Giovanetti | Guardia
Ingeniería | Arquitectura
Impermeabilización
Líder Sudamericano en Inyección

Fuente página web actual RS Ingeniería e inversiones (www.rsservicios.cl)

LinkedIn



RS Ingeniería y Servicios
Construcción
De 11 a 50 empleados

118n_company_num_followers [Seguir](#) [Ver empleos](#)

[Inicio](#)

Somos una empresa que entrega a nuestros Clientes, un servicio de ingeniería aplicado directamente en Obra, al implementar proyectos en la especialidad de:

- Reparación y Refuerzo Estructural
- Obras especiales en minería e instrumentación
- Revestimientos de protección
- Impermeabilización

para estructuras de hormigón y metal, enfocado en la atención directa, en el sector construcción, industria y minería.

Especialidades
Reestitución del Estado Original de la Estructura, Modificación de la Estructura para Modificar su Capacidad, Sellado de Filtraciones, Consolidación de Suelos, Recubrimiento Continuo de la Superficie para Mejorar sus Propiedades

Sitio web http://www.rsservicios.cl	Sector Construcción	Tipo Autónomo
Sede Príncipe de Gales 5921, Of 1208 Santiago, Región Metropolitana Chile	Tamaño de empresa De 11 a 50 empleados	Fundación 2015

Actualizaciones recientes

RS Ingeniería y Servicios RS Ingeniería y Servicios - División servicios en Minería e Industria. Servicio de montaje líneas Drop Pipe y cambio de Spools. Foto: Mantención Mayor 2017 CMDIC.



Find career opportunities

Add a position to get relevant job recommendations.

[Update your profile](#)

Otros perfiles vistos



Help recruiters find you

Members with a

Fuente: Pagina Rs Ingeniería e Inversiones LinkedIn

6.6 Competidores Directos

MINERIA RS Ingenieria e inversiones				
Empresa	Servicios	Factores de Éxito	Estrategias de Marketing	Años de Experiencia
Rs Ingenieria	Mantenimiento Industrial	Alianzas Estratégicas, Técnicas de aplicación.	Marketing Relaciona. Pagina Web.	2 Años de Experiencia
	Construcciones Obras Civiles			
	Operaciones Unitarias de Procesos Mineros			
	Ingenieria (Diseño- Cálculo)			
	Refuerzos Estructurales			
Mineria Competidores				
Empresa	Servicios	Factores de Éxito	Estrategias de Marketing	Años de Experiencia
Eleccon	Movimiento de Tierra	Años de Trayectoria adecuada y bajo un perfil que ha aportado soluciones a sus clientes	Marketing Relacional Pagina WEB	19 años
	Ingenieria			
	Fabricacion y Montaje Indu			
	Obras Civiles General			
Emin	Movimiento de Tierra	Años de Trayectoria adecuada y bajo un perfil que ha aportado soluciones a sus clientes	Marketing Relacional Pagina WEB	33 años
	Piping			
	Obras Civiles General			
	Geosinteticos			
Tapsa	Asesorias, elaboración de proyectos y ejecución de obras de Impermeabilizacion	ISO 9001-2008 Primera asociación gremial de impermeabilización de Chile	Marketing Relacional Pagina WEB Entrevista ASIMP Chile Presentación en feria internacional de la insndustria alimentaria	15 años
	Instalación de pisos industriales de poliuretano cemeticio antibacterianos			
	Cubiertas verdes			
Geoinyecta	Inyecciones de lechada de cemento y resinas	Años de Trayectoria adecuada y bajo un perfil que ha aportado soluciones a sus clientes	Marketing Relacional Pagina WEB	21 años
	Reparaciones estructurales de hormigón por medio de inyecciones de resina e impermeabilizaciones			
	Fortificación			
	Sondajes geotecnicos			
Emsif	Impermeabilización	Tecnología	Marketing Relacional Pagina WEB	2 años
	Protección de superficies			
	Revestimiento industrial			
	Obras Civiles Menores			
	Refuerzo estructural			

Fuente Propia- Estudio Previo

▲	#	Respuesta	Importancia
	●	Elecon	3,4
	●	Emin	2,6
	●	Tapsa	1,7
	●	Geoinyecta	1,6
	●	Emsif	1
	●	RS Ingenieria y Servicios	1,9

Fuente Propia- Encuesta Realizada para Plan de Marketing Rs Ingeniería.

Los siguientes se consideran competidores directos ya que prestan servicios similares y cuentan con características similares la empresa RS Ingeniería según la percepción de los clientes, esta afirmación con base al resultado obtenido al momento de rescatar la información de las encuestas y cruzarla con la información de la investigación. A continuación la lista de los competidores directos:

- Elecom
- Emin
- Tapsa
- Geoinyecta

6.7 Posicionamiento

Posicionamiento Esperado

De acuerdo con los datos proporcionados por la encuesta, a continuación se presenta la pregunta realizada a los clientes del rubro minero:



Fuente Propia- Encuesta Realizada para Plan de Marketing Rs Ingeniería.

Fueron elegidos los siguientes ejes de valor con los que la empresa desea posicionarse en el mercado.

