



Vigilada Mineducación

Plan de mercadeo - ECOMANGUERAS SAS

Pablo Atehortúa Salazar

Asesor

Jairo Alejandro Tamayo Bustamante

Trabajo de grado

Universidad EAFIT

Medellín

2025

Contenido

<i>Resumen</i>	6
INTRODUCCIÓN	8
<i>Presentación de la empresa y su orientación estratégica</i>	9
MODELO DE NEGOCIO	10
ANÁLISIS COMPETITIVO DE LA INDUSTRIA EN QUE DESARROLLA SUS ACTIVIDADES	12
<i>Análisis del mercado</i>	19
Tamaño	19
Participación	20
Segmentación, segmentos de mercado, mercado meta.....	23
Posicionamiento.....	24
FORMULACIÓN DE OBJETIVOS DEL PLAN. PROPUESTA ESTRATÉGICA...	24
Objetivos.....	24
Estrategias	25
Tácticas.....	26
Estrategia 1: Diferenciación en calidad y sostenibilidad.....	26
Estrategia 2: Optimización marketing digital.....	26
Recolectar y difundir opiniones, casos de éxito y testimonios de clientes satisfechos en la página web y redes sociales, con el fin de fortalecer la percepción de confianza, calidad y respaldo de la marca.	27
Estrategia 3: Fidelización y retención de clientes	27
PLANTEAMIENTO DE INVESTIGACIONES DE MERCADO REQUERIDAS.....	28

DESPLIEGUE DE LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO.....	31
Producto	31
Precio	31
Distribución y Omnicanalidad.....	32
Comunicación Integrada de Mercadeo	32
PRESUPUESTO DE INVERSIONES RELACIONADAS EXCLUSIVAMENTE CON LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MERCADEO	33
Investigaciones.....	33
Campañas/Eventos	34
Promoción.....	34
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	36
Actividades.....	36
Estrategia 1: Diferenciación en calidad y sostenibilidad.....	36
Campañas sobre sostenibilidad	36
Producir contenido gráfico sobre los beneficios ambientales de usar polietileno.....	36
Estrategia 2: Posicionamiento de marca.....	36
Campañas digitales segmentadas por sector	37
Promociones estratégicas en redes sociales	37
Recolectar opiniones y sugerencias de clientes actuales sobre sostenibilidad	37
Estrategia 3: Fidelización de clientes	37
Acompañamiento técnico preferencial para clientes recurrentes	37
Seguimiento personalizado posventa.....	38
Volumen de compra: establecer precios especiales para los clientes	38
Fechas.....	38
Responsables	41
PROYECCIÓN DE VENTAS Y UTILIDADES.....	42
Plan de ventas	42
Requerimientos	43

Logístico	43
Mercadeo y posicionamiento	44
<i>Indicadores o KPI's.....</i>	44
Control de resultados	45
• Seguimiento mensual de KPIs	45
• Informes de avances	45
• Reuniones de evaluación.....	45
<i>Planes de contingencia</i>	45
<i>Lecciones aprendidas</i>	46

Lista de Tablas

Tabla 1. Modelo de negocio	12
Tabla 2. Matriz DOFA	18
Tabla 3. Resumen de ventas	21
Tabla 4. Estrategias, tácticas y actividades.	38
Tabla 5. Diagrama de Gannt	39
Tabla 6. Tabla de responsabilidad.....	41
Tabla 7. Plan de ventas	42
Tabla 8. Proyección de ventas	43
Tabla 9. Indicadores o KPI's	44

Lista de figuras

Figura 1. Análisis Pestel Ecomangueras	16
---	----

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo diseñar un plan de mercadeo para Ecomangueras S.A.S., empresa colombiana que fabrica y comercializa mangueras elaboradas con polietileno reciclado. Para ello se realizaron entrevistas a clientes actuales y potenciales de la empresa, con el fin de conocer sus necesidades y percepciones frente a la misma, lo cual permitió identificar los atributos más valorados, como lo son la durabilidad, la buena atención y el compromiso ambiental.

La información recolectada permitió elaborar un diagnóstico estratégico que incluyó el análisis del entorno con la herramienta PESTEL y una matriz DOFA para identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas clave. Con base en ellas, se establecieron tres estrategias principales: i) diferenciación en calidad y sostenibilidad; ii) posicionamiento de marca y iii) fidelización de clientes.

Cada una de las estrategias previamente referidas fue desarrollada con actividades específicas que se organizaron en un cronograma detallado (Dagrama Gantt) para ser ejecutadas a lo largo de un año. Además, se estimaron los tiempos y recursos necesarios para cada acción, y se estableció un presupuesto de inversión en mercadeo priorizando aquellas estrategias que generan un mayor impacto.

También se definieron las variables clave para una ejecución, incluyendo atención al cliente, gestión de inventario, procesamiento de pagos, envíos e integración digital, y se formularon planes de contingencia desde la óptica del mercado, relacionados con la organización y el proceso de intervención para anticipar posibles riesgos, a partir de una guía clara y práctica para fortalecer el crecimiento y la competitividad de Ecomangueras en su sector, así como la consolidación de la misma como una empresa líder en el mercado.

Palabras clave:

Sostenibilidad, Plan de mercadeo, Competitividad e Innovación sostenible.

Abstract

This thesis focused on designing a marketing plan for ECOMANGUERAS S.A.S., a Colombian company dedicated to manufacturing and selling hoses made from recycled polyethylene. To begin, interviews were conducted with current and potential clients to gather insights into their opinions, needs, and perceptions of the company. The findings revealed that the most valued aspects are product durability, quality customer service, and a strong environmental commitment. Based on this input, a strategic diagnosis was carried out, which included an external environment analysis using the PESTEL framework and a SWOT matrix to identify the company's key strengths, opportunities, weaknesses, and threats.

Following this analysis, three main strategies were defined: differentiation through quality and sustainability, brand positioning, and customer loyalty. Each strategy was developed with specific tactics and activities, all organized into a detailed implementation schedule using a Gantt chart spanning one year. Timeframes and required resources were estimated for each action, and a marketing investment budget was created, prioritizing high-impact initiatives. Key variables were also established for an effective omnichannel implementation, including customer service, inventory availability, payment processing, shipping, and digital integration. Lastly, contingency plans were designed from the perspectives of the market, the organization, and the intervention process, in order to anticipate and respond to potential challenges. Altogether, this project offers a clear and practical roadmap to help ECOMANGUERAS strengthen its market presence, boost its competitiveness, and position itself as a leading company in the eco-friendly hose industry.

Keywords:

Recycled polyethylene, sustainability, sustainable innovation.

INTRODUCCIÓN

Ecomangueras S.A.S es una empresa enfocada en la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental, aspectos que han sido fundamentales para su crecimiento en el mercado, pues adoptan una mayor conciencia ecológica y aplicando regulaciones ambientales más estrictas, permiten identificar oportunidades estratégicas para el fortalecimiento de su posicionamiento y competitividad, responde a la demanda de productos sostenibles y se diferencia en un entorno con alta competencia.

El presente trabajo desarrolla un plan de mercadeo para consolidar la presencia de Ecomangueras S.A.S. en el mercado, mejorar su visibilidad y aumentar su competitividad mediante estrategias de diferenciación. Para esto, se analizaron los factores que influyen en mayor forma sobre los clientes al momento de comprar, como lo son la sostenibilidad, la durabilidad, el precio, la disponibilidad de los productos, entre otros.

El plan propuesto incluye estrategias para fortalecer la imagen de la marca, ampliar la presencia de esta en el mercado y lograr una mayor fidelidad por parte de los actuales clientes; por lo que se tuvieron en cuenta tácticas de comunicación, alianzas estratégicas y mejoras en la distribución para optimizar la experiencia de nuestros clientes.

El informe presenta el contexto de la empresa, el análisis del mercado, la formulación de estrategias de mercadeo, el presupuesto estimado y las respectivas conclusiones, de modo que, la implementación de estas estrategias permita que ECOMANGUERAS se posicione como un referente en la industria de mangueras ecológicas en Colombia, fortaleciendo su ventaja competitiva y promoviendo un modelo de negocio sostenible.

Presentación de la empresa y su orientación estratégica

Ecomangueras es una empresa colombiana fundada en el año 2016, mediante el programa de emprendimiento sostenible CREAM. Se especializa en la producción de mangueras de polietileno reciclado dirigidas a sectores claves como la agricultura, la minería, la construcción, la floricultura y la pecuaria. La compañía se ha destacado por su enfoque en la sostenibilidad, utilizando polietileno 100% reciclado como materia prima para sus productos, lo que ha generado un impacto positivo en el medio ambiente y ha fortalecido su propuesta de valor.

Los inicios de la compañía se establecieron como bases sólidas que potencializaron lo que ha llegado a ser hoy. Un proceso de crecimiento que cuentan con la capacidad de abarcar gran parte del mercado, que logra que la empresa sea reconocida cada vez más en el medio por su cumplimiento y calidad, con más de 30 referencias en ventas, cada una de ellas con las fichas técnicas que certifican la calidad y presión de cada referencia.

Entre los sectores que atiende Ecomangueras se destaca la agricultura, con un mercado importante, ya que las mangueras son usadas para sistemas de riego y drenaje, mejoran la eficiencia en el uso del agua y apoyan el desarrollo sostenible de las zonas rurales. También en la minería y la construcción, donde son valorados por su resistencia a presiones elevadas, su flexibilidad y su capacidad de adaptación a terrenos difíciles. La empresa, ha priorizado tanto la atención de grandes compañías como a clientes individuales, con un equilibrio en su estrategia comercial para atender diferentes necesidades sin perder su enfoque en calidad y sostenibilidad. De esta manera ha logrado tener un crecimiento sostenido y una visión orientada a la mejora permanente, con lo cual se busca consolidar en el mercado nacional.

En igual sentido, Ecomangueras S.A.S. se beneficia de una creciente preocupación gubernamental y regulatoria en torno al uso de plásticos no reciclables, lo que ha impulsado a la empresa a fortalecer su presencia en el mercado. No obstante, la falta de incentivos fiscales directos para las PYMES en el país representa una

barrera significativa para el crecimiento este tipo de empresas que buscan adoptar modelos de negocio sostenibles.

Misión

Producir y comercializar productos fabricados en polietileno reciclado, contribuyendo con el medio ambiente con responsabilidad social empresarial.

Visión

Ser reconocidos en el mercado nacional e internacional como una empresa líder y consolidada en la producción de soluciones con polietileno reciclado, así como por su compromiso con el manejo sostenible de los recursos naturales.

Valores Corporativos

- Pasión: compromiso con la excelencia en el desempeño.
- Respeto: aplicado tanto con los empleados como con los clientes a través de un excelente servicio y producto.
- Confianza: recuperar la seguridad en el campo y la industria como complemento esencial para proyectos.
- Comunicación: retroalimentación constante entre empleados, distribuidores y clientes.
- Honestidad: un principio constante e irrevocable.
- Mística: realizar el trabajo con excelencia desde el principio para garantizar el mejor servicio a los clientes.

