

ELABORACIÓN DE EMPAQUES PLÁSTICOS BIODEGRADABLES POR PARTE DE LA  
EMPRESA PRODIPOL & CÍA. LTDA., PARA SU POSTERIOR EXPORTACIÓN A  
MÉXICO.

ACOSTA CAMARGO WENDY PAOLA  
RÍOS GÓMEZ MONICA LIZETH

UNIVERSITARIA AGUSTINIANA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
NEGOCIOS INTERNACIONALES  
BOGOTÁ, D.C.  
2018

ELABORACIÓN DE EMPAQUES PLÁSTICOS BIODEGRADABLES POR PARTE DE LA  
EMPRESA PRODIPOL & CÍA. LTDA., PARA SU POSTERIOR EXPORTACIÓN A  
MÉXICO.

ACOSTA CAMARGO WENDY PAOLA  
RÍOS GÓMEZ MONICA LIZETH

Asesor del Trabajo  
OSPINA MARTÍNEZ OSWALDO

Trabajo de grado para optar por el título como  
Profesional en Negocios Internacionales

UNIVERSITARIA AGUSTINIANA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
NEGOCIOS INTERNACIONALES  
BOGOTÁ, D.C.

2018

Nota de aceptación

---

---

---

---

---

Firma del presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Bogotá, D.C., 07 de mayo de 2018

## Resumen

Esta investigación se llevó a cabo con el fin de abordar una problemática presentada en la empresa Prodipol y Cía. Ltda., debido a la normatividad impuesta por el Gobierno Colombiano a través de la resolución 668 de 2016, la cual busca reducir el consumo de las bolsas plásticas a través de diferentes programas y prohibiciones que limitan la producción y comercialización de este tipo de productos. El objetivo principal de esta investigación es diseñar estrategias de negocio para la empresa Prodipol, que cumplan con las exigencias impuestas en la normatividad, para la sostenibilidad de dicha empresa y a su vez permitan penetrar en los mercados internacionales.

En el Capítulo I se realiza un diagnóstico estratégico de la empresa mediante el empleo de la matriz de evaluación de factores internos y la matriz de evaluación de factores externos, las cuales permiten conocer el estado actual en el que se encuentra la empresa, al evidenciar sus puntos débiles y fuertes, se diseñan estrategias por áreas de la empresa que permitan mejorar la posición competitiva de la empresa.

Por último, en el capítulo II se realiza una evaluación de los mercados internacionales, analizando tres posibles países en los que se observa una oportunidad de negocio, los cuales fueron: Brasil, México y Canadá. Arrojando como resultado a México, país elegido para iniciar un proceso de negociación y posterior exportación del producto, es así como se procede a analizar más a fondo este país, encontrando factores importantes como: rutas de acceso, acuerdos comerciales con Colombia, aceptación del producto, normatividad, entre otros. Factores que serán claves al momento de exportar a este país.

**Palabras clave:** Internacionalización, consumo, bolsas plásticas, estrategias, mercados internacionales, diagnóstico, oportunidad comercial.

## Abstract

This investigation was carried out in order to address a problem presented by the company Prodipol y Cía. Ltda., Due to the regulations imposed by the Colombian Government through resolution 668 of 2016, which seeks to reduce the consumption of plastic bags through different programs and prohibitions that limit the production and marketing of this type of products. The main objective of this research is to design business strategies for the company Prodipol, which comply with the requirements imposed by the regulations, for the sustainability of this company and at the same time allow penetration in international markets.

In Chapter I, a strategic diagnosis of the company is made through the use of the internal factors assessment matrix and the external factors assessment matrix, which allow knowing the current state of the company, by evidencing their weak and strong points, strategies are designed by company areas that allow improving the competitive position of the company.

Finally, in chapter II an evaluation of international markets is carried out, analyzing three possible countries in which a business opportunity is observed, which were: Brazil, Mexico and Canada. Throwing as a result to Mexico, the country chosen to start a process of negotiation and subsequent export of the product, this is how we proceed to analyze this country more thoroughly, finding important factors such as: access routes, trade agreements with Colombia, acceptance of the product, normativity, among others. Factors that will be key when exporting to this country.

**Keywords:** Internationalization, consumption, plastic bags, strategies, international markets, diagnosis, commercial opportunity.

## Contenido

Introducción .....	6
1. Problema de investigación.....	7
1.1 Planteamiento del problema.....	7
1.2 Formulación del problema .....	8
2. Objetivos.....	9
2.1 Objetivo general.....	9
2.2 Objetivos específicos .....	9
3. Justificación.....	10
4. Marcos de referencia .....	12
4.1 Marcos de antecedentes .....	12
4.2 Marco teórico.....	13
4.2.1 Internacionalización.....	13
4.2.1.1 <i>El modelo Uppsala – Escuela nórdica</i> .....	16
4.2.2 Mercados verdes.....	17
4.2.2.1 <i>Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible</i> .....	17
4.2 Marco legal .....	18
5. Metodología del proyecto.....	19
6. Capítulo 1 .....	21
6.1 Diagnostico estratégico.....	21
6.2 Estrategias de negocio.....	29
6.2.1 Tecnología.....	30
6.2.2 Capacitaciones.....	30
6.2.3 Logística.....	30
6.2.4 Ventas.....	31

6.2.5	Alianzas.....	31
6.2.6	Bioplástico.....	31
6.2.7	Posicionamiento en el exterior.....	32
6.2.8	Organización.....	32
7	Capítulo 2.....	34
7.1	Evaluación de los mercados internacionales.....	34
7.1.1	México.....	38
7.1.1.1	<i>Estrategias de negociación.....</i>	39
7.1.1.2	<i>Rutas entre Colombia y México.....</i>	40
7.1.1.3	<i>El modelo de Uppsala.....</i>	42
7.1.1.4	<i>Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible.....</i>	43
7.1.1.4	<i>Oportunidad de negocio con el Bioplástico.....</i>	45
	Conclusiones.....	47
	Recomendaciones.....	49
	Referencias.....	51
	Listas de tablas.....	56
	Listas de figuras.....	57

## Introducción

La presente investigación se realizó con el fin de encaminar a la empresa Prodipol & Cía. Ltda., hacia la elaboración de empaques plásticos biodegradables, como una alternativa de negocio, para su posterior exportación a México. Esta investigación se desarrolla a raíz de una problemática presentada en la empresa por la entrada en vigencia de la resolución 668 de 2016, la cual reglamenta el uso racional de bolsas plásticas; cuyo impacto se vio reflejado en la disminución de las ventas por parte de la compañía. Es por esta razón que la investigación se centra en plantear estrategias que le permitan a la empresa mantenerse en el mercado, generar un crecimiento continuo, fabricar productos que dentro de todo el ciclo de vida no impacten el medio ambiente, asumir una responsabilidad social y finalmente penetrar en el mercado internacional.

Para esto, se realizó primero un diagnóstico interno de la empresa que permitió establecer la situación actual en la que se encuentra, y a partir de los hallazgos encontrados en el diagnóstico, poder diseñar unas estrategias que permitan a la empresa mantenerse en el mercado, adaptarse a la normatividad a través de procesos y productos sostenibles, que con el tiempo deberán implementarse de manera gradual en la compañía, generar un crecimiento a nivel local e internacional, por medio de la penetración a los mercados internacionales. Para lograr esto en las mejores condiciones, se desarrollará un proceso de selección de cual país entre Brasil, México y Canadá, permite las mejores condiciones y adaptación de este tipo de productos, para así mismo iniciar el proceso de internacionalización de la empresa, a través de la exportación directa. Esto le permitirá a la empresa empezar a crear bases sólidas que la fortalezcan y así poder estar preparada ante los cambios y variaciones que se presenten en el mercado. Finalmente, una vez seleccionado el país al cual se exportará los productos biodegradables, se realizará un análisis de dicho país que permita conocer datos económicos importantes y sobre el proceso de exportación.

Todo lo desarrollado en esta investigación se ofrece como una oportunidad comercial a la empresa, quien finalmente será la que decidirá que poner en práctica.



## **1. Problema de investigación**

### **1.1 Planteamiento del problema**

Prodipol & Cía. Ltda., es una empresa dedicada a la fabricación de bolsas plásticas, que se constituyó el 20 de abril de 1988, desde entonces ha tenido un crecimiento sostenido y consolidación en un sector que ha crecido durante los últimos años.

Recientemente se emitió la resolución N° 668 del 2016 expedida por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible – (Min ambiente, 2016) la cual reglamenta el uso racional de bolsas plásticas como instrumento para reducir la cantidad de residuos que se generan, modificar los patrones de producción y consumo hacia la sostenibilidad, y estimular el comportamiento del consumidor hacia la protección del medio ambiente y la salud humana, entre otras disposiciones.