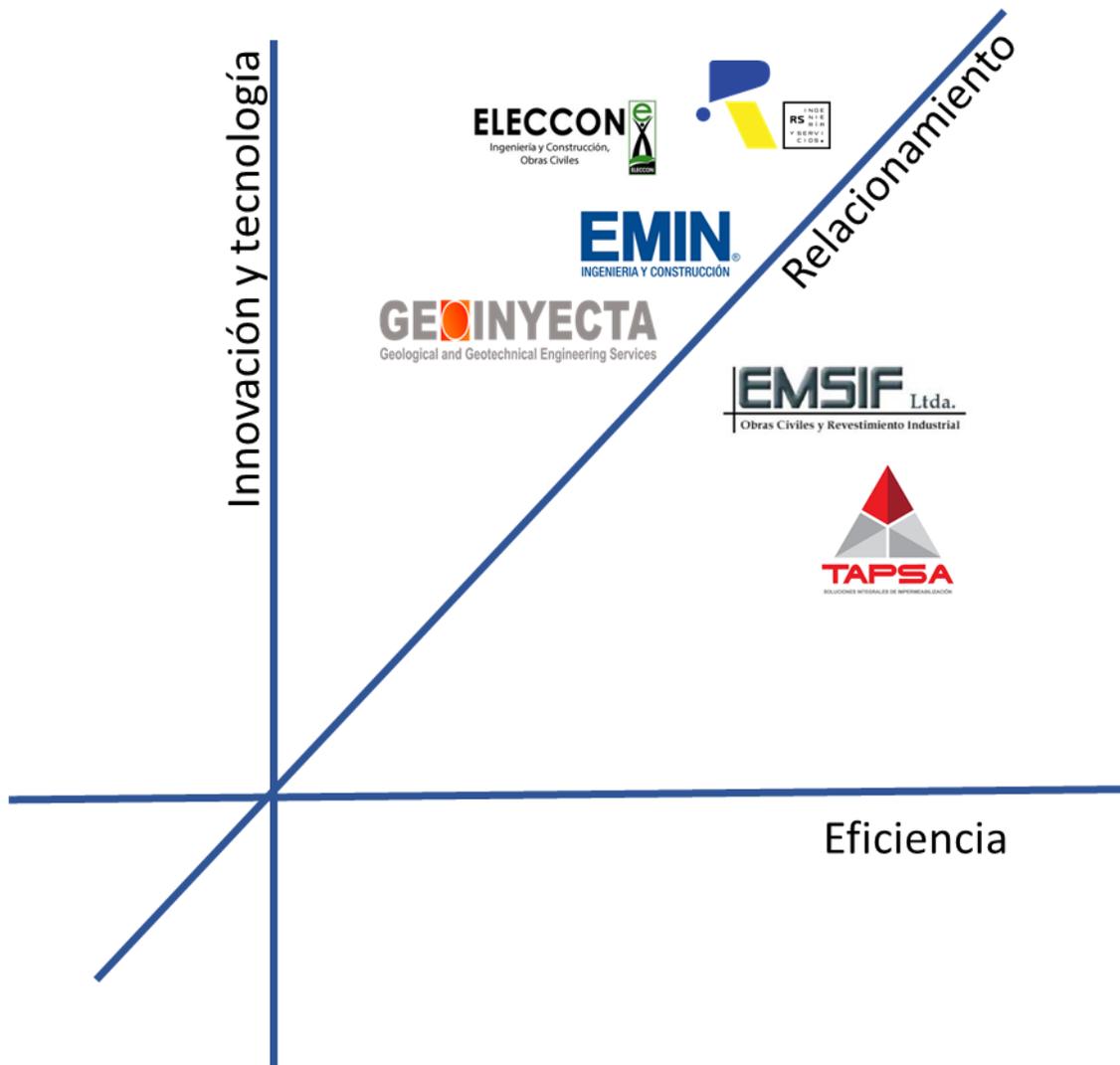
Ejes de a Valor

Y: Innovación y Tecnología

X: Eficiencia

Z: Relacionamiento

Mapa de posicionamiento esperado por RS Ingeniería



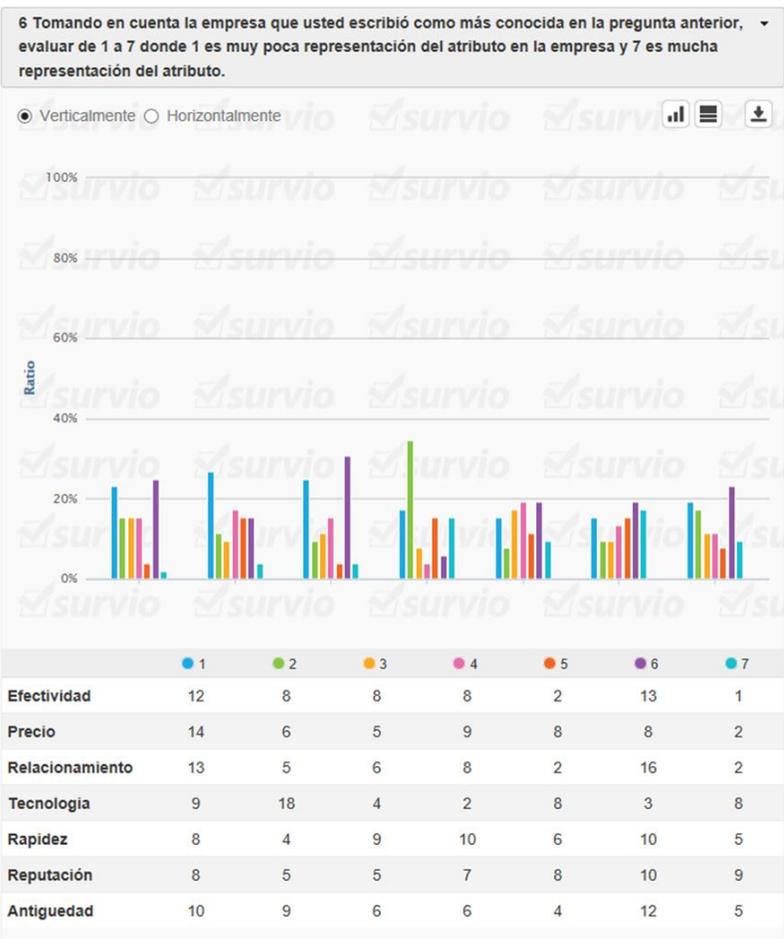
Realizando un análisis del siguiente gráfico vemos como RS Ingeniería desea posicionarse como una empresa con buenas relaciones externas (clientes y proveedores), a la vanguardia tecnológica y considerando la eficiencia como valor esencial dentro de sus servicios. En este sentido al observar la competencia directa, vemos como Emin, Eleccon y Geoinyecta ya poseen esta gama de atributos dentro de la categoría.

Posicionamiento Percibido

Según los datos proporcionados por la encuesta donde a continuación se presenta la pregunta realizada a los clientes del rubro minero:



Fuente Propia- Encuesta Realizada para Plan de Marketing Rs Ingeniería.



Fuente Propia- Encuesta Realizada para Plan de Marketing Rs Ingeniería.



Fuente Propia- Encuesta Realizada para Plan de Marketing Rs Ingeniería.

Mapa de Posicionamiento Percibido

Ejes de a Valor

Y: Innovación y Tecnología

X: Eficiencia

Z: Relacionamiento



Una vez que los clientes respondieron la pregunta número siete de la encuesta se puede apreciar en el gráfico el resultado de la posición que los mismos le otorgan a la empresa Rs Ingeniería y su comparación con el posicionamiento de la competencia. En el grafico se puede observar que:

RS es percibido con un relacionamiento medio, podría atribuirse a los pocos años de antigüedad que esta posee (2años) y la percepción de carácter nuevos en el mercado por parte de los clientes. En términos de las variables las empresas Eleccon y Emin son percibidas con altos valores de relacionamiento innovación y tecnología. La empresa Geoinyecta con respecto a estas variables se encuentra percibida con valores medios mientras que la empresa EMSIF y Tapsa son percibidas con valores más bajos.

Se puede observar como RS aún debe trabajar en su posicionamiento pues tiene percepción de nivel medio en todos sus atributos. Es importante resaltar que en los resultados obtenidos se hace notar la variabilidad de respuestas lo que probablemente sea efecto del haber o no trabajado con la empresa RS Ingeniería. **Recordando que esta encuesta fue realizada a clientes potenciales y clientes ya frecuentes de RS Ingeniería.**

7. Plan de Marketing

7.1 Objetivos

Según el estudio previo, Rs Ingeniería e Inversiones gestionara un plan de marketing con objetivos a un plazo inicial de 6 meses (Corto Plazo). Estos Objetivos estarán centrados en tres variables Posicionamiento, Marketing Relacional, Ventas y por ende la sostenibilidad del negocio en el segmento minería.

Objetivos de marketing

- Dar a Conocer a la empresa RS Ingeniería e Inversiones SPA en el mercado Minero de Chile para el segmento de Antofagasta logrando entrar en el ranking de las 7 empresas de ingeniería más recordadas por las empresas mineras en un lapso de 6 meses.

Posicionamiento

El posicionamiento es una estrategia comercial que pretende conseguir que un producto ocupe un lugar distintivo, relativo a la competencia, en la mente del consumidor. En este sentido se propone construir identificación de marca (Verbal-Visual) desarrollando una ventaja competitiva que sea sostenible donde se comuniquen sus atributos, valores percibidos y clima organizacional. Por lo que el objetivo específico será renovar imagen de

empresa construyendo una nueva y actualizada identidad de marca a través de una estrategia de mix comunicacional.

➤ **Renovación de Identidad de Marca**

La Marca o imagen de la marca es lo que lleva al consumidor a asociar o recordar un servicio, siendo así importante para aparecer dentro de la mente de nuestros clientes al momento de surgir una necesidad.

Perspectiva	Objetivo	Estrategia	Accion	Tarea	Plazo	Indicador
Posicionamiento	Renovacion de Identidad de Marca	Estrategia Comunicacional	Renovacion de Imagen corporativa	Modernizacion de Logo	1 Mes	Material Cooperativo
				Mordernizacion de sitio web	3 Meses	N° de visitas al sitio
			Difusion de Marca	Estand Evento 22 de Noviembre	1 Mes	N° de Cotizaciones solicitadas/ N° de Contactos adquiridos
				Creacion de canal youtube	Actualizacion Mensual	N° de Vistas/N° de Busquedas
				Regalo a Clientes y proveedores	1 Vez al Año	N° de regalos entregados
				Publicacion en Revista de Camara Chilena de la Construccion	2 veces al año	N° de Publicaciones
				Actualizacion y seguimiento de LinkedInl	Publicaciones semanales	N° de veces compartidas/N° de Likes
				Participacion en Seminarios especializados en temas de infraestructuras	Minimo 4 veces al año	Participacion

Fuente: Propia

➤ **Marketing Relacional**

“El marketing relacional busca aumentar las ventas mediante la construcción de la confianza y atracción de los clientes. Usar un sistema CRM eficaz permite a un vendedor entregar de forma rápida y consistente lo que los clientes están buscando conocer sus preferencias al registrar todas las interacciones, ya que se registran sus preferencias y su historial de compras. El sistema beneficia a los clientes, porque ven que el negocio conoce sobre ellos.”

Perspectiva	Objetivo	Estrategia	Accion	Tarea	Plazo	Indicador
Relacionamiento	Marketing Realacional	Diseño de un plan de relacionamiento con el cliente	Creacion de Base de Datos	Registrar lista de contactos	2 Semanas	N° de Contactos
				Segmentacion de Clientes	2 Semanas	
				Estudio de necesidades de cada segmento	2 Semanas	
				Creacion de acciones y posicionamiento por segmento	2 Semanas	
				Planificacion de Visitas a clientes	Programacion es quincenales	N° de Visitas

Fuente: Propia

Objetivos Comerciales

- Aumentar la recepción de órdenes de compra de clientes mineros (gran) localizados en zona Antofagasta en un 20% en 6 meses con relación al histórico del primer semestre 2017.

➤ Ventas

Este viene siendo el objetivo más relevante para RS Ingeniería e Inversiones, considerando clientes fidelizados que den sustentabilidad económica a largo plazo. Por lo cual este objetivo va directamente relacionado con el objetivo de la aplicación de marketing relacional.

Perspectiva	Objetivo	Estrategia	Acción	Indicador
Ventas	Fidelizar Cliente para obtener ingresos constantes	Marketing Relacional	Relacionamiento con clientes potenciales	N° Licitaciones Realizadas
				Ventas Trimestrales
				Utilidad por Obra
				N° de Contratos con cliente

Fuente: Propia

Consecuencia

➤ Sustentabilidad

A través del cumplimiento de los objetivos que fueron planteados es posible lograr rentabilidad sostenible en el tiempo.

Medición

Se debe revisar los resultados obtenidos al menos de forma semestral, con ello poder ir evaluando mejoras al enfoque planteado o la mantención efectiva del mismo.

