

**PLAN DE MERCADEO ESTRATÉGICO PARA LA POTENCIALIZACIÓN DE  
PRODUCTOS PLÁSTICOS EN EL PAÍS MÉXICO, DE LA COMPAÑÍA INDUSTRIAS  
ESTRA S.A.**

**OMAR ENRIQUE HERNANEZ**

**LADY JULIETH ARDILA VARGAS**

**KELLY JOHANNA JIMÉNEZ CRUZ**

**UNIVERSIDAD ECCI**

**SEMINARIO DE INVESTIGACION**

**ESPECIALIZACIÓN DE GERENCIA ESTRATEGICA DE MERCADEO**

**BOGOTÁ D.C.2021**

**PLAN DE MERCADEO ESTRATÉGICO PARA LA POTENCIALIZACIÓN DE  
PRODUCTOS PLÁSTICOS EN EL PAÍS MÉXICO, DE LA COMPAÑÍA INDUSTRIAS  
ESTRA S.A.**

**OMAR ENRIQUE HERNANEZ**

**LADY JULIETH ARDILA VARGAS**

**KELLY JOHANNA JIMÉNEZ CRUZ**

**ASESOR: PROFESOR PEDRO MAURICIO TORRES DUQUE**

**UNIVERSIDAD ECCI**

**ESPECIALIZACIÓN DE GERENCIA ESTRATÉGICA DE MERCADEO**

**SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN**

**BOGOTÁ 2021**

## INTRODUCCIÓN

Este estudio de caso se enfoca en el sector de los plásticos que se desarrolla comercialmente de forma masiva a mediados del siglo pasado, desde entonces debido a su versatilidad, facilidad de moldeo con menor consumo de energía que otros materiales, gracias a sus diferentes propiedades físico-mecánicas y químicas aprovechables en las más variadas aplicaciones, posibilidad de combinarse entre sí y con otros materiales tales como aluminio, papel, cartulina, por sus propiedades de bajo peso, facilidad de limpieza y bajo costo. La industria manufacturera del plástico ha tenido un gran crecimiento debido al consumo masivo de sus productos.

Proexport, en uno de sus artículos menciona que la cadena de producción del sector plástico en Colombia tiene una importancia fundamental entre los sectores industriales del país.

La dinamización de sectores que demandan productos plásticos ha permitido que la industria se haya convertido en un sector muy dinámico desde los años setenta con un crecimiento promedio anual del 7%. La cadena productiva, la facilidad de acceso a la materia prima local y sobre todo, la existencia de una conciencia ambiental, enfocada a la innovación y el diseño para reducir los materiales y reutilizar los mismos en las plantas dotadas con tecnología, con el propósito de evitar que los desperdicios generados en los procesos productivos afecten el medio ambiente, son ventajas competitivas que consolidan al país como un proveedor de confianza, ofertando productos que cumplen con especificaciones de calidad a nivel mundial. (Procolombia, 2016).

El sector productivo agroindustrial, químico, flores, plantas vivas, plástico y caucho representaron el 63,96% de las exportaciones no minero-energéticas colombianas en octubre de 2016.

Los Principales subsectores exportados y su participación sobre las exportaciones no minero-energéticas: Café: 14,8 millones de sacos, variación 7%. Flores frescas: US\$1.106 millones, 9,6% Banano: US\$734 millones, Plástico en formas primarias: US\$1291 millones,

siendo Bolívar el departamento con el 77% de participación en el país, 5,6% Productos diversos de las industrias químicas: US\$422 millones, 3,7%.” (Dane, 2019).

## RESUMEN

Identificando la necesidad de esta empresa y teniendo como objetivo brindar a la empresa INDUSTRIAS ESTRA S.A., conocimiento de posible potencialización y posicionamiento de marca internacional, les dará una apertura de crecimiento al negocio.

Teniendo en cuenta la oportunidad de negocio y posibles competidores dentro del país México, nos basaremos en las fortalezas y respaldo de marca que tiene sus productos. Para que esta inteligencia de mercado sirva como aporte a esta empresa en el área comercial y de mercadeo con el objetivo de que obtengan reconocimiento y crecimiento de marca a nivel internacional, que a la vez ellos puedan realizar el plan comercial con nuevos compradores teniendo en cuenta nuevos competidores.

La compañía fabricante y comercializadora de productos plásticos, tiene gran oportunidad de expandirse al mercado internacional en las líneas de sus productos, es un proyecto retador que presentaremos a esta compañía ofreciendo el enfoque sistemático y objetivo de recopilación y análisis de la información, de conocer las herramientas que posee la empresa para incursionar en el mercado y presentárselo al gerente de Industrias Estra S.A. (Juan Fernando Gomez, presidente de la compañía)

En la actualidad es una compañía que ha tenido muy buenos resultados en época de pandemia, pero es necesario tener un crecimiento o margen de utilidad positivo en ventas, y una de las opciones es crecer en la exportación de sus productos. Es importante que para una compañía sea necesario que los números se mantengan en verde, de esta manera se garantiza un ebitda positivo.

Uno de los factores que ha influenciado como problemática es la fluctuación del dólar ya que las materias primas, con los que se fabrican los productos plásticos en su gran mayoría son importadas.

## ABSTRACT

Identifying the need of this company and having as a main objective to provide to INDUSTRIAS ESTRA'S S.A. company the knowledge of possible potentiating and positioning as an international brand will give them an opening of growth to the business.

Considering the business opportunity and possible competitors within Mexico's country, we will rely on the strengths and brand support that your products have. In this way, the market intelligence serves as a contribution to this company in the commercial and marketing area to obtain recognition and brand growth internationally, at the same time they can carry out the commercial plan with new buyers, taking into account new competitors.

The manufacturer and marketer of plastic products (Industrias Estra S.A) has a great opportunity to expand it to the international market in the lines of its products, it is a challenging project that we will present to this company, offering the systematic approach and the collection and analysis of information to know the tools that the company has to dabble in the market and present it to the manager (Juan Fernando Gomez, company president)

At present, it is a company that has had very good results intimes of pandemic, but it is necessary to have a growth or positive profit margin in sales, and one of the options to grow is to export products. It is important and necessary for a company that the numbers are kept in green, in this way a positive EBITDA is guaranteed.

One of the factors that has influenced as problematic is the fluctuation of the dollar, since the raw materials which are used to manufacture plastic products are mostly imported.

## CONTENIDO

1. Título.....	7
2. Planteamiento y formulación del problema de investigación .....	8
2.1 Formulación del problema .....	8
2.2 Descripción del problema .....	8
2.3 Delimitaciones .....	8
2.4 Limitaciones.....	9
3. Objetivos.....	9
3.1 Objetivo General.....	9
3.2 Objetivos específicos .....	9
4. Justificación. ....	10
5. Marco de referencia de la investigación .....	10
5.1 Estado del arte.....	10
5.2 Marco Teorico.....	17
5.3 Marco Legal .....	23
6. Marco Metodologico.....	25
7. Resultados.....	27
7.1 Analisis en Interpretación de resultados. ....	28
7.2 Discusión y sugerencias.....	32
8. Analisis Financiero. ....	36
8.1 Costo beneficio. ....	36
9. Conclusiones .....	37
9.1 Propuestas Estrategicas .....	38
10. Referencias.....	39

## **1. Título**

Plan de mercadeo estratégico para la potencialización de productos plásticos en el país México, de La Compañía Industrias Estra S.A.

## **2. Planteamiento y formulación del problema de investigación**

### **2.1 Formulación del problema**

Cuál es la estrategia de mercado, para la potencialización de productos plásticos de la línea institucional puntos ecológicos en México de la compañía Industrias Estra S.A?

### **2.2 Descripción del problema**

Dentro de la investigación se identifican oportunidades de crecimiento de mercados, por lo que se proponen estrategias que permitan la potencialización de la compañía Industrias Estra S.A en el mercado mexicano, de una manera competitiva, incursionando las TICS en la creación de nuevos mercados que permitan lograr una participación importante en el país objetivo.

Bajo una perspectiva, los resultados de ventas de los productos en México que se están comercializando, el nivel de contribución, cumplimiento de presupuestos y demás indicadores de gestión no están siendo los mejores para el sector.

La marca y la línea institucional actualmente presenta oportunidades en el país, en cuanto posicionamiento de marca y potencialización de mercado.

En razón a lo anterior se propone una hipótesis consistente en probar que la demanda de productos plásticos amigables con el medio ambiente está aumentando en el país de México. En ese orden de ideas, el planteamiento de la potencialización de la empresa Industrias Estra S.A, busca generar una estrategia que demuestre la viabilidad de oportunidades anteriormente planteadas.

### **2.3 Delimitaciones**

- ✓ Delimitación Espacial: este estudio será realizado en el País Colombia, ciudad de Medellín casa matriz, con alcance en la ciudad de Bogotá.
- ✓ Delimitación Temporal: Para presentar el plan estratégico de mercado para la potencialización de productos plásticos, tendrá un análisis de 6 meses aproximadamente, teniendo en cuenta los procesos de exportación (Colombia) e importación (México).

## **2.4 Limitaciones**

En cuanto al plan estratégico se puede presentar las siguientes limitantes donde muchos factores pueden impactar el desarrollo de este proyecto; aumento de dólar en las materias primas, aumento de dólar en los productos de plásticos terminados, cambios en aranceles estipulados por cada país, condiciones de ventaja cultural del país importador.

## **3. Objetivos**

### **3.1 Objetivo General**

Desarrollar estrategias que permitan potencializar la comercialización y posicionamiento de la línea institucional de la empresa Industrias Estra S.A, en el país México.

### **3.2 Objetivos específicos**

- ✓ Diseñar estrategias para comercialización de la línea institucional en el país México.
- ✓ Diseño de estrategias de mercado, para el posicionamiento y crecimiento de marca en el país Objetivo.
- ✓ Desarrollo de canales comerciales para la distribución del producto, canal tradicional y exportaciones que incluya el cliente final y distribuidores.

## **4. Justificación**

El desarrollo de la investigación se genera por las oportunidades que se evidenciaron, con el comportamiento de la comercialización de productos en Colombia y sus exportaciones, como puntos de crecimientos para la empresa Industrias Estra S.A; se desarrolla a continuación para proyectar y potencializar los productos de la compañía en México.

Desde el punto de vista metodológico, inicialmente se realizará una planeación estratégica, por medio de un análisis DOFA, el cual ayudara a determinar cuáles son las

debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que tiene la empresa a nivel interno y externo, permitiendo determinar cuáles son las estrategias claves para potencializar el mercado de México.

Para la construcción del marco teórico se realizará una investigación utilizando páginas de interés en internet, como lo son: Procolombia, Legis Comex, DANE, portafolio, entre otros. Dentro de las fuentes de información a consultar están los principales periódicos y revistas tanto de Colombia como del país México, estudios estadísticos del ministerio de comercio o el que haga sus veces en México. Adicionalmente se visitarán algunas bibliotecas del país, en especial de las universidades, buscando trabajos a fines con la exportación de productos hacia el país México. Igualmente se realizara una recolección de información a través de encuestas electrónicas, seleccionando un muestreo de las grandes empresas de México, encargadas de la distribución de los productos de plástico con el fin de captar información que servirá como análisis del mercado y oportunidades para lograr ser proveedores de dichas empresas, los datos que se pretende recolectar: precio, cantidad, calidad, competidores, consumidores, valor agregado del producto, facilidad y medios de pago, cantidad de empleados, entre otros.

Finalmente se realizará la tabulación de los datos y el respectivo análisis correspondiente de la información recolectada, plasmándolos en la investigación. Luego de evidenciar y redactar el cumplimiento del objetivo general y objetivos a nivel comercial, político, social y financiero, se plasmarán las conclusiones y bibliografía, las cuales servirán de insumo a la empresa para tomar decisiones.

## **5. Marco de referencia de la investigación**

### **5.1 Estado del arte**

En Colombia el plástico ha demostrado tener una excelente capacidad para conservar la duración y calidad de todo tipo de productos. De hecho, en el mercado nacional, los envases metálicos y de vidrio se han visto desplazados por los envases elaborados con materiales plásticos. Según datos de ProColombia, desde el año 2016 se vienen produciendo alrededor de un millón de toneladas de plásticos en el territorio nacional. Esta cifra cuenta con una tendencia a

crecimiento, debido a la expansión de la demanda de plástico por parte de las industrias de distintos sectores.

### **Nacionales**

**Título:** Manual Práctico de exportaciones para el sector plástico en Colombia

**Institución:** Corporación Universitaria autónoma de occidente

**Autores:** Claudia Lorena Alomina - Julian Alonso Londoño

**Fecha:** Año 1998

Es proyecto base en los pasos y requerimientos de las entidades de regular y de incentivar el comercio exterior en nuestro país como son Icomex, la DIAN, Banco de la Republica, Proexport, Bancóldex, incluyendo regulaciones y sanciones pertinentes. por su parte se enfoca en el manual de exportación para el sector plástico de Colombia. Dicho manual presenta el principio de conocimiento amplio sobre el sector, reseñado lo que comprende el sector plástico y diferentes subsectores en la economía colombiana. La importancia de estos proyectos muestra las vías de hecho para manejar una exportación adecuada, permitiendo abrir puertas internacionales y dando a conocer la mejor manera de compra venta, postulando nuestra industria como un referente mundial.

**Apreciación:** La elaboración de este proyecto se tiene con recursos de la época, hoy en día nuestra economía crece y nuestras exportaciones aumentan por lo que se deberían tener presente este tipo de documentos asociándolo a los nuevos convenios internacionales

<https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/2220/T0000505.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

**Título:** Diseño de plan exportador para la comercialización de Polietileno.

**Institución:** Universidad Pontificia Bolivariana

**Autor:** Carlos Mauricio Abril Florez

**Fecha:** Año 2010

El planteamiento de plan de exportación pretende aprovechar las herramientas y condiciones que el gobierno nacional ofrece a los industriales del país con el fin de acerca a la

empresa al entorno del comercio internacional. Para cumplir con el objetivo se genera evaluación objetiva bajo un DOFA estructurado refiere a todas las áreas de las organizaciones definiendo las ventajas competitivas y su origen

Igualmente se seleccionaron mercados potenciales y se evaluaron las ventajas que ofrecía cada uno de ellos e identificando el mercado objetivo. Por lo que en continuidad se desatan mercados potenciales y se evalúan los mercados en cada uno de ellos, estudiando los acuerdos de cada uno de los países en la exportación.

**Importancia:** Toda exportación debe generar un diseño o un planteamiento, el cual se genera como importancia para el objetivo de un plan de exportación para toda empresa que incursiona en la comercialización a otras culturas acordes al producto a importar.

**Apreciación:** La justicia que se le hace a cada uno de los procesos concreta y a punta a objetivos planteados y plasmados para el desarrollo, es claro cada uno de estos en su estructura de un plan de exportación.

[https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/938/digital\\_19633.pdf?sequence=1](https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/938/digital_19633.pdf?sequence=1)

**Título:** Elaboración De Un Plan De Negocios Para La Producción Y Comercialización De Bolsas De Basura Plástica Biodegradables

**Institución:** Universidad Industrial De Santander Facultad De Ingeniería Físico -Mecánicas

**Autor:** Walter Augusto Castellanos Uribe Celino Camargo Vanegas

**Fecha:** Año 2011

Proyecto enfocado en la producción de productos en plásticos en este caso el trabajo presentado es para las bolsas plásticas, que como bien sabemos este tipo de productos pueden pasar hasta más de 100 años y aún continúan en el ambiente. La idea de este proyecto es producir bolsas en plásticos biodegradables que ayuden al medio ambiente, siendo la casa matriz en Bogotá, este proyecto estudia las oportunidades de mercado el MIX de producto que se puede ofrecer, con diferentes técnicas de publicidad para que sea asequible a manejar canales comerciales como el promocional.

<http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2011/142107.pdf>

**Título:** Proyecto De Grado Plan Exportador Empresa “La Pequeña Galería”

**Institución:** Universidad EAFIT Cámara Comercio de Antioquia Maestría en Administración

**Autor:** Lida Marcela Salazar Sanabria

**Fecha:** 2018

Proyecto enfocado en exportar diferente tipo de productos que ofrecen emociones y diferentes estilos para su utilización, desde la ciudad de Medellín, la empresa cuenta con productos tipo exportación artesanales hechos con recursos renovables del plástico, del bagazo de caña de azúcar y otros materiales que la propia naturaleza generan sin dañar el medio ambiente o atentando contra la naturaleza. El nacimiento del Plan Exportador de La Pequeña Galería se da por la necesidad de la empresa de explorar a nuevos mercados, hacer posibles alianzas estratégicas internacionales y así continuar incursionando efectivamente en el mercado internacional, teniendo en cuenta exportaciones realizadas con anterioridad a Panamá.

[https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/13153/LidaMarcela\\_SalazarSanabria\\_2018.pdf?sequence=6](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/13153/LidaMarcela_SalazarSanabria_2018.pdf?sequence=6)

**Título:** El Reciclable Pet, Pead, Pebd Estibas Platicas Como Modelo De Negocio

**Institución:** Universidad Del Rosario

**Autor:** Leonardo Heli Gomez

**Fecha:** 2017

El objetivo de este proyecto es más social a la gestión de residuos industriales aprovechables como el plástico, el cartón, el papel y los metales. Al considerar el deterioro actual del medio ambiente, y teniendo en cuenta que todos estos residuos impactan negativamente la naturaleza, en realizar un modelo con acciones prácticas que pudieran llevarlo a un modelo de negocio y de esta manera aprovechar una necesidad ambiental para convertirá en una oportunidad de crecimiento comercial.

<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/13097/GomezGarcia-LeonardoHeli-2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

**Título:** Modelo De Internacionalización Del Sector De Reciclaje En Colombia

**Institución:** Universidad Del Rosario

**Autor:** Ana Katherine García Acero

**Fecha:** 2011

Este proyecto plantea estrategias para aportar al desarrollo de un Clúster para lograr efectividad de la ruta de internacionalización del sector del reciclaje. Es necesaria la conformación de una red de empresas, agentes e instituciones públicas y privadas dentro del entorno del reciclaje y el manejo de residuos, para la consolidación del sector. El objetivo es que este documento sirva como medio de consulta para empresarios y empresas interesadas en mejorar el nivel de vida de los recicladores, contribuir con el medio ambiente y mejorar la competitividad y productividad del reciclaje en Colombia

<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/2736/OchoaRodriguez-LauraNatalia-2012.pdf?sequence=1>

### **Internacionales**

**Título:** Exportación de Tereftalato de Polietileno Reciclado como Estrategia para el Desarrollo Sostenible

**Institución:** Universidad Norbert Wiener - Facultad de Ingeniería Y Negocios

**Autor:** Oyarce Vargas, Ilis Yaneth

**Fecha:** Lima Perú 2018

La investigación se propone la exportación de PET (Tereftalato de Polietileno) reciclado a través de chullos, con la finalidad de contribuir con el desarrollo sostenible en Arequipa, cuyo principal objetivo es fortalecer la actividad que realizan los recicladores y las mujeres campesinas de la referida ciudad, de tal manera que se logra potenciar la importante labor que realizan. La investigación empleó el sintagma holístico que emplea la teoría del enfoque mixto, específicamente de tipo aplicado – proyectivo, debido a que las citadas teorías facilitaron la creación de una propuesta en la cual se plantea una alternativa para el desarrollo sostenible en la ciudad de Arequipa. Asimismo,

La importancia es la propuesta planteada basada en la cadena productiva sea ambientalmente sostenible, genere empleos inclusivos, logrando con ello aportar con el crecimiento equitativo de la sociedad, y que además se conserve las tradiciones y cultura de nuestro país, y que sean mostrados al mundo en productos como el que se desarrolla en la presente investigación.

**Apreciación:** La inclusión de la parte del reciclaje es la manera más fácil de rentabilizar una empresa, lo cual desde mi punto de vista debe aumentar cada una de las inversiones en escalas superiores de lo planteado.

<http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2457/TESIS%20Oyarce%20Iis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

**Título:** Plan de Exportación de Pet Reciclado a China

**Institución:** Universidad Tecnológica Equinoccial Facultad De Ciencias Administrativas

**Autor:** Santiago Suarez

**Fecha:** Quito - Ecuador 2017

La investigación tiene como objetivo aumentar la oferta exportable de productos ecuatorianos no tradicionales a mercados internacionales: mediante el planteamiento de una propuesta ecológica social y económico que supone el aprovechamiento del pet posconsumo disponible en el país y la generación de nuevas fuentes de empleo y el desarrollo económico a través de formulación de un plan de negocios orientado a comercialización de pt reciclado en el mercado en la republica de china.

La importancia en el reciclaje genera conciencias ambientales y este proyecto es consecuente con el mismo y más para un país como china que cuenta con una sobre población.

**Apreciación:** los desarrollos de este tipo de proyectos puntualizan las necesidades de cada cultura, lo fomenta un sin número de oportunidades del desarrollo sostenible mundial.

[http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/18418/1/68845\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/18418/1/68845_1.pdf)

**Título:** Diseño De Una Red De Recolección De Botellas Pet En Lima

**Institucional:** Pontificia Universidad Católica Del Perú Facultad De Ciencias E Ingeniería

**Autor:** Frank Alexis, Olivera Corrales

**Fecha:** Lima, agosto del 2016

Proyecto basado en la recolección de residuos sólidos, identificando la problemática presentada en el país, con el consumo de botellas en PET “polietileno” hace que surja la idea de exportar la recolección de este tipo de residuos para que en el país

Tras la búsqueda del sosiego a tan lacerante realidad, se logra identificar un océano azul de oportunidades eco ambiente sostenibles; de las cuales, sobresale la idea de la reutilización del plástico, el material reciclable más utilizado en la Ciudad de los Reyes, con el PET ( tereftalato de polietileno) como el producto de mayor potencial comercial y que lamentablemente aún no ha logrado una cadena de suministro optimizada, sobre todo en su etapa crítica: la recolección; lo cual se traduce en un mercado potencial de 94 millones de dólares anuales, de los cuales casi la mitad se va , literalmente, a la basura.

Buena práctica de sostenibilidad que brinda al país este tipo de exportaciones donde generara empleos, economía inversa, reconocimiento de tendencias culturales y oportunidades de mejora en el medio ambiente, puesto que el plástico por más que nos queramos usarlo por sus condiciones químicas y físicas es necesario para el planeta su consumo.

[https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/7599/OLIVERA\\_FRANK\\_RECOLECCION\\_BOT.ELLAS\\_PET\\_LIMA.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/7599/OLIVERA_FRANK_RECOLECCION_BOT.ELLAS_PET_LIMA.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

**Título:** Plan De Exportación De Pet Reciclado A China

**Institución:** Universidad Tecnológica Equinoccial

**Autor:** Santiago Suarez

**Fecha:** 2017

proyecto interesante para exportación de PET reciclado está estrechamente relacionado con la cultura de reciclaje, en el país los desechos producidos por los hogares no son debidamente clasificados. Según datos obtenidos del INEC, de su estudio sobre hábitos ambientales de los ecuatorianos, realizado en diciembre del 2010. El INEC determinó que más de 8 de cada 10

hogares no clasifican su basura, solo el 38.5% de la población a nivel nacional conoce sobre buenas prácticas ambientales y únicamente el 24.5% de hogares utiliza productos reciclados.

<https://1library.co/title/plan-de-exportacion-de-pet-reciclado-a-china>

## 5.2 Marco teórico

Los productos que se quiere potencializar en el mercado mexicano son productos que llevan dentro del portafolio de esta empresa casi 68 años en el mercado nacional, en los cuales los primeros productos fueron; el Estralandia, los tazones, los recipientes para cocina, las vajillas Melmac, papeleras de pedal de 20L con balde, jarras y vasos. Estos productos fueron vendidos inicialmente al cliente Retail más conocido como el cliente a pie, llegando a las amas de casa, basados en las necesidades de los hogares predominando la cocina, así que podemos determinar que el primer cliente para estos productos fueron mujeres amas de casa.

Los cambios generados en estos productos durante el transcurso de los años de esta empresa ha sido relevante al momento de producir productos en plástico, pues ha tenido crecimiento dentro de su portafolio, ya no llegando a los hogares y amas de casa, sino también a las industrias y empresas, las unidades estratégicas de negocio que contribuyen al crecimiento de esta marca ha sido de innovación, color, cambios en la presentación de su producto y nuevos diseños que han permitido tener acogimiento en el cliente final.

Refiriéndonos a esto se presenta nuevos modelos de jarras, vasos, recipientes para transportar alimento, recipientes para almacenar alimentos, tazones con valores agregados como bases antideslizantes, las vajillas con diseños incorporados en el producto, papeleras de pedal de 20L más ergonómicas y eficientes para el manejo de residuos, ampliación en el portafolio institucional donde se ha originado la implementación de manejo de residuos hospitalarios, dándole a las papeleras y contenedores la huella propia del producto que se pueda identificar como marca en el mercado. Con el desarrollo y tecnología que se ha venido presentando a través del tiempo en la globalización mundial, Estra ha incorporado a su equipo de trabajo áreas de mercadeo, diseño y merchandising para la modificación de los productos de portafolio y haciendo nuevos productos que sean ganadores en el mercado, mostrando de una manera diferente el producto, el uso, el material, la calidad del producto, la presentación, los diferentes escenarios en los que se puede participar. No solo manejando un portafolio nacional si no trayendo productos

importados aprovechando los tratados de libre comercio con otros países, que sirvan como complemento de todas las unidades estratégicas de negocio que Estra maneja, en este caso la ampliación de este portafolio se basa en un mundo infantil donde los niños son los protagonistas, pues se ha analizado que es un mercado potencial donde se puede llegar con productos infantiles para la lonchera, organización de sus espacios, implementando una modalidad de alimentación didáctica para los niños que en este caso son clientes potenciales, también se cuenta con productos para la limpieza de espacios institucionales, zonas amplias y demás que ya los productos participantes serian carros de limpieza, baldes escurridores, punto ecológicos, señales de prevención entre otros y mucho de ellos importados.

En general Estra ya cuenta con unidades estratégicas de negocio para incursionar a varios escenarios del mercado internacional y obviamente nacional.

#### *Fuente propia*

Una de las maneras hoy en la actualidad podemos basarnos en procesos que permitan un comercio digital implementando tics.

Marketing digital; Las estrategias que se desarrollan en plataformas digitales se encuentran elementos como la penetración de internet o el mayor uso de dispositivos móviles, factores que están formando nuevos patrones de consumo como el pagar la cuenta de una cafetería con un smartphone.

Content marketing; Los contenidos son clave para generar interés en las audiencias y consumidores digitales, por lo que la calidad y pertinencia de estos contenidos se plantea como una apuesta clave.

Big data; El conocimiento del consumidor a través de los datos que genera es indispensable para definir perfiles y conocer tendencias a partir de simplezas como la adquisición de un producto o las veces del día y los momentos en que se usan ciertas aplicaciones.

<https://www.merca20.com/4-estrategias-marketing-digital-en-mexico-debes-conocer/>

México: un mercado con potencial para la industria plástica de EE.UU

La Asociación de la Industria del Plástico (PLASTICS) publicó su informe anual de Tendencias Globales en la Cumbre Global de Plásticos (GPS) de 2020. El informe, que analiza los datos comerciales de 2019 y los primeros seis meses de 2020, pinta un panorama complejo pero prometedor de la industria del plástico estadounidense en el mercado internacional.

Según el informe, México y Canadá siguen siendo los mercados de exportación más grandes de la industria del plástico de EE. UU. En 2019 la industria exportó \$ 15,3 mil millones a México y \$ 12,4 mil millones a Canadá, manteniendo su mayor superávit comercial de \$ 9,8 mil millones, con México.

“El informe de Tendencias Globales 2020 muestra que la industria del plástico de EE. UU. es un actor importante en el comercio mundial, debido a la versatilidad del material y la alta demanda de este”, dijo el presidente y director ejecutivo de PLASTICS, Tony Radoszewski. “Las exportaciones generan empleos y la industria del plástico de Estados Unidos continúa creando empleos.

Aunque el informe encontró que el superávit comercial de la industria del plástico de EE. UU. disminuyó a \$ 400 millones en 2019 desde \$ 500 millones en 2018, la demanda mundial de plásticos sigue siendo sólida. La industria del plástico de EE. UU. tenía un déficit de 13.700 millones de dólares con China, el tercer mercado de exportación más grande de la industria del plástico de EE. UU. Sin embargo, Estados Unidos tenía un superávit comercial de \$ 2.5 mil millones con China con resina. China es el mayor comprador de resina del mundo y un gran importador de resinas producidas en Estados Unidos.

El informe de Tendencias Globales también explora una visión internacional más amplia de los plásticos que cubre la producción, el consumo y más detalles de los socios comerciales importantes para los EE. UU. También analiza el consumo aparente de productos plásticos en Estados Unidos, el cual creció 1.0% a \$ 232.4 mil millones en 2019. Sin embargo, debido a que los precios al productor de EE. UU. cayeron 1.5% en 2019, el consumo aparente de productos plásticos creció 2.5%.

En el contexto de la moderación del crecimiento económico mundial en 2019 y las incertidumbres relacionadas con los aranceles y el comercio, la industria del plástico de EE. UU. generó un superávit comercial. Aunque los productores de resina de Estados Unidos continuaron

disfrutando de una ventaja de costos sobre la mayoría de los productores extranjeros, las exportaciones de resina de EE. UU. disminuyeron un 2.0% en términos de dólares de 2018 a 2019”, señaló el economista jefe de PLASTICS Perc Pineda. “Se esperan cifras comerciales más bajas este año debido principalmente a la desaceleración económica mundial, pero las perspectivas comerciales para 2021 son positivas”, agregó Pineda.

Canadá y México seguirán siendo los dos mercados de exportación más grandes y también son las principales fuentes de importaciones de plásticos de EE. UU. La cadena de suministro del sector manufacturero en estos países se fortaleció con la aprobación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). El T-Mec debería mejorar aún más el comercio entre los tres países.

<https://www.axiomab2b.com/blog/tecnologia-del-plastico/mexico-un-mercado-con-potencial-para-la-industria-plastica-de-ee-uu/>

Para poder llegar al público y competir en el mercado actual, es necesario que las marcas adopten las nuevas tendencias que están surgiendo, y es que cada vez hay mayor interacción y conversación de las marcas con sus consumidores en las diversas plataformas digitales. Además, con los últimos avances tecnológicos que se han ido dando en este tiempo ya es posible tener una idea o conocer las diferentes reacciones que pueden suscitar ante las campañas.

<https://www.t2o.com/ideas/actualidad/estrategias-marketing-funcionan-mejor-mexico>

### Retos y oportunidades de negocio para empresas de plásticos

La industria del plástico es cada vez más consciente de la importancia de hacer evolucionar su negocio hacia el mundo digital. Pese a tratarse de un sector un tanto reticente a los cambios, las empresas del plástico comienzan a dejar de lado el marketing más tradicional y a apostar por técnicas de marketing digital.

Pero ¿cuáles son los desafíos a los que se enfrentan las empresas de la industria del plástico? ¿Cómo pueden aprovechar estos retos para convertirlos en oportunidades de negocio? En el siguiente artículo respondemos a estas y otras cuestiones.

### 3 retos de las empresas de plásticos

Como está ocurriendo en la mayoría de las empresas del ámbito B2B, existe una necesidad creciente de adaptarse a las nuevas tendencias y formas de consumo. Las prácticas tradicionales de marketing (participación en ferias, llamadas en frío, etc) ya no son tan efectivas como antes, por lo que la industria plástica necesita afrontar los siguientes retos si sus empresas no quieren quedarse estancadas:

#### Adquisición y retención de nuevos clientes

Esta es una de las principales prioridades de las empresas de plástico en los próximos años. Como cualquier negocio en crecimiento, estas compañías necesitan desarrollar nuevas estrategias de captación de clientes para incrementar sus ventas. Pero, además de esto, también es importante que focalicen parte de sus esfuerzos en la retención de sus clientes ya existentes. En este sentido tienen mucho que hacer, ya que es algo que no se había trabajado mucho hasta el momento. Una oportunidad sería establecer maneras de medir la satisfacción de sus clientes, como por ejemplo mediante encuestas.

#### Nuevos métodos de prospección comercial

Como ya hemos avanzado, los métodos de prospección tradicionales cada vez son menos efectivos. Afortunadamente, las empresas plásticas son conscientes de ello y están dando una mayor importancia a su página web. El principal reto en este ámbito es incrementar la tasa de captación de contactos a través de la web mediante la implementación de técnicas de inbound marketing. Esto permitirá que los comerciales cuenten con un mayor número de leads para trabajar las oportunidades de venta.

#### Departamentos de marketing anticuados

Aunque la mayoría de las empresas de esta industria cuentan con sus propios departamentos de marketing, lo cierto es que estos están muy poco digitalizados. Las acciones de marketing más habituales siguen siendo las clásicas: realización de catálogos y folletos, participación en ferias, anuncios en medios de comunicación, etc. Aunque algunas de ellas comienzan a trabajar su comunicación online mediante el uso de redes sociales, sus mensajes

suelen ser muy corporativos y no disponen de una estrategia de marketing de contenidos como tal.

Es importante que las empresas de plástico reasignen sus esfuerzos de marketing para evolucionar hacia la digitalización y alinear de una manera más eficiente sus equipos de marketing y ventas.

#### Consejos para aprovechar las oportunidades de negocio en la industria plástica

Ante todo, reto existe una oportunidad de negocio, por eso las empresas plásticas deben aprovechar los desafíos mencionados anteriormente para evolucionar y fortalecer sus negocios. Estos son algunos consejos que les ayudarán durante este camino:

**Redefinir los esfuerzos en marketing:** los consumidores, tanto en el ámbito B2B como en el B2C, se están volviendo cada vez más digitales, por lo que las empresas del plástico deben adaptar sus estrategias de marketing a esta tendencia de mercado. Para ello, es fundamental disponer de una buena página web, que transmita la imagen de negocio de la compañía y que, además, esté optimizada para la captación de contactos a través de ella.

**Optimizar los tiempos de venta:** los procesos de venta en B2B son largos y costosos, además muchos departamentos comerciales acusan la falta de tiempo para dedicar a la prospección por estar centrados en otras tareas (visitas a clientes, asistencia a ferias, viajes de trabajo...). Es importante, por tanto, reenfocar los esfuerzos comerciales para evitar que se pierda el tiempo con cuestiones que generan poco valor. Una solución en este sentido es implementar herramientas de gestión comercial que les permitan automatizar tareas repetitivas y, de esta manera, poder dedicar más tiempo a la adquisición y fidelización de clientes.

**Recurrir a la ayuda profesional:** la transición hacia un negocio más digitalizado no es sencilla y si no se hace bien puede resultar perjudicial. Por ello, es conveniente que las empresas del sector del plástico recurran a los servicios de una agencia especializada en marketing digital para acometer estos cambios. Al tratarse de expertos en este campo, podrán asesorar sobre cuáles son las mejores tácticas para llevar a cabo y qué herramientas serán más útiles para un negocio en cuestión. Además, les permitirán ahorrar tiempo y dedicación durante este proceso de cambio y aprendizaje.

En conclusión, son muchos los retos a los que se enfrentan las compañías plásticas durante los próximos años, pero si se hacen bien las cosas estos pueden convertirse en importantes oportunidades de negocio que les permitan salir reforzados de este proceso. Solo hay que ser consciente de ello y marcarse unos objetivos SMART.

<https://blog.connex.es/retos-y-oportunidades-de-negocio-para-empresas-de-plasticos>

### **5.3 Marco Legal**

La empresa Industrias Estra S.A., fue constituida de acuerdo con las leyes colombianas el 25 agosto de 1953 en la ciudad de Medellín - Colombia y su termino de duración expirar el 31 diciembre del año 2070, su domicilio principal se encuentra en la ciudad de Medellín en la calle 30 # 55-72.

Sus actividades principales son la fabricación, distribución y comercialización de artículos plásticos y de otros materiales, lo mismo que la explotación de marcas, patentes, dibujos industriales, moldes y procedimientos de fabricación de las ramas de las que se dedican la compañía. De igual manera desarrolla inversiones de sociedades comerciales, que tengan a su vez por objeto social las actividades de manufactura y comercio, así como puedan llevar a cabo todos aquellos contratos que contribuyan al desarrollo de su Objeto.

De acuerdo con las políticas actuales en Colombia se acogen con:

Resolución 4143 de 2012 – Invima.

Decreto-Ley 4107 de 2011 Estipula el desarrollo y elaboración de productos plásticos en Colombia.

Decreto 1713 de 2002

Artículo 2. El presente Decreto establece normas orientadas a reglamentar el servicio público de aseo en el marco de la gestión integral de los residuos sólidos ordinarios, en materias referentes a sus componentes, niveles, clases, modalidades, calidad, y al régimen de las personas prestadoras del servicio y de los usuarios.

Artículo 125. De los deberes de los usuarios: Realizar la separación de los residuos sólidos en la fuente de manera que se permita la recolección selectiva, de acuerdo con el Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos y los Programas de servicio de aseo establecidos.

Resolución número 2320 de 2009, por la cual se modifica parcialmente la Resolución número 1096 de 2000 que adopta el Reglamento Técnico para el sector de Agua Potable y Saneamiento Básico -RAS-

Capítulo F.3. En este Capítulo se establecen los criterios básicos y requisitos mínimos obligatorios que deben cumplir los usuarios del servicio público de aseo en relación con el almacenamiento y presentación de los residuos sólidos generados por ellos.

Decreto 2784 del 28 dic 2012, Adopción de normas financieras internacionales, se aplica para la compañía industrias Estra SA, se acoge al decreto 3023 de diciembre 2013 y 2615 de diciembre 2015 se actualiza la norma técnica de la compañía.

Bajo el Artículo 44 de la Ley 964 de 2005, se adoptan para la constitución de la Junta directiva, la cual consta de 5 accionistas. Y se estipula los siguiente: Revisión Fiscal, Comité auditorias, Estatutos, Certificación de acciones, Reporte de Implementación de mejoras prácticas corporativas, Informaciones relevantes, Otros

Resolución 1111 de 2017 Por la cual se definen los Estándares Mínimos del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo para empleadores y contratantes.

## **6. Marco Metodológico**

### **Fases del estudio**

#### **a) Recolección de la Información**

Para la construcción del marco metodológico se realizará una investigación utilizando páginas de interés en internet, como lo son: Procolombia, Legis Comex, DANE, portafolio, entre otros. Dentro de las fuentes de información a consultar están los principales periódicos y revistas tanto de Colombia como de México, estudios estadísticos del ministerio de comercio o el que haga sus veces en México. Igualmente se realizara una recolección de información a través de

encuestas electrónicas, seleccionando un muestreo de las grandes empresas de México, encargadas de la distribución de los productos de plástico con el fin de captar información que servirá como análisis del mercado y oportunidades para lograr ser proveedores de dichas empresas, los datos que se pretende recolectar: precio, cantidad, calidad, competidores, consumidores, valor agregado del producto, facilidad y medios de pago, cantidad de empleados, entre otros.

- **Población**

La gestión de la investigación para el desarrollo de mercados estará dirigida al país México como objetivo general, llegando como alcance inicial a Grandes Superficies, Hospitales, Mayoristas, Minoristas, Distribuidores, Subdistribuidores. Los términos serán contactos por medio encuestas, comunicaciones vial mail, chat, entre otros. Algunas de las empresas sondeadas son:

- ✓ Soriana tiendas (almacén de cadena)
- ✓ Chedraui (almacén de cadena)
- ✓ Liverpool (almacén de cadena)
- ✓ Hospital Médica Sur
- ✓ Centro Médico ABC Campus Santa Fe
- ✓ Hospital Ángeles Lomas
- ✓ Hospital Civil de Guadalajara
- ✓ Otros

- **Materiales**

Los materiales utilizados en esta investigación y estrategia de mercado serán los siguientes:

- ✓ Encuestas
- ✓ Brochure
- ✓ Mail, redes sociales
- ✓ Material POP
- ✓ Entrevista a profundidad

- **Técnicas**

Las técnicas usadas en este proyecto serán:

Cualitativas; entrevistas telefónicas, encuestas online.

Cuantitativas; grupos de discusión a través de redes sociales, entrevistas de profundidad con clientes finales y posibles distribuidores.

### **Procedimiento**

**Entrevista telefónica:** Consiste en realizar una serie de preguntas determinadas a una muestra de población para obtener respuestas a preguntas concretas de personas específicas. A partir de esos datos, se pueden obtener datos aproximados sobre el objeto de estudio. Muchas empresas incluyen encuestas de calidad que pueden ayudar en la elaboración de estudios de mercado y de situación.

**Encuesta online:** A través de un formulario o encuesta online, se puede llevar a cabo un estudio de mercado con una amplia cobertura, aprovechando Internet para acceder a la muestra de población.

**Grupo de discusión y Focus Group:** El grupo de discusión consiste en una técnica cualitativa cuyo objetivo es conocer la forma en la que los participantes actúan o hablan frente a una idea publicitaria, una marca, un producto o servicio. Se forman grupos pequeños de 5-10 personas para generar una discusión en torno a un tema de interés para el estudio de mercado. En el mundo digital, esto podría ser un análisis cualitativo de los comentarios a un producto. El focus group sería igual, pero con un mayor condicionamiento del moderador o investigador.

**Entrevistas a profundidad:** Se trata de una conversación más elaborada en la que se realizan entrevistas personales más a profundidad y donde tiene gran importancia el diálogo entre entrevistador o investigador y entrevistado. Las entrevistas de mercado pueden estar más o menos estructuradas según los objetivos del estudio.

<https://www.mastermarketing-valencia.com/ventas-y-gestion-comercial/blog/tecnicas-investigacion-mercado/>

## **7. Resultados**

Con base a la investigación y resultados obtenidos por los diferentes estudios, concluimos cuatro aspectos relevantes que influyen directamente en la potencialización de los productos en el mercado mexicano. Financiera, clientes, procesos claves del negocio y desarrollo organizacional. Adicional desarrollamos un DOFA del mercado externo que explica la visual, teniendo en cuenta un DOFA interno que muestra la situación actual de la compañía y del mercado nacional.

### **7.1 Análisis e interpretación de los resultados**

#### **Evaluación Dofa frente al mercado externo**

<b>AMENAZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
A1: Falta de promoción ecológica en México DF	O1: Aumento de la conciencia ecológica en México DF para el cuidado del medio ambiente.
A2: Reglamentación restrictiva en los productos del sector plástico	O2: Tratado de libre comercio con México, especialmente lo pactado con los productor del sector plástico
A3: Competencia desleal.	O3: Implementación de tic´s (comercio electrónico , aplicaciones virtuales).
A4: Alta demanda de productos del sector plástico en la ciudad de México DF	O4: Generar alianzas comerciales con empresas Mexicanas.
A5: Variación en el precio del dólar.	O5: Crecimiento del porcentaje de importación de los productos del sector plástico en México DF
A6: Cierre de fronteras en la ciudad de México	O6: Oportunidad de empleo en México DF
A7: No aceptación del producto por parte del cliente final	O7: El plástico es un gran producto para comercializar por mucho tiempo
A8: Costos elevados en el transporte a nivel internacional	O8: El mercado de plástico esta creciendo a nivel internacional.
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
F1: Aporta al escalonamiento de la posición en la que se encuentra Colombia en cuanto a innovación.	D1: Políticas débiles de confidencialidad de los moldes de los productos el cual pueda permitir Plagio del molde o productos propios de la empresa
F2: Procesos certificados con un ente internacional IQNET	D2: Bajo uso del plástico en México DF
F3: Son confiables los canales de distribución	D3: Es alta la rotación del personal.
F4: Alta inversión en la actualización de la maquinaria de la empresa.	D4: Debido a la creciente demanda de los productos fabricados con plástico existe bastante competencia en cuanto a precios.
F5: La llegada de nuevas empresas del sector plástico representan nuevas alternativas de alianzas.	D5: A nivel internacional no cuentan con puntos fijos de distribución de los productos
F6: Alta experiencia del personal de ventas	D6: Falta de programas o cursos de idiomas para el personal que debe manejar la maquinaria.
F7: Programas de formación y capacitación con entes certificados como el SENA	D7: Poca experiencia del personal que carga la mercancía en los carros para transportar los productos a su destino.
F8: Años de experiencia en el mercado de plásticos.	D8: Falta de personal que desarrolle aplicaciones propias de la empresa que se pueda utilizar en equipos tecnológicos para la compra de los productos del portafolio.

Tabla 1 DOFA Externo Fuente Propia

De acuerdo al análisis DOFA realizado al sector frente al mercado externo se evidencia que en la actualidad el mercado de los productos plásticos tiene un lugar sobresaliente en el conjunto de la economía a nivel global, aun así se evidencia una gran desventaja al momento de querer incursionar en México productos del sector plástico, la cual es debido a la alta demanda de producción de plástico en dicho País, aun así el sector plástico está generando una tendencia

importante hacia la innovación, la cual impulsa a los países a buscar alternativas desde el punto ambiental para desarrollar nuevas estrategias que se puedan adaptar a nivel internacional.

### Evaluación Dofa Interno frente al sector

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
A1: Falta de materia prima para la producción.	O1: Seguir ampliando los canales de distribución a nivel internacional
A2: Maquinaria obsoleta.	O2: Aumento de las Ganancias de la empresa.
A3: Desconocimiento por parte del personal de los procesos de producción	O3: Eficacia en los tiempos de entrega y producción.
A3: Trayectoria, experiencia y conocimiento de la competencia; Delquin, Termoformadora Plástica y compañía Industrial Acerplastic, entre otras.	O4: Los productos que la empresa fabrica tienen una baja densidad lo que resulta óptimo para muchos de sus usos normales
A5: Descuido por parte del personal que realiza las entrega de los productos en cuanto a tiempos y cuidado del producto.	O5: Apertura de más tiendas a nivel nacional
A6: No conformidades mayores como resultados de las auditorias externas realizadas por parte el ente certificador.	O6: Demanda alta de los productos del portafolio
A7: Sostenibilidad, Insuficiencia de los recursos económicos, Tecnológicos y Humanos para el sostenimiento	O7: Bases de datos amplias de clientes frecuentes y posibles.
A8: Deterioro de la imagen corporativa.	O8: Buena relación con los proveedores a nivel internacional.
FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1: El tipo de material con el que se trabaja es resistente y duradero, hace que siempre sea llamativo al consumidor	D1: Cuenta con diversos competidores a nivel internacional, lo cual puede llegar a generar una demanda más baja de exportaciones a futuro y competir con precios.
F2: Se trabaja en equipo para lograr una meta compartida	D2: No existe un call center para la atención del cliente, cuando se llama a los números indicados en la página, se encuentran ocupados
F3: Ofrecen soluciones prácticas cumpliendo con la promesa de valor al cliente y consumidor final	D3: La falta de almacenes en la ciudad, actualmente cuentan con tres sedes; carrera séptima, Niza y plaza de las américas, esto genera mayores desplazamientos
F4: Mantienen lineamientos claros y cumplen con las normas de calidad actuales de cada producto	D4: Falta de estrategias publicitarias a nivel nacional, es muy desconocida esta marca por la mayoría de consumidores en el país
F5: Cuentan con una bodega de 10,000 metros cuadrados lo que garantiza un óptimo almacenamiento de los productos	D5: La desventaja del producto con el cual trabajan es que tarda mucho tiempo en desintegrarse, la empresa no cuenta con un programa de recolección o prevención cuando se dañen los productos, para evitar la contaminación a un futuro.
F6: Cuentan con un gran porcentaje de utilidades	D6: El consumo masivo de este producto no ayuda en nada a la preservación del planeta
F7: Fomentan a los empleados el uso de otro idioma (el inglés)	D7: De las tres líneas que manejan, la línea infantil no es tan llamativa en sus productos, son muy comunes
F8: La empresa cuenta con un musculo financiero fuerte	D8: Falta de opciones tecnológicas al momento de realizar una compra.

Tabla 1 DOFA Interno fuente propia

De acuerdo con el análisis DOFA realizado a la empresa frente al sector se evidencia que una de las grandes ventajas que tiene Industrias ESTRA para incursionar sus productos en diferentes mercados a nivel internacional, es el crecimiento que ha tenido el sector de plástico, igualmente Colombia cuenta con un arancel del 0% para exportación de productos del sector plástico hacia varios países incluyendo a México. Debido a la alta competencia que existe en el sector plástico, industrias ESTRA adopto esta “desventaja” (como lo verían otras empresas) como una oportunidad generando alianzas entre empresas del sector y lograr reconocimiento y posicionamiento de la empresa en el sector, igualmente algo de resaltar es la oportunidad de empleo que estaría generando a medida que la empresa se fuese extendiendo internacionalmente.

### Resultado Financiero

	PERSPECTIVA	OBJETIVO ¿QUÉ QUIERO ALCANZAR?	INICIATIVA / PROYECTO ¿CÓMO LO PODRÍA LOGRAR?
<b>Financiera</b>	<b>CRECIMIENTO</b> ¿En qué basará su crecimiento: <ul style="list-style-type: none"> <li>•Potencialización de los mercados ya constituidos</li> <li>•Nuevos clientes</li> <li>•nuevos productos o servicios</li> <li>•Nuevos mercados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento del 50% Prom en mercados potencializados.</li> <li>• Crecimiento del 21% Prom</li> <li>• Crecimiento del 18% Prom</li> <li>• Crecimiento 5% Prom</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Inversión de 10% de productividades actuales</li> <li>•Inversión del 10% adicional</li> <li>•Inversión de 10% en apertura del mercado mexicano</li> </ul>
	<b>PRODUCTIVIDAD</b> ¿Cuáles son las claves para mejorar la productividad? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejor uso de los activos</li> <li>• Mejor estructura de costos</li> <li>• Mejor manejo de flujos de caja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Uso de planta Activa</li> <li>•Replanteamientos de estructuras</li> <li>•Recursos financieros de compañía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Extensión de productividades</li> <li>•Manejo de espacios laborales</li> <li>•KPI disponible para el proyecto</li> </ul>
	<b>RENTABILIDAD</b> ¿Cuál es la meta de rentabilidad de la empresa?	<ul style="list-style-type: none"> <li>•El proyecto genera un incremento al ingreso del 25% promedio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Con la apertura de las divisas de la exportación mexicana</li> </ul>

## Resultado Clientes

	PERSPECTIVA	OBJETIVO ¿QUÉ QUIERO ALCANZAR?	INICIATIVA / PROYECTO ¿CÓMO LO PODRÍA LOGRAR?
<b>CLIENTES</b>	<p>ATRIBUTOS DEL PRODUCTO ¿Cuál va a ser la diferencia en mis productos y servicios?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Características del Producto o Servicio</li> <li>• Precio • Innovación</li> <li>• Estilo de vida • Canal</li> <li>• Actitud de servicio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acompañamiento constante de la fuerza de ventas a los clientes ya constituidos</li> <li>• Reciclado -Nuevos</li> <li>• Bajo costos – nuevos moldes</li> <li>• Innovación de diseños y colores de tendencias</li> <li>• Compromiso y apertura de clientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mezclas de material reciclados y adquisición de nuevos materiales</li> <li>• Material reciclado permite bajar costos</li> <li>• Adquisición de nuevos moldes y restructuración de color en diseños</li> <li>• Estudio de cultura y tendencias de servicios locales</li> </ul>
	<p>RELACIÓN CON EL CLIENTE ¿En qué se basará una exitosa relación con el cliente?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio</li> <li>• Experiencia del cliente</li> <li>• Conocimiento del cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación directas</li> <li>• Vivencias del producto</li> <li>• Estudio cultural</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad en conjunto con el importador</li> <li>• Entrega de ilustraciones y productos tangibles en el mercado.</li> <li>• Inmersión local</li> </ul>
	<p>IMAGEN / MARCA ¿Cómo se quiere proyectar la imagen de la empresa?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionamiento de marca</li> <li>• Aprovechamiento de la marca reconocida</li> <li>• Dar o conocer la empresa en un nicho o sector</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionar en el mercado mexicano la variedad del producto</li> <li>• Marca reconocida en Colombia</li> <li>• En grandes superficies, pequeñas, medianas y grandes empresas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exportar diseños y escalonados para el desarrollo comercial</li> <li>• Mostrar Diferencias de marca y usos en Colombia</li> <li>• Negociación directa con cada uno de los compradores e importadores mexicanos</li> </ul>

## Resultado de procesos

	PERSPECTIVA	OBJETIVO ¿QUÉ QUIERO ALCANZAR?	INICIATIVA / PROYECTO ¿CÓMO LO PODRÍA LOGRAR?
Procesos -Claves del negocio	<p>PROCESOS DE INNOVACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Su diferencia está en crear nuevos productos y servicios permanentemente</li> <li>• Apalancarse en un proceso de innovación para alcanzar la visión de futuro</li> </ul>	<p>Incrementar la participación de mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Innovación de productos nuevos</li> <li>•Conocer los consumidores para suplir esas necesidades</li> </ul>	<p>Realizar estudio de mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Encuestas que buscan los nuevos clientes</li> <li>•Recomendaciones a nuestros productos actuales</li> <li>•Realización de Forust Group entre clientes y usuarios finales</li> </ul>
	<p>PROCESOS DE GESTIÓN DE CLIENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Estandarizar el contacto con el cliente determinará la diferencia</li> <li>•La diferencia es ofrecer un servicio personalizado</li> </ul>	<p>Conocer los clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Cercanía con el consumidor</li> <li>•Escuchar el cliente</li> </ul>	<p>Departamento Comercial</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Visitas a clientes Pareto y no pateros (potencializar)</li> </ul>
	<p>PROCESOS OPERATIVOS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•En la eficiencia de los procesos operativos (producción y logística) se centra la diferenciación</li> <li>•La operación es fundamental para el éxito del negocio</li> </ul>	<p>Eficiencia</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Estandarización de procesos Productivos y logísticos.</li> <li>•Metodología para la buena distribución del producto.</li> <li>•Plan de mercadeo para la potencialización de productos institucionales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Reunir las áreas para estandarización de procesos y ejecutar tiempos y tareas dentro del plan de continuidad</li> </ul>

## 7.2 Discusión y sugerencias

### Entrevista a profundidad

Panelista: Adriana Catalina Diaz (México)

Fecha: Jueves 14 de Octubre

Hora: 8:30PM

<https://drive.google.com/file/d/1Z9qQlbIIrejNT1BSgyXavaKvbkLvMNN/view?usp=sharing>

**Análisis:** De acuerdo con esta entrevista a profundidad analizamos que como estrategia de potencialización de los productos de Industrias Estra S.A., vemos la viabilidad para generar ampliación de mercado en el país México, donde tenemos una gran oportunidad de crecimiento como marca y adquisición de nuevos clientes con productos innovadores desarrollados por la empresa Industria Estra S.A.

Desde la perspectiva del panelista o entrevistado, evidenciamos que busca productos acordes a la necesidad del hogar que sobresalga con los estilos y colores innovadores de sus espacios.

Queriendo decir con esto que una oportunidad de mercado potencial se focaliza en clientes finales (amas de casa) y empresas pymes que participen en un mercado hogareño.

Sugerimos revisar dentro del portafolio la categoría Hogar y seleccionar productos paretos que se puedan exportar para ofrecer a este tipo de clientes un complemento de soluciones.

Focus Group:

Panelista: Diana León Garcia

Fecha: 22 de Octubre

Hora: 8:00 PM

<https://drive.google.com/file/d/1EP9gT-9k7zqpr73brNmhpTAstohKHAyT/view?usp=sharing>

**Análisis:** Con base a la entrevista efectuada a Diana León, analizamos una perspectiva más industrial, dado que la experiencia del entrevistado esta en este sector, de acuerdo con ello vemos oportunidad de un mercado potencial supliendo las necesidades industriales bajo normas y resoluciones ambientales que el país México está implementando.

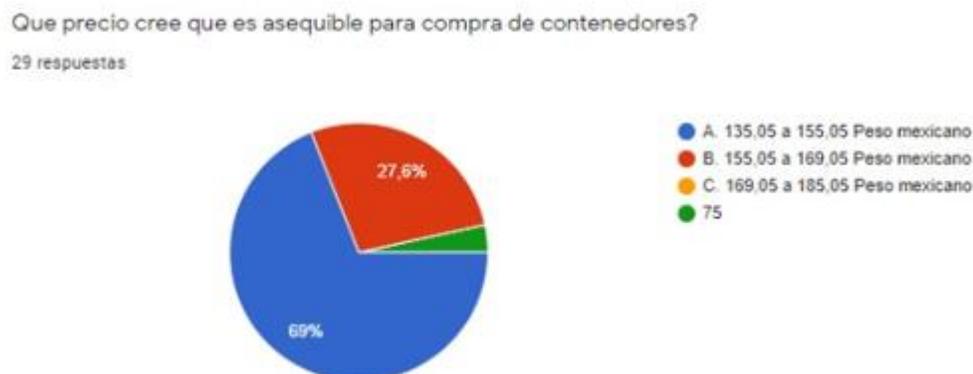
Sugerimos hacer revisión del producto a exportar en su diseño, estructura, color, basados en las normas regulatorias que se encuentran en el país destino. El cual permitirá la potencialización de distribución del producto de Industrias Estra S.A.

### Encuesta Online

Se realiza encuesta a contactos mexicanos referidos por las anteriores panelistas y donde se evidencia lo siguiente:



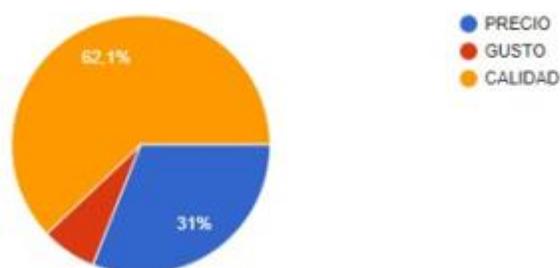
El 75,9% de los mexicanos comprarían contenedores, esto quiere decir que la cultura ambiental en los mexicanos fomenta la separación de residuos, el cual nos sirve como aprovechamiento en la distribución del producto.



Esta respuesta nos indica que el promedio de precios estaría basado \$13,05 a \$155,05 peso mexicano por lo cual se debe contemplar costos en la producción, costos, en la distribución, costos en la exportación.

3. Su iniciativa de compra se enfoca en precio, calidad, gusto?

29 respuestas



La calidad del producto genera el peso mayoritario en la decisión de compra, por lo cuál es importante destacar el insumo con el que se diseña los productos promoviendo así la calidad de este.

4. Esta de acuerdo que el país implemente un plan de residuos bajo una normatividad?

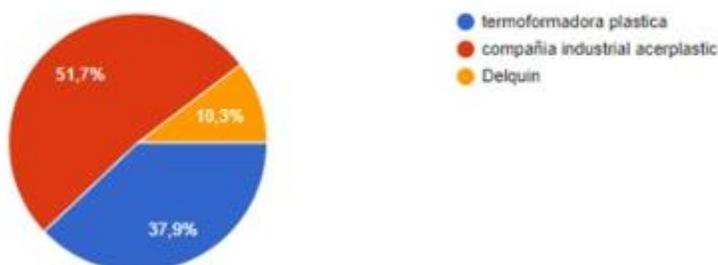
28 respuestas



La claridad de la respuesta dada a la pregunta nos genera la confirmación de una conciencia de separación de residuos, el cual la compañía debe ir acorde a estas normativas en sus diseños y colores diferenciales en la clasificación de residuos.

## 5. Que marcas de papelerera conoce en el mercado?

29 respuestas



La marca más posicionada en el mercado se evidencia que es Compañía Industrial Acerplastic.

## 8. Análisis Financiero

### 8.1 Costo beneficio

COSTOS E INGRESOS							
	0	2020	2021	2022	2023	2024	2025
IPP	0,87%	0,87%	0,87%	0,87%	0,87%	0,87%	0,87%
COSTO FABRICACIÓN PROD	\$ 245.784	\$ 247.922	\$ 250.079	\$ 252.255	\$ 254.450	\$ 256.663	\$ 258.896
COSTO ADMINISTRATIVO	\$ 85.000	\$ 85.740	\$ 86.485	\$ 87.238	\$ 87.997	\$ 88.762	\$ 89.535
COSTOS INDIRECTOS	\$ 4.261	\$ 4.298	\$ 4.335	\$ 4.373	\$ 4.411	\$ 4.450	\$ 4.488
	\$ 335.045	\$ 337.960	\$ 340.900	\$ 343.866	\$ 346.858	\$ 349.875	\$ 352.919
PRECIO DE VENTA	\$ 482.465	\$ 486.662	\$ 490.896	\$ 495.167	\$ 499.475	\$ 503.820	\$ 508.204

PROYECCIONES DE VENTAS UNIDADES							
	0	2020	2021	2022	2023	2024	2025
PUNTOS ECOLOGICOS	0	0	2000	2100	2205	2315	2431
OTRAS LINEAS	0	0	1500	1575	1654	1736	1823
TOTAL	0	0	3500	3675	3859	4052	4254

PROYECCIONES COSTOS UNIDADES							
	0	2020	2021	2022	2023	2024	2025
PUNTOS ECOLOGICOS	\$ -	\$ -	\$ 681.800.285	\$ 722.118.545	\$ 764.821.025	\$ 810.048.716	\$ 857.950.947

PROYECCIONES PRECIOS DE VENTA							
	0	2020	2021	2022	2023	2024	2025
PUNTOS ECOLOGICOS	\$ -	\$ -	\$ 981.792.411	\$ 1.039.850.705	\$ 1.101.342.276	\$ 1.166.470.152	\$ 1.235.449.364
INGRESOS	\$ -	\$ -	\$ 299.992.125	\$ 317.732.160	\$ 336.521.251	\$ 356.421.435	\$ 377.498.417

## 9. Conclusiones

Se muestra grandes oportunidades de negocios alrededor de las diferentes naciones, no obstante, la apertura económica es solo para aquellas compañías que logran adaptarse a las diferentes culturas, alianzas estratégicas, necesidades y tendencias económicas. Es por eso por lo que la compañía Industrias Estra S.A., establece a través de la inversión un servicio de conocimiento para la industria y las instituciones cumpliendo con las expectativas de la normativa ambiental.

Se hace necesaria la implementación interna de un manual de políticas de buen gobierno, con valores que contribuyan al crecimiento de la organización por parte de sus colaboradores, con el fin de construir mejores relaciones entre los diferentes procesos de la compañía, así como también la relación con los clientes durante todo el proceso de potencialización de marca.

La empresa esta en la capacidad de hacer inversión en el ámbito del área de mercadeo comercial, con el fin de sumar a su potencial de calidad y servicio, hacia el mercado mexicano ofreciendo valor agregado a través de estrategias, adquiriendo posicionamiento de marca que genere desarrollo y crecimiento a la línea de producto. Dentro de los aspectos financieros un constante aumento en sus cuentas por cobrar, generando un mayor movimiento en los pasivos de la empresa y dejando por debajo los activos, dando paso a que la compañía busque nuevas alternativas y estrategias que puedan ayudar a la mejora financiera y expandir su marca.

Con base en la potencialización se generará economía estable, que ofrece más oportunidad hacia el mercado de las acciones, no solo por medio de la exportación del portafolio de productos, sino que a lo largo del tiempo deberá complementar procesos innovadores en las estrategias de mercado, que permitan el avance en cuanto al incremento en sus ventas y la confiabilidad, al igual que la inversión y preferencia de compra por parte de los clientes.

El posicionamiento de marca representa para la compañía un lugar en la mente de los consumidores, diferenciándola de sus competidores, donde el cliente espera de la marca lo que en si representa de ella. Desarrollando una correcta distribución en el canal tradicional y cliente final,

ofreciendo servicio y producto de alta de calidad como ventaja competitiva que contribuye a la lealtad de los clientes, lealtad de marca y adquisición de nuevos clientes.

Concluimos que la viabilidad del proyecto determina el cumplimiento de los objetivos planteados, llevándolos al desarrollo de potenciales mercados, obteniendo crecimientos en el área comercial enfocado directamente hacia el canal de exportaciones, trayendo reconocimiento al área de mercadeo ya que bajo las estrategias planteadas se obtienen los resultados obtenidos.

### **9.1 Propuesta de tipo estratégico del plan de mercadeo**

Basados en los objetivos de este proyecto proponemos las siguientes estrategias de mercadeo para que sean consideradas por la compañía seleccionada Industrias Estra S.A.

Se propone incrementar la exportación de productos de la línea institucional dirigido al consumo masivo, el cuál generara un crecimiento de marca y accionar con cada unos de los clientes finales. Este desarrollo de mercado creara alianzas comerciales, desencadenando opciones de compra y venta en un MIX de producto y proyectando potencialización de una categoría adicional del portafolio de Industria Estra S.A (Hogar).

Se propone buscar un aliado potencial que ofrezca los servicios de maquila, que esté dispuesto hacer una alianza comercial de producción y distribución con Industrias Estra S.A, teniendo en cuenta que Mexico es uno de los países con mejores cifras de crecimiento para el desarrollo del mercado plastiquero.

Proponemos un plan estratégico de marketing digital (TICS), con elección de redes sociales que permitan la gestión de venta, e interactuar con clientes potenciales a través de las redes. Esta estrategia se plantea creando contenidos visuales en cada una de las SAC, generando ranking positivo, etiquetas de contenido con vinculaciones directas en las redes sociales, vincular anuncios de contenidos interactivos, crear conexiones con clientes cada vez que se genere visitas a la página y generar desarrollos demostrativos e ilustrativos en medios digitales.

Con el estudio e investigación presentado en este proyecto, podemos proponer que tenemos gran oportunidad de desarrollo en el canal tradicional, haciendo acompañamiento, capacitaciones,

yendo a la vanguardia del mercado potencializando la marca y el portafolio, generando recordación de marca y posicionamiento.

## 10. Referencias

DANE. (2016). Obtenido de DANE: <http://www.dane.gov.co/>

Economista, E. (2 de Octubre de 2016). Dólar caro impactaría costos de plásticos. *Dólar caro impactaría costos de plásticos*.

Estra, I. (2017). Obtenido de <http://www.estra.com/>

Estra, I. (2017). Obtenido de <http://www.estra.com/estra>

Industrias Estra SA. (s.f.). Obtenido de <http://www.estra.com/>: <http://www.estra.com/>

INTEREMPRESAS. (23 de Noviembre de 2015). *Situación internacional de los plásticos*. Obtenido de Situación internacional de los plásticos: <http://www.interempresas.net/Plastico/Articulos/147537-Situacion-internacional-de-los-plasticos.html>

Invest in Bogota . (12 de Septiembre de 2014). *Bogotá tiene un sector de plásticos moderno y competitivo*. Obtenido de Bogotá tiene un sector de plásticos moderno y competitivo: <http://es.investinbogota.org/noticias/bogota-tiene-un-sector-de-plasticos-moderno-y-competitivo>

Pérez, J. P. (2014). La industria del plástico en México y el mundo. *Comercio Exterior*, 6-9. Obtenido de [http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/761/3/la\\_industria\\_del\\_plastico.pdf](http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/761/3/la_industria_del_plastico.pdf)

Pineda, M. (03 de Enero de 2017). *Industria del plástico: escenario regional*. Obtenido de Industria del plástico: escenario regional: <http://www.pt-mexico.com/columnas/industria-del-plastico-escenario-regional>

PROCOLOMBIA. (Enero de 2016). Obtenido de PROCOLOMBIA: <http://www.procolombia.co/compradores/es/explore-oportunidades/pl-stico-colombiano>

PROCOLOMBIA. (2016). *Oportunidades*. Obtenido de Oportunidades:  
<http://www.procolombia.co/compradores/es/explore-oportunidades/pl-stico-colombiano>

USA, L. M. (Abril de 2014). *En México, industria del plástico impulsa al sector manufacturero*. Obtenido de En México, industria del plástico impulsa al sector manufacturero:  
<http://www.plastico.com/temas/En-Mexico,-industria-del-plastico-impulsa-al-sector-manufacturero+97219>