Debido a lo anterior, para la compañía representa una significativa disminución en las ventas, puesto que las grandes superficies, aunque siguen utilizando las bolsas plásticas en sus establecimientos, deben cobrar un valor por unidad a cada persona que solicite una para llevar sus productos. Esto ha incentivado a los consumidores a la concientización sobre el uso de las bolsas y la importancia de la protección al medio ambiente, y los ha impulsado a sustituir las bolsas por otros productos como: carritos de mercado, cajas, lonas, maletas, entre otras; estos productos son cada vez más asequibles en los puntos de pago donde el consumidor toma la decisión final. Sumado a esto la publicidad en los diferentes medios de comunicación y documentales sobre el impacto ambiental que causan estos tipos de materiales han logrado reducir la demanda de estos productos.

Otra problemática que se evidencia, es que la normatividad impuesta por el gobierno a través del Min ambiente no abarca una medida de contingencia que permita a los fabricantes de plástico regirse a esta para subsistir en el mercado. Tampoco ha existido la iniciativa por parte de esta entidad de realizar acompañamientos o capacitaciones a los distintos fabricantes en donde se informe claramente los contenidos de la norma, sus ventajas y desventajas, adonde se quiere

llegar, los productos que saldrán del mercado y las opciones que podrán tener para sustituir dichos productos.

## **1.2 Formulación del problema**

Derivado del planteamiento del problema, se formula la siguiente pregunta de investigación:  
¿Qué estrategias de negocio debe realizar la empresa Prodipol para cumplir con la normatividad impuesta en Colombia y de esta forma poder penetrar mercados internacionales?

Para lo cual la pregunta de investigación se sistematizo de la siguiente manera:

- ¿Cuál es la situación actual de la empresa a partir de la nueva reglamentación emitida?
- ¿Partiendo de los resultados obtenidos del estado actual en el que se encuentra, que estrategias debería realizar la empresa para mantenerse en el mercado?
- ¿si se desea ingresar a los mercados internacionales, que país presenta las mejores condiciones para su ingreso?

## **2. Objetivos**

### **2.1 Objetivo general**

Diseñar estrategias de negocio para la empresa Prodipol, que cumplan con las exigencias impuestas en la normatividad para la sostenibilidad de dicha empresa y le permita penetrar en mercados internacionales.

### **2.2 Objetivos específicos**

1. Realizar un diagnóstico estratégico de la empresa Prodipol que permita conocer su situación actual.
2. Evaluar mercados internacionales donde la compañía pueda exportar sus productos.

### 3. Justificación

Esta investigación tiene como objetivo dar apoyo a la empresa Prodipol & Cía. Ltda., con el fin de ofrecer diferentes alternativas de negocio, para afrontar la nueva normatividad contenida en la resolución 668 del 2016, ya que según datos de la organización WWF y el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (Minambiente, 2016) mencionan que “un colombiano promedio usa 6 bolsas semanales, 24 al mes, 288 al año y 22.176 en una vida de 77 años”. (párr. 3), por consiguiente, la resolución busca disminuir el uso de bolsas plásticas con la ayuda de los distribuidores, los cuales dejarán de entregar bolsas con medidas inferiores a 30 x 30 cm, adicional a esto las bolsas cumplirán con el calibre estipulado para soportar su carga definida y deberán contener un mensaje ambiental que invite al consumo responsable (Artículo 10, Resolución 668 del 2016, 2016). La entrada en vigor de la resolución ha ocasionado una disminución en las ventas de la empresa, pasando de vender mensualmente \$720.000. 000. oo a \$360.000. 000.oo (Prodipol & Cia. Ltda., 2017). La necesidad de preservar el planeta ha venido creando una conciencia ambiental a nivel mundial, un ejemplo de ello se presenta en la provincia de Cataluña en España la cual desde el año 2007 inicio campañas y medidas sobre la utilización y distribución de las bolsas plásticas. Es así como el periódico ABC (2017) de Barcelona afirma:

Este aumento del 16% en la distribución de las bolsas corresponde al pequeño comercio, en concreto al periodo comprendido entre 2007 y 2015, mientras que la rebaja más importante del consumo de bolsas se ha producido en hipermercados (-99%) y en los supermercados (-94%), en el mismo periodo de tiempo. (párr. 4).

La meta principal del gobierno de Cataluña es que en un corto plazo se vea reflejado en su totalidad la disminución del consumo de las bolsas plásticas, trabajando de la mano con la población a través de campañas que incentiven el uso de otros medios de empaques menos contaminantes para el mundo. Este es solo uno de tantos ejemplos de países que han tomado medidas tras el impacto negativo medio ambiental de este tipo de material. De otra parte, el comercio exterior a través de la exportación se convierte en una alternativa de desarrollo para las empresas colombianas, es por este motivo que esta investigación se presenta como una oportunidad de negocio dirigida a los agentes involucrados con el sector, haciendo uso de las

medidas de apoyo para la potenciación del propio negocio. Esta investigación le apunta también al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible – (ODS, 2000) los cuales le apuntan a fomentar el uso eficiente de los recursos, en este caso el plástico, mediante el cambio de métodos de producción, sembrando en el consumidor una concientización a través de mensajes ecológicos impresos en el producto.

El plástico se ha vuelto fundamental en diversos sectores del comercio, Prodipol quiere incursionar no solamente en Colombia sino en otros países como lo son Canadá, México y Brasil, en los cuales se observa una oportunidad de negocio. Es por esta razón que se hace necesario realizar el proceso de tratamiento de productos plásticos, ya que esto permitirá fortalecer e incentivar la creación de nuevas organizaciones en el país, con nuevas orientaciones dirigidas y enfocadas a la contribución de producción y consumo sostenible.

Esta investigación realiza aportes a las líneas de investigación de mercados internacionales enfocada a los mercados verdes, desde el ámbito de la sostenibilidad ambiental en el área internacional, y es que como se menciona anteriormente las empresas colombianas están buscando alternativas de desarrollo. Por un lado, le apuestan a disminuir el impacto de sus procesos al medio ambiente y por otro a buscar nuevas oportunidades comerciales en los mercados internacionales, lo cual requiere que las empresas estén a la altura de las exigencias del mercado global. Desde hace años se viene generando una conciencia ecológica la cual se ve reflejada en un consumo responsable y representado en un nuevo tipo de consumidor denominado consumidor verde, el cual fundamenta sus decisiones de compra en criterios de sostenibilidad y evalúa los productos y marcas a la luz de atributos verdes, lo cual es una oportunidad para que las empresas orienten sus esfuerzos con el fin de conquistar las exigencias de este nuevo mercado. Finalmente, como futuras negociadoras internacionales, esta investigación ayudó a ampliar los conocimientos adquiridos durante todo el proceso académico y poder poner en práctica lo aprendido, al igual que a desarrollar competencias investigativas. Además de trabajar con una problemática medio ambiental que afecta directamente las empresas colombianas y poder dar a conocer nuevos productos que se adapten al mercado internacional, permitiendo a los empresarios de Colombia marcar la diferencia en otros países.

## 4. Marcos de referencia

### 4.1 Marcos de antecedentes

Existen varias investigaciones que hacen referencia al uso y promoción de las bolsas plásticas de empresas que actualmente se dedican a la producción y comercialización de estas, para conseguir una mayor competitividad y sostenibilidad en el mercado local e internacional.

En el contexto internacional se encontró la investigación realizada por Fernández (2017) en la cual se plantean todas las consecuencias negativas derivadas de la gran cantidad de plástico existente en todo el mundo. La investigación se realiza con el fin de encontrar diferentes métodos a los que se conocen para la fabricación del plástico, esto quiere decir que este no dependa únicamente de la materia prima denominada petróleo, si no que se pueda derivar de una que permita su fácil descomposición y reintegró a la naturaleza. Es así como se propone utilizar procesos biotecnológicos que logren remplazar los procesos químicos, los cuales ocasionan daños ambientales más severos. Este es el ambiente que se observa a nivel global, en el cual muchos países están realizando diferentes tipos de investigaciones con el fin de mejorar el proceso de fabricación de este producto, permitiendo su aporte medioambiental al planeta.

En el ámbito Nacional el escenario no es muy diferente, las preocupaciones con respecto al daño ambiental que causa este producto crecen con el transcurso del tiempo, y es que no hace falta ser un científico para conocer el estado y las razones del deterioro continuo de la naturaleza. Es por esta razón que se plantea un método muy parecido al anteriormente mencionado, denominado como Bioplastico, un proceso en el cual se utilizan recursos renovables con el único fin de contribuir a la recuperación del medio ambiente. El recurso renovable en este caso es la papa, un producto que abunda en las tierras de dicho país, permitiendo que los consumidores tengan fácil acceso a este con respecto al precio, distribución, competencia, ubicación, entre otras. (Fernández y Vargas, 2015).