7.2 Estrategia de Marketing 7ps

La estrategia de Marketing será explicada mediante el modelo de las 7Ps del Marketing Mix, Las P's vienen a representar uno de los puntos sobre los que fijarse para realizar y llevar a cabo un buen plan o estrategia de marketing. El objetivo de esta estrategia será desarrollar una propuesta de valor diferente para el cliente, en donde se pueda percibir un servicio básico (La satisfacción de la necesidad primaria) y un servicio aumentado (las propuestas y agregados que se le hacen a los clientes). Por lo que a continuación se detallan las 7Ps.

7.2.1 Propuesta Comunicacional

El concepto que se desea transmitir va direccionado hacia la seriedad, confianza y tranquilidad de que sus problemas están en buenas manos y serán resueltas a la brevedad. **“RS Resuelve”**.

Para ello se busca crear una nueva imagen que agrupe todos los esfuerzos de la empresa central donde se representen cada uno de los servicios sin dejar atrás el reconocimiento de las siglas RS que ya reconocen sus clientes. Por ellos se emplearan distintas herramientas comunicacionales que impulsaran el reconocimiento y posicionamiento de a empresa.

Logo

Para la elaboración del logo se tomó como base el resaltar las siglas RS ya reconocidas por los clientes actuales, sin embargo se modificó la imagen siendo la R el icono principal compuesto por dos imágenes simples una siendo una I de “Ingeniería” .



La Imagen está diseñada con la idea de que la misma sea sobrepuesta sobre varios fondos dependiendo del uso que se le esté dando. El Icono de la “R” y el recuadro con el nombre completo de la empresa serán utilizados en algunos casos como logos separados, igualmente dependiendo del uso que se le esté dando y de acuerdo a como luzca distribuido en el material.

Los colores fueron modificados por Azul y Amarillo,

Azul Vibrante: Representa la calma y la responsabilidad, Azules oscuros son más fuertes y confiables.

Amarillo Vibrante: Es un color positivo, denota alegría, inteligencia y felicidad. Estimula la actividad mental y promueve a la acción. Además es un color profundamente asociado al área de ingeniería.

Pie de Firmas

Estas serán la referencia en cada correo enviado por la empresa, resaltando el nombre del trabajador y sus niveles de estudio o especialización así como también su cargo dentro de la empresa y su forma de contacto. A esto se agregaran los vínculos a LinkedIn, página web y youtube.



EPP Utilizados en obras

Para los implementos de seguridad de uso recurrente se realizara diseño especial con el logo de RS Ingeniería anexando en algunos casos (ejemplo los chalecos) los logos de sus aliados comerciales.

Pagina Web

Contenido

- ¿Quiénes Somos? Misión-Visión-Valores Corporativos
- Reseña
- Servicios (Segmentados por Rubro) Minería - Construcción –Industria
- Unidad de Negocio

- Contacto
- Alianzas
- Noticias RS

Mas de 15 años trabajando como equipo, en diseño ingenieril, terreno y obras industriales. *Somos holding*

NOSOTROS

MERCADOS

- Minería
- Construcción
- Energía
- Industria

SERVICIOS

- Reparación y Refuerzo
- Mantenimiento en Minería
- Instrumentación
- Impermeabilización
- Revestimientos

OBRAS

PARTNERS

Creemos en el trabajo en Equipo. Juntos desde 2008

Empresas líderes de Brasil en Ingeniería e Impermeabilización

EQUIPO

Somos precisión, y la ingeniería sin precisión es imposible. Pero se necesitan de las relaciones humanas, y la comunicación para hacer un trabajo eficaz.

Juan Pablo Rodríguez Ingeniero Civil Estructural Recuperación e impermeabilización de estructuras de hormigón. Mas de 10 años de experiencia en Brasil.	Danilo Chibey Ingeniero Civil Estructural Recuperación e impermeabilización de estructuras de hormigón. Mas de 10 años de experiencia en Brasil.	Gerson López Ingeniero Civil Estructural Recuperación e impermeabilización de estructuras de hormigón. Mas de 10 años de experiencia en Brasil.	Richards López Ingeniero Civil Estructural Recuperación e impermeabilización de estructuras de hormigón. Mas de 10 años de experiencia en Brasil.	Patricio Hauck Ingeniero Civil Estructural Recuperación e impermeabilización de estructuras de hormigón. Mas de 10 años de experiencia en Brasil.

NUESTROS PROCESOS

Página 1 de 5

Más de 15 años trabajando como equipo, en diseño ingenieril, terreno y obras industriales. *Somos holding*



NOSOTROS

MERCADOS

- Minería
- Construcción
- Energía
- Industria

SERVICIOS Y OBRAS

- Reparación y Refuerzo
- Mantenimiento en Minería
- Instrumentación
- Impermeabilización
- Revestimientos

OBRAS

Mercados

MINERÍA | OBRAS

Servicios

- > Cálculo, EETT, fabricación, montaje y reparación de estructuras.
- > Reparación y refuerzo estructural, en base a fibra de carbono.
- > Impermeabilización de hormigones.
- > Servicios de mantenimiento general.
- > Revestimientos para protección mecánica, química y térmica.
- > Inyección de resinas para impermeabilización y reparaciones.

[VER OBRAS](#)



Tecnología



Seguridad

En Minería a la punta de la tecnología

Recuperación e impermeabilización de estructuras de hormigón. Mas de 10 años de experiencia en Brasil. Recuperación e impermeabilización de estructuras de hormigón.

Creemos que la seguridad de uno es la de todos

Recuperación e impermeabilización de estructuras de hormigón. Mas de 10 años de experiencia en Brasil. Recuperación e impermeabilización de estructuras de hormigón.

VOLVER



Mas de 15 años trabajando como equipo, en diseño ingenieril, terreno y obras industriales.
Somos holding

NOSOTROS

MERCADOS
Minería
Construcción
Energía
Industria

SERVICIOS Y OBRAS
Reparación y Refuerzo
Mantenimiento en Minería
Instrumentación
Impermeabilización
Revestimientos

OBRAS



Mercados > Minería > Obras
MINERÍA | OBRAS

Obras Minería

2017 Collahuasi
Servicios de mantenimiento general
Cliente:
Fecha:
Recuperación e impermeabilización de estructuras de hormigón. Mas de 10 años de experiencia en Brasil. Recuperación e impermeabilización de estructuras.
Logro: Logramos optimizar los tiempos de entrega y tuvimos cero accidentes dentro de la Obra, aportando a la cadena de valor.



2017 Escondida
Servicios de mantenimiento general

2016 CODELCO
Servicios de mantenimiento general

2015 Collahuasi
Servicios de mantenimiento general

2014 Collahuasi
Servicios de mantenimiento general



Redes Sociales

LINKETING

Modelo de Publicaciones semanales:

“Avance en obra Canal de Relave Minera Collahuasi. Nuestro mayor esfuerzo por reducir los tiempos de entrega de un trabajo de calidad.”



YOUTUBE PAG

Creación de Canal YouTube donde se subirán videos grabados con Drones y fotos de las obras y avances de obras realizadas. (Idea En construcción)

7.2.2 Estrategias de Relacionamiento

CRC- Ciclo de Relacionamiento con los Clientes

Para tener un proceso de relacionamiento adecuado e integral se debe hacer acercamientos, Marketing, conocimiento, Ventas y relacionamiento o Soporte/Atención a Clientes.

La fase intermedia se da una vez captada la atención del prospecto. Inicia el conocimiento mutuo o proceso de Ventas. La duración, complejidad y sofisticación de esta fase de conocimiento puede ser tan variable como los productos o servicios que se ofrecen, y los montos de dinero que se manejan y que se consideran.

Cuando se han concluido estas dos fases anteriores de manera exitosa y por supuesto, se han hecho en varias ocasiones, entonces se tienen “clientes”. Es entonces cuando se les debe dar un soporte y atención de excelencia para mantenerlos satisfechos y leales. Si esto se logra de seguro volverán a contratar el servicio y no solo eso, es seguro que recomienden al fabricante o proveedor del servicio.

Proceso Relacionamiento

➤ Seguimiento de clientes

- Recoger información pertinente y actualizada de los clientes.
- Llamadas después de la culminación y entrega de obra. Mantenerse en contacto con el cliente.
- Visitas a clientes de forma periódica.

➤ Conocimiento de los Servicios (Fuerza de Ventas)

- Resúmenes informativos para la fuerza de venta tanto de los productos nuevos, maquinarias e inclusión en charlas informativas del rubro.

➤ Calidad Del Servicio

- Reducir al mínimo los desperfectos.

➤ Rápida Respuesta a Quejas o Inconvenientes

- Incluirse en la cadena de valor del cliente. Entender sus tiempos, sus procesos.
- Involucrarse en el problema y corregir errores del negocio.