MODELO DE NEGOCIO

El modelo de negocio de Ecomangueras S.A.S. se fundamenta en la producción y comercialización de manguera, dirigidas a sectores como la agricultura, minería,

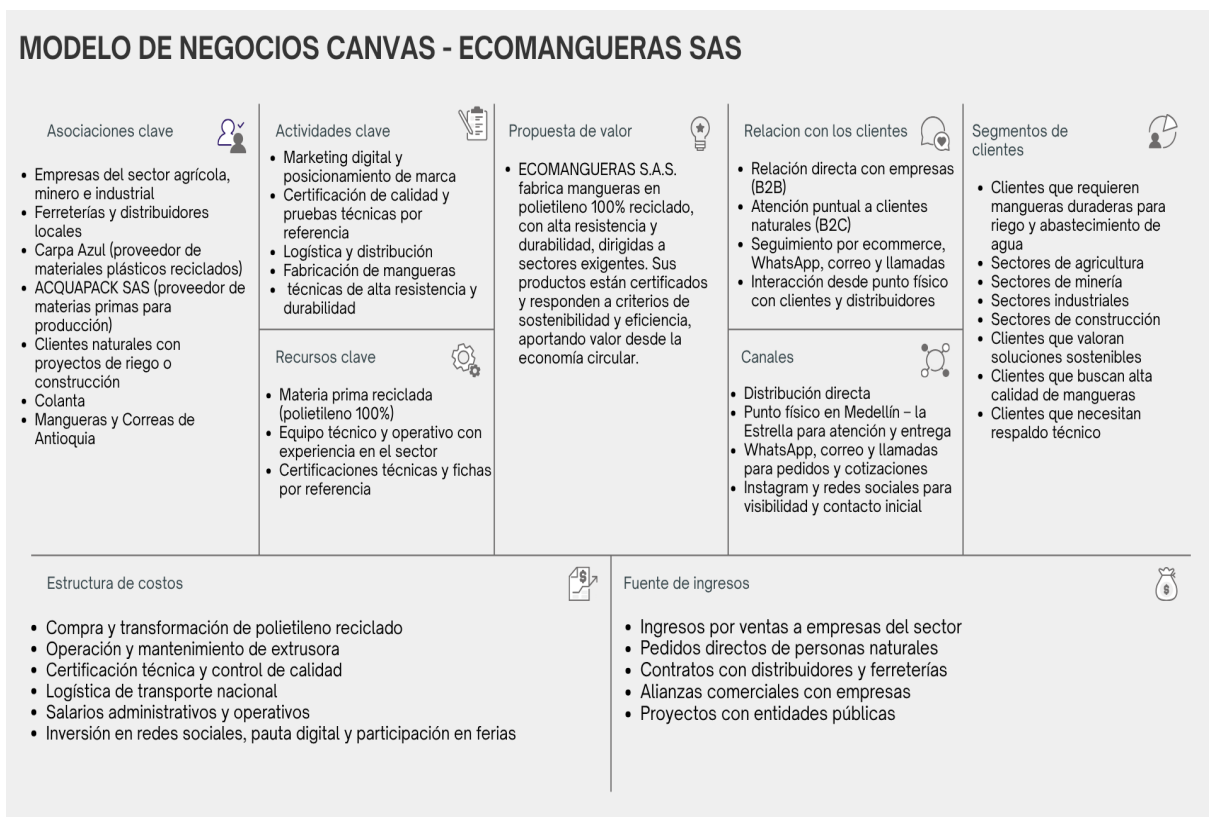
construcción e industria, al ofrecer soluciones sostenibles y de alta calidad. Su propuesta de valor radica en la diferenciación frente a la competencia, a través de la economía circular, pues garantiza productos resistentes, duraderos y certificados, que operan a través de ventas directas, distribuidores estratégicos y plataformas digitales.

En términos de publicidad, se realizan campañas de pauta a través de plataformas como Instagram, que permite fortalecer la visibilidad de la marca y captar nuevos clientes. Igualmente, se ofrecen garantías de hasta 10 años en los productos y se manejan listas de precios diferenciadas para clientes mayoristas y minoristas, lo que brinda flexibilidad en la negociación y adaptaciones a las necesidades del mercado.

En cuanto a la logística, el producto se distribuye por vía terrestre, transportado por camiones a través de todo el territorio nacional. Ecomangueras S.A.S., cuenta con certificaciones de alta calidad, las cuales son entregadas a los clientes para asegurar el cumplimiento de estándares técnicos, así como para reforzar la confianza en los productos.

Su estructura de costos está enfocada en la adquisición de materia prima reciclada, optimización de la producción y logística eficiente, mientras que sus ingresos provienen de la venta de mangueras y accesorios, y de contratos con grandes clientes y distribuidores. Todo esto posiciona a Ecomangueras S.A.S. como un actor relevante en la industria, con potencial de expansión a nuevos mercados.

Tabla 1. Modelo de negocio



ANÁLISIS COMPETITIVO DE LA INDUSTRIA EN QUE DESARROLLA SUS ACTIVIDADES

El sector de mangueras industriales y agrícolas en Colombia es altamente competitivo, con empresas que han optimizado su producción y distribución a través de economías de escala y estrategias comerciales agresivas. En cuanto a la competencia, muchas compañías han consolidado su presencia en el mercado con una oferta variada y una infraestructura logística que les permite abarcar diferentes segmentos de clientes.

Los principales competidores dentro del mercado actual, son Mangueras El Nilo S.A.S., dedicada a la “fabricación de productos plásticos n.c.p. como mangueras industriales, agrícolas y domiciliarias” (EMIS, 2024); Alambre S.A.S., compañía que “ofrece soluciones en correas, mangueras, empaques, adhesivos, lubricantes y

transmisión de potencia para la industria” (Alambre, s.f.); y Mangueras y Correas de Antioquia, empresas con estructuras más robustas y una red de distribución más amplia. Las empresas mencionadas han logrado posicionarse en el mercado mediante estrategias enfocadas en volumen de producción y cobertura, lo que representa un desafío en términos de diferenciación y competitividad. Adicionalmente, han logrado establecer relaciones comerciales sólidas con importantes empresas de diferentes sectores en Colombia.

Entre los principales clientes de la empresa se encuentra Colanta, con una relación comercial de 8 años. También está Mangueras y Correas, compañía especializada en la “distribución de equipos y soluciones industriales, también se encargan de la transmisión de potencia y conducción de fluidos” (Mancoran, 2019), pues ha cooperado y trabajado con Ecomangueras S.A.S. por un periodo de 5 años.

El mayor diferenciador de la empresa en el mercado es su compromiso con la calidad, asegurando productos con altos estándares de resistencia y durabilidad, a diferencia de competidores que priorizan el volumen y precios bajos. Esta apuesta se centra en la confiabilidad de los productos, con certificaciones que respaldan su desempeño y garantías de hasta 10 años, priorizando tanto la venta a empresas como a persona naturales y ofreciendo soluciones adaptadas a diferentes necesidades sin comprometer la calidad del producto.

Este equilibrio permite atender grandes industrias que requieren productos de alto rendimiento y calidad, así como clientes individuales que buscan mangueras confiables para uso específico. Lo anterior ha permitido fortalecer su reputación y consolidar relaciones comerciales sólidas con clientes estratégicos, atendiendo a que, en un mercado donde la competencia se basa en reducción de costos y expansión comercial, mantener estándares superiores sigue siendo clave para el crecimiento y posicionamiento de cada empresa

Análisis del entorno externo y sus variables

Ecomangueras S.A.S. ha consolidado su presencia en el mercado colombiano como un fabricante líder de mangueras de polietileno reciclado, enfocándose en la sostenibilidad y la calidad certificada de sus productos. Esto le ha permitido captar una cuota del 15% en el mercado nacional de mangueras ecológicas, con un crecimiento proyectado del 20% anual, según el informe “Capta una participación del 15 % en el mercado nacional de mangueras ecológicas, con un crecimiento anual proyectado del 20 % gracias a su compromiso con la sostenibilidad y calidad certificada” (ANDI, 2023), distinguiéndose por su capacidad de producción optimizada, que ha aumentado en un 50% en los últimos tres años.

Uno de los principales retos para Ecomangueras es comprender las motivaciones de compra de sus clientes; por lo que, si bien la sostenibilidad es un pilar fundamental, existe la necesidad de evaluar si los clientes valoran más la calidad del producto, la relación costo-beneficio o el soporte técnico. Para garantizar su consolidación en el mercado, Ecomangueras debe fortalecer su propuesta de valor a través de estrategias de educación al consumidor y el estableciendo alianzas con distribuidores claves; principalmente, en los sectores agrícola y de la construcción.

Así mismo, el sector agrícola requiere de crecimiento sostenible, el cual puede ser permitido por medio de la empresa al brindarle tuberías que contribuyan a llevar agua a sectores marginados, regar los cultivos que son básicos por el cambio climático, y utilizar la tubería para pasar cable y contención de talud, en el caso de la construcción.

En cuanto al mercado, es interno a nivel nacional, dirigido a Agros, ferreterías, empresas mineras, municipios, entre otros. Los canales de distribución son terrestres, con camiones que llevan la mercancía a todo el país. Esta empresa, cuenta con un proveedor reconocido en el mercado: Polímeros de Colombia SAS. Está ubicada en el Departamento de Antioquia, en la localidad Medellín y fue

constituida como sociedad por acciones simplificada, dedicándose al comercio al por mayor de metales y productos metalíferos.

Variables:

Económicas: La inflación, el alza en los costos del transporte terrestre y la variación en el precio del polietileno reciclado pueden afectar los márgenes de rentabilidad de la empresa. Sin embargo, la demanda de soluciones sostenibles en sectores como el agro y la construcción sigue en aumento.

Socioculturales: Hay un crecimiento en la conciencia ambiental de consumidores y empresas, lo cual favorece el enfoque sostenible de Ecomangueras. Además, las políticas de responsabilidad social empresarial comienzan a ser valoradas como un criterio de compra.

Tecnológicas: Se cuenta con un proceso productivo mecanizado, donde la maquinaria realiza la transformación del polietileno reciclado en mangueras. Aunque el sistema requiere intervención manual en etapas como el retiro del producto terminado, la tecnología utilizada mantiene una producción eficiente, con buena calidad y control de costos. Los procesos incluyen reciclaje optimizado que fortalecen su propuesta sostenible.