A nivel local Ospino, Uribe y Regalao (2017) proponen el aprovechamiento del ñame como recurso renovable en la región del Caribe para la producción del Bioplastico y es que en el

último periodo el crecimiento de este cultivo fue muy notable, dada su importancia nutricional y su valor industrial. Uno de los factores más importantes es que no existe mucha información acerca del aprovechamiento de este tubérculo para realizar dicho proceso y esto restringe la explotación del producto de personas que quieran beneficiarse de este, dando un mal manejo al proceso, pero a su vez esta investigación pretende ayudar a los productores que deseen realmente vincularse con el sector científico, brindando una guía o soporte que sea de utilidad para todos los productores que quieran realizar un buen manejo del mismo y así aumentar sus ingresos.

Lo que se puede concluir de estas tres investigaciones anteriormente mencionadas, es que todas buscan un mismo fin y es el de acabar con las materias primas derivadas del petróleo que se utilizan actualmente para la producción del plástico, ofreciendo otras alternativas con recursos renovables que no generan ningún tipo de daño medio ambiental. El petróleo es un recurso no renovable y una de las causas principales de la contaminación ambiental, pues su extracción genera efectos en la tierra que producen cierto tipo de anomalías, como resultado del abuso continuo de las cantidades que normalmente nos puede ofrecer la naturaleza, además del mal manejo que se la da.

## **4.2 Marco teórico**

### **4.2.1 Internacionalización.**

La internacionalización es el proceso por el cual una empresa puede acceder a un mercado global proyectando todas sus actividades al ámbito internacional. Esto implica que la empresa se ubique de un todo en la economía de otro país, pues no basta solamente con tener una presencia ocasional en otro territorio. (Economía simple.net, 2016). De otra parte, Araya (2009) define la internacionalización como:

El proceso por el cual una empresa participa de la realidad de la globalización, es decir, la forma en que la empresa proyecta sus actividades, total o parcialmente, a un entorno internacional y genera flujos de diversos tipos (comerciales, financieros y de conocimiento) Entre distintos países.

De igual manera afirma que existen 5 pasos para llevar a cabo el proceso de internacionalización:

1. La empresa se desarrolla en su mercado nacional.
2. Se comienza a llevar a cabo exportaciones irregulares.
3. Se emplean agentes independientes.
4. Se implantan filiales comerciales.
5. Se ponen en marcha las filiales productivas. (pág.18-19).

Estos 5 pasos son los que propone el autor para lograr una buena internacionalización de la empresa. De igual manera existen múltiples teorías que abordan el proceso de internacionalización, las cuales se pueden agrupar en ocho (8) corrientes, en las cuales se plantean diferentes puntos de vista de teóricos reconocidos a lo largo del tiempo como se muestra en la tabla 1:



Tabla 1 *Teorías de internacionalización.*

<b>Escuela</b>	<b>Aportación</b>	<b>Autores</b>
Modelo de la ventaja competitiva de las naciones.	Las empresas pueden desarrollar ventajas competitivas en mercados competitivos.	Porter (1990).
Teoría de la internacionalización.	Estudio de los procesos internos de transferencia de información en las empresas.	Buckley y Casson (1976).
Paradigma ecléctico de Dunning.	Reconciliar las explicaciones teóricas de corte económico sobre la empresa multinacional.	Dunning.
El modelo Uppsala.	La empresa incrementa gradualmente los recursos comprendidos en un país a medida que va adquiriendo experiencia.	Johanson y Wiedersheim-Paul (1975); Rialp (1999); Johanson y Vahlne (1990).
Modelo de innovación.	La internacionalización es un proceso de innovación empresarial.	Bilkey y Tesar (1977); Cavusgil (1980); Reid (1981); Czincota (1982).
Modelo de planeación sistémica.	Supuesto de perfecta racionalidad de parte de los empresarios.	Miller (1993); Li y Dalgic (2004); Root (1994).
Modelo del ciclo de vida del producto.	Combina las nociones clásicas de la teoría del comercio internacional.	Vernon (1966); Melin (1992).
Teoría de redes.	Explican el proceso de internacionalización con una perspectiva en el comportamiento individual de cada empresa.	Johanson y Mattson (1998); Ellis (2000); Aldrich y Zimmer (1986); Weimann (1989).

Fuente: Cardozo, Chavarro y Ramírez, 2005; 2006.

Como se puede observar, existen varias teorías sobre el proceso de internacionalización que sirven como guía para las empresas que desean iniciar este proceso, cada autor plantea su teoría según sus lineamientos e inclinaciones, y es aquí donde la empresa debe escoger la teoría a seguir, según sus necesidades y objetivos. Para el caso específico de la empresa Prodipol & Cía. Ltda., se adoptará el modelo de Uppsala como teoría a seguir, la cual se aplicará en el transcurso de la investigación.

#### **4.2.1.1 *El modelo Uppsala – Escuela nórdica.***

Esta teoría se escogió con el fin de llevar a cabo uno de los procesos de la internacionalización, que para este caso será la exportación, y el cual será el primer paso que dará la empresa para ingresar al mercado internacional.

Las empresas que deciden exportar sus productos, eligen realizar este proceso con aquellos en los que son más eficaces, dando a conocer en otros mercados el potencial de recursos que tiene el país, a su vez esto genera la importación de otros en los que no son tan eficaces y los recursos son más escasos. Esto quiere decir que el intercambio de algunos productos y servicios a nivel internacional lo que busca es suplir las necesidades de los diferentes mercados, derivado de la diferencia de recursos que produce cada país, lo cual hace posible este tipo de negociaciones. (Cardozo, Chavarro y Ramírez, 2005; 2006).

En este modelo se indica que la empresa a medida que va adquiriendo experiencia deberá comprometer en mayor cantidad sus recursos, generando un aumento en las operaciones internacionales. Además, Cardozo, Chavarro y Ramírez (2005; 2006) mencionan que los autores en su teoría dan el concepto de la “distancia psicológica” lo cual hace referencia a que los países deben optar por realizar negociaciones con países cercanos, basados en que esto permitirá obtener mayores beneficios en diferentes factores como el transporte, la cultura, costos, entre otros. Según Matías (2013) Esta teoría también establece que la empresa cuando desea entrar a un mercado extranjero, atraviesa por cuatro etapas diferentes denominadas por los autores como la cadena de establecimiento:

1. Actividades esporádicas o no regulares de exportación.
2. Exportaciones a través de representantes independientes.
3. Establecimiento de una sucursal comercial en el país extranjero.
4. Establecimiento de unidades productivas en el país extranjero. (párr. 3)

Las etapas anteriormente mencionadas equivalen a la unión entre la experiencia que va adquiriendo la empresa en el mercado internacional y los recursos comprometidos de esta, además se observa que el grado de intervención en el exterior entre las etapas definidas se

maneja de una manera gradual. Se recomienda a la empresa realizar estudios de mercados preliminares

s que permitan un desarrollo óptimo de la misma, debido a que uno de los principales obstáculos de las operaciones internacionales es la falta de conocimiento sobre los mercados exteriores, lo que proponen los autores en esta teoría es que el conocimiento solo se adquiere a través de la experiencia. (Matías, 2013).

#### **4.2.2 Mercados verdes.**

Es el sector económico que se enfoca en comercializar productos y servicios sostenibles, los cuales en todo su proceso de fabricación o elaboración deben estar proyectados al cuidado ambiental, esto hace referencia al diseño, empaques, componentes, maquinaria, procesos, producción, comercialización, entre otros. (Vía orgánica, 2015).

##### **4.2.2.1 *Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible.***

Se escogió esta teoría como apoyo fundamental al desarrollo de la investigación, ya que esta tendrá un enfoque hacia los mercados verdes. Basado en lo anterior la teoría argumenta que para encaminarse hacia el desarrollo sostenible la empresa deberá adoptar medidas económicamente viables, que respeten el medio ambiente y por último que sean socialmente equitativas.

Artaraz (2002) afirma que, según los autores, el desarrollo sostenible consistirá en:

1. Sostener los recursos naturales.
2. Sostener los niveles de consumo.
3. Lograr la sostenibilidad de todos los recursos: capital humano, capital físico, recursos ambientales, recursos agotables.
4. Perseguir la integridad de los procesos, ciclos y ritmos de la naturaleza.
5. Sostener los niveles de producción. (p.2)

Lo mencionado anteriormente es el proceso que los autores esperan sea implementado en las empresas que opten por encaminarse hacia el desarrollo sostenible. En esta teoría se manejan tres tipos de dimensiones: la dimensión económica, dimensión social y dimensión ecológica. La dimensión económica hace énfasis a la escasez de los recursos físicos que en algún momento se pensaron eran ilimitados, lo cual causa un efecto inminente en la economía; la dimensión social habla sobre el poder que tienen los seres humanos en el medio ambiente, la equidad como factor vital de la sostenibilidad teniendo en cuenta las generaciones futuras, las personas más desfavorecidas y los abusos de poder por parte de los países desarrollados sobre los que están en vía de desarrollo; por último la dimensión ecológica hace referencia a que todos los sistemas productivos de una empresa deben utilizar recursos y energías renovables que permitan su reincorporación a la naturaleza. (Artaraz, 2002).