7.2.3 Desarrollo de Propuesta de Valor

Como fue explicado anteriormente el modelo de RS Ingeniería e Inversiones tiene una propuesta de valor asociada a la implementación de su servicio, acentuando su carácter de innovación y experiencia intachable en la ejecución de obras. Además busca un relacionamiento directo con el cliente entendiendo su cadena de valor e incluyéndose dentro de la misma, trabajando a la par para generar utilidades tanto para el cliente como para la empresa (Ganar-Ganar), siempre trabajando de forma transparente y eficaz logrando así un clima de confianza entre las partes.

Considerando la implementación de la estrategia enfocada en el área minera se realizó segmentación de los servicios ofrecidos para dar una mejor perspectiva de los trabajos de la empresa:



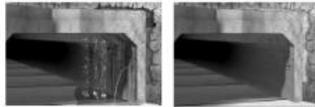
EJEMPLOS



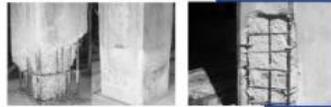
Mantenimiento general



Revestimiento de protección para acero



Inyección de fisuras



Reparación con morteros estructurales

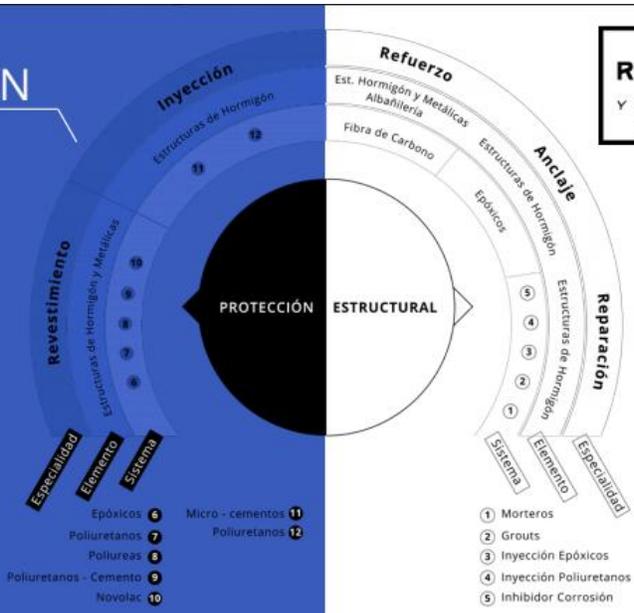


Refuerzo con fibra de carbono



Revestimientos de protección para hormigón

SEGMENTACIÓN DE SERVICIOS



7.2.4 Personas

La gestión del personal de la empresa RS ingeniería tiene dos niveles, un primer nivel administrativo y un nivel direccionado a las operaciones.

Área Administrativa

- Gerente Comercial
- Gerente de Proyectos
- Gerente de Ventas
- Jefe de Administración, RRHH y Cobranza.
- Vendedor de Terreno

Área Operacional

- Gerente de Operaciones
- Administradores de Obra
- Supervisores de Obra
- Operarios

Es importante resaltar que la imagen y coherencia de todo el personal con los objetivos de esta, dan sustento a al posicionamiento de Rs Ingeniería.

Descripción de Funciones

Gerente Comercial

Es de vital importancia su participación en las ventas de los servicios. El en conjunto con el gerente de Ventas y el Vendedor en Terreno serán los encargados de cautivar al grupo segmentado de clientes con los contactos que han creado con sus experiencias previas a RS Ingeniería.

Gerente de Proyectos

Realiza todos los cálculos para encontrar la mejor respuesta para el cliente. Este representa en gran parte la confianza que se crea con el cliente en cuanto a entender sus requerimientos y ser lo más explícito y simple al momento de darle soluciones.

Gerente de Ventas

Este es parte esencial de la estrategia, es quien realiza todas las alianzas con proveedores estratégicos, además de impulsar las reuniones con clientes potenciales para hacerlos más que clientes, aliados.

Jefe de Administración, RRHH y Cobranza

- Administración: se constituye en la cara de la empresa frente a sus compromisos de pagos responsabilidad de la empresa, una buena imagen en esta área propicia buenas relaciones con los proveedores ajustando tiempos de entregas de materiales y disponibilidad de stocks en tiempos cortos.
- RRHH: Un buen relacionamiento del personal con la empresa es parte clave del logro de los objetivos. RRHH debe propiciar motivación, confianza y respeto interno para el buen funcionamiento de los servicios.
- Cobranza: Parte fundamental de la obtención de metas de ventas concretadas.

Vendedor de Terreno

Responsable de la captación de nuevos clientes, de llevar información pertinente y adecuada a cada necesidad y cada tipo de cliente.

Gerente de Operaciones

Responsable de organizar la logística de las obras. Asignación de presupuestos de gastos en Compras de materiales, mano de obra, alojamiento, otros, asignación de funciones a personal de operaciones, días de inicio de servicio.

Administrador de Obra

Responsable de la obra. Responsable de que las técnicas sean bien aplicadas, que los materiales se utilicen en las cantidades y los términos definidos. Además de ser responsable del personal operario que realizara el servicio.

Supervisor de Obra

Responsable de la obra **en la localidad física**. Responsable de que las técnicas sean bien aplicadas, que los materiales se utilicen en las cantidades y los términos definidos. Además de ser responsable del personal operario que realizara el servicio.

Operario

Es quien finalmente realiza la aplicación del servicio.

7.2.5 Evidencia Física

Este es un punto importante en la generación de confianza del cliente. Como primer punto a resaltar las oficinas de Rs Ingeniería se encuentran ubicadas en Príncipe de Gales, La Reina. Edificio empresarial con hermosas oficinas y ventanales panorámicos que muestran una linda vista de Santiago.



Oficinas Príncipe de Gales FUENTE: Propia

Generando de esta manera agrado en las visitas de los clientes y deseos de regresar a las instalaciones. Por otro lado existe el valor agregado de esta estrategia Rs Ingeniería realza el valor de su equipo de trabajo compuesto por ingenieros, diseñadores gráficos, contadores, abogados y prevencionistas de riesgos. Por lo que una acción a realizar es dar a conocer la experiencia y conocimiento del equipo de trabajo con el fin de impulsar la confianza que se desea lograr en los clientes.

Por último se utilizan las reseñas fotográficas y de videos que fueron obtenidos antes y después de la realización del servicio en cada obra.

7.2.6 Precio

Dado lo amplio de las variables que son consideradas para ofrecer los servicios (Tamaño de la estructura, tiempos de entrega, tipo de material a utilizar, amplia gama de servicios, soluciones distintas para cada cliente) no se cuenta con la posibilidad de crear un precio estándar, por esta razón RS Ingeniería utiliza la estrategia de **Fijación de Precio por margen de utilidad**. El precio del servicio se calcula tomando en cuenta el costo unitario del servicio: materiales, fabricación, costo de mano de obra, entre otros. y sumándole una cantidad adicional como margen de utilidad, generalmente expresada en porcentaje.

Fórmula Aplicada

$$\text{Precio} = \text{Costo} / (1 - \% \text{utilidad})$$

El razonamiento detrás del uso de la fórmula es que, en caso de aplicar un descuento sobre el precio de venta, la cantidad final sería incongruente con el costo del producto.

Ventajas

Este método tiene sus ventajas frente a otros métodos para la fijación de precios:

1. Mayor certeza con respecto al costo de los productos.
2. Certeza frente al valor de percepción y la demanda.
3. Se simplifica la asignación de precios al no requerir hacer ajustes constantes.
4. Debido a que es un método ampliamente utilizado, los precios tienden a generalizarse entre competidores lo que ayuda a evitar la competencia por precios.
5. Algunos perciben este método como «más justo» para vendedores y compradores.

Desventajas

1. Ignora la percepción de valor por parte del cliente.
2. Por lo general ignora los precios de la competencia al estar centrado en el costo del producto.

3. Generalmente los precios obtenidos por este método no son los precios óptimos.
4. Puede ocurrir que no se realice un análisis adecuado del verdadero costo del producto o servicio.

