

Plan de Mercadeo para la Empresa Fumitécnicas

Stefhany Alejandra Paul Cuadros

Trabajo de Grado para Optar al Título de Profesional en Gestión Empresarial

Director

Ramiro Augusto Redondo Mora

Administrador de empresas

Universidad Industrial de Santander

Instituto De Proyección Regional Y Educación A Distancia

Gestión Empresarial

Bucaramanga

2025

Tabla de Contenido

	Pág.
Introducción	15
1. Análisis interno	17
1.1 Análisis de la empresa	17
1.1.1 Reseña histórica de la empresa	17
1.1.2 Filosofía Corporativa	18
1.1.3 Misión	19
1.1.3.1 Análisis	19
1.1.4 Visión	19
1.1.4.1 Análisis	19
1.1.5 Valores corporativos	20
1.1.5.1 Número de empleados.....	21
1.2 Análisis del mercado meta	23
1.2.1 Segmentación del mercado Meta	23
1.2.2 Análisis de Necesidades del Mercado Meta	24
1.2.3 Identificación y Clasificación del mercado.....	25
1.2.4 Volumen total de ventas.....	27
1.2.3 Volumen total de ventas por cliente.....	29
1.2.4 Localización de los clientes	30
1.2.5 Imagen de la empresa ante los clientes	30
1.2.6 Atributos determinantes en la selección de un servicio de Fumitécnicas	32
1.2.7 Nivel de satisfacción servicios de Fumitécnicas.....	33

1.3	Análisis de las ventas	34
1.3.1	Datos sobre las ventas.....	34
1.3.1.1	Análisis del Crecimiento de Ventas por Año.....	34
1.3.1.2	Tendencia General de las Ventas y Factores Externos.	36
1.3.2	Conocimiento y atributos de los servicios	40
1.3.2.1	Portafolio de servicios.....	40
1.3.2.2	Conocimiento de los Productos y/o Servicios Portafolio de servicios.	43
1.3.2.3	Reconocimiento de la marca y productos.	43
1.3.2.4	Atributos de los servicios prestados por la empresa Fumitécnicas.....	44
1.3.2.4.1	<i>Beneficios</i>	45
1.3.2.4.2	Gustos y Disgustos de los Clientes.	47
1.3.2.4.3	Características Particulares de los Productos y/o Servicios.....	47
1.3.2.4.4	Comparación de Calidad y Certificaciones.....	49
1.3.2.4.5	Ciclo de vida del producto.	50
1.3.2.4.6	Áreas comerciales.	54
1.3.2.4.7	Hábitos de compra.	55
1.3.2.4.8	Importancia del servicio al cliente.	57
1.3.3	Distribución.....	57
1.3.3.1	Canales de distribución.	57
1.3.3.2	Canales de distribución.	58
1.3.3.3	Fuerza de ventas.....	58
1.3.3.3	Servicio al Cliente.....	59
1.3.4	Publicidad y promoción.....	62

1.3.4.1 Medios publicitarios utilizados.....	62
1.3.4.2 Frecuencia e inversión anual.....	63
1.3.4.3 Objetivos e impacto de la publicidad.....	64
1.3.4.4 Descuentos y rebajas.....	65
1.3.5 Política de fijación de precios.....	65
1.3.5.1 Precios del producto/ servicio.....	65
1.3 Análisis comparativo con la competencia.....	67
1.4.1 Competidores actuales.....	67
1.4.2 Participación en el mercado.....	68
1.4.3 Entorno competitivo.....	69
1.4.4 Objetivos y estrategias.....	71
1.4.5 Productos.....	73
1.4.6 Fijación de precios.....	74
1.4.7 Distribución.....	76
1.4.8 Publicidad y promoción.....	78
1.4.9 Servicio al cliente.....	79
1.5 Análisis de la demanda.....	81
1.5.1 Mercado meta.....	81
1.5.2 Territorio geográfico.....	82
1.5.3 Compra promedio anual por cliente.....	83
1.5.4 Compras totales por año.....	83
1.5.5 Precio promedio.....	84
1.5.6 Monto total de las compras.....	85

1.5.7 Demanda potencial.....	87
2. Análisis del entorno	88
2.1 Entorno socio-cultural.....	88
2.2 Entorno tecnológico.....	90
2.3 Entorno económico.....	91
2.3.1 Inflación y devaluación.....	91
2.3.2 Impacto de la Inflación	91
2.3.3 Impacto de la devaluación	93
2.3.4 Entorno gubernamental.....	94
3. Perfil empresarial	97
4. Formulación del plan de mercadeo.....	99
4.1 Visión.....	99
4.1.1. Visión Ajustada.....	99
4.2 Misión	99
4.2.1. Misión Ajustada	99
5. Planteamiento de estrategias.....	100
5.1 Estrategia de Producto (Servicio)	100
5.2 Estrategia de Precio.....	100
5.3 Estrategia de Plaza: Estrategia de Expansión y Diversificación de Servicios.	101
5.4 Estrategia de Promoción: Estrategia de Marketing Digital y Posicionamiento	102
6. Implementación de estrategias.....	103
7. Presupuestó del plan de mercadeo	104
8. Propuesta de seguimiento y evaluación del plan de mercadeo	105

9. Conclusiones.....	108
10. Recomendaciones	111
Referencias Bibliográficas	112
Apéndices.....	114

Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Perfil del cliente</i>	27
Tabla 2. <i>Perfil del cliente actual y diversos usuarios en su servicio de control de plagas, clasificados en diferentes categorías</i>	28
Tabla 3. <i>Volumen total de ventas anuales de Fumitécnicas</i>	34
Tabla 4. <i>Comparación de ventas anuales (en pesos colombianos) de la empresa frente la competencia</i>	37
Tabla 5. <i>Matriz de perfil competitivo</i>	68
Tabla 6. <i>Análisis de las estrategias de mercadeo de Fumitécnicas y sus competidores</i>	72
Tabla 7. <i>Servicios que ofrece la empresa objeto de estudio y los de la competencia</i>	73
Tabla 8. <i>Precios de los servicios que oferta la competencia</i>	75
Tabla 9. <i>Sectores comerciales</i>	81
Tabla 10. <i>Territorio geográfico del mercado meta</i>	82
Tabla 11. <i>Compra promedios anuales por sector</i>	83
Tabla 12. <i>Compras totales anuales de la empresa</i>	84
Tabla 13. <i>Resumen de Precios Promedios</i>	85
Tabla 14. <i>Monto Total de las Compras</i>	86
Tabla 15. <i>Resumen del Monto Total de las Compras</i>	86
Tabla 16. <i>Participación en el mercado</i>	87
Tabla 17. <i>Estrategia de Producto</i>	100
Tabla 18. <i>Estrategia de Precio</i>	101
Tabla 19. <i>Estrategia de Plaza</i>	101

Tabla 20. <i>Estrategia de Promoción</i>	102
Tabla 21. <i>Implementación de estrategias de la empresa Fumitécnicas.</i>	103
Tabla 22. <i>Presupuesto del plan de mercadeo</i>	104
Tabla 23. <i>Propuesta de seguimiento y evaluación del plan de mercadeo de Fumitécnicas.</i>	105
Tabla 24. <i>Descripción Detallada de los Métodos de Evaluación.</i>	106

Lista de Figuras

Figura 1. <i>Organigrama Fumitécnicas</i>	21
Figura 2. <i>Perfil mercado meta</i>	25
Figura 3. <i>Ubicación geográfica de Fumitécnicas</i>	30
Figura 4. <i>Percepción de los clientes</i>	31
Figura 5. <i>Factores determinantes para los clientes al momento de contratar los servicios de la empresa.</i>	33
Figura 6. <i>Nivel de satisfacción general de los clientes con respecto a los servicios de la empresa.</i>	33
Figura 7. <i>Fumigación y Control de Plagas en Salud Pública</i>	40
Figura 8. <i>Desratización y Control de Roedores</i>	40
Figura 9. <i>Inmunización de Madera</i>	41
Figura 10. <i>Control de Comején (Termitas)</i>	41
Figura 11. <i>Lavado y Desinfección de Tanques de Agua Potable</i>	42
Figura 12. <i>Recarga y Venta de Extintores</i>	42
Figura 13. <i>Ciclo de vida del producto</i>	51
Figura 14. <i>Ubicación geográfica</i>	54
Figura 15. <i>Experiencia con la atención recibida.</i>	60
Figura 16. <i>Experiencia con el personal técnico / profesional</i>	61
Figura 17. <i>Precios de los servicios de Fumitécnicas</i>	66
Figura 18. <i>Cronograma de ejecución de las estrategias del plan de mercado</i>	107

Lista de Apéndices

Apéndice A. Carta de la empresa.....	114
Apéndice B. Encuesta Plan de mercadeo Fumitécnicas	116

Glosario

Análisis de la demanda: estudio detallado de las necesidades y deseos de los consumidores en un mercado específico, con el fin de identificar oportunidades y amenazas para la empresa.

Ciclo de vida del producto: etapas por las que pasa un producto desde su introducción en el mercado hasta su declive y eventual retiro, incluyendo las fases de introducción, crecimiento, madurez y declive.

Control de plagas: conjunto de técnicas y métodos utilizados para prevenir, controlar y eliminar plagas que afectan la salud pública, la agricultura y otros sectores económicos.

Distribución: actividades y procesos involucrados en llevar los productos y servicios desde el productor hasta el consumidor final, incluyendo la selección de canales de distribución y la gestión logística.

Estrategias: se entiende por el conjunto de programas generales de acción que traen consigo compromisos y recursos para poner en marcha una misión básica.

Fumigación: aplicación de productos químicos o biológicos para eliminar o controlar plagas en diferentes entornos, como hogares, industrias y espacios públicos.

Innovación tecnológica: incorporación de nuevas tecnologías y métodos avanzados en los procesos y servicios de una empresa, con el objetivo de mejorar la eficiencia, la calidad y la competitividad.

Matriz FODA: herramienta de análisis estratégico que identifica las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de una empresa, permitiendo desarrollar estrategias efectivas para su crecimiento y sostenibilidad.

Plan de mercadeo: es un documento escrito que estipula lo que se conoce sobre el mercado, este también indica cómo es que la empresa pretende alcanzar los objetivos de marketing.

Posicionamiento: estrategia de marketing que busca establecer la imagen o identidad de una marca o producto en la mente del consumidor, diferenciándola de la competencia y destacando sus atributos únicos.

Segmentación del mercado: proceso de dividir un mercado en grupos más pequeños y homogéneos de consumidores con características y necesidades similares, para diseñar estrategias de marketing más efectivas.

Resumen

Título: Plan de Mercadeo para la Empresa Fumitécnicas

Autor: Stefhany Alejandra Paul Cuadros

Palabras Clave: control de plagas, mercadeo, sostenibilidad, innovación, Bucaramanga, Fumitécnicas, estrategias de mercado.

Descripción: La presente investigación consistió en realizar un plan de mercadeo para Fumitécnicas, una empresa con más de dos décadas de experiencia en el control de plagas. El objetivo principal es recuperar y aumentar la participación de mercado mediante la implementación de estrategias innovadoras y sostenibles. Se realiza un análisis exhaustivo de la situación actual de la empresa, identificando una disminución en las ventas desde 2020 debido a la competencia creciente y cambios en el comportamiento del consumidor post-pandemia. El plan propuesto incluye estrategias específicas en áreas clave como producto, precio, plaza y promoción, con un enfoque en la adopción de tecnologías avanzadas y prácticas sostenibles. Además, se destaca la importancia de la capacitación continua del personal y la creación de alianzas estratégicas para expandir la cobertura geográfica de los servicios. La implementación de este plan permitirá a Fumitécnicas mejorar su competitividad, aumentar su base de clientes y contribuir al bienestar de la comunidad y al cuidado del medio ambiente.**

* Trabajo de Grado

**Escuela Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial.
Director: Ramiro Augusto Redondo Mora. Administrador de Empresas.

Abstract

Title: Marketing Plan for the Company Fumitécnicas

Author: Stephany Alejandra Paul Cuadros

KeyWords: pest control, marketing, sustainability, innovation, Bucaramanga, Fumitécnicas, market strategies

Description: The present investigation consisted of carrying out a business plan for Fumitécnicas, a company with over two decades of experience in pest control. The primary objective is to recover and increase market share through the implementation of innovative and sustainable strategies. An exhaustive analysis of the current situation of the company was conducted, identifying a decline in sales since 2020 due to increasing competition and changes in consumer behavior post-pandemic. The proposed plan includes specific strategies in key areas such as product, price, place, and promotion, with a focus on adopting advanced technologies and sustainable practices. Additionally, the importance of continuous staff training and the creation of strategic alliances to expand the geographical coverage of services is highlighted. The implementation of this plan will enable Fumitécnicas to improve its competitiveness, increase its customer base, and contribute to the well-being of the community and environmental care.^{††}

^{††} * Degree Work

^{**} Institute of Regional Outreach and Distance Education. Business Management. Director: Ramiro Augusto Redondo Mora. Business Administrator.

Introducción

La empresa Fumitécnicas, con más de dos décadas de experiencia en el sector de control de plagas, enfrenta desafíos significativos derivados de la creciente competencia y la variabilidad en la demanda de sus servicios. Esta situación plantea la necesidad de desarrollar un plan de mercadeo que permita consolidar su posición en el mercado, mantener su competitividad y adaptarse a las nuevas dinámicas de consumo. En los últimos años, la organización ha experimentado una disminución constante en sus ingresos, observándose una caída progresiva tras el pico de ventas registrado en 2020, impulsado por la pandemia. Este comportamiento se atribuye a la saturación del mercado, la entrada de nuevos competidores y cambios en las preferencias de los consumidores, lo que evidencia la urgencia de implementar estrategias de mercadeo que favorezcan tanto la fidelización como la atracción de nuevos clientes. La ausencia de un plan estructurado ha limitado la capacidad de la empresa para adaptarse y responder a estos retos, comprometiendo su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo.

Fumitécnicas fue fundada en 2003 y ha construido una sólida reputación basada en la calidad de sus servicios y la atención personalizada a sus clientes. La empresa ha diversificado su portafolio para atender a sectores residenciales, industriales, comerciales y educativos, adaptando sus métodos a las necesidades específicas de cada segmento. Sin embargo, la limitada capacidad de inversión en marketing y la falta de innovación tecnológica y la falta de diferenciación en el mercado han restringido su posicionamiento frente a competidores más dinámicos y tecnológicamente avanzados. Aunque mantiene una base fiel de clientes, las crecientes demandas del mercado exigen una renovación estratégica para asegurar su permanencia y expansión.

En este contexto, se planteó como objetivo principal diseñar un plan de mercadeo que permita a Fumitécnicas fortalecer su presencia en el mercado, optimizar el uso de sus recursos y mejorar la percepción de su marca. Este plan tiene como finalidad no solo incrementar los ingresos de la empresa, sino también asegurar su crecimiento y estabilidad a largo plazo mediante la implementación de estrategias innovadoras y adaptativas. Para alcanzar este propósito, la investigación se fundamenta en teorías de mercadeo estratégico y gestión empresarial, así como en el análisis de casos exitosos en el sector de servicios. Este enfoque busca identificar prácticas efectivas que puedan ser aplicadas específicamente en las áreas de marketing y operacionales de Fumitécnicas, considerando también aspectos de sostenibilidad ambiental debido al impacto inherente de los servicios de control de plagas en el entorno.

El desarrollo de este proyecto es relevante tanto para la empresa como para su entorno. La implementación de un plan de mercadeo no solo permitirá mejorar su desempeño competitivo, sino que también contribuirá a la promoción de ambientes saludables y seguros en la comunidad. En el ámbito empresarial, los resultados ofrecen una base práctica y teórica que puede ser útil para otras pequeñas y medianas empresas que enfrentan desafíos similares. Este estudio también busca destacar la importancia de un enfoque estratégico en la gestión comercial, donde la innovación, la sostenibilidad y la adaptabilidad se convierten en elementos clave para superar las adversidades del mercado.

Para abordar el problema identificado, se empleó una metodología de enfoque mixto, combinando análisis cuantitativo y cualitativo con el fin de comprender las dinámicas del mercado y las necesidades específicas de los clientes. Este enfoque permite diseñar estrategias personalizadas y efectivas que respondan a los retos actuales de la empresa, contribuyendo así a su fortalecimiento y consolidación en un mercado cada vez más competitivo.

1. Análisis interno

1.1 Análisis de la empresa

1.1.1 Reseña histórica de la empresa

La PYME Fumitécnicas, es una organización legalmente constituida con su respectivo NIT: 13743175-6, fue fundada en el año 2003 por la señora Lucy Landinez de Reyes en Floridablanca, Santander. Con 40 años de experiencia en el control de plagas, la señora Landinez decidió establecer su propia empresa para transmitir su conocimiento y legado a su hijo, Jairo. Esta decisión marcó el inicio de un negocio familiar y aprovechó su vasta experiencia en el sector para ofrecer servicios de alta calidad.

Desde sus inicios, Fumitécnicas se enfocó en la importancia de fumigar adecuadamente los espacios habitables y laborales para prevenir problemas de salud pública. La empresa comenzó ofreciendo servicios de fumigación en hogares y pequeñas empresas locales. Gracias a la reputación y experiencia de la señora Landinez, Fumitécnicas rápidamente ganó la confianza de sus clientes, lo que permitió un crecimiento sostenido.

A medida que Fumitécnicas ampliaba su gama de servicios, incluyendo fumigación industrial, control de plagas en centros de salud, instituciones educativas, comercios y residencias. Esta diversificación fue clave para atender a una amplia variedad de clientes y sectores económicos en el área metropolitana de Bucaramanga. La empresa se destacó por su enfoque integral y personalizado, adaptando sus métodos a las necesidades específicas de cada cliente.

Uno de los factores clave en el éxito de Fumitécnicas ha sido su compromiso con el personal y el servicio. La señora Landinez y su equipo se mantuvieron actualizados con las últimas técnicas y productos, asegurando que la empresa ofreciera soluciones efectivas y seguras. Esta

adaptabilidad permitió a Fumitécnicas mantenerse competitiva y relevante en un mercado en constante evolución.

La transición del liderazgo a Jairo, el hijo de la fundadora fue un paso natural en la evolución de Fumitécnicas. Jairo, habiendo aprendido de su madre y compartiendo su pasión por el negocio, continuó con el legado familiar, manteniendo los altos estándares de calidad y servicio que caracterizan a la empresa. Bajo su liderazgo, Fumitécnicas ha seguido creciendo y fortaleciendo su posición en el mercado.

Mirando hacia el futuro, Fumitécnicas tiene planes ambiciosos de crecimiento y expansión. La empresa busca incorporar nuevas tecnologías y métodos más eficientes de control de plagas, así como fortalecer su presencia en el mercado mediante campañas de concienciación sobre la importancia de la fumigación y el control de plagas para la salud pública.

Fumitécnicas sigue comprometida con ofrecer servicios de alta calidad y mantener la confianza de sus clientes, asegurando espacios habitables y laborales libres de plagas. La empresa continúa evolucionando, adaptándose a los cambios y desafíos del mercado, y mirando hacia un futuro prometedor.

1.1.2 Filosofía Corporativa

La filosofía corporativa de la empresa se centra en la excelencia en el servicio y el compromiso con la sostenibilidad. La organización cree en la importancia de generar un impacto positivo en la comunidad y el medio ambiente, integrando prácticas responsables en todas sus operaciones.

1.1.3 Misión

Ofrece el mejor servicio para el control integral de plagas con los mejores productos del mercado que garantizan la erradicación de las plagas teniendo en cuenta sobre todo la salud de los clientes a los cuales les prestamos nuestros servicios.

1.1.3.1 Análisis. La misión actual de Fumitécnicas no está completamente definida en términos de las necesidades que satisface, ya que incluye la mención de los productos utilizados. No obstante, sí identifica a los clientes en el área metropolitana de Bucaramanga a quienes se les presta el servicio. La misión no hace referencia a la tecnología básica empleada por la empresa ni enuncia objetivos prioritarios en términos de rentabilidad, crecimiento y supervivencia. En cuanto a los valores éticos y morales, se menciona parcialmente la importancia de la salud de los clientes, pero no se abordan otros valores. Finalmente, la misión no incluye información sobre la actitud de la empresa respecto a su personal.

1.1.4 Visión

Para el año 2028, aspiramos a ser reconocidos en el mercado como la empresa líder en servicios de fumigación y control integrado de plagas en Bucaramanga y su área metropolitana. Nuestro objetivo es consolidar nuestra presencia en la región, garantizando la satisfacción total y la confianza de nuestros clientes a través de nuestros servicios de alta calidad.

1.1.4.1 Análisis. La visión actual de Fumitécnicas establece un objetivo claro y ambicioso para el año 2028: ser reconocidos como la mejor empresa en el mercado de servicios de fumigación y control integrado de plagas en Bucaramanga y su área metropolitana. Esta visión se enfoca en la consolidación regional y en garantizar la satisfacción y confianza de los clientes. Sin embargo, la visión podría beneficiarse de una mayor especificidad en cuanto a las estrategias para alcanzar este reconocimiento y consolidación, así como de la inclusión de metas medibles que permitan evaluar

el progreso hacia el objetivo planteado. Además, sería útil mencionar cómo la empresa planea innovar y adaptarse a las tendencias del mercado para mantener su competitividad y relevancia.

1.1.5 Valores corporativos

Compromiso con la Calidad: Nos esforzamos por ofrecer servicios de excelencia, superando las expectativas de nuestros clientes mediante la mejora continua y la adopción de las mejores prácticas del sector.

Integridad y Ética: Actuamos con honestidad y transparencia en todas nuestras operaciones, manteniendo altos estándares éticos en nuestras relaciones con clientes, empleados y proveedores.

Innovación: Fomentamos la creatividad y la innovación en nuestros métodos y procesos, buscando siempre las soluciones más efectivas y seguras para el control de plagas.

Responsabilidad Ambiental: Nos comprometemos a utilizar productos y técnicas que minimicen el impacto ambiental, contribuyendo a la sostenibilidad y protección del medio ambiente.

Servicio al Cliente: Valoramos y priorizamos las necesidades de nuestros clientes, ofreciendo un servicio personalizado y atento que garantice su satisfacción y confianza.

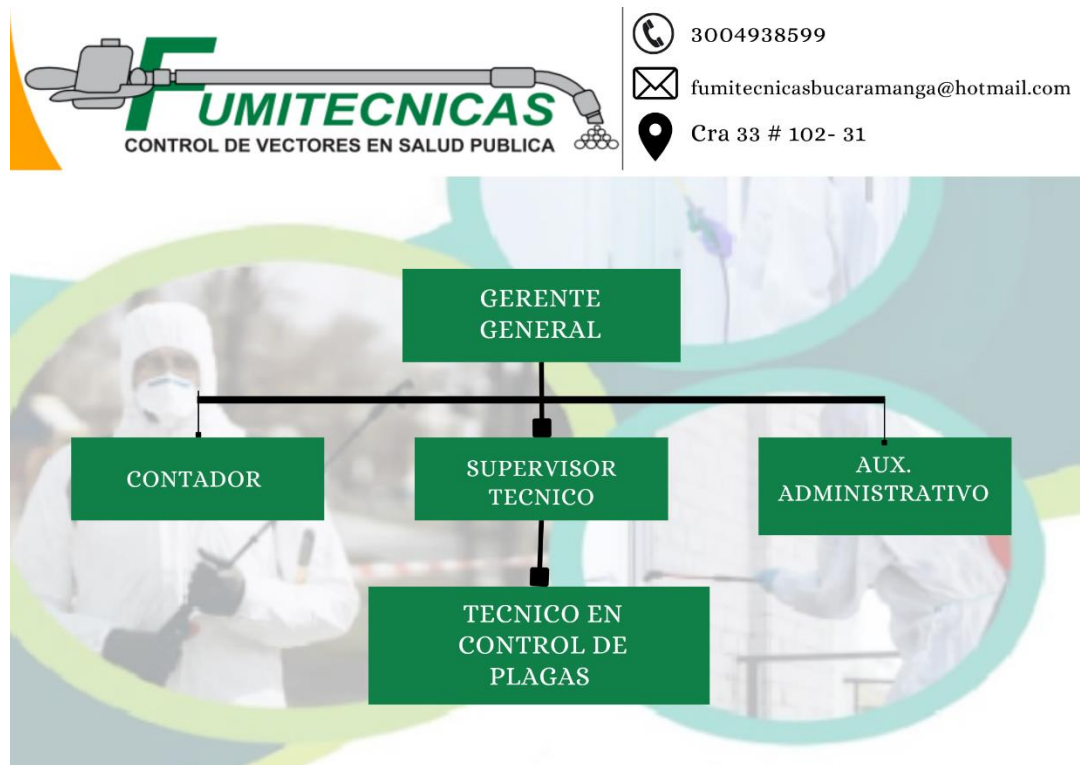
Trabajo en Equipo: Promovemos un ambiente de colaboración y respeto, reconociendo que el éxito de nuestra empresa depende del esfuerzo y dedicación de cada uno de nuestros empleados.

Estructura organizacional

La estructura organizacional en el contexto de las Fumitécnicas es fundamental para asegurar un manejo eficiente y seguro de los procesos relacionados con el control de plagas. Esta estructura debe delinear claramente las funciones y responsabilidades de cada miembro del equipo, desde los técnicos de campo hasta los supervisores y gerente. La implementación de una jerarquía

adecuada permite una comunicación fluida y la toma de decisiones rápida, aspectos cruciales en un sector donde la efectividad y la seguridad son prioritarias.

Figura 1. Organigrama Fumitécnicas



Nota. Fuente Fumitécnicas

A continuación, se presenta la distribución de roles y responsabilidades dentro de la empresa.

1.1.5.1 Número de empleados. El número de empleados directos son 5 (cinco) Gerente, Supervisor técnico, Técnico en Control de Plagas, Auxiliar Administrativo y Contador.

Gerente: Este es el encargado de tomar las decisiones estratégicas y supervisar todas las operaciones de la empresa.

Contador: Este profesional maneja las finanzas de la empresa, incluyendo la preparación de informes financieros, el manejo de la nómina, y asegurando el cumplimiento de las regulaciones fiscales.

Supervisor Técnico y Técnico en Control de Plagas: Estos son los profesionales que realizan el trabajo de campo, es decir, el control de plagas.

Auxiliar Administrativo: Este rol apoya al gerente y al contador en tareas administrativas, como la programación de citas, la atención al cliente, y la gestión de la documentación.

Fumitécnicas no cuenta con un departamento de mercadeo estructurado debido a su tamaño y número limitado de empleados directos. Las actividades de mercadeo son manejadas de manera integral por el gerente.

El gerente es el encargado de tomar todas las decisiones relacionadas con la mercadotecnia, incluyendo políticas de precios, productos, distribución y publicidad.

El gerente también realiza las actividades de mercadeo, como la planificación de campañas publicitarias, la gestión de relaciones con los clientes y la supervisión de la distribución de los servicios.

Aunque no hay un departamento de mercadeo formal, el gerente se comunica estrechamente con el contador y el auxiliar administrativo para coordinar las actividades de mercadeo. Esta colaboración asegura que las decisiones de mercadeo estén alineadas con las capacidades financieras y operativas de la empresa.

El gerente también trabaja en conjunto con el supervisor técnico y el técnico en control de plagas para garantizar que las estrategias de mercadeo reflejen las capacidades y la calidad de los servicios ofrecidos.

1.2 Análisis del mercado meta

1.2.1 Segmentación del mercado Meta

Para comprender mejor el mercado y las oportunidades de crecimiento, es fundamental analizar el perfil de los clientes actuales y potenciales. Este análisis se basa en el tipo de industrias a las que se venden los productos o servicios, permitiendo identificar las características y necesidades específicas de cada segmento:

Empresas Industriales: Este segmento requiere servicios más frecuentes debido a la naturaleza de las actividades industriales, que están expuestas a un mayor riesgo de plagas. Además, deben cumplir con normativas rigurosas de higiene y seguridad.

Cientes Residenciales: Los propietarios de viviendas y administradores de conjuntos residenciales buscan garantizar un entorno libre de plagas, priorizando la salud y bienestar de los habitantes del hogar.

Cientes Comerciales: Las empresas comerciales, como oficinas, tiendas y otros negocios, buscan mantener sus instalaciones limpias y seguras para proteger a sus empleados y clientes. Este segmento valora los servicios de control de plagas para evitar posibles riesgos de salud e higiene.

Instituciones Educativas: Las instituciones educativas requieren servicios de control de plagas para mantener ambientes seguros para los estudiantes y el personal. Este segmento tiene un potencial significativo de crecimiento, ya que las instituciones se enfocan cada vez más en el bienestar de su comunidad educativa.

La segmentación geográfica de Fumitécnicas se centra en el Área Metropolitana de Bucaramanga, que abarca los municipios de Bucaramanga, Floridablanca, Girón y Piedecuesta. Esta región cuenta con una alta densidad de población urbana y un crecimiento comercial e industrial que requiere servicios frecuentes de control de plagas. Aunque la mayoría de sus clientes

actuales se encuentran en áreas urbanas, también atienden a zonas rurales que tienen necesidades específicas, como el control de plagas en cultivos.

Segmentación por Tamaño del Cliente:

Grandes empresas industriales: Necesitan intervenciones frecuentes y documentadas según las normativas sanitarias. Aunque representan aproximadamente un 15% de su cartera de clientes, generan un alto volumen de ingresos debido a la frecuencia de sus servicios.

Clientes comerciales medianos (tiendas, oficinas, restaurantes): Buscan servicios regulares, priorizando la discreción y el cumplimiento normativo. Constituyen el 35% de nuestra base de clientes.

Clientes residenciales pequeños: Incluyen propietarios de casas, apartamentos y conjuntos residenciales. Aunque el valor de cada servicio es menor, representan un 40% de los servicios que ofrecemos.

Instituciones educativas: Componen un 10% de nuestra clientela. Son muy sensibles al uso de productos ecológicos y valoran la seguridad en la aplicación de nuestros servicios.

1.2.2 Análisis de Necesidades del Mercado Meta

Empresas Industriales: Estas empresas, como fábricas de alimentos, farmacéuticas o laboratorios, enfrentan exigencias estrictas en cuanto a normas sanitarias (por ejemplo, INVIMA o BPM). Requieren controles de plagas frecuentes (quincenales o mensuales) y reportes detallados de cada intervención. Necesitan soluciones integrales que incluyan monitoreo constante, trazabilidad de tratamientos, y capacitación al personal en prevención de plagas.

Clientes Residenciales: Hogares en zonas urbanas o rurales requieren servicios personalizados según su entorno. Por ejemplo, en zonas rurales, los problemas con roedores y

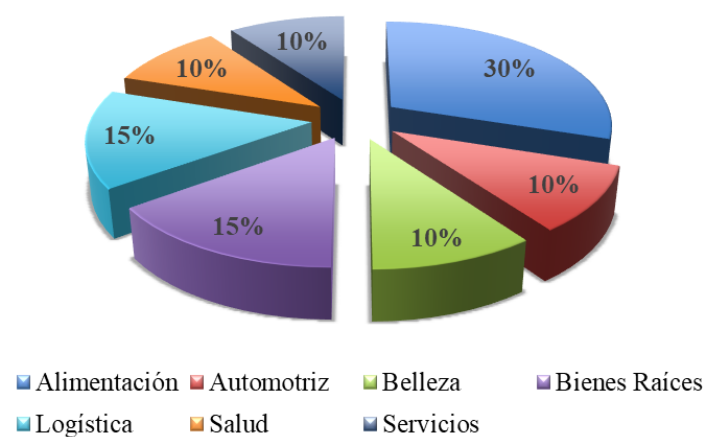
serpientes pueden ser más comunes, mientras que en apartamentos urbanos predominan cucarachas y chinches. Los clientes valoran productos no tóxicos, atención rápida y garantías por escrito. Además, aprecian la asesoría sobre hábitos preventivos para evitar reinfestaciones.

Clientes Comerciales: Este segmento necesita discreción y rapidez en el servicio, ya que una infestación visible puede afectar la reputación del negocio. Valoran contratos de mantenimiento periódico, control digital de historial de intervenciones, y cumplimiento estricto de normas como las del Ministerio de Salud. También buscan respuestas inmediatas ante emergencias (plagas visibles en áreas de atención al cliente).

Instituciones Educativas: Escuelas, colegios y universidades priorizan la seguridad de niños y jóvenes, por lo que exigen productos biodegradables y técnicas no invasivas. Las intervenciones deben realizarse fuera del horario escolar, con protocolos claros de seguridad. Además, valoran programas de educación preventiva para estudiantes y personal administrativo, que contribuyan a mantener espacios limpios y seguros.

1.2.3 Identificación y Clasificación del mercado.

Figura 2. Perfil mercado meta



Nota. Representación gráfica por segmento del mercado meta en porcentajes.

Con base en la información suministrada por la empresa, se presentan los detalles de los segmentos actuales de clientes y su clasificación por cada segmento a 2024.

Fumitécnicas es una empresa especializada en el control de plagas que actualmente ofrece sus servicios a una amplia variedad de sectores en la ciudad de Bucaramanga. Entre sus principales clientes se encuentran dos empresas del sector industrial, las cuales requieren una atención continúa debido a su alta exposición a plagas y la estricta normativa que deben cumplir en términos de higiene y seguridad. En este contexto, Fumitécnicas se encarga de realizar tratamientos periódicos y de ofrecer asesoría especializada para garantizar que las instalaciones industriales mantengan los más altos estándares sanitarios y de seguridad.

De manera complementaria, la empresa también presta sus servicios a cinco conjuntos residenciales en la misma región. En estos casos, los propietarios de las viviendas recurren a Fumitécnicas con el fin de asegurar que sus hogares se mantengan libres de plagas, contribuyendo así a un entorno saludable y cómodo para sus familias. La demanda de este tipo de servicios ha ido en aumento, ya que los residentes reconocen la importancia de mantener un ambiente libre de plagas tanto por razones de salud como de bienestar general.

Adicionalmente, Fumitécnicas extiende su cartera de servicios a cinco empresas comerciales de diversos sectores, que requieren intervenciones periódicas para preservar la limpieza y la seguridad en sus instalaciones. Estos servicios no solo están orientados a proteger a los empleados y clientes, sino también a cumplir con las normativas locales e internacionales en cuanto a la sanidad y la prevención de riesgos. La flexibilidad y la eficacia en la prestación de estos servicios han sido factores clave para consolidar la confianza de estas empresas en la marca.

Bucaramanga cuenta con un total de 47 colegios oficiales distribuidos en 121 sedes, entre instituciones públicas y privadas. Esta diversidad implica necesidades específicas en cuanto a

servicios de control de plagas, desinfección y sanitización, adaptados a las características particulares de cada nivel educativo.

Estos usuarios pueden clasificarse en diferentes categorías según el sector (empresas industriales pueden requerir servicios más frecuentes). Fumitécnicas atiende a una variedad de usuarios en su servicio de control de plagas. Estos usuarios pueden clasificarse en diferentes categorías, ver tabla 1.

Tabla 1. *Perfil del cliente*

Empresa	Sector	Industria	Clase de Negocio
Alianza Inmobiliaria	Bienes Raíces	Construcción de Edificios	Inmobiliaria
Americana de Servicios LTDA	Servicios	Limpieza y Mantenimiento	Servicios Generales
Clínica Piedecuesta	Salud	Hospitales y Clínicas	Servicios Médicos
Conjunto Multifamiliar Miradores de la Pilita	Bienes Raíces	Vivienda	Residencial
Conjunto Residencial Alameda del Viento	Bienes Raíces	Vivienda	Residencial
Conjunto Residencial Náutica - Ruitoque	Bienes Raíces	Vivienda	Residencial
Conjunto Residencial Valle de Rocas - Ruitoque	Bienes Raíces	Vivienda	Residencial
Decoriente	Servicios	Decoración y Diseño de Interiores	Servicios de Decoración
Dermapunto y Dermacosméticos	Belleza	Cosmética	Productos y Servicios de Belleza
Funeraria San José - Coorserpark	Servicios	Funerarias	Servicios Funerarios
Go Pack 365	Logística	Empaque y Embalaje	Servicios de Empaque
Italo Colombiana de Baterías	Automotriz	Partes y Accesorios para Vehículos	Comercio de Autopartes
Mediclinicos IPS	Salud	Práctica Médica sin Internación	Servicios Médicos
Pasteliando	Alimentación	Pastelería	Producción y Venta de Pasteles
Serviclinicos Dromedica (Clínica la Merced)	Salud	Hospitales y Clínicas	Servicios Médicos
Servioptica	Salud	Óptica	Soluciones Visuales

Nota. Perfil del cliente actual y diversos usuarios en su servicio de control de plagas, clasificados en diferentes categorías.

Al centrar su enfoque en estos grupos específicos, Fumitécnicas podrá ofrecer soluciones de control de plagas adaptadas a las necesidades particulares de cada segmento, optimizando así su propuesta de valor y fortaleciendo su posicionamiento en el mercado.

1.2.4 Volumen total de ventas

El volumen de ventas se puede clasificar según el sector, Fumitécnicas atiende a una variedad de usuarios en su servicio de control de plagas

En la siguiente tabla se puede observar las ventas realizadas por Fumitécnicas por sector y su nivel de Ingreso mensual.

Tabla 2. Perfil del cliente actual y diversos usuarios en su servicio de control de plagas, clasificados en diferentes categorías

Sector	Número de servicios /mes	Valor mensual
Alimentación	2	\$ 200.000
Automotriz	2	\$ 250.000
Belleza	4	\$ 160.000
Bienes Raíces	10	\$ 1.200.000
Logística	2	\$ 300.000
Salud	2	\$ 800.000
Servicios	20	\$ 10.000.000

Nota. Volumen de ventas en Fumitécnicas

Fumitécnicas ofrece aproximadamente 42 servicios al mes. Es importante tener en cuenta que este valor mensual puede variar mensualmente su mayor aportación proviene del sector de Servicios, que, con 20 servicios ofrecidos, representa una significativa cifra de \$10.000.000, lo que indica una sólida demanda y una reputación establecida en esta área. Por otro lado, el sector de Bienes Raíces también muestra un desempeño notable, con 10 servicios que generan \$1.200.000, reflejando la relevancia de este sector en el contexto económico actual. Asimismo, los sectores de Salud y Automotriz, con ingresos de \$800.000 y \$250.000, respectivamente, contribuyen al crecimiento y diversificación de la empresa. En conjunto, la estrategia de Fumitécnicas de atender múltiples sectores no solo mitiga riesgos, sino que también maximiza las oportunidades de ingresos, consolidando su posición en el mercado.

Existen varias razones por las que estos negocios e industrias no han adquirido aún los servicios de Fumitécnicas:

Falta de conocimiento muchos potenciales clientes pueden no estar al tanto de la existencia de la empresa o de la gama de servicios que ofrecemos por la falta de promoción y comunicación efectiva puede limitar nuestra visibilidad en el mercado.

Según Kotler (2016), el problema podría no ser únicamente la falta de conocimiento, sino también la falta de una propuesta de valor que comunique claramente cómo Fumitécnicas satisface necesidades específicas de manera más efectiva que los competidores. La percepción de costo, en este caso, podría ser secundaria si la empresa comunica de manera eficaz el valor que aporta a los clientes.

El volumen de las ventas actuales ha sido suficiente para cubrir los costos y generar utilidades. Aunque el análisis también evidencia que las ventas han disminuido en comparación con los años anteriores, especialmente después del pico en 2020, los ingresos siguen siendo suficientes para cubrir los gastos y obtener beneficios. Sin embargo, es importante continuar monitoreando y ajustando las estrategias de promoción y posicionamiento para mantener y aumentar la visibilidad y percepción de valor entre los clientes potenciales.

1.2.3 Volumen total de ventas por cliente

Para estimar el volumen total de ventas de la empresa en cada cliente, se puede hacer un cálculo simple. Fumitécnicas genera ingresos de \$154.800.000 anuales a través de 504 servicios, esto implicaría un ingreso promedio de aproximadamente \$307.142 por servicio. Si se considera que algunos clientes pueden requerir más de un servicio al mes, el volumen total de ventas podría variar considerablemente dependiendo de la frecuencia y el tipo de servicios solicitados (Fumitécnicas, 2024).

1.2.4 Localización de los clientes

Los clientes de Fumitécnicas están mayormente localizados en Bucaramanga y su área metropolitana. Es probable que los sectores más urbanos y comerciales presenten una mayor demanda debido a la concentración de negocios y la necesidad de servicios de control de plagas.

Figura 3. Ubicación geográfica de Fumitécnicas



Nota. Este gráfico representa gráficamente la ubicación exacta en la que se encuentra la empresa Fumitécnicas · Cra. 33 #102-31, Barrio el caldas en el municipio de Floridablanca, en el departamento de Santander, Colombia. April 12, 2024, from (<https://acortar.link/jAHqrI>)

1.2.5 Imagen de la empresa ante los clientes

La imagen de una empresa ante sus clientes es un elemento crucial para su éxito y crecimiento sostenible. En el caso de Fumitécnicas, los resultados de la encuesta aplicada a una muestra de 100 personas indican una percepción altamente positiva entre los clientes actuales.

Figura 4. *Percepción de los clientes*



Los clientes de Fumitécnicas perciben la empresa de manera altamente positiva. En una encuesta realizada a 100 personas utilizando una escala de Likert de 5 puntos (*1 = Muy Mala, 2 = Mala, 3 = Regular, 4 = Buena, 5 = Excelente*)

Imagen que poseen los clientes actuales de la empresa: Los clientes de Fumitécnicas perciben la empresa de manera altamente positiva. El 61% calificó su experiencia general como “Excelente” (5), mientras que el 36% la calificó como “Buena” (4), lo que refleja una valoración destacada.

¿Cómo calificaría su percepción general sobre Fumitécnicas?

1
 2
 3
 4
 5

Muy Mala

 Excelente

Calificación del servicio al cliente de Fumitécnicas: En cuanto al servicio al cliente, el 62.6% de los encuestados calificó el valor percibido como “Excelente” (5) en la escala de Likert de 5 puntos. Asimismo, un 71% de los participantes consideró la calidad de los servicios de control de plagas también como “Excelente” (5). Estos resultados evidencian un alto nivel de satisfacción y profesionalismo por parte de la empresa, consolidando su reputación positiva en el mercado.

¿Cómo calificaría el servicio al cliente que recibió de Fumitécnicas?

	1	2	3	4	5	
Muy Mala	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excelente

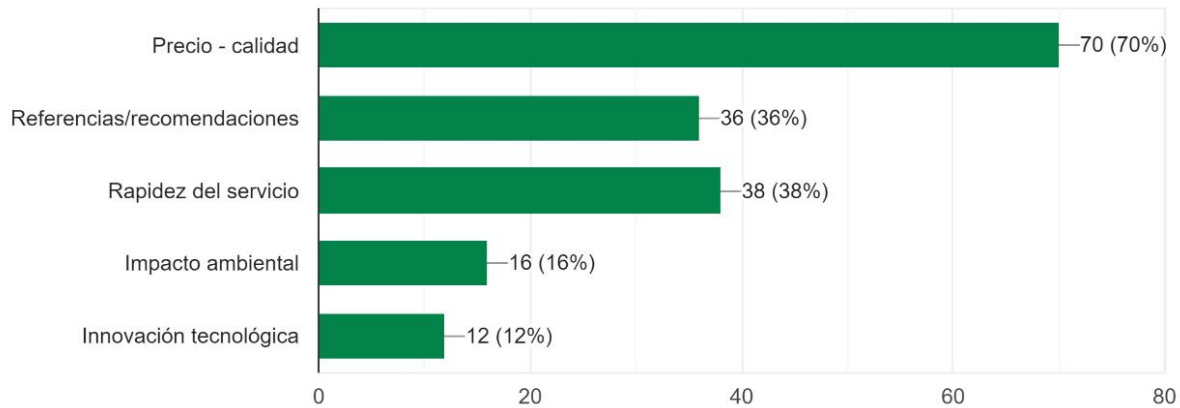
1.2.6 Atributos determinantes en la selección de un servicio de Fumitécnicas

Los atributos más valorados por los clientes al seleccionar un servicio de Fumitécnicas son:

- ❖ Relación Precio-Calidad: 70% de los encuestados considera este atributo como el más importante.
- ❖ Rapidez del Servicio: 38% menciona la rapidez como un factor determinante.
- ❖ Referencias/Recomendaciones: Un 36% se ve influenciado por la opinión de otros.

Estos resultados indican que los clientes buscan un equilibrio entre calidad y precio, con un énfasis adicional en la rapidez del servicio en el contexto de fumigación la capacidad de la empresa para realizar el trabajo. Los clientes buscan un servicio que no solo sea efectivo en eliminar plagas, sino también que se lleve a cabo sin demoras innecesarias y la confianza generada a través de referencias.

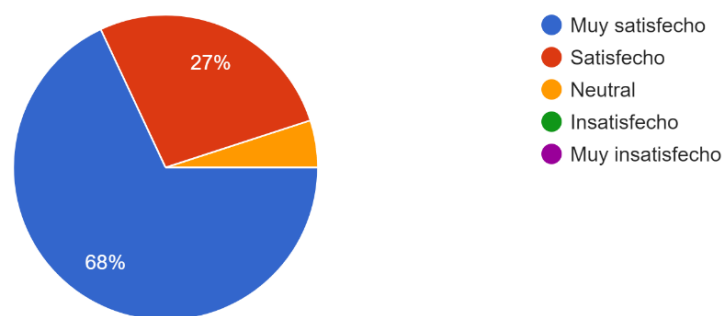
Figura 5. Factores determinantes para los clientes al momento de contratar los servicios de la empresa.



En la gráfica anteriormente expuesta, se puede observar que el 70% de los clientes encuestados consideran que el factor determinante para ellos es la relación precio-calidad. Por otra parte, el 38% detallan que la rapidez del servicio es el mejor factor al momento de contratar con la empresa. Además, el 36% mencionan que las referencias y recomendaciones son cruciales en su decisión. Finalmente, el 16% valoran el impacto ambiental y el 12% optan por la innovación tecnológica al escoger un producto o servicio en Fumitécnicas.

1.2.7 Nivel de satisfacción servicios de Fumitécnicas

Figura 6. Nivel de satisfacción general de los clientes con respecto a los servicios de la empresa.



El nivel de satisfacción general de los clientes con respecto a los servicios de Fumitécnicas es notablemente alto. El 68% de los encuestados se declaró muy satisfecho, mientras que el 27% expresó estar satisfecho. Este alto porcentaje refleja no solo la calidad de los servicios ofrecidos, sino también la efectividad del servicio al cliente.

1.3 Análisis de las ventas

1.3.1 Datos sobre las ventas

A continuación, se presenta, cuadro suministrado por la empresa, en el cual se evidencia la disminución de las ventas desde el año 2019 hasta el pasado año 2023, demostrando la declinación de venta en la prestación de los servicios que se ofrecen.

Tabla 3. *Volumen total de ventas anuales de Fumitécnicas.*

AÑOS	INGRESOS FUMITÉCNICAS	CANTIDAD DE VENTAS
2019	\$ 107.583.333	350
2020	\$ 181.047.380	589
2021	\$ 119.263.809	388
2022	\$ 97.132.380	316
2023	\$ 154.920.000	504

Nota. Total, de ventas por año de Fumitécnicas

1.3.1.1 Análisis del Crecimiento de Ventas por Año.

En 2019, Fumitécnicas alcanzó un volumen de ventas de \$107.583.333. Este valor representa el punto de partida de la empresa, donde la demanda era relativamente estable en un mercado competitivo. No hubo factores externos significativos que afectaran el comportamiento del mercado en este año, y las ventas corresponden a la demanda regular de servicios de control de plagas en los sectores residencial, comercial e industrial.

El año 2020 muestra un incremento notable en las ventas, alcanzando \$181.047.380, lo que representa un aumento de aproximadamente el 68% en comparación con 2019. Este aumento puede atribuirse en gran medida a los efectos de la pandemia de COVID-19. Durante los primeros meses del confinamiento, la higiene y la limpieza se convirtieron en prioridades para la mayoría de las personas y empresas, generando una mayor demanda de servicios de fumigación y control de plagas. El énfasis en la prevención de enfermedades y la desinfección de espacios hizo que muchos hogares y empresas buscarán estos servicios, especialmente en un momento en que la incertidumbre sobre la propagación del virus impulsó la contratación de medidas de seguridad adicionales.

En 2021, Fumitécnicas experimentó una caída significativa en las ventas, alcanzando \$154.920.000, lo que representó una reducción del 14% respecto al año anterior. Este descenso puede explicarse por varios factores, siendo el principal la estabilización de la situación post-pandemia. Con la reducción de las restricciones sociales y el inicio de la recuperación económica, muchas personas y empresas dejaron de priorizar de manera tan urgente los servicios de fumigación. Además, la tendencia general de una "nueva normalidad" llevó a una disminución en la demanda de estos servicios, que había sido impulsada de manera atípica en 2020.

En 2022, las ventas siguieron cayendo, con ingresos de \$119.263.809, lo que representa una disminución adicional del 22% en comparación con 2021. La caída en las ventas en este año podría estar vinculada a varios factores. Primero, la saturación del mercado después del pico de demanda durante la pandemia. Muchos hogares y empresas ya habían contratado servicios de fumigación en 2020 y 2021, lo que redujo la necesidad de nuevos servicios en los años siguientes. Segundo, la reactivación de la economía permitió que las personas retomaran sus actividades

cotidianas, lo que a su vez podría haber disminuido la percepción de riesgo o necesidad urgente de fumigar.

Finalmente, en 2023, Fumitécnicas registró ingresos de \$ 154.920.000, lo que representa un aumento del 59,49% respecto a 2022.

1.3.1.2 Tendencia General de las Ventas y Factores Externos.

El análisis de datos muestra una reducción en las ventas desde 2020, lo que sugiere que Fumitécnicas no pudo mantener el nivel de crecimiento registrado durante el aumento de la pandemia. Esto puede indicar que la empresa enfrenta la dificultad de diversificar su base de clientes o adaptarse a los cambios en el comportamiento del consumidor cuando fue la crisis de salud. Además, la competencia local y la saturación del mercado parecen ser factores que afectan negativamente los nuevos ingresos.

Si bien la caída de las ventas es evidente, el hecho de que Fumitécnicas haya mantenido una base de clientes sólida, especialmente en sectores industriales y comerciales, sugiere que la empresa sigue siendo competitiva en su segmento. Sin embargo, la disminución en las ventas refleja una necesidad urgente de replantear su estrategia comercial.

El sector de fumigaciones en Colombia ha mostrado una dinámica competitiva y fluctuante en los últimos años, impulsada por diversas tendencias económicas, cambios en las regulaciones ambientales y la creciente demanda de servicios en sectores industriales, comerciales y residenciales. En este contexto, Fumitécnicas, una de las empresas del sector, ha experimentado un comportamiento irregular en términos de ventas, especialmente cuando se compara con sus competidores más cercanos: ABG Fumigaciones y Fumisantander S.A.S. Este documento realiza un análisis detallado de las ventas de Fumitécnicas en comparación con sus competidores,

evaluando las metas de ventas, la evolución de la participación en el mercado y las posibles causas detrás de las tendencias observadas.

El mercado de fumigaciones en Colombia está en constante crecimiento, impulsado principalmente por la expansión de sectores como la agricultura, la construcción, el comercio y la salud. Las empresas de fumigación no solo se dedican a la eliminación de plagas en hogares y oficinas, sino que también desempeñan un papel crucial en el control de vectores de enfermedades como el dengue, malaria y zika, especialmente en zonas urbanas y rurales del país.

A lo largo de los últimos años, la industria ha sido testigo de un aumento en la conciencia ambiental y de salud pública, lo que ha llevado a la adopción de métodos más seguros y sostenibles de control de plagas, impulsando la innovación y la especialización de las empresas en técnicas de fumigación más eficaces y menos invasivas. Además, las normativas del gobierno colombiano, que exigen el cumplimiento de estándares ambientales y de seguridad, han tenido un impacto significativo en la manera en que operan las empresas del sector.

A continuación, se presenta un análisis comparativo de los ingresos de Fumitécnicas en relación con sus principales competidores: ABG Fumigaciones y Fumisantander S.A.S., durante los últimos cinco años.

Tabla 4. Comparación de ventas anuales (en pesos colombianos) de la empresa frente a la competencia.

AÑOS	INGRESOS FUMITÉCNICAS	INGRESOS ABG FUMIGACIONES	INGRESOS FUMISANTANDER S.A.S
2019	\$ 107.583.333	\$ 470.396.982	\$ 965.907.000
2020	\$ 181.047.380	\$ 510.562.780	\$ 302.506.000
2021	\$ 119.263.809	\$ 543.811.540	\$ 965.907.000
2022	\$ 97.132.380	\$ 632.339.000	\$ 580.907.000
2023	\$ 154.920.000	\$ 676.116.000	\$ 337.040.000
Total	\$ 659.946.902	\$ 2.833.226.302	\$ 3.152.267.000

Nota. Información extraída de <https://siis.ia.supersociedades.gov.co/#/sitfinan>

Este patrón de ingresos podría reflejar factores internos y externos que han impactado su desempeño. La gran competencia en el mercado y la falta de un plan de mercadeo estructurado podrían ser los elementos clave que han dificultado la consolidación de los logros alcanzados en 2020. A medida que la competencia se intensifica, especialmente con empresas como ABG Fumigaciones, la empresa no ha logrado posicionarse con una propuesta de valor clara y diferenciada que le permita mantener su crecimiento de manera sostenida.

La caída en las ventas de Fumitécnicas podría deberse a múltiples factores como la competencia en el mercado de fumigaciones ha aumentado, con empresas como ABG Fumigaciones implementando estrategias comerciales más agresivas y eficaces, lo que ha permitido a estos competidores ganar cuota de mercado y reducir la participación de Fumitécnicas.

La falta de un plan de mercadeo ha sido un factor importante en la disminución de ingresos, también es necesario abordar la eficiencia operativa, la retención de clientes, la capacitación comercial y la adaptabilidad ante factores económicos adversos.

La situación económica del país, influenciada por factores como la inflación y la incertidumbre política, podría haber afectado la demanda de servicios de fumigación, especialmente en sectores más vulnerables como el de las pequeñas y medianas empresas (PYMES).

La participación de mercado de Fumitécnicas se puede calcular con base en los ingresos totales de las tres empresas durante el período de 2019 a 2023. Al examinar los ingresos totales de Fumitécnicas en comparación con los de sus competidores, se evidencia que la empresa generó un total de \$659,946,902, en contraste con los \$2,833,226,302 de ABG Fumigaciones y los \$13,852,267,000 de Fumisantander S.A.S. Esto lleva a un total del mercado de \$16,345,440,204,

de donde se deriva que la participación de mercado de Fumitécnicas se sitúa en un 4.03%. Sin embargo, al analizar la evolución de su cuota de mercado, se observa un descenso significativo: Fumitécnicas pasó de aproximadamente un 3.5% en 2020 a un alarmante 2.0% en 2023. Este retroceso indica una pérdida de competitividad frente a sus rivales, lo que sugiere que la empresa no solo enfrenta un entorno de mercado desafiante, sino que también podría estar perdiendo su atractivo para los consumidores.

Por otro lado, el análisis de la participación de mercado de sus competidores proporciona un contexto más amplio para entender la situación de Fumitécnicas. ABG Fumigaciones ha demostrado un crecimiento sostenido, incrementando su participación de mercado de aproximadamente 2.8% en 2019 a un 4.14% en 2023, lo que refleja una estrategia efectiva que ha resonado con los clientes. En contraste, Fumisantander S.A.S., a pesar de experimentar una ligera disminución en sus ingresos, continúa siendo un jugador dominante en el sector, lo que refuerza la competitividad del mercado en el que opera Fumitécnicas.

Frente a este panorama, es crucial que Fumitécnicas identifique tanto los retos como las oportunidades que se presentan en su camino hacia la recuperación y el crecimiento. La innovación en los servicios representa una vía potencial de diferenciación. La adopción de tecnologías más ecológicas y sostenibles en sus procesos de fumigación no solo podría mejorar su imagen ante un público cada vez más consciente del medio ambiente, sino que también podría abrirle las puertas a nuevos segmentos de mercado que valoran la sostenibilidad. Además, la diversificación hacia nichos dentro de los mercados industrial, agrícola y comercial podría ayudar a la empresa a aumentar su base de clientes y disminuir la dependencia de mercados tradicionales, que pueden estar saturados.

1.3.2 Conocimiento y atributos de los servicios

1.3.2.1 Portafolio de servicios. A continuación, se detallan los servicios que brinda la empresa, cada uno diseñado para satisfacer las necesidades específicas de sus clientes:

Figura 7. *Fumigación y Control de Plagas en Salud Pública*



La empresa ofrece servicios de fumigación mediante técnicas de microaspersión residual dirigida, adaptadas a los requerimientos específicos de cada cliente. Este método permite una aplicación precisa y efectiva de insecticidas, garantizando una reducción significativa de plagas en espacios públicos y privados, contribuyendo así a la salud pública y al bienestar comunitario.

Figura 8. *Desratización y Control de Roedores*



El servicio de desratización de Fumitécnicas se enfoca en la eliminación eficaz de ratas y ratones mediante el uso de productos de alta calidad que son biodegradables y de bajo impacto ambiental. La empresa utiliza técnicas modernas de control, garantizando la erradicación de estos roedores de manera segura para las personas y el entorno, minimizando al mismo tiempo el uso de químicos nocivos.

Figura 9. *Inmunización de Madera*

Fumitécnicas realiza un proceso de termo nebulización que permite el tratamiento profesional de plagas y vectores en sitios de almacenamiento de madera. Este servicio es fundamental para prevenir la infestación de plagas en estructuras de madera, asegurando la durabilidad y preservación de los materiales, además de proteger la salud pública.

Figura 10. *Control de Comején (Termitas)*

La empresa implementa diversas técnicas para el control de termitas, que incluyen brochado, inyección en piezas afectadas, inmersión por aspersion manual y la creación de barreras químicas. Estas estrategias son personalizadas según el grado de infestación y las características del entorno, garantizando una protección eficaz contra este tipo de plagas que pueden causar daños significativos en estructuras.

Figura 11. *Lavado y Desinfección de Tanques de Agua Potable*



Nota: Fuente de la imagen gerente Jairo Reyes

Fumitécnicas. (año). Lavado y desinfección de tanques de agua potable [Imagen]. En J. Reyes (Ed.), Catálogo de Fumitécnicas. [Catálogo en línea]. Recuperado de <https://wa.me/c/573004938599>

Fumitécnicas ofrece un servicio de limpieza exhaustivo para tanques de agua potable, eliminando acumulaciones de impurezas, suciedad y partículas en suspensión. Este proceso es crucial, ya que la sedimentación en el fondo de los tanques puede comprometer la calidad del agua y, por ende, la salud de los usuarios.

Figura 12. *Recarga y Venta de Extintores*



La empresa ofrece el servicio de recarga y venta de extintores, adecuados a las diferentes clases de incendios. Fumitécnicas asegura que cada extintor cumpla con las normativas vigentes y esté en condiciones óptimas para su uso, contribuyendo así a la seguridad y prevención de incendios en diversos entornos.

1.3.2.2 Conocimiento de los Productos y/o Servicios Portafolio de servicios.

El grado de conocimiento de los productos y servicios de Fumitécnicas es notablemente alto entre sus clientes, con un 79.8% de los encuestados afirmando estar bien informados sobre la gama completa de servicios. Esta cifra sugiere que la empresa ha implementado estrategias de comunicación efectivas, logrando transmitir de manera clara y concisa su oferta a los consumidores. La educación del cliente sobre los servicios disponibles es un factor crucial para el éxito de cualquier empresa, y Fumitécnicas parece haber establecido una base sólida en este aspecto.

No obstante, es importante señalar que un 20.2% de los clientes no tiene un conocimiento detallado de los productos y servicios. Este dato destaca una clara oportunidad para la empresa: mejorar la divulgación y el acceso a información sobre servicios adicionales podría no solo incrementar el conocimiento, sino también fomentar la lealtad del cliente. En un mercado en constante evolución, la adaptación de las estrategias informativas se vuelve esencial para mantener el interés y la satisfacción del cliente.

1.3.2.3 Reconocimiento de la marca y productos.

El reconocimiento de la marca Fumitécnicas es igualmente alto. Un 80% de los clientes puede recordar el nombre de la compañía y asociarlo con los servicios de fumigación y productos insecticidas, sin necesidad de asistencia. Este reconocimiento es crucial en un entorno competitivo, ya que proporciona una ventaja significativa sobre otras empresas que pueden no contar con la misma visibilidad.

La capacidad de los consumidores para mencionar espontáneamente los servicios de fumigación resalta la percepción de la marca como un referente en este sector. Esta asociación directa no solo contribuye a una mayor recordación de la marca, sino que también es esencial para

la fidelización del cliente. En un mercado donde la confianza y la familiaridad juegan un papel fundamental, Fumitécnicas se posiciona favorablemente gracias a su sólido reconocimiento.

Primer Producto o Servicio Mencionado.

Al indagar sobre el primer producto o servicio que los consumidores mencionan al hablar de Fumitécnicas, se observa que la fumigación es la respuesta predominante, citada por el 50.5% de los encuestados. Este dato no solo resalta la popularidad de este servicio, sino que también indica que la empresa ha centrado su estrategia de marketing en un área que resuena con las necesidades del consumidor.

La fumigación no solo es vista como un servicio esencial, sino también como un componente clave de la propuesta de valor de la empresa. La identificación de este servicio como el primero en la mente del consumidor refuerza la relevancia de Fumitécnicas en el sector y destaca la importancia de continuar promoviendo y mejorando la oferta en esta área

1.3.2.4 Atributos de los servicios prestados por la empresa Fumitécnicas.

Los atributos que los clientes consideran más importantes al seleccionar productos y servicios de Fumitécnicas incluyen:

La relación entre el precio y la calidad de los servicios es fundamental. Un 70% de los encuestados considera este atributo clave en su decisión de compra. Para atraer a más clientes, es vital ofrecer precios competitivos y acordes a cada necesidad.

La efectividad de los tratamientos y la durabilidad de los resultados son aspectos críticos. Un 71% de los clientes califica los servicios como excelentes en comparación con otras empresas del sector. Utilizar productos de alta calidad y técnicas avanzadas, como la microaspersión residual dirigida y la termo nebulización, diferencian a Fumitécnicas de la competencia. Estas técnicas no

solo mejoran la efectividad del servicio, sino que también refuerzan la reputación de la empresa como un líder innovador en el sector.

La eficiencia en la prestación de servicios es otro aspecto importante. Un 38% de los encuestados considera que la rapidez del servicio es un atributo clave. Fumitécnicas debe seguir esforzándose por cumplir y, si es posible, superar las expectativas temporales de los clientes, asegurando una experiencia positiva.

La reputación de la empresa es crucial. Un 36% de los encuestados indica que las referencias y recomendaciones son influyentes en su decisión de compra. Mantener una buena imagen y fomentar el boca a boca positivo son esenciales para atraer nuevos clientes y consolidar la lealtad de los existentes.

El uso de productos biodegradables y de bajo impacto ambiental es un aspecto cada vez más valorado por los clientes. Un 16% de los encuestados señala el impacto ambiental como un factor importante en su elección de servicios. Fumitécnicas debe continuar enfatizando su compromiso con la sostenibilidad, lo que no solo mejora la imagen de la marca, sino que también responde a la creciente demanda de prácticas ecológicas.

La innovación en las técnicas y herramientas utilizadas en la prestación de servicios es valorada por un 12% de los encuestados. La incorporación de tecnologías avanzadas no solo mejora la efectividad de los tratamientos, sino que también posiciona a Fumitécnicas como una empresa moderna y adaptable a las necesidades del mercado.

1.3.2.4.1 Beneficios

Los servicios de fumigación y control de plagas en salud pública de Fumitécnicas ofrecen múltiples beneficios. En primer lugar, garantizan ambientes saludables al eliminar plagas y patógenos que pueden afectar la salud de las personas. La aplicación de nebulizadores y

pulverizadores asegura una cobertura amplia y efectiva, lo que minimiza el riesgo de infestaciones. Además, el uso de tecnologías avanzadas, como termo nebulizadores, permite una desinfección más profunda en espacios de difícil acceso. Esto no solo protege a los individuos, sino que también contribuye a la preservación de la salud pública en general.

El servicio de desratización y control de roedores proporciona una solución efectiva para la eliminación de estos animales, que pueden causar daños estructurales y transmitir enfermedades. Fumitécnicas utiliza trampas y cebos rodenticidas que son seguros y eficaces, lo que ayuda a mantener un entorno libre de roedores. Además, la implementación de equipos de inspección permite una detección temprana de madrigueras y rutas, facilitando un enfoque proactivo en el control de estas plagas. Esto asegura la tranquilidad de los clientes al saber que su espacio está protegido.

La inmunización de madera es esencial para prevenir daños causados por insectos y hongos. Fumitécnicas emplea inyectores de presión para aplicar tratamientos protectores que aseguran una penetración adecuada en la madera. Esto no solo prolonga la vida útil de las estructuras, sino que también previene infestaciones futuras. La implementación de barreras químicas alrededor de las edificaciones refuerza esta protección, brindando un beneficio significativo en la conservación de la integridad estructural.

El control de comején es crucial para la preservación de las propiedades de madera. Fumitécnicas utiliza detectores de termitas para identificar áreas infestadas de manera precisa, lo que permite una intervención oportuna. Los tratamientos de suelo, que crean una barrera contra la entrada de termitas, ofrecen una protección duradera. Estos servicios no solo previenen daños costosos, sino que también garantizan la seguridad y tranquilidad de los propietarios.

Los servicios de desinfección general son fundamentales para eliminar gérmenes y bacterias en diversos entornos. Fumitécnicas aplica productos desinfectantes en hogares y negocios, contribuyendo a la creación de un ambiente más seguro y saludable. El enfoque en áreas de alto contacto asegura que se minimicen los riesgos de contagios y enfermedades, proporcionando un valor añadido a los clientes que buscan mantener la salud en sus espacios.

En comparación con la competencia, Fumitécnicas se encuentra enfrentando a una desventaja competitiva. Esta situación puede atribuirse a varios factores, incluyendo recursos limitados y una menor capacidad de inversión en tecnología. Sin embargo, la empresa también posee ventajas que le permiten destacarse en el mercado. Su capacidad para adaptarse rápidamente a los cambios del entorno y ofrecer un servicio más personalizado es un punto fuerte. Además, su estructura de costos más flexible le permite ajustar sus precios y servicios para satisfacer mejor las necesidades de los clientes. Aunque Fumitécnicas enfrenta desafíos competitivos, sus beneficios en la prestación de servicios y su enfoque en la atención al cliente son aspectos que pueden potenciar su crecimiento y sostenibilidad en el mercado

1.3.2.4.2 Gustos y Disgustos de los Clientes. Las opiniones de los clientes son mayoritariamente positivas, con un 61% calificando su experiencia como excelente y un 36% como buena. Sin embargo, algunos consumidores han expresado descontento con la falta de información sobre productos adicionales y la necesidad de una mayor promoción de servicios. Esto indica que, a pesar de la alta satisfacción general, hay áreas de mejora que podrían abordar las inquietudes de los clientes y potenciar su experiencia.

1.3.2.4.3 Características Particulares de los Productos y/o Servicios. Fumitécnicas se distingue en el mercado por una serie de características que le confieren ventajas competitivas, así como por limitaciones que podrían afectar su crecimiento y sostenibilidad en el tiempo. En

términos de superioridad, la empresa se destaca notablemente por la calidad de su servicio, evidenciada en el hecho de que un 71% de sus clientes califica su desempeño como excelente. Este reconocimiento no solo subraya el compromiso de Fumitécnicas con la excelencia, sino que también representa una fortaleza clave para atraer nuevos clientes y consolidar relaciones duraderas con aquellos existentes.

Asimismo, la relación precio-calidad que ofrece se erige como otro de sus pilares fundamentales. Al proporcionar servicios a precios accesibles y competitivos, Fumitécnicas logra posicionar su oferta como atractiva para un amplio espectro de clientes, sin comprometer la calidad del servicio. Esta estrategia no solo incrementa su atractivo en un mercado diversificado, sino que también establece a la empresa como una opción viable frente a competidores más grandes.

La experiencia acumulada durante más de 20 años en el sector de control de plagas es un activo invaluable para Fumitécnicas. Este profundo conocimiento no solo les permite realizar un trabajo más eficiente, sino que también genera confianza en los clientes, quienes valoran la experiencia y la profesionalidad. Complementando esta fortaleza, la atención personalizada que brinda la empresa, derivada de su estructura ágil, les permite ofrecer un servicio más cercano y adaptado a las necesidades específicas de cada cliente, lo que fomenta la lealtad y la satisfacción del consumidor. Adicionalmente, esta flexibilidad inherente a su tamaño les permite responder rápidamente a las cambiantes demandas del mercado, un aspecto decisivo en un entorno empresarial tan dinámico.

Sin embargo, Fumitécnicas también enfrenta características que limitan su capacidad de crecimiento y competitividad. La empresa presenta recursos restringidos, tanto en términos de personal como de instrumental, lo que puede dificultar su habilidad para gestionar múltiples proyectos simultáneamente o diversificar su oferta de servicios. Este desafío se ve acentuado por

la menor visibilidad que puede tener en el mercado; al ser una pequeña PYME, carece de los recursos necesarios para realizar inversiones significativas en marketing y promoción, lo que compromete su presencia y limitaciones en la atracción de nuevos clientes.

Otro aspecto por considerar es la dependencia del personal, ya que la escasez de empleados puede generar una sobrecarga de trabajo que, en caso de ausencia de un miembro clave, repercute negativamente en la calidad del servicio. A esto se suma una innovación limitada, donde la falta de recursos restringe la capacidad de Fumitécnicas para invertir en nuevas tecnologías o técnicas, obstaculizando su capacidad para mantenerse al día con las tendencias del sector y afectando su competitividad a largo plazo. Finalmente, la dificultad para escalar sin un plan de crecimiento bien definido representa un riesgo considerable, ya que puede llevar a la empresa a un estancamiento en su tamaño actual, limitando su capacidad de competir eficazmente con organizaciones más grandes y diversificadas.

Aunque Fumitécnicas cuenta con múltiples características que la posicionan favorablemente en el mercado, también enfrenta retos significativos que requieren atención estratégica. Abordar estas limitaciones será esencial para asegurar su viabilidad y fomentar un crecimiento sostenido en el futuro

1.3.2.4.4 Comparación de Calidad y Certificaciones. Los productos y servicios de Fumitécnicas son ampliamente reconocidos por su alta calidad, destacándose frente a la competencia. Aunque la empresa cumple con las normativas vigentes, la obtención de certificaciones adicionales podría fortalecer aún más la confianza del consumidor en sus servicios.

Fumitécnicas cuenta con importantes certificaciones que avalan su compromiso con la calidad y la legalidad:

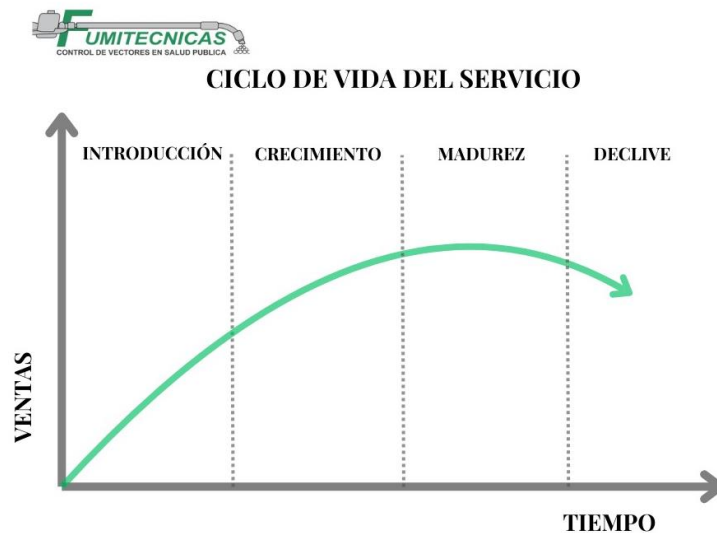
Certificado sanitario de funcionamiento empresas aplicadoras y/o expendio de plaguicidas: Este documento garantiza que la empresa cumple con las normativas de salud pública, seguridad ambiental y buenas prácticas en la manipulación de productos químicos.

Certificado manejo racional de plaguicidas SENA: Certificación que acredita que una persona ha sido capacitada en el uso seguro y eficiente de plaguicidas, minimizando riesgos para la salud y el medio ambiente.

Certificado DESCONT: Este certificado, emitido por DESCONT SAS ESP, es vital para demostrar la correcta gestión y disposición de residuos peligrosos y no peligrosos. Al contar con este certificado, Fumitécnicas asegura que cumple con las normativas ambientales locales, lo que refuerza su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social.

Al considerar la obtención de certificaciones adicionales, Fumitécnicas no solo podría elevar su nivel de confianza ante los consumidores, sino también posicionarse aún más como un líder en el sector de fumigaciones, consolidando su compromiso con la calidad, la seguridad y el medio ambiente.

1.3.2.4.5 Ciclo de vida del producto. En el caso de Fumitécnicas, una empresa de fumigaciones con más de 20 años de experiencia, sus servicios se sitúan actualmente en la etapa de madurez, pero están comenzando a mostrar señales de transición hacia la fase de declive.

Figura 13. *Ciclo de vida del producto*

Nota. Información suministrada por la empresa.

Fumitécnicas ha atravesado diversas etapas en su evolución como empresa, enfrentando retos y adaptándose a las dinámicas cambiantes del mercado. Desde sus primeros pasos en la fase de introducción, donde se centró en construir una base de clientes y establecer su propuesta de valor, hasta la actual etapa de madurez, en la que se enfrenta a los efectos de una creciente competencia y cambios en las preferencias del consumidor. A continuación, se detalla el recorrido de Fumitécnicas, analizando sus principales hitos y los desafíos que ha tenido que superar a lo largo del tiempo.

Durante la fase de introducción, Fumitécnicas enfrentó desafíos significativos, como la creación de una base de clientes y el establecimiento de su oferta de servicios. En este periodo, la empresa se centró en el desarrollo de servicios, implementando protocolos y técnicas eficaces para el control de plagas, lo que permitió cimentar las bases de su propuesta de valor. Asimismo, realizó

inversiones estratégicas en marketing que, al generar reconocimiento y confianza en el mercado local, facilitaron la adquisición de sus primeros clientes.

En la fase de crecimiento, Fumitécnicas experimentó un notable aumento en la demanda de sus servicios, impulsado por la satisfacción de sus clientes, que alcanzó un 71% de calificaciones excelentes. Esta reputación positiva atrajo nuevos clientes y permitió expandir su base. De manera paralela, se introdujeron nuevos servicios y tecnologías, en respuesta a las necesidades emergentes del mercado, lo que diversificó aún más su propuesta.

Actualmente, Fumitécnicas se encuentra en la etapa de madurez, aunque con indicios de estar entrando en la fase de declive. Esta etapa se caracteriza por un reconocimiento consolidado en el sector, aunque la creciente competencia ha intensificado sus esfuerzos, afectando la cuota de mercado de la empresa. La aparición de nuevas empresas que ofrecen servicios similares ha comenzado a erosionar su base de clientes, lo que ha generado presión sobre los precios y reducido la demanda de los servicios tradicionales. La empresa Fumitécnicas evidencia señales de transición hacia la fase de declive en el ciclo de vida de sus servicios, soportadas en diversos factores identificados durante el análisis de mercado. En primer lugar, se ha registrado un incremento en el número de competidores en el área metropolitana de Bucaramanga, lo que ha intensificado la rivalidad y diversificado las opciones disponibles para los consumidores. Este fenómeno ha repercutido en una disminución gradual de la participación de mercado de Fumitécnicas, debilitando su posición competitiva.

Adicionalmente, se observa una creciente presión sobre los precios tradicionales de los servicios de fumigación, derivada de las estrategias agresivas de precio implementadas por nuevos actores del mercado. Esta situación, combinada con una reducción en la demanda de servicios convencionales, indica un cambio en las dinámicas del sector.

Otro aspecto relevante es la evolución en las preferencias de los consumidores, quienes hoy priorizan soluciones de control de plagas más sostenibles, ecológicas y basadas en tecnologías innovadoras. La falta de adopción rápida de estas nuevas tendencias por parte de Fumitécnicas limita su capacidad de respuesta frente a la competencia, que ya incorpora avances tecnológicos como sistemas de fumigación más eficientes y productos de bajo impacto ambiental.

Finalmente, la tendencia global hacia prácticas ambientalmente responsables representa un reto adicional para los métodos tradicionales de fumigación que aún predominan en el portafolio de la empresa. Estos factores en conjunto sustentan la hipótesis de que Fumitécnicas atraviesa un proceso de transición hacia la fase de declive de su ciclo de vida, advirtiendo la necesidad urgente de estrategias de renovación, innovación y diferenciación en el mercado.

Estos avances han comenzado a desplazar a la empresa, al tiempo que la disminución del interés por las fumigaciones convencionales, junto con una creciente preferencia por soluciones más ecológicas.

A pesar de contar con una sólida trayectoria y respaldo en certificaciones internacionales de calidad, Fumitécnicas se encuentra ante el reto de destacarse frente a competidores que han adoptado tecnologías más avanzadas y procesos operativos más eficientes. Esta competencia, aunque desafiante, también representa una oportunidad para que la empresa reevalúe y fortalezca su propuesta de valor, asegurando su liderazgo en el mercado.

Si bien la atención personalizada y el enfoque en la calidad siguen siendo ventajas clave de Fumitécnicas, es crucial que la empresa continúe innovando y adaptándose a las demandas cambiantes del mercado. La incorporación de nuevas tecnologías, la diversificación de servicios y una mayor eficiencia operativa son elementos fundamentales para que Fumitécnicas pueda no solo mantener, sino también expandir su posición frente a la competencia creciente. Así, el reto de la

competencia no solo pone a prueba su capacidad de adaptación, sino que también la impulsa a seguir evolucionando en un sector dinámico.

1.3.2.4.6 Áreas comerciales. La mayoría reside en la ciudad, aunque también se atienden áreas rurales, lo que amplía el alcance de sus servicios.

La sede se encuentra en Floridablanca, Santander, Colombia. Este punto estratégico nos permite acceder fácilmente a una amplia variedad de clientes dentro del Área Metropolitana de Bucaramanga, que incluye los municipios de Bucaramanga, Floridablanca, Girón y Piedecuesta.

Fumitécnicas se enfoca en atender a una amplia base de clientes en el Área Metropolitana de Bucaramanga, que abarca los municipios de Bucaramanga, Floridablanca, Girón y Piedecuesta. Esta ubicación estratégica permite a la empresa ofrecer sus servicios de control de plagas en un entorno urbano diverso, donde la demanda es considerable.

Figura 14. *Ubicación geográfica*



Nota: Mapa geográfico del Área Metropolitana de Bucaramanga, que abarca los municipios de Bucaramanga, Floridablanca, Girón y Piedecuesta.

Los clientes se concentran predominantemente en áreas urbanas, facilitando el acceso a soluciones de plagas en comunidades densamente pobladas. Este contexto urbano no solo enriquece la experiencia del cliente, sino que también permite a Fumitécnicas identificar y abordar eficazmente las necesidades específicas de los mismos. Aunque la mayor parte de nuestros clientes residen en grandes ciudades, también atendemos a aquellos que habitan en áreas suburbanas y rurales adyacentes, lo que nos permite ofrecer un servicio integral adaptado a diferentes realidades socioeconómicas y demográficas.

Esta diversificación geográfica es clave para nuestra estrategia de crecimiento, ya que nos permite no solo consolidar nuestra presencia en el mercado local, sino también explorar oportunidades de expansión a nivel nacional, adaptándonos a las particularidades de cada región.

1.3.2.4.7 Hábitos de compra. Los factores que influyen en la toma de decisiones de compra son variados, siendo los más relevantes:

- **Precio y Calidad:** Los clientes comparan precios y buscan un equilibrio entre costo y calidad en los servicios de fumigación. Buscan opciones que ofrezcan una alta efectividad en el servicio sin comprometer su presupuesto.
- **Confianza y Reputación:** La mayoría de los clientes recurren a Fumitécnicas basándose en experiencias previas positivas o recomendaciones de terceros
- **Cercanía y Disponibilidad:** La rapidez de atención y la cobertura del servicio en su zona son determinantes.

- **Atención al Cliente y Asesoría:** Un factor diferenciador es la capacidad de la empresa para ofrecer información clara sobre el servicio, los productos utilizados y las garantías de efectividad.

En este sentido, los clientes evalúan cuidadosamente las opciones disponibles, buscando un equilibrio óptimo entre lo que están dispuestos a pagar y la calidad que reciben.

Además, la confianza y la reputación de la empresa son fundamentales en el proceso de decisión. Las experiencias previas de los clientes, así como las recomendaciones de personas cercanas o reseñas en línea, juegan un papel crucial en la construcción de esta confianza. Un historial positivo en la atención al cliente y la efectividad de los servicios brindados no solo aumentan la probabilidad de repetición en las compras, sino que también fomentan la lealtad a largo plazo hacia la marca.

La cercanía geográfica es otro factor significativo que influye en los hábitos de compra. La disponibilidad de servicios en la proximidad del cliente no solo facilita el acceso, sino que también reduce el tiempo y los costos asociados con la adquisición. Los consumidores tienden a preferir proveedores que se encuentran en su localidad, lo que subraya la importancia de una presencia regional efectiva para captar y retener a los clientes.

La frecuencia de adquisición de servicios es predominantemente mensualmente y trimestral, con un número considerable de clientes optando por servicios mensualmente. Esto indica un ciclo de compra relativamente estable, lo que sugiere que los clientes valoran la continuidad y la regularidad en la atención a sus necesidades.

1.3.2.4.8 Importancia del servicio al cliente. El servicio al cliente juega un papel crucial en la experiencia general del consumidor. Según los resultados de la encuesta, un 68% de los clientes se sienten muy satisfechos, un 27% satisfechos y un 5% mantiene una opinión neutral respecto a la atención recibida. Estos resultados refuerzan la importancia de mantener un alto nivel de servicio al cliente como parte de la estrategia empresarial, orientada a fortalecer la relación con nuestros clientes y a garantizar su satisfacción a largo plazo. Este enfoque en la atención personalizada y efectiva refuerza nuestro compromiso con la excelencia y la búsqueda de un servicio que supere las expectativas del consumidor.

1.3.3 Distribución

La distribución de la empresa se establece por medio de los siguientes ítems:

1.3.3.1 Canales de distribución. Fumitécnicas utiliza una variedad de canales de distribución para llevar sus servicios de control de plagas a los clientes. Entre los métodos más destacados se encuentran:

La distribución directa este canal permite a la empresa ofrecer sus servicios de manera directa a los consumidores, a través de visitas programadas y contacto personalizado. Este enfoque no solo genera confianza, sino que también facilita una atención más adaptada a las necesidades del cliente.

Puntos de atención física como la oficina donde los clientes pueden obtener información, solicitar cotizaciones y contratar servicios.

Asimismo, Fumitécnicas ha establecido contratos directos con instituciones educativas y conjuntos residenciales, brindando sus servicios de fumigación de manera directa, sin intermediarios.

1.3.3.2 Canales de distribución.

La infraestructura actual está diseñada para maximizar la eficiencia operativa. La bodega está claramente diferenciada de la oficina, lo que facilita un flujo de trabajo organizado y permite un acceso rápido a los implementos necesarios para la prestación de servicios. Esta disposición no solo contribuye a la efectividad del equipo, sino que también ayuda a generar confianza en los clientes, quienes perciben un nivel de profesionalismo en la gestión del espacio.

Sin embargo, es importante señalar que, a largo plazo, la empresa enfrenta la necesidad de buscar un espacio más amplio. La actual oficina, aunque bien equipada, está comenzando a resultar insuficiente para las operaciones en crecimiento, limitando así la capacidad de almacenamiento y la expansión de las actividades. Un nuevo espacio que ofrezca mayores dimensiones no solo mejoraría la organización interna, sino que también enviaría un mensaje claro sobre el crecimiento y la proyección futura de la empresa.

La infraestructura actual está alineada con la calidad y el cumplimiento de las normas de los servicios que la compañía ofrece. Sin embargo, una mejora en las instalaciones permitiría a la empresa reforzar su imagen como un líder en su sector, subrayando su compromiso con la excelencia y la satisfacción del cliente. Un entorno de trabajo más amplio y moderno podría también facilitar una experiencia más enriquecedora para los empleados, lo que, a su vez, impactaría positivamente en la calidad del servicio al cliente.

1.3.3.3 Fuerza de ventas. Está conformado por dos técnicos en fumigaciones, quienes desempeñan funciones como asesores comerciales. Este equipo destaca por su perfil diverso, que combina una sólida experiencia en ventas con un profundo conocimiento en el control de plagas.

El personal cuentan con entre 5 y 10 años de experiencia en ventas directas y atención al cliente, lo que les permite comprender de manera efectiva las necesidades de los clientes. Entre las cualidades que se valoran en este personal se incluyen habilidades de comunicación, empatía, capacidad de negociación y una firme orientación hacia el cliente. Además, se promueve la formación continua en técnicas de venta y en los productos ofrecidos, un aspecto fundamental para el desarrollo de sus competencias.

El sistema de compensación de los asesores comerciales se basa en un modelo mixto, que incluye un salario base competitivo complementado por comisiones por servicio. Esta estructura incentiva a los vendedores a alcanzar y superar sus objetivos, promoviendo así un ambiente de alto rendimiento.

En cuanto a la estabilidad del equipo, se ha logrado mantener una relativa consistencia. No obstante, es relevante mencionar que se han presentado ciertos casos de rotación, principalmente impulsados por la búsqueda de mejores oportunidades laborales en el sector.

Los vendedores de Fumitécnicas realizan sus actividades de ventas de manera planificada, estableciendo metas mensuales claramente definidas y llevando a cabo un seguimiento constante de su desempeño. Este enfoque garantiza un proceso sistemático en la prospección y atención de nuestros clientes.

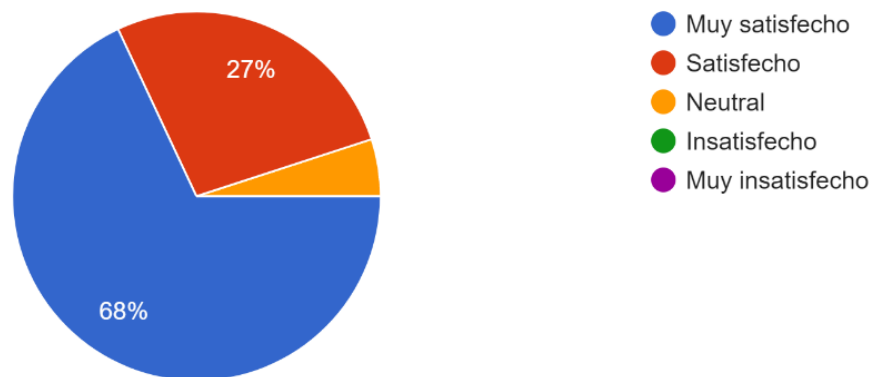
1.3.3.3 Servicio al Cliente. Fumitécnicas ha implementado una serie de políticas específicas orientadas a garantizar la conformidad y la satisfacción del servicio al cliente. En primer lugar, la empresa ha establecido un firme compromiso con la calidad, a través de un protocolo riguroso que asegura que todos los servicios se realicen conforme a los estándares más

elevados. Este enfoque no solo asegura resultados efectivos, sino que también promueve la satisfacción integral del cliente.

Asimismo, Fumitécnicas ha creado diversos canales de retroalimentación como las encuestas post-servicio y mediante comentarios en Facebook que permiten a los clientes compartir sus experiencias y opiniones, los clientes tienen la oportunidad de expresar sus inquietudes y sugerencias, lo que contribuye a la mejora continua de los procesos de la empresa.

Además, la empresa ha establecido un procedimiento claro y eficiente para la resolución de conflictos. Este protocolo se activa ante cualquier reclamación, garantizando que cada caso se gestione de manera oportuna y eficaz, priorizando siempre la satisfacción del cliente y asegurando que todas las inquietudes sean abordadas de forma adecuada. En conjunto, estas políticas reflejan el compromiso de Fumitécnicas con la excelencia en el servicio y la atención al cliente.

Figura 15. *Experiencia con la atención recibida.*



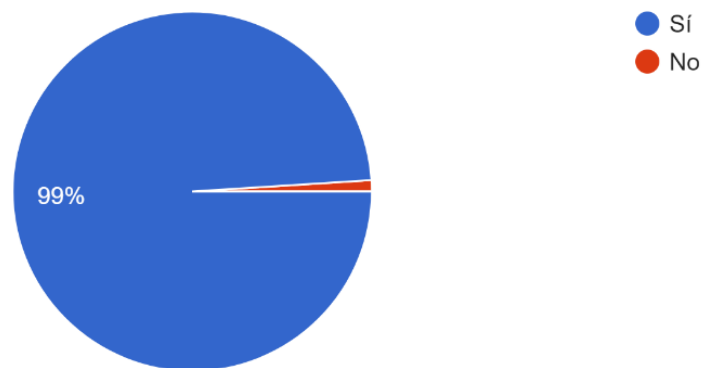
Nota. Calificación del cliente con relación a la atención recibida.

Los clientes perciben el servicio de Fumitécnicas como altamente satisfactorio, con un 68% de ellos indicando que están muy contentos con la atención recibida. Este notable nivel de

satisfacción se atribuye al enfoque proactivo que la empresa adopta en la atención al cliente, así como al esfuerzo constante por ofrecer valor agregado en cada interacción.

Entre los elementos que constituyen este valor agregado, se destacan varios aspectos significativos. En primer lugar, la empresa proporciona asesoramiento personalizado, realizando evaluaciones específicas en el hogar o negocio del cliente para determinar las soluciones más adecuadas en el control de plagas.

Figura 16. *Experiencia con el personal técnico / profesional*



Nota. Experiencia del cliente con la presentación del personal.

El 99% de los clientes considera que el personal técnico cumple con los requisitos de vestuario e implementos. Esto muestra un alto nivel de profesionalismo y cumplimiento de normas por parte del personal técnico.

Este enfoque permite una atención más precisa y efectiva, adaptada a las necesidades particulares de cada cliente. Además, Fumitécnicas ofrece garantías de servicio, comprometiéndose a realizar seguimientos posteriores al servicio inicial. Esto asegura que

cualquier problema que surja se resuelva de manera efectiva y oportuna, brindando tranquilidad y confianza a los clientes.

Por último, la empresa también se enfoca en la educación del cliente, proporcionando información y consejos sobre la prevención de plagas. Este tipo de orientación no solo empodera a los clientes, sino que también enriquece su experiencia general al ofrecerles herramientas para mantener sus espacios libres de plagas de manera sostenible. En conjunto, estas iniciativas reflejan el compromiso de Fumitécnicas con la excelencia en el servicio y la satisfacción del cliente.

1.3.4 Publicidad y promoción

1.3.4.1 Medios publicitarios utilizados. Actualmente, Fumitécnicas utiliza como principales medios publicitarios las plataformas de redes sociales como Facebook e Instagram, donde la empresa promueve sus servicios, genera leads y aumenta la visibilidad de su marca en el mercado local. Con una inversión promedio de \$100.000 COP mensuales en publicidad digital, se logra alcanzar aproximadamente entre 800 y 1.200 personas por publicación promocionada. Estas acciones generan un flujo mensual de entre 10 y 15 consultas directas de potenciales clientes, de las cuales se concreta un promedio de 3 a 5 nuevos servicios mensuales. Este enfoque de bajo costo ha permitido a la empresa mantener presencia en su mercado objetivo sin incurrir en gastos elevados, aprovechando la alta efectividad de las recomendaciones y del posicionamiento orgánico dentro del Área Metropolitana de Bucaramanga. Estas plataformas permiten una segmentación precisa de audiencias, optimizando así la efectividad de las campañas publicitarias.

La empresa emplea WhatsApp Business para optimizar la comunicación directa con sus clientes, proporcionando un canal ágil para consultas, reservas y atención al cliente. Este medio permite a la empresa interactuar de forma eficiente y directa con su audiencia, asegurando

respuestas rápidas a preguntas, solicitudes de información y reservas de servicios. También, WhatsApp Business se utiliza para enviar promociones exclusivas, fomentando la lealtad de los clientes y generando un mayor interés en los servicios ofrecidos.

Por otro lado, Fumitécnicas lleva a cabo campañas a través de historias en sus redes sociales, en temporadas de lluvia especialmente en estas fechas clave o durante el lanzamiento de nuevos servicios. Estos medios complementan las acciones digitales, permitiendo alcanzar a un público más amplio.

Finalmente, la participación en ferias como expoconecta una estrategia adicional para promover la marca y ofrecer promociones directas a los asistentes, fortaleciendo así la conexión con la comunidad. A través de esta combinación de medios, Fumitécnicas busca maximizar su alcance y consolidar su presencia en el mercado.

1.3.4.2 Frecuencia e inversión anual. La frecuencia de las campañas publicitarias de Fumitécnicas se adapta a las características de cada canal utilizado y al tipo de campaña implementada. En el ámbito digital, las campañas se llevan a cabo de manera continua, aprovechando las ventajas de la segmentación y el análisis en tiempo real. Por otro lado, las publicidades en medios tradicionales, la prensa escrita Q'hubo, particularmente durante temporadas de mayor actividad comercial, como la primavera y el verano, cuando se prevé un incremento en la demanda.

En cuanto a la inversión, Fumitécnicas asigna aproximadamente el 3% de sus ingresos anuales a sus actividades publicitarias. Esta asignación incluye una variedad de costos, como publicidad digital, producción de contenido, anuncios en medios impresos y la organización de eventos.

. Esta inversión se prevé que no solo contribuya al crecimiento sostenible de la clientela, sino que también mejore la visibilidad y el posicionamiento de la marca en el mercado. A través de un enfoque integral en sus campañas publicitarias, Fumitécnicas busca maximizar el impacto de su inversión, garantizando un retorno que respalde su estrategia de expansión y consolidación en el sector.

1.3.4.3 Objetivos e impacto de la publicidad. Fumitécnicas ha definido objetivos claros y estratégicos para sus campañas publicitarias, orientados a fortalecer su posición en el mercado y maximizar su crecimiento. Entre estos objetivos se encuentran:

- **Aumento del Reconocimiento de Marca:** La empresa busca mejorar su visibilidad tanto a nivel local. Este objetivo se traduce en la implementación de diversas estrategias que permiten que la marca sea reconocida y recordada por los consumidores, estableciendo una presencia sólida en la mente de su público objetivo.
- **Búsqueda de clientes Fumitécnicas** se enfoca en atraer nuevos clientes a través de promociones y ofertas especiales. Al implementar tácticas efectivas de marketing (Promociones estacionales, publicidad local, publicidad digital), la empresa logra captar la atención de usuarios que pueden estar interesados en sus servicios, convirtiéndolos eventualmente en clientes.
- **Fidelización de Clientes:** Mantener a los clientes existentes informados sobre nuevos servicios y ofertas es otro de los pilares fundamentales. A través de estrategias de comunicación continua, la empresa se esfuerza por fortalecer la

relación con sus clientes actuales, asegurando su lealtad y promoviendo un ciclo de recompra.

1.3.4.4 Descuentos y rebajas. Como parte de su estrategia de ventas, Fumitécnicas también implementa descuentos y promociones que complementan sus esfuerzos publicitarios. Estas acciones incluyen:

Promociones Estacionales, la empresa lanza ofertas especiales durante períodos específicos, como vacaciones durante vacaciones, las personas pueden prestar más atención al mantenimiento de sus hogares o negocios O cambios de estación las plagas tienden a proliferar, lo que genera una mayor necesidad de servicios de control, momentos en los que suele aumentar la demanda de servicios. Estas promociones están diseñadas para captar la atención del consumidor en momentos clave, motivando la decisión de compra.

Los descuentos y promociones han demostrado ser factores determinantes en la decisión de compra de muchos clientes, contribuyendo significativamente al aumento de las ventas y fomentando la lealtad hacia la marca. Sin embargo, Fumitécnicas mantiene un enfoque equilibrado, asegurándose de que estas promociones no afecten negativamente la percepción de calidad del servicio. La empresa se esfuerza por ofrecer valor a sus clientes, sin comprometer su compromiso con la excelencia, lo que a su vez refuerza la confianza y satisfacción de su clientela.

1.3.5 Política de fijación de precios

1.3.5.1 Precios del producto/ servicio. Fumitécnicas ha diseñado una estructura de precios diversificada, adaptada a los distintos tipos de servicios que ofrece. A continuación, se detallan los precios promedio de los servicios más demandados, evidenciando el compromiso de la empresa con la transparencia y la competitividad en el mercado.

Figura 17. *Precios de los servicios de Fumitécnicas*

Servicio	Precio
Control de Plagas Comercial	\$200,000 - \$550,000
Recarga y Mantenimiento de Extintores	\$120,000 - \$150,000
Servicios de Desinfección Profunda	\$150,000 - \$250,000
Tratamientos para Insectos	\$100,000 - \$350,000
Tratamientos para Roedores	\$120,000 - \$180,000

Nota. Precios de los servicios asignados por servicio.

Los precios de los servicios de control de plagas y mantenimiento de extintores, detallados en la tabla presentada, oscilan entre \$100,000 y \$550,000, dependiendo de la naturaleza del servicio y los metros cuadrados del área a intervenir. Se recomienda a los clientes solicitar una evaluación previa para obtener un presupuesto exacto, que refleje las particularidades del espacio y el alcance del servicio requerido.

Tendencias en la fijación de precios: Fumitécnicas ha desarrollado una estructura de precios que se adapta a los diferentes servicios que ofrece. Durante los últimos cinco años, la empresa ha adoptado una estrategia de precios centrada en la competitividad y en ofrecer un valor percibido por sus clientes. Cada año, ajustan sus precios en línea con la inflación y los costos operativos, además de responder a la demanda del mercado.

Incrementos Moderados: Fumitécnicas ha adoptado una política de ajuste de precios alineada con las variaciones de la inflación anual en Colombia, garantizando así la sostenibilidad financiera del negocio sin generar afectación significativa en sus clientes. En los últimos años, los incrementos han oscilado entre un 8% y un 12% anual, reflejando con mayor precisión el comportamiento del índice de precios al consumidor. Este enfoque le permite a la empresa mantener su competitividad en el mercado, cubrir los aumentos en los costos operativos y conservar la percepción de valor por parte de los consumidores.

Promociones Estratégicas: La empresa ha introducido descuentos temporales y ofertas especiales que les permiten ajustar los precios de manera flexible. Estas promociones no solo atraen a nuevos clientes, sino que también fomentan la fidelización de sus clientes actuales.

Sensibilidad de los Consumidores al Precio: En el sector de control de plagas, los consumidores muestran una sensibilidad moderada al precio, influenciada por varios factores:

Percepción de Valor: Los clientes de Fumitécnicas están dispuestos a pagar precios más altos por servicios que consideran de alta calidad y eficacia. La experiencia previa con la empresa y su reputación en el mercado son elementos cruciales en esta percepción, lo que subraya la importancia de ofrecer un servicio de calidad.

Competencia en el Mercado: Aunque hay muchos proveedores en la región, los clientes de Fumitécnicas comparan precios antes de tomar una decisión. Sin embargo, la empresa ha logrado diferenciarse de la competencia gracias a la calidad de su servicio y la atención al cliente, lo que minimiza su vulnerabilidad a las fluctuaciones en la competencia de precios.

1.3 Análisis comparativo con la competencia

1.4.1 Competidores actuales

Los competidores directos de Fumitécnicas son ABG Fumigaciones y Fumisantander S.A.S. Estas microempresas, que operan en la misma actividad dentro del área, han establecido una sólida presencia en el mercado gracias a estrategias efectivas de captación de clientes. Su competitividad se manifiesta en la calidad del servicio y la atención personalizada, lo que les permite mantenerse relevantes y desafiantes en el sector de fumigaciones.

1.4.2 Participación en el mercado

El análisis de la Matriz del Perfil Competitivo (MPC) proporciona una visión valiosa de cómo Fumitécnicas se compara con sus competidores principales, en varios factores clave.

Tabla 5. Matriz de perfil competitivo

Matriz De Perfil Competitivo							
Factores Claves	Fumitécnicas			ABG Fumigaciones		Fumisantander S.A.S	
	Peso	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje
Calidad del servicio	0,20	3	0,6	4	0,8	3	0,6
Eficiencia del producto	0,20	3	0,6	3	0,6	4	0,8
Satisfacción del cliente	0,12	4	0,48	4	0,48	3	0,36
Uso de las tecnologías	0,10	2	0,2	3	0,3	3	0,3
Reputación de la marca	0,10	3	0,3	4	0,4	4	0,4
Cumplimiento de regulaciones ambientales	0,18	4	0,72	3	0,54	4	0,72
Respuesta rápida a solicitudes de clientes	0,10	4	0,4	4	0,4	3	0,3
Puntuación Total	1,00		3,30		3,52		3,48

Nota. Comparación de factores claves entre Fumitécnicas y sus dos competidores principales.

Fumitécnicas tiene una puntuación total de 3.30. La empresa destaca en “Satisfacción del cliente” y “Cumplimiento de regulaciones ambientales”, lo que indica que está haciendo un buen trabajo en estos aspectos. Sin embargo, hay margen de mejora en “Calidad del servicio”, “Eficacia del producto” y “Reputación de la marca”. Para mejorar en estos aspectos, Fumitécnicas podría considerar invertir en formación y desarrollo para mejorar la calidad del servicio, investigar y adoptar productos de fumigación más eficaces, y lanzar campañas de marketing para mejorar la reputación de la marca.

Por otro lado, ABG Fumigaciones tiene la puntuación total más alta de 3.6, lo que indica que está superando a Fumitécnicas en varios factores clave de éxito. Sin embargo, Fumitécnicas supera a ABG Fumigaciones en “Cumplimiento de regulaciones ambientales” y “Respuesta rápida

a solicitudes de clientes”, lo que indica que hay áreas en las que Fumitécnicas puede tener una ventaja competitiva. En cuanto a Fumisantander S.A.S tiene una puntuación total de 3.53, lo que indica que también es un competidor fuerte. Sin embargo, al igual que ABG Fumigaciones, Fumisantander S.A.S es superado por Fumitécnicas en “Cumplimiento de regulaciones ambientales” y “Respuesta rápida a solicitudes de clientes”.

Aunque Fumitécnicas tiene algunas áreas de mejora, también tiene varias fortalezas que puede aprovechar para mejorar su posición competitiva en la industria de fumigación. Al centrarse en sus fortalezas y trabajar en sus áreas de mejora, Fumitécnicas tiene el potencial de aumentar su competitividad y éxito en la industria de fumigación

1.4.3 Entorno competitivo

Fumitécnicas se sitúa en un entorno competitivo donde sus principales rivales son ABG Fumigaciones y Fumisantander S.A.S. Para comprender mejor el posicionamiento de Fumitécnicas en el mercado, es fundamental analizar a quiénes venden sus productos estos competidores y si sus clientelas se superponen.

Competencia y Clientes de ABG Fumigaciones

ABG Fumigaciones se enfoca en un amplio espectro de servicios de control de plagas, ofreciendo soluciones que abarcan desde el manejo integrado de plagas hasta el mantenimiento y recarga de extintores. Esta empresa atiende principalmente a sectores como:

- ❖ Empresas industriales: Que requieren servicios regulares de control de plagas debido a su naturaleza operativa.

- ❖ Instituciones educativas: Que buscan mantener ambientes seguros para estudiantes y personal.
- ❖ Clientes residenciales: Propietarios de viviendas que desean proteger sus hogares.
- ❖ ABG Fumigaciones, además, ofrece servicios adicionales como jardinería, poda y desinfección de ambientes, lo que le permite diversificar su oferta y atraer a una variedad de clientes.

La competencia directa con Fumitécnicas se manifiesta en el servicio a empresas y hogares, donde ambos proveedores buscan capturar la misma base de clientes.

Clientes de Fumisantander S.A.S.

Fumisantander S.A.S. presenta una oferta que incluye el manejo integral de plagas, desinfección de superficies y lavado de tanques. Sus clientes abarcan sectores similares a los de ABG, tales como:

- ❖ Empresas del sector industrial: Que requieren servicios constantes de control de plagas para cumplir con normativas de salud y seguridad.
- ❖ Instituciones educativas: Que necesitan mantener un ambiente seguro y limpio para su comunidad.
- ❖ Clientes residenciales: Que buscan soluciones efectivas para el control de plagas en sus hogares.

Fumisantander también se diferencia al ofrecer análisis fisicoquímicos del agua y servicios de mantenimiento locativo, lo que puede atraer a un segmento de clientes que requiere soluciones integrales.

Es evidente que existe una considerable superposición en los mercados atendidos por Fumitécnicas, ABG Fumigaciones y Fumisantander S.A.S. Todas las empresas compiten por los mismos segmentos de clientes, lo que intensifica la rivalidad en el sector.

Sin embargo, Fumitécnicas se destaca en áreas como el cumplimiento de regulaciones ambientales y la satisfacción del cliente. Estos factores pueden ser clave para atraer y retener a clientes que valoran la calidad del servicio y la responsabilidad social. Además, su enfoque en la personalización del servicio y la atención rápida a las solicitudes de los clientes le brinda una ventaja competitiva frente a sus rivales.

El mercado meta de Fumitécnicas está compuesto por una amplia gama de clientes, incluyendo industrias, instituciones educativas y hogares. La competencia, representada por ABG Fumigaciones y Fumisantander S.A.S., también opera en estos segmentos, creando un entorno de alta competencia. A pesar de esto, Fumitécnicas tiene la oportunidad de capitalizar sus fortalezas, centrándose en mejorar la calidad del servicio y en reforzar su reputación, para así diferenciarse en un mercado cada vez más exigente.

1.4.4 Objetivos y estrategias

A continuación, se presenta un análisis de las estrategias de mercadeo de Fumitécnicas y sus competidores, ABG Fumigaciones y Fumisantander S.A.S. La comparación se centra en los objetivos comunes y las diferencias en sus enfoques estratégicos.

Tabla 6. Análisis de las estrategias de mercadeo de Fumitécnicas y sus competidores.

Aspecto	Fumitécnicas Bucaramanga	ABG Fumigaciones	Fumisantander S.A.S.
Objetivos de Mercadeo	Aumentar la participación en el mercado local.	Expandir su base de clientes en sectores industriales.	Fortalecer su presencia en el sector educativo.
	Mejorar la satisfacción del cliente.	Diversificar servicios adicionales (jardinería, etc.).	Ofrecer soluciones integrales de mantenimiento.
	Fortalecer la reputación de la marca.	Promover la calidad del servicio.	Aumentar la visibilidad mediante campañas
Estrategias de Marketing	Campañas de marketing digital centradas en redes sociales.	Promociones y descuentos para clientes nuevos.	Marketing relacional y fidelización de clientes.
	Participación en ferias y eventos del sector.	Alianzas con empresas locales y asociaciones.	Publicidad en medios locales y en instituciones.
	Enfoque en la atención al cliente personalizada.	Capacitación continua del personal para garantizar calidad.	Capacitación en el uso de productos sostenibles.
Similitudes en Estrategias	Todas las empresas se centran en la atención al cliente.	Buscan aumentar la satisfacción del cliente.	También priorizan el cumplimiento de regulaciones.
	Utilizan una combinación de marketing digital y tradicional.	Promueven servicios diversificados.	Apuntan a mejorar su reputación a través de la calidad.
Diferencias en Estrategias	Mayor énfasis en la sostenibilidad y el cumplimiento ambiental.	Foco en promociones y descuentos inmediatos.	Estrategias de mantenimiento integral y análisis de agua.

Nota. Se realiza una tabla comparativa de los objetivos y estrategias que tiene cada una de las empresas para así poder analizar sus similitudes y diferencias. ABG FUMIGACIONES. (2021, May 24).

ABG FUMIGACIONES. <https://abgfumigaciones.com/>. Sobre nosotros. (2019, November 18). Fumisantander S.A.S. <https://fumisantandersas.com/sobre-nosotros/>

Similitudes: Todas las empresas comparten el objetivo de aumentar la satisfacción del cliente y mejorar su presencia en el mercado. Además, utilizan tanto estrategias digitales como tradicionales para alcanzar sus metas.

Diferencias: Fumitécnicas se distingue por su enfoque en la sostenibilidad con los productos insecticidas no agresivos con el ambiente y el cumplimiento de regulaciones ambientales, mientras que ABG Fumigaciones se centra más en promociones y descuentos para atraer nuevos clientes. Por su parte, Fumisantander S.A.S. enfatiza la oferta de soluciones integrales y el mantenimiento de la calidad del agua, lo que puede atraer a un nicho de mercado específico.

Este análisis permite identificar oportunidades para que Fumitécnicas refine sus estrategias y se diferencie aún más en un mercado competitivo, centrándose en su compromiso con la sostenibilidad y la calidad del servicio.

1.4.5 Productos

Los competidores ofrecen una gama diversa de productos y servicios que se destacan por su calidad y eficacia. Fumitécnicas debe enfocarse en identificar sus propias fortalezas y debilidades, buscando mejorar la calidad de su oferta y posicionarse de manera más efectiva frente a la competencia.

Tabla 7. *Servicios que ofrece la empresa objeto de estudio y los de la competencia.*

Empresa	Servicios	Fortalezas	Debilidades	Diferencias
Fumitecnicas	Fumigación y Control de Plagas en Salud Pública	Especialización en Salud Pública Variedad de Servicios Específicos Experiencia en Extintores	Menor Diversificación Falta de Servicios de Jardinería y Podación	Especialización en salud pública y control de plagas específicos No ofrece servicios de jardinería y poda
	Desratización y Control de Roedores			
	Immunización de Madera			
	Control de Comején (Termitas)			
	Lavado y Desinfección de Tanques de Agua Potable			
	Recarga, Mantenimiento y Venta de Extintores			

ABG Fumigaciones	Fumigaciones (Manejo Integrado de Plagas)			
	Lavado de Tanques Felinos			
	Jardinería y Poda			
	Gestión y Venta de Extintores			
	Desinfección de Ambientes			
	Mantenimiento y Recarga de Extintores			
	Control de Comején			
	Control de Ofidios			
	Control de Moluscos	Amplia Gama de Servicios	Posible Falta de	Amplia gama de servicios
	Desratización	Servicios Especializados	Especialización	Servicios únicos como control
	Exclusión de Palomas	Atención a Clientes Alérgicos	Complejidad Operativa	de ofidios y moluscos, y
	Fumigación General			exclusión de palomas
	Insectos Rastreros			
	Insectos Voladores			
	Clientes Alérgicos			
	Lavado de Tanques (Subterráneos y Aéreos)			
Limpieza de Shuts de Basuras				
Trampa de Grasa				
Control Felino				
Fumisantander S.A.S	Manejo Integral de Plagas			
	Lavado y Desinfección de Tanques			
	Análisis Físicoquímico y Microbiológico del Agua			
	Desinfección de Superficies y Ambientes			
	Poda y Tala de Árboles			
	Mantenimiento, Reparación y Venta de Motobombas	Servicios Complementarios	Menor Enfoque en	Servicios complementarios
	Recarga de Extintores	Mantenimiento Integral	Fumigación Complejidad de	como análisis del agua y
	Alquiler de Baños Portátiles		Servicios	alquiler de baños portátiles
	Mantenimientos y Arreglos Locativos			Enfoque en mantenimiento
	Limpieza y Succión de Pozos Sépticos			integral
	Diseño y Mantenimiento de Zonas Verdes y Jardines			

Nota. Los servicios que ofrecen la empresa objeto de estudio y la competencia, con sus respectivas fortalezas y debilidades.

1.4.6 Fijación de precios

La estructura de precios en el mercado de control de plagas y servicios relacionados presenta una notable variabilidad. Algunas empresas optan por estrategias de precios bajos con el objetivo de captar una mayor cuota de mercado, mientras que otras se posicionan en el segmento premium, ofreciendo servicios de alta calidad a precios más elevados. En este contexto, es crucial que Fumitécnicas revise y ajuste su estrategia de precios para garantizar que sea competitiva y refleje adecuadamente la calidad de sus servicios.

Tabla 8. Precios de los servicios que oferta la competencia.

Servicio	Fumitécnicas Bucaramanga	ABG Fumigaciones	Fumisantander S.A.S
Control de Plagas Comercial	\$200,000 - \$550,000	\$190,000 - \$520,000	\$210,000 - \$580,000
Recarga, Mantenimiento y Venta de Extintores	\$120,000 - \$150,000	\$115,000 - \$145,000	\$125,000 - \$155,000
Servicios de Desinfección Profunda	\$150,000 - \$250,000	\$145,000 - \$240,000	\$155,000 - \$260,000
Tratamientos para Insectos	\$100,000 - \$350,000	\$95,000 - \$340,000	\$105,000 - \$360,000
Tratamientos para Roedores	\$120,000 - \$180,000	\$115,000 - \$175,000	\$125,000 - \$185,000

Nota. En tabla expuesta se pudieron observar los precios de los servicios que oferta la competencia.

Fumitécnicas debe considerar que sus precios para el control de plagas comercial son competitivos, aunque ligeramente más altos que los de ABG Fumigaciones y más bajos que los de Fumisantander S.A.S. En cuanto a la recarga, mantenimiento y venta de extintores, sus precios se sitúan en el rango medio comparado con sus competidores. Para los servicios de desinfección profunda, Fumitécnicas ofrece precios competitivos, aunque ABG Fumigaciones tiene un rango ligeramente más bajo. En los tratamientos para insectos, los precios de Fumitécnicas son competitivos, con ABG Fumigaciones ofreciendo precios más bajos en el extremo inferior.

Finalmente, en los tratamientos para roedores, los precios de Fumitécnicas se encuentran en el rango medio en comparación con sus competidores. Es esencial que Fumitécnicas ajuste su estrategia de precios para garantizar que sean competitivos y reflejen la calidad de sus servicios, teniendo en cuenta las variaciones en los servicios prestados por metros cuadrados y las diferentes variables en las ofertas de cada empresa.

1.4.7 Distribución

Los competidores de Fumitécnicas, como ABG Fumigaciones y Fumisantander S.A.S, emplean diversos canales de distribución para llegar a sus clientes. Estos incluyen:

- **Ventas Directas:** Contacto directo con los clientes a través de visitas comerciales y llamadas telefónicas.
- **Plataformas Digitales:** Uso de sitios web, redes sociales.
- **Asociaciones Estratégicas:** Colaboraciones con otras empresas y organizaciones para ampliar su alcance y ofrecer servicios complementarios.

Tabla 9. Fortalezas y Debilidades de los Canales de Distribución de la Competencia

Empresa	Fortalezas	Debilidades
ABG Fumigaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Ventas Directas: Realizan ventas mediante visitas presenciales a empresas y conjuntos residenciales, con asesoría personalizada y diagnóstico gratuito. - Plataformas Digitales: Utilizan página web, Facebook e Instagram para agendar citas y captar clientes. - Asociaciones Estratégicas: Convenios con constructoras y administradores de propiedad horizontal para ofrecer servicios de control de plagas en nuevos desarrollos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ventas Directas: Requieren de un equipo comercial amplio y de alta capacitación, lo que eleva los costos fijos. - Plataformas Digitales: Demandas constantes de actualización, inversión en publicidad pagada y gestión de contenidos. - Asociaciones Estratégicas: Riesgo de dependencia de los proyectos de terceros y posibles conflictos de coordinación en la prestación de servicios.

Fumisantander S.A.S.	<ul style="list-style-type: none"> - Ventas Directas: Comercialización directa a través de visitas a empresas industriales y centros educativos, ofreciendo propuestas técnicas detalladas. - Plataformas Digitales: Activos en redes sociales (Facebook, LinkedIn) y con sitio web optimizado para la captación de formularios de contacto. - Asociaciones Estratégicas: Acuerdos con laboratorios y empresas de servicios locativos para ampliar la gama de servicios ofrecidos al cliente final. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ventas Directas: Limitaciones en cobertura geográfica por la necesidad de presencia física del asesor. - Plataformas Digitales: Dependen de campañas digitales bien segmentadas para mantener el flujo de prospectos. - Asociaciones Estratégicas: Coordinación de agendas y cumplimiento de estándares de calidad pueden complicarse en alianzas externas.
-----------------------------	---	--

Oficinas y Localidades de los Competidores

ABG Fumigaciones y Fumisantander S.A.S. se diferencian notablemente en su ubicación, lo que influye en su capacidad para atender a los clientes. ABG Fumigaciones se encuentra en Vía Girón KM6, Carrera 10 #56-40, Oficina 310, Edificio Mercagan. Esta ubicación estratégica no solo les permite acceder fácilmente a un amplio mercado en la región, sino que también optimiza la logística para la atención de emergencias y solicitudes de servicio.

Por otro lado, Fumisantander S.A.S. está ubicada en Carrera 9 #42-38, Oficina 602, Bucaramanga, lo que les otorga una posición ventajosa en el centro urbano de la ciudad, facilitando así el acceso a una mayor concentración de clientes potenciales.

Ambas empresas cuentan con instalaciones modernas que reflejan su compromiso con la calidad y la profesionalidad. Sin embargo, en comparación con Fumitécnicas, tanto ABG Fumigaciones como Fumisantander S.A.S. presentan ventajas en términos de la modernidad y el equipamiento de sus instalaciones, lo que les permite ofrecer un servicio más eficiente y adaptado a las necesidades de sus clientes.

1.4.8 Publicidad y promoción

Competencia y Estrategias Promocionales

Los competidores de Fumitécnicas han implementado campañas publicitarias más constantes, lo que ha resultado en un aumento significativo en la visibilidad y el reconocimiento de su marca. Estas campañas suelen incluir descuentos temporales, promociones de temporada, y el uso de redes sociales y medios digitales para maximizar su alcance.

Resultados de las Promociones

Las promociones de los competidores han mostrado resultados positivos, atrayendo a nuevos clientes y mejorando la retención de los existentes. Estas promociones incluyen estrategias como descuentos por contratación anual, servicios gratuitos adicionales (como desratización sin costo adicional en paquetes de fumigación), planes de mantenimiento trimestral con precios preferenciales. Esto se traduce en un crecimiento en las ventas y en una mayor participación en el mercado, lo que resalta la importancia de la efectividad en las estrategias de promoción.

Estrategias Publicitarias de Fumitécnicas

Fumitécnicas actualmente utiliza estrategias publicitarias que pueden ser consideradas menos agresivas en comparación con las de sus competidores. La empresa debe considerar el desarrollo de campañas más dinámicas y atractivas, que no solo aumenten la visibilidad de la marca, sino que también inviten a la acción.

Comparación con la Competencia

Las actividades publicitarias de Fumitécnicas no son iguales a las de la competencia; la falta de agresividad puede estar limitando el alcance de su mensaje. Es fundamental que la empresa implemente táctica más innovadoras y que aproveche las plataformas digitales para mejorar su posicionamiento en el mercado.

Fortalezas y Debilidades de Fumitécnicas.

Fortalezas:

- Propuesta de valor clara y diferenciada en el servicio.
- Relación establecida con clientes actuales que puede ser aprovechada.

Debilidades:

- Estrategias promocionales menos efectivas que las de la competencia.
- Falta de visibilidad en plataformas digitales y redes sociales.

Para mejorar, Fumitécnicas debe adoptar una estrategia publicitaria que incluya promociones atractivas y un uso más eficaz de las herramientas digitales para mejorar su reconocimiento de marca.

1.4.9 Servicio al cliente

Fumitécnicas ha implementado políticas de servicio al cliente que enfatizan la atención personalizada. Sin embargo, es crucial comparar estas políticas con las de la competencia para identificar áreas de mejora y garantizar que la empresa ofrezca una experiencia al cliente superior y memorable.

Políticas de Servicio al Cliente

Fumitécnicas ha implementado políticas de servicio al cliente que se centran en ofrecer atención personalizada. Esto incluye la capacitación del personal para brindar un servicio atento y soluciones adaptadas a las necesidades de los clientes.

Comparación con la Competencia

Al comparar las políticas de servicio al cliente de Fumitécnicas con las de la competencia, es evidente que aunque las políticas actuales son sólidas, podrían no ser suficientes en términos de innovación y agilidad. Es esencial identificar si las empresas competidoras ofrecen un nivel de servicio más proactivo o utilizan herramientas tecnológicas que faciliten una mejor comunicación con el cliente.

Áreas de Mejora

Para asegurar una experiencia superior y memorable para el cliente, Fumitécnicas debería considerar:

- Implementar un sistema de retroalimentación efectivo que permita recopilar y actuar sobre las opiniones de los clientes.
- Capacitar al personal no solo en atención al cliente, sino también en la gestión de conflictos y resolución de problemas.

Fortalezas y Debilidades del Servicio al Cliente

Fortalezas:

- Atención personalizada que crea vínculos con los clientes.
- Enfoque en la satisfacción del cliente.

Debilidades:

- Falta de proactividad en la resolución de problemas.

Comparativa con competidores que podrían estar utilizando tecnología para mejorar la experiencia del cliente.

1.5 Análisis de la demanda

1.5.1 Mercado meta

A continuación, se presenta un análisis exhaustivo de los sectores económicos en Bucaramanga y su área metropolitana, junto con una tabla que detalla el número de empresas en cada sector. Esta información es crucial para entender la estructura del mercado y orientar estrategias comerciales efectivas.

Tabla 10. Sectores comerciales

Sector	N° de Empresas
Comercio	20,728
Servicios	12,567
Industria	6,210
Restaurantes	4,028
Total	43,533

Nota. Empresas renovadas y activas Cámara de Comercio.

El sector comercio se destaca significativamente como el más robusto en Bucaramanga, con un total de 20,728 empresas, lo que representa un 42.7% del total del mercado. Este dato subraya la importancia del comercio como motor económico de la región. A continuación, el sector servicios sigue con 12,567 empresas, que constituyen un 25.9%. Esto refleja una diversificación en la oferta de servicios, lo cual podría incluir desde servicios profesionales hasta tecnológicos.

La industria y los restaurantes, aunque menos predominantes, muestran también un mercado considerable con 6,210 empresas (12.8%) y 4,028 empresas (8.3%), respectivamente. Este desglose sectorial no solo permite identificar los segmentos más dinámicos, sino que también sugiere áreas estratégicas donde se pueden implementar tácticas de marketing específicas. Por

ejemplo, una campaña enfocada en el sector comercio podría ser más efectiva debido a su volumen, mientras que iniciativas dirigidas a los servicios podrían buscar nichos específicos.

1.5.2 Territorio geográfico

El siguiente cuadro proporciona un desglose geográfico de las empresas en Bucaramanga, dividiendo el análisis entre áreas urbanas y rurales:

Tabla 11. *Territorio geográfico del mercado meta.*

Área	N° de Empresas
Urbana	45,593
Rural	2,92
Total	48,513

Nota. Territorio geográfico extraído de Cámara de Comercio de Bucaramanga.

La mayoría abrumadora de las empresas, 45,593, se localiza en áreas urbanas, representando aproximadamente el 94% del total. Este hallazgo indica no solo una concentración de la actividad económica en entornos urbanos, sino también un mayor acceso a infraestructura, recursos humanos calificados y mercados más amplios. Por el contrario, las áreas rurales, con solo 2,920 empresas (6%), evidencian un mercado significativamente menor, pero no menos importante, ya que podría presentar oportunidades específicas de crecimiento y desarrollo.

Este análisis geográfico es esencial para la formulación de estrategias de distribución y marketing. Entender la ubicación de las empresas permite dirigir los esfuerzos de manera más eficaz, asegurando que se satisfacen las necesidades de las empresas en diferentes contextos. Por ejemplo, en áreas urbanas, la estrategia puede incluir una mayor presencia en línea y logística

optimizada, mientras que en zonas rurales podría ser necesario un enfoque más personalizado y directo.

1.5.3 Compra promedio anual por cliente

A continuación, se determinaron las compras promedio por año, tanto en unidades como en valor, por cada uno de los clientes y por territorio geográfico. Este análisis se realizó con el fin de entender mejor el comportamiento de compra en diferentes sectores económicos y cómo esto varía entre las áreas urbanas y rurales.

Tabla 12. *Compra promedios anuales por sector.*

Sector Económico	Precio Mínimo	Precio Máximo	Compras / Año
Comercio	\$ 200.000	\$ 550.000	148
Servicios	\$ 135.000	\$ 250.000	24
Industria	\$ 200.000	\$ 350.000	86
Restaurantes	\$ 175.000	\$ 360.000	24

Nota. Datos obtenidos de documentos internos de Fumitécnicas.

1.5.4 Compras totales por año

El análisis de las compras anuales por cliente en diferentes sectores económicos revela patrones significativos en el comportamiento de consumo. En el sector Comercio, con un valor por servicio de \$200,000 y 148 compras al año, se observa el mayor total anual por cliente de \$29,600,000, lo que indica un alto volumen de transacciones y una clientela leal. Por otro lado, el sector Servicios, a pesar de tener un valor de servicio menor, de \$135,000, destaca con 240 compras anuales por cliente, alcanzando un total de \$32,400,000, lo que sugiere una alta demanda y un consumo frecuente de estos servicios. En contraste, el sector Industria, aunque tiene un valor por servicio similar al Comercio, presenta solo 86 compras al año y un total anual de \$17,200,000,

indicando un patrón de consumo menos frecuente pero potencialmente de mayor impacto económico por transacción. Finalmente, los Restaurantes, con un valor de servicio de \$175,000 y solo 24 compras anuales por cliente, muestran el menor total anual de \$4,200,000, lo que puede señalar un mercado más limitado o una menor frecuencia de visitas. En conjunto, el total de compras anuales asciende a \$83,400,000, lo que subraya la relevancia de los sectores Comercio y Servicios como motores económicos, mientras que Industria y Restaurantes podrían beneficiarse de estrategias que fomenten un mayor volumen de compras.

Tabla 13. *Compras totales anuales de la empresa.*

Sector Económico	Valor Servicio/ Unidad	Compras/Año	Total Anual por Cliente
Comercio	\$ 200.000	148	\$ 29.600.000
Servicios	\$ 135.000	240	\$ 32.400.000
Industria	\$ 200.000	86	\$ 17.200.000
Restaurantes	\$ 175.000	24	\$ 4.200.000
Total			\$ 83.400.000

Nota. Compras totales anuales de la empresa Fumitécnicas

En la tabla anteriormente expuesta, se pudo evidenciar el sector geográfico, el sector económico, el valor de servicio por unidad, la cantidad de compras promedio por cada sector y el monto total de las compras por año.

1.5.5 Precio promedio

Para calcular el precio promedio de cada servicio, tomaremos el rango de precios de cada empresa y calcularemos el promedio de estos rangos.

Tabla 14. *Resumen de Precios Promedios.*

Sector Económico	Precio Promedio
Comercio	\$ 375.000
Servicios	\$ 192.500
Industria	\$ 275.000
Restaurantes	\$ 267.500

Nota. Tabla de resumen de precios promedio por sector económico.

La tabla de Precio Promedio muestra los rangos de precios de servicios ofrecidos por diferentes sectores económicos y calcula el precio promedio para cada uno. Se recopilaron los precios mínimos y máximos de servicios como Comercio, Servicios, Industria y Restaurantes. Al calcular el promedio, se obtiene un valor representativo que ayuda a entender el costo medio de los servicios en el mercado. Este precio promedio es esencial para determinar el monto total de las compras en los siguientes análisis, ya que proporciona una base clara sobre la cual calcular la facturación esperada en cada sector.

1.5.6 Monto total de las compras

Para determinar el monto total de las compras, multiplicamos las compras totales anuales en unidades por el precio promedio de cada servicio. Supongamos las compras anuales en unidades para cada servicio:

Tabla 15. *Monto Total de las Compras.*

Sector Económico	Compras Totales (Unidades)	Precio Promedio	Monto Total de Compras
Comercio	148	\$ 375.000	14800 * \$375.000 = \$5.550.000.000
Servicios	24	\$ 192.500	24000 * \$192.500 = \$4.620.000.000
Industria	86	\$ 275.000	8600 * \$275.000 = \$2.365.000.000
Restaurantes	24	\$ 267.500	2400 * \$267.500 = \$642.000.000

Nota. Tabla de monto total de compras por sector económico.

La tabla anterior presenta una estimación del valor total de las compras realizadas en cada sector económico. Multiplicando las compras totales anuales en unidades por el precio promedio de cada servicio, se obtiene el monto total de ingresos generados por los diferentes sectores. Por ejemplo, el sector Comercio genera un total de \$5,550,000,000, reflejando un alto volumen de transacciones. Este análisis permite identificar qué sectores tienen un mayor impacto económico y cuáles pueden necesitar atención para incrementar sus ventas. Además, proporciona una visión general del desempeño financiero de la empresa en comparación con la competencia.

Tabla 16. *Resumen del Monto Total de las Compras*

Sector Económico	Monto Total de Compras
Comercio	\$ 5.550.000.000
Servicios	\$ 4.620.000.000
Industria	\$ 2.365.000.000
Restaurantes	\$ 642.000.000

Nota. Tabla de resumen de montos totales de compras.

1.5.7 Demanda potencial

Para calcular la demanda potencial, multiplicamos el monto total de las compras por el porcentaje de participación en el mercado de la empresa. Siendo la participación de mercado de la empresa es del 20%. La tabla incluirá un ajuste por cambios en la participación.

Tabla 17. *Participación en el mercado*

Sector Económico	Monto Total de Compras	Participación en el Mercado (%)	Demanda Potencial
Comercio	\$ 5.550.000.000	20%	$\$5550000000 * 0.20 =$ \$1110000000
Servicios	\$ 4.620.000.000	20%	$\$4620000000 * 0.20 =$ \$924000000
Industria	\$ 2.365.000.000	20%	$\$2365000000 * 0.20 =$ \$473000000
Restaurantes	\$ 642.000.000	20%	$\$642000000 * 0.20 =$ \$128400000

Nota. La tabla de participación en el mercado calcula el potencial de mercado para cada sector económico, basándose en el monto total de las compras y el porcentaje de participación en el mercado de la empresa.

Utilizando un porcentaje de participación del 20%, se estima cuántos ingresos podría generar la empresa si mantuviera esta cuota del mercado. Por ejemplo, el sector Comercio muestra una demanda potencial de \$1,110,000,000, lo que sugiere que la empresa tiene la capacidad de generar una parte significativa de sus ingresos a partir de este sector.

Este análisis es crucial para el plan de mercadeo, ya que ayuda a identificar oportunidades de crecimiento y áreas en las que se puede aumentar la participación de mercado. Además, permite a la empresa ajustar sus estrategias de marketing y ventas para maximizar su rendimiento.

2. Análisis del entorno

El entorno en el que Fumitécnicas opera está influenciado por diversos factores socio-culturales, tecnológicos, económicos y gubernamentales. A continuación, se presenta un análisis detallado de estos factores, destacando las oportunidades y amenazas que impactan a la empresa y el sector de control de plagas en Bucaramanga, Santander, Colombia. Este análisis se basa en datos recientes y proyecciones futuras que permitirán entender el impacto de estos factores en el negocio.

2.1 Entorno socio-cultural

Características Demográficas y Socioeconómicas

El entorno socio-cultural de Bucaramanga y Santander ha sido testigo de un crecimiento poblacional constante en los últimos años. Según el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística), Bucaramanga ha visto un incremento en su población en las últimas dos décadas, con proyecciones que estiman que la población de la ciudad podría superar los 700,000 habitantes en 2025. Este crecimiento ha generado una mayor demanda de servicios urbanos, entre ellos, el control de plagas.

Además, en la actualidad, los consumidores en Bucaramanga están cada vez más conscientes de la importancia de mantener un ambiente limpio y saludable, lo cual ha impulsado el consumo de servicios de fumigación. La población local está cada vez más interesada en mejorar sus estándares de higiene y salud, lo que favorece la demanda de servicios de control de plagas. Sin embargo, también es importante destacar que la inflación y la alta tasa de desempleo en Colombia, que ronda el 10% (según el DANE 2023), pueden reducir el poder adquisitivo de las personas y llevar a las familias a priorizar otros gastos.

Valores Culturales y Aspectos Sociales

Los valores culturales en Bucaramanga están cambiando, especialmente con la creciente preocupación por la sostenibilidad ambiental. Según el Informe de Sostenibilidad Ambiental de Colombia 2023, los consumidores están cada vez más inclinados hacia prácticas ecológicas, lo que se refleja en una preferencia por productos y servicios que promuevan la salud y el bienestar sin comprometer el medio ambiente. Esto representa una oportunidad clave para Fumitécnicas si decide alinear sus servicios con tendencias sostenibles. La adopción de productos biodegradables y la oferta de soluciones de control de plagas menos invasivas podrían ser factores diferenciadores que aumenten la aceptación de la marca entre los consumidores conscientes del medio ambiente.

Sin embargo, también existen desafíos. Si Fumitécnicas no se adapta a estos cambios, podría enfrentar la presión de la competencia, que ya está comenzando a implementar estas prácticas ecológicas. La conciencia ambiental está influyendo fuertemente en las decisiones de compra, especialmente entre los grupos más jóvenes, lo que implica que el alineamiento con estos valores podría no ser solo una ventaja competitiva, sino una necesidad.

Impacto en el Mercado

Los cambios socio-culturales en Bucaramanga, como la creciente conciencia sobre la salud, la higiene y el medio ambiente, tienen tanto oportunidades como amenazas para Fumitécnicas. La oportunidad está en la capacidad de la empresa para adaptarse a la demanda de servicios ecológicos, lo que podría atraer a un segmento más amplio de consumidores. Sin embargo, también existe la amenaza de que, si la empresa no evoluciona, podría perder terreno frente a competidores más ágiles y comprometidos con la sostenibilidad.

2.2 Entorno tecnológico

Innovaciones Recientes en Tecnología

El avance tecnológico en el sector de control de plagas está abriendo nuevas posibilidades para empresas como Fumitécnicas. Las innovaciones recientes, como el uso de drones para fumigación, software de gestión de plagas y el desarrollo de productos químicos más específicos y menos invasivos, están revolucionando la industria. Estas tecnologías permiten una mayor precisión en el control de plagas, reduciendo el uso de productos químicos y, a su vez, mejorando la eficiencia operativa.

Por ejemplo, el uso de drones para fumigar permite a las empresas realizar aplicaciones en áreas difíciles de alcanzar, como techos altos o grandes superficies, sin necesidad de intervención manual directa. Esto no solo mejora la seguridad, sino que también aumenta la precisión y reduce el tiempo de intervención, lo cual es crucial para mejorar la rentabilidad.

Impacto de las Innovaciones Tecnológicas

La adopción de estas tecnologías puede representar una ventaja competitiva significativa para Fumitécnicas. El uso de tecnología avanzada en la predicción y manejo de infestaciones, junto con la capacidad de ofrecer informes detallados a los clientes mediante plataformas digitales, puede aumentar la satisfacción del cliente y fortalecer la lealtad de la base de clientes. Además, el marketing digital y el uso de plataformas en línea para la gestión de citas y la comunicación con los clientes también podrían optimizar la operación.

Sin embargo, no adoptar estas tecnologías podría dejar a Fumitécnicas rezagada frente a competidores que ya están implementando herramientas tecnológicas avanzadas, lo cual podría afectar su capacidad de mantenerse competitiva en el mercado.

2.3 Entorno económico

2.3.1 Inflación y devaluación

La inflación y la devaluación de la moneda son dos fuerzas económicas de alto impacto que pueden influir en el desempeño de cualquier empresa, particularmente en sectores que dependen de insumos importados, como el de control de plagas. La inflación, entendida como el aumento generalizado de los precios, y la devaluación, que implica una pérdida de valor de la moneda local frente a divisas extranjeras, afectan la estructura de costos, la demanda de servicios y la competitividad de las empresas. En 2024, la inflación se desaceleró significativamente, cerrando el año en un 5.20%¹ (Banco de la República, 2024). Sin embargo, la devaluación del peso colombiano frente al dólar fue notable, con una depreciación del 11.53%². Este análisis explora cómo estos factores económicos afectan a Fumitécnicas, con implicaciones en sus operaciones, demanda de servicios y estrategias de mitigación.

La devaluación del peso colombiano también es una preocupación, ya que el costo de los insumos y productos químicos importados podría aumentar, lo que impactaría negativamente en los márgenes de ganancia de Fumitécnicas. A su vez, la empresa podría verse obligada a ajustar sus precios, lo que podría hacer que algunos clientes busquen alternativas más baratas o reduzcan la frecuencia de sus servicios.

2.3.2 Impacto de la Inflación

La inflación elevada en Colombia afecta directamente los costos de operación de Fumitécnicas. Esta empresa enfrenta costos elevados en varios aspectos clave:

Insumos y materiales: La mayoría de los insumos utilizados en el control de plagas son productos químicos (Glifosato, Clorpirifos, Deltametrina y Cipermetrina Derivados de los piretroides, cuyos costos dependen del petróleo), equipos de protección y herramientas

especializadas como aspersores, muchos de los cuales están sujetos a incrementos de precios continuos. Según un informe del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) en 2023, el sector industrial en Colombia registró aumentos promedio del 10% al 15% en costos de insumos, especialmente en productos químicos y manufacturas importadas, directamente relacionados con el control de plagas. Esto eleva los costos variables de Fumitécnicas y reduce su margen de ganancia si no se ajustan los precios de sus servicios en consecuencia (DANE, 2023).

Costos laborales: Con la inflación, existe una presión constante para ajustar los salarios, ya que los trabajadores exigen compensaciones que contrarresten la pérdida de poder adquisitivo. Esta tendencia afecta a Fumitécnicas en dos niveles: los salarios de los empleados y la contratación de servicios externos. Según la Encuesta Nacional de Empleo (DANE, 2023), la presión sobre los costos laborales ha sido especialmente fuerte en sectores que, como el control de plagas, requieren trabajo en campo.

Efecto en los Precios de los Servicios: Fumitécnicas podría verse en la necesidad de incrementar los precios de sus servicios para mantener márgenes de rentabilidad adecuados y cubrir los costos crecientes. Sin embargo, la elasticidad de la demanda en el sector de control de plagas sugiere que los aumentos de precios podrían reducir el número de clientes, especialmente entre aquellos con menor capacidad adquisitiva:

Sensibilidad de la demanda: El control de plagas es percibido como un servicio semiesencial por algunos consumidores, especialmente en entornos residenciales. Según un estudio de Fenalco (2022), en épocas de inflación elevada, las familias colombianas tienden a priorizar gastos esenciales como alimentos, salud y educación. Esto indica que los clientes podrían

reducir la frecuencia de contratación de estos servicios o migrar hacia alternativas más económicas si los precios suben, afectando los ingresos de Fumitécnicas.

Impacto en la Competitividad: El incremento en los costos operativos y de insumos, combinado con la posible reducción de demanda, afecta la competitividad de Fumitécnicas.

Presión de competencia: Los competidores que encuentren formas de reducir costos o mantener precios bajos sin sacrificar calidad podrán capturar la demanda desplazada por los aumentos de precios. Empresas de control de plagas que adopten prácticas de eficiencia y optimización pueden aprovechar esta situación y atraer a los clientes que antes contrataban a Fumitécnicas.

2.3.3 Impacto de la devaluación

Aumento en los Costos de Insumos Importados: La devaluación de la moneda encarece todos los insumos importados, lo que afecta de forma directa el costo de los productos químicos y equipos necesarios para el control de plagas. En Colombia, la dependencia de productos importados en el sector es significativa.

Productos clave encarecidos: La devaluación incrementa el costo de productos importados utilizados en el control de plagas, como insecticidas, fungicidas y equipos de protección especializados. El encarecimiento de estos productos impacta los costos variables de Fumitécnicas, que podría verse en la necesidad de trasladar parte de estos aumentos a los precios de sus servicios (Fenalco, 2023).

Vulnerabilidad a variaciones de tipo de cambio: Al depender de insumos extranjeros, cualquier fluctuación en el tipo de cambio incide en los costos operativos de Fumitécnicas, lo que limita su capacidad para estabilizar precios y reducir su exposición a riesgos cambiarios. La

volatilidad cambiaria se ha incrementado en Colombia en los últimos años, lo cual plantea un riesgo significativo para la rentabilidad de empresas que dependen de productos importados.

Limitaciones en la Accesibilidad a Tecnología Avanzada: La adopción de tecnología en el sector de control de plagas es una tendencia clave que permite a las empresas mejorar su eficiencia y calidad de servicio. Sin embargo, la devaluación limita la capacidad de Fumitécnicas para adquirir tecnología avanzada.

Impacto en innovación tecnológica: La adquisición de tecnologías como drones de fumigación, software de gestión y otros equipos especializados puede verse obstaculizada por el encarecimiento de estas tecnologías, que generalmente son importadas. En Colombia, más del 70% de los equipos de alta tecnología utilizados en el sector de control de plagas son de origen extranjero, lo que implica que cualquier depreciación de la moneda incrementa los costos de adopción de estas tecnologías (Banco de la República, 2023).

Estrategia de Sustitución de Insumos: Para mitigar el impacto de la devaluación en los costos de importación, Fumitécnicas podría buscar alternativas locales. Sin embargo, esta opción presenta desafíos.

Calidad y eficiencia de los insumos locales: Si bien algunos productos pueden reemplazarse con alternativas nacionales, estos a menudo no alcanzan la misma calidad o eficiencia, lo cual podría afectar la efectividad de los tratamientos y la satisfacción de los clientes. Un estudio de la Cámara de Comercio de Bogotá (2023) señala que, en sectores especializados, la sustitución de insumos importados por nacionales puede comprometer la calidad del servicio.

2.3.4 Entorno gubernamental

El sector de control de plagas en el territorio colombiano se encuentra permeado por las políticas públicas y por las estrategias gubernamentales vinculadas a la salud pública, la seguridad

química y el medio ambiente. Entidades del orden nacional como el Ministerio de Salud y Protección Social, el Ministerio del Medio Ambiente y el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) son las encargadas de regular el empleo de plaguicidas y biocidas en el país.

Desde el ámbito político, el Gobierno Nacional ha establecido líneas orientadoras mediante planes de desarrollo y normativas que afectan en forma directa a empresas como Fumitécnicas. Las políticas relacionadas con la sostenibilidad ambiental, la reducción del impacto de productos químicos sobre los ecosistemas, el control de enfermedades transmitidas por vectores, entre otras, han conducido a cambios en los requisitos de operación de las empresas del sector. Además, los tratados internacionales y las implicaciones de acuerdos con organismos como la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización de Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) son el resultado de una regulación más estricta sobre el manejo de plaguicidas.

El ámbito gubernamental no solamente influye en la gestión de las empresas a partir de incentivos o de restricciones de orden normativo, sino que, adicionalmente, le compete a Fumitécnicas estar permanentemente atenta sobre las decisiones y los cambios políticos que afectan al sector, asegurando así el cumplimiento de la normatividad y robusteciendo su posicionamiento en el mercado.

Oportunidad de Posicionamiento en Sostenibilidad

Un entorno regulatorio cada vez más estricto en cuanto a la protección del medio ambiente puede ser tanto una amenaza como una oportunidad. Si Fumitécnicas decide alinearse con prácticas más sostenibles, como el uso de productos ecológicos y la adopción de métodos más amigables con el medio ambiente, podría posicionarse como un líder en responsabilidad ambiental

en la región. Este posicionamiento no solo mejoraría la imagen de la marca, sino que también podría atraer a un segmento de consumidores más amplio, cada vez más comprometido con la sostenibilidad.

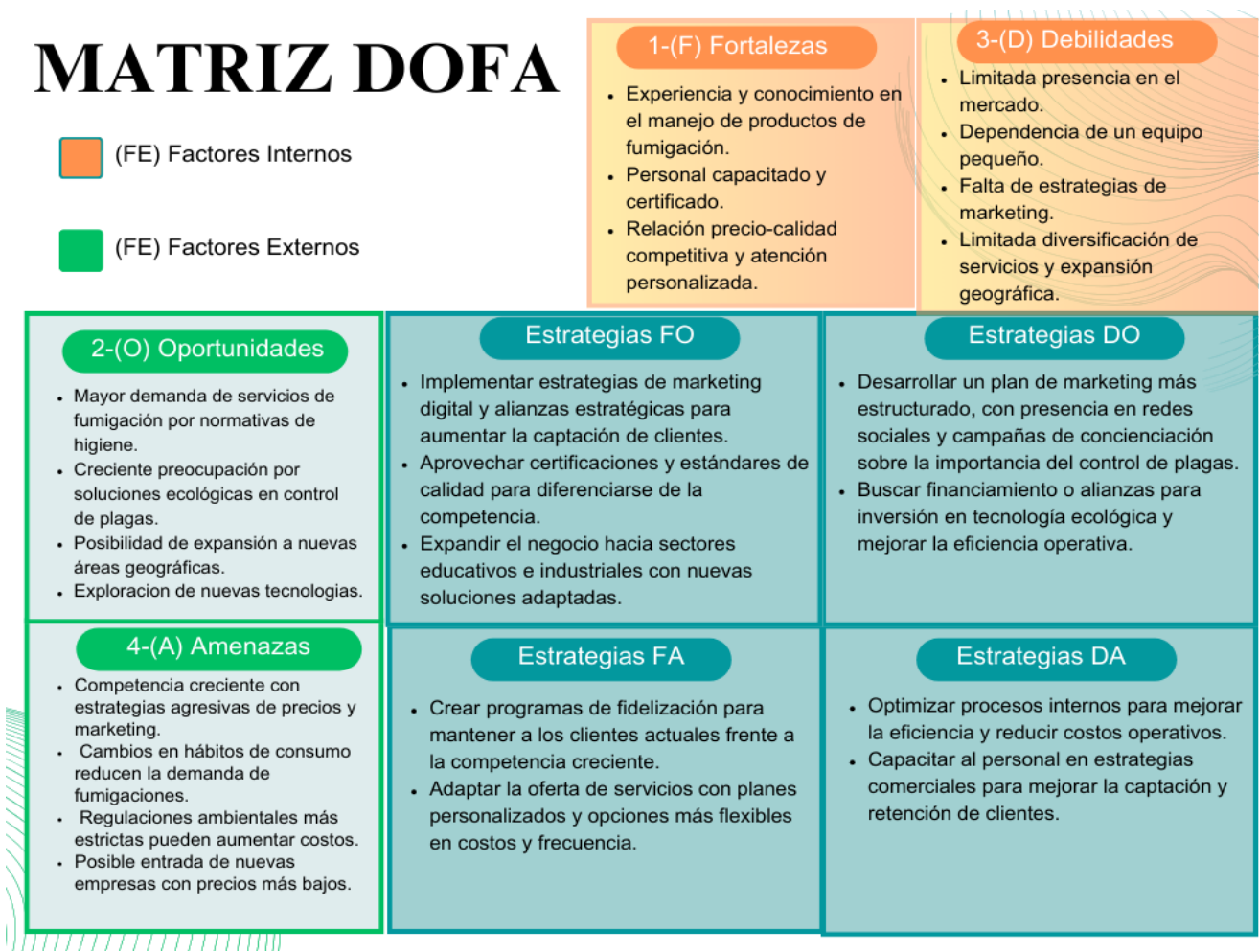
El análisis del entorno sociocultural, tecnológico, económico y gubernamental indica que Fumitécnicas se enfrenta a un panorama mixto con oportunidades y amenazas. La conciencia creciente sobre la salud y el medio ambiente, junto con la adopción de nuevas tecnologías, presenta oportunidades significativas para que la empresa se diferencie y crezca. Sin embargo, la inflación, la devaluación del peso y las regulaciones gubernamentales más estrictas presentan riesgos que deben ser gestionados cuidadosamente.

La clave para que Fumitécnicas mantenga una posición competitiva en el mercado será su capacidad de adaptarse rápidamente a estos cambios, adoptar tecnologías innovadoras y alinearse con las tendencias sostenibles del mercado. La proactividad en la adaptación al entorno regulatorio y el desarrollo de soluciones ecológicas podrían ser los factores determinantes para su éxito en el futuro.

3. Perfil empresarial

Es importante destacar que la matriz FODA es una herramienta estratégica que permite realizar un diagnóstico exhaustivo de la situación interna y externa de una empresa, identificando sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Este análisis proporciona una visión integral sobre los aspectos clave que pueden influir en el desarrollo y éxito de la organización. En el caso de Fumitécnicas, la aplicación de la matriz FODA será fundamental para identificar los factores internos y externos que afectan su desempeño en el mercado de control de plagas, permitiendo así definir estrategias que potencien sus fortalezas, aprovechen las oportunidades y mitiguen las debilidades y amenazas. Este análisis será un componente esencial para la formulación de propuestas estratégicas y el éxito continuo de la empresa en el competitivo sector de fumigación.

Tabla 18. Matriz FODA



Nota. La Matriz FODA fundamental para identificar los factores internos y externos que afectan su desempeño en el mercado de control de plagas, permitiendo así definir estrategias que potencien sus fortalezas, aprovechen las oportunidades y mitiguen las debilidades y amenazas.

4. Formulación del plan de mercadeo

4.1 Visión

En el 2025 ser reconocidos en el mercado, como la mejor empresa prestadora del servicio de fumigación en el control integrado de plagas y así consolidarnos en la región garantizando la satisfacción y confianza de nuestros clientes.

4.1.1. Visión Ajustada

Para 2029, Fumitécnicas será la empresa predominante en control de plagas y fumigación en Santander, destacándose por su innovación, soluciones tecnológicas avanzadas y compromiso con la sostenibilidad. Se consolidará como referente en el uso de métodos ecológicos y efectivos, garantizando la satisfacción y confianza de sus clientes a nivel nacional.

4.2 Misión

Ofrece el mejor servicio para el control integral de plagas con los mejores productos del mercado que garantizan la erradicación de las plagas teniendo en cuenta sobre todo la salud de los clientes a los cuales les prestamos nuestros servicios.

4.2.1. Misión Ajustada

Fumitécnicas se dedica a ofrecer servicios eficaces y sostenibles en el control de plagas, utilizando tecnologías de vanguardia y productos ecológicos. Su misión es proporcionar soluciones personalizadas y de alta calidad, basadas en la profesionalidad de su equipo y su constante innovación, contribuyendo a la salud pública y al cuidado del medio ambiente.

5. Planteamiento de estrategias

Las estrategias de Fumitécnicas están estructuradas conforme al Marketing Mix (Producto, Precio, Plaza y Promoción), buscando aumentar la competitividad, expandir su mercado y mejorar su posicionamiento.

5.1 Estrategia de Producto (Servicio)

Estrategia Implementar nuevas tecnologías y productos ecológicos para diferenciarse de la competencia.

Tabla 19. *Estrategia de Producto*

Servicio	Estrategia	Actividad	% de Aumento
Fumigación y control integrado de plagas	Innovación en producto	Implementar nuevos métodos biodegradables y equipos de fumigación ecológica.	5%
Servicios especializados para empresas	Expansión del portafolio	Desarrollo de paquetes personalizados para industrias, residencias y colegios.	15%

Dicha estrategia consiste en implementar nuevas tecnologías y productos ecológicos para diferenciarse de la competencia, mediante el uso de métodos biodegradables y equipos de fumigación ecológica, así como la expansión del portafolio con paquetes personalizados para industrias, residencias y colegios, fomentando soluciones sostenibles y un mayor alcance de mercado.

5.2 Estrategia de Precio

Objetivo: Aumentar un 5% los clientes mediante estrategias de precios accesibles y flexibles.

Tabla 20. Estrategia de Precio

Táctica	Descripción
Estrategia de precios accesibles	Basar los precios en costos fijos y variables con un margen de contribución optimizado.
Planes de fidelización	Descuentos por volumen y contratos recurrentes con clientes corporativos.
Competitividad de mercado	Diferenciación por valor agregado (fumigación ecológica y personalizada).

Fórmula para fijación de precios:

$$PV = \frac{\text{Costo de Venta}}{(1 - \% \text{margen})}$$

Aumento esperado en ventas: 5% a través de estrategias de precios optimizados.

5.3 Estrategia de Plaza: Estrategia de Expansión y Diversificación de Servicios.

Objetivo: Expandir la cobertura de los servicios a nuevas regiones, aumentando la presencia y alcance de la marca.

Tabla 21. Estrategia de Plaza

Acción	Frecuencia
Expansión geográfica a Girón y Piedecuesta.	Segundo año
Creación de alianzas estratégicas con empresas locales.	Permanente

Acciones:

- Ofrecer planes corporativos para empresas, colegios e instituciones de salud.
- Expandir la operación a más municipios del área metropolitana de Bucaramanga.

- Diseñar paquetes de servicios personalizados según el tipo de cliente.
- Implementar una estrategia de ventas B2B con convenios empresariales.

5.4 Estrategia de Promoción: Estrategia de Marketing Digital y Posicionamiento

Objetivo: Aumentar la visibilidad y captación de clientes mediante estrategias digitales y de fidelización.

Tabla 22. *Estrategia de Promoción*

Estrategia	Acción	Frecuencia
Posicionamiento digital	Publicidad en Google Ads y Facebook Ads	Mensual
Fidelización de clientes	Descuentos para clientes recurrentes	Trimestral
Visibilidad en mercado	Registro en Google My Business y optimización de la página web pagando el dominio.	Anual

Acciones:

- Crear y optimizar redes sociales con contenido educativo y casos de éxito.
- Implementar campañas de publicidad digital (Google Ads, Facebook e Instagram).
- Desarrollar promociones y descuentos exclusivos para clientes recurrentes.
- Mejorar la presencia en Google My Business para captar clientes locales.

6. Implementación de estrategias

A continuación, se presentan las estrategias de implementación basadas en el Marketing Mix, las cuales incluyen el tipo de estrategia, el objetivo que se busca alcanzar y los recursos necesarios para su ejecución.

Tabla 23. *Implementación de estrategias de la empresa Fumitécnicas.*

Marketing Mix (4P's)	Estrategia	Objetivos	Recursos
Producto (<i>Servicios y diferenciación</i>)	Estrategia Implementar nuevas tecnologías y productos ecológicos para diferenciarse de la competencia.	Diferenciación en el mercado y ampliación de portafolio	Humano, tecnológico y económico
Precio (<i>Estrategia de fijación de precios y accesibilidad</i>)	Expansión y Diversificación de Servicios	Aumento del 5% en clientes.	Humano y económico
Plaza (<i>Cobertura y distribución del servicio</i>)	Expansión y Diversificación de Servicios	Expansión a nuevas localidades y empresas.	Humano, tecnológico y económico
Promoción (<i>Publicidad, estrategias de captación y posicionamiento de marca</i>)	Marketing Digital y Posicionamiento	Aumento de la visibilidad y captación de clientes.	Humano, tecnológico y económico

En la tabla presentada anteriormente, se pueden observar las estrategias formuladas con el objetivo de fortalecer el posicionamiento y expansión de Fumitécnicas en el mercado, dichas estrategias suman un 50% crecimiento esperado. La correcta implementación de estas estrategias permitirá aumentar la competitividad y captar un mayor porcentaje del mercado, asegurando un crecimiento sostenible y una mayor presencia en el sector.

7. Presupuestó del plan de mercadeo

A continuación, se puede observar el presupuesto del plan de mercadeo, donde se establecen los costos estimados por cada una de las estrategias planteadas anteriormente.

Tabla 24. *Presupuesto del plan de mercadeo*

Marketing Mix	Estrategia	Objetivo (Frecuencia de Ejecución)	Costo Anual	% de Crecimiento
Producto (Servicio)	Implementación de nuevas tecnologías y productos ecológicos	Diferenciación en el mercado y ampliación de portafolio (Anual)	\$ 3.000.000	7%
Precio	Estrategia de precios accesibles y flexibles	Aumento del 5% en clientes (Revisión trimestral)	\$ 10.000.000	3%
Plaza	Expansión y diversificación de servicios	Expansión a nuevas localidades y empresas (Anual)	\$ 12.000.000	25%
Promoción	Estrategia de marketing digital y posicionamiento	Aumento de la visibilidad y captación de clientes (Mensual)	\$ 30.000.000	15%
TOTAL DE EXPANSIÓN EN EL MERCADO				50%
VALOR TOTAL DEL PLAN DE MERCADEO			\$ 55.000.000	

Nota. Los valores presentados reflejan el presupuesto estimado para la implementación del plan de mercadeo de Fumitécnicas. Estos valores están sujetos a cambios según las necesidades del mercado y las estrategias adoptadas por la empresa.

8. Propuesta de seguimiento y evaluación del plan de mercadeo

En el presente ítem, se desarrolla la propuesta de seguimiento y evaluación del plan de mercadeo, la cual tiene como propósito evaluar el desempeño del plan y realizar de manera inmediata los ajustes necesarios en tiempo y forma establecida para cumplir los objetivos propuestos.

Tabla 25. *Propuesta de seguimiento y evaluación del plan de mercadeo de Fumitécnicas.*

Elemento	Estrategia	Resultados	¿Cumple?	% de Crecimiento Alcanzado	Evaluador
Producto (Servicio)	Implementación de nuevas tecnologías y productos ecológicos	Esperado / No esperado	SI () / NO ()	7%	Gerente
Precio	Estrategia de precios accesibles y flexibles	Esperado / No esperado	SI () / NO ()	3%	Gerente
Plaza	Expansión y diversificación de servicios	Esperado / No esperado	SI () / NO ()	25%	Gerente
Promoción	Estrategia de marketing digital y posicionamiento	Esperado / No esperado	SI () / NO ()	15%	Gerente

Partiendo de lo anterior, a continuación, se expondrán las estrategias planteadas en el presente estudio y su determinado tiempo de ejecución mediante un Diagrama de Gantt para que el evaluador tenga un seguimiento claro de su desarrollo.

Tabla 26. Descripción Detallada de los Métodos de Evaluación.

Objetivo estratégico	Indicador (KPI)	Frecuencia de medición	Responsable	Fuente de verificación
Incrementar las ventas en clientes nuevos	Porcentaje de incremento de ventas (%)	Mensual	Gerente	Reportes de facturación
Captar nuevos clientes	Número de nuevos clientes captados	Mensual	Auxiliar Administrativo	Base de datos de clientes nuevos
Mejorar la satisfacción del cliente	Nivel de satisfacción del cliente (%)	Trimestral	Auxiliar Administrativo	Encuestas de satisfacción
Aumentar la visibilidad en redes sociales	Alcance de publicaciones y campañas	Mensual	Gerente	Estadísticas de redes sociales
Mejorar la eficiencia operativa	Porcentaje de cumplimiento de visitas	Mensual	Supervisor Técnico	Reportes de servicios prestados
Fidelizar a los clientes actuales	Tasa de retención de clientes (%)	Semestral	Gerente	Comparativo anual de cartera
Incrementar la conversión de prospectos	Tasa de conversión de prospectos a clientes	Trimestral	Auxiliar Administrativo	Seguimiento de cotizaciones

El seguimiento y la evaluación constante son esenciales para el éxito de cualquier plan de mercadeo. A través de la combinación de análisis de tendencias de ventas, investigaciones con los clientes, evaluación de la rentabilidad y monitoreo de KPIs clave, Fumitécnicas podrá asegurarse de que su plan de mercadeo se ajuste de forma continua a las necesidades del mercado y logre los objetivos de crecimiento establecidos.

Figura 18. Cronograma de ejecución de las estrategias del plan de mercado

Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Implementar nuevas tecnologías y productos ecológicos	□	■	■	■	■	■
Diseñar paquetes personalizados para industrias, residencias y colegios	□	■	■	■	■	■
Análisis de mercado para fijación de precios accesibles	■	■				
Aplicación de estrategia de precios optimizados		■	■	■	■	■
Ofrecer planes corporativos para empresas y colegios	□	■	■	■	■	■
Expandir la operación a nuevos municipios		□	■	■	■	■
Diseñar paquetes personalizados según el tipo de cliente		■	■	■	■	■
Implementar estrategia de ventas B2B			□	■	■	■
Crear y optimizar redes sociales	■	■	■	■	■	■
Implementar publicidad digital (Google Ads, Facebook, Instagram)		□	■	■	■	■
Desarrollar promociones y descuentos para clientes recurrentes		□	■	■	■	■
Mejorar presencia en Google My Business			□	■	■	■
Diseño de indicadores de gestión	■					
Aplicación del plan de evaluación			□	■	■	■

□ Inicio de la actividad
 ■ Ejecución de la actividad

9. Conclusiones

El presente trabajo de grado ha permitido desarrollar un plan de mercadeo para Fumitécnicas, una empresa con más de 20 años de experiencia en el control de plagas. A lo largo del análisis, se han identificado tanto las fortalezas como las debilidades de la empresa, así como las oportunidades y amenazas presentes en el entorno competitivo.

Fumitécnicas se destaca por su reputación de servicio, la calidad de sus productos y la capacitación constante de su personal. Estas fortalezas, combinadas con la creciente demanda de servicios de control de plagas y la posibilidad de explorar nuevas tecnologías, posicionan a la empresa favorablemente para aprovechar las oportunidades del mercado. La implementación de un departamento de ventas y estrategias de marketing digital, así como la adopción de prácticas sostenibles, son pasos cruciales para consolidar su presencia en el mercado y atraer a un segmento de consumidores cada vez más consciente del medio ambiente.

No obstante, la empresa enfrenta desafíos significativos, como la falta de un plan de ventas estructurado, la ausencia de estrategias publicitarias efectivas y la competencia creciente en el sector. La situación económica del país, marcada por la inflación y la devaluación, también representa una amenaza que podría afectar la demanda de sus servicios. Para mitigar estos riesgos, es esencial que Fumitécnicas desarrolle un enfoque proactivo en la gestión de sus recursos y en la innovación de sus procesos.

El análisis detallado del mercado y desempeño de Fumitécnicas evidencia la necesidad de una renovación estratégica para fortalecer su posicionamiento y competitividad. La empresa ha experimentado una disminución progresiva en sus ventas desde 2020, en gran parte debido a la estabilización de la demanda post-pandemia y el incremento de la competencia en el sector. A

pesar de contar con una base de clientes fiel y una percepción positiva en términos de calidad y servicio, su participación en el mercado se ha visto reducida frente a competidores con estrategias comerciales más agresivas y una mayor visibilidad. Además, el estudio del mercado meta ha permitido identificar nuevas oportunidades de crecimiento en sectores como el educativo, donde la empresa aún no ha consolidado su presencia. Para mejorar su posicionamiento, resulta fundamental optimizar la relación precio-calidad, potenciar la rapidez en la atención y reforzar la estrategia de fidelización de clientes. Asimismo, la empresa debe enfocarse en fortalecer su estrategia de mercadeo digital, establecer alianzas y obtener certificaciones adicionales que refuercen la confianza del consumidor.

El plan de mercadeo propuesto incluye estrategias específicas en áreas clave como producto, precio, plaza y promoción. La creación de una página web paga y la gestión activa de redes sociales son fundamentales para aumentar la visibilidad de la empresa y mejorar la comunicación con los clientes. Además, la implementación de campañas publicitarias más agresivas y la oferta de promociones estacionales pueden atraer a nuevos clientes y fidelizar a los existentes. La adopción de tecnologías avanzadas y la capacitación continua del personal también son elementos esenciales para mejorar la eficiencia operativa y la calidad del servicio.

La correcta implementación de este plan de mercadeo no solo permitirá a Fumitécnicas mantener su competitividad en el mercado, sino también expandir su base de clientes y mejorar su posicionamiento como líder en el sector de control de plagas. La empresa debe continuar adaptándose a las tendencias del mercado y a las necesidades de sus clientes, asegurando así su crecimiento sostenible y su éxito a largo plazo.

Fumitécnicas tiene el potencial de consolidarse como una empresa innovadora y comprometida con la calidad y la sostenibilidad. La ejecución de las estrategias propuestas en este

plan de mercadeo será determinante para alcanzar los objetivos planteados y para enfrentar con éxito los desafíos del entorno competitivo. Con un enfoque estratégico y una gestión eficiente, Fumitécnicas está bien posicionada para seguir creciendo y ofreciendo servicios de alta calidad que contribuyan al bienestar de sus clientes y al cuidado del medio ambiente.

10. Recomendaciones

A partir del diagnóstico estratégico y la propuesta de plan de mercadeo, se sugieren las siguientes recomendaciones orientadas a facilitar su implementación y maximizar su efectividad:

1. Ejecutar primero las estrategias más viables y de mayor impacto, evitando la sobrecarga operativa que podría dificultar la consecución de los objetivos.
2. Incorporar herramientas tecnológicas accesibles y de fácil uso, como plataformas gratuitas de gestión de tareas, diseño gráfico o envío de correos masivos, que pueden mejorar significativamente la organización interna y la comunicación con clientes.
3. Fortalecer la cultura organizacional a través de actividades de integración, espacios de retroalimentación y procesos de formación continua que refuercen el sentido de pertenencia y el compromiso del personal.
4. Aplicar los KPIs establecidos y realizar reuniones periódicas de evaluación, para identificar a tiempo desviaciones, analizar los resultados y tomar decisiones informadas basadas en evidencia.
5. Establecer alianzas estratégicas con entidades públicas o privadas que compartan valores institucionales y puedan aportar recursos, visibilidad o respaldo técnico.
6. Capacitar al equipo en herramientas básicas de gestión de proyectos y marketing digital, para aumentar la autonomía y eficacia en la ejecución del plan.

Estas recomendaciones no solo buscan orientar la acción táctica de la empresa, sino también promover una visión estratégica sostenible que impulse el crecimiento, la innovación y el liderazgo de Fumitécnicas en el mercado de control de plagas.

Referencias Bibliográficas

- ABG FUMIGACIONES. (2021, May 24). ABG FUMIGACIONES. <https://abgfumigaciones.com/>
- Alfonso. (2015, September 21). 5 fuerzas de Porter. Retrieved November 18, 2023, from Economipedia website: <https://economipedia.com/definiciones/las-5-fuerzas-de-porter.html>
- Alguero, M. O. (2024, diciembre 22). Dólar imbatible: 11,53 % fue la depreciación del peso colombiano en 2024. *El Colombiano*. <https://www.elcolombiano.com/negocios/dolar-imbatible-1153-fue-la-depreciacion-del-peso-colombiano-en-2024-KE26113393>
- Base de datos de empresas Cámara de Comercio de Bucaramanga. (s.f.). *La plataforma de datos abiertos del gobierno colombiano*. <https://www.datos.gov.co/Estadisticas-Nacionales/BASE-DE-DATOS-DE-EMPRESAS-CAMARA-DE-COMERCIO-DE-BU/wf53-j577/data>
- Carrero, J. (2023, febrero 1). *Evaluación de factores externos Matriz EFE MEFE*. 2IMMarketing Academy.
- DANE - Territorial Bucaramanga. (n.d.). Gov.co. Retrieved October 29, 2024, from <https://www.dane.gov.co/index.php/servicios-al-ciudadano/tramites/rendicion-de-cuentas/rendicion-de-cuentas-2010?view=category&id=89>
- Kotler, P. (2016). *Marketing management* (15ª ed.). Pearson.
- KOTLER, P., ARMSTRONG, Gary. "Fundamentos de marketing". Sexta edición, Pearson Education, México, 2003

(N.d.-a). Camaradirecta.com. Retrieved October 29, 2024, from https://www.camaradirecta.com/imagenes/vdo_conexion/cone_23604d5d7c2189d3fb95e00d12121275e4c8f8f2.pdf

(N.d.-b). Retrieved October 29, 2024, from http://chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.camaradirecta.com/imagenes/vdo_conexion/cone_73608705cd9c38e33f7275b74984e9914b67a0cc.pdf

Resumen Decreto 1843 De 1991. (2013, November 12). Retrieved November 18, 2023, from Clubensayos.com website: <https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/Resumen-Decreto-1843-De-1991/1246496.html>

Ries, A., & Trout, J. (2001). *Posicionamiento: La batalla por su mente*. McGraw-Hill.

Sánchez, C. (2025, January 10). La inflación en Colombia baja al 5,20% en 2024, pero encara leves síntomas de presión al bolsillo. Ediciones EL PAÍS S.L. <https://elpais.com/america-colombia/2025-01-10/la-inflacion-en-colombia-baja-al-520-en-2024-pero-encara-leves-sintomas-de-presion-al-bolsillo.html>

Sobre nosotros. (2019, November 18). Fumisantander S.A.S. <https://fumisantandersas.com/sobre-nosotros/>

Apéndices

Apéndice A. Carta de la empresa



Expedimos certificado de normas sanitarias vigentes

**FUMIGACIONES COMERCIALES,
INDUSTRIALES Y RESIDENCIALES**

Floridablanca, 25 enero 2025

Srta. Stefhany Alejandra Paúl Cuadros
Estudiante en Gestión Empresarial de 10° Semestre

Universidad Industrial de Santander

Cordial saludo,

Por medio de la presente, me dirijo a usted en calidad de la Gerencia de Fumitécnicas Bucaramanga, con el fin de extenderle este aval en apoyo al proyecto planteado por Stefhany Alejandra Paúl Cuadros ante su institución. Dicho proyecto, titulado Plan de Mercadeo para Fumitécnicas Bucaramanga: Estrategias para Expandirse en el Mercado de Control Integral de Plagas, ha sido detalladamente analizado y consideramos que reúne los requisitos necesarios para ser llevado a cabo.

Confiamos plenamente en la capacidad y compromiso de la estudiante en su ejecución, así como en la viabilidad y beneficios que traerá consigo su implementación. Nos comprometemos a brindar todo el respaldo necesario para garantizar el desarrollo óptimo del proyecto, así como a colaborar en todo lo que esté a nuestro alcance para asegurar su éxito.

Agradecemos de antemano la oportunidad brindada para participar en este proyecto y quedamos a disposición para cualquier consulta adicional.

Atentamente,

JAIRO ENRIQUE REYES L.
Gerente
3004938599-607-6369229



Apéndice B. Encuesta Plan de mercadeo Fumitécnicas

PLAN DE MERCADEO PARA FUMITÉCNICAS BUCARAMANGA

Soy estudiante de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander - UIS. Actualmente estoy desarrollando un plan de mercadeo en la empresa Fumitécnicas Bucaramanga para aumentar las ventas y su visibilidad.

Esta encuesta se lleva a cabo como parte del desarrollo de un trabajo de grado. Por tal motivo, es importante conocer su opinión. Los datos que se solicitan en este cuestionario se utilizarán exclusivamente con fines estadísticos, informativos y académicos.

1. 1. ¿Qué tipo de cliente adquirió el servicio?

Marca solo un óvalo.

Persona natural

Empresa

2. 2. ¿Cuál es el producto o servicio que más adquiere en Fumitécnicas Bucaramanga?

Selecciona todas las opciones que correspondan.

Fumigación

Desinfección

Control de Comején (Termitas)

Lavado y Desinfección de Tanques de Agua Potable

Recarga, Mantenimiento y Venta de Extintores

3. ¿Cuánto hace que conoce la empresa y sus productos?

Marca solo un óvalo.

- Menos de 1 año
- 1 año
- 1-2 años
- 2-5 años
- Más de 5 años

4. ¿Cómo describiría su experiencia general con nuestra empresa?

Marca solo un óvalo.

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

5. ¿Conoce a detalle todos los productos y servicios que ofrece Fumitécnicas Bucaramanga?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

6. ¿Cuáles son los atributos más importantes para usted al escoger un producto o servicio en fumitécnicas? (Seleccione todas las que apliquen)

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Precio - calidad
- Referencias/recomendaciones
- Rapidez del servicio
- Impacto ambiental
- Innovación tecnológica

7. ¿Qué tan satisfecho está con los productos y/o servicios de Fumitécnicas Bucaramanga?

Marca solo un óvalo.

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Neutral
- Insatisfecho
- Muy insatisfecho

8. ¿Con qué frecuencia adquiere los servicios de la empresa?

Marca solo un óvalo.

- Mensualmente
- Trimestralmente
- Semestralmente
- Anualmente

9. ¿Qué canales utiliza para adquirir los servicios de Fumitécnicas Bucaramanga?

Marca solo un óvalo.

- Directamente en la oficina
- Llamada telefónica
- Whats.App
- Redes sociales
- Otros: _____

10. ¿Cómo calificaría el servicio al cliente de Fumitécnicas Bucaramanga?

Marca solo un óvalo.

- Excelente
- Bueno
- Neutral
- Malo
- Muy malo

11. ¿Cómo calificaría la calidad de los servicios de control de plagas de Fumitécnicas Bucaramanga?

Marca solo un óvalo.

- Excelente
- Buena
- Neutral
- Mala

12. Respecto al personal técnico, ¿cumplen con el vestuario adecuado y los implementos que debe usar?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Otros: _____

13. ¿Qué tan importante es para usted que Fumitécnicas Bucaramanga utilice métodos innovadores en el control de plagas?

Marca solo un óvalo.

- Muy importante
- Importante
- Neutral
- Poco importante
- Nada importante

14. ¿Qué tan importante es para usted que los productos utilizados por Fumitécnicas Bucaramanga tengan un bajo impacto ambiental?

Marca solo un óvalo.

- Muy importante
- Importante
- Neutral
- Poco importante
- Nada importante

15. ¿Qué valor agregado le ofrece la empresa que usted considera importante?

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Asesoría personalizada
- Garantía de servicio
- Descuentos y promociones
- Innovación en métodos de control

16. ¿Ha notado cambios en los precios en los últimos años?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No


17. ¿Recomendaría los servicios de Fumitécnicas Bucaramanga a otros?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Tal vez

Apéndice C. Certificaciones

GOBERNACIÓN DE SANTANDER N°: 030201235-6
 Folio 2 Anexo No
 Proc # 245023 Fecha 2024-04-05 14:23
 Tercero: 10940680 DIANA CAROLINA GONZALEZ GOMEZ
 Dep Radicadora: Salud Ambiental - Secretaria de Salud Clase Dec. Salida Tipo
 Doc. Carta. Consec: 07 22 345393
 AL RESPONDER QITE ESTE NUMERO RADICACION # 20240045929

	CERTIFICADO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO EMPRESAS APLICADORAS Y/O EXPENDIO DE PLAGUICIDAS	CÓDIGO	MI-05-RTG-60
		VERSION	3
		FECHA DE APROBACIÓN	14/07/2023
		PÁGINA	Página 1 de 1

CERTIFICADO SANITARIO EMPRESA APLICADORA DE PLAGUICIDAS No. 074 – 2024

EL SUSCRITO SECRETARIO DE SALUD DE SANTANDER

En uso de sus facultades establecidas en la Ley 09 de 1979, Ley 715 de 2001, Decreto 1843 de 1991 y Resolución 1229 de 2013.

TENIENDO EN CUENTA:

Que el señor JAIRO ENRIQUE REYES LANDINEZ, representante legal de la empresa FUMITECNICAS - FUMIGACIONES TECNICAS, identificada con NIT. 13743175-6, presentó ante esta Secretaría de Salud con radicado numero 20246020345 y los documentos para solicitar certificación sanitaria como empresa para aplicación de plaguicidas de forma terrestre en edificaciones, áreas públicas, productos almacenados y vehículos.

Que, revisado los documentos presentados en los oficios de solicitud para la certificación sanitaria, cumplen con los requisitos establecidos en el Decreto 1843 de 1991, entre ellos, la póliza de cumplimiento No. 3850585-8, otorgada por la aseguradora SEGUROS GENERALES SURAMERICANA S.A. con vigencia desde 05-04-2024 hasta el 05-04-2025 y estampilla del Fondo Departamental con recibo No. 2502400176942 del cinco (05) de abril de 2024, la cual se adhiere y anula.

Que de conformidad con la Ley 715 de 2001, Ley 09 de 1979 y el Decreto 1843 de 1991 del Ministerio de Salud y Protección Social, la Secretaría Local de Salud del municipio de Floridablanca realizó la correspondiente visita de inspección sanitaria a la empresa FUMITECNICAS - FUMIGACIONES TECNICAS, por estar ubicada en su jurisdicción, emitiendo Concepto Técnico Sanitario FAVORABLE, como consta en el Acta de Visita para Empresa Aplicadora de Plaguicidas de fecha 27 de febrero de 2024.

Que el artículo 46 del Decreto 2150 de 1995, suprimió la expedición de las Licencias Sanitarias de Funcionamiento contemplada en los artículos 104 y 131 del Decreto 1843 de 1991, por lo que ese tipo de establecimientos abiertos o no al público, para la apertura y funcionamiento requieren del cumplimiento de las condiciones técnico sanitarias, aparte de los requisitos exigibles para garantizar la seguridad establecida en el Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana.

En mérito de lo anteriormente expuesto,

SE CERTIFICA SANITARIAMENTE:

A la empresa que se describe a continuación para realizar sus actividades como **EMPRESA APLICADORA DE PLAGUICIDAS Y DESINFECCIÓN DE AMBIENTES Y SUPERFICIES** en el Departamento de Santander.


NOMBRE	FUMITECNICAS - FUMIGACIONES TECNICAS
NIT.	13743175-6
REPRESENTANTE LEGAL	JAIRO ENRIQUE REYES LANDINEZ
CEDULA CIUDADANIA	13.743.175
ASISTENTE TÉCNICO	Angelica Maria Villabona Pabón Registro Profesional No. 24935 del CPIQ Alberto Baulista Gutiérrez Tarjeta Profesional No. 10.351 del Ministerio de agricultura
DIRECCION	Carreta 33 No. 102-31 Barrio Caidas
TELEFONOS	(300)4938599 – (315)2089646 – (607)6369229
MUNICIPIO	FLORIDABLANCA
DEPARTAMENTO	SANTANDER

El presente certificado tiene validez hasta el día cinco (05) de abril de 2025, el cual puede ser derogado en caso de incumplimiento al Decreto 1843 del 22 de julio de 1991.

Expedida en Bucaramanga, el quinto (05) día del mes de abril de 2024.


EDWIN ANTONIO PRADA RAMÍREZ
 Secretario de Salud Departamental

Aprobó: Zulma Galvis Vilareal, Directora de Salud Integral
 Revisó: Ramon Yessid Uribe Contreras, Coordinador Grupo de Gestión en Salud Ambiental
 Proyectó: Diana Carolina Gonzalez Gomez, Profesional Unif. 76

	Certificado de Prestación de Servicios	Código: R-CO-33
		Fecha: Agosto 2024
		Página: 1 de 1

CERTIFICADO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS ID No. 7499

DESCONT S.A.S. E.S.P., sociedad identificada con NIT No. 804.002.433-1 certifica que **JAIRO ENRIQUE REYES LANDINEZ** identificado(a) con NIT No. **13743175-6**, cuenta con los servicios de recolección, transporte, manipulación y disposición final de los residuos peligrosos y/o especiales generados en el desarrollo de su objeto social, en su sede ubicada en CARRERA 33 # 102-31 municipio de FLORIDABLANCA, departamento de SANTANDER; Esporádicamente, en virtud de la existencia de un contrato vigente desde el 13 de julio de 2009.

DESCONT S.A.S. E.S.P. informa que este comunicado es generado exclusivamente para corroborar la disponibilidad del servicio y no corresponde a un certificado de entrega o disposición final.

Se expide a solicitud del interesado el 23 de diciembre de 2024.

Cordialmente,


Firmado digitalmente por OLGA
JANETH LOPEZ AGUDELO
Nombre de reconocimiento
(DN): cn=OLGA JANETH LOPEZ
AGUDELO, o=DESCONT SAS
ESP, ou=DESCONT SAS ESP,
email=olga@descont.com.co

OLGA JANETH LOPEZ AGUDELO
Representante Legal
DESCONT S.A.S. E.S.P.



El Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

En cumplimiento de la Ley 119 de 1994

Hace constar que

JAIRO ENRIQUE REYES LANDINEZ

Con Cédula de Ciudadanía No. 13743175

Cursó y aprobó la acción de Formación

MANEJO RACIONAL DE PLAGUICIDAS

con una duración de 60 horas

En testimonio de lo anterior, se firma el presente en Floridablanca, a los doce (12) días del mes de abril de dos mil veinticuatro (2024)

Firmado Digitalmente por

ZEGRID FRANCISCO CADENA CASTAÑEDA
Subdirector (E)
CENTRO ATENCIÓN SECTOR AGROPECUARIO
REGIONAL SANTANDER

96773896 - 12/04/2024
FECHA REGISTRO

La autenticidad de este documento puede ser verificada en el registro electrónico que se encuentra en la página web <http://certificados.sena.edu.co>, bajo el número 9122002935911CC13743175C.

Este carnet no tiene validez sin la firma del Coordinador del Grupo Gestión Salud Ambiental



Gobernación de Santander
Secretaría Salud Departamental
Grupo Gestión en Salud Ambiental



CARNET APLICADOR DE PLAGUICIDAS No. CAP-242-2024

NOMBRES Y APELLIDOS	CEDULA CIUDADANÍA
JAIRO ENRIQUE REYES LANDINEZ	13.743.715
EMPRESA APLICADORA PLAGUICIDAS	VIGENCIA
FUMITECNICAS - FUMIGACIONES TECNICAS	05-ABRIL-2025



RAMON YESSID URIBE CONTRERAS
Coordinador Grupo de Gestión en Salud Ambiental