#### **4.2 Marco legal**

Resolución No. 0668 del 28 de abril del 2016: por la cual se reglamenta el uso racional de bolsas plásticas y se adoptan otras disposiciones. Se crea con el fin de reducir el consumo de las bolsas plásticas, a través de la restricción del uso de algunas medidas, mensajes ecológicos debidamente impresos en las bolsas, seguimiento a las empresas que fabrican este tipo de producto, entre otras disposiciones. (Resolución 668 de 2016, 2016).

Ley General Ambiental de Colombia. Ley 99 de 1993: Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones (Ley 99 de 1993, 1993, p.1).

Ley 1753 de 2015: Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 “Todos por un nuevo país”. La ley 1753 (2915) hace referencia al crecimiento verde, el plan busca cumplir tres objetivos principales:

Avanzar hacia un crecimiento sostenible y bajo en carbono; 2) Lograr un crecimiento resiliente y reducir la vulnerabilidad frente a los riesgos de desastres y cambio climático; 3) Proteger y asegurar el uso sostenible del capital natural y mejorar la calidad ambiental (p.5).

## 5. Metodología del proyecto

El diseño de esta investigación es no experimental, porque en esta no se van a manipular variables ni se van a realizar estudios técnicos, básicamente se analizará una situación presentada en una empresa que se enfrenta a una nueva reglamentación establecida por la ley, observando las medidas que han sido tomadas, y los efectos negativos y positivos que han tenido como resultado durante un periodo de tiempo establecido. (Hernández, 2004).

De acuerdo con el alcance de la investigación es de tipo descriptiva porque lo que se va a realizar es la descripción del problema abordado en el proyecto, en este caso la empresa Prodipol & Cía. Ltda., analizando la situación de esta, como afecta a los empleados y sus directivos, al sector de plásticos en general y las posibles estrategias que se puedan implementar para manejar la nueva reglamentación implantada por la ley. (Univesia, 2017).

Según el tipo de investigación es documental ya que se analiza la problemática desde diferentes entornos como lo son, la empresa, el país de origen y los países donde se piensa llevar el producto, en este caso se tomaron diferentes documentos donde explican cuáles son las principales consecuencias y de esta forma poder determinar cuál es la mejor solución no solo para la empresa sino para el sector de plásticos en general. (Martínez, S, 2002). A continuación, en la tabla 2 se presentan las fuentes secundarias para dar respuesta a los objetivos específicos de la investigación.

Tabla 2 *Fuentes de información*

<b>Objetivos de la investigación</b>	<b>Información necesaria</b>	<b>Fuentes de información</b>
Realizar un diagnóstico estratégico de la empresa Prodipol que permita conocer su situación actual.	Fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas, posición actual, productos, proveedores, clientes, sector del plástico, Resolución, estrategias, ventas, producción, organización, materia prima, Bioplástico, oxiobiodegradable, reciclaje, proveedores.	Matrices, Informes generales de la empresa, contenido de la Resolución, investigaciones en otros países, directivos de la empresa, tesis o trabajos de grado.
Evaluar mercados internacionales donde la compañía pueda exportar sus productos.	Internacionalización, exportación, importación de materia prima, apertura de nuevos mercados, oportunidad de negocio, normas internacionales, diferenciación del producto.	Matrices, análisis de los países, Procolombia, Legiscomex.

Fuente: Elaboración Propia.

## 6. Capítulo 1

### 6.1 Diagnostico estratégico

Inicialmente se brinda una contextualización global de la empresa para después presentar el diagnóstico realizado a través de la utilización de diferentes matrices que permitan determinar la posición competitiva actual de la compañía.

La empresa Prodipol & Cía. Ltda., inicio labores el 20 de abril de 1988 con 6 empleados, en la medida en que fueron creciendo los pedidos por parte de los clientes se incorporó más personal, en la actualidad cuenta con un total de 30 empleados los cuales laboran en turnos con el fin de atender los requerimientos de los clientes; se encuentra ubicada en la ciudad de Bogotá D.C. en el barrio Carvajal, su giro económico se enfoca a la elaboración y distribución de bolsas plásticas produciendo las siguientes referencias:

- Bolsas de camiseta.
- Pre corte.
- Pre corte impreso.
- Bolsas de riesgo biológico.
- Bolsas de lujo.
- Bolsa tina.

La empresa se divide en diferentes sectores y departamentos, mencionados a continuación:

- Extrusión.
- Sellado.
- Pre corte.
- Pele tizado.
- Ventas.
- Administrativos.

Una vez realizada la contextualización de la empresa se procede a realizar el diagnóstico estratégico de esta, para lo cual se utilizan diferentes matrices que permitan conocer las capacidades internas (fortalezas y debilidades) y externas (oportunidades y amenazas) las cuales se describen en las tablas 3 y 4, y de esta manera analizar cuál es la posición competitiva de la empresa con el fin de diseñar las estrategias más adecuadas a su perfil competitivo.

Tabla 3 *Lista de fortalezas y debilidades*

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
La empresa está comprometida con la gestión ambiental.	Falta de previsión frente a la normatividad ambiental.
Implementación de procesos y productos sostenibles.	Insuficientes canales de distribución.
Reprocesos de desperdicios.	El cliente para adquirir los productos debe desplazarse hasta el punto de fábrica.
Implementación de fabricación de productos con material oxo-biodegradable.	La mayoría de los productos que se fabrican aun no cuentan con el componente biodegradable.
Implementación de impresión en las bolsas tipo camiseta de mensajes ecológicos.	Falencias en la distribución de funciones en los diferentes cargos.
Medidas más pequeñas de bolsas en todas las referencias se están produciendo en menor cantidad.	El precio de la bolsa con el aditivo oxo-biodegradable es alto.
Empaque de las bolsas tipo camiseta tienen el componente aditivo del oxo- biodegradable.	Ausencia de presencia digital.
Habilitación de nueva bodega para el proceso de pele tizado.	Falta de motivación por parte del personal.

Fuente: Elaboración propia con información recolectada de la compañía



Tabla 4 *Lista de oportunidades y amenazas*

<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
El consumidor con conciencia ecológica está dispuesto a pagar un precio más alto por los productos.	Fuerte competencia internacional.
Importación de materias primas derivadas de recursos renovables asequibles en el mercado.	Concientización sobre el uso de las bolsas plásticas por parte de los consumidores.
Alta demanda de productos biodegradables.	Fuertes campañas al no consumo de productos que impacten el medio ambiente.
Fabricación de Bioplástico como producto diferenciador en el mercado.	Productos sustitutos como bolsas de papel, lonas, carritos, etc.
Tratados de Libre Comercio con diferentes países.	Cobro adicional a los consumidores por empacar sus productos en este tipo de material.
Alianzas con empresas del sector de plásticos a nivel nacional e internacional.	Fuerte impacto ambiental a nivel mundial como resultado de la mala utilización de este producto.
Búsqueda de proveedores por parte de empresas de otros países para este tipo de productos como resultado del cierre de algunas empresas.	Costos elevados de los adictivos (oxo-biodegradable)

Fuente: Elaboración propia con información recolectada de la compañía

Una vez listadas las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que se presentan al interior y en el contexto de la organización, se procede a realizar la matriz de evaluación de factores internos – MEFI - para evaluar la situación interna de la compañía, la cual se presenta en la tabla 5.