Políticas de precio

- Determinar Precio base:
 1. Precio en función al margen de utilidad.
 2. Precio con base en relación con competidores.
- Políticas de descuento aleatorias. (Estos descuentos dependerán del tamaño de la obra o servicio)
- Descuentos por Continuidad de Obra. (Estos descuentos dependerán del tamaño de la obra o servicio)

TABLA DE CÁLCULO

PRESUPUESTO Nombre del Proyecto
Fecha estudio xx-xx-xx

Item	Descripción	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
1.0	Movilización y Elementos de seguridad Personal				
2.0	Anclajes				
3.0	Preparación de superficie				
4.0	Provisión e instalación de refuerzos con fibra carbono				
GASTOS GENERALES DIRECTOS					
C. Directo Total <input type="text" value="0"/>					
150,0% Recargo <input type="text" value="0"/>					
C. Neto [\$] <input type="text" value="0"/>					
Valor UF (09.06.2017) <input type="text" value="26.646,44"/>					
C. Neto [UF] <input type="text" value="0,00"/>					

PRESENTACIÓN

Item	Descripción	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
1.0	Servicio	uni	1	0	0
2.0	Servicio	uni	1	0	0
3.0	Servicio	uni	1	0	0
4.0	Servicio	uni	2	0	0
0					

Fuente: Propia

Item	1.0	Glosa	Movilización y Elementos de seguridad Personal	
Unidad	global	Cantidad	1	Total Item 0

A. Materiales

Descripción	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Petroleo	lt	0	500	0
Alojamiento	día	0	20.168	0
Colación	dia	0	14.000	0
				0
				0
				0
				0
				0

B. Equipos

Descripción	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Camioneta	dia	0	25.000	0
				0
				0
				0
				0
				0
				0
				0

C. Personal y Mano de Obra

Descripción	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
				0
				0
				0
				0
				0
				0
				0
				0

D. Elementos de seguridad y otros

Descripción	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Casco	uni	0	1.608	0
Lentes de seguridad	uni	0	1.500	0
Buzo poplin	uni	0	6.000	0
Buzo blanco	uni	0	950	0
Calzado de seguridad	uni	0	15.000	0
Guantes cabritilla	uni	0	2.059	0
Guantes Nitrilo	caja	0	2.800	0
Guantes quirúrgicos	caja	0	2.600	0
Mascarilla desechable	uni	0	1.303	0
Arnés	uni	0	7.400	0
Chaleco Reflect Naranja	uni	0	1.200	0
Cola simple	uni	0	3.990	0
Máscara Masprot para filtros	uni	0	5.700	0
Filtros Masprot	par	0	5.400	0
				0

C. Directo 0

Item	3.0	Glosa	Preparación de superficie	
Unidad	global	Cantidad	1	Total Item 4.654

A. Materiales

Descripción	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Copa lijadora	uni	0	21.000	0
Mortero de reparación	kg	0	300	0
Sikadur 32	kg	0	7.050	0
Disco desbaste piedra	uni	0	1.000	0
Kit de aspiración	kit	0	32.000	0
Mortero de reparación	saco	0	20.600	0
Punto y cincel	uni	0	10.366	0
Huinch de medir 8 m	uni	1	4.654	4.654
Disco corte metal	uni	0	840	0
Cuchillo cartonero	uni	0	1.758	0
Bolsas de basura	set	0	2.000	0
Broca 13 mm	uni	0	40.000	0
Perfil L 40x40x3	tira 6m	0	6.116	0
Fierro A63-42 H diámetro 10 mm	kg	0	700	0
Sikadur 31	juego 5 kg	0	21.503	0
				4.654

B. Equipos

Descripción	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Lijadora de hormigón	día	0	2.000	0
Esmeril angular	día	0	2.000	0
Aspiradora	día	0	2.000	0
Compresor	día	0	2.000	0
Taladro	día	0	2.000	0
				0
				0
				0

C. Personal y Mano de Obra

Descripción	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Capataz	día	0	32.500	0
Especialista	día	0	32.500	0
Ayudante	día	0	32.500	0
				0
				0
				0
				0
				0

D. Elementos de seguridad y otros

Descripción	F.U.	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
					0
					0
					0
					0
					0
					0
					0
					0

C. Directo 4.654

Item	4.0	Glosa	Provisión e instalación de refuerzos con fibra carbono	
Unidad	global	Cantidad	1	Total Item 0

A. Materiales

Descripción	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Fibra de carbono SikaWrap 300	m2	0	25.701	0
Fibra de carbono TEP 300	m2	0	7.500	0
Sika Carbodur S512	m.l.	0	15.341	0
Sikadur 30	kg	0	6.204	0
Sikadur 330	juego 5 kg	0	49.275	0
Mbrace Primer	juego 1 gal	0	38.102	0
Mbrace Saturant	juego 4 gal	0	99.911	0
Mbrace CF-160	m2	0	27.000	0
SikaWrap 600	m2	0	37.224	0
Sikadur 300	juego 5 kg	0	44.415	0
Cartón corrugado	rollo	0	11.645	0
Rodillo sintético	uni	0	1.500	0
Rodillo de acero	uni	0	8.145	0
Bateas plásticas	uni	0	1.100	0
Poliétileno	m2	0	200	0
Tijeras	set 3	0	1.334	0
Diluyente	lt	0	1.340	0
Huaipe	kg	0	2.000	0
				0

B. Equipos

Descripción	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Taladro eléctrico	día	0	2.000	0
				0
				0
				0
				0
				0
				0
				0
				0

C. Personal y Mano de Obra

Descripción	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Capataz	día	0	32.500	0
Especialista	día	0	32.500	0
Ayudante	día	0	32.500	0
				0
				0
				0
				0
				0

D. Elementos de seguridad y otros

Descripción	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
				0
				0
				0
				0
				0
				0
				0
				0

C. Directo 0

GASTOS GENERALES DIRECTOS

1. Personal de Obra

	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>P. Unitario</i>	<i>P. Total</i>
Bodega central	mes	0,000	210.000	0
Oficina central	mes	0,000	340.000	0
Sueldos oficina	mes	0,000	11.050.000	0
Ingeniero de terreno	mes	0,00	1.950.000	0
Administrativo	mes	0,00	1.080.000	0
Bodeguero	mes	0	1.080.000	0
Junior	mes	0	540.000	0
Vigilancia	mes	0	1.350.000	0

SUB TOTAL PERSONAL DE OBRA 0

2. Transporte, alojamientos, alimentación

	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>P. Unitario</i>	<i>P. Total</i>
Camioneta	mes	0,00	800.000	0
Petroleo	lt	0	500	0
Bencina	lt	0	750	0
Peajes	ida	0	20.000	0
Pasajes avión	uni	0	250.000	0
Pasajes Bus	uni	0	4.000	0
Fletes	uni	0	500.000	0
Alojamiento	día	0	15.000	0
Alimentación	día	0	8.000	0
Servicio	día	0	0	0
Viatico	día	0	0	0

SUB TOTAL TTE., ALOJAMIENTOS Y ALIMENTACIÓN 0

3. Oficina de terreno

	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>P. Unitario</i>	<i>P. Total</i>
Oficina de obra	gl	0	0	0
Amoblado	gl	0	0	0
Container	mes	0	120.000	0
Transporte Container	uni	0	120.000	0
Baños	mes	0	80.000	0
Duchas	mes	0	100.000	0
Transporte Duchas	uni	0	100.000	0
Suministro eléctrico	mes	0	0	0
Suministro agua potable	mes	0	0	0
Teléfono	mes	0	0	0
Computador	gl	1	0	0

SUB TOTAL OFICINA DE TERRENO 0

4. Seguros, permisos, cursos, exámenes

	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>P. Unitario</i>	<i>P. Total</i>
Seguros	uni	0	0	0
Permisos y derechos municipales	uni	0	0	0
Cursos	uni	0	0	0
Exámenes	uni	0	0	0
Planos	uni	0	0	0
Fotos	uni	0	0	0

SUB TOTAL SEGUROS, PERMISOS, CURSOS EXÁMENES 0

TOTAL GASTOS GENERALES DIRECTOS 0

7.2.7 Logística

A través de este plan de Marketing se desea alcanzar un mercado de más de 450 faenas de minería que se encuentran en Antofagasta. Por esta razón en esta primera etapa o etapa de prueba se realizó la contratación de un vendedor de terreno quien se residenciará en Antofagasta. Posterior al análisis obtenido en el resultado de esta estrategia se realizará el estudio para expandir los esfuerzos a más zonas del país. de igual manera se considerará que la estrategia de plaza utilizada será la venta directa de servicios y como se mencionó anteriormente centrando los esfuerzos en la región de Antofagasta.

Cabe señalar que se utilizara la oferta del servicio a través de llamadas telefónicas a contactos y envío de correos electrónicos.

Búsqueda de Clientes Potenciales

Por el tipo de servicio que ofrece RS Ingeniería e Inversiones sus clientes no necesitan trasladarse hacia las instalaciones de la empresa, sino más bien el vendedor o los gerentes de RS ingeniería son lo que se acercan a las empresas de los clientes.

Etapas Definidas:

- **Búsqueda de información:** Para la búsqueda de información de potenciales clientes, se realizara listado de contactos de Gerente Comercial, Gerente de Ventas, Gerente de proyectos y Gerente de Operaciones además de los contactos del Vendedor de Terreno.
En esta etapa debe realizarse estudio de posibles necesidades de cada cliente, metodología de trabajo, cultura organizacional, años de antigüedad y posibles competidores directos.
- **Agendamiento de Reunión con Vendedor y Gerente de Ventas:** En esta etapa se presenta en forma presencial el Gerente de Ventas y Vendedor de Terreno con el potencial cliente, en dicha entrevista primeramente se escucharan las necesidades del cliente y se daran algunas soluciones que podrían estudiarse para su caso colocando fecha tentativa de presentación de licitación (cotización)
- **Presentación de Licitación:** Esta se hace en la mayoría de los casos vía electrónica, colocando todos los ítems a realizar para dar solución a la obra (sin

anexar procedimientos claros). Se espera respuesta del cliente para realizar últimos ajustes de precio según sea el caso.