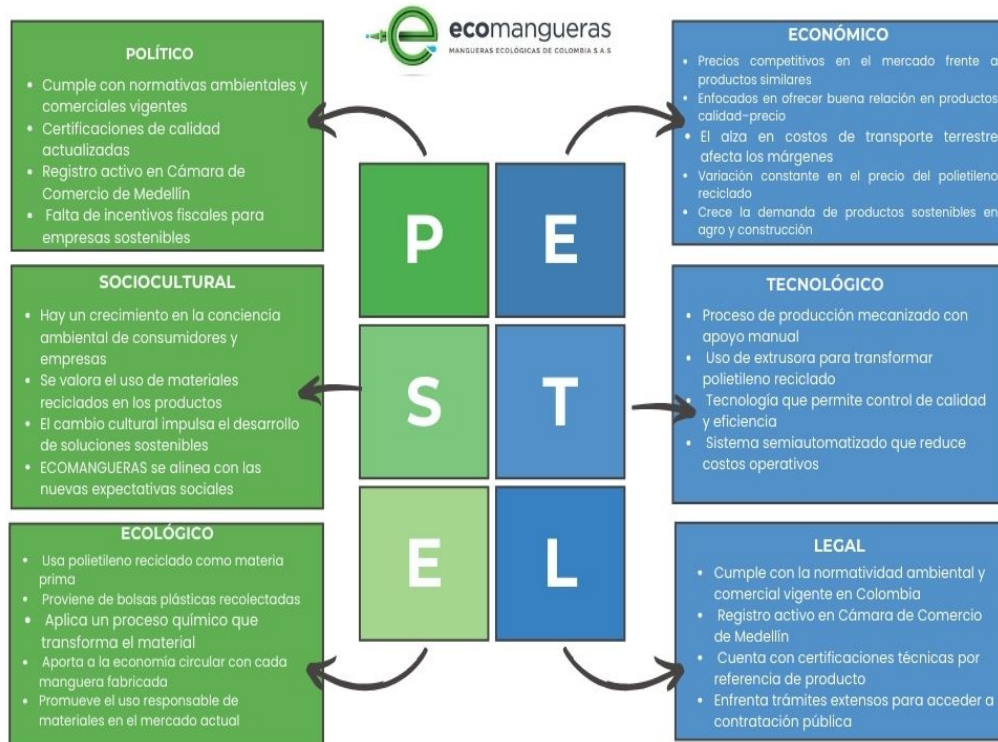
Político-legales: La empresa opera bajo el cumplimiento de la normatividad ambiental y comercial vigente en Colombia, especialmente en lo relacionado con el uso de materiales reciclados. La empresa gestiona adecuadamente los permisos requeridos para el tratamiento y transformación del polietileno, y realiza sus procesos en conformidad con los lineamientos de producción limpia. Sin embargo, el entorno político–legal presenta desafíos como la falta de incentivos fiscales para empresas sostenibles y los trámites administrativos extensos en procesos de contratación pública, lo cual limita en parte el acceso a ciertos mercados institucionales. Aun así, la empresa ha logrado mantener una operación formal y legalmente sólida, ya que se destaca como un ejemplo de emprendimiento sostenible en el sector industrial

Ambientales: Se contribuye activamente a la sostenibilidad ambiental mediante el uso de polietileno reciclado como materia prima para la fabricación de mangueras. Este material proviene principalmente de bolsas plásticas recolectadas. Para su transformación se realiza un proceso químico, ya que se altera su estructura molecular para convertirlo nuevamente en un producto útil, como lo es la manguera. Gracias a este enfoque, la empresa aporta a la economía circular, promueve el uso responsable de materiales y ofrece soluciones que se alinean con las exigencias ambientales del mercado actual.

Demográficas: El crecimiento poblacional en zonas rurales han aumentado la demanda de soluciones prácticas como las mangueras ecológicas de ECOMANGUERAS S.A.S. Estas áreas, muchas veces marginadas, representan una oportunidad para ampliar la cobertura nacional y llevar productos sostenibles a comunidades que requieren acceso a agua para riego o uso básico.

Figura 1. Análisis Pestel Ecomangueras

Análisis Pestel Ecomangueras



Análisis del entorno interno

La empresa presenta su portafolio de servicios en el cual ofrece una experiencia técnica e industrial orientada a la satisfacción de las necesidades razonables de sus clientes. Más allá de comercializar productos de alta calidad, su objetivo se enfoca en una búsqueda constante de nuevas alternativas de prestación que contribuyan al medio ambiente y a la competitividad de las organizaciones a las que atiende. En este sentido, “la sostenibilidad empresarial se está convirtiendo en una prioridad en muchos planes de negocio de pequeñas y grandes empresas” (Cinco Vientos, 2022), lo que refleja la importancia de integrar prácticas sostenibles en las estrategias empresariales.

Ecomangueras es una empresa que produce mangueras de polietileno semirrígidas con alta resistencia a presiones de fácil adaptación a cualquier tipo de terreno,

utilizadas para la protección de cables en la construcción de puentes, carreteras y construcción en general, y se usan para la conducción de líquidos en sistemas de riego enfocada en sectores como agrícolas, mineros e industriales, floricultura y pecuaria. Sus ventas se realizan con el contacto que el cliente realiza, a través de una solicitud telefónica (pedido y/o cotización); luego, por medio del correo electrónico sus requerimientos son atendidos brindando información de la mercancía disponible y sus precios.

Planteamiento de Matriz DOFA.

Tabla 2. Matriz DOFA

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento en sectores estratégicos como agricultura, minería y construcción. • Crecimiento sostenido en ingresos y estabilidad comercial. • Diferenciación basada en calidad, sostenibilidad y atención personalizada. • Relación cercana con clientes estratégicos que facilita la retención y generación de nuevas oportunidades. 	<p style="text-align: center;">Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Portafolio limitado a un solo producto. • Distribución en desarrollo y costos logísticos elevados. • Competencia fuerte en precios por parte de empresas más grandes. • Baja inversión actual en publicidad y marketing digital frente a competidores.
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ampliación de la cobertura comercial en sectores locales estratégicos 	<p style="text-align: center;">Amenazas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mayor competencia local con precios bajos y ofertas agresivas

<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de la demanda en sectores de agricultura, minería y construcción. • Fidelización de clientes mediante estrategias comerciales más dinámicas. • Mayor alcance de mercado a través de publicidad digital y posicionamiento online. 	<ul style="list-style-type: none"> • Variaciones en los precios de materias primas. • Competencia de grandes compañías con economías de escala. • Falta de apoyo estatal a PYMES.
---	--

Análisis del mercado

Tamaño

Ecomangueras S.A.S. ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años, reflejado en el aumento progresivo de sus ingresos, que pasaron de 715 millones de COP en 2021 a más de 1.56 mil millones en 2024. Este incremento financiero evidencia una expansión de su presencia en el mercado y una mayor demanda de sus productos en sectores estratégicos como agricultura, minería, construcción y floricultura. De esta manera se posiciona como un actor relevante dentro de la industria de mangueras de polietileno reciclado y fortalece su capacidad operativa y su red de clientes. No obstante, enfrenta desafíos como la competencia con grandes fabricantes y la necesidad de seguir ampliando su distribución para aumentar su participación en el mercado.

En cuanto al tamaño del mercado, la industria de mangueras industriales y agrícolas en Colombia ha mostrado un crecimiento impulsado por la expansión del sector agroindustrial, el desarrollo de infraestructura y el aumento en la demanda de soluciones sostenibles. Lo anterior aunado a la tendencia del uso de materiales reciclados y productos de mayor durabilidad. Aun así, la presencia de importaciones

y la competencia con productos de bajo costo representan retos en la consolidación del mercado. En ese sentido, y con el crecimiento de las regulaciones ambientales y la necesidad de soluciones más eficientes, Ecomangueras se encuentra en una posición estratégica para capitalizar estas oportunidades y continuar fortaleciendo su presencia en el sector.

En la actualidad, el mercado colombiano de mangueras industriales y agrícolas se desarrolla dentro de una industria regional en expansión, impulsada por sectores como la agricultura, la minería y la construcción.

En 2024, el mercado latinoamericano de mangueras industriales alcanzó un valor aproximado de USD 2,01 mil millones. Se calcula que el mercado crecerá a una tasa anual compuesta del 4,7% entre 2025 y 2034, para alcanzar un valor de 3,04 mil millones de USD en 2034. (Informes de Expertos, 2024)

Lo que significa un escenario favorable para las actividades que realiza la empresa.

A nivel competitivo, Ecomangueras busca fortalecer su participación en el mercado mediante la diversificación de su portafolio, la mejora de su red logística y el aprovechamiento de tendencias globales hacia productos de mayor durabilidad y bajo impacto ambiental. Su propuesta basada en calidad, sostenibilidad y respaldo técnico le ha permitido consolidarse como una alternativa innovadora frente a los productos tradicionales. En el contexto nacional, se destacan como principales competidores las empresas Mangueras El Nilo S.A.S, la empresa Mangueras y Correas de Antioquia S.A.S, la empresa Aquapack, marca reconocida en Colombia por ofrecer soluciones hidráulicas, entre otras.

Participación

Ecomangueras S.A.S. ha consolidado una participación importante en el mercado colombiano de mangueras. Su crecimiento en ingresos desde 2021 hasta la actualidad refleja un incremento en su presencia dentro de la industria, lo que la

2023	VENTAS AÑO 2023 ECOMANGUERAS				
	Cliente	Número de comprobantes	Valor bruto	Subtotal	Total
	UNIVERSAL DE MANGUERAS Y CORREAS S.A.S	7	10.377.385,00	10.377.385,00	12.349.088,15
	SISTEMAS DE PERFORACION Y GEOTECNIA SAS	53	335.526.000,00	335.526.000,00	399.275.940,00
	PASTORILES S.A.S	1	4.444.000,00	4.444.000,00	5.288.360,00
	MANGUERAS Y CORREAS DE ANTIO	34	374.757.554,00	374.757.554,00	445.961.489,26
	MANGUERAS EL NILO S.A.S	24	105.359.000,00	105.359.000,00	125.377.210,00
	MACOFIL SAS	1	3.535.100,00	3.535.100,00	4.206.769,00
	IC CONSTRUCTORES S.A.S.	7	6.651.500,00	6.651.500,00	7.915.285,00
	FONSECA MONA Y CIA LTDA	1	3.412.500,00	3.412.500,00	4.060.875,00
	FERRAGRO APARTADO S.A.S. ZOMAC	2	23.884.000,00	23.884.000,00	28.421.960,00
	Edificio de bodegas y negocios intergoup	1	1.097.100,00	1.097.100,00	1.305.549,00
	Diego Fernando Llanos Santa	1	3.850.000,00	3.850.000,00	4.581.500,00
	COOPERATIVA COLANTA	101	97.052.067,30	97.052.067,30	115.491.960,10
	CONVIALES CONSTRUCCIONES VIALES GEOTECNICAS S.A.S	1	7.108.000,00	7.108.000,00	8.458.520,00
	ASESORIAS TECNICAS INDUSTRIALE	1	1.309.100,00	1.309.100,00	1.557.829,00
	ANCLAJES Y PERFORACIONES S.A.S	17	9.111.300,00	9.111.300,00	10.842.447,00
	AGROGRANJAS SAS	1	1.886.800,00	1.886.800,00	2.245.292,00
			989.361.406,30	989.361.406,30	1.177.340.073,51

2024	VENTAS AÑO 2024 ECOMANGUERAS				
	Cliente	Número de comprobantes	Valor bruto	Subtotal	Total
	UNIVERSAL DE MANGUERAS Y CORREAS S.A.S	1	4.192.440,00	4.192.440,00	4.989.003,60
	TRES HERNANDEZ RESTREPO S.A.S	2	1.364.000,00	1.364.000,00	1.623.160,00
	SISTEMAS DE PERFORACION Y GEOTECNIA SAS	1	149.390.700,00	149.390.700,00	177.774.933,00
	PESCADOS & MARISCOS MY FISH S.A.S	1	93.280,00	93.280,00	111.003,20
	PASTORILES S.A.S	1	2.384.000,00	2.384.000,00	2.836.960,00
	MANGUERAS Y CORREAS DE ANTIO	42	471.342.630,00	471.342.630,00	560.897.729,70
	MANGUERAS EL NILO S.A.S	27	77.794.000,00	77.794.000,00	92.574.860,00
	LUZ EUGENIA DE LA OSSA VIVERO	3	13.085.000,00	13.085.000,00	15.571.150,00
	Jorge Hoyos	1	192.390,00	192.390,00	228.944,10
	IC CONSTRUCTORES S.A.S.	8	29.297.000,00	29.297.000,00	34.863.430,00
	FUTUAGRO COLOMBIA S.A.S	2	5.363.600,00	5.363.600,00	6.382.684,00
	FUNDACION RODRIGO ARROYAVE ARANGO	1	1.140.000,00	1.140.000,00	1.356.600,00
	Edificio de bodegas y negocios intergoup	1	65.000,00	65.000,00	77.350,00
	DISTRIFER S.A.S	2	7.608.150,00	7.496.214,00	8.920.494,66
	DISFUTALIA S.A.S	1	222.370,00	222.370,00	264.620,30
	Diego Fernando Llanos Santa	11	17.802.586,00	17.802.586,00	21.185.077,34
	COOPERATIVA COLANTA	87	123.831.242,80	123.831.242,80	147.359.178,94
	ASESORIAS TECNICAS INDUSTRIALE	3	3.532.675,00	3.532.675,00	4.203.883,25
	ARANDACATE SAS	1	320.650,00	320.650,00	381.573,50
	ANIMAL COMPOST COLOMBIA S.A.S	1	139.920,00	139.920,00	166.504,80
	ALAMBRE S.A.S	9	30.890.530,00	29.958.948,80	35.651.149,07
	AGROINSUMOS GAO SAS	1	8.835.000,00	8.835.000,00	10.513.650,00
	ACQUAPACK SAS	1	4.878.000,00	4.878.000,00	5.804.820,00
			953.765.163,80	952.721.646,60	1.133.738.759,46

El recuadro anterior resume las ventas de los últimos tres años e identifica solamente la variedad de clientes de Ecomangueras y los niveles considerables de ventas alcanzados durante los años en cuestión. En el año 2022, se recaudó un total de \$1.215.493.707,02 y en el año 2023, un total en ventas de \$

1.177.340.073,52. Finalmente, en el año 2024 se tuvo un total de \$1.133.738.759,46.

Ahora bien, en cuanto a las alianzas, estas reflejan la confianza del mercado en la calidad, durabilidad y respaldo técnico de los productos ofrecidos ampliando su alcance en diferentes regiones del país. Sin embargo, aún enfrenta competencia con fabricantes nacionales que operan con estructuras productivas más grandes y con estrategias de precios más agresivas. Su diferenciación basada en la calidad y la durabilidad de sus productos le ha permitido ganar terreno en sectores donde la confiabilidad es un factor clave en la decisión de compra. Para continuar aumentando su participación, ECOMANGUERAS debe seguir fortaleciendo su red de distribución y su presencia en nuevos mercados dentro del país, asegurando que su propuesta de valor llegue a más clientes que prioricen soluciones de alto rendimiento.

Segmentación, segmentos de mercado, mercado meta

La segmentación de Ecomangueras S.A.S. está compuesta por empresas y distribuidores que buscan productos innovadores y ecológicos. La demanda de este tipo de soluciones ha crecido en los últimos años, impulsada por políticas de sostenibilidad corporativa y regulaciones ambientales que fomentan el uso de materiales reciclados. Sin embargo, aún existe un segmento del mercado que prioriza el precio sobre la sostenibilidad, lo que representa un desafío en la estrategia de posicionamiento de la empresa.

En agricultura los clientes buscan soluciones eficientes para sistemas de riego y drenaje, optimizando el uso del agua en cultivos. En el sector minero y de construcción la demanda se enfoca en mangueras de alta resistencia a presión y flexibilidad, necesarias para condiciones extremas de trabajo. En la floricultura y la pecuaria la funcionalidad de las mangueras está orientada al manejo eficiente de líquidos en procesos de producción y distribución. Así pues, el mercado se centra en clientes que valoran calidad, durabilidad y sostenibilidad en sus productos. Aunque la empresa atiende a distintos segmentos, su estrategia busca consolidarse

en sectores donde la eficiencia operativa y la responsabilidad ambiental son factores clave en la toma de decisiones de compra.

Grandes empresas que operan en la industria y distribuidores especializados representan una parte fundamental del mercado, ya que facilitan el acceso a clientes finales y generan una mayor cobertura geográfica. Sin embargo, la empresa ha identificado una oportunidad en el mercado de consumidores individuales, quienes han mostrado un creciente interés en productos de alta calidad para aplicaciones específicas. A medida que la demanda por soluciones sostenibles sigue en aumento, Ecomangueras continúa fortaleciendo su presencia en estos mercados mediante estrategias enfocadas en diferenciación y educación sobre los beneficios de sus productos.

Posicionamiento

Ecomangueras S.A.S. ha logrado posicionarse en el mercado colombiano como una empresa confiable y especializada en la producción de mangueras de polietileno reciclado. Su reconocimiento en sectores clave como agricultura, minería, construcción, floricultura y pecuaria se ha fortalecido gracias a su diferenciación en el uso de materiales reciclados y su compromiso con la eficiencia en cada uno de sus productos.

FORMULACIÓN DE OBJETIVOS DEL PLAN. PROPUESTA ESTRATÉGICA.

Objetivos

Objetivo General:

Desarrollar un plan de mercadeo para Ecomangueras que fortalezca su posicionamiento en el mercado y aumente su participación en los sectores agrícola, minero e industrial mediante estrategias enfocadas en sostenibilidad, innovación y diferenciación.

Objetivos Específicos:

- Analizar el posicionamiento actual de Ecomangueras en el mercado colombiano.
- Identificar los factores clave que influyen en la decisión de compra de los clientes en los sectores agrícola, minero e industrial.
- Diseñar estrategias de mercadeo efectivas para aumentar la competitividad y fidelización de clientes.

Estrategias

Las estrategias de mercadeo están enfocadas en fortalecer su posicionamiento en el mercado, aumentar su participación en los sectores clave y mejorar la fidelización de sus clientes.

- 1. Estrategia de diferenciación en calidad y sostenibilidad:** La empresa continuará destacando la alta calidad de sus mangueras y su impacto ambiental positivo, promoviendo la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental como valor agregado en su propuesta comercial.
- 2. Optimización marketing digital:** Se optimizará el sitio web para mejorar su posicionamiento en los motores de búsqueda, asegurando que los clientes potenciales puedan encontrar fácilmente la empresa. Debe tenerse en cuenta que la empresa ya cuenta con SEO, por lo que se busca es potencializarlo. Además, se intensificará la presencia en redes sociales y plataformas digitales, mediante campañas de concientización y publicidad enfocadas en la educación del consumidor sobre las ventajas de los productos sostenibles.
- 3. Fidelización y retención de clientes:** Se implementarán programas de lealtad, descuentos y beneficios exclusivos para clientes frecuentes, buscando fortalecer la relación con clientes actuales y aumentar la recompra.

Tácticas

Para la implementación de las estrategias de mercadeo se llevarán a cabo diversas tácticas que buscaron, además, consolidar su presencia en el mercado, mejorar la relación con sus clientes y diferenciarse a través de estrategias innovadoras y sostenibles.

Estrategia 1: Diferenciación en calidad y sostenibilidad

Táctica 1: Certificación del componente sostenible.

Se le facilitara al cliente la certificación de calidad del producto por medio de los sitios webs y de compra donde obtendrá además las fichas técnicas y contenidos que respalden la sostenibilidad del producto.

Táctica 2: Campañas educativas sobre impacto ambiental.

Se desarrollarán contenidos gráficos, audiovisuales y testimoniales para redes sociales y sitio web, exponiendo cómo el uso de mangueras recicladas y de nuestra materia prima contribuye a al medio ambiente y genera beneficios ambientales reales.

Táctica 3: Participación en ferias y eventos del sector.

La empresa participará en ferias agroindustriales, ambientales y de infraestructura, destacando su enfoque sostenible, calidad técnica y diferenciadores ecológicos frente a competidores.

Estrategia 2: Optimización marketing digital

Táctica 1: Fortalecimiento del SEO del sitio web.

Se optimizarán elementos técnicos y de contenido en el sitio web, como estructura de encabezados, descripciones y enlaces internos para mejorar el posicionamiento orgánico en motores de búsqueda.

Táctica 2: Gestión de reputación digital y testimonios de clientes

Recolectar y difundir opiniones, casos de éxito y testimonios de clientes satisfechos en la página web y redes sociales, con el fin de fortalecer la percepción de confianza, calidad y respaldo de la marca.

Táctica 3: Promociones estratégicas en redes sociales.

Se diseñarán e implementarán promociones especiales a través de Instagram y Facebook, tales como descuentos por tiempo limitado, combos por referencias y sorteos entre seguidores, con el fin de atraer nuevos clientes, dinamizar las ventas y aumentar el alcance orgánico de la marca.

Estrategia 3: Fidelización y retención de clientes

Táctica 1: Envío de beneficios para clientes fieles.

Se implementará una táctica de fidelización basada en el envío de beneficios sorpresa para clientes que han realizado múltiples compras, como accesorios complementarios, muestras de nuevos productos o mensajes personalizados con detalles especiales. Esta estrategia busca generar gratitud, reforzar el vínculo emocional y aumentar la probabilidad de recompra al sorprender positivamente al cliente sin que lo espere.

Táctica 2: Seguimiento personalizado posventa.

Se establecerán protocolos de seguimiento tras la compra, mediante WhatsApp o correo electrónico, para evaluar la satisfacción del cliente y recomendar productos o usos complementarios.

Táctica 3: Descuentos escalonados por volumen de compra.

Se diseñará una estructura de descuentos progresivos basada en la cantidad de producto adquirido. Esto incentivará compras mayores y aumentará la relación con compradores clave.

PLANTEAMIENTO DE INVESTIGACIONES DE MERCADO REQUERIDAS

Investigación Cualitativa

Se llevará a cabo una investigación de corte cualitativo para profundizar en la percepción de la marca y en los factores subjetivos que influyen en la decisión de compra de los clientes, explorando las motivaciones, barreras y expectativas que tienen sobre los productos sostenibles. Se utilizarán entrevistas en profundidad con clientes actuales y potenciales

Aspectos por evaluar:

- Motivaciones y expectativas de los clientes al adquirir productos ecológicos.
- Percepción de los clientes y distribuidores sobre la calidad y el desempeño de las mangueras.
- Barreras y objeciones que enfrentan los clientes al momento de cambiar de un producto convencional a una opción reciclada.
- Factores emocionales y de confianza que pueden fortalecer la lealtad del cliente hacia la marca.

A continuación, se anexa el instrumento con el listado de preguntas que serán aplicadas durante las entrevistas.

Preguntas para clientes actuales

1. ¿Qué lo motivó a elegir Ecomangueras frente a otras opciones del mercado?
2. ¿Qué características de valora más (durabilidad, flexibilidad, sostenibilidad, precio, otros)?
3. ¿Qué tan satisfecho está con la calidad del producto que ha recibido?
4. ¿Qué aspectos considera que podría mejorar Ecomangueras?
5. ¿Qué tan cómodo se siente las condiciones de pago?
6. ¿Cómo ha sido su experiencia general en cuanto a atención, cumplimiento y servicio?

7. ¿Qué tan importante es para usted que las mangueras contribuyan al cuidado del medio ambiente? Elabore su respuesta
8. ¿Qué tan fácil ha sido para usted acceder al producto o realizar el proceso de compra, porque medio conociste a Ecomangueras?
9. ¿Qué tan satisfecho está de entrega y la atención logística que ha recibido?
10. ¿Recomendaría Ecomangueras a otros clientes o empresas? ¿Por qué?

Preguntas para clientes potenciales

1. ¿Actualmente con qué proveedor diferente a Ecomangueras de mangueras trabaja y qué destaca de él?
2. ¿Qué factores considera usted son determinantes al elegir un proveedor (precio, calidad, disponibilidad, atención, otros)?
3. ¿Ha tenido contacto previo con? ¿Qué impresión le dejó?
4. ¿Por qué motivo aún no ha trabajado o no ha concretado una compra?
5. ¿Qué necesitaría para sentirse seguro de iniciar una relación comercial con Ecomangueras?
6. ¿Qué opinión tiene y condiciones de pago en comparación con otras opciones del mercado?
7. ¿Qué tanta importancia le da al hecho de que sean sostenibles?
8. ¿Qué aspectos le generan dudas le dificultan para cambiar de proveedor o comprar a Ecomangueras?
9. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información o propuestas comerciales (visitas, WhatsApp, correo, otros)?
10. ¿Qué necesitaría recibir de parte de Ecomangueras para iniciar una relación comercial?

Análisis De Las Respuestas De Los Entrevistados

En la primera entrevista se destacó la calidad del producto, su durabilidad y flexibilidad, la atención al cliente, y los despachos ágiles, como características a destacar de los servicios ofrecidos por nuestra empresa. En cuanto a aspectos a mejorar, señaló que sería mucho más fácil para los clientes, recibir información puntual sobre los horarios de despacho, para facilitar la organización de los clientes al momento de la recepción de los insumos.

El segundo entrevistado destacó la calidad del producto, así como la puntualidad en las entregas y la facilidad en el pago por parte de los clientes. El tercer entrevistado manifestó que lo que más valoraban del servicio ofrecido por Ecomangueras, es que ofrecen opciones de crédito, lo que facilita mucho el flujo de las operaciones, así como también, la atención recibida por parte de la empresa.

Las entrevistas citadas, permiten establecer que actualmente en el mercado existe una gran apuesta hacia los productos ecológicos, en razón a los distintos requerimientos que realizan las entidades que regulan los lineamientos en materia ambiental. Además, hay un compromiso por parte de las empresas en relación con la utilización de productos que sean favorables para al medio ambiente.

En cuanto a la calidad de los productos, cada uno de los clientes destaca que las mangueras producidas por la empresa cuentan con todos los atributos fundamentales que se buscan en productos de este tipo, como lo son la durabilidad, la flexibilidad, resistencia y la fácil adaptación a terrenos difíciles. Adicionalmente, los clientes destacan que la empresa cuenta con mecanismos que buscan facilitar la experiencia de compra, como lo son una oportuna y eficaz atención al cliente, métodos de pago que buscan facilitar el acceso de distintos tipos de clientes y procesos de acompañamiento que fortalecen la confianza en los productos que ofrece la empresa.

DESPLIEGUE DE LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO

Producto

Ecomangueras se enfoca en ofrecer mangueras de alta durabilidad y sostenibilidad, fabricadas con polietileno reciclado. Estos productos están diseñados para satisfacer las demandas de sectores exigentes como el agrícola, minero y de construcción, garantizando resistencia, eficiencia y un impacto ambiental reducido.

La combinación de sostenibilidad y calidad ha permitido mejorar la percepción de la marca, generando valor tanto ambiental como funcional para sus clientes. Los resultados preliminares indican un incremento en la demanda de estos productos dentro de nichos que valoran la sostenibilidad, lo que sugiere una oportunidad de crecimiento en este segmento del mercado. Para iniciar, se trabajará en la ampliación de su portafolio, con nuevas referencias de mangueras adaptadas a distintas necesidades, como versiones más gruesas para trabajos pesados o más livianos.

Asimismo, se seguirá promoviendo el valor de la línea verde, característica visual que ya identifica a las mangueras ecológicas y comunica su compromiso con la sostenibilidad. Este rasgo diferenciador es clave para destacar frente a la competencia y para conectar con clientes que valoran el impacto ambiental positivo.

Precio

Ecomangueras buscará ofrecer incentivos adicionales, como descuentos por fidelidad, promociones periódicas y condiciones preferenciales para quienes demuestren constancia en sus compras. También se evaluará la posibilidad de ajustar precios según estacionalidades del mercado, permitiendo aprovechar oportunidades de venta sin afectar la rentabilidad. El objetivo es facilitar el acceso a productos de alta calidad manteniendo una relación costo-beneficio atractiva, que motive a los clientes a elegir la marca frente a sus competidores.

Distribución y Omnicanalidad

Ecomangueras ha consolidado una red de distribución eficiente en el Valle de Aburrá y otras subregiones de Antioquia, garantizando entregas seguras y puntuales a sus clientes en los sectores agrícola, minero e industrial. La empresa participa activamente en eventos de sostenibilidad y ferias industriales, con el fin de expandir su alcance y su presencia en el mercado nacional. Además, coordina la logística de transporte de sus mangueras, al expandir su llegada a destino con altos estándares de calidad. Aunque el costo del flete corre a cargo del cliente, la empresa compensa este gasto mediante descuentos especiales en volumen de compra, con una propuesta comercial más atractiva y accesible en distintas regiones de Colombia. Los resultados iniciales reflejan una mayor cobertura y alcance, que permiten que la empresa fortalezca su presencia en mercados fuera de Antioquia y captar nuevos clientes en diferentes sectores.

Ecomangueras busca fortalecer su estrategia mediante la integración total de sus canales físicos y digitales de redes y página web, ofreciendo una experiencia para el cliente hasta la postventa. Se proyecta automatizar procesos de atención y pedidos, implementar seguimiento en tiempo real de entregas y facilitar pagos en línea directamente desde la plataforma web. Además, busca expandir la capacidad logística mediante nuevos puntos de despacho en zonas estratégicas del país, lo que permitirá reducir los tiempos de entrega y mejorar la cobertura territorial.

Comunicación Integrada de Mercadeo

La empresa utiliza una estrategia de comunicación a través de diversos canales para asegurar un contacto fluido con sus clientes. Aunque cuenta con una única sede en Medellín, ofrece envíos a nivel nacional, para alcanzar un público más amplio.

Canales de comunicación:

- Página web: <https://ecomangueras.com/>

- Redes sociales (Instagram y WhatsApp):
https://www.instagram.com/ecomangueras_s.a.s/?hl=es-la
- Llamadas telefónicas y servicio postventa: Aseguran acompañamiento en todo el proceso de compra y resolución de inquietudes.

Hasta el momento, esta estrategia ha generado un aumento en la interacción con los clientes y un mayor reconocimiento de la marca en el mercado digital. La publicidad digital ha permitido mejorar el tráfico web y la conversión de prospectos en clientes activos, optimizando los procesos de venta y fortaleciendo la presencia en el mercado.

La empresa busca fortalecer su presencia digital a través de campañas más constantes y creativas en redes sociales, con el propósito de exponer los beneficios de sus productos ecológicos, su durabilidad y el respaldo técnico. Se creará contenido visual atractivo como videos demostrativos, testimonios de clientes y publicaciones educativas sobre el uso y cuidado de las mangueras. Igualmente, se harpa uso de marketing directo a través de visitas comerciales, participación en ferias y entrega de material físico personalizado, para afianzar la relación con clientes y distribuidores en diferentes regiones.

PRESUPUESTO DE INVERSIONES RELACIONADAS EXCLUSIVAMENTE CON LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MERCADEO

Investigaciones

En el marco del fortalecimiento de la propuesta de valor sostenible de Ecomangueras S.A.S. se realizará una investigación de mercado cualitativa a través de entrevistas en profundidad dirigidas a clientes actuales y clientes potenciales, con el fin de explorar su percepción frente a la marca, las mangueras sostenibles y los factores que inciden en su decisión de compra. Esta actividad tendrá una duración estimada de dos a tres semanas y un costo aproximado de \$4.000.000 COP, que será asumido directamente por la empresa.

Campañas/Eventos

Para Ecomangueras S.A.S se propondrá el desarrollo de una campaña audiovisual enfocada en fortalecer su imagen de sostenibilidad e innovación. Esta campaña incluiría la producción de videos institucionales cortos, reels promocionales y testimonios de clientes que los beneficios de las mangueras fabricadas con materiales reciclados. La duración estimada de la campaña sería de un mes, con una inversión aproximada de \$3.500.000 COP, destinados a la producción, edición y distribución del contenido. Esta estrategia permitiría contar con material visual de alta calidad para reforzar la comunicación de la empresa en eventos, reuniones comerciales y otros espacios estratégicos, sin requerir una inversión elevada en medios digitales o tradicionales.

Como parte de la estrategia, se propone la participación en la Expo Agrofuturo Medellín, uno de los eventos agrícolas más importantes en Latinoamérica, especializado en innovación para el sector agroindustrial, el cual representa una oportunidad estratégica para diversificar la base de clientes, reforzar la presencia en el sector agrícola y expandir el alcance de las mangueras sostenibles hacia nuevos mercados nacionales e internacionales. Este evento tendrá una duración de tres días y requerirá una inversión aproximada de \$25.000.000 COP, que incluye el alquiler de stand básico, diseño de material promocional y preparación logística.

Promoción

Con el fin de continuar fortaleciendo la presencia digital de Ecomangueras S.A.S. de manera eficiente en costos, se plantea desarrollar una campaña básica de promoción en redes sociales, enfocada en aumentar la visibilidad de sus mangueras sostenibles entre clientes potenciales de sectores estratégicos. El objetivo de esta acción es incrementar el alcance de la marca en sus redes sociales y en mercados locales e industriales del Área Metropolitana, generar tráfico hacia los canales de contacto de la empresa y reforzar la recordación de marca. Esta proposición

contempla una campaña de pauta en Instagram y Facebook, con publicaciones promocionales. La duración estimada de la campaña sería de 12 meses, que no son necesariamente consecutivos, y tendría un costo aproximado de \$9.600.000 COP.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Objetivo

Establecer una planificación estructurada y temporalmente distribuida para la ejecución del plan de mercadeo de Ecomangueras S.A.S., a fin de fortalecer la presencia de marca, incrementar las ventas y consolidar relaciones comerciales estratégicas durante el segundo semestre del año 2025. Este cronograma permite coordinar y controlar actividades clave como la promoción, diseño de estrategia, pauta publicitaria y participación en ferias, garantizando el uso eficiente de los recursos y el cumplimiento de los objetivos comerciales en el plazo definido.

Actividades

Estrategia 1: Diferenciación en calidad y sostenibilidad

Campañas sobre sostenibilidad

La actividad consiste en desarrollar e implementar campañas comunicativas en puntos de venta físicos y en canales digitales para resaltar los beneficios ambientales del uso de polietileno. Se busca generar conciencia en los clientes y posicionar a la marca como una alternativa sostenible frente a la competencia.

Producir contenido gráfico sobre los beneficios ambientales de usar polietileno

Se crearán piezas visuales como imágenes, videos e infografías que muestren de forma educativa y atractiva las propiedades del polietileno como material reciclable y de bajo impacto ambiental. Este contenido se difundirá en redes, página web y material de apoyo comercial.

Estrategia 2: Posicionamiento de marca

Campañas digitales segmentadas por sector

La actividad contempla el diseño y ejecución de campañas publicitarias pagas dirigidas específicamente a sectores estratégicos como agricultura, minería y construcción. Cada pieza de comunicación destacará los beneficios del producto según el uso particular en cada sector.

Promociones estratégicas en redes sociales

Consiste en implementar acciones promocionales como descuentos temporales, combos por referencias o sorteos, especialmente a través de redes sociales como Instagram y Facebook, para atraer nuevos clientes, aumentar la visibilidad y fomentar la interacción con la marca.

Recolectar opiniones y sugerencias de clientes actuales sobre sostenibilidad

La actividad busca obtener retroalimentación directa por parte de los clientes actuales mediante formularios o entrevistas, con el fin de conocer su percepción sobre el enfoque sostenible de la empresa y recoger ideas de mejora o nuevas iniciativas.

Estrategia 3: Fidelización de clientes

Acompañamiento técnico preferencial para clientes recurrentes

La actividad está orientada a brindar atención técnica prioritaria a los clientes frecuentes. Esto incluye asesorías personalizadas sobre el uso e instalación de las mangueras, solución de dudas técnicas y recomendaciones para mejorar su desempeño.

Seguimiento personalizado posventa

Se establecerán protocolos de contacto posterior a la compra para verificar la satisfacción del cliente, resolver inquietudes y ofrecer asesoramiento adicional. Este acompañamiento fortalecerá la relación y abrirá puertas para futuras ventas.

Volumen de compra: establecer precios especiales para los clientes

Se ofrecerán beneficios económicos como descuentos o condiciones especiales a aquellos clientes que compran en volumen o de forma recurrente. Esta táctica busca premiar la fidelidad y consolidar relaciones comerciales duraderas.

Tabla 4. Estrategias, tácticas y actividades.

Fase	Táctica	Actividades
Estrategia 1: Diferenciación en calidad y sostenibilidad	Certificación componente sostenible	Promover la línea verde como sello de sostenibilidad en los puntos de venta y medios digitales. Ampliar el portafolio con nuevas referencias ecológicas.
Estrategia 1: Diferenciación en calidad y sostenibilidad	Campañas sobre impacto ambiental	Producir contenido gráfico y audiovisual sobre los beneficios ambientales de usar polietileno reciclado, y difundirlos en redes sociales y página web.
Estrategia 1: Diferenciación en calidad y sostenibilidad	Participación en ferias y eventos del sector	Definir calendario de participación en eventos clave del sector y preparar material promocional enfocado en los diferenciales ecológicos de Ecomangueras.
Estrategia 2: Posicionamiento de marca	Fortalecimiento sitio web y SEO	Actualización de la página web incorporando palabras clave estratégicas, estructura optimizada y contenido relevante para clientes potenciales
Estrategia 2: Posicionamiento de marca	Reputación digital	Recolectar y difundir opiniones, casos de éxito y testimonios de clientes satisfechos en la página web y redes sociales, con el fin de fortalecer la percepción de confianza, calidad y respaldo de la marca.
Estrategia 2: Posicionamiento de marca	Promociones en redes sociales	Se diseñarán e implementarán promociones especiales a través de Instagram y Facebook, tales como descuentos por tiempo limitado, combos por referencias y sorteos entre seguidores, con el fin de atraer nuevos clientes, dinamizar las ventas y aumentar el alcance orgánico de la marca..
Estrategia 3: Fidelización y retención de clientes	Beneficios para clientes fieles	Aplicar descuentos exclusivos a clientes que hayan realizado compras consecutivas
Estrategia 3: Fidelización y retención de clientes	Seguimiento posventa	Realizar llamadas o mensajes breves de seguimiento a los 10 días posteriores a la venta
Estrategia 3: Fidelización y retención de clientes	Volumen de compra	Establecer precios especiales para clientes con pedidos superiores a cierto metraje.

Fechas

El plan de marketing se desarrollará a lo largo del año y tiene tres estrategias claves: diferenciación en calidad y sostenibilidad, posicionamiento de marca y fidelización de clientes. Cada una de estas se distribuye en distintos periodos del año.

- Estrategia 1: Diferenciación en calidad y sostenibilidad se implementa en tres momentos clave: entre marzo y abril se enfocará en contenidos y campañas educativas; entre abril y junio, se trabajará en certificaciones y portafolios sostenibles; y de agosto a octubre, se reforzará la comunicación para mantener el enfoque.
- Estrategia 2: Posicionamiento de marca se despliega desde enero hasta diciembre con acciones constantes que fortalezcan la identidad corporativa. Además, se contemplan intervenciones específicas en febrero–abril y junio–julio, aprovechando momentos de mayor impacto para visibilizar la marca.
- Estrategia 3: Fidelización de clientes está dividida en tres etapas: de enero a marzo se enfoca en la atención posventa; de abril a julio en beneficios y soporte técnico; y de agosto a octubre en el fortalecimiento del vínculo con los clientes.

Diagrama de Gantt

Tabla 5. Diagrama de Gannt

Responsables

Tabla 6. Tabla de responsabilidad.

Estrategia	Actividad principal	Responsable
Estrategia 1: Diferenciación en calidad y sostenibilidad	Promover la línea verde y ampliar el portafolio.	Gerente general
Estrategia 1: Diferenciación en calidad y sostenibilidad	Producir contenido gráfico y audiovisual.	encargado de redes
Estrategia 1: Diferenciación en calidad y sostenibilidad	Definir calendario y preparar material promocional.	Gerente general
Estrategia 2: Posicionamiento de marca	Diseñar piezas publicitarias con mensajes de sostenibilidad.	encargado de redes
Estrategia 2: Posicionamiento de marca	Organizar visitas técnicas y pruebas de producto.	auxiliar comercial
Estrategia 2: Posicionamiento de marca	Optimizar redes y página web, reforzar imagen digital.	Encargado de redes
Estrategia 3: Fidelización de clientes	Establecer protocolos de seguimiento y satisfacción.	Auxiliar administrativo
Estrategia 3: Fidelización de clientes	Diseñar promociones y descuentos recurrentes.	Gerente general
Estrategia 3: Fidelización de clientes	Asesoría técnica directa y atención prioritaria.	Auxiliar administrativo

PROYECCIÓN DE VENTAS Y UTILIDADES

Plan de ventas

El plan de ventas para Ecomangueras S.A.S. busca capitalizar las acciones estratégicas implementadas en sostenibilidad, posicionamiento de marca y fidelización de clientes. Se proyecta un crecimiento escalonado en la demanda de mangueras ecológicas, con un enfoque especial en clientes del sector agrícola, minero e industrial. Se buscará incrementar las ventas en un 60% durante el periodo de un año, para fortalecer la presencia nacional, consolidar relaciones con clientes actuales y potenciales y, así, abarcar nuevos compradores estratégicos.

Tabla 7. Plan de ventas

Acciones	Descripción
Fortalecer visibilidad	Resaltar la línea verde como distintivo de la empresa ecomangueras de sostenibilidad en todos los canales de comunicación.
Ampliar portafolio	Incluir nuevas referencias de mangueras ecológicas que respondan a diferentes segmentos.
Activar puntos de contacto directo	Organizar visitas técnicas, pruebas en campo y acompañamiento postventa.
Participar en ferias y eventos	Mostrar los beneficios técnicos y ambientales en espacios clave del sector.
Ofrecer descuentos por volumen	Incentivar la recompra y pedidos mayores mediante precios ajustados para mayoristas y minoristas.
Fortalecer canal digital	Mejorar la gestión de pedidos e interacción con clientes a través de WhatsApp, redes y web.
Implementar campañas aspiracionales	Difundir mensajes que refuercen el vínculo entre marca, sostenibilidad y empoderamiento.

Proyección de ventas

Tabla 8. Proyección de ventas

Mes	Proyección de Ventas (\$)	Justificación
Enero	\$150,000,000	Buen inicio de año con continuidad comercial.
Febrero	\$130,000,000	Ligera baja por temporada postvacacional.
Marzo	\$140,000,000	Campañas activas comienzan a impulsar pedidos.
Abril	\$135,000,000	Estabilidad gracias a promociones y recompra.
Mayo	\$145,000,000	Clientes frecuentes consolidan demanda.
Junio	\$120,000,000	ventas moderadas.
Julio	\$115,000,000	Demanda baja por receso estacional.
Agosto	\$130,000,000	Nuevos lanzamientos y visitas comerciales.
Septiembre	\$135,000,000	Reactivación de pedidos.
Octubre	\$140,000,000	Participación en ferias impulsa visibilidad.
Noviembre	\$150,000,000	Altas ventas por cierres institucionales.
Diciembre	\$160,000,000	Demanda final del año y cierres comerciales.

Total proyectado de ventas para 1 año: \$1,650,000,000

Utilidad neta (18%): \$297,000,000

Requerimientos

Logístico

- Asegurar disponibilidad constante de inventario, especialmente de referencias de alta rotación.
- Optimizar los tiempos de despacho y entrega, para fortalecer la alianza con operadores logísticos regionales.
- Ampliar cobertura fuera del Valle de Aburrá, con distribución eficiente a zonas rurales e industriales.

Mercadeo y posicionamiento

- Desarrollar campañas digitales de alto impacto, centradas en la sostenibilidad, durabilidad y respaldo técnico del producto.
- Participar activamente en ferias y eventos sectoriales con material promocional de alto valor percibido.
- Actualizar y dinamizar redes sociales y sitio web con testimonios, casos de éxito y productos en uso.

Control y seguimiento

Indicadores o KPI's

Tabla 9. Indicadores o KPI's

Indicador	Descripción	Periodo
Ventas mensuales	Mide el total de ingresos por ventas cada mes.	Mensual
Crecimiento porcentual de ventas	Evalúa el incremento mensual comparado con el mes anterior.	Mensual
Número de nuevos clientes	Cuantifica cuántos clientes nuevos realizaron compras ese mes.	Mensual
Utilidad neta mensual	Mide la rentabilidad real después de gastos e impuestos.	Mensual
Alcance en redes sociales	Mide el número total de usuarios alcanzados con contenido digital.	Mensual
Interacción digital	Nivel de participación del público en publicaciones.	Mensual
Número de visitas al sitio web	Visitas mensuales a la página web ecomangueras.com	Mensual
Índice de cumplimiento de entregas	Evalúa qué porcentaje de pedidos se entregaron a tiempo.	Mensual
Participación en eventos	Número de ferias, ferreterías o encuentros del sector en los que se participó.	Trimestral

Control de resultados

Para garantizar el cumplimiento de las metas establecidas en el plan de ventas y marketing de Ecomangueras se implementará un esquema de control de resultados con seguimiento periódicos midiendo cada uno de los avances obtenidos.

- Seguimiento mensual de KPIs

Se revisarán mensualmente los indicadores clave de desempeño (ventas, nuevos clientes, utilidad, alcance digital, entre otros) con el fin de identificar desviaciones respecto a las metas proyectadas.

- Informes de avances

Cada tres meses se elaborará un informe que consolide los resultados obtenidos, resalte logros y evidencie oportunidades de mejora. Estos reportes servirán para la toma de decisiones estratégicas y ajustes tácticos.

- Reuniones de evaluación

Se programarán reuniones internas con el equipo comercial, logístico y directivo para evaluar el avance frente a lo proyectado, discutir los retos operativos y coordinar nuevas acciones según sea necesario.

Planes de contingencia

Si no se logran los resultados esperados en los indicadores clave se tomarán decisiones rápidas para corregir el rumbo y no afectar las metas. Por ejemplo, si las campañas digitales no generan la conversión proyectada, se ajustarán los mensajes, el diseño de las piezas y se reforzará la inversión en los canales que tengan mejor desempeño. También se realizarán cambios en la segmentación del público para llegar realmente al cliente que necesita el producto. En cuanto a la

fidelización, si los clientes no regresan como se espera, se pondrán en marcha beneficios especiales como descuentos, bonos por recompra o promociones por referidos, y se fortalecerá el seguimiento posventa para mantener el contacto cercano y activo.

Si no se materializa el alcance esperado en redes sociales, se evaluará el tipo de contenido que se está publicando y se ajustará para que sea más atractivo y relevante para el público objetivo. Esto incluye mejorar el diseño visual, usar formatos como videos cortos, testimonios y publicar en los horarios de mayor interacción. También se incrementará la pauta digital segmentada para llegar a más usuarios estratégicos del sector que ayuden a amplificar el mensaje de la marca que reforzará la frecuencia de publicación.

Finalmente, durante la ejecución del plan pueden presentarse otras contingencias como desviaciones presupuestales, retrasos en la implementación, fallas en el cumplimiento de actividades clave o baja efectividad de las campañas. Para hacer frente a estas situaciones, se aplicarán medidas correctivas de forma oportuna, priorizando las acciones que garanticen resultados, optimicen recursos y mantengan alineada la estrategia general. La capacidad de respuesta rápida y el análisis constante de los resultados permitirán tomar decisiones acertadas y mantener el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Lecciones aprendidas

Desde la óptica del mercado

El desarrollo del plan de mercadeo permitió identificar en profundidad las características y comportamientos del sector de mangueras industriales y agrícolas, con una expresión de su alta competitividad. Este sector está dominado por empresas con estructuras sólidas, amplio alcance territorial y estrategias de precios agresivas, lo que representa un desafío significativo para una empresa como Ecomangueras. A través de un análisis de mercado riguroso, que incluyó entrevistas con clientes actuales y potenciales, se identificaron variables críticas en el proceso

de decisión de compra: la durabilidad del producto, la resistencia a condiciones ambientales exigentes, la disponibilidad inmediata y la atención personalizada son elementos clave para los compradores. Igualmente, el compromiso ambiental de la empresa fue altamente valorado, lo cual confirma que existe una oportunidad importante en el posicionamiento de Ecomangueras como una marca sostenible y responsable con el medio ambiente.

Otra lección aprendida en esta óptica fue la importancia de segmentar adecuadamente el mercado y adaptar las estrategias a las necesidades específicas de cada sector. Por ejemplo, el sector agrícola prioriza resistencia a la abrasión y flexibilidad, mientras que el sector minero valora la robustez frente a presiones extremas y sustancias químicas. En consecuencia, se concluyó que la comunicación de valor debe ser sectorizada, usando mensajes y canales adecuados para cada segmento. Igualmente, se dedujo que el mercado no siempre responde a razones técnicas o de calidad, muchos clientes toman decisiones basadas en la confianza, la trayectoria de la empresa y el respaldo en caso de fallas.

Finalmente, se reconoció que para tener éxito en este entorno es clave anticiparse a cambios en los hábitos de consumo, nuevas exigencias normativas y la entrada de competidores con propuestas disruptivas. El análisis constante del entorno y la lectura de tendencias se consolidan entonces como herramientas indispensables para la sostenibilidad comercial.

Desde la óptica de la organización

Desde el interior de la organización de la empresa, este proceso permitió evaluar de forma integral las capacidades, fortalezas y oportunidades de mejora en términos de estructura comercial, operativa y comunicacional. Se evidenció que, si bien Ecomangueras cuenta con un producto competitivo y una propuesta de valor clara, hacía falta una mayor estructuración estratégica en su área comercial y de mercadeo. Uno de los principales aprendizajes fue reconocer que la calidad del producto no es suficiente si no se acompaña de una estrategia bien definida que

logre transmitir sus atributos diferenciales al cliente final. Esto motivó la creación de campañas segmentadas por tipo de cliente, el rediseño del material publicitario y la implementación de herramientas digitales para el seguimiento de los procesos comerciales.

Además se ha evidenciado la importancia de capacitar constantemente al personal de la empresa para que se construya una cultura organizacional centrada en el cliente y de fortalecer la toma de decisiones basada en datos. Se reconoció que la alineación entre las áreas de producción, logística, ventas y mercadeo es fundamental para entregar una experiencia de valor coherente. Otro aprendizaje clave fue la necesidad de empoderar al equipo comercial no solo con herramientas, sino con claridad estratégica. Se aprendió que cuando el equipo entiende los objetivos del plan, puede actuar de forma más efectiva y proactiva. Además, se identificó que los canales de comunicación interna deben fortalecerse para asegurar una implementación armónica de las acciones propuestas. Esta experiencia dejó claro que una organización comprometida, alineada y con visión estratégica es más resiliente y capaz de adaptarse a las exigencias del entorno.

Desde la óptica del proceso de intervención

La intervención desarrollada durante la formulación y diseño del plan de mercadeo dejó múltiples aprendizajes relacionados con la metodología. Uno de los principales hallazgos fue la importancia de comenzar con un diagnóstico profundo, soportado en datos reales y herramientas analíticas como la matriz DOFA, el análisis PESTEL y el aprendizaje competitivo. Estos instrumentos permitieron tener una visión clara del entorno, de la posición actual de Ecomangueras en el mercado y de las oportunidades reales de crecimiento.

Adicionalmente, se reconoció que el éxito de un plan no depende únicamente de la creatividad de las ideas, sino de la capacidad de identificar con precisión los problemas y de proponer soluciones viables y medibles, sobre todo en proyectos que requieren de flexibilidad. Para esto, el seguimiento continuo a los indicadores

es esencial. La implementación de KPIs específicos para cada táctica permitió visualizar avances, detectar desviaciones y corregir a tiempo. Finalmente, se reconoció que la apropiación del plan por parte de la empresa depende en gran medida de su capacidad de integrar a todos los niveles del equipo. Involucrar a las personas desde el principio, escuchar sus aportes y mostrarles el impacto de sus acciones, fue fundamental para generar compromiso y coherencia en la ejecución.

Se demostró que la clave está en combinar el análisis riguroso con la capacidad de adaptación. Este proceso reafirmó que intervenir estratégicamente en una organización va más allá de proponer ideas: implica comprender su esencia, involucrar a las personas y construir soluciones coherentes con su realidad. Permitted construir un plan de mercadeo sólido y alineado con la realidad de Ecomangueras y evidenciar la importancia de cómo se desarrolla dicho plan en la práctica. Más allá de los resultados esperados, un aprendizaje significa es que la verdadera efectividad de un plan de mercadeo está en su implementación estratégica, en la validación constante de las tácticas propuestas y en la capacidad de la organización para interiorizarlo.

ANEXOS TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTAS

Transcripción Encuesta 1

- Cliente actual
- Entrevistada: Silvia Santaniello
- Cargo coordinadora técnica
- Empresa: Sistemas de perforación y geotecnia

Pablo Atehortúa: Hola Silvia, muchas gracias por aceptar esta entrevista. Para comenzar, ¿nos podrías contar tu nombre completo y a qué te dedicas dentro de la empresa?

Silvia Santaniello: Claro que sí, Pablo. Mi nombre es Silvia Santaniello y soy la Coordinadora Técnica. Me encargo principalmente de coordinar temas relacionados con producción y recepción de insumos, entre otras tareas operativas del área.

Pablo Atehortúa: Muchas gracias. Para iniciar con las preguntas, ¿qué fue lo que los motivó a elegir Ecomangueras frente a otras opciones del mercado?

Silvia Santaniello: Bueno, elegimos Ecomangueras principalmente por la calidad del producto, también por la atención que ha sido muy rápida, los despachos son ágiles y, además, porque la planta queda muy cerca de nuestra sede, lo cual facilita bastante la logística.

Pablo Atehortúa: Perfecto. ¿Qué características valoran más del producto?

Silvia Santaniello: Diría que la durabilidad y la flexibilidad, son aspectos clave para nosotros.

Pablo Atehortúa: ¿Qué tan satisfechos están con la calidad del producto que han recibido?

Silvia Santaniello: Bastante satisfechos, la verdad. El desempeño del producto ha sido muy bueno: cumple con lo que promete, ha demostrado ser resistente y funcional en nuestras condiciones de trabajo. No hemos tenido inconvenientes hasta el momento, y eso nos da confianza para seguir comprando.

Pablo Atehortúa: ¿Y qué aspectos consideran que Ecomangueras podría mejorar?

Silvia Santaniello: Algo que nos ayudaría sería recibir información puntual sobre los horarios de despacho. Eso nos permitiría organizar mejor al personal entre las actividades de producción y la recepción de los insumos.

Pablo Atehortúa: si es verdad ahora para continuar ¿Qué tan cómodos se sienten con las condiciones de pago?

Silvia Santaniello: Entiendo que tenemos crédito a 30 días, y eso definitivamente es beneficioso para cualquier cliente. Así que sí, nos sentimos cómodos con las condiciones de pago.

Pablo Atehortúa: perfecto y ¿Cómo ha sido la experiencia general en cuanto a atención, cumplimiento y servicio?

Silvia Santaniello: Ha sido muy buena en todos los aspectos. Estamos contentos.

Pablo Atehortúa: ¿Qué tan importante es para ustedes que las mangueras contribuyan al cuidado del medio ambiente?

Silvia Santaniello: Bastante importante. En nuestro caso, dentro del área de la construcción, el insumo de Ecomangueras entra en contacto directo con el medio ambiente. Y como somos una empresa que también tiene políticas orientadas al cuidado del entorno, para nosotros es fundamental que nuestros insumos también estén alineados con esa visión.

Pablo Atehortúa: ¿Qué tan fácil ha sido para ustedes acceder al producto o realizar el proceso de compra? ¿Y cómo conocieron a Ecomangueras?

Silvia Santaniello: Ha sido bastante fácil. Siempre hemos tenido respuesta rápida, ya sea por teléfono, por aplicaciones de mensajería o correo electrónico. Conocimos a Ecomangueras por internet y también por la recomendación de otras empresas del sector.

Pablo Atehortúa: ¿Y qué tan satisfechos están con la entrega y la atención logística?

Silvia Santaniello: Muy satisfechos. Solo reiteraría que sería ideal conocer con más exactitud los horarios de llegada para poder organizarnos mejor con el personal en planta.

Pablo Atehortúa: Para terminar, ¿recomendarías Ecomangueras a otros clientes o empresas?, ¿por qué?

Silvia Santaniello: Sí, sin duda. Por la buena atención que nos han dado y por la calidad del producto. Han sido muy cumplidos y eso se valora mucho.

Transcripción encuesta 2

- Cliente actual
- Cliente Johny Salazar Pérez
- Cargo comprador
- Empresa: Mangueras y correas de Antioquia

Pablo Atehortúa: Bueno para dar comienzo a la entrevista te quisiera preguntar para iniciar, ¿cuál es tu nombre completo, cargo y en qué empresa trabajas?

Johny Salazar Pérez: Mucho gusto mi nombre es Johny Salazar Pérez, soy comprador en la empresa Mangueras y Correas de Antioquia, la empresa es una empresa que se dedica a la importación y comercialización de productos industriales todo lo que tenga que ver con mangueras y correas en este caso manejamos mangueras para todo uso y tenemos la línea de mangueras agro mineras como unas de nuestras líneas importantes.

Pablo Atehortúa: Listo Johny, contáme ¿por qué eligieron trabajar con Ecomangueras frente a otras opciones de mercado?, ¿qué los llevó a tomar esa decisión?

Johny Salazar Pérez: Eh, principalmente por la calidad del producto. También que tenemos la disponibilidad del producto acá en Medellín ya que esta línea se estaba trayendo anteriormente de Bogotá. Los despachos también han sido muy ágiles, y la cercanía de la planta con nuestra sede, pues, es un punto a favor también.

Pablo Atehortúa: De los productos que ustedes han comprado, ¿qué características valoran más? Así como durabilidad, flexibilidad, sostenibilidad, precio.

Johny Salazar Pérez: Todos estos aspectos son muy importantes a la hora de elegir un producto de la manguera Agro-minera pero sin duda la calidad es uno de los factores más importantes y de acuerdo con las evaluaciones que hicimos y a todo lo que manejamos contábamos con una excelente calidad en este producto.

Pablo Atehortúa: Listo, y ¿qué tan satisfechos están con el desempeño del producto?

Johny Salazar Pérez: Eh como le dije anteriormente la calidad ha sido bastante buena, por eso no tenemos quejas con Ecomangueras en todo el tiempo que llevamos trabajando la verdad las garantías que se han dado son mínimas entonces cuando uno cuenta con un producto con estas características da mucha tranquilidad.

Pablo Atehortúa: Y bueno para continuar ¿hay algo que creas que se pueda mejorar en la experiencia con Ecomangueras?

Johny Salazar Pérez: La verdad con Ecomangueras tenemos muy pocas diferencias, nosotros no tenemos quejas ya que siempre hemos trabajado de la mano y siempre han estado muy dispuestos a escucharnos cualquier inquietud que nos llegue por parte de nuestros clientes se las trasmitimos y nos responden, y no

tenemos nada nada de que quejarnos entonces como trabajamos de la mano siempre tratamos de cumplir con los requerimientos de nuestros clientes.

Pablo Atehortúa: Y por el momento don Johny ¿estás cómodo con las condiciones de pago?

Johny Salazar Pérez: A pesar de que los pagos se hacen contra entrega no tenemos problema, entonces ese sentido se nos ha hecho fácil no tenemos problema. Buscamos la forma que sea un gana-gana que las dos empresas puedan estar bien porque entendemos los problemas financieros que manejan todas las compañías, pero hemos logrado ser un buen equipo y como le digo buscamos la forma que las dos empresas siempre salgan beneficiadas.

Pablo Atehortúa: Ahora ¿cómo ha sido la experiencia en general? Mas que todo en atención, cumplimiento, ¿logística?

Johny Salazar Pérez: Ha sido buena, en todos los aspectos, Ecomangueras siempre cumple y nos ha ido muy bien, tenemos entregas a tiempo los días que se ha demorado es por justa causa pero siempre con los tiempos normales buenos

Pablo Atehortúa: Y ¿Para ustedes es importante que el producto que están comprando sea reciclado y contribuya al medio ambiente?

Johny Salazar Pérez: Muy importante para el cuidado del medio ambiente para nosotros es de suma importancia en nuestra empresa siempre tratamos de concientizar a nuestros clientes sobre la importancia que tienen de utilizar productos que tengan componentes reciclables porque ósea eso ayuda a que no estemos siempre tirando o botando todos estos productos que le podemos usar un segundo o un tercer o cuarto uso entonces para nosotros si es muy importante el cuidado del medio ambiente además para que nosotros es importante para nosotros que todos nuestros productos, y los insumos que los conforman, contribuyan al cuidado del medio ambiente.

Pablo Atehortúa: Sí, la verdad todo eso es muy importante para ambos y ahora en cuestión de compra, ¿ha sido fácil el proceso de compra, también te quería preguntar cómo conocieron a Ecomangueras y cómo ha sido la atención comercial?

Johny Salazar Pérez: Eh pues acceder al producto para nosotros ha sido bastante fácil porque desde que llego don John a la empresa hemos tenido una línea directa y él siempre ha estado disponible, la empresa la conocí porque nos empezamos a relacionar con los anteriores dueños antes del señor John entonces por eso empezamos a trabajar juntos pero desde que esta John hemos tenido un excelente manejo y como le digo hemos tenido una línea directa con el entonces todo fluye de la mejor manera.

Pablo Atehortúa: ¿Estás satisfecho con la logística, la llegada de los productos a planta?

Johny Salazar Pérez: Excelente por que como le digo siempre las fechas se cumple por que como le digo normalmente en el tiempo que llevamos trabajando nunca ha ocurrido algo, solo como en dos o tres ocasiones que fue por un problemita de materia prima pero siempre buscan forma de solucionarlo y nunca nos han dejado varados como le digo estamos en contacto directo como le digo si pasa algo no es que se diga a última hora, sino que siempre se busca soluciones

Pablo Atehortúa: Y ahora Por último ¿Recomendarías Ecomangueras?

Johny Salazar Pérez: Sí, claro que sí. Por toda la experiencia que hemos tenido en estos años porque siempre nos ha ido muy bien y ha sido un producto que sale de la mejor calidad además de su, rapidez en los despachos, y porque hasta ahora nos han cumplido en todo. La experiencia ha sido positiva, por eso los recomendaría sin problema.

Transcripción encuesta 3

- Cliente Potencial
- Cliente Esteban Escobar

- Cargo Área de compras
- Empresa: Ferreaceros Antioquia

Pablo Atehortúa: Bueno, para comenzar, ¿dónde trabaja y cuál es su rol?

Esteban Escobar: Actualmente trabajo en Ferreaceros Antioquia. Somos una empresa que distribuye productos para el sector agrícola, y yo estoy a cargo del área de compras, revisando proveedores y gestionando los pedidos

Pablo Atehortúa: Ah bueno, y ahora te pregunto: ¿Actualmente con qué proveedor diferente a Ecomangueras de mangueras trabaja y qué destaca de él?

Esteban Escobar: Tenemos varios proveedores con los que trabajamos, pero por políticas internas preferimos no mencionar nombres. Lo que más valoramos de ellos, y lo que más influye en nuestra decisión, es que ofrecen opciones de crédito, lo que facilita mucho el flujo de nuestras operaciones.

Pablo Atehortúa: Entiendo. Y ahora cuéntame, ¿qué factores considera usted son determinantes al elegir un proveedor así como lo son precio, calidad, disponibilidad, atención o cual factor ?

Esteban Escobar:, En nuestro caso, la atención que recibimos.. Nos gusta sentir que nos atienden bien, que están pendientes y que cuando llega el producto cumple con lo que esperamos.

Pablo Atehortúa: Perfecto. Ahora ¿Ha tenido contacto previo con Ecomangueras? ¿Qué impresión le dejó?

Esteban Escobar: Sí, claro. Hemos hecho algunos pedidos aunque no de forma tan seguida. Lo que te puedo decir es que la calidad de las mangueras nos ha parecido excelente. Y en cuanto a la atención, han sido muy cordiales y claros.

Pablo Atehortúa: Ahora bien, ¿por qué motivo aún no ha trabajado o no ha concretado una compra?

Esteban Escobar: Sí hemos trabajado, pero como te decía, no con mucha frecuencia. El principal motivo es que todavía no contamos con facilidades de pago que nos permitan programar mejor nuestras compras, en otras empresas nos ofrecen crédito, aunque con Ecomangueras ha sido fácil los pagos y tenemos un capital para los pedidos por eso no se les pide tan frecuente.

Pablo Atehortúa: Entiendo. ¿Qué necesitaría para sentirse seguro de iniciar una relación comercial con Ecomangueras?

Esteban Escobar: Mira, con Ecomangueras nos sentimos seguros. Son muy atentos y los productos responden bien. Pero para tener una relación más continua, lo ideal sería tener la opción de crédito, aunque sea a corto plazo.

Pablo Atehortúa: Bueno, cuéntame ahora: ¿qué opinión tiene y condiciones de pago en comparación con otras opciones del mercado?

Esteban Escobar: Hay otros proveedores que ofrecen condiciones más flexibles y adaptadas a nuestra planeación de compras. Como te dije anteriormente con Ecomangueras se pide poco por el tema de flujo de caja.

Pablo Atehortúa: Y ahora don esteban hablando un poco de sostenibilidad, ¿qué tanta importancia le da al hecho de que sean sostenibles?

Esteban Escobar: Nos parece muy valioso. Saber que las mangueras están hechas con materiales reciclados le da un valor agregado muy importante. No solo por el impacto ambiental, sino porque como empresa nos interesa trabajar con este tipo de proveedores.

Pablo Atehortúa: Ahora, ¿qué aspectos le generan dudas o le dificultan para cambiar de proveedor o comprar a Ecomangueras?

Esteban Escobar: La verdad es que no tenemos muchas dudas. Solo es el tema del crédito.

Pablo Atehortúa: ahora esteban con Ecomangueras ¿A través de qué medios le gustaría recibir información o propuestas comerciales así como visitas, WhatsApp, correo, o cuáles?

Esteban Escobar: Lo más práctico para nosotros es WhatsApp o correo electrónico. Son canales rápidos y no interrumpen la operación del día a día, así como lo venimos manejando que la verdad se nos facilita más.

Pablo Atehortúa: Y para terminar, ¿qué necesitaría recibir de parte de Ecomangueras para iniciar una relación comercial?

Esteban Escobar: Ya hemos trabajado con ellos, pero para fortalecer esa relación nos gustaría recibir, y si es posible, contar con una opción de crédito. Eso haría mucho más fácil programar nuestras compras.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Alambre. (s.f.). *Soluciones industriales para el sector productivo colombiano*. Recuperado de <https://alambre.com.co/>

ANDI. (2023). *Informe de sostenibilidad del sector industrial colombiano*. Asociación Nacional de Empresarios de Colombia.

Bekaert. (2024). *Alambre para reforzar mangueras*. Recuperado de <https://www.bekaert.com/es/productos/equipos/herramientas/alambre-para-mangueras-alambre-para-reforzar-mangueras>

- Créame. (s.f.). *Créame – Incubadora de Empresas*. Recuperado de <https://creame.com.co/>
- EMIS. (2024). *Mangueras El Nilo S.A.S. Perfil de empresa*. Recuperado de https://www.emis.com/php/company/profile/CO/Mangueras_El_Nilo_SAS_es_4915480.html
- EMIS. (2025). *Mangueras y Correas de Antioquia S.A.* Recuperado de <https://www.emis.com/>
- Fertirriegos. (s.f.). *Productos con etiqueta Aquapack*. Recuperado de <https://fertirriegos.com/etiqueta-producto/aquapack/>
- Hincapié Llanos, G. J., & Orozco Mendoza, J. A. (2019). Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva en las organizaciones modernas. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 10(2), 50–65.
- ImportGenius. (2025). *Mangueras y Correas de Antioquia – Registro de importaciones*. Recuperado de <https://www.importgenius.com/>
- Informes de Expertos. (2024). *Informe del mercado de mangueras agrícolas en Colombia*. Recuperado de <https://www.informesdeexpertos.com/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de marketing (15.ª ed.)*. Pearson Educación.
- Mancoran. (2019). *Distribución de equipos y soluciones industriales*. Recuperado de <https://www.mancoran.com/>
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de Colombia. (2022). *Informe de gestión ambiental y economía circular*. Recuperado de <https://www.minambiente.gov.co/>
- Porter, M. E. (1985). *Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. The Free Press.