Tabla 5 *Matriz de evaluación de factores internos - MEFI*

<b>Factor crítico de éxito – Fortalezas</b>	<b>Cal.</b>	<b>Tipo</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Resultado</b>
La empresa está comprometida con la gestión ambiental.	4	Fortaleza mayor	7,87%	0,31
Implementación de procesos y productos sostenibles.	4	Fortaleza mayor	7,09%	0,28
Reprocesos de desperdicios.	4	Fortaleza mayor	7,09%	0,28
Implementación de fabricación de productos con material oxo-biodegradable.	4	Fortaleza mayor	7,09%	0,28
Implementación de impresión en las bolsas tipo camiseta de mensajes ecológicos.	3	Fortaleza menor	4,72%	0,14
Medidas más pequeñas de bolsas en todas las referencias se están produciendo en menor cantidad.	3	Fortaleza menor	3,15%	0,09
Empaque de las bolsas tipo camiseta tienen el componente adictivo del oxo-biodegradable.	4	Fortaleza mayor	7,09%	0,28
Habilitación de nueva bodega para el proceso de pele tizado.	4	Fortaleza mayor	7,09%	0,28
<b>Factor crítico de éxito – Debilidades</b>	<b>Cal.</b>	<b>Tipo</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Resultado</b>
Falta de previsión frente a la normatividad ambiental.	2	Debilidad menor	4,72%	0,09
Insuficientes canales de distribución.	2	Debilidad menor	5,51%	0,11
El cliente para adquirir los productos debe desplazarse hasta el punto de fábrica.	2	Debilidad menor	6,30%	0,13
La mayoría de los productos que se fabrican aun no cuentan con el componente biodegradable	1	Debilidad mayor	7,09%	0,07
Falencias en la distribución de funciones en los diferentes cargos.	1	Debilidad mayor	6,30%	0,06
El precio de la bolsa con el adictivo oxo-biodegradable es alto.	1	Debilidad mayor	6,30%	0,06
Ausencia de presencia digital.	2	Debilidad menor	5,51%	0,11
Falta de motivación por parte del personal.	1	Debilidad mayor	7,09%	0,07
<b>Total</b>			<b>100%</b>	<b>2,7</b>

Fuente: Elaboración propia con información recolectada de la compañía

Según el resultado obtenido de 2,7 indica que las estrategias utilizadas hasta el momento han sido adecuadas y por lo tanto cubren las necesidades de la organización logrando un buen desempeño, pero aún debe de haber algunas mejoras para reducir las debilidades y tener un mejor aprovechamiento de las fortalezas y de los recursos para alcanzar un mejor resultado. Una vez realizada la matriz MEFI se procedió a efectuar la matriz de factores externos – MEFE - que se presenta en la tabla 6.

Tabla 6 *Matriz de evaluación de factores externos - MEFE*

<b>Factor crítico de éxito - Oportunidades</b>	<b>Cal.</b>	<b>Tipo</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Resultado</b>
El consumidor con conciencia ecológica está dispuesto a pagar un precio más alto por los productos.	4	Oportunidad menor	8,20%	0,33
Importación de materias primas derivadas de recursos renovables asequibles en el mercado.	4	Oportunidad mayor	8,20%	0,33
Alta demanda de productos biodegradables.	4	Oportunidad mayor	8,20%	0,33
Fabricación de Bioplástico como producto diferenciador en el mercado.	3	Oportunidad mayor	7,38%	0,22
Tratados de Libre Comercio con diferentes países.	3	Oportunidad menor	6,56%	0,20
Alianzas con empresas del sector de plásticos a nivel nacional e internacional.	4	Oportunidad mayor	8,20%	0,33
Búsqueda de proveedores por parte de empresas de otros países para este tipo de productos como resultado del cierre de algunas empresas.	4	Oportunidad menor	8,20%	0,33
<b>Factor crítico de éxito - Amenazas</b>	<b>Cal.</b>	<b>Tipo</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Resultado</b>
Fuerte competencia internacional.	2	Amenaza menor	6,56%	0,13
Concientización sobre el uso de las bolsas plásticas por parte de los consumidores.	1	Amenaza mayor	7,38%	0,07
Fuertes campañas al no consumo de productos que impacten el medio ambiente.	2	Amenaza menor	4,92%	0,10
Productos sustitutos como bolsas de papel, lonas, carritos, etc.	1	Amenaza mayor	6,56%	0,07
Cobro adicional a los consumidores por empacar sus productos en este tipo de material.	1	Amenaza mayor	6,56%	0,07
Fuerte impacto ambiental a nivel mundial como resultado de la mala utilización de este producto.	1	Amenaza mayor	6,56%	0,07
Costos elevados de los adictivos (oxo-biodegradable).	1	Amenaza mayor	6,56%	0,07
Total			<b>100%</b>	<b>2,6</b>

Fuente: Elaboración propia con información recolectada de la compañía

De acuerdo al resultado de 2,6 se evidencia que Prodipol se encuentra en un ambiente externo no muy favorable, lo cual indica que debe prestarles atención a las amenazas encontradas y concentrarse en las oportunidades que se tienen y explotarlas al máximo posible para que la organización tenga un mejor desempeño en el mercado.

Así mismo la empresa a través del aprovechamiento de sus fortalezas y el mejoramiento de sus debilidades, puede valerse de las oportunidades que se presentan, sobre todo si se desea iniciar el proceso de internacionalización de la empresa y de esta manera penetrar mercados internacionales. Donde el gremio puede jugar un papel preponderante para enfrentar los nuevos retos de toda la industria a través de la Cámara Colombiana del Plástico – (CCP, 2016):

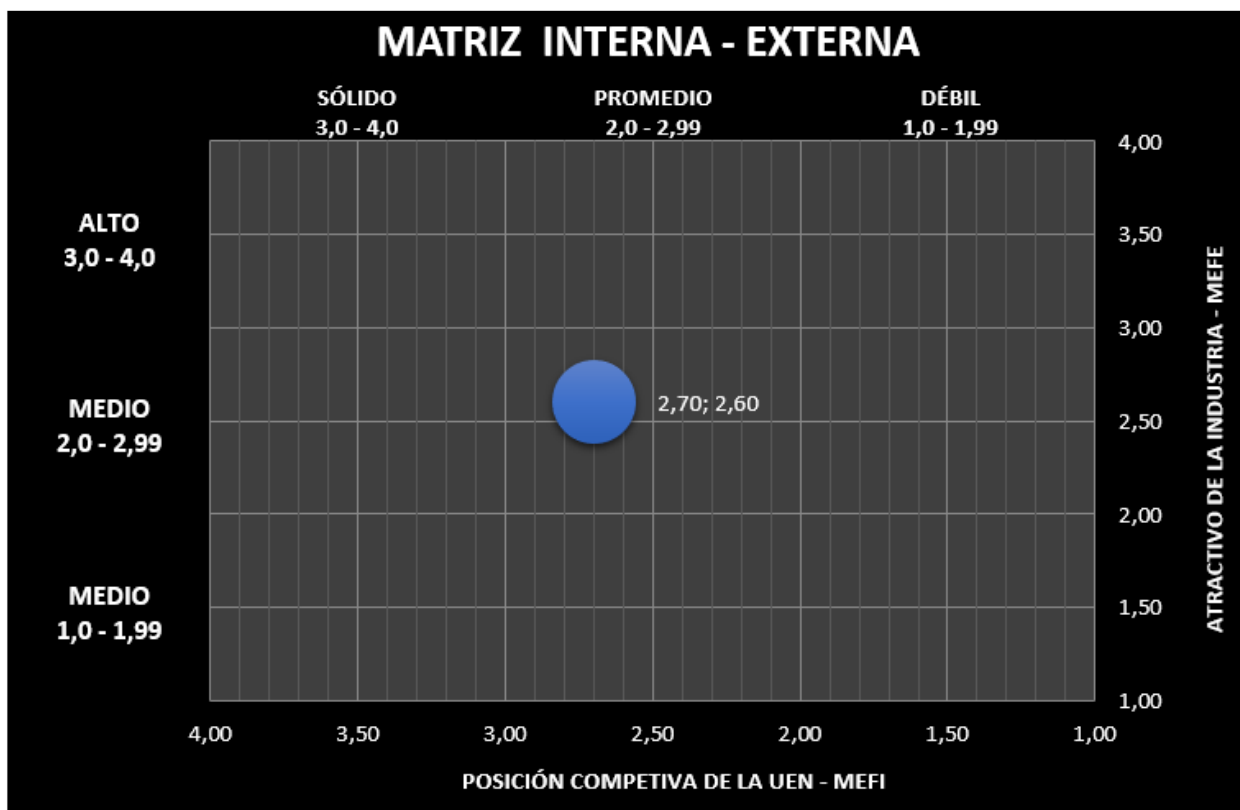
La cámara colombiana del plástico se conformó como gremio representativo de toda la industria plástica colombiana en el año 2016. Estamos convencidos que las relaciones responsables con la sociedad y el medio ambiente, como las gestiones con el reciclaje y la recolección del plástico; son el mejor futuro que podemos dejar a las generaciones venideras y creemos que con el trabajo en conjunto por parte del gobierno, industria y la sociedad, podemos tomar decisiones acertadas que nos lleven a soluciones sostenibles REALMENTE beneficiosas para el medio ambiente. RECUPERA, RECICLA Y REUTILIZA. (parr.1).