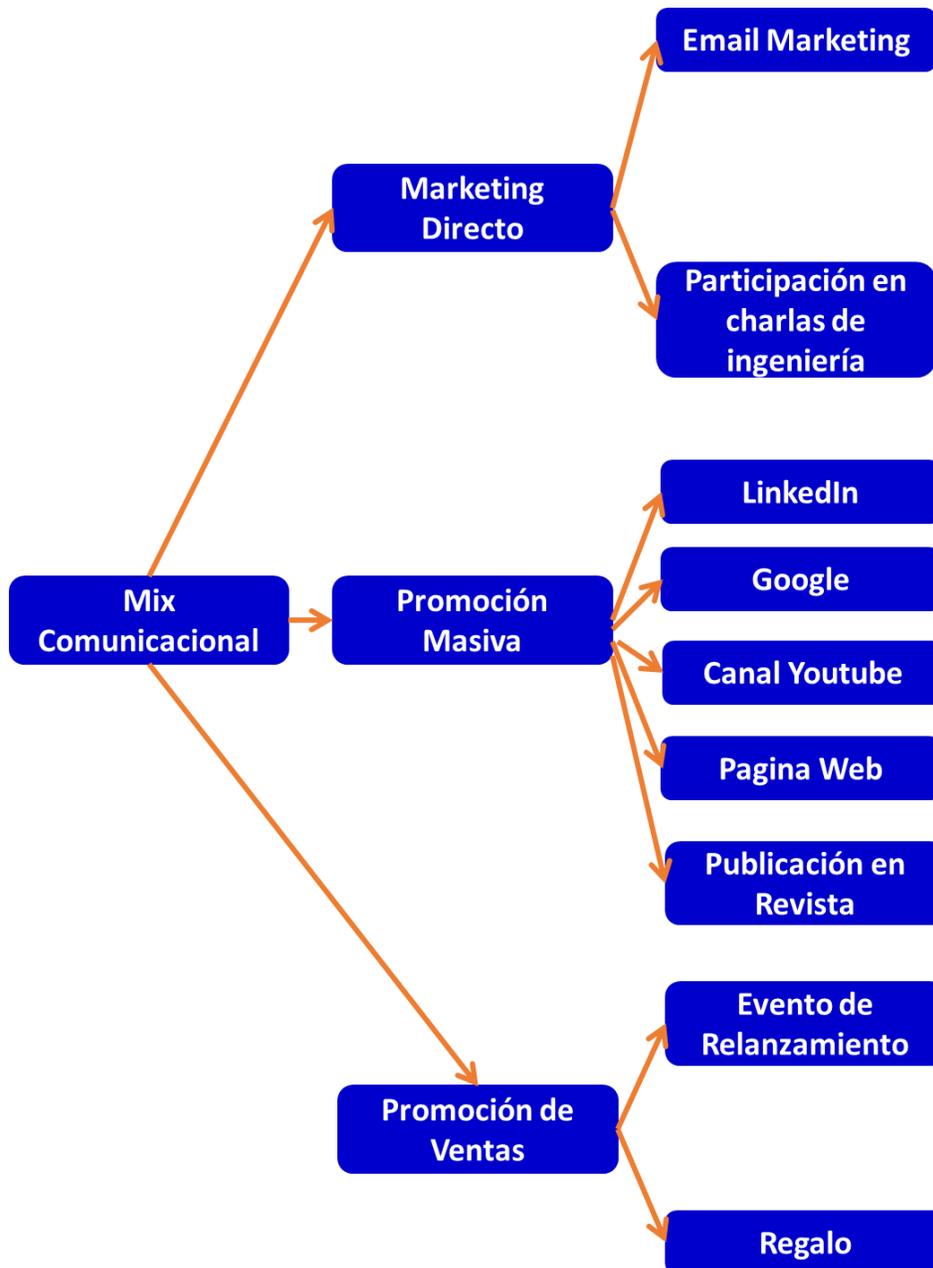
- **Reunión con clientes antes del inicio de obra:** Esta puede realizarse vía telefónica o presencial dependiendo del tamaño de la obra, en esta reunión se realiza acuerdo de fecha de inicio de trabajos, fecha de pago anticipo (ente el 15%-50% dependiendo del tamaño de la obra), plazos de entrega de avances y estados de pago, entre otros aspectos específicos que dependen de la obra a realizar y de las exigencias del cliente según su cultura organizacional.
- **Ejecución del proyecto:** Corresponde a la prestación del servicio acordado.
- **Cierre o término del proyecto:** Se realizara la entrega final del proyecto, junto con carpetas de protocolos, procedimientos aplicados, personal que laboro en la obra y sus certificados de pagos legales. Se realiza revisión del trabajo por parte del cliente y se da un periodo entre 30 y 120 días para la cancelación del 5% de las retenciones.

Vehículo de traslado Vendedor de Terreno Minería



7.2.8 Promoción

Árbol de decisión en la aplicación del Mix Comunicacional:



El desarrollo de políticas de Promoción de Rs Ingeniería estará centrado en el cumplimiento de los objetivos planteados a través de una estrategia de mix comunicacional para el posicionamiento de la empresa.

Marketing Directo

➤ **Email de Marketing:**

Esta herramienta será utilizada para cumplir con el objetivo de reposicionamiento de la marca en los clientes, específicamente la difusión de la marca RS ingeniería. Este mail se utilizara para llevar información de trabajos completados, nuevas tecnologías utilizadas, uso de nuevos productos y toda la información relevante que hacen del servicio de RS Ingeniería distinto al resto.

- **Participación en Charlas de Ingeniería:** En compañía de proveedores aliados se realiza la participación en charlas específicas donde estos dan a conocer sus productos e invitan a la empresa como aplicador reconocido a dar la reseña sobre el uso del producto en las obras realizadas y la efectividad obtenida, de esta manera se da a conocer a la empresa y se logra un posicionamiento como una empresa de excelencia que posee amplias experiencia en el rubro.

Promoción Masiva

- **LinkedIn:** Esta herramienta web será utilizada para llevar información relevante a los clientes, de igual manera, por lo específico de los servicios ofrecidos y por la imposibilidad de segmentar el mercado por LinkedIn ADS, se realizara invitación a visualizar la página de acuerdo con los resultados del estudio de segmento realizado por los gerentes y el vendedor de terreno. De esta manera se pretende informar a los clientes realmente potenciales.
- **Google:** Se invertirá en publicidad a través de Google Adwords a través de las keywords específicas de las búsquedas más importantes asociadas a la propuesta de valor de RS Ingeniería e inversiones. Ejemplo Impermeabilización- Estructura- Trabajos Especiales.
- **Canal Youtube:** Esta herramienta tendrá todos los videos de obras, que contienen inicio y finalización de proyecto con algunas grabaciones de técnicas utilizadas en el proceso.

- **Sitio Web:** Se reestructurara el sitio web de Rs Ingeniería con la finalidad de dar una imagen más actualizada y de experiencia tecnológica que sea percibido por el cliente incluso al momento de ingresar al mismo. Este contara con información específica y relevante para cada rubro y cada tipo de servicio.
- **Publicación en Revista de Construcción:** Publicación de Diseño especial con logo y propuestas de servicios centrales.
Ejemplo de publicación ya utilizada antes de relanzamiento.

Publicación en Revista de Cámara Chilena de Comercio (Octubre 2017)



Promoción y Ventas

- **Evento de Relanzamiento:** El evento de relanzamiento está pautado para el 22 de Noviembre de 2017 donde en conjunto con el proveedor aliado MC Bautec se colocara stand en la feria de la construcción. En ella se proyectaran videos de obras realizadas por Rs Ingeniería, se repartirán folletos y tarjetas de presentación de Gerentes.
- **Regalo:** Para Diciembre se entregara pack de aceites de oliva en presentación RS ingeniería a nuestros clientes y proveedores con el objetivo de hacerles saber que son importantes y recordados por la empresa en fechas especiales. "Más que un Obsequio una manera de dar las gracias por la fidelidad con la empresa."

7.2.9 Procesos

- **Licitación de Proyectos:** el Gerente de Proyectos realiza todos los cálculos y planos referentes a obras de Minería aportando soluciones técnicas pensadas en la reducción de costos además de la emisión o revisión de Metodologías de trabajo. Estos planos y soluciones son posteriormente revisados y discutidos en reuniones donde participan el Gerente comercial, Gerente de Ventas, Gerente de Operaciones, Gerente de Impermeabilización y una consultora externa experta en ingenierías de vialidad.
- **Adjudicación de Proyectos:** se procede a enviar Orden de compra al área administrativa para la facturación del anticipo acordado. En tanto es facturado y debidamente cobrado se informa a Gerente de operaciones que la empresa se encuentra lista para comenzar los trabajos. Gerente de Operaciones delimita las obligaciones del administrador de obra o Supervisor (Esto dependiendo del tamaño de la obra delimitado por la cantidad de trabajadores que esta contenga). Dentro de estos lineamientos e informa:
 - Presupuesto de Mano de obra aprobado
 - Presupuesto de EPP
 - Presupuesto de Materiales
 - Tiempo de Ejecución
 - KPI necesarios para conseguir la bonificación final por obra terminada.
 - Trabajadores a su Cargo

- **Compras:** Proceso de compras descentralizado
- **Adquisiciones al Contado:** El Administrador de Obra o Supervisor designado hace uso del monto presupuestado por el Gerente de operaciones para la compra de materiales para la obra. Dentro de este monto entran materiales a crédito y al contado. El administrador toma la decisión de cual proveedor abastecerá la obra y se dirige directamente a tienda a realizar la compra.
- **Adquisiciones a Crédito:** Según previa solicitud del Gerente de Operaciones, el área administrativa realiza búsqueda de proveedores de algún material en específico y solicita abrir límite de crédito a 30 días como mínimo. Según lineamientos del proveedor se hace envío de ficha de cliente e información financiera que respalde el crédito aprobado y posteriormente se toma este proveedor como único para la adquisición de dicho material en específico.
- **Adquisición de Materiales Estratégicos:** La Alta Gerencia (Proyectos-Comercio-Ventas) Realizan el acercamiento con el proveedor acordando reuniones de negociación donde exponen las ganancias que el proveedor puede tener al RS ingeniería ser el aplicador de su producto. Acordando precios especiales, plazos cortos de entrega, stock abierto, créditos entre 30 y 60 días, además de contactos directos con clientes de sus proveedores de materiales. De esta manera buscar enlazar ambas compañías a trabajar de la mano y atraer utilidades para ambas.
- **Proceso Operativo para entrada a Faena u Obra:** El administrador de obra en conjunto con el prevencionista asignado debe entregar:
 - Contrato de Trabajadores
 - Copia de Rut de trabajadores
 - Antecedentes Penales de Trabajadores
 - Exámenes Médicos (Solicitados por área administrativa a proveedor)
 - Charla de inducción a obra: Consta de explicar el proyecto, las metas acordadas, las posibles bonificaciones, además de hacer constar el reglamento interno, normas de higiene y prevención. Estas charlas son debidamente registradas con formatos firmados donde el trabajador deja constancia de haber recibido toda la información.
- **Proceso Administrativo para entrada a Faena u Obra:** El Área Administrativa hace envío de toda la información financiera, Laboral y Certificados solicitados por el mandante para el inicio de la obra.
- **Servicio:** Se procede a implementar el servicio.

- **Post-Venta:** Al culminar la obra se realiza reunión con el mandante, mostrando resultados y estados de pago. Además de posibles mejoras en otros aspectos de sus instalaciones donde Rs Ingeniería puede contribuir aún más en su cadena de valor.

Es de vital importancia para el plan de marketing que todos los procesos sean realizados, la eficiencia de los mecanismos y actividades ayudan al rendimiento de las personas en el cumplimiento de metas y en la consiguiente satisfacción de los clientes.

7.2.10 Servicios

Parte fundamental del plan es tener claros los servicios a ofrecer, siendo estos los siguientes:

- Cálculo, especificaciones técnicas, fabricación, montaje y reparación de estructuras.
- Reparación y refuerzo estructural, en base a fibra de carbono.
- Impermeabilización de hormigones.
- Servicios de mantenimiento general.
- Revestimientos para protección mecánica, química y térmica.
- Inyección de resinas para impermeabilización y reparaciones.

8. Presupuesto

Presupuesto de Marketing

Presupuesto Gasto en Moneda

Categorías	Sub- Categorías	Presupuesto Total	Gasto hasta hoy	Presupuesto Restante
Publicaciones en Revista		\$1.400.000	\$1.200.000	\$200.000
Material Corporativo		\$2.622.120	\$1.611.200	\$1.010.920
	Poleras	\$777.600	\$388.800	\$388.800
	Cascos	\$560.000	\$280.000	\$280.000
	Impresión de Cascos	\$236.800	\$118.400	\$118.400
	Tarjetas de Presentacion	\$824.000	\$824.000	\$0
	Overoles	\$223.720	\$0	\$223.720
Regalo a Clientes y Proveedores		\$700.000		\$700.000
Participacion en Seminarios		\$700.000	\$0	\$700.000
Programacion pagina web		\$810.000	\$0	\$810.000
Google		\$600.000		\$600.000
Linkednl		\$300.000	\$0	\$300.000
Youtube		\$200.000	\$0	\$200.000
Total		\$9.954.240	\$4.422.400	\$5.531.840

Presupuesto Gasto Horas Hombre

Categorías	Presupuesto Total
Registrar lista de contactos	4 Horas Hombre
Segmentacion de Clientes	16 Horas Hombre
Estudio de necesidades de cada segmento	16 Horas hombre
Creacion de acciones y posicionamiento por segmento	8 Horas Hombre
Planificacion de Visitas a clientes	4 Horas Hombre

9. Indicadores de Control

Para medir la eficiencia del plan de Marketing, se han definido una serie de indicadores claves de desempeño, con la finalidad de hacer seguimiento a los planes y acciones definidos como parte de la estrategia.

Estos indicadores o KPI están incluidos en el cuadro Integral, sin embargo se han considerado como indicadores de control por la relevancia que estos representan en el cumplimiento del plan propuesto.

Indicador (KPI)
N° de Cotizaciones solicitadas/ N° de Contactos adquiridos
N° Licitaciones Realizadas
Ventas Trimestrales
Utilidad por Obra
N° de Contratos con cliente

10- Conclusiones

Luego de la realización de este plan de Marketing se logró evidenciar un rubro atractivo para la empresa RS Ingeniería, el rubro minero, donde existe un mercado creciente que constantemente necesita los servicios de ingenierías para su buen funcionamiento y la prevención de fallas en sus plantas.

Dados los resultados obtenidos por la empresa es visible las capacidades internas con las que cuenta. El estudio del mercado constato que en las empresas de ingeniería su mayor potencial de diferenciación es el capital humano. En este sentido es importante resaltar que siendo esta una empresa en etapa de crecimiento debe de implementar políticas que promuevan, motiven y retengan este capital humano dentro de la organización.

Al hacer foco en los importantes estudios de Cadena de Valor y Porter se encontró que Rs Ingeniería cuenta con una ventaja competitiva importante por sus alianzas estratégicas tanto con Pires y Gmaia (Empresas brasileras) como por sus alianzas con proveedores estratégicos como Basf, Mc Bautech y Sika, sin embargo, tomando un poco el análisis realizado en FODA una amenaza importante es la desincorporación de personal clave en estas empresas proveedoras.

La fuerza de venta contratada para el área de minería es un elemento clave en la focalización de esfuerzos del área de marketing, siendo este uno de los recursos más importantes del mismo, ya que representa la primera imagen física de la empresa que tendrán los nuevos clientes.

Sin embargo, con la finalidad de expandir la empresa se acordó como objetivo dar a conocerla en el mercado de Antofagasta siendo este uno de los territorios con más actividad minera dentro de Chile, por lo que se plantearon una serie de tareas a realizar como la renovación de la identidad de la marca, la creación de una base de datos clientes y estudio de los mismos. Además, se creó una serie de indicadores donde resaltan como los más importantes los indicadores asociados al área comercial y dentro de ellos las "Ventas" siendo estas las más relevantes y en las cuales se observara la efectividad del plan de marketing.

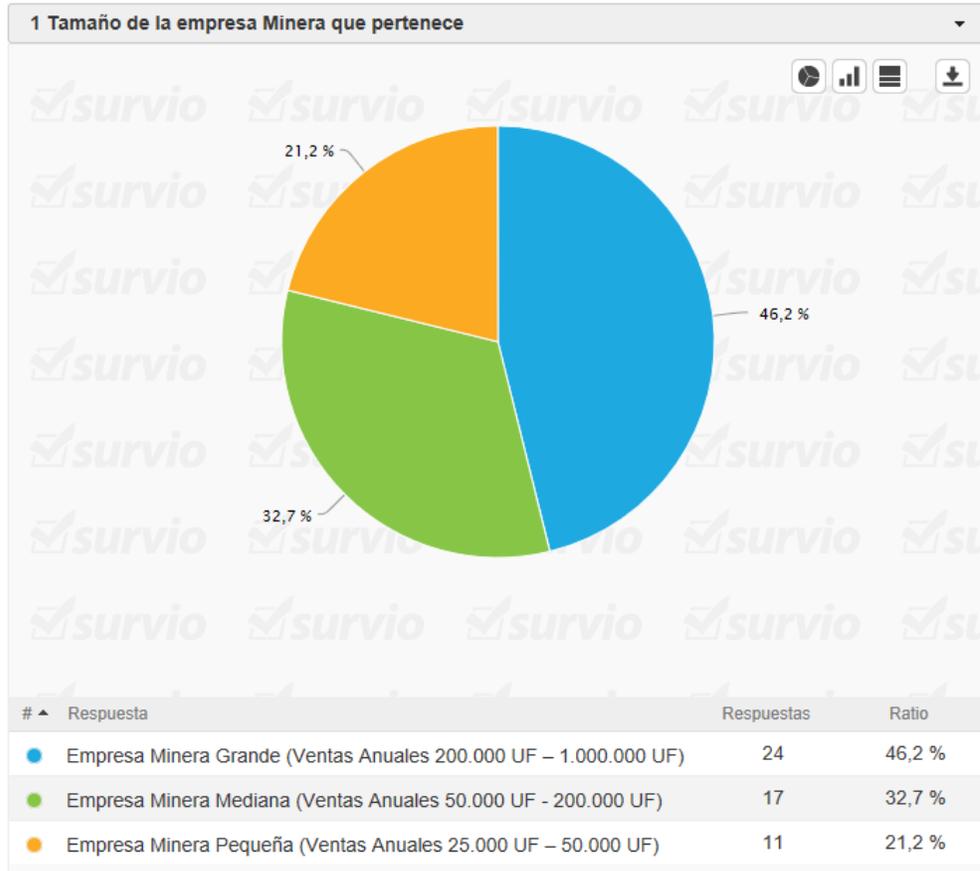
Luego de la realización de este estudio la empresa RS Ingeniería e Inversiones cuenta con mucha más información y lineamientos a seguir para expandir su posicionamiento en el segmento de mayor relevancia (tanto en ingresos como en volumen de ventas y comodidades en su flujo de Caja) por los que este plan de marketing hace un

aporte fundamental para el crecimiento de la empresa, además de afinar lineamientos a seguir para el estudio de sus otros dos segmentos Construcción e Industria. Es importante resaltar que por ser una empresa en etapa de crecimiento aun estos lineamientos están abiertos a una cultura organizacional que se viene creando y que aún no está afianzada por lo que el plan de marketing se estructura de manera flexible.

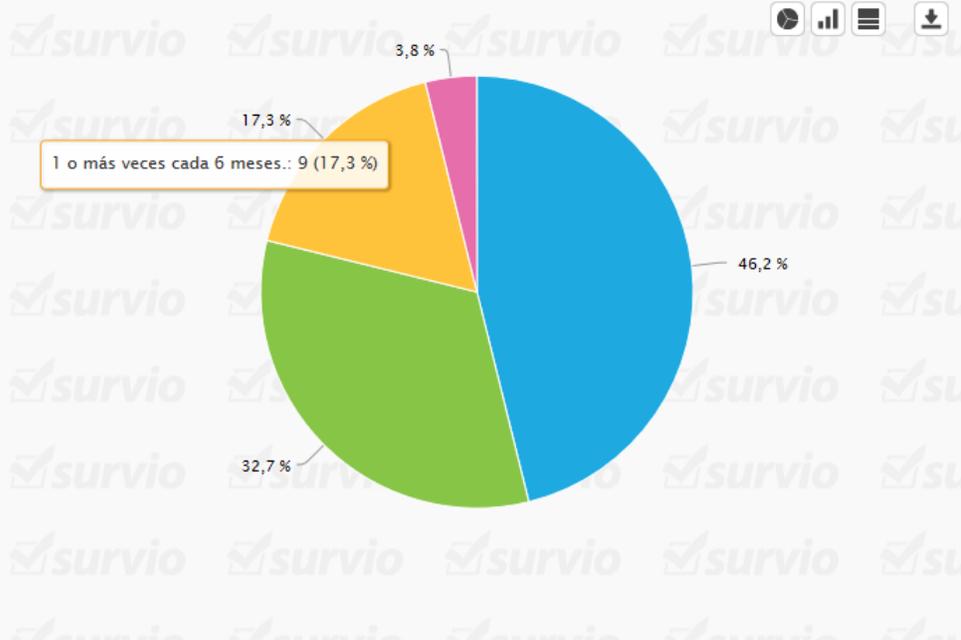
11- Anexo

Encuesta Realizada

Respuestas totales **52** Descartada **0**



3 ¿Con qué frecuencia surgen requerimientos para empresas de ingeniería?



#▲	Respuesta	Respuestas	Ratio
●	1 o más veces al mes.	24	46,2 %
●	1 o más veces cada 3 meses.	17	32,7 %
●	1 o más veces cada 6 meses.	9	17,3 %
●	1 o más veces al año.	2	3,8 %

4 ¿Ordene estas 7 variables siendo 7 la más importante y 1 la menos importante en su decisión de compra?

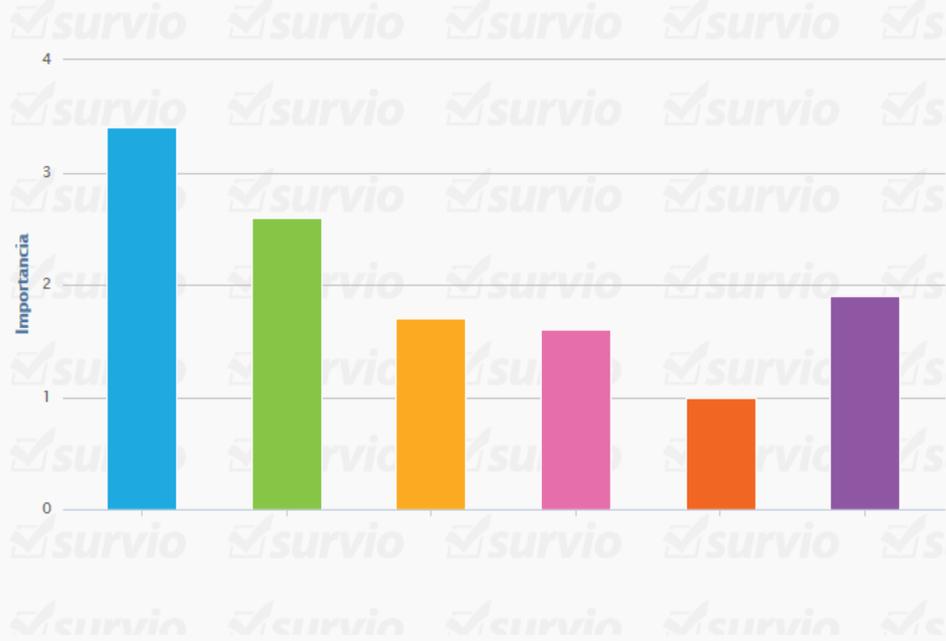
Verticalmente Horizontalmente



#	Respuesta	Importancia
1	Efectividad	3,5
2	Precio	3,5
3	Relacionamiento	2,3
4	Tecnología	2,7
5	Rapidez	1,7
6	Reputacion	1,4
7	Antigüedad	1

5 Ordene del 1 al 6 las empresas de ingeniería que mas recuerde. Siendo la 1 la de mayor conocimiento y la 6 la menos conocida.

Verticalmente Horizontalmente



#	Respuesta	Importancia
1	Elecon	3,4
2	Emin	2,6
3	Tapsa	1,7
4	Geoinyecta	1,6
5	Emsif	1
6	RS Ingenieria y Servicios	1,9

6 Tomando en cuenta la empresa que usted escribió como más conocida en la pregunta anterior, evaluar de 1 a 7 donde 1 es muy poca representación del atributo en la empresa y 7 es mucha representación del atributo.

Verticalmente Horizontalmente



	1	2	3	4	5	6	7
Efectividad	12	8	8	8	2	13	1
Precio	14	6	5	9	8	8	2
Relacionamiento	13	5	6	8	2	16	2
Tecnología	9	18	4	2	8	3	8
Rapidez	8	4	9	10	6	10	5
Reputación	8	5	5	7	8	10	9
Antigüedad	10	9	6	6	4	12	5

7 Tomando en cuenta la empresa RS Ingeniería e Inversiones SPA (RS Ingeniería y Servicios) en particular, evaluar de 1 a 7 donde 1 es muy poca representación del atributo en la empresa y 7 es mucha representación del atributo.

Verticalmente Horizontalmente



	1	2	3	4	5	6	7
Efectividad	10	5	6	4	9	9	9
Precio	4	11	8	6	10	10	3
Relacionamiento	8	9	10	2	11	4	8
Tecnología	6	12	3	8	9	7	7
Rapidez	6	9	10	5	5	9	8
Reputación	4	9	6	8	15	9	1
Antigüedad	8	8	14	2	12	8	0

12- Bibliografía

Porter, M. E. & Elizabeth Olmsted Teisberg (2006) *Redefining Health Care: Creating Value-Based Competition On Results*. Harvard Business School Press, 2006.

Porter, M. (1986). *Ventaja Competitiva*. Editorial C.E.C.S.A. México.

Thompson, A. Strickland III, A.(2000). *Administración Estratégica. Conceptos y Casos*. Editorial McGraw-Hill. 11ª. Edición. México.

Weffer, H. (2004). *Planificación Estratégica*. Cuaderno de trabajo de EAD URBE.

Departamento de Estudios Sofofa. Junio 2017. Página web: <http://web.sofofa.cl>

Asociación Chilena de Seguridad. Página web: <http://www.achs.cl>

Philip Kotler, Thomas Hayes,Paul Bloom (2004). *El Marketing de Servicios Profesionales*.

Maria Jose Lagos R. Leslie Rebolledo P. (2015) *Modelo de servicio de salud y bienestar "Equilibra2"*.