



**ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE VENTAS QUE PUEDAN APLICARSE A  
PINTUCO DE EMPRESAS REFERENTES A NIVEL MUNDIAL EN EL SECTOR  
DE PINTURAS.**

Elaborado por:

Santiago Figueroa Alvarez

Asesor: Gabriel Jaime Salazar Martínez

Tecnología en Gestión del Comercio Exterior y Logística

Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Medellín

2022

## **Resumen**

Este plan de mejoramiento enfocado hacia la empresa Pintuco contiene un análisis de las estrategias de las compañías líderes en el mercado de pinturas a nivel mundial. Para ello, se utilizó una metodología investigativa y documental en la que se recopilaron los datos de las empresas Sherwin Williams, PPG y Akzo Nobel con el fin de conocer cómo actúan en el mercado, sus niveles de ventas y qué estrategias de mercadeo implementan para ser hoy por hoy las compañías líderes en el sector, en donde se encontraron estrategias de fidelización, absorción de la competencia, flexibilidad del catálogo y el funcionamiento de la planta de producción priorizando la sistematización de los procesos. Finalmente, se encontró que a pesar de usar estrategias similares por el concepto son ejecutadas de manera diferente a partir de su comportamiento en el mercado, son diferentes maneras de fidelizar al consumidor final pero efectivas en todos los casos, plantas especializadas con grandes avances tecnológicos enfocados hacia su producto estrella y otros sectores para dar fuerza a los demás y nuevos lanzamientos. También se resalta la imponente de estas empresas frente a la competencia, en la mayoría de las ocasiones termina siendo absorbida y trabajando bajo su nombre. Se encontró que Pintuco ya implementa algunas de estas estrategias a menor escala así que se espera que sean ejecutadas a nivel internacional con el fin de contribuir a su proceso de expansión e internacionalización.

## **Abstract**

This improvement plan focused on Pintuco contains an analysis of the strategies of the leading companies in the paint market worldwide. For this, a research and documentary methodology was used in which data was collected from the companies Sherwin Williams, PPG and Akzo Nobel in order to know how they act in the market, their sales levels and what marketing strategies they implement to be today the leading companies in the sector where strategies of loyalty, absorption of competition, flexibility of the catalog and the operation of the production plant prioritizing the systematization of the processes were found. Finally, it was found that despite using similar strategies for the concept, they are executed differently from their behavior in the market, they are different ways to build loyalty to the final consumer but effective in all cases, specialized plants with great technological advances focused on their flagship product and other sectors to give strength to others and new

launches. It also highlights the imposing of these companies in front of the competition, in most of the occasions it ends up being absorbed and working under its name. It was found that Pintuco already implements some of these strategies on a smaller scale, so it is expected that they will be implemented internationally in order to contribute to its expansion and internationalization process.

## **1. Introducción**

Pintuco es una compañía colombiana que se desempeña en el mercado de Pinturas donde es líder a nivel nacional y ya cuenta con sedes en algunos países de centro américa como Panamá, Costa Rica, el Salvador y Nicaragua. En el primer semestre del 2022 se concretó la venta de la compañía a la multinacional holandesa Akzo Nobel lo cual resulta muy beneficioso en la continuación de su proceso de expansión e internacionalización hacia los países latinoamericanos y hacia el continente europeo. Sin embargo, a pesar de ser comprada por esta gigante compañía también es importante analizar las estrategias empleadas por las demás compañías líderes en el mercado para ejecutar de la mejor manera las estrategias de ventas más exitosas en el sector de pinturas.

Con este plan de mejoramiento se analiza las estrategias de ventas empleadas por las compañías líderes en el sector Pinturas, tomando como referencia a las compañías Sherwin Williams, PPG y Akzo Nobel. A partir de este análisis se pretende saber cuales de estas estrategias pueden ser utilizadas en Pintuco para continuar con su proceso de expansión. Para este proceso se llevan a cabo la entrevista de personal interno de la compañía específicamente a la coordinadora de mercadeo, el auxiliar de mercadeo y al analista de accesorios de la compañía con el fin de conocer a fondo cómo funciona estratégicamente Pintuco en el mercado colombiano. Además, a partir de la investigación y recopilación de diversas fuentes de información, cómo reportes financieros, información sobre la ejecución del plan de acción de las compañías obtenidos de trabajos relacionados, revistas científicas y repositorios universitarios se busca dar respuesta a las estrategias empleadas por cada compañía para mantener su posicionamiento en lo más alto del sector de pinturas y conocer si se pueden aplicar a Pintuco para la internacionalización de la compañía.

Este plan de mejoramiento se divide en 7 secciones en donde se aborda en su totalidad la estructura del trabajo, comenzado por el planteamiento del problema en donde se expone la situación de la compañía a la que se le brinda la solución. Luego se dan a conocer el objetivo general del trabajo y sus objetivos específicos para alcanzarlo. Se continua con los marcos teóricos, conceptual y legal los cuales abordan las teorías soportes del plan de mejoramiento, los términos legales que abordan los temas con los que se trabajan y finalmente las revisiones de literatura de trabajos abordados similares al que se desarrolla. Finalmente se elige la metodología que se llevara a cabo durante el proceso de construcción del trabajo, también aquellos recursos e instrumentos necesarios en la elaboración y aquí termina la primera parte del plan de mejoramiento

Se inicia la segunda parte en donde encontramos los resultados que buscan cumplir el objetivo planteado, luego se continua con el análisis de estos con el fin de dar respuesta a el plan de mejoramiento. Finalmente llegamos a las conclusiones en donde se explica brevemente el proceso de todo lo abordado durante la construcción del plan de mejoramiento y se detallan los hallazgos mas importantes y significativos para el desarrollo del trabajo.

## **2. Justificación**

Con este plan de mejora se proporciona un panorama de recomendaciones sobre estrategias de ventas que pueda utilizar Pintuco a la hora de su expansión hacia el mercado europeo, demás países latinoamericanos conociendo el actuar de su competencia y la forma en la que operan para llegar a sus clientes. Además, se tendrá un mejor posicionamiento de la marca, mejores estrategias de adaptación, mayor reconocimiento de la compañía, diversificación de los productos y por ende mayor flujo de clientes.

En caso de no hacerse, no contara con una base sobre las estrategias que se pueden utilizar en el proceso de expansión de la compañía, se tendría que dedicar más tiempo para estudiar desde el principio el panorama, con el fin conocer a la competencia directa y para ejecutar un plan de ventas para una mejor adaptación.

### **3. Conclusiones y recomendaciones**

En el desarrollo del trabajo se abordaron diferentes temáticas, instrumentos y un profundo análisis de documentos relacionados con el tema sujeto al objetivo del plan de mejoramiento que consiste principalmente en analizar las estrategias de las compañías líderes en el sector de pinturas a nivel mundial que se puedan implementar en Pintuco S.A.S para continuar con su proceso de internacionalización en Latinoamérica y en el continente europeo.

Se encontraron diferentes estrategias de ventas implementadas por las compañías Sherwin Williams, PPG y Akzo Nobel las cuales se dividieron según su punto de enfoque:

La absorción de la competencia es una estrategia ejecutada por las 3 compañías en donde Sherwin Williams presentó un aumento de sus ingresos con la compra de Comex en 2012 de un 7,1% y en 2016 con la compra de Valspar se generó un aumento en sus ingresos del 4.1% en comparación al año inmediatamente anterior. Sherwin Williams aún no se evalúa el comportamiento de la adquisición de Titanium y Pintuco ya que son muy recientes pero se pronostican beneficios positivos en cuanto su proceso de expansión y el aumento de sus ingresos como compañía. PPG por su parte no ha presentado compras muy significativas en cuanto a temas de ingresos pero son compras estratégicas para impulsar sectores específicos de la compañía, como lo es el sector de pinturas automotriz. La estrategia mencionada anteriormente ya es ejecutada por Pintuco a nivel nacional y ha funcionado perfectamente para el proceso de expansión y posicionamiento de la marca.

En cuanto al proceso de fidelización las 3 compañías a pesar de ejecutar estrategias diferentes todas giran hacia el mismo enfoque que es a partir del servicio al cliente sumando otros componentes se puede general con el consumidor final un tema de familiarización con la marca. En este apartado se resalta el programa de Sherwin Williams llamado El Club del Pintor Profesional el cual consiste en precios especiales, obsequios, cursos, capacitaciones y convenciones para las personas miembros. Pintuco cuenta con un programa similar pero a menor escala llamado Fanáticos en el cual se pueden tomar muchos puntos para fortalecer empezando por internacionalizarlo y llevarlo hacia los demás países en donde opera, es sin duda alguna una de las mejores estrategias de fidelización de los clientes.

Como ultima estrategia se presenta la importancia de tener una planta de producción sistematizada y con gran implementación de la tecnología para minimizar costos y tiempo pero maximizar la calidad, eficiencia y producción de la compañía con el objetivo de tener mayor flexibilidad en la fijación de precios en el mercado internacional. Esta estrategia es un pilar para garantizar un buen planeamiento de expansión y tener una buena llegada a nuevos mercados, en el caso de Pintuco a los demás países latinoamericanos y hacia Europa.

Sherwin Williams lidera el sector de pinturas en los últimos años con una importante diferencia gracias a su buen estudio y plan de mercado y la correcta ejecución de todas sus estrategias que hoy por hoy lo tienen como la compañía número 1.

Es importante tener presente que la compra de Pintuco por parte de Akzo Nobel abre muchas puertas y brinda diferentes estrategias para continuar con el proceso de internacionalización de la compañía, ya que es una compañía líder que sabe qué es competir a nivel internacional a gran escala y que con su experiencia puede brindar rutas estratégicas y posibles nuevos mercados a los cuales se puede llegar.

Finalmente, para concluir el uso de estas estrategias no van a garantizar el liderazgo inmediato para Pintuco en el mercado internacional, pero es un buen comienzo tenerlas en consideración en su proceso de expansión porque son estrategias fundamentales que facilitan procesos y proporcionan otras herramientas que permiten a la compañía seguir creciendo y afianzándose como un fuerte competidor en el mercado internacional.

Se recomienda a la compañía sistematizar a gran escala el proceso logístico implementado en el centro de distribución para mejorar los procesos de distribución y minimizar tiempos en la operación. También se recomienda darle mas fuerza a su programa de fidelización llamado Fanáticos, expandirlo hacia los países en los que se desempeña para aumentar la captación de clientes y fidelización de los consumidores finales.