Esta entidad reguladora se encarga de vigilar, proteger y defender los derechos de todos los empresarios en el gremio de los plásticos ante el gobierno, implementado actividades y escuchando propuestas de todos los empresarios y empleados de este tipo de industrias, con el fin de fortalecer el sector y ampliar los proyectos de desarrollo sostenible, no solo a nivel local sino a nivel nacional, es por esta razón que se crea la necesidad desde las empresas que los representan de consolidar el sector con profesionales en el área para transformar las ideas que fortalezcan al sector de plásticos. El gerente de esta entidad Andrés Botero se ha pronunciado varias veces sobre cómo poder sobrellevar lo estipulado en la norma, sin afectar el sector de una manera abrumadora. Es por esto, que una de las tantas propuestas que se les han planteado a los diferentes entes gubernamentales es, según se afirma en Portafolio (2017):

Hay una salida para enmendar este error del Congreso y es reglamentar la bolsa biodegradable y reutilizable, en términos que sean benignos para la industria plástica, con el fin de que tenga el tiempo que no le han dado de hacer las transiciones que estableció la ley.

Por este motivo la empresa en estudio deberá trabajar en sus debilidades, logrando acoplarse a los cambios presentados y obteniendo un crecimiento que le permita fortalecerse frente a su competencia. Acerca de la CCP, es que aun con esta entidad conformada y las medidas adoptadas no solo por esta empresa si no por muchas que siguen su ejemplo, se demuestra que aún hay cosas por hacer y por implementar para lograr convertirse en una empresa sostenible, en la cual todos sus procesos sean para el bienestar del medio ambiente.

Para establecer la posición competitiva de la empresa se utilizó la matriz interna y externa, la cual toma los valores de la matriz de evaluación de factores internos y la matriz de evaluación de factores externos como se aprecia en la figura 1.



**Figura 1** Matriz interna y externa de la empresa Prodipol.

Prodipol se encuentra en el cuadrante cinco (5) conservar y mantener, por tanto, la compañía puede plantear estrategias de penetración en el mercado y desarrollo de producto que le permitan continuar y mejorar su posición competitiva frente a los competidores.

De igual manera para establecer el perfil competitivo que tiene la empresa se desarrolló la matriz de perfil competitivo, la cual permite realizar una comparación de los factores claves de éxito de Prodipol frente a sus dos competidores más cercanos, como se observa en la tabla 7.

Tabla 7 *Matriz de perfil competitivo de Prodipol*

<b>Factor clave de éxito</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Prodipol</b>		<b>J-plast</b>		<b>Surtiplast</b>	
Servicio	40%	4	1,6	2	0,8	4	1,6
Logística	30%	2	0,6	2	0,6	2	0,6
Diseño	10%	4	0,4	3	0,3	3	0,3
Tecnología	10%	1	0,1	3	0,3	3	0,3
Infraestructura	10%	3	0,3	4	0,4	3	0,3
<b>Totales</b>	<b>100%</b>		<b>3</b>		<b>2,4</b>		<b>3,1</b>

Fuente: Elaboración propia con información recolectada de la compañía

En relación con los competidores se puede indicar que Surtiplast se presenta como la más competitiva, por consiguiente, Prodipol debe mejorar su competitividad al mejorar lo referente al aspecto tecnológico.

Otro análisis importante a realizar es el de las cinco fuerzas competitivas Porter, el cual permite analizar el nivel de competencia de Prodipol dentro del sector plástico al cual pertenece como se observa en la tabla 8.

Tabla 8 *Cinco fuerzas competitivas aplicadas a Prodipol*

<b>Fuerza</b>	<b>Análisis</b>
Poder de negociación de los proveedores	Al generalizarse una economía circular en la industria, que permitirá a diferentes actores involucrarse en el proceso disminuirá el poder actual que tienen los proveedores.
Poder de negociación de los consumidores	Al ser el consumidor más consciente de su huella ecológica y de los efectos medioambientales de sus decisiones, tendrá demandas más exigentes que deberán ser satisfechas por las empresas del sector.
Amenaza de sustitutos	El consumidor buscara alternativas que reemplacen sus tendencias de consumo, por esta razón preferirán aquellas empresas o productos que vayan acordes a su estilo de vida. Las empresas que utilizan este tipo de productos de igual manera sentirán la presión del consumidor.
Amenaza de nuevos entrantes	Al incrementarse los costos en tecnología, materias primas e investigación necesarios para permanecer competitivos en este nuevo ambiente, se incrementará la complejidad para entrar en la industria.
Rivalidad entre competidores	La competencia será cada vez más dura ante la entrada de nuevos actores internacionales, y ante crecientes expectativas medioambientales.

Fuente: Elaboración propia con información recolectada de la compañía

## 6.2 Estrategias de negocio

De acuerdo con el anterior diagnóstico realizado la empresa Prodipol & Cía. Ltda., deberá implementar estrategias de negocio que le permitan optimizar sus recursos de una manera eficiente y generar alternativas ante las diferentes dificultades que se presentan a nivel empresa, de forma tal que pueda acrecentar su posición competitiva para incursionar en mercados

internacionales, es por esta razón que se hace necesario trabajar de la mano con directivos, colaboradores y demás socios estratégicos para alcanzar los resultados esperados en el corto, mediano o largo plazo a través de las siguientes estrategias:

### **6.2.1 Tecnología**

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación son esenciales en un ambiente competitivo dinámico y complejo, es por ello que la compañía debe continuar incorporando en sus procesos de producción tecnología de punta que le permita disminuir los reprocesos, aumentar la calidad y desarrollar economías de escala con el fin de tener precios más competitivos en el mercado interno e internacional.

Es importante contar con una página web que le permita tener una relación más estrecha con sus socios estratégicos (proveedores y distribuidores), de igual manera que sea un vínculo de comunicación con el cliente a través del cual él pueda conocer el producto y adquirirlo sin necesidad de desplazarse como hasta el momento lo hace al punto de venta, el e-commerce puede ser una estrategia a adoptar.

### **6.2.2 Capacitaciones**

En la medida que el mercado va cambiando, exige que las empresas piensen en hacer negocios basados en principios éticos y apegados a la ley, no pueden olvidarse que tienen un compromiso social con sus diferentes grupos de interés, entre ellos los colaboradores que son un pilar estratégico para poder alcanzar los objetivos propuestos, por ello Prodipol debe propender por un ambiente donde se promueva la generación de ideas, la capacitación en aspectos vitales como el servicio al cliente, habilidades blandas, cultura exportadora y consciencia ecológica.

### **6.2.3 Logística**

Actualmente la empresa contrata transportadoras formales e informales las cuales recogen el pedido en el punto de venta y lo desplazan hasta donde el cliente lo requiera cobrando un flete que asume el cliente. Es importante que se le dé más relevancia a este proceso y más cuando se



piensa en el ingreso a mercados internacionales o la implementación de un canal de venta online, realizando un contrato formal con una empresa dedicada a la logística, que cuente con la experiencia necesaria para que el producto llegue en los términos de entrega y en las mejores condiciones al cliente.

#### **6.2.4 Ventas**

La empresa cuenta con dos puntos de venta, uno ubicado en el barrio Carvajal y el otro en el barrio Venecia, cada almacén es atendido por una asesora de ventas, las cuales manejan los clientes a nivel local, los clientes a nivel nacional son atendidos a su vez por la asesora del punto del Carvajal vía telefónica. Esto ha generado que el número de clientes sea muy reducido, debido a que no se cuenta con el apoyo de ventas externas, siendo en este caso el cliente el que debe acercarse a cualquier punto de venta para adquirir los productos, es por ello que se propone implementar una fuerza de ventas externa para llegar a nuevos mercados y conseguir nuevos clientes, lo cual se verá reflejado en la participación en el mercado y el aumento de las ventas.

#### **6.2.5 Alianzas**

A través del pertenecer a la CCP, entidad que agremia al sector, buscar salidas para disminuir los costos que encarecen el precio del producto, sugiriendo realizar compras de materia prima para un grupo de empresas y de esta manera tener un mayor poder de negociación al igual con la distribución. Se recomienda encontrar alianzas a nivel internacional preferiblemente enfocadas al país donde se desea exportar, este tipo de vínculos genera una mayor confianza y brinda la oportunidad de ingresar más fácil al mercado.

#### **6.2.6 Bioplástico**

Importar materia prima a base de recursos renovables de Europa que permita la fabricación del Bioplastico, ofreciendo un producto sostenible, amigable con el medio ambiente y con un valor agregado en el mercado.

Lo que se busca con el Bioplástico a diferencia de un producto biodegradable es que la materia prima utilizada sea en su totalidad proveniente de recursos renovables que permitan su reincorporación al medio ambiente al momento de su degradación, este tipo de materia prima está compuesta de residuos agrícolas, celulosa o almidón de patata o maíz, los cuales son recursos renovables que no generan ningún daño medio ambiental al contrario permite el aprovechamiento de todos estos residuos que antes no tenían ningún tipo de uso. En cambio, con el plástico biodegradable, aunque también permite la degradación en menor tiempo de lo usual del plástico convencional, tiene una mezcla entre la materia prima normalmente utilizada y un porcentaje de biodegradable. (Acciona, s.f). La idea principal de esta empresa es que todos sus productos estén compuestos por materia prima derivada de recursos renovables.

### **6.2.7 Posicionamiento en el exterior**

Dar a conocer los nuevos productos de la empresa Prodipol denominados como Bioplástico a nivel internacional, logrando un posicionamiento y ventaja competitiva frente a los otros competidores a través de la innovación con productos ecológicos, cumpliendo con las exigencias impuestas en el mercado internacional. Esto se logrará por medio de la exportación de los productos anteriormente mencionados una vez encontrado el mercado más óptimo para este tipo de negociaciones, iniciando con una de las etapas del proceso de internacionalización como alternativa de negocio y crecimiento para la empresa.

### **6.2.8 Organización**

A nivel organizacional, se debe realizar una reestructuración, donde las personas tengan definidas claramente sus responsabilidades, descentralizar la toma de decisiones, empoderando a cada persona dentro de su área de trabajo para la toma de decisiones. Es importante pensar en una persona que se encargue de orientar y llevar el proceso de internacionalización de la empresa, que cuente con el conocimiento del sector y que tenga experiencia en procesos de negociación internacional.

Estas estrategias que se plantean se hacen con el fin de poder incursionar en el mercado nacional e internacional, teniendo como referente las oportunidades que brinda la normatividad, de esta manera se busca generar confianza en el producto por parte del consumidor al momento de adquirirlo y se mantiene el compromiso que se ha venido forjando en la empresa desde el área de producción llevando un mensaje a los clientes de sostenibilidad y aprovechamiento de los recursos.

El panorama político y económico de los últimos años ha impactado de manera importante a la industria de bolsas plásticas en Colombia, particularmente al sector de las bolsas biodegradables. Las compañías le apuestan al crecimiento a través de productos sostenibles que mejoren los niveles de contaminación al medio ambiente, esta práctica se ha venido incrementando en los últimos años aunque su crecimiento ha sido desacelerado particularmente en el sector de las bolsas biodegradables, debido a algunas barreras presentadas, sin embargo las empresas que están involucradas en el gremio han sido optimistas, generando en cada una de ellas un porcentaje importante de innovación y así mismo la búsqueda de alternativas correctas desde el punto de vista ambiental que genera una pauta de desarrollo creando fusiones entre empresas para su expansión. (El empaque + conversión, 2014)

De los plásticos destinados específicamente al sector de bolsas plásticas, el 62% se utiliza en el segmento de alimentos y el 9% en artículos de aseo. En el año 2015, las ventas de empaques superaron los 29.000 millones de unidades (23.397 Biodegradables y 6.422 rígidos) y se estima que para 2019 se superen los 32.000 millones de unidades. La cuota colombiana de importaciones de empaques plásticos, frente al total de las importaciones en la región, es tan solo del 3,5%. Asimismo, el país cuenta con arancel del 0% para su exportación de empaques hacia otros países como Estados Unidos, Brasil, México, Perú, Ecuador y Chile, en virtud de diferentes acuerdos arancelarios. (Tecnología del plástico, 2016).

## 7 Capítulo 2

### 7.1 Evaluación de los mercados internacionales

A lo largo de este proyecto se ha tomado la iniciativa de implementar estrategias que permitan un mayor reconocimiento de la empresa no solo a nivel nacional sino también en el exterior, para esto se propone llevar a cabo un plan de internacionalización. Es por ello que se han tenido como opciones tres países en los cuales se observa una clara oportunidad comercial, por tener tratados con el país de origen que para este caso es Colombia, los países a evaluar fueron: Brasil, Canadá y México. Como apoyo a la investigación se realiza la matriz de evaluación de mercados, la cual permitió a través de una serie de variables determinar el país más indicado al cual Prodipol podrá exportar sus productos.

Brasil cuenta con una población de 209'586.000 habitantes, México con 124'738.000 y Canadá con 37'105.000. (Saber es práctico, 2018). Esto permite establecer que los países como México y Brasil tienen una mayor oportunidad de demanda debido a su número de habitantes, pero a la vez Canadá cuenta con un PIB per cápita de 43.594 USD que comparado con los otros países es superior (Brasil 12.340 USD y México 15.932 USD). (El captor, 2014). Por otro lado, las importaciones de plástico realizadas por estos países determinan que México (3,92%) y Canadá (3,65%) son uno de los países que más demandan este tipo de productos a comparación de Brasil (2,49%). (World Integrated Trade Solution – WITS, 1990-2016). Es importante resaltar el comportamiento económico de cada país a través de algunos indicadores que se presentan en la tabla 9 que permiten visualizar la situación actual de cada uno:

Tabla 9 *Indicadores económicos*

<b>Indicadores</b>	<b>México</b>	<b>Brasil</b>	<b>Canadá</b>
Inflación (últimos 3 años)	0.05	0.16	0.22
Ranking de competitividad global	4.44	4.14	5.35
Moneda	Peso mexicano MXN	Real brasileño BRL	Dólar canadiense CAD
Crecimiento económico (últimos 5 años)	2.10	4.00	3.50
Pobreza	3.71	18.60	9.40
Devaluación	0.05	0.03	0.01
Tasa de interés	6.90	5.10	2.70
Deuda externa	4.81	5.55	1.608

Fuente: Datos macro.com (2018), Sport-histoire.fr (2018), Dinero (2018), Índice mundi (2018), El país (2016), Banco Mundial (2017).

Según la tabla anterior se puede concluir que cada uno de los países tiene porcentajes diferentes en cada uno de los indicadores, estos ayudan a determinar cuál es la viabilidad de la exportación del producto y cuál de estos será potencial al momento de realizar alguna negociación bilateral. A pesar de que Brasil cuenta con uno de los crecimientos económicos más grandes, a diferencia de los otros países evaluados, el índice de pobreza supera los niveles de crecimiento de este país, un factor en el que deberá trabajar. En referencia a Canadá, este tiene uno de los índices más bajos en devaluación y tasa de interés lo cual es positivo para este país, pero a su vez deberá trabajar en índices de pobreza y deuda externa, teniendo en cuenta que son los más altos y los cuales afectan negativamente a este. Por último, aunque México no tiene el crecimiento económico más alto, su índice de pobreza se ha reducido en los últimos años y cuenta con un porcentaje de deuda externa menor a los países comparados, aunque también deberá trabajar en su tasa de interés y devaluación. Un aspecto positivo que tienen estos tres

países, es que los tres tienen acuerdos comerciales vigentes con Colombia, lo cual es favorable para la empresa Prodipol. (Sistema de información sobre el comercio exterior-SICE, 2018).

A nivel cultural cada uno de los países investigados cuenta con aspectos similares y diferentes a Colombia, uno de los aspectos importantes a la hora de entablar una negociación es el idioma que maneja el otro país, aunque un país que desee exportar sus productos debe tener los medios para manejar diferentes idiomas, en algunas ocasiones se ven en la obligación de contratar personal capacitado que sirva como mediador en una negociación, lo cual representa mayores gastos para la empresa. Por ejemplo, en el caso de México que se maneja el mismo idioma, es más factible que el negociador exprese sus ideas con total entendimiento de lo que se está acordando sin necesidad de intermediarios. Las estrategias de negociación utilizadas con los tres países son decisivas al momento de concretar el negocio, es importante que antes de agendar una cita se indague acerca del protocolo que se debe utilizar en el país contrario para no cometer ninguna imprudencia, la cual sea la causante del declive de la negociación, aspectos como la puntualidad, las tarjetas de presentación, un informe del proyecto claro y conciso y la cordialidad son algunos de los factores claves. Además del tipo de gobierno que maneja cada uno, esto es fundamental para la aceptación del producto y las políticas gubernamentales que se manejen con respecto al material utilizado serán de vital importancia. (Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria, s.f).

Revisando un poco el ámbito político y legal de cada país, se encontraron diferentes barreras las cuales afectan el proceso de importación ya que cada país promueve sus exportaciones a través de un crecimiento interno que le permita adquirir productos o servicios de su país de origen, evitando así las importaciones al máximo. Sin embargo, se hace necesario importar algunos productos o servicios que no son tan fáciles de producir en su propio país y es aquí donde se observa una oportunidad de negocio para la empresa Prodipol ubicada en Colombia, país que cuenta con un amplio sector de plásticos. Algunas de estas barreras son los controles de importación que son vigilados por diferentes entes gubernamentales, los cuales controlan el paso de mercancía de un país a otro. El índice de confianza de estos países también presenta relevancia al momento de realizar alguna exportación, para este caso en específico Brasil se posiciona en el primer lugar con un 62%, seguido por México con un 54% y en el último puesto

se encuentra a Canadá con un 44%. (Infobae, 2018). México se posiciona como el segundo país de los tres evaluados, más confiables para negociar, pero en este, se encuentra un factor que afecta negativamente sus relaciones exteriores, y es el índice de terrorismo tan alto que se evidencia en este país (3.29), un factor que en algunos casos se presenta como una barrera intimidante al momento de exportar y una razón para optar por otros países que no tengan un conflicto interno tan alto. Para los otros dos países el porcentaje es: Brasil (1.57) y Canadá (2.96). (Visión of humanity, 2017).

La logística internacional juega un papel importante en el proceso de exportación de cualquier tipo de producto, es por esto que se hace necesario realizar un análisis a fondo que permita evidenciar cual es el país objetivo con las mejores características logísticas, el cual genere el desplazamiento del producto en las mejores condiciones y a costos muy bajos. Los tres países en estudio cuentan con diferentes medios de transporte como: tren, terrestre, marítimo y aéreo, con puertos, aeropuertos y terminales claves para facilitar el intercambio de bienes y servicios entre Colombia y cualquiera de los tres países en mención. (Procolombia, s.f). Con respecto a la geografía de cada país, el clima es uno de los factores que algunos no consideran tan importante, pero el cual influye en el mercado positiva o negativamente eso depende del punto de vista desde el que se le observe, especialmente en aquellos que manejan las cuatro estaciones. Estos influyen en aspectos como: tiempos de entrega, despachos, órdenes de compra, temporadas de alta y baja demanda, entre otros; y por lo tanto sus proveedores deberán estar muy atentos a este tipo de cambios presentados en países como Canadá y acoplarse de la mejor manera a su cliente, para cumplir a cabalidad con todos los acuerdos pactados.

Por último analizando un poco la industria del plástico para el año 2018 en estos tres países, se encontró que en Brasil y en México el crecimiento de la industria es bastante prometedor para este año, aunque 2017 fue un año un poco duro en todo el sentido de la palabra, ya que con la implementación de normas ambientales a nivel mundial, la industria obtuvo un poco de rechazo de las personas que también buscan aportar al cuidado del medio ambiente, esto genero una desaceleración en el mercado, pero ante las medidas también adoptadas por las empresas como respuesta a todo esto que está sucediendo, se han reactivado productos que permiten su deterioro en un tiempo menor al estipulado. En cambio, en Canadá el rechazo hacia las bolsas plásticas por

parte de los gobernantes y la población ha sido más evidente, implementando hasta la prohibición de bolsas con componentes biodegradables en algunos estados de este país, un panorama muy desalentador para la industria del plástico. (Asociación Nacional de Industrias del Plástico A.C - ANIPAC, Mundo del plástico y Valencia, 2018)

### **7.1.1 México.**

Lo presentado anteriormente abarca los diferentes aspectos y variables que ayudaron a determinar a la empresa Prodipol & Cía. Ltda., cuál era el país que ofrecía las mejores condiciones y alternativas de negocio para exportar sus productos. A continuación, se realizará un informe más detallado del país elegido por esta empresa que para este caso específico fue México, reflejando las razones que la llevaron a escogerlo y el proceso a realizar con este, para exportar dicho producto.

México es un país que está conformado por 124'738.000 habitantes, (Saber es práctico, 2018), con un PIB per cápita anual de 15.932. (El captor, 2014). Actualmente es un país importador de plástico, ya que uno de los productos más utilizados por los mexicanos son las bolsas plásticas, la cifra estimada de importaciones de plástico es de 153.184.00. (WITS, 1990-2016). Se ha enfrentado a una inflación en los últimos años de 0.05, La cual no se presenta tan relevante para un país de esta magnitud, teniendo en cuenta su número de habitantes, además cuenta con un ranking de competitividad global del 4.44. Que lo posiciona en el puesto 51 entre las 137, posee una tasa de alfabetización del 94.47%. (Datos macro.com. ,2018) El peso mexicano (MXN) es su moneda oficial. (Sport-histoire.fr, 2018).

México ha tenido un crecimiento económico en los últimos cinco años de 2.10, aspecto que ha sido importante para los mexicanos ya que el nivel de pobreza (3.71) ha disminuido teniendo más oportunidades de empleo. (Índex mundi, 2018). En los últimos cinco años su moneda ha tenido una devaluación de 0.05. (El país, 2016). Lo cual no ha afectado de manera significativa la economía del país, este no solamente es reconocido por su diversidad, sus playas y sus climas, si no también es conocido por su mano de obra calificada, un aspecto muy importante ya que está por debajo del que ofrece la República Popular China, lo que representa un factor clave para



atraer inversiones a la industria. (Mizrahi, 2017). En la actualidad mantiene acuerdos comerciales con Colombia lo cual es un beneficio a la hora de exportar.

#### **7.1.1.1 Estrategias de negociación.**

Para realizar una negociación con personas de otros países, es vital realizar un estudio con anticipación de factores como: saludos, citas, vestuario, presentes, posiciones, estudios, entre otros. Los cuales se convierten en factores claves para lograr el éxito de una negociación y es que se debe tener en cuenta que se está enfrentando a un mercado diferente, al cual usted deberá acoplarse.

En el caso de México, las citas deben programarse con previo aviso, al menos con 2 semanas de antelación, además deberá ser confirmada y la persona que le esté colaborando con la programación de su cita deberá tener sus datos personales para contactarlo en cualquier momento. Tenga en cuenta factores claves como la puntualidad, portar un traje formal al momento de la reunión, contar con tarjetas de presentación de sus calificaciones profesionales y educativas en inglés y español, estas se tendrán que intercambiar al inicio de la reunión. Durante la negociación los mexicanos prefieren hacer preguntas sobre la vida personal, como manera de romper el hielo, se caracterizan por que les gusta sentir que tienen el poder, son excelentes negociadores y siempre trataran de conseguir el mejor precio a través del regateo. Por lo general la mayoría de las empresas son familiares, por tanto, quien tomará la decisión final será el padre cabeza de familia, que para este caso casi siempre es el propietario. (Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria, s.f).

Estas son algunas de las herramientas útiles a la hora de negociar con los mexicanos, tenga en cuenta todas las recomendaciones y sea muy precavido con el irrespeto que puede causar, sin tal vez darse cuenta, a través de sus comportamientos, que para usted pueden ser normales, pero para ellos pueden ser ofensas y una de las causas del declive del negocio.

### **7.1.1.2      *Rutas entre Colombia y México.***

Los puertos marítimos de México cuentan con una actividad logística estratégica, dada su participación en el intercambio internacional de bienes, desde el punto de vista de su condición física, son puertos que cuentan con una infraestructura que permite la conectividad del medio marítimo y terrestre en aguas demasiado tranquilas, a través de tres zonas principales: La zona marítima de acceso, las zonas marítimas de maniobras y la zona de enlace con objetos terrestres. El país está situado en una excelente posición en el océano pacífico y atlántico, debido a sus condiciones geográficas han sido reconocidos como puertos de altura y cabotaje. (Trade & logistic innovation center, 2011).

Colombia cuenta con servicios directos por parte de sus puertos, ubicados en la costa atlántica. Los cuales prestan servicios por medio de siete navieras que tienen un tiempo máximo de arribo de tres días, con destinos hacia los puertos de Altamira y Veracruz, ubicados en el Golfo de México y con un tiempo de tránsito estimado de siete días al puerto de manzanillo, ubicado en la Costa Pacífica de México, el destino se complementa con cinco servicios, entre los que se encuentran los trasbordos en los puertos de Panamá y Jamaica con un tiempo estimado de tránsito desde los cinco días al Golfo y once días para los puertos ubicados en la costa pacífica. En la actualidad los servicios desde el puerto de Buenaventura al puerto de Veracruz y al Altamira en el Golfo, los sobrellevan cuatro navieras que ofrecen servicios de trasbordos en los puertos de Panamá y Jamaica con un tiempo estimado de nueve días. (Procolombia, 2016). A continuación, se presenta una tabla que describe de una manera más clara y concisa la frecuencia y los tiempos de tránsito desde los puertos colombianos, se pueden observar en la tabla 10:

Tabla 10 *Frecuencia y tiempo del tránsito en puertos colombianos*

<b>Punto de desembarque</b>	<b>Punto de embarque</b>	<b>Conexiones</b>	<b>Tiempo de tránsito (días)</b>
Altamira	Cartagena	Directo	4
	Barranquilla	Cartagena-Colombia	10
	Santa marta	Cartagena-Colombia	8
	Buenaventura	Cartagena-Colombia	10
Veracruz	Cartagena	Directo	3
	Barranquilla	Cartagena-Colombia	9
	Santa marta	Cartagena-Colombia	7
	Buenaventura	Cartagena-Colombia	9
Manzanillo	Cartagