

**PLAN DE NEGOCIOS DE LA EMPRESA PRISMAEMPAQUES UBICADA EN LA
CIUDAD DE BOGOTÁ
DISEÑADORA DE EMPAQUES EN CARTON**

**MARÍA ANGÉLICA ALONSO PEÑA
ALEJANDRO CARTAGENA CASTRO
FREDDY MAURICIO VARGAS MARTÍNEZ**

**CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA TECNOLOGIA EN GESTION DE MERCADEO
2011**

**PLAN DE NEGOCIOS DE LA EMPRESA PRISMAEMPAQUES UBICADA EN LA
CIUDAD DE BOGOTÁ
DISEÑADORA DE EMPAQUES EN CARTON**

**MARÍA ANGÉLICA ALONSO PEÑA
ALEJANDRO CARTAGENA CASTRO
FREDY MAURICIO VARGAS MARTÍNEZ**

**Trabajo de grado para optar al título:
Tecnólogo en Gestión de mercadeo**

**Directora
Liliana Oviedo Zapata
Magíster en Educación**

**CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA TECNOLOGIA MERCADEO
2011**

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del presidente del jurado

Bogotá, 24 de junio de 2011

AGRADECIMIENTOS

En primera instancia a Dios.

Agradecemos a cada una de nuestras familias quienes desde siempre nos han apoyado y motivado para seguir adelante y cumplir nuestros sueños

Gratificamos a la Universidad Minuto de Dios, por habernos facilitado todas las herramientas, por ser la academia que nos ha formado como lo que hoy somos.

A nuestros profesores, por ser testigos de nuestro arduo esfuerzo, partícipes de cada capítulo de nuestra vida académica.

A todas aquellas personas quienes nos apoyaron desde siempre, presentándonos otras alternativas, las cuales fueron un soporte imprescindible.

A todos gracias

TABLA DE CONTENIDO	Página
INTRODUCCIÓN	1
Planteamiento del problema	2
OBJETIVOS	3
Objetivo general	3
Objetivos específicos	3
JUSTIFICACIÓN	4
MARCO DE REFERENCIA	5
Misión	5
Visión	5
Valores corporativos	6
Creatividad	6
Innovación	6
Calidad	6
Responsabilidad social	6
Marco conceptual	7
MODULO DE MERCADEO	
Contexto	9
Oportunidad	10
Objetivo general	11
Objetivos específicos a corto plazo	11
Objetivos específicos a mediano plazo	12
Objetivos específicos a largo plazo	12
PRODUCTO	
Objetivos de producto	13
Descripción de producto	13
Características generales del producto	13
Ficha técnica servicio <i>Prismaempques</i>	14
Ficha técnica para un producto contratado	15
Estrategias de producto	17
PRECIO	
Objetivos de precio	19
Estrategias de precio	19
PLAZA	
Objetivos de plaza	23
Estrategias de plaza	23

PUBLICIDAD	
Objetivos de publicidad	24
Estrategias de publicidad	25
MARKETING ESTRATEGICO	
Segmentación del mercado	27
Consumidor final	29
Papeles de compra	29
Cliente	30
Características del mercado	31
Tamaño del mercado	31
Competidores	33
Análisis del sector	37
Análisis del entorno	38
Matriz DOFA- CAME	41
INVESTIGACION DE MERCADOS	
Introducción	44
Contexto Territorial	45
Población objetivo	46
Geografía	46
Historia	47
Muestra	48
Objetivos de la investigación	49
Encuesta aplicada	50
Resultados de la investigación	53
MODULO DE OPERACION	
Operación	67
Estado de desarrollo	68
Esquema elemental de la prestación del servicio-Flujograma	69
Descripción del proceso	70
Necesidades y requerimientos	74
MODULO DE ORGANIZACIÓN	
Organismos de apoyo.	77
Organización interna <i>Prismaempaques</i>	80
Marco legal	83
Aspectos tributarios, de registro y protección intelectual	83
Gastos de personal	86
MODULO FINANCIERO	
Objetivo	88
Gastos de personal Prismaempaques	88
Punto de Equilibrio	89
Proyecciones de ventas por unidades	90
Proyecciones de venta por precio	90

Precio de venta y condiciones comerciales	92
Mano de obra	92
Costos mensuales directos de operación	93
Gastos administrativos	94
Inversión	95
Presupuestos de costos y gastos fijos	96
GLOSARIO	99
CONCLUSIONES	100
BIBLIOGRAFÍA	102
ANEXOS	

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1 Ficha técnica servicios Prismaempaques

Cuadro 2 Ficha técnica para un producto contratado

Cuadro 3 Segmentación de mercado consumidor final

Cuadro 4 Papeles de compra

Cuadro 5 PIB sector económico de Productos de papel, cartón y sus productos

Cuadro 6 Matriz DOFA

Cuadro 7 Análisis del valor del empaque

Cuadro 8 Necesidades y requerimientos

Cuadro 9 Herramientas y equipos

Cuadro 10 Requerimientos de mano de obra

Cuadro 11 Gastos de personal

Cuadro 12 Punto de equilibrio

Cuadro 13 Proyección de ventas por unidades

Cuadro 14 Proyección de ventas por precios

Cuadro 15 Precios de venta

Cuadro 16 Mano de obra directa

Cuadro 17 Mano de obra fija Indirecta

Cuadro 18 Costos mensuales directos de operación

Cuadro 19 Gastos administrativos fijos

Cuadro 20 Inversión

Cuadro 21 Presupuesto de costos y gastos fijos

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Marca – logo Prismaempaques

Figura 2 Imagen sello Planet Green

Figura 3 Estructura productiva de Bogotá

Figura 4 Cuadro organización jurídica empresas en Colombia

Figura 5 Diagrama estadístico - Organización jurídica empresas en Colombia

Figura 6 PIB 2008 – 2010, sector económico de Productos de papel, cartón y sus productos

Figura 7 Mapa barrio Minuto de Dios

Figura 8 Imágenes de apoyo para la investigación de mercados

Figura 9 - figura 20 Tabulación de Resultados investigación de mercados

Figura 21 Organigrama Prismaempaques

Figura 22 Grafica diseño de propiedad productos Prismaempaques

Figura 23 Grafica diseño estándar productos Prismaempaques

Figura 24 Grafica aceptación proceso de compra

Figura 25 Grafica aceptación impacto visual

INTRODUCCIÓN

La volatilidad del mercado, más que un riesgo es una oportunidad y en el sector diseñador se representa por la falta de empresas dedicadas a diseñar y entregar un paquete completo de soluciones dirigido por profesionales en materia de marketing, es así como la empresa *Prismaempaques* entrará en el mercado local para presentar a las pequeñas y medianas empresas soluciones eficientes en cuanto a la mejora de procesos de innovativos de sus productos, ofreciendo soluciones para empaques de cartón con características estéticas atractivas para los consumidores.

A continuación se presenta el plan de negocios de la empresa *Prismaempaques* donde se expone la viabilidad de sus operaciones y el impacto que tendrá en el mercado Colombiano de los diseños y empaques de cartón.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El tradicionalismo es un factor que afecta directamente desarrollo y producción de empaques para productos alimenticios en el mercado doméstico, la monotonía en diseños y formas hacen ver similitudes entre productos de la misma línea, pero de distintas marcas, es frecuente ver la comparación que realizan los consumidores de estos productos en el punto de venta. Pues bien, basado en este hecho puede evidenciarse que existen aun grandes falencias en el mercado (el cual muchos consideran saturado), falencias por eliminar dando paso a la innovación y la creatividad. Esto se concibe a partir de tendencias más estéticas que pueden verse en mercados internacionales, específicamente en Europa.

Pues bien, en la actualidad las empresas han hecho énfasis en esto dado que el mercado más que pedir, exige modelos innovadores para la motivación de compra esto se debe a la monotonía de los empaques que se ven en los supermercados, sin ninguna diferenciación que permita decidir de forma satisfactoria un producto.

Sin duda alguna, muchos de los gerentes de pequeñas y medianas empresas desearían mantener una relación constante con el desarrollo de sus productos, pero este proceso les resulta muy costoso y prefieren dejar la imagen actual del producto que no genera costos adicionales y da resultados, no aceptan el reto de mejorar, de tomar riesgos, por esto mismo el crecimiento de estos entes permanece nulo.

Es por esta razón, que Prismaempaques quiere dar una respuesta a esta necesidad contribuyendo al crecimiento de las pequeñas y medianas empresas, dando otras opciones y experiencias de compra a los consumidores y finalmente contribuyendo con el desarrollo de la sociedad.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un plan de negocios para la creación de la empresa denominada comercialmente como Prismaempaques S.A.S. diseñadora y asesora en la implementación de nuevas tendencias para diseño y empaques en cartón.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar un plan de negocios para el proyecto empresarial Prismaempaques basados en los conocimientos adquiridos durante el proceso formativo como Tecnólogos en Gestión de mercadeo de la Universidad Minuto de Dios.
- Evidenciar los conocimientos en el campo del marketing y las estrategias propias del proceso.
- Formular procesos creativos e innovadores en el área de diseño para empaques de cartón.

JUSTIFICACIÓN

Prismaempaques es una organización que busca ofrecer una solución integral que satisfaga al mercado actual en cuanto al diseño de empaques para productos alimenticios, teniendo una visión creativa, contemporánea y que contribuya al cuidado y preservación del medio ambiente mediante el manejo responsable del material base cartón.

Al ver la calidad del material y los diseños en los empaques existentes, Prismaempaques decidió como idea de negocio, crear y fomentar diseños para empaques innovadores que impulsen el producto con un valor agregado en punto de venta, generando de esta manera una conciencia ambiental como una forma de responsabilidad social.

La innovación y creatividad, son características esenciales de una idea de negocio, Prismaempaques como organización joven, busca crear un nuevo concepto en cuanto al diseño de empaques, dando respuesta a inquietudes en cuanto a forma, calidad y material del uso cartón, para el empaque de un producto.

El uso de encuestas, y análisis de campo, convierten a Prismaempaques en una organización que resuelve inquietudes con fundamentos teóricos y prácticos para una excelente planeación y desarrollo de producto.

MARCO DE REFERENCIA

En primer lugar se presentan los aspectos generales de la empresa, la columna vertebral de toda organización, que es a donde va, con que herramientas lo hace, los propósitos y el por qué.

En segundo lugar, se lleva a cabo la contextualización del proyecto en sí, dándole paso al marco conceptual donde se explican las características del cartón y como se maneja en el momento de ser usado como empaque de un producto alimenticio.

Misión

Prismaempques es una organización joven, creativa e innovadora dedicada a brindar soluciones integrales en cuanto al diseño de empaques de cartón para productos alimenticios, con los mejores estándares de calidad del mercado.

Visión

Ser reconocidos en el 2015 como una empresa vanguardista, visionaria e innovadora, tanto por la calidad de sus productos como por su compromiso ambiental, será pionera en nuevas tendencias en empaques de cartón a nivel nacional, contribuyendo de esta forma al desarrollo sostenible y económico de la sociedad.

VALORES CORPORATIVOS

Creatividad

Prismaempaques desarrolla productos creativos, incentivando el desarrollo y la creación de nuevas formas y tendencias que impacten positivamente el catálogo de servicios que la organización ofrece.

Innovación

Prismaempaques investiga y fortalece su operación mediante innovadoras técnicas en cuento al diseño de los empaques ofertados al sector de alimentos.

Calidad

Los servicios que ofrece Prismaempaques gozan de un exhaustivo control de calidad, demostrando su competitividad en el mercado de los diseños y empaques de cartón.

Responsabilidad social

Prismaempaques es una organización consiente del cuidado y preservación del medio ambiente, sus clientes gozan y obtienen el reconocimiento de Planet Green, un sello de responsabilidad ambiental propio de Prismaempaques.

MARCO CONCEPTUAL

Descripción general del cartón:

El Glosario de términos sobre el cartón y los envases de este material dice: “El cartón es la materia prima esencial para la producción de envases plegables. En Europa se fabrican cerca de 7 millones de toneladas anuales de este material y aunque hay muchos tipos, la mayoría del cartón consumido se puede catalogar en uno de los cuatro tipos básicos existentes. Todos los cartones se producen a partir de recursos renovables y son reciclables. Todos los tipos de cartón se fabrican utilizando una construcción multi-capas y las diferencias entre los cuatro tipos básicos vienen condicionadas por el material que se usa para realizar cada capa. Algunos utilizan sólo pasta virgen, otros usan fibras recuperadas y otros combinan ambos tipos de pasta. En páginas posteriores, hay ilustraciones de los cuatro tipos básicos de cartón, así como un breve comentario sobre la nomenclatura que reciben, cómo se fabrican y cuáles son sus usos más frecuentes.

Prácticamente todos los cartones que se venden tienen estuco en la superficie superior o de impresión, ya que potencia las calidades de impresión y brillo. Aunque el cartón existe en versiones de peso y gramaje muy variadas, se considera que el gramaje es aproximadamente de 160 g/m² a 600 g/m².

Además de los tipos básicos de cartón, hay muchas variantes adaptadas a usos especiales. Por ejemplo, se le pueden añadir aditivos especiales para hacerlo resistente al agua y a la humedad en envases destinados al sector de alimentos congelados. Otra opción es añadir una capa de plástico directamente sobre el cartón, normalmente mediante extrusión, para otorgarle propiedades barrera contra el agua y la grasa, recurso muy utilizado en los envases del sector de la comida para animales. Otra posibilidad es añadir al cartón un laminado de papel de aluminio o poliéster metalizado para darle un acabado metálico. Estos tipos especiales de cartón son cada

vez más frecuentes, y todavía hay muchos más: cartón específico para microondas, de seguridad, etc.

Descripción general de la pasta y las fibras recuperadas:

El cartón se fabrica a partir de diferentes tipos de pasta o de combinaciones de éstas. Los cartones más comunes utilizan los siguientes tipos de pasta:

Pasta química: en la producción de la pasta química, las fibras se extraen de la madera añadiendo productos químicos a las astillas que disuelven la lignina, que es el cemento que une las fibras una con otra.

Pasta mecánica: en la producción de la pasta mecánica, las fibras se extraen de la madera mediante un proceso mecánico a base de discos metálicos o cilindros de roca especial que desfibran y mueven las astillas hasta conseguir fibras individuales.

Pasta de fibras recicladas: este tipo de pasta se produce mediante el reciclaje de material basado en recortes variados previamente seleccionados. Las fuentes de fibras recicladas son el rechazo generado por las propias fábricas de papel y cartón y la recogida selectiva, por diferentes canales, de productos fabricados con papel y cartón.” (Glosario de términos sobre el cartón y los envases de este material – Procarton.com)

MODULO DE MERCADEO

Contexto

La historia del cartón y sus componentes data aproximadamente de los años de 1840 cuando en los Estados Unidos se inició la utilización de cajas, debido a la gran cantidad de mano de obra que se requería en su fabricación, éstas tan solo se usaban para artículos muy lujosos. Hacia el año de 1879 y luego de exhaustivas evaluaciones acerca de la materia prima y los procesos de creación se perfeccionó el método de grabar y cortar el cartón para darle forma al empaque. La compañía Nacional Biscuit en Estados Unidos introdujo en el mercado una galleta de soda a la cual llamo Uneeda Biscuit. Para proteger su aroma y sabor, la nueva galleta fue empacada en una cajita plegable, la que se envolvió en un papel parafinado y todo el conjunto se cubrió con un papel brillante impreso. El éxito fue resonante e inmediatamente los competidores siguieron el ejemplo. ¿Por qué? Porque unido a una simple estructura, la impresión de la marca, el nombre del producto y un mensaje publicitario, iba emparejando la eficiencia en la producción y empaque, ingredientes todos ellos de un acontecimiento histórico dentro del proceso de comercialización y ventas.

A partir de ese momento las empresas dedicadas a la elaboración de empaques crecen día a día, evolución al cual ha contribuido el desarrollo tecnológico de las artes gráficas.

En los envases o llamados empaques, los factores que más interesan son la plegabilidad, la rigidez del material y la toxicidad de las tintas, las cuales deben ser autorizadas para emplearse en la impresión de los empaques para alimentos.

En el año 2011 en el mes de mayo, los periódicos locales de la ciudad de Bogotá, hicieron referencia de la erradicación del plástico en los mercados

capitalinos, estrategia implementada por el gobierno con el fin de contribuir en la preservación y cuidado del medio ambiente, en este mismo mes, Prismaempaques llevó a cabo una investigación de mercados donde pudo constatar que el consumidor bogotano estaría dispuesto a cambiar los empaques tradicionales de plástico y remplazándolos por empaques de cartón aun cuando este proceso implicaría un costo mayor al actual de varios productos en los mercados.

Oportunidad

El Estado Colombiano está trabajando por la erradicación en el mercado de las bolsas de plástico, recientes noticias dieron a conocer a la población de la capital de la ciudad, la decisión de quitar gradualmente las bolsas de los mercados de plaza, siendo esta una estrategia de inicio para la erradicación total del producto; si bien es cierto que existe la necesidad de empaques de plástico debido a sus componentes de protección para alimentos, estos empaques no serán del mismo calibre ni llevarán impresos con tintas y químicos que afectan el medio ambiente.

Actualmente se producen papeles, cartulinas y cartones de diferentes gramajes, acabados y resistencias frente a los esfuerzos a que deben ser sometidos los materiales transformados. Se elaboran a partir de fibras vírgenes (provenientes de la madera y el bagazo de la caña de azúcar) y por supuesto de fibras recicladas.

Se denominan generalmente cartones aquellos materiales cuyo peso base es mayor a 250g/m². Estos se identifican y comercializan por su peso base o por su calibre, dependiendo del productor. Se utilizan en la elaboración de cajas y de otros recipientes de variadas formas.

A raíz del uso que se puede dar al cartón y sus componentes y la erradicación gradual de empaques en plástico en Colombia, Prismaempaques entrara al mercado

creando las nuevas tendencias en cuanto al uso de empaques para alimentos y sus relacionados.

El diseño de nuevos empaques hará que Prismaempaques marque la diferencia frente a sus competidores, gracias a la creatividad, ingenio y consolidación de la organización, será esta la pionera en la implementación de nuevos diseños, tendencias y empaques en cartón en el sector de las pymes en la ciudad de Bogotá.

Objetivo general

Ser líderes en el marco de dar soluciones eficientes en cuanto a la necesidad de implementar nuevas tendencias en el diseño de empaques para el mercado nacional, desempeñando un papel importante dentro de la sociedad colombiana que contribuya con su desarrollo.

Objetivos específicos a corto plazo

- Presentar el proyecto ante una entidad financiera como Bancoldex, Fondo emprender y Premio Santander; o persona natural que apoye económicamente y/o intelectualmente al desarrollo del proyecto.
- Adoptar nuevos socios que contribuyan al fortalecimiento y desarrollo del ideal.
- Registrar la organización ante las instituciones de control y regulación comercial.
- Dar a conocer a la organización por medio de herramientas tecnológicas.

Objetivos específicos a mediano plazo

- Dar a conocer en el mercado nacional como una empresa, joven e innovadora comprometida con el medio ambiente.
- Consolidar la empresa con el fin de prestar los servicios e imponer una imagen de alta competitividad.
- Ser reconocidos como una empresa que fomenta el desarrollo social, ambiental y económico del sector.

Objetivos específicos a largo plazo

- Ser reconocidos como un ente económico líder en el diseño de empaques de cartón aportando al desarrollo social y económico de la comunidad.
- Incursionar con novedosos diseños en nuevos mercados extranjeros.
- Posicionar la marca a nivel nacional e internacional.

PRODUCTO

Objetivo de producto

Desarrollar un paquete de servicios en el diseño, fabricación y logística de empaques para productos alimenticios producidos por pequeñas y medianas empresas en el territorio nacional.

Descripción del producto

Prismaempaques brinda soluciones eficientes en cuanto al diseño de empaques de cartón para productos alimenticios tales como galletas, cereales, frutos secos, entre otros alimentos de la misma línea. Ofrece asesoría en el diseño del empaque a pequeñas y medianas empresas, exaltando su producto en el establecimiento comercial gracias a sus cualidades visuales, obteniendo un producto creativo, de alta calidad, ergonómico y atractivo para el consumidor.

Características generales del producto

- Cualidades visuales creativas (formas, colores, materiales, tipografía)
- Diseños con base a elementos propios del Packaging
- Diseño basado en investigaciones previas de satisfacción
- Generación de nuevas tendencias en el punto de venta o exposición.
- Producto integrador de todos los procesos de diseño, fabricación y logística de empaques.

Ficha técnica Prismaempaques

FICHA TÉCNICA SERVICIO	
Nombre técnico del servicio	Asesoría y diseño en empaques de cartón
Tipo de proceso	Diseño asistido por computador 2D 3D-CAD
	Investigación de tendencias
	Asesoría en producto
Insumos / implementos directos	
Software	The Box Builder (software de diseño estructural de empaques)
	Suite Corel Draw (software de edición grafica)
Participantes directos en diseño	Tecnólogo en Comunicación gráfica
	Diseñador industrial
	Departamento de diseño
A quien va dirigido	Empresas Pymes sector alimentos procesados: pastas, cereales, pastelería y similares.
Líneas de servicio	Asesoría en tendencias
	Asesoría en diseño
	Asesoría en marca

Cuadro 1 *Ficha técnica servicios Prismaempaques*

FICHA TÉCNICA PRODUCTO CONTRATADO	
Producto	Empaque de cartón
Material	Cartoncillo: estucados hechos con fibras recicladas, superficie limpia en el reverso.
	Kraft: Obtenidas mediante un proceso químico mediante sulfato.
	Folding: Obtenidas por trituración de la madera y separación de la celulosa.
	Material reciclado o “gris”. Obtenido a partir revistas, periódicos, embalajes etc.
Resistencia	Desgaste de rozamiento de acuerdo a su manipulación, de acuerdo al producto a empaçar
Vida útil esperada	Vida útil relativamente corta, dependiendo de sus aditivos, luego de su uso se convierten en residuos sólidos urbanos, variable
Ergonomía	De acuerdo al diseño y producto en su interior
Espesor	Materiales cercanos a los 200 gramos/m ² o 0,12mm hasta 0,56 mm.
Peso	De acuerdo a la cantidad de material utilizado en el empaque.
Elementos	Cartón, capa plastificada o ceras impermeabilizantes
Medio ambiente	Material ecológico y libre de sustancias directamente nocivas

	para la salud
Textura	Lisa
Impresión	Offset de alta calidad, litografía
Colores	Gama de colores CMYK (cian, magenta, amarillo, negro), de Correctas cualidades de visualización
Capas de material	1.Capa superior estucada
	2.Cartón reciclado gris o virgen (permite mezcla)
Barnices o protección	· Barnices anti-humedad.
	· Barnices anti-grasa.
	· Plastificados.
	· Ceras.

Cuadro 2 *Ficha técnica para un producto contratado*

ESTRATEGIAS DE PRODUCTO

Paquete integral de soluciones

Prismaempaques ofrece a sus clientes un paquete general en cuanto al proceso de diseño, fabricación y manejo de la logística del proceso. Estos aspectos hacen parte de un paquete donde el contratante realiza el pedido y este es entregado en planta de empaque, sin tener que llevar a cabo operaciones de pedido, de envío a fabricación, de almacenamiento y de logística de movilidad.

Creación de marca propia para productos

Desarrollo de una marca propia de la organización, la cual estará impresa en los empaques fabricados para los clientes, la marca es el nombre de la organización, su logo y sus colores corporativos, dicha marca está catalogada como marca de fabricante y por ende es de uso exclusivo de la organización. La marca del producto hace parte del desarrollo de diseños de la organización.

Marca de producto:



Figura 1 *Marca – logo Prismaempaques* - Autoría propia

Productos altamente competitivos

El servicio de paquete integral que ofrece Prismaempaques, tiene las garantías de competitividad en punto de venta para los productos contratados debido a que su

nuevo diseño y empaque ofrecen al mercado mayores posibilidades de compra y al productor mayores ingresos por ventas; esto se vio reflejado en el estudio de mercado llevado a cabo por Prismaempaques donde se analizó la aceptación de nuevos empaques en cartón para productos alimenticios en punto de venta, basados en esta variable Prismaempaques garantiza el impacto del producto gracias a sus nuevas características como: tipo de empaque, nuevo diseño, creatividad, ingenio, colores y alta calidad.

Producto Planet Green

Planet Green es un sello de autoría de Prismaempaques y es impreso en los empaques para quienes se realizó el diseño, este sello busca reconocer a las empresas como organizaciones ambientalmente responsables.

Imágenes en evaluación del logo Planet Green:



Figura 2 *Imagen sello Planet Green- Autoría propia*

El servicio llevará impreso el sello de la estrategia Planet Green, al ser la misma organización la creadora e implementadora de ésta, todos los servicios diseñados llevarán el sello incentivando a los clientes a hacer parte de la cadena de

empresas Planet Green las cuales tendrán el reconocimiento Colombiano de empresa ambientalmente responsable.

PRECIO

Objetivos de precio

Brindar a los clientes un precio total del proceso a ejecutar: Prismaempaques llevará a cabo todo el proceso de diseño y envío a fabricación entregando la producción total o acorada en planta del contratante.

ESTRATEGIAS DE PRECIO

Manejo de dos precios de acuerdo a las necesidades del cliente:

- **Diseño estándar piloto:** en el cual Prismaempaques crea un diseño para un producto el cual puede ser usado exclusivamente para el empaque de 5000 productos, el costo de este diseño será de \$ 1.200.000; empacada dicha producción, el cliente de acuerdo a los resultados obtenidos, compra a Prismaempaques los derechos del diseño o renueva un contrato donde pida una segunda fabricación del empaque, con un valor negociado por las dos partes.
- **Diseño de propiedad:** en el cual Prismaempaques es contratado para crear un diseño para la producción total y sin límite de un producto alimenticio, en este caso la organización vende el diseño por un valor promediado de \$ 6.000.000 millones de pesos de acuerdo al tipo de producto y empresa para quien se diseñe un empaque, cuestión a negociar sería la producción permanente de éstos.

Precio basado en la exclusividad del servicio: valor agregado

Como lo afirma Juan Hernández Bravo en su página de Internet: “Mientras más exclusivo sea un servicio, mayor será la discrecionalidad del vendedor en la fijación del precio. En tales circunstancias, es posible utilizar los precios como un indicador de calidad; sin embargo, esta idea es un tanto subjetiva” (Hernández Mayo - 2007)

Prismaempaques prestará un servicio de exclusividad para sus clientes, y constara de tres fases como servicios de valor. Diseño integral, tercerización y envío.

- Creación de diseño, donde a su vez el cliente obtendrá los siguientes beneficios:
 - Evaluación de impacto producto actual.
 - Prueba piloto nueva diseño a implementar.
 - Evaluación de impacto con nuevo diseño
 - Rediseño
 - Diseño final.

- Envío a maquila empaques con nuevo diseño, Prismaempaques llevará a producción los diseños finales, acompañando el total de producción y asegurando la calidad en la fabricación del total de los empaques.

- Entrega en planta de cliente los empaques producidos, Éste no tendrá que llevar a cabo ninguna labor o tarea de transporte o logística para tener en planta la producción, Prismaempaques llevara a cabo la gestión de transporte de acuerdo a los términos negociados.

El servicio general creará en los precios de la organización valores numéricos en la exclusividad de servicio, dado que el contratante realiza el pedido y recibe el pedido en su planta listo para ser utilizado, este proceso genera a Prisma empaques un valor agregado de oferta, mientras que la contraparte se limita a rediseñar y fabricar.

Estrategia de Precio de acuerdo al ciclo de vida

De acuerdo al ciclo de vida, Prismaempaques se encuentra en lanzamiento, por lo cual los precios dados a los clientes son los expresados en la primera estrategia, sin embargo de acuerdo al crecimiento en el ciclo de vida, la organización implementara nuevas políticas de precio, aumentando los valores de cobro por el servicio.

Referente al ciclo de vida de los productos contratados para diseño:

- Si la empresa contratante tiene un producto en lanzamiento y Prismaempaques es contratada para el diseño a dicho producto, las políticas de precios serán las siguientes:
 - Contrato de “diseño de propiedad”, donde la organización diseñará y la propiedad de este es exclusiva de la empresa contratante.
 - Si la empresa contratante tiene un producto en madurez o declive, se manejará el precio de diseño “estándar piloto” de manera que el cliente pueda evaluar el impacto del producto con el nuevo empaque y la permanencia o no de este en el mercado.

Estrategia de precio basado en beneficios.

Prismaempaques venderá a sus clientes beneficios más que características, a lo largo de los años el mundo a conocido por diferentes fuentes los altos niveles

contaminantes que producen los plásticos y sus derivados, actualmente la mayoría de los productos de los mercados en Colombia son empacados en plástico y derivados por lo que la contribución con el cuidado y la preservación del medio ambiente se limita a generar ganancias para una minoría.

El cliente de Prismaempaques obtendrá en su compra el beneficio de ser una empresa ambiental, un incentivo que le dará la denominación de empresa verde, por ejemplo “Alpina Planet Green”, esta frase irá impresa en todos los empaques para quien se contrató el diseño, y estará publicada en la página de Internet en un link especial con una reseña donde se da a conocer al público las buenas prácticas ambientales de la organización.

En las cuentas de Facebook y Twitter de la organización daremos a conocer aquellas empresas que recibieron el sello de Planet Green con el fin de darles el reconocimiento de ser ambientalmente responsables.

Planet Green se convertirá en un sello ambiental reconocido en Colombia por el público consumidor de alimentos empacados en cartón dado su responsabilidad social ambiental contraída con el país y sus habitantes.

Estrategia de precio basado en la forma de pago.

Si el cliente contratante de un diseño de propiedad realiza su pago de contado, tendrá un descuento del 10 % sobre el valor total del servicio prestado.

Si realiza el pago a 30 días calendario tendrá un descuento del 5 % sobre el valor total del servicio contratado

Si el cliente contratante de un diseño estándar piloto realiza su pago de contado, tendrá un descuento del 3 % sobre el valor total del servicio contratado

El cliente podrá realizar sus pagos a 30 o 60 días de acuerdo a lo pactado por las partes, sin embargo al realizar un pago a una fecha mayor a 30 días el cliente perderá el beneficio de descuentos y obsequios dados por Prismaempaques (Afiches, llaveros, calendarios, entre otros)

PLAZA

Objetivos de plaza

Brindar a los clientes un espacio virtual y real por medio del cual puedan acceder a los servicios de Prismaempaques conociendo todo lo relacionado a sus procesos en calidad, precios, distribución, y novedades.

ESTRATEGIAS DE PLAZA

Creación página de Internet, donde los clientes de Prismaempaques podrán ingresar a un mundo virtual ambiental de packaging donde de manera interactiva podrán conocer los servicios que presta la organización y los beneficios a los que podría acceder al hacerse cliente de esta.

En la página de Internet www.prismaempaques.jimdo.com los clientes visitantes podrán diseñar su empaque en un simulador instalado siendo guiados por un agente quien le va contando los servicios de la organización y las ventajas y beneficios a los que podría acceder, por medio de un Chat conducido.

Redes sociales estratégicas y de evaluación, donde en la plataforma de Prismaempaques sus clientes podrán conocer la opinión de las personas acerca de la importancia del uso de empaques en cartón y con diseños novedosos y creativos.

Por estos medios (Facebook, Twiter) y sus herramientas se llevarán a cabo evaluaciones de productos actuales, pidiendo a los seguidores cuenten sus apreciaciones

de empaques o ideas novedosas de diseño, los clientes por este medio podrán crear un vínculo con la organización, conocer la opinión de los consumidores y sus perspectivas para con los empaques y por el mismo medio se procederá a re-direccionar a los futuros clientes a la página oficial de Internet y a planificar una cita entre las partes. (Mayor información estratégica de estas redes en las estrategias de publicidad).

Se contará con una oficina de reuniones en la Cr. 13A No. 89 - 38 Nipon Center, donde se llevaran a cabo las reuniones de cita y presentación de la organización a los clientes de la misma.

En este lugar, el cual es alquilado para juntas Prismaempaques, para los momentos de encuentro con clientes y presentación de sus servicios, se servirá de imágenes, brochures y pendones para crear un clima corporativo donde los clientes se sientan impactados y motivados para conocer y negociar con la organización.

Línea especializada de atención al cliente: los clientes de Prismaempaques contarán con una línea telefónica nacional donde se podrán comunicar para conocer acerca de la organización y los servicios que esta oferta, en esta línea telefónica un agente del área comercial brindará toda la información necesaria para que los clientes tomen la decisión de hacer parte del grupo de clientes de la organización y de las empresas con el sello Planet Green. Por medio de esta línea se prestarán todos los servicios de asistencia pre y post durante la prestación del servicio.

PUBLICIDAD

Objetivos de publicidad

Dar a conocer la organización por medio de herramientas publicitarias físicas y virtuales, presentado de manera creativa y por imágenes los servicios ofertados por la organización.

ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD

Página de Internet

www.prismaempaques.jimdo.com, página de Internet donde los clientes podrán ingresar y conocer las ofertas de los servicios de la organización a la vez de sus promociones y descuentos por contratación y forma de pago. En este mismo lugar encontrarán toda la información necesaria para contactar la organización y hacer sus pedidos.

Redes sociales

Creación de cuentas en las redes sociales de Facebook, y Twiter, bajo la denominación de Prismaempaques, en estas plataformas la organización interactuara con sus seguidores con el fin de conocer sus necesidades y deseos en cuanto a diseños de empaques. Por medio de las redes sociales se darán a conocer nuevas tendencias, estadísticas de contaminación mundial por empaques de plástico y se propagara el sello de responsabilidad ambiental Planet Green.

Boletín mensual

Envío mensual de un boletín electrónico donde la organización dará a conocer las tendencias mundiales de empaques, las estrategias que se están desarrollando en cuidado y prevención del medio ambiente, la manera de hacer parte del cambio y las organizaciones Colombianas que han contratado con Prismaempaques y tiene en su operación el sello Planet Green de empresa ambientalmente responsable.

Folletos y brochures Prismaempaques

Se hará llegar a los posibles clientes potenciales de la organización un brochure donde se dará a conocer todo lo relacionado a la organización, los beneficios al contratar el servicio y los descuentos a los que puede acceder.

Feria y ruedas de negocios

Prismaempaques participará activamente en las ferias y ruedas de negocios que organiza la cámara de comercio de Bogotá en la cual se reúnen empresarios de diferentes sectores, a ellos se les dará a conocer la información de la organización y lo relacionado a sus servicios.

Obsequios

La organización obsequiará a sus clientes diferentes accesorios de uso cotidiano con los logos de la misma (esferos, botones, llaveros, pasillos, almanaques etc.)

MARKETING ESTRATÉGICO

Segmentación del mercado

Segmentación de mercado consumidor final

SEGMENTACIÓN	VARIABLES	EJEMPLOS
Conductual	<p>Beneficios buscados, uso del producto.</p> <p>Sensibilidad del precio.</p>	<p>Funcionalidad, estética, calidad, mejora de imagen, resistencia, ergonomía.</p> <p>Buena acogida por parte de las personas a pesar de que el precio será alto que el empaque de cartón.</p>

Demográfica	<p>Edad</p> <p>Género</p> <p>Ingresos</p> <p>Ocupación</p> <p>Educación</p> <p>Ciclo de vida familiar</p> <p>Religión</p> <p>Clase social</p>	<p>18 años en adelante con poder económico adquisitivo.</p> <p>Indiferente.</p> <p>Ingresos económicos mayor o iguales a un salario mínimo legal vigente.</p> <p>Amas de casa, estudiantes, trabajadores dependientes e independientes, pensionados.</p> <p>Secundaria (pues le prestan más atención a cuestiones como diseños, identificación con la personalidad, colores, etc.)</p> <p>Padre, madre, abuelos, hijos (como sujeto influenciador)</p> <p>Indiferente</p> <p>Estrato tres en adelante</p>
Geográfica	Región	Ciudad de Bogotá
Psicográfica	<p>Personalidad</p> <p>Estilo de vida</p>	<p>De carácter y poder para decidir, de gustos marcados, persuasión visual, atracción por lo atrevido, aventurero, arriesgado.</p> <p>Desde lo agitado, hasta lo pasivo.</p>

	Motivos	Calidad, imagen, estatus, medio ambiente
--	---------	--

Cuadro 3 Segmentación de mercado consumidor final

Consumidor final

Amas de casa, estudiantes, trabajadores dependientes e independientes y pensionados con ingresos económicos iguales o mayores a un salario mínimo legal vigente, personas de carácter y poder para decidir, de gustos marcados, persuasión visual, atracción por lo atrevido, aventurero, arriesgado. Que vivan en el estrato socioeconómico número 3 y que realicen sus compras en pequeñas y medianas plazas de mercado.

Papeles de compra

PAPEL	AGENTE
Iniciador	Personas o familias compradoras de productos alimenticios empacados en cartón de los estratos socioeconómicos número 2 y 3, que realizan sus compras en pequeñas y medianas plazas de mercado.
Influenciador	Prismaempaques, mediante la divulgación del uso de empaques en cartón y con diseños creativos y visionarios, como medio de cuidado y preservación del medio ambiente.
Quien decide	Pequeñas y medianas empresas, productoras de alimentos para estratos socioeconómicos número 2 y 3. Consumidor que desea, acepta y compra nuevos productos empacados en cartón.
Comprador	Pequeñas y medianas empresas, productoras de alimentos

	para estratos socioeconómicos número 2 y 3
Usuario	Personas o familias compradoras de productos alimenticios empacados en cartón de los estratos socioeconómicos número 2 y 3, que realizan sus compras en pequeñas y medianas plazas de mercado.

Cuadro 4 *Papeles de compra*

Ciente

Pequeñas y medianas empresas colombianas productoras de alimentos secos para la canasta familiar (cereales, pastelería, pastas y similares).

Según Bancoldex en Colombia el sector empresarial está clasificado en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, esta clasificación está reglamentada en la Ley 590 de 2000 y sus modificaciones (Ley 905 de 2004), conocida como la Ley Mipymes.

De acuerdo al promotor de comercio exterior – Bancoldex – en su página de Internet afirma que Pyme es: “El término Pyme hace referencia al grupo de empresas pequeñas y medianas con activos totales superiores a 500 SMMLV y hasta 30.000 SMMLV.”

Características del mercado

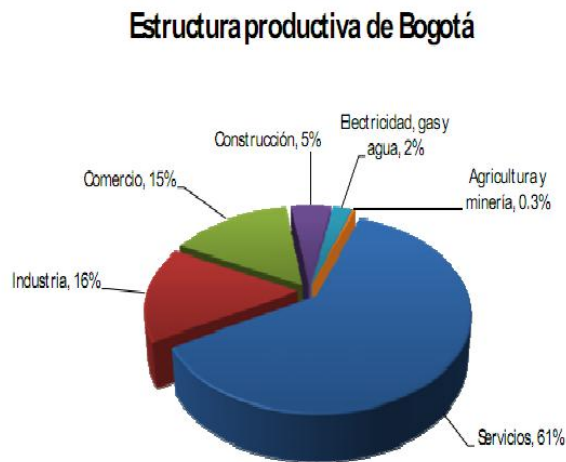


Figura 3 *Estructura productiva de Bogotá*

Fuente: DANE., cuentas Regionales Departamentales 2007.

Cálculos: Dirección de estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá

Según la gráfica anterior, el sector de los servicios cuenta en Bogotá con el mayor porcentaje de participación en la estructura productiva de la ciudad, siendo la industria con un 16% el segundo sector de mayor participación; los productores de alimentos están ubicados en este último sector, por lo que su mercado resulta altamente representativo para la estructura productiva general de Bogotá.

Tamaño del mercado

Según la cámara de comercio de Bogotá (Registro Mercantil 2010), existen en la ciudad, un total de 28.433 pymes las cuales están categorizadas en los diferentes tipos de constitución legal del comercio Colombiano.

La siguiente grafica muestra el total de empresas según su organización jurídica y tamaño en la ciudad de Bogotá:

ORGANIZACIÓN JURÍDICA	Tamaño				Total
	Microempresa	Pequeña	Mediana	Grande	
Empresa Unipersonal	10714	819	52	6	11591
Empresas Asociativas	163	10	1	0	174
Persona Natural	148127	3467	283	31	151908
Sociedad Anónima	6004	4539	2616	1136	14295
Sociedad Colectiva	30	10	4	1	45
Sociedad en Comandita	215	283	107	31	636
Sociedad en Comandita	2630	1625	279	32	4566
Sociedad Extranjera	412	189	137	87	825
Sociedad Limitada	44661	12230	1782	211	58884
Total	212956	23172	5261	1535	242924

Fuente: Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Bogotá.

Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.

Figura 4 Cuadro organización jurídica empresas en Colombia

Los porcentajes de participación de acuerdo al tamaño de las empresas se ven representados en la siguiente tabla, donde las pequeñas y medianas empresas, representan el 11% del porcentaje total en la ciudad de Bogotá, es este el porcentaje de mercado al que Prismaempaques dirige sus operaciones de diseño y creación de nuevas tendencias para los empaques de sus productos.

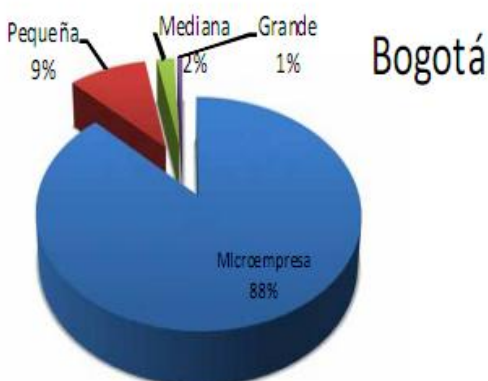


Figura 5 Diagrama estadístico - Organización jurídica empresas en Colombia

COMPETIDORES

A continuación se presenta un detallado análisis de las características de las empresas que representan una alta competencia para Prismaempaques.

CARTONERÍA MOSQUERA S.A.

Es una empresa que pertenece al sector hace aproximadamente 25 años, de características y valores familiares.

Cartonería Mosquera se encuentra ubicada en la Calle 18 A sur No. 31-6, aseguran la participación en el mercado por medio de personal capacitado, y calificado para cada una de sus tareas.

Sus objetivos establecen:

- Satisfacer las necesidades de empaque y materias primas de cada cliente.
- Compromiso social y ecológico en el país
- Desarrollo de planes sociales y la incorporación de técnicas que ayuden a mantener un medio ambiente sano.

Cartonería Mosquera ofrece entre su conjunto de soluciones en empaque, una asesoría especializada en Arte Gráfico y Arte industrial, realzando valores de marca para un correcto posicionamiento, creando una mejor recordación dentro de un público objetivo, evaluando la resistencia requerida por parte de su producto, y analizando las calidades y cualidades de los materiales en los que finalmente se producirá su empaque.

Esta organización ofrece una amplia gama de empaques para productos alimenticios, calzado, ferretería entre otros. Fortalece su imagen gracias a su página de Internet,

ofreciendo catálogos de diseño, posibilidades y opciones para la correcta fabricación de empaques.

Información comercial:

Página Web <http://www.cartoneriamosquera.com/>

Teléfonos: pbx (057-1) 744 44 30

Calle 18 A sur No. 31-61

Bogotá Colombia

PROMOCIONALES GROUP LTDA.

Empresa que cuenta con experiencia de aproximadamente 9 años en el sector. Esta, se especializa en el diseño, desarrollo y producción de empaques y material de exhibición y POP, como lo son empaques para punto de venta en cartulina esmaltada (panadería, golosinas, comidas rápidas etc.), empaques corrugados y micro corrugados (bases para frutas, alimentos que requieren alta resistencia en su empaque) y materia exhibidor POP (folletos, afiches, rompe tráfico etc.).

Promocionales Ltda. Presta el servicio de impresión cola minada y troquelado al sector gráfico en la ciudad de Bogotá, entre otros servicios encontramos: impresión offset, laminado pliego, laminado sobre cartones y cartulinas y troquelado pliego.

Entre sus clientes existen grandes empresas alimenticias o comercializadoras como por ejemplo: Alquería, grupo Éxito, Flor Expo, Empresa de licores de Cundinamarca, Doria, Bimbo entre otras.

La publicidad generada por medio de su página Web es esencial y brinda la información necesaria por parte del cliente, gracias a su diseño y calidad en la manipulación de la información.

Información comercial:

Página Web <http://www.promocionalesgroup.com/>

Teléfonos (1) 2779988

CL7-31-62

Bogotá-Colombia

BAGS & PAPERS

Es una empresa constituida hace aproximadamente 12 años siendo filial de Univerprint Corporation Ltda. Su portafolio de productos incluye bolsas publicitarias, cajas, etiquetas, publicaciones, papeles, tarjetas. Demuestra gran dominio de material y diseño de empaques a pesar de tener un pequeño portafolio de productos y estar encaminados principalmente al diseño y fabricación de bolsas publicitarias.

Bags & papers nació como resultado de un proyecto de grado –pregrado- en Administración de empresas, y se enfoca en empaque y material publicitario del sector comercial de productos cosméticos, alimentos nacionales y extranjeros y distribución de papeles especiales y con valor agregado.

Su proceso de fabricación comprende el uso de tecnologías de vanguardia para el diseño y fabricación de empaques y sus productos son ampliamente reconocidos en el sector.

Información comercial:

Página Web <http://www.bagsnpapers.com/>

Teléfonos (57) - 1 - 2921048

Calle 16 No 68D - 48

Bogotá

Colombia

EMPAQUES Y CARTONES LTDA.

Es una empresa que lleva en el sector aproximadamente 20 años, realizando empaques de cartón para grandes y pequeñas compañías en Colombia. Sus productos tienen un alto valor agregado, y utilizan 5 pilares fundamentales en su industria como lo es la creación de productos limpios, eficientes, llamativos y ecológicos, estando siempre a la vanguardia en tendencias mundiales, buscando un desarrollo sostenible.

Su gama de productos ofrece la creación de cajas plegadizas y bolsas de papel. El primero ofrece empaques de cartón ideales para la protección de productos de bajo peso, ofreciendo la resistencia adecuada por parte del material. Entre los productos que utilizan este tipo de material, encontramos comidas Rápidas, Pastelerías, Productos de Consumo Masivo etc. Entre sus materiales encontramos la utilización principalmente de cartones Kraft blanco de calibres desde 0,12mm hasta 0,56 mm.

Información comercial:

Página Web <http://www.empaquesycartones.com.co/>

Teléfono: (571) 4183133 - TRV 96I No 15C 73

Bogotá

Análisis del sector

Prismaempaques a pesar de estar enfocado en el diseño y su tercerización manufacturera por parte de terceros, estableciendo alianzas comerciales, sus actividades estarán enfocadas a productos del el sector económico de Productos de papel, cartón y sus productos, la siguiente es la Información estadística PIB 2008 – 2010 del sector:

PERIODO		PRODUCTOS DE PAPEL, CARTÓN Y SUS PRODUCTOS
2008	I	480
	II	493
	III	505
	IV	508
	Anual	1.986
2009	I	488
	II	472
	III	470
	IV	466
	Anual	1.896
2010	I	488
	II	501

	III	471
	IV	482
	Anual	1.942

Cuadro 5 PIB sector económico de Productos de papel, cartón y sus productos

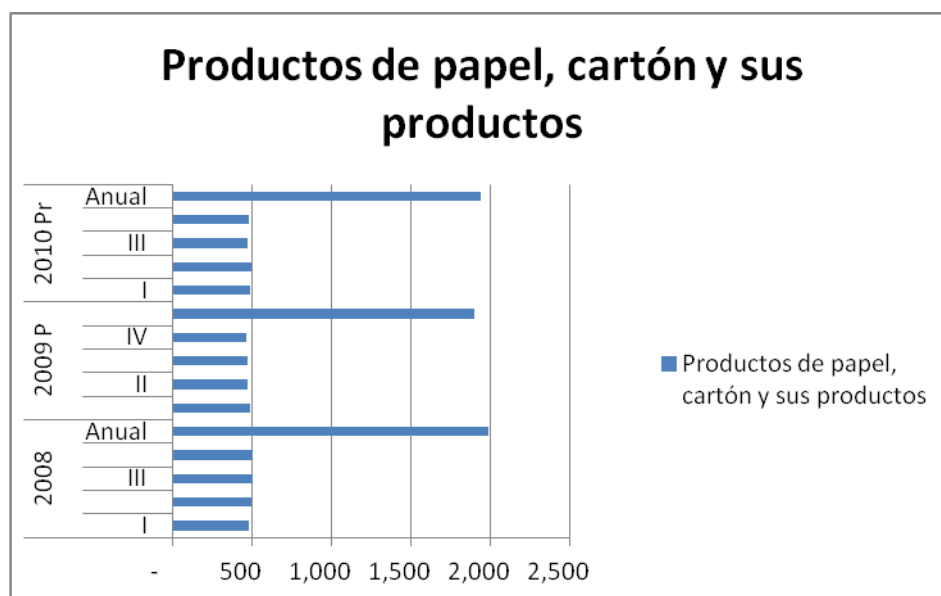


Figura 6 PIB 2008 – 2010, sector económico de Productos de papel, cartón y sus productos

ANÁLISIS DEL ENTORNO

Factores económicos

Oportunidades: Prismaempaques, como diseñador y tercerizador manufacturero de empaques de cartón considera que el poder adquisitivo de las personas o clientes potenciales de los productos a empacar -de acuerdo a los resultados de la investigación de mercados-, permite que puedan comprar un producto empacado en materiales como el cartón y diseños ofrecidos por Prismaempaques a un costo relativamente más alto, sin afectar su economía

Amenazas: Las pequeñas y medianas empresas poseen un capital relativamente pequeño, y una inversión por pequeña que sea, es analizada a fondo. Los empaques de cartón diseñados y manufacturados por terceros de Prismaempaques, aumentan los gastos de empaque de un producto en específico, generando traumatismos dentro de la organización, especialmente en este tipo de negocios.

Factores socio demográficos y culturales

Oportunidades: De acuerdo a la investigación de mercados realizada en un sector específico (barrio Minuto de dios estrato 3) en la ciudad de Bogotá y a pesar de tener una población volátil, de frecuente cambio y estilos de vida, se pudo observar que la población joven-madura de aproximadamente 18 a 35 años aceptan el producto, están abiertos a las nuevas exigencias e ideas del mercado, y permanecen receptivos hacia nuevas posibilidades de empaque y protección del medio ambiente. Este factor social es realmente importante para Prismaempaques, y da evidencia de la posible mayor aceptación de un producto con el cambio de su empaque conservando el peso y la marca o razón social del mismo, aun así con el cambio- aumento de su precio.

Amenazas: Aunque los estilos de vida de los bogotanos son cambiantes y en constante expectativa. En las pequeñas sociedades como lo son algunos barrios y localidades de clase media la experiencia de vida es aun tradicional, y los productos que se adquieren en este tipo de entornos siguen un común denominador que se basan en una cultura popular, arraigada en algunos miembros de la sociedad. Por lo anterior el cambio en algunos aspectos superficiales del producto en estos sectores puede ser lento a corto plazo, la aceptación se ve limitada y truncada por costumbre y modos de vida.

Factores legales

Oportunidades: El uso de ciertas marcas en los diseños de Prismaempaques, tendrá el aval de la empresa productora de aquellos alimentos a empaacar, por lo tanto el uso y manipulación de logos, fuentes tipográficas, características estructurales de la imagen y todo aquello que conforme el reconocimiento visual del producto es en el momento libre y de total acceso por parte del equipo diseñador, siempre y cuando se obtengan temporalmente dichos derechos con el aval de la compañía-cliente. La legislación en gran parte de las naciones, obligan a que los empaques de los productos, reflejen claramente datos de conservación, cantidad, valor nutricional, manipulación, transporte etc. Por otro lado la contratación de recurso humano y el pago total de su prestación de servicios crea en Prismaempaques una imagen por parte de las entidades del estado, de responsabilidad laboral y seriedad empresarial.

Amenazas: El uso de ciertos materiales - cartón específicamente- para el empaque de productos alimenticios, debe cumplir con características de fabricación que no afecten o contaminen el producto. El obviar estos requerimientos en la fase de diseño, provocaría malestar social y multas por parte de entes de control.

Factores tecnológicos

Oportunidades: El mercado del packaging o “soluciones integrales de empaque” ofrece grandes oportunidades de desarrollo en el campo del diseño y nuevas tecnologías para éste y su manufacturación, con la integración de tecnologías manufactureras (manipulación de material e impresión) a las sociedades, crear empaques de alto nivel visual y manufacturero del nivel de países industrializados es más asequible, sin necesidad de un aumento excesivo en la producción de estas algunas de las mejores tecnologías empleadas en procesos de diseño son el Sistema X-Rite SP-64 el cual es una herramienta tecnológica que permite asignar valores numéricos a los colores que se aplican como estándares a través de los estándares de producción de la empresa.

Al afirmar un estándar de color de forma automatizada, la buena calidad del color se logra a través de las diferentes instalaciones, mejorando la eficiencia en la operación y en los procesos de impresión del packaging.

MATRIZ DOFA –CAME

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Poca información de la empresa en Internet (nuevas tecnologías) • Sistema financiero débil, ya que Prismaempaques no es una empresa sólida ya que no posee recursos, por el momento suficientes para penetrar en el Mercado. • Prismaempaques es una empresa joven, con una producción nula hasta el momento y una imagen empresarial totalmente nueva. • No se ha obtenido el 	<ul style="list-style-type: none"> • La monotonía y el tradicionalismo son conceptos que permiten explorar en el campo sacando al mercado diseños atractivos que rompan con los paradigmas de lo popular y las dudas de compra al comparar un producto con otro. • El mercado a incursionar presenta necesidades que se pueden satisfacerse. • Se vende la idea de contribuir al medio ambiente, por consiguiente 	<ul style="list-style-type: none"> • La seguridad, el entusiasmo y la confianza que existe para operar con éxito en el mercado local. • Prismaempaques se caracteriza como un proyecto empresarial innovador. • Visión contemporánea de acuerdo a las necesidades de la organización y de la sociedad. • Conocimiento profesional adquirido en una universidad de prestigio, lo cual es la 	<ul style="list-style-type: none"> • Prismaempaques incursiona hasta ahora en las nuevas tecnologías, por consiguiente es susceptible a cambios organizacionales. • Competencia nacional y extranjera alta y potente. • El riesgo que existe al ser no ser tradicional el producto final se puede crear una cierta desconfianza por parte de los posibles clientes.

<p>primer contrato con la empresa productora</p>	<p>desarrollar un concepto en las empresas clientes: Responsabilidad Social Empresarial.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prismaempaques es consciente de los cambios por el que atraviesa el mercado y al ser un proyecto joven sobresale por sus nuevas ideas. 	<p>base del objeto social de la organización. (Actualidad)</p>	
<p>Corregir</p>	<p>Explotar</p>	<p>Mantener</p>	<p>Afrontar</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Avanzar con la creación de la página Web, ya que será bastante útil, pues será la herramienta principal por la cual los clientes conozcan de Prismaempaques y hagan pedidos. • Fortalecer el sistema financiero de Prismaempaques por medio de métodos de financiación ya sea personas naturales 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar al máximo la capacidad estratégica y creativa que se ha desarrollado en los últimos semestres en el equipo de trabajo de Prismaempaques. • Para la consolidación de entrada al mercado local, la promoción de la marca y de los productos-servicios, debe ser sólida, los medios impresos 	<ul style="list-style-type: none"> • Participando en congresos y ferias en pro de la preservación del medio ambiente. • Desarrollar estrategias de corto y mediano plazo para seguir un conducto y mantener las fortalezas. • Establecer procesos continuos de investigación, para: • permitir dar más confiabilidad sobre la actualización de los 	<ul style="list-style-type: none"> • La competencia es ardua, pero existen ventajas competitivas y absolutas, empezando por el segmento a tratar, la asesoría, el concepto de cambiar los empaques y darle relevancia hace a Prismaempaques capaz de competir con ellos, pese a la poca experiencia que se posee en la práctica la

<p>como inversionistas o jurídicas como entidades privadas como otras empresas pertenecientes al sector o en última instancia recurrir a préstamos bancarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantener como proveedor o aliado, una empresa cuya producción sea grande para garantizar la mejor prestación del servicio. 	<p>deben ser el patrón determinante en el fortalecimiento de la marca, ya que el presupuesto es nulo para iniciar en medios masivos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La política del cuidado del medio ambiente y la responsabilidad social, pilar fundamental de Prismaempaques, demuestra el compromiso con la sociedad en la búsqueda de soluciones, creando una imagen más humana. 	<p>conocimientos en cuanto a contexto y mercados volátiles.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantener un monitoreo constante que ayuda a la planificación y prevención de futuras situaciones. • Tomar como referencia tendencias europeas, en materia de empaques impactará positivamente, según la investigación de mercado realizada. 	<p>formación en la academia consta el dominio en conceptos actualizados en materia de mercadotecnia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investigar sobre las nuevas y futuras tecnologías y planificar la manera de articularlas a Prismaempaques la empresa aliada estará en la capacidad económica de retomar nuevos equipos y maquinaria, (si así se requiere), para ser más eficientes y eficaces en cuanto a calidad y entrega oportuna.
--	--	--	--

Cuadro 6 *Matriz DOFA*

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Introducción

Prismaempaques presenta a continuación los resultados obtenidos en la investigación de mercados y las generalidades propias del proceso ejecutado.

Según dice Sampieri en su módulo de metodología de la investigación y en el cual se basó el proceder de la presente investigación, las características que se tuvieron en cuenta fueron las siguientes:

1. Determinar el tipo de investigación a realizar:
 - Por medio del cual Prismaempaques llevará a cabo una investigación de mercados basada en una encuesta de 10 preguntas de selección múltiple y respuesta aleatoria, las preguntas fueron preparadas y probadas en una prueba piloto donde se concertó la viabilidad y aprobación de las encuestas a aplicar, por un profesional en investigación de mercados.

2. Determinar las fuentes de datos a recolectar:
 - Fuentes de información: Alcaldía de Engativá, presidente de la Junta de Acción Comunal del barrio el Minuto de Dios y el Centro de Educación para el Desarrollo Universidad Minuto de Dios.
 - Cámara de Comercio de Bogotá, información productiva de la localidad de Engativá, características poblacionales, geográficas y económicas.

3. Recolección de datos

- Por lo que la encuesta se llevó a cabo en el barrio del Minuto de Dios, el cual pertenece al estrato socioeconómico número tres y está ubicado en el noroccidente de la ciudad de Bogotá en la localidad 10 de Engativá, el total de las personas encuestadas fueron un total de 209.
- Del total poblacional encuestado (209) el 80% hace parte de trabajadores independientes y que trabajan en sus propios negocios productivos en el barrio Minuto de Dios.

4. Interpretación de la información recabada:

- En las conclusiones y en el módulo de mercadeo, Prismaempaques presentará los resultados de la encuesta y expone las decisiones y estrategias a implementar en desarrollo de su producto y la viabilidad de sus operaciones.

Contexto territorial

El barrio Minuto de Dios se encuentra ubicado en la localidad 10 de Engativá, la cual cuenta con extensión territorial de 3.588 Hectáreas.

En el territorio urbano de la localidad predomina el estrato 3, en un porcentaje de 76,7 % y el estrato 2 en un porcentaje del 15,6 %.



Figura 7 Mapa barrio Minuto de Dios

Población objetivo

Colombia, Bogotá D.C, localidad de Engativá, barrio el Minuto de Dios, estrato socioeconómico número 3 y con un promedio total de 3.000 habitantes.

Geografía

Terreno plano y urbano, situado a la orilla occidental de río Juan Amarillo, barrio residencial, las rutas de accesos actuales son, Avenida calle 80, estación de Transmilenio Minuto de Dios, Traversal 86 y avenida Boyacá.

Al norte limita con el club los lagos, al oriente con los barrios Segovia, y Pontevedra por la avenida Boyacá, al occidente con el barrio la granja avenida calle 80 y al sur con el barrio Tabora.

Historia

La Corporación del Minuto de Dios, en su página de internet dice: “La historia del barrio Minuto de Dios nace en el momento en que se creó la Organización No Gubernamental Colombiana Minuto de Dios, sin ánimo de lucro, fundada por el Padre Eudista Rafael García Herreros. Surgió inspirada por él en 1.955, como respuesta a las necesidades de desarrollo de las comunidades más pobres de Colombia.

En su intento por cubrir todos los aspectos del desarrollo humano, el Padre García-Herreros encauzó sus esfuerzos hacia la construcción de vivienda digna para los necesitados, señalando que una vivienda dispara las posibilidades de desarrollo de la familia, y que tener casa propia no es ninguna riqueza pero no tenerla es mucha pobreza.

En el año de 1958 se había comenzado a construir el Barrio del mismo nombre, Minuto de Dios. En un plano del año de 1962 puede observarse la capacidad visionaria del Padre, que reservó espacio para una futura universidad. Con el tiempo el Barrio Minuto de Dios se convirtió en el polo de desarrollo del noroccidente de la ciudad y desde los colegios y la universidad se atiende a más de 20.000 familias de ese y otros sectores de Bogotá.

En el modelo de ciudadela integral que logró implantar en El Minuto de Dios, que hoy es ejemplo para Colombia y también para el mundo, promovió la creación de centros de salud, la construcción de un Museo de Arte Contemporáneo, un teatro para cine y dramaturgia, un Centro Carismático desde el cual El Minuto de Dios con el liderazgo suyo y el del Padre Diego Jaramillo, se convirtió en el núcleo del movimiento de la renovación carismática en América, una emisora, una productora y programadora de televisión, una planta de confecciones con altos estándares de

calidad que a partir de talleres satélites tiene el propósito de generar 25.000 empleos para mujeres cabeza de familia.”

Muestra

Sampieri en su libro “Metodología de la investigación”, define población como: “Es importante definir primero, que una población es el conjunto de todos los elementos que comparten un grupo común de características y forman el universo para el propósito del problema“(Sampieri - 2006)

Por lo cual el tamaño de la muestra de la investigación de mercados de Prismaempaques es: 209 del total poblacional de 3000 habitantes del barrio Minuto de Dios según fuente estadística de la alcaldía de Engativá y la cámara de comercio de Bogotá.

El tipo de muestra es una muestra aleatoria simple (Prieto, 2009)

Tomando como base la fórmula para hallar la muestra poblacional:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

Donde N = tamaño de la población o universo de 3000 habitantes aprox.

K=nivel de confianza de 90%

E= margen de error de 5.5 %

P= Proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio, generalmente 0.5

Q=Proporción de individuos que no poseen esa característica generalmente 0.5

Objetivos de la investigación de mercados

Métodos primarios: Encuestas.

- Conocer los niveles de importancia que tienen los empaques en el momento de realizarse la compra de productos alimenticios.
- Determinar el nivel de aceptación en la población encuestada, en cuanto a empaques en cartón para productos alimenticios de consumo habitual.
- Investigar si el factor del precio es altamente influyente en la compra.
- Indagar cuales son los motivos más relevantes por los cuales las personas escogen un producto en el punto de venta.
- Conocer si existe conciencia ambiental en el momento de la compra de productos alimenticios empacados en materiales.
- Comprobar el índice de impacto visual que tiene el diseño de un empaque en cartón con referencia al diseño de un empaque de plástico.
- Conocer si las personas comprarían o no productos empacados en cartón y con nuevos diseños en su presentación.

Métodos secundarios: Técnica de observación: Cool Hunting.

- Detectar los productos alimenticios que pueden empacarse en cartón.
- Obtener información acerca de las tendencias en empaques, que se mueven en el mercado local.

- Cuantificar el valor que tiene un empaque en la psicología del consumidor.

ENCUESTA APLICADA



ENCUESTA-PROYECTO DE GRADO

TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE MERCADEO

Su aporte es muy importante para nosotros, confiamos en que sus respuestas son veraces.

Nº ENCUESTA-CUESTIONARIO _____

FECHA ENCUESTA _____

ENCUESTADOR _____

Datos del encuestado

Nombre _____

Teléfono _____

F_____ M_____ edad_____

Ocupación:

- 1) Estudiante
- 2) Trabajador independiente
- 3) Trabajador dependiente
- 4) Ama de casa

5) Otro. _____

1. En el momento de compra, ¿el empaque influye en su decisión? Elija el nivel de importancia siendo 5 el más importante.

1. 2. 3. 4. 5.

2. ¿semanalmente cuantas veces compra productos alimenticios empacados en cartón?

1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.

3. Le resulta más impactante un producto empacado en:

1. Plástico
2. Cartón
3. vidrio
4. 4. lata

4. ¿Cuál de los siguientes empaques cree usted es menos contaminante para el medio ambiente?

1. Plástico
2. 2.Cartón
3. 3.vidrio
4. 4.lata

5. ¿Considera usted que el diseño de un empaque de cartón influye en su compra?

1. Absolutamente
2. En gran medida
3. Regularmente
4. Muy poco
5. Nada

6. ¿Compraría usted productos empacados en cartón reciclable?

1. Absolutamente
2. En gran medida
3. Regularmente
4. Muy poco
5. Nada

7. De acuerdo a su respuesta anterior ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un producto empacado en cartón reciclable?

1. Entre \$100 y \$200
2. Entre \$200 y \$300
3. Entre \$300 y \$400
4. No pagaría.

8.Cuál de los siguientes empaques le parece más impactante visualmente. (Vea anexo)

1. Cereal oso bolsa 200 gr.
2. Cereal oso caja 200 gr.

9. Si los precios de los productos fueran los siguientes, ¿cual compraría?

1. *Cereal Oso bolsa 200 gr. \$ 1.200*
2. *Cereal Oso caja 200 gr. \$ 1.600*

10. Respecto a su decisión anterior, usted escogió el producto por:

1. Costo
2. Imagen
3. Estatus
4. Calidad. Medio ambiente



Figura 8 *Imágenes de apoyo para la investigación de mercados*

RESULTADOS INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

A continuación Prismaempaques presenta los resultados de la investigación de mercados realizada con el fin de conocer el impacto y la aceptación de nuevos diseños en empaques en cartón para productos alimenticios.

* De acuerdo a encuestas realizadas en el barrio Minuto de Dios entre los meses de marzo-mayo de 2011 con una población aproximada de 300 personas dando como muestra poblacional 209 encuestas.

Sexo

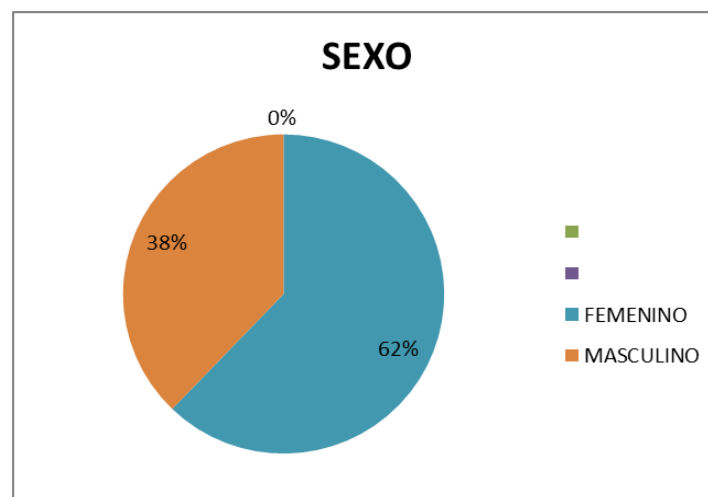


Figura 9 *Poblacion y sexo*

El género femenino predominó en la investigación, posiblemente se deba a que mayor número de mujeres son las pobladoras del barrio, o sean los principales sujetos que trabajan tanto independiente como empleadas en este sector.

Ocupación

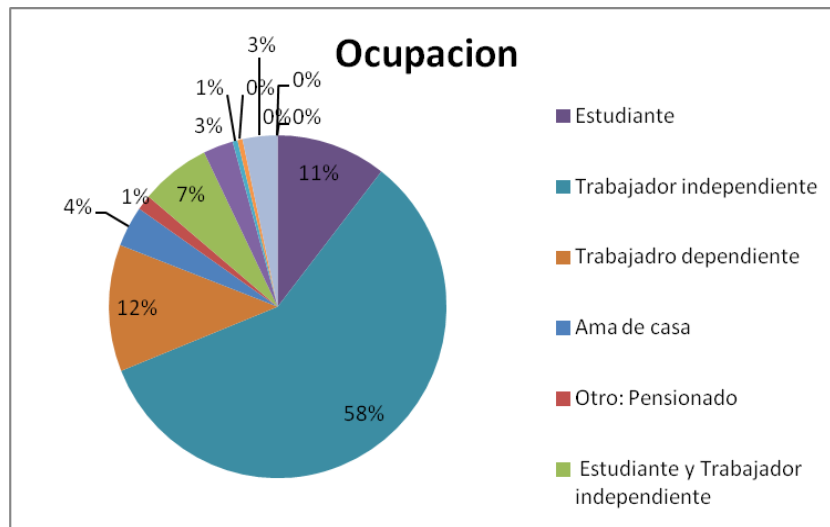


Figura 10 *Ocupación de los encuestados*

El grupo encuestado fue en su mayoría *Ama de casa*, como lo revela el diagrama con un valor porcentual de 58%, seguido de *Trabajador dependiente* con un 12%, y *Estudiante* con 11 %, entre los más relevantes.

Influencia de compra

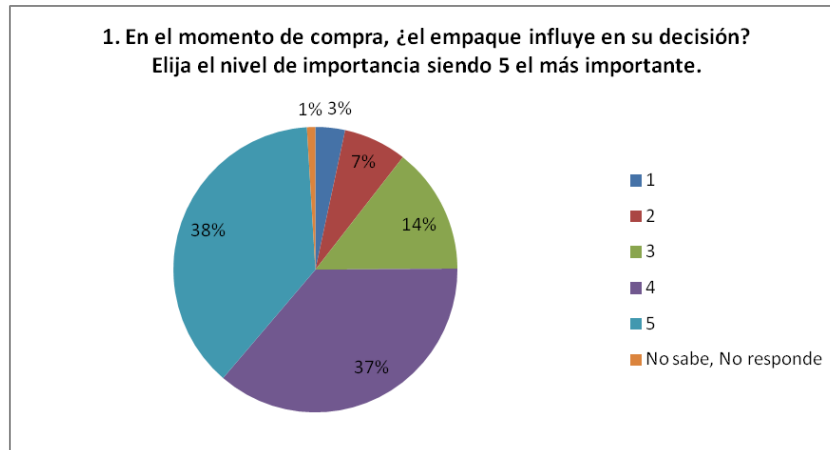


Figura 11 *Influencia de compra*

Ante esta pregunta, las respuestas de los encuestados fueron en su mayoría positivas para el panorama comercial de Prismaempaques (sin dejar de lado los porcentajes de participación en las escalas de valor del 1 al 3). El nivel de importancia del empaque para los encuestados, arrojaron datos de gran importancia, del 37% y 38% para escalas de valor de 4 y 5 respectivamente, lo que demuestra la importancia que tienen los empaques y sus diseños en el momento de compra por parte de los consumidores. Por otro lado solo el 3% de los encuestados, demostraron un interés de nivel 1, el mas bajo, siendo tan solo una minoría.

Compra semanal

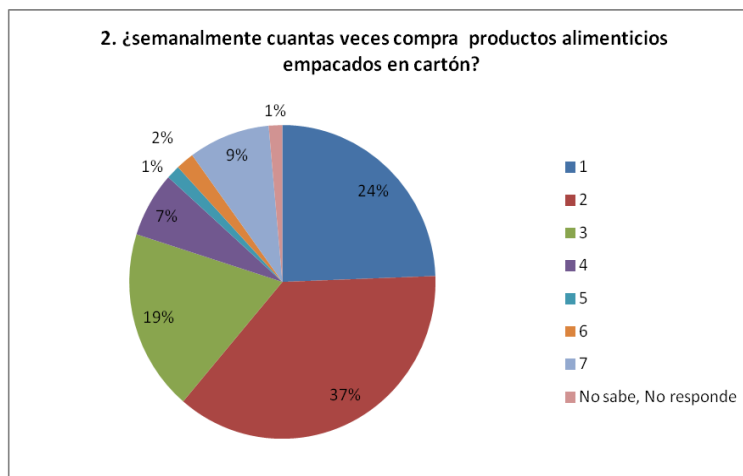


Figura 12 *Compra semanal*

Con respecto a la pregunta número 2, que indica el nivel de unidades de compra en productos alimenticios empacados en cartón. Las respuestas de los encuestados demostraron con una participación del 37 % sobre el total, que la compra de productos alimenticios empacados en cartón es de dos veces por semana, seguido del 24 % que compra 1 producto de estas características por semana y de un 19 % para compras de 3 productos por semana. Los anteriores resultados demuestran, frente a la investigación, que la prioridad de compra en grandes cantidades – estableciendo 7 como el valor más alto- de estos productos es relativamente baja, pero no nula. La mayoría de los sujetos que eligieron esta opción fueron los encargados en los negocios comerciales que los compran precisamente para el surtido de éste. Los encuestados que consideraron compras de 4 a 7 veces por semana de productos con estas características correspondieron entre un 1% y un 9 % en la grafica, demostrando un mercado representativo a pesar de diferencias frente a los porcentajes anteriores. Prismaempaques entiende dichos porcentajes, y considera que el mercado en los productos empacados en cartón es variable.

Impacto de Producto

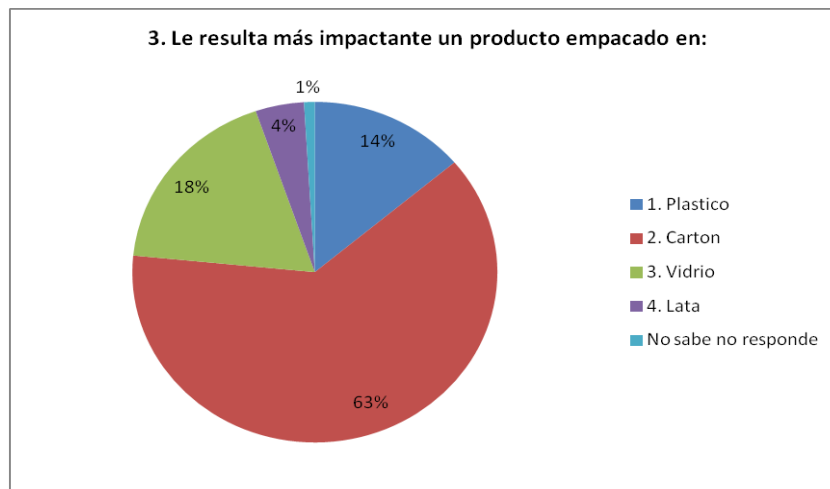


Figura 13 *Impacto de Producto*

El impacto de los materiales en la decisión de compra en la actualidad es importante, ya que sus grandes posibilidades en cuanto a cualidades físicas y visuales responden a un perfil específico.

De acuerdo a la pregunta, sobre el impacto de un empaque fabricado en un material específico, los resultados evidenciaron una aceptación del 63 % del material “Cartón”, seguido del 18 % en vidrio y un 14 % en plástico.

Estos porcentajes de aceptación demuestran el impacto que tiene el cartón sobre los consumidores, siendo líder en la investigación. Con un porcentaje del 4 %, se encuentra la opción “Lata”, la respuesta con el menor número de adeptos, casi imperceptible en la encuesta por parte de los integrantes de la muestra. De acuerdo a los resultados anteriores, Prismaempaques se fortalece, y asume la decisión de los encuestados como positiva, ya que el cartón es el elemento principal en sus razones empresariales.

Empaque menos contaminante

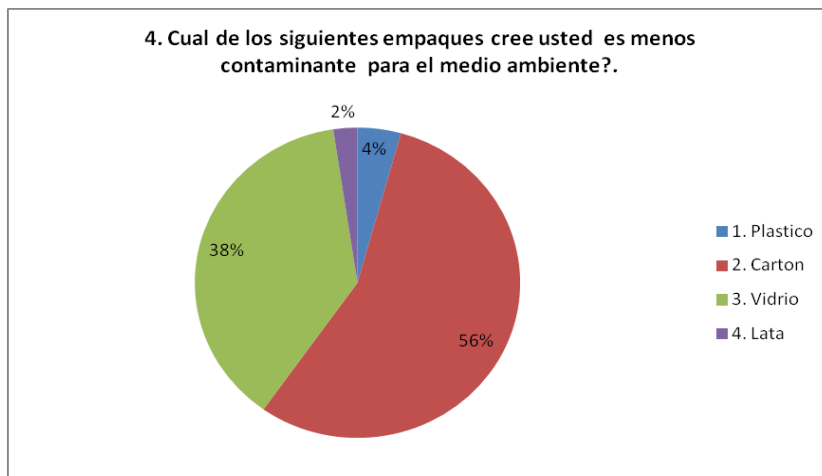


Figura 14 *Empaque menos contaminante*

El objeto de la pregunta número 4 es establecer el nivel de conciencia de los participantes del grupo objetivo en cuanto al cuidado del medio ambiente, evidenciando sus conocimientos sobre responsabilidad ambiental y materiales reciclables. De acuerdo a la pregunta ¿cual de los siguientes empaques cree usted es menos contaminante para el medio ambiente?, la investigación demostró que el cartón, es un elemento que ofrece, grandes cualidades medioambientales, de acuerdo a ciertos porcentajes de participación.

La grafica presenta al “Cartón” como material de preferencia en un 56% frente al 38 % del material “Vidrio”, demostrando que estos materiales están en la mente del consumidor y no pasan desapercibidos por el público objetivo, evidenciando el nivel de conciencia y responsabilidad ambiental que tienen los consumidores. Por otro lado el Plástico y la Lata, obtuvieron una participación del 4% y el 2% respectivamente. Estos porcentajes indican el nivel de conciencia ambiental por parte del grupo encuestado, que, a pesar de adquirir productos empacados con este material, están consientes de sus efectos medioambientales.

Diseño de empaque

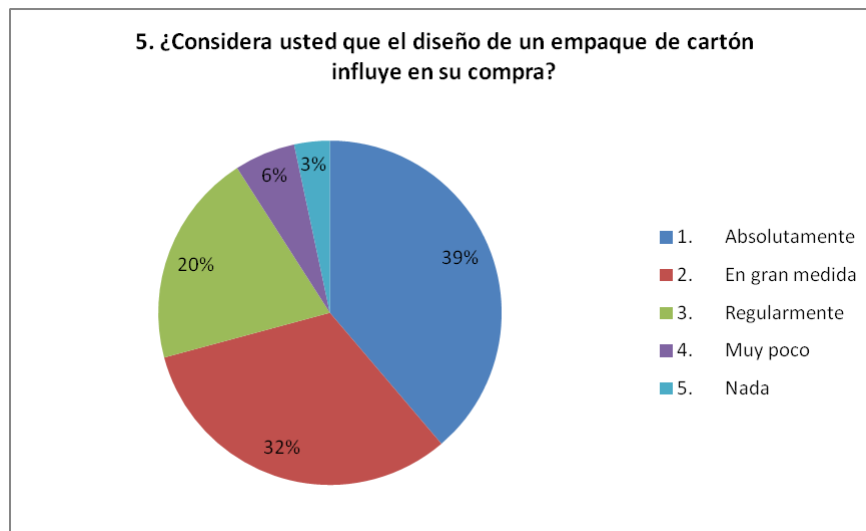


Figura 15 *Diseño de empaque*

De acuerdo a la pregunta ¿considera usted que el diseño de un empaque de cartón influye en su compra?, las respuestas por parte de los integrantes de la muestra evidencian un notorio interés por las características visuales de un empaque.

La gráfica, muestra el nivel porcentual de aceptación de un empaque de cartón, demostrando así una influencia “Absoluta” del 32 % y en “gran medida” del 39 %. Por otro lado con valores significativos, se encuentra una influencia del tipo “regular”, de un 20 %. De acuerdo a los resultados obtenidos, el predominio de un diseño de un empaque fabricado en cartón es relevante y los integrantes de la muestra reflejan su interés por este material y sus características en cuanto a diseño y forma.

Productos empacados en carton.

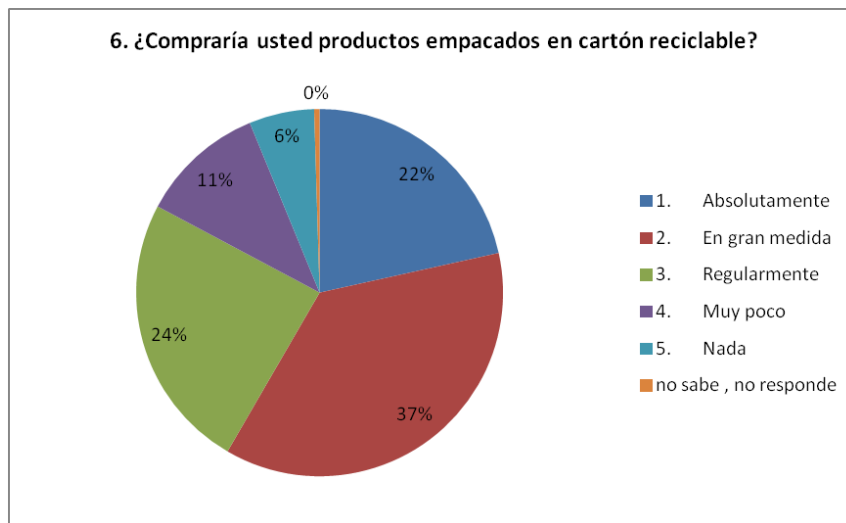


Figura 16 *Productos empacados en carton.*

Respecto a esta pregunta, los encuestados determinaron de acuerdo a sus respuestas, un 37% de aceptación “en gran medida” en la compra de estos productos, un 24 % en aceptación “regularmente “, y un 22% en aceptación “absolutamente”. Los Anteriores valores porcentuales demuestran que la población, estaría interesados en adquirir productos empacados en cartón reciclable. Entre un 1% y 11 %, consideran que no lo harían, una de las razones fue porque no se les parece higiénico y califican su respuesta con las alternativas “muy poco” o “nada”. Estos valores demuestran la aceptación que tiene un material como el cartón reciclable dentro de un grupo social.

Disponibilidad de pago

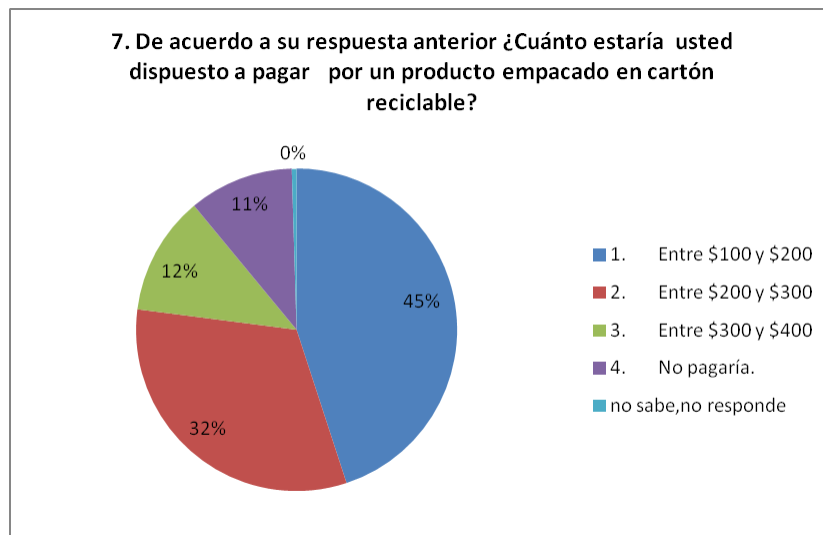


Figura 17 *Disponibilidad de pago*

La pregunta número 7, tiene como objeto el nivel de compromiso económico que tiene un consumidor frente a un producto empacado en cartón reciclable. El 45 % de los encuestados están dispuestos a pagar entre \$100 y \$200 pesos moneda nacional de más por un producto empacado en cartón, seguido de un 32 % entre \$200 y \$300 pesos, lo que demuestra que gran parte de la muestra poblacional, estaría dispuesta a pagar una suma de \$100 a \$300 pesos en la adquisición de un producto empacado en un material de estas características. Por otro lado el 12% estaría dispuesto en pagar entre \$300 y \$400 mientras que el 11% consideraría no pagar por dicho producto. De acuerdo a los resultados generales, la aceptación económica de un producto empacado en cartón reciclable es baja, pero demuestra que los consumidores son conscientes del valor monetario agregado por un producto de estas características y a pesar de que el 45 % de las personas pagarían un valor mínimo, manifiestan una intención de pago. Prismaempques es consciente de estos resultados, y considera optimistas estas respuestas poblacionales, que, a pesar de no tener los porcentajes esperados, los consumidores están dispuestos a pagar de más, por un producto empacado en cartón.

Impacto visual

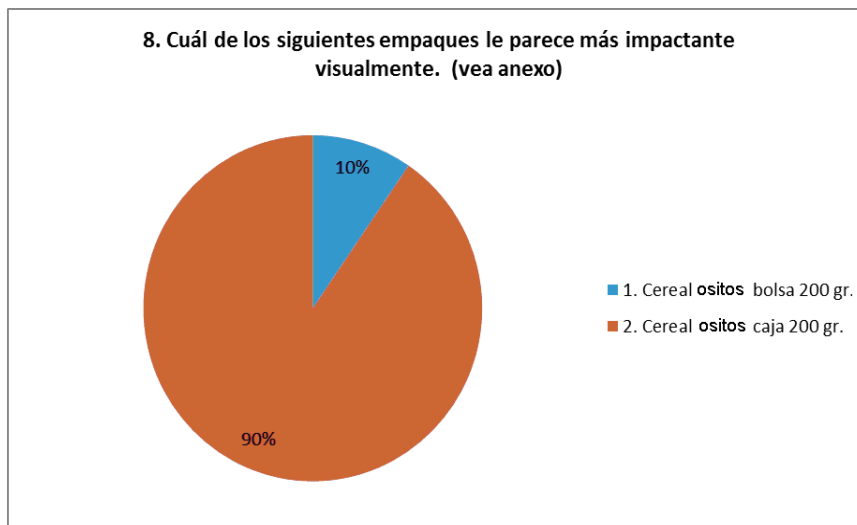


Figura 18 *Impacto visual*

Respecto al impacto visual de los empaques presentados a los integrantes de la muestra, al ofrecer la posibilidad de escoger entre dos productos iguales en contenido, pero con características externas (empaque) diferentes, el 90 % respondió afirmativamente a la posible compra del Cereal en caja OSITOS, demostrando así la importancia de las características exteriores de un producto, como adelanto de su contenido. Por otro lado, el impacto visual del cereal en bolsa OSITOS fue, en comparación con su alternativa, realmente bajo, con solo 10% de aceptación, afirmando, que a pesar de ser un producto con características idénticas en su contenido, parte de su impacto en el punto de venta depende en gran medida de sus características gráficas y de material.

Compra por precio

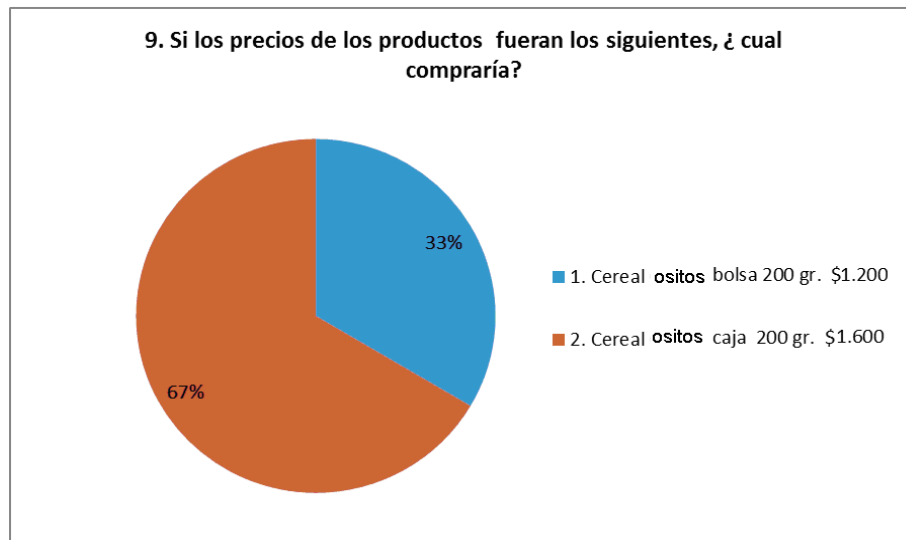


Figura 19 *Compra por precio*

El nivel de aceptación de esta pregunta es de gran importancia en la organización Prismaempaques, ya que la aceptación económica por parte del comprador es esencial. Se evidencia que en la pregunta N° 7 “De acuerdo a su respuesta anterior ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un producto empacado en cartón reciclable? En donde los sujetos encuestados respondieron el rango menos costoso, quiere decir que frente a esta pregunta mienten (psicología del consumidor) Pues la verdad es que estarían dispuestos a pagar hasta \$400 más.

Los encuestados de la muestra poblacional, responden afirmativamente en un 67 % a la compra del cereal en caja OSITOS con un precio de diferencia superior (\$400 pesos moneda nacional), a pesar de no existir en su momento diferencias de calidad y contenido entre estas dos posibilidades de producto, advertidas por parte del encuestador previamente. Por otro lado el nivel porcentual de compra del producto Ositos Bolsa \$1200 fue de un 33 %, y a pesar de ser un porcentaje mas bajo frente a la opción 2, demuestra que el uso de materiales plásticos en los empaques es constante, pero pierde terreno frente al cartón.

Características de compra

10. Respecto a su decisión anterior, usted escogió el producto por:

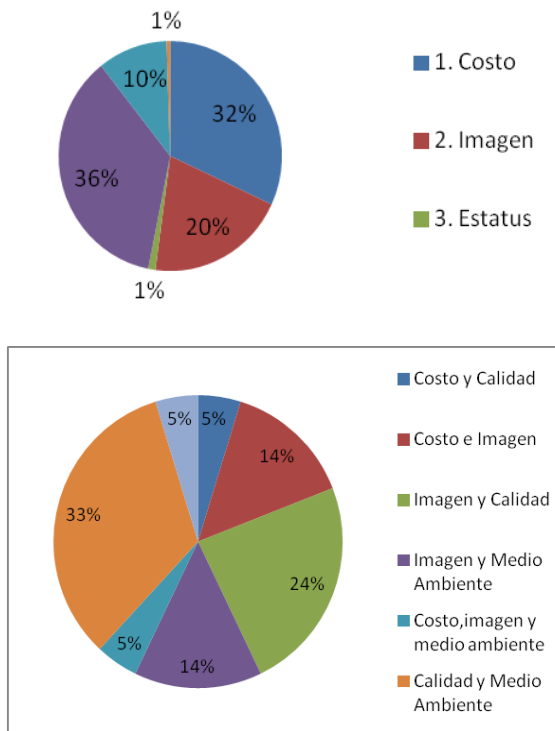


Figura 20 *Características de compra*

La pregunta número 10 responde, de acuerdo a la pregunta de aceptación de producto (cereal Ositos), el porqué de su respuesta, estableciendo diferentes opciones que van desde la aceptación de producto por “costo” hasta aceptación por cuidado de medio ambiente, con variaciones mínimas mostradas en el gráfico.

La decisión de compra respecto a la pregunta número 9 demuestra que un 36 % respalda su decisión por “calidad” de producto, un 32% por “costo” de producto y un 20 % por “imagen”. Las decisiones de compra mencionadas anteriormente responden afirmativamente a las expectativas de la organización Prismaempaques, ya que un gran porcentaje de la población encuestada decide la compra de producto por sus elementos visuales y de calidad preestablecida con un empaque

exterior. Por otro lado, las variables, y las combinaciones de las respuestas, ofrecen un amplio panorama, demostrando que un 33 % elige Calidad y medio ambiente y un 24 % imagen y calidad (teniendo como base la grafica inicial). Los anteriores datos porcentuales ratifican la elección del producto mencionado anteriormente, y muestra claramente que la imagen y la calidad de un producto depende en gran medida de las cualidades externas (empaquete), específicamente, en este caso, un empaque en cartón.

Investigación por métodos secundarios

El método Cool Hunting es utilizado en el marketing, para realizar análisis de tendencias por medio de la observación, en donde se “cazan” elementos novedosos que adopta el mercado.

El proceso que se articulo, fue la visita a las plataformas comerciales Populares, frecuentadas por estratos 1, 2 y 3, supermercados que venden productos a bajos precios y que responden a ciertas características de grupo objetivo. Esta investigación nos arrojó:

Se detectó una lista de productos que pueden empacarse en cartón, por su composición y su manejo al consumir:

1. Cajas de Tés
2. Frutas secas como uvas pasas.
3. Almendras, maní.
4. Galletas
5. Productos de conveniencia: alimentos procesados, listos para el consumo humano.
6. Pastas
7. Cereales-Granola

8. Mezcla de productos (duopack, tripack, sixpack de jugos, postres, yogures)
9. Productos congelados (helado)

Básicamente se han preparado tres de los posibles productos a empaquetar en cartón con el fin de mostrar los empaques que podrían ser más relevantes.

1. Galletas
2. Cereales- Granola
3. Mezcla de productos: yogures.

ANÁLISIS Y CARACTERÍSTICAS DE UN EMPAQUE

ANÁLISIS DE ATRIBUTOS DE VALOR PARA EL CLIENTE	CARACTERÍSTICAS DE DETERIORO O DAÑO NO ACEPTABLE PARA EL CLIENTE	RIESGOS DEL CICLO DE DISTRIBUCIÓN Y POSIBLES CAUSAS QUE CAUSAN LA PERDIDA DE VALOR DEL PRODUCTO	FUNCIÓN DEL EMPAQUE
Aromático	Inoloro	Gases	Barrera contra gas
Colorido	Pálido	Rayos UV	Bloqueo de luz
Fresco	Rancio	Temperatura	Aislamiento físico
Brilloso	Opaco	Rozamiento	Amortiguamiento
Sin daños cosméticos	Con daños cosméticos	Golpes	Atenuación
Funcional 100%	Sin operar al 100%	Vibración	Barrera contra agua
Seco	Húmedo	Humedad baja	Resistencia mecánica
Completo	Chueco	Compresión	Inviolabilidad
	Incompleto	Robo	

Cuadro7 *Análisis del valor del empaque - Tomado de Revista ENFASIS PACKAGING Latinoamérica Noviembre/Diciembre 2010*

MODULO DE OPERACIÓN

Operación

Ficha técnica de Prismaempaques

Prismaempaques ofrece soluciones creativas y eficientes en el diseño de empaques para el impulso de los productos en el punto de venta, es una organización que diseña empaques utilizando como material principal cartoncillo y sus derivados gracias a sus bondades de resistencia y ligereza, para productos alimenticios como cereales, galletas, pastas entre otros alimentos.

Ofrece asesoría en el diseño del empaque para la exposición en punto de venta, están dirigidos a pequeñas y medianas empresas, las cuales se verán beneficiadas con los diseños de Prismaempaques, pues exaltarán sus productos en el establecimiento comercial y tendrán un mayor impulso, basados en altos estándares de calidad, ergonomía e impacto visual para el consumidor, ya que esta organización mediante un software especializado llamado The Box Builder diseñará productos que llevaran al consumidor fijarse en el atractivo del empaque (colores, imágenes y materiales). The Box Builder es una solución para el diseño estructural de Packaging que busca desarrollar todo tipo de empaques en cartón para una variedad ilimitada de productos, este es un software que será instalado en las computadoras de la organización.

Los empaques para punto de venta estarán basados en un diseño que incorporara visualmente la importancia del concepto de marca para la promoción del producto. Se busca respuesta a lo que todo empaque de producto exige: Resistencia, Atracción-impacto y una impresión de calidad. Prismaempaques tiene la responsabilidad para con el medio ambiente de reducir el nivel de emisiones contaminantes en el reciclaje de su producto final, por esto, usamos el cartón como único material para desarrollar empaques lo que se traduce en : ahorro de energía, agua potable, y reducción del impacto negativo a los ecosistemas. Convirtiéndose así en, una gran opción para el desarrollo de empaques de cartón,

teniendo como pilar fundamental la importancia de funcionalidad e innovación que el mercado requiere.

Estado de desarrollo

Prismaempaques fue concebido como la idea empresarial de un grupo de jóvenes emprendedores de la Corporación Universitaria Minuto de Dios estudiantes del Programa de Tecnología de Gestión de Mercadeo los cuales en desarrollo de un proyecto integrador en el año 2010 decidieron darle vida a la creación de una empresa que llevara a cabo la producción de empaques de cartón para productos de la canasta familiar.

Como idea inicial se llevaría a cabo la creación de una planta manufacturera la cual produjera un determinado número de empaques de cartón para todo tipo de productos de la canasta familiar, desde alimentos y conservas, hasta embalajes para productos de aseo y decoración; sin embargo en el desarrollo de su plan de negocios y a los elevados costos que representaba la creación de una planta manufacturera Prismaempaques se sentó a estudiar la viabilidad de sus objetivos corporativos. Como resultado de lo anterior Prismaempaques descarto la posibilidad de la creación de una planta manufacturera y dio paso a la creación de una empresa de servicios la cual diseñara los empaques que las empresas manufactureras producen en sus respectivas plantas para productos hechos en cartón.

Actualmente Prismaempaques es una organización dedicada al diseño de empaques para productos alimenticios, crea los diseños, contrata su producción y entrega en planta de cliente los empaques para los productos contratados, actualmente la organización está llevando a cabo el desarrollo de su plan de negocios el cual tiene como objetivos definir la viabilidad de la organización en el mercado Colombiano, buscar financiación en la empresa privada o del estado e implementar sus servicios en el mercado.

ESQUEMA ELEMENTAL DE LA FABRICACIÓN Y PRESTACIÓN DEL SERVICIO (FLUJOGRAMA)



DESCRIPCIÓN DE PROCESO

1. Contacto Cliente-Prismaempaques – Prismaempaques-Cliente

Responsable: Departamento comercial.

Actividades:

- 1.1. Desarrollar e implementar página Web, E-mail corporativos para sus empleados y montar el proceso de comunicaciones.
- 1.2. Crear publicidad a la organización mediante el uso de las TIC y medios impresos (volantes)
- 1.3. Revisar diariamente los medios de contacto corporativo.
- 1.4. Dar respuesta a preguntas, cotizaciones o sugerencias de quienes contacten.
- 1.5. Crear base de datos del sector empresarial de pequeñas y medianas empresas, teniendo como fuente principal bases de datos de la cámara de comercio. La base debe contar con, nombre de la empresa, Nit, ciudad, teléfonos, e-mails y mínimo 5 referencias administrativas entre las cuales deben estar: Gerente o representante legal, encargado comercial o quien haga sus veces, encargado operativo o quien haga sus veces, encargado logístico o quien haga sus veces, encargado de compras y ventas o quien haga sus veces
- 1.6. Enviar broshure empresarial de Prismaempaques dando a conocer todo lo referente a la organización, sus servicios ventajas y valores agregados.
- 1.7. Revisar correos rebotados, y actualizar base de datos.
- 1.8. Contactar al cliente, verificar que haya recibido la información agendar cita con el cliente.
- 1.9. En cita con el cliente, dar a conocer la empresa, definir proyecto de trabajo de diseño.
- 1.10. Investigar en el mercado productos actuales de cliente con quien se contrate proyecto: Investigar el producto que comercializan y sus actuales características de empaque.

2. Asesoría en diseño de empaques.

Responsable: Departamento de diseño.

Actividades:

- 2.1. Evaluar las características actuales del empaque del producto.
- 2.2. Para nuevos productos se pasa a diseño y evaluación de muestras
- 2.3. Evaluar anhelos o expectativas del cliente
- 2.4. Encontrar diferenciación del producto observando la competencia.
- 2.5. Diligenciar ficha de evaluación:
 - ✓ Actual empaque
 - ✓ Colores del empaque.
 - ✓ Textos del empaque
 - ✓ Formas y logos impresos en el empaque
 - ✓ Información nutricional del producto
 - ✓ Información comercial de los productores
 - ✓ Registros de salubridad y registro de marca, código de barras y demás requerimientos legales que el empaque lleva impreso
- 2.4. Desarrollar 3 muestras del empaque.
- 2.5. Evaluar muestras del empaque con el equipo administrativo de Prismaempaques y su productor.
- 2.6. Aprobación diseño final.
- 2.7. Pasar a proceso de producción.

3. Estudio de la relación empaque-producto-adquisición

Responsable: Departamento comercial.

Actividades:

- 3.1. Llevar a cabo estudio de aceptación en el mercado del nuevo empaque, mediante prueba piloto llevada a cabo por un colaborador de servicios contratados por Prismaempaques, en tres puntos de venta diferentes.

3.2. Analizar la reacción del consumidor frente a la nueva presentación, estudiar los niveles de adquisición del producto con su nuevo empaque.

3.3. Comparar niveles de venta y rotación del producto con nuevo empaque, confirmar la aceptación en el mercado del producto con su nuevo diseño y nuevo costo.

4. Concepto final del producto.

Responsable: Departamento de diseño y departamento administrativo.

Actividades:

4.1. Ejecutar mejoras de acuerdo a los resultados de empaque-producto-adquisición.

4.2. Presentar concepto final al contratante de acuerdo a los resultados y mejoras de empaque-producto-adquisición.

4.3. Presentar a departamento administrativo el desarrollo de las muestras, el cual patentara a nombre de Prismaempaques el diseño desarrollado.

4.4. Negociar diseño de acuerdo al número total de productos a empaquetar y a poner en venta con el diseño elaborado por Prismaempaques, proceso ejecutado por el departamento administrativo.

5. Contacto con empresas tercerizadoras manufactureras

Responsable: Departamento administrativo y departamento comercial.

Actividades:

5.1. Contactar empresa manufacturera seleccionada para producción del empaque (Prismaempaques cuentan con tres empresas proveedoras del servicio de producción las cuales de acuerdo al número de empaques a producir serán contratadas, descripción de estas en anexos de proyecto final).

5.2. Agendar reunión en plata, presentar diseño y negociar el costo de su producción.

5.3. Firmar contrato de producción, donde la empresa manufacturera se compromete a fabricar el número de piezas pedidas por Prismaempaques. Los pagos de producción se podrán fijar a treinta días, o sesenta días.

6. Producción del empaque

Responsable: Departamento administrativo

Actividades:

6.1. Ejecución de producción de empaques en planta.

6.2. Llevar a cabo inspección de calidad Cada quinientos empaques, labor ejecutada por Prismaempaques en compañía de quien haga las veces de encargado de procesos en la empresa manufacturera contratada.

6.3. Aceptar la producción total de los empaques producidos, firmar recibido y paz y salvo con producción.

6. Transporte y entrega al cliente

Responsable: Departamento administrativo.

Actividades:

7.1. Recoger en planta producción total de los empaques fabricados.

7.2. Transportar los empaques a lugar indicado por el contratante del servicio.

7.3. Firmar paz y salvo de recibido por cliente, cobrar el total acordado por el servicio.

Necesidades y requerimientos

MATERIAS PRIMAS	CANTIDAD REQUERIDA	VALOR DE COMPRA (PESOS)	TOTAL
1. Software de diseño			
1.1 The Box Builder (3 licencias)	1	969.000	969.000
1.2 Paquete de diseño (Corel Draw suite x5)(1 licencia)	1	1.249.799	1.249.799
2. IP Internet (página Web) (1 año)	1	180.000	180.000
3. Paquete office Microsoft suite microempresa (1 licencia)	2	902.857	1805.714
4. Paquete seguridad Norton(cada licencia soporta 3 equipos)	2	235.606	471.212
5. Programa de gestión administrativa (1 licencia)			

	2	450.000	900.000
TOTAL			5.575.725

Cuadro 8 Necesidades y requerimientos

Herramientas y equipos

HERRAMIENTAS Y EQUIPOS	CANTIDAD REQUERIDA	VALOR DE COMPRA (PESOS)	TOTAL
1. Equipos de computo marca DEll VOSTRO 230 MT para pymes.(características en la parte inferior de la tabla	5	1.499.000	7.495.000
2. Multifuncional Epson Stylus Office TX525FW (Impresora, fax) (características en la parte inferior de la tabla	1	359.000	359.000
3. Silla Ergonómica Operativa Marca ASILLAS Y	5	159.000	795.000

OFICINAS (características en la parte inferior de la tabla			
4. Puestos operativos (en espera de cotización)	5	462.000	2.310.000
6. Red de Internet e Intranet	2	300.000	600.000
7. Papelería y cartuchos de impresión		400.000	400.000
TOTAL			11.959.000

Cuadro 9 *Herramientas y equipos*

MODULO DE ORGANIZACIÓN

Organismos de apoyo.

Prismaempaques en desarrollo de su plan de negocios presentara a las siguientes entidades el plan de negocios en un futuro a mediano plazo. Estas organizaciones brindan apoyo en Colombia a jóvenes empresarios emprendedores que llevan a cabo ideas productivas que generan ingresos y trasformaciones sociales.

Fondo emprender

El fondo emprender afirma que su razón social es: “Es un Fondo creado por el Gobierno Nacional para financiar iniciativas empresariales que provengan y sean desarrolladas por alumnos del SENA que haya finalizado la etapa lectiva de un programa de formación, alumnos o egresados de cursos del SENA en el programa jóvenes rurales y línea de formación de líderes del desarrollo, estudiantes que se encuentren cursando los dos (2) últimos semestres en un programa de educación superior reconocido por el Estado de conformidad con las Leyes 30 de 1992 y 115 de 1994, personas que hayan concluido materias dentro de los últimos doce (12) meses, profesionales universitarios cuyo primer título haya sido obtenido durante los últimos 24 meses, estudiantes o egresados que se encuentren cursando especialización y/o maestría que hayan culminado y obtenido la certificación dentro de los últimos 12 meses. Las condiciones de beneficiarios del Fondo Emprender se establecen ampliamente en el Acuerdo 004 del 26 de marzo del 2009.”(Fondo emprender. pdf)

Dada la anterior reseña, donde se describe la característica general para aplicar al fondo emprender, él equipo de Prismaempaques aplica para la postulación del plan de negocios en busca de la financiación de sus operaciones iniciales.

El fondo emprender cuenta con cuatro etapas para el proceso de selección de procesos, estos son los siguientes:

1. Formulación del plan de negocios
 - a. Registro y Asesoría
 - b. Aprobación Técnica
 - c. Presentación a Convocatoria

2. Evaluación y asignación de recursos
 - a. Evaluación del plan de negocios
 - b. Asignación de recursos
 - c. Legalización del contrato

3. Ejecución
 - a. Ejecución del plan de negocios
 - b. Seguimiento y acompañamiento
 - c. Evaluación de indicadores de gestión
 - d. Decisión sobre reembolso de recursos

De acuerdo a los requerimientos del fondo emprender para el financiamiento de los proyectos, Prismaempaques se presentara a este organismo del estado pidiendo la financiación del proyecto desde se fase de creación e implantación del proceso, en las características de financiamiento el organismo que controla el proceso otorga un promedio de 150 salarios mínimos legales si el proyecto presentado genera 5 puestos de trabajo.

Fondo premio Santander al emprendimiento

De acuerdo a “El banco Santander”, la financiación de un proyecto innovador, debe tener ciertas características: Llevar a cabo una convocatoria la cual tiene como finalidad, la financiación de ideas de emprendimiento, ciencia e innovación. Prismaempaques se presentara a este premio por medio de su segmento de emprendimiento,

el cual tiene como característica principal ser estudiante de pregrado o postgrado de una institución de educación superior en Colombia, presentar ante el ente regulador un plan de negocios en el cual se especifique y se de desarrollo a un plan de negocio. Existen dos modalidades para participar del proceso, en la modalidad industrial y la modalidad de servicios donde aplica la organización y su objeto social, en esta categoría pueden participar todos los planes de negocio que se relacionen con la venta de servicios, entendidos como bienes intangibles que se suelen producir y consumir al mismo tiempo. Aquí clasifican tanto las industrias que provean exclusivamente servicios, como las que apoyen la producción de los bienes o de industrias autónomas para la producción de servicios.

Existen 4 premios los cuales de acuerdo al orden ascendente de ganadores reciben un monto económico para la implantación de la idea de negocio, los premios se catalogan de la siguiente manera:

Primer lugar modalidad Servicios: \$35.000.000**

Segundo lugar modalidad Servicios: \$15.000.000.

En las páginas de Internet de las anteriores entidades financiadoras de proyectos de emprendimiento, se debe descargar el modelo de plan de negocios exigidos, diligenciarlos y presentarlos respectivamente, donde estas lo indiquen y como lo indiquen.

Organización interna Prismaempaques

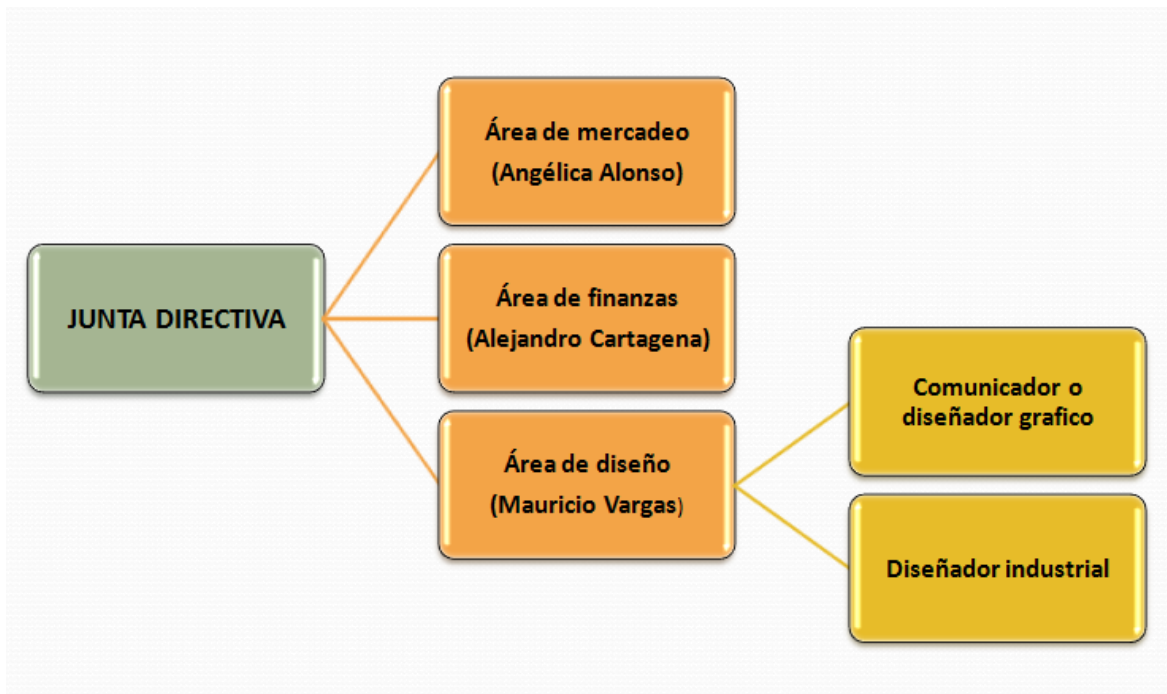


Figura 21 *Organigrama Prismaempaques*

La estructura organizacional de Prismaempaques está constituida de manera vertical, pues lo que se quiere lograr es un ambiente laboral más ameno, y darle la importancia que se merece cada empleado. Cuenta con una junta directiva y tres áreas encargadas de los procesos, quienes son las encargadas de llevar a cabo las operaciones de la organización.

Las actividades directivas serán llevadas a cabo por el consejo de la junta directiva y el proceso administrativo y operativo será llevado a cabo por los directores de área.

La junta directiva será constituida por el equipo de propietarios de Prismaempaques, los cuales son tres jóvenes estudiantes de Gestión de Mercadeo de la Universidad Minuto

de Dios, o por las personas que estos (con el paso del tiempo) seleccionen para el desarrollo de dicho consejo y las tareas asignadas a esta área corporativa.

Cargos corporativos

1. Departamento comercial

Encargado de área, Angélica Alonso estudiante de sexto semestre de tecnología gestión de mercadeo de la Universidad Minuto de Dios, con experiencia de un año en ventas, sus tareas radican en el desarrollo, promoción y comunicación de la organización en los diferentes medios de publicidad.

Entre sus tareas están:

- ✓ Creación y mantenimiento de bases de datos de la organización.
- ✓ Ejecución publicitaria por Internet y redes sociales.
- ✓ Contacto y relaciones con los clientes de la organización.
- ✓ Contacto y relaciones con las organizaciones tercerizadoras del proceso de manufactura.
- ✓ Relaciones protocolarias con terceros y financiadores.
- ✓ Búsqueda de nuevos clientes y proyectos de diseño (consecución mensual de 8 clientes promedio)

Departamento financiero y administrativo

Encargado área, Alejandro Cartagena estudiante de sexto semestre de tecnología en gestión de mercado de la Universidad Minuto de Dios, sus responsabilidades radican en los procesos administrativos, financieros y legales de la organización.

Entre sus tareas están:

- ✓ Legalización de la organización, ante los entes comerciales del país, (cámara de comercio, DIAN)
- ✓ Implantación y desarrollo de los libros contables de la organización.
- ✓ Pagos legales y fiscales mensuales de la organización.
- ✓ Selección de personal para la organización.
- ✓ Encargado financiero de la organización (pagos por ventas, pagos por tercerización de operaciones, manejo de chequeras)
- ✓ Relaciones económicas con clientes y tercerizadores de operación.
- ✓ Encargado de patentar y administrar los bienes de la organización.

A su cargo estará un asistente contable, el cual tiene como función exclusiva el proceso contable de la organización.

Departamento de diseño

Encargado área, Mauricio Vargas estudiante de sexto semestre de tecnología en gestión de mercado de la Universidad Minuto de Dios, con estudios en Artes Plásticas de la Universidad del Bosque en Bogotá. Sus responsabilidades radican en la creación y desarrollo de los diseños a vender.

Entre sus tareas están:

- ✓ Creación de diseños
- ✓ Evaluación muestras
- ✓ Administrador software de diseño
- ✓ Controlador de calidad

A su cargo estará un asistente tecnólogo de diseño gráfico, el cual en trabajo colaborativo con el encargado de área llevara a cabo tareas de diseño y evaluación de modelos diseñados.

MARCO LEGAL

Prismaempaques será una microempresa de sociedad por acciones simplificada, ya que al ser una idea de negocio de un grupo de emprendimiento será constituida como una pequeña empresa.

Según las leyes 590 de 2000, 905 de 2004 y el artículo 75 de la ley 1151 de 2007, sobre mi-pymes se entiende por microempresa, incluidas las fami-empresas, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a dos de los siguientes parámetros:

- 1) Planta de personal no superior a 10 trabajadores.
- 2) Activos totales, excluida la vivienda, por valor inferior a 500 salarios mínimos legales vigentes. (Guía Legis, 2011)

La ley 1258 de Diciembre 5 de 2008 dispone en su artículo 1: “La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes” (Diario Oficial No. 47.194 de 5 de diciembre de 2008)

Así mismo la ley dispone:

“ARTÍCULO 2o. PERSONALIDAD JURÍDICA. La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el cual se expresará cuando menos lo siguiente:

- 1o. Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- 2o. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”; o de las letras S.A.S.;
- 3o. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- 4o. El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- 5o. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- 6o. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.

7o. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.”

(LEY 1258 DE 2008 - Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada – Capítulo 1)

Aspectos tributarios, de registro y protección intelectual

- ✓ Inscripción en el RUT y Secretaría Distrital
- ✓ Responsabilidad régimen común.
- ✓ Expedición de resultados
- ✓ Obligaciones parafiscales, Sena, ICBF y Cajas.

GASTOS DE PERSONAL

REQUERIMIENTOS DE MANO DE OBRA MES TRABAJADO				
MATERIAS PRIMAS	(EN PESOS)\$	PORCENTAJE	SUBTOTAL	TOTAL
1. SALARIO BÁSICO				
1. Área de Mercadeo	864.000			
2. Área de Diseño	864.000			
3. Diseñador Gráfico	1.173.000			
4. Diseñador Industrial	1.173.000			
3. Área Administrativa	864.000			
TOTAL SALARIO	4.938.000			
1.1. FACTORES SALARIALES				
1.1.1. CESANTÍAS		8,33%	411335.4	
1..1.2. INTERESES A LAS CESANTÍAS		1,00%	49380	
1.1.3. PRIMAS		8,33%	411335,4	
1.1.4. VACACIONES		4,17%	205914.6	
1.1.5. AUXILIO DE TRANSPORTE			318.000	
1.1.6. DOTACIÓN			0	
1.2. APORTES A SEGURIDAD SOCIAL				

1.2.1. SEGURIDAD EN SALUD		8,50%	419.730	
1.2.2. SEGURIDAD EN PENSIÓN		2,00%	592.560	
1.2.3. RIESGOS PROFESIONALES		0,52%	25.776	
1.3. PARAFISCALES				
1.3.1. SENA		2,00%	98.760	
1.3.2. ICBF		3,00%	148.140	
1.3.3. CAJA DE COMPENSACIÓN		4,00%	197.520	
GRAN TOTAL			2.878.452	7.816.452

Cuadro10 *Requerimientos de mano de obra*

MODULO FINANCIERO

Objetivo

Presentar los análisis financieros de la organización Prismaempaques como sustento en la viabilidad de sus operaciones.

Gastos de personal Prismaempaques

	MES 1	AÑO1	AÑO2	AÑO 3
Gastos de mano de obra	7.816.452	93.797.424	93.797.424	93.797.424

Cuadro 11 *Gastos de personal*

Fuente: Autores

PUNTO DE EQUILIBRIO

PRECIOS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Diseño Estándar	0	1200000	3600000	4800000	4800000	7200000	9600000	10800000	13200000	144000000	14400000	14400000
Diseño de propiedad	0	0	0	6000000	6000000	6000000	12000000	12000000	12000000	18000000	18000000	18000000

Cuadro 12 *Punto de equilibrio*

Fuente: Autores

Punto de equilibrio operaciones Prismaempaques: Mes 7 y Mes 8, en donde los ingresos superan los costos y gastos de la organización.

PROYECCIÓN DE VENTAS UNIDADES POR PRODUCTO PRIMER AÑO

PRODUCTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Diseño Estándar	0	1	3	4	4	6	8	9	11	12	12	12
Diseño de propiedad	0	0	0	1	1	1	2	2	2	3	3	3

Cuadro 13 *Proyección de ventas por unidades*

(Diseño estándar piloto: venta de diseño por un valor de (\$1.200.000 para empaque de 5000 productos)

(Diseño de propiedad: venta de diseño total por valor de 6.000.000)

La proyección de ventas está representada en unidad de diseños vendidos mes a mes, por lo que el anterior cuadro representa los diseños que Prismaempques venderá en el primer año de operaciones logrando venta de doce diseños estándar piloto en el mes doce, y tres diseños de propiedad a misma fecha corte.

PROYECCIÓN DE VENTAS POR PRECIO PRIMER AÑO

PRECIOS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Diseño Estándar	0	1200000	3600000	4800000	4800000	7200000	9600000	10800000	13200000	144000000	14400000	14400000
Diseño de propiedad	0	0	0	6000000	6000000	6000000	12000000	12000000	12000000	18000000	18000000	18000000

Cuadro 14 *Proyección de ventas por precios*

El anterior cuadro representa las ventas en pesos Colombianos, hace referencia a los valores totales de ventas proyectadas para cada una de las unidades del

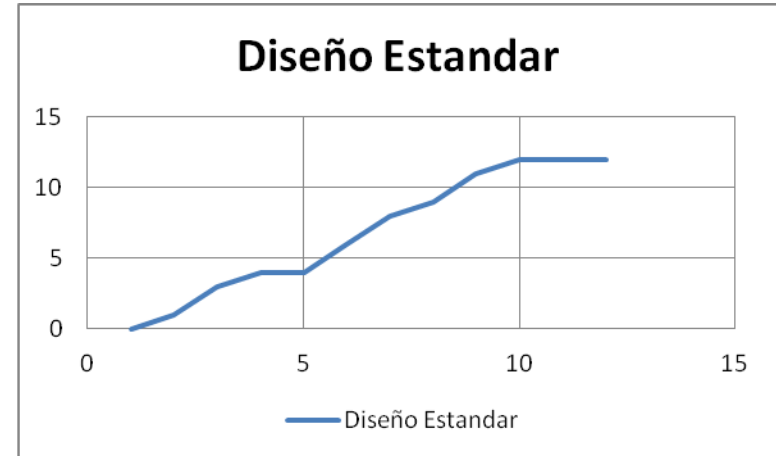
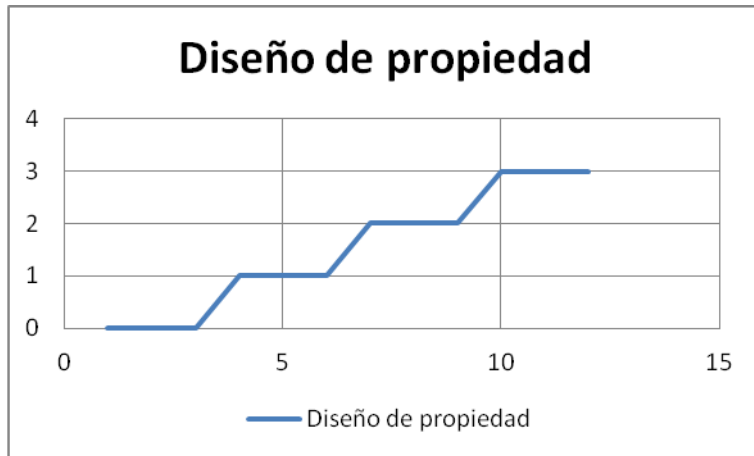


Figura 22 *Grafica diseño de propiedad productos Prismaempaques (arriba izquierda)*

Figura 23 *Grafica diseño estándar productos Prismaempaques (arriba derecha)*

Las anteriores figuras representan el crecimiento de Prismaempaques para el periodo de operaciones de un año, la figura número 22 representa el crecimiento en la venta de diseños de propiedad y la figura número 23 representa el crecimiento en la venta de diseño estándar piloto.

Este crecimiento está basado en los resultados de la investigación de mercados donde el 90% de los encuestados dicen preferir el empaque en cartón de un producto determinado y por ende pagarían hasta \$ 400 pesos de más por este nuevo producto (67%). Un 33 % pagaría entre \$ 100 y \$ 200 pesos por los nuevos empaques, lo que ratifica el crecimiento gradual en aceptación de la organización y sus productos.

PRECIOS DE VENTA Y CONDICIONES COMERCIALES

PRODUCTO	PRECIOS DE VENTA		CONDICIONES COMERCIALES EN %					
	NOMBRE	\$	CONTADO	A 30 DÍAS	A 60 DÍAS	A 90 DÍAS	A 120 DÍAS	A 150 DÍAS
1	Diseño estándar piloto	\$1.200.000,00	X	X				
2	Diseño de propiedad	\$6.000.000,00	X		X	X		

Cuadro 15 *Precios de venta***MANO DE OBRA****MANO DE OBRA FIJA DIRECTA**

TIPO DE EMPLEADO	SALARIO BÁSICO MES	NÚMERO DE EMPLEADOS POR AÑO		
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
1. Área de diseño	\$ 864.000,00	1	1	1
2. Diseñador grafico	\$ 1.173.000,00	1	1	2
3. Diseñador industrial	\$ 1.173.000,00	1	1	2
Total	\$ 3.210.000,00			

Cuadro 16 *Mano de obra directa*

El anterior cuadro presenta la información de los costos mensuales de la mano de obra fija directa y el número de empleados que por un periodo de tres años prestaran su colaboración en las operaciones de la organización.

MANO DE OBRA FIJA INDIRECTA Y ADMINISTRATIVA

TIPO DE EMPLEADO	SALARIO BÁSICO MES	NÚMERO DE EMPLEADOS POR AÑO		
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO3
Área de mercadeo	864.000	1	1	1
Área administrativa	864.000	1	1	1
Total	1.728.000			

Cuadro 17 *Mano de obra fija Indirecta*

El cuadro número 14 presenta la información de los costos de mano de obra indirecta de la organización, sus salarios a mes vencido de labores y el número de empleados que prestaran su colaboración a la organización por un periodo de tres años de operaciones. Para el cuarto año, la Junta directiva tomará la decisión de contratar a una tercera o quizás cuarta persona para darle el crecimiento adecuado a la empresa y así mismo responder de forma eficiente a sus clientes.

COSTOS MENSUALES DIRECTOS DE OPERACIÓN

CONCEPTO	COSTO MENSUAL
ARRIENDO	\$ 1.000.000,00
MANTENIMIENTO	0
SEGURO EQUIPOS	0

Cuadro 18 *Costos mensuales directos de operación*

GASTOS ADMINISTRATIVOS

TIPOS DE GASTO	GASTO MENSUAL
ARRIENDO	\$ 1.000.000,00
SERVICIOS PÚBLICOS	\$ 500.000,00
CAFETERÍA Y ASEO	\$ 80.000,00
PAPELERÍA Y ÚTILES	\$ 80.000,00
MANTENIMIENTO ADMÓN.	\$ -
CAPACITACIÓN	\$ -
ASESORÍA	\$ -
PUBLICIDAD(MENSUAL)	\$ 250.000,00
GASTOS BANCARIOS	\$ -
ASESORÍA CONTABLE	\$ 800.000,00
GASTOS REPRESENTACIÓN	\$ -
SEGUROS	\$ -
TRANSPORTE	\$ -
HONORARIOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1.728.000,00
CONSTITUCIÓN SOCIEDAD	\$ 150.000,00
TOTAL	\$ 4.588.000,00

Cuadro 19 *Gastos administrativos fijos*

INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS, EQUIPOS, COMPUTADORES Y HERRAMIENTAS

DESCRIPCIÓN	RECURSOS PROPIOS			VIDA ÚTIL (2) Años	DEPRECIACIÓN ANUAL 1/2=3	DEPRECIACIÓN MENSUAL 3/12
	CANT	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL 1			
1. Equipos de cómputo marca DELL VOSTRO 230 MT para pymes.(características en la parte inferior de la tabla 1)	5	\$ 1.499.000,00	\$ 7.495.000,00	5	\$ 1.499.000,00	\$ 124.916,67
2. Multifuncional Epson Stylus Office TX525FW (Impresora, fax) (características en la parte inferior de la tabla 2)	1	\$ 359.000,00	\$ 359.000,00	5	\$ 71.800,00	\$ 5.983,33
3. Silla Ergonómica Operativa Marca ASILLAS Y OFICINAS	5	\$ 159.000,00	\$ 795.000,00	10	\$ 79.500,00	\$ 6.625,00
4. Puestos operativos	5	\$ 462.000,00	\$ 2.310.000,00	10	\$ 231.000,00	\$ 19.250,00
5. Red de Internet e intranet	1	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00	10	\$ 30.000,00	\$ 2.500,00
6. The Box Builder (3 licencias)	1	\$ 969.000,00	\$ 969.000,00	5	\$ 193.800,00	\$ 16.150,00
7. Paquete de diseño (Corel Draw suite	1	\$ 1.249.799,00	\$ 1.249.799,00	5	\$ 249.959,80	\$ 20.829,98

x5)(1 licencia)						
8. IP Internet (página Web) (1 año)	1	\$ 180.000,00	\$ 180.000,00	1	\$ 180.000,00	\$ 15.000,00
9. Paquete Office Microsoft suite microempresa (1 licencia)	2	\$ 902.857,00	\$ 1.805.714,00	5	\$ 361.142,80	\$ 30.095,23
10. Paquete seguridad Norton(cada licencia soporta 3 equipos)	2	\$ 235.606,00	\$ 471.212,00	5	\$ 94.242,40	\$ 7.853,53
11. Programa de gestión administrativa (1 licencia)	2	\$ 450.000,00	\$ 900.000,00	5	\$ 180.000,00	\$ 15.000,00
Total		\$ 6.766.262,00	\$ 16.834.725,00		\$ 3.170.445,00	\$ 264.203,75

Cuadro 20 *Inversión***PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS FIJOS**

COSTOS	MES 1	AÑO 1	AÑO2	AÑO3
MANO DE OBRA				
ARRIENDO	\$ 1.000.000,00	\$ 12.000.000,00	\$ 12.000.000,00	\$ 12.000.000,00
SERVICIOS PÚBLICOS PRODUCTIVOS	\$ 500.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 6.000.000,00
DEPRECIACIÓN Maquinaria y Equipo	\$ 1.399.000,00	\$ 16.788.000,00	\$ 16.788.000,00	\$ 16.788.000,00
DEPRECIACIÓN Software	\$ 104.928,00	\$ 1.259.136,00	\$ 1.259.136,00	\$ 1.259.136,00

MANTENIMIENTO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
OTROS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -	\$ -
SUB TOTAL	\$ 3.003.928,00	\$ 36.047.136,00	\$ 36.047.136,00	\$ 36.047.136,00
HONORARIOS				
ADMINISTRATIVOS		\$ -	\$ -	\$ -
OTROS EMPLEADOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1.728.000,00	\$ 20.736.000,00	\$ 20.736.000,00	\$ 20.736.000,00
PRESTACIONES SOCIALES				
TOTALES	\$ 2.878.452,00	\$ 34.541.424,00	\$ 34.541.424,00	\$ 34.541.424,00
ARRIENDO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
SERVICIOS PÚBLICOS NO PRODUCTIVOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ASESORÍA CONTABLE		\$ -	\$ -	\$ -
ASESORÍAS	\$ 800.000,00	\$ 9.600.000,00	\$ 9.600.000,00	\$ 9.600.000,00
DEPRECIACIÓN muebles y enseres	\$ 28.375,00	\$ 340.500,00	\$ 340.500,00	\$ 340.500,00
GASTOS BANCARIOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CAFETERÍA Y ASEO	\$ 80.000,00	\$ 960.000,00	\$ 960.000,00	\$ 960.000,00
PAPELERÍA	\$ 80.000,00	\$ 960.000,00	\$ 960.000,00	\$ 960.000,00
ÚTILES DE OFICINA		\$ -	\$ -	\$ -

CONSTITUCIÓN SOCIEDAD	\$ 150.000,00	\$ 1.800.000,00	\$ 1.800.000,00	\$ 1.800.000,00
		\$ -	\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -	\$ -
SUB TOTAL	\$ 5.744.827,00	\$ 68.937.924,00	\$ 68.937.924,00	\$ 68.937.924,00
PUBLICIDAD	\$ 6.000.000,00	\$ 72.000.000,00	\$ 72.000.000,00	\$ 72.000.000,00
TOTAL COSTOS Y GASTOS FIJOS	\$ 8.748.755,00	\$ 104.985.060,00	\$ 104.985.060,00	\$ 104.985.060,00

Cuadro21 *Presupuesto de costos y gastos fijos*

GLOSARIO

Cool Hunting: Método de investigación realizado por medio de la observación, “cazando” tendencias actuales.

Packaking: Es “la ciencia, el arte y la tecnología de inclusión o protección de productos para la distribución, el almacenaje, la venta, y el empleo. Desde la perspectiva del diseño es la ventana de comunicación hacia el consumidor” (Código Visual, 2009)

Planet Green: Marca creada por Prismaempaques para realizar la distinción a todas aquellas empresas que son ambientalmente responsables.

Redes sociales: Las Redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad.

Software: Es un conjunto de programas, instrucciones y reglas informáticas que permiten ejecutar distintas tareas en una computadora.

The Box Builder: Software especializado en la creación de empaques.

CONCLUSIONES

Prismaempaques tiene por objeto el diseño de empaques de cartón, ofreciendo un paquete completo en asesoría, investigación del mercado, captación de tendencias y manufactura de producto por medio de agentes tercerizadores, el anterior documento realizado fue en aras de obtener información verídica sobre la viabilidad de la futura empresa Prismaempaques, la metodología usada fue la investigación y usos de diversas fuentes de información tales como: investigaciones del mercado a partir de encuestas y métodos de observación, análisis financieros entre otros para reafirmar la viabilidad de Prismaempaques.

De acuerdo a los datos de la investigación de mercados, podemos afirmar que la organización cumple con las necesidades del mercado, satisfaciendo al consumidor final con elementos creativos e innovadores, dando respuesta positiva a una serie de factores esenciales entre los cuales se encuentran el precio, el producto y la adquisición del mismo. Es importante resaltar el comportamiento positivo del mercado en cuanto al diseño de empaques de cartón y las tendencias en cuanto al desarrollo de este.

La aceptación del servicio y principalmente del producto final que se desarrolla a partir de este, de acuerdo a la investigación realizada durante el proceso, evidentemente fue acertada, y no solo aporta al desarrollo de este plan de negocios, si no al sector mismo, fortaleciendo las pequeñas y medianas empresas relacionadas con el proceso del cartón y sus derivados, factores innovadores y de impacto en el sector comercial.

Prismaempaques demostró por medio de este documento, la viabilidad de su servicio, por medio de valores estadísticos contundentes tales como una aceptación del producto gracias a su empaque en el proceso de compra de un 67 %, y de un impacto visual de un 90 %, sin tener que cambiar el contenido de éste, entre otros datos estadísticos de gran valor, avalados por un acertado estudio encuestador incluidos en este documento.

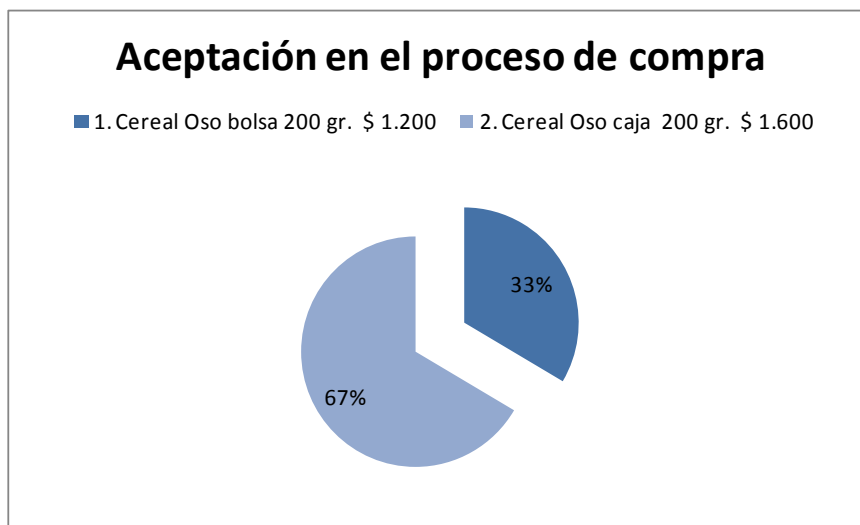


Figura 24 *Grafica aceptación proceso de compra*

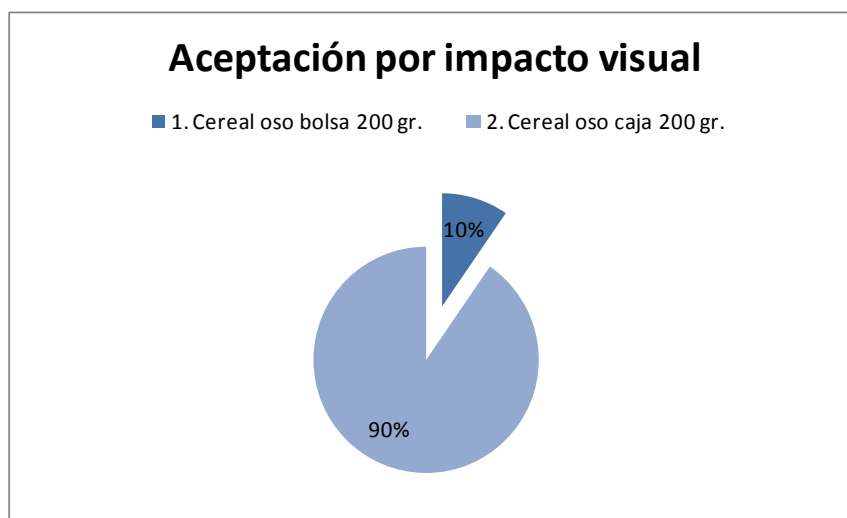


Figura 25 *Grafica aceptación impacto visual*

Finalmente, es correcto afirmar que Prismaempaques puede convertirse gracias a la información presentada en este plan de negocios, en una organización viable y de grandes valores empresariales, fuerte económicamente y de crecimiento rápido si se lleva a cabo una excelente administración que se suma a los grandes esfuerzos realizados por parte de ideas jóvenes en un país emprendedor, por consiguiente es, de acuerdo a las investigaciones, razonable y pertinente iniciar las operaciones de esta organización.

BIBLIOGRAFIA

1. *Folding Patterns for Display and Publicity* (2005) editorial PEPIN Press; Pap/Cdr edition.
2. Giles Calver, (2004). *Qué es el packaging: sólo vemos lo que miramos: mirar es elegir* México: Gustavo Gili.
3. Prieto Jorge E, 1ªed. (2009). *Investigación de mercados*. Bogotá: Ecoe ediciones. 100, 101, 106
4. Eyssautier de la Mora, Maurice (2006) *Investigación de mercados*, México Trillas. 70, 71, 187.
5. Gisela Kozak, Julius Wiedemann (2008). *Package desing now*, Italia: Taschen.
6. Denison Edward, (2007) *Prototipos de packaging*, México Gustavo Gili.
7. Revista Énfasis Packaging Latinoamérica, Año XVI Noviembre/Diciembre 2010.
8. Revista Proyecto Diseño, (2008). Edición N° 58 Oct-Nov.
9. Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos; Baptista Lucio, Pilar (2006) *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill, México.

LISTA DE REFERENCIAS

1. www.mienlaceprofesional.org
2. www.fondoemprender.com
3. www.santander.com.co
4. www.bancoldex.com
5. www.ccb.org.co/
6. www.glanzmann.ch/LinkClick.aspx?fileticket=G8vOv9EkBaw%3D&tabid=169&language=en-US
7. www.elminutodedios.org/es/corporacion/historia.html
8. http://mercadeoypublicidad.com/Secciones/Biblioteca/DetalleBiblioteca.php?recordID=6828&pageNum_Biblioteca=9&totalRows_Biblioteca=210&Tema=1&PHPSESSID=fcc7bd25671e59ca245ccf0071f9ce09&list=Ok&PHPSESSID=fcc7bd25671e59ca245ccf0071f9ce09
9. <http://www.bancoldex.com/contenido/contenido.aspx?catID=128&conID=322>
10. <http://www.emprendimientouao.org/wp-content/uploads/2011/03/FONDO-EMPRENDER.pdf>
11. http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2008/ley_1258_2008.html
12. <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=34130>

ANEXOS

1. Artículo periódico ADN Mayo de 2011
2. Escalas de pago mínimos año 2011
3. Piezas publicitarias
4. Cotizaciones
5. Balance general
6. Encuestas aplicadas

ANEXOS

Cotización N° 1

Instituto San Pablo Apóstol

Cra. 24B No. 29A-00 Sur. Pbx: 202 79 19 Fax: 202 77 99 Bogotá, D.C.

Bogotá 19/05/2011

COTIZACION 0011352

Sr.

ANGELICA ALONSO

Ciudad

Título : CALENDARIOS

Acabado : Hojas

Formato : 20 x 15 cm

En papel Esm.import 250gr a 4x0 tintas

<Digital>

Cantidad	Valor unitario	Valor Total
-----------------	-----------------------	--------------------

50	923.22	46,100
-----------	---------------	---------------

Título : FACTURAS

Acabado : Libretas numeradas

Formato : Carta 21.5 x 28 cm

Original : 50 en papel Químico cb a 1x0 tintas

Copia : 50 en papel Químico cfb a 1x0 tintas

Copia 50 en papel Químico cf a 1x0 tintas

<Digital>

Cantidad	Valor unitario	Valor Total

1	45,880.32	45,800

*** IVA INCLUIDO.**

Si el producto es exento de **IVA**, el cliente debe suministrar copia del registro **ISBN** ó **ISSN**.

Y se descontará del total de la factura.

*EL CLIENTE SUMINISTRARA: archivo

*TIEMPO DE ENTREGA: A convenir una vez aprobados los artes finales.

*VALIDEZ DE LA OFERTA: treinta días de no existir variación de precios en los insumos.

*El pedido se dará por cumplido con un 5% de más o de menos sobre lo ordenado por el cliente.

*Si el trabajo es con diseño el valor incluye máximo tres modificaciones o correcciones hechas por el cliente.

*Toda modificación que se realice en el desarrollo del trabajo que no esté contemplada en esta cotización

Se ajustará en el momento de facturar.

*NOTA: No tenemos servicio de entrega de mercancía a domicilio.

*FORMA DE PAGO: CONTADO COMERCIAL.

Cordialmente

Audelino González

Cotización N° 2

Bogotá, Abril 12 de 2011

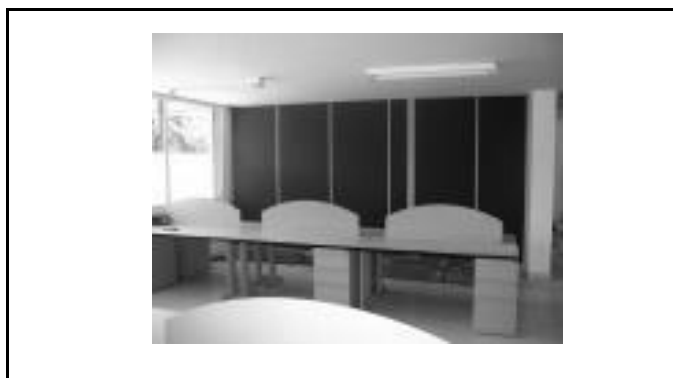


Señor:
MAURICIO VARGAS M.
Ciudad

Cot. 3642 -04-11


ASUNTO: COTIZACION PUESTOS DE TRABAJO

Atendiendo su invitación a cotizar, presentamos a su consideración y análisis de nuestra
Siguiente oferta.



PUESTO OPERATIVO

Ítem	Descripción	Dimensiones	Cant	V. Unit.	V. Total
1	CAJONERA 2 CAJONES X 1 ARCHIVO	h = 0,69, a = 0,37	5	\$ 294.000	\$ 1.470.000
2	COSTADO EN H	h = 0,69	5	\$ 28.000	\$ 140.000
3	SUPERFICIE RECTA	1,00 X 0,60	5	\$ 140.000	\$ 700.000

4	SILLA STAR MEDIA CONTACTO PERMANENTE, COLUMNA A GAS, TAPIZADA EN PAÑO, ESPALDAR MEDIO. SIN BRAZOS.		5	\$ 195.000	\$ 975.000	
6	JUEGO DE BRAZOS FIJOS GOLF		5	\$ 26.000	\$ 130.000	
7	INSTALACION		1	\$ 200.000	\$ 200.000	
					SUBTOTAL	\$ 3.615.000
					IVA 16%	\$ 578.400
					TOTAL	\$ 4.193.400

**CONDICIONES
COMERCIALES**

Tiempo de entrega: 15 (Quince) días hábiles a partir de la orden de compra

Forma de pago: 50% anticipo, saldo contra entrega

Validez de la oferta: 30 días

NOTA: PRECIO PARA ENTREGA DENTRO DEL PERIMETRO URBANO, PARA DESPACHOS FUERA DE BOGOTA, EL CLIENTE ASUME EL VALOR DEL FLETE Y A LA COTIZACION SE LE SUMARIAN LOS VIATICOS DEL INSTALADOR.

Cordialmente:

María del Pilar Sierra

Asesora de Proyectos.

Cel: 3132575213

pilar.sierra@nime.com.co

www.nime.com.co

Cotización N°3

Equipo de Computo **Dell VOSTRO 230 MT (recomendado por DELL para pymes) (5 unidades)**

Precio Unidad: \$ 1'499.000 Moneda local

- Windows® 7 Professional Original de 64 bit con Medio en Español
- Intel® Pentium Dual-Core® E5800 w/VT (3.2GHZ, 2MB L2, 800FSB)
- Memoria de 4GB Dual Channel DDR3 SDRAM 1333MHz - 2DIMMs
- Monitor Dell E1910H - Ancho y Plano de 18.5 pulgadas
- 512MB NVIDIA® GeForce® G310 (DVI + VGA + HDMI)
- Disco Duro de 500GB Serial ATA (7200RPM) con DataBurst Caché™
- Dell Multimedia Teclado - Español
- Dell Laser Mouse - Black Gloss
- 1 Año de ProSupport para IT, con respuesta al siguiente día laborable.

Información extraída de:

<http://www.dell.com/co/empresas/p/vostro-230/pd.aspx?c=co&cs=cobsdt1&l=es&s=bsd&~ck=mn>

* Precios sujetos a cambios durante el transcurso del año.

Cotización N° 4

Equipo de fax e impresión **Epson Stylus Office TX525FW (recomendada por Epson para pymes) (1 unidad)**

Precio Unidad: \$ 359.000

- Alimentador automático de documentos, envía por fax, escanea y copia hasta 30 páginas a la vez
- Conexión en red Wi-Fi y Ethernet incorporadas para compartir tu multifunción con varias computadoras
- Ahorra, imprime más por menos con cartuchos individuales de alto rendimiento, cambia sólo el color que necesitas
- Pantalla LCD de texto para el fácil uso de funciones como copia y el envío por fax
- 5 botones de marcado rápido para enviar un fax a los contactos principales en un instante
- Tinta DURABrite® Ultra.
- Ahorra, usa hasta 70% menos energía que una impresora láser*

Información extraída de:

<http://www.epson.com.co/asp/carroCompras.asp?b2cAccion=b2cAccionAgregarItem&idItem=1112>

Justificación de los precios a trabajadores

Enlace profesional es una organización Colombiana que tiene como finalidad la creación de una red de egresados colombianos, brinda información académica, laboral y económica de los diferentes costos de los profesionales en las respectivas escalas de educación del país.

Los valores fueron extraídos de su publicación de escala mínimos remuneración 2011:

ESCALA MÍNIMOS REMUNERACIÓN 2011		CATEGORIA A SALARIOS MÍNIMOS LABORALES 2011 (contratos fijos e indefinidos)	CATEGORIA B SALARIOS MÍNIMOS VARIABLES 2011 (nota: va ligado a categoría A) (-20%)	CATEGORIA C SALARIOS MÍNIMOS HONORARIOS 2011 (NOTA: Va ligado a la categoría A) (+28%)	CATEGORIA D SALARIOS MÍNIMOS HONORARIOS AREA COMERCIAL 2011 + 36% (NOTA: Va ligado a la categoría A)
NIVEL DE FORMACIÓN	ESPECIFICACIONES DEL PERFIL GRADUADO				
Técnico (1)	Técnico Sin experiencia en el área de formación	\$ 621.000	\$ 497.000	\$ 795.000	\$ 845.000
	Técnico Con experiencia en el área de formación (6-12 meses)	\$ 643.000	\$ 514.000	\$ 823.000	\$ 875.000
	Técnico Bilingüe	\$ 1.310.000	\$ 1.048.000	\$ 1.677.000	\$ 1.782.000
	Técnico con experiencia en el área de formación de (1-2 años)	\$ 679.000	\$ 543.000	\$ 869.000	\$ 923.000
	Técnico con experiencia superior a 2 años	\$ 840.000	\$ 672.000	\$ 1.075.000	\$ 1.142.000
NIVEL DE FORMACIÓN	ESPECIFICACIONES DEL PERFIL GRADUADO	TECNOLOGO			
Tecnólogo (2)	Tecnólogo Sin experiencia en el área de formación (< 1 año)	\$ 864.000	\$ 691.000	\$ 1.106.000	\$ 1.175.000
	Tecnólogo Con experiencia en el área de formación (1 - 2 años)	\$ 1.173.000	\$ 938.000	\$ 1.051.000	\$ 1.595.000
	Tecnólogo Bilingüe	\$ 1.482.000	\$ 1.186.000	\$ 1.897.000	\$ 2.016.000
	Tecnólogo con experiencia superior a 2 años	\$ 1.482.000	\$ 1.186.000	\$ 1.897.000	\$ 2.016.000
NIVEL DE FORMACIÓN	ESPECIFICACIONES DEL PERFIL GRADUADO	PREGRADO			
Profesional - Pregrado (3)	Profesional Sin experiencia en el área de formación (< 1 año)	\$ 1.493.000	\$ 1.194.000	\$ 1.911.000	\$ 2.031.000
	Profesional Sin experiencia en el área de formación (< 1 año) - Bilingüe	\$ 2.067.000	\$ 1.654.000	\$ 2.646.000	\$ 2.811.000
	Profesional Con experiencia en el área de formación (1 - 3 años)	\$ 1.838.000	\$ 1.470.000	\$ 2.353.000	\$ 2.500.000
	Profesional Con experiencia en el área de formación (1 - 3 años) - Bilingüe	\$ 2.397.000	\$ 1.918.000	\$ 3.068.000	\$ 3.260.000
NIVEL DE FORMACIÓN	ESPECIFICACIONES DEL PERFIL GRADUADO	POSGRADO			
Profesional - Especialista (4)	Especialista Sin experiencia en el área de formación (< 1 año)	\$ 2.179.000	\$ 1.743.000	\$ 2.789.000	\$ 2.963.000
	Especialista Sin experiencia en el área de formación (< 1 año) - Bilingüe	\$ 2.724.000	\$ 2.179.000	\$ 3.487.000	\$ 3.705.000
	Especialista Con experiencia en el área de formación (1 - 3 años)	\$ 2.724.000	\$ 2.179.000	\$ 3.487.000	\$ 3.705.000
	Especialista Con experiencia en el área de formación (1 - 3 años) - Bilingüe	\$ 3.051.000	\$ 2.441.000	\$ 3.905.000	\$ 4.149.000
NIVEL DE FORMACIÓN	ESPECIFICACIONES DEL PERFIL GRADUADO	MAESTRIA			
Profesional - Magister (5)	Magister Sin experiencia en el área de formación (< 1 año)	\$ 2.833.000	\$ 2.266.000	\$ 3.626.000	\$ 3.900.000
	Magister Sin experiencia en el área de formación (< 1 año) - Bilingüe	\$ 3.269.000	\$ 2.615.000	\$ 4.184.000	\$ 3.347.000
	Magister Con experiencia en el área de formación (1 - 3 años)	\$ 3.269.000	\$ 2.615.000	\$ 4.184.000	\$ 3.347.000
	Magister Con experiencia en el área de formación (1 - 3 años) - Bilingüe	\$ 3.814.000	\$ 3.051.000	\$ 4.882.000	\$ 3.095.000

CRITERIOS TENIDOS EN CUENTA: La inflación y el incremento realizado por el Gobierno Nacional al Salario Mínimo Legal el cual fue de 4% La diversidad de perfiles Contextualizamos en el tema de salarios y tendencias Incremento proporcional en aquellos salarios más altos.	SALARIO MÍNIMO INTEGRAL 2011 \$ 6.962.800	Salario Mínimo Legal Vigente \$ 535.600	
			AUX. DE TRANSP. \$ 63.600
	SE ESTABLECIERON LAS SIGUIENTES CATEGORIAS PARA HACER EFECTIVO EL INCREMENTO Para Técnicos, Tecnólogos: aplicara un incremento del 4% que fue el incremento del SMLV. Para Pregrado, experiencia hasta 3 años, Bilingüe (3 primeras Categorías), Aplicara un 4,99% Para Posgrado y Maestrías (Desde la 4 Categoría hacia adelante), Aplicara un incremento de 3,07%	Esta tabla no se aplica para: 1. Profesionales de la Salud 2. Derecho, en todos los casos ya definidos por el Colegio de Abogados 3. Profesionales de la Educación	

Información extraída de:

www.mienlaceprofesional.org/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=7

MEDIO AMBIENTE

Ordenan sustituir bolsas de plástico en comercio

Desaparecerán gradualmente por norma de Secretaría Distrital de Ambiente.

Redacción
Bogotá

● Las bolsas plásticas no reutilizables tendrán que comenzar a desaparecer, gradualmente, de los supermercados, centros comerciales, tiendas y autoservicios que funcionan en Bogotá, según una resolución que hoy expedirá la Secretaría Distrital de Ambiente.

La medida forma parte de un ambicioso programa de racionalización, reutilización y reciclaje que emprenderá el Distrito, teniendo en cuenta que tan solo las grandes superficies usan en la ciudad al mes más de 42 millones de bolsas plásticas, según un estudio de Fenalco.

La idea es implementar bolsas de tela que son reutilizables, para disminuir el desmedido uso de las bolsas fabricadas en polietileno, polipropileno y otros materiales plásticos, ya que tardan entre 200 y hasta 1.000 años en descomponerse.

El programa de la SDA se ejecutará en varias fases. En la primera etapa, que inicia hoy, las grandes superficies deberán comenzar a disminuir en un 30 por ciento, como mínimo, el empleo de las bolsas grandes (tamaño mayor a 30 centímetros) y en un 40 por ciento las peque-



Las bolsas plásticas tardan entre 200 y hasta mil años en descomponerse. Desde hoy, se pondrá en marcha un plan de reciclaje. ADN

Los datos

▶ **El secretario** Distrital de Ambiente, Juan Antonio Nieto, lanzará hoy el programa de racionalización, reutilización y reciclaje que, incluirá, otras medidas para los fabricantes y la obligación de los registros de reducción de uso de estos empaques, ante la entidad.

▶ **El programa** de retiro de las bolsas plásticas del mercado y las campañas que se iniciarán para que la población deje, también, de usar empaques anticorrosivos, cuenta con el apoyo de Exito y Carrefour, que ya han iniciado programas con igual fin.

▶ **Al erradicar** un material que no es biodegradable como el caso del plástico, se beneficia el medio ambiente. La idea es cambiarlas por material en tela. Son resistentes, reutilizables y se pueden llevar al mercado las veces que sean necesarias.

ñas (menos de 30 cms). Esa tarea la deberán cumplir en los primeros tres años.

Los centros comerciales, a su vez, deberán reducir su uso en un 30 por ciento, pero en el término de cuatro años. Para el resto del comercio, la reducción se fijó en un 20 por ciento, en un plazo de seis años.

Piezas publicitarias

prismaempaques prismaempaques prismaempaques prismaempaques

prismaempaques

Maria Angélica Alonso Peña
D.I: 1019071407

Departamento Comercial
Gerente Comercial
Bogotá

prismaempaques

prismaempaques prismaempaques prismaempaques prismaempaques

MISIÓN

prismaempaques es una organización joven, creativa e innovadora dedicada a dar soluciones integrales en cuanto a empaques de cartón para productos alimenticios, con los mejores estándares de calidad para lograr una satisfacción total al cliente, sin dejar a un lado el compromiso social y ambiental que tenemos como miembros de la sociedad.

VISIÓN

Seremos reconocidos en el 2018 como empresa por ser vanguardista, visionaria e innovadora, tanto por la calidad de sus productos como por su compromiso ambiental y será recordada como pionera en la implementación de nuevas tendencias en empaques de cartón contribuyendo de la misma forma al desarrollo sostenible y económico de la sociedad.

SERVICIO

Asesoría por parte del grupo de profesionales que conforma prismaempaques se realizará el estudio de producto para definir el empaque ideal para este, se tendrán en cuenta aspectos como el ciclo de vida del producto, líneas de producto, identidad corporativa y demanda.



©www.123rf.com

prisma empaques

**EL MUNDO CAMBIA,
LOS EMPAQUES TAMBIÉN**

prisma empaques



**Mauricio Vargas Martinez
Director de Diseño**

Tel: 3103126980

CII 73 N° 44 A 08 Sur

www.prismaempaques.jimdo.com

CONTACTENOS

Tel: 3112391021
Calle 73 N° 44 A 08 Sur

Escribanos a:
prismaempaques@hotmail.com

Vistitenos en nuestra página Web
www.prismaempaques.jimdo.com

©www.123rf.com

EL MUNDO CAMBIA,
LOS EMPAQUES TAMBIÉN



SOLUCIONES INTEGRALES Y EFICIENTES EN EMPAQUES
DE CARTÓN.



prisma
empaques®

Contactenos
792 65 79
CII 73 N 44 A 08 Sur
www.Prismaempaques.com

creatividad + medio ambiente

prisma
empaques®

El mundo cambia, los empaques también.



planet green

Ofrecemos soluciones creativas y eficientes en el diseño de empaques para el impulso de productos alimenticios en el punto de venta.

Prismaempaques es una organización joven creativa e innovadora.

Seremos reconocidos como una empresa vanguardista, visionaria e innovadora

creatividad + medio ambiente



*Diseños basados en tendencias
*Investigación en punto de venta
*Impresión Offset de alta calidad
*Gran impacto visual



*Cartones Folding, Kraft y cartoncillos colaminados
*Capa plastificadas e impermeabilizantes
*Gramajes desde 0.12 mm - 0.56 mm
*Gran resistencia
*Durabilidad
*Protección para su producto
*Impulso en punto de venta



planet green

Sea reconocida por ser una empresa ambientalmente responsable por usar empaques biodegradables.

BALANCE GENERAL

La empresa a PRISMAEMPAQUES S.A.S es constituida el 1 de enero de 2011 por las socias ANGELICA ALONSO, MAURICIO VARGAS Y ALEJANDRO CARTAGENA, mediante escritura pública No. _____ de la notaría No. _____ del Distrito Capital de Bogotá, con los siguientes aportes:

La socia ANGELICA ALONSO aporta los activos representados así:						
	En efectivo el valor de					\$ 2.139.275
	Un (1) Software de diseño The Box Wilder (3licencias) por valor					\$ 969.000
	Un (1) Una aplicación para diseño Corel Draw por valor de					\$ 1.249.799
	Un (1) IP Internet (pagina web) por un año por valor de					\$ 180.000
	Dos (2) Sistema operativo Office Maicrosoft suite microempresa					\$ 1.805.714
	Dos (2) paquetes de seguridad Norton (antivirus) \$235,606 c/u					\$ 471.212
	Dos (2) programa de Gestión Administrativa (1 licencia) \$450,000					\$ 900.000
					total.....	\$ 7.715.000
El socio MAURICIO VARGAS, aporta equipos de oficina:						
	Cinco (5) computador Deii Vostro 230 MT, por valor de \$1'499,000					\$ 7.495.000
	Diez (10) resmas de papel carta por valor de \$22,000 c/u					\$ 220.000
					subtotal.....	\$ 7.715.000
El socio ALEJANDRO CARTAGENA, aporta:						
	En efectivo el valor de					\$ 4.131.000
	Una (1) impresora multifuncional Epson Stylus TX525FW por valor					\$ 359.000
	Cinco (5) sillas ergonómica operativa por valor de \$195,000 c/u					975.000
	Cinco (5) archivadores por valor de \$294,000 c/u					1.470.000
	Dos (2) Red de internet e intranet por valor de \$300,000c/u					600.000
	Cuatro (4) cartuchos de tinta de colores por valor de \$ 45,000 c/u					180.000
					subtotal.....	7.715.000
TOTAL APORTES.....						\$ 23.145.000

BALANCE DE APERTURA

Prismaempaques S.A.S

ACTIVO			23.145.000
CORREINTE		6.270.275	
CAJA	6.270.275		
ACTIVOS FIJOS		16.474.725	
EQUIPO DE OFICINA	10.299.000		
Equipo de procesam/ datos	7.495.000		
Impresora	359.000		
Sillas ergonómica	975.000		
Archivador	\$ 1.470.000		
OTROS	\$ 6.175.725		
Software de diseño The Box Wilder	\$ 969.000		
Una aplicación para diseño Corel Dra	\$ 1.249.799		
IP Internet (pagina web	\$ 180.000		
Sistema operativo Office Maicrosoft	\$ 1.805.714		
Paquetes de seguridad Norton (antivi	\$ 471.212		
Programa de Gestión Administrativa	\$ 900.000		
Red de internet e intranet	\$ 600.000		
DIFERIDOS		\$ 400.000	
GASTOS DIFERIDOS	\$ 400.000		
Papeleria	\$ 220.000		
Cartuchos de tinta impresoras	180.000		
PASIVO			
PATRIMONIO			
APORTES SOCIALES		23.145.000	
Cuotas de interés social	23.145.000		
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			23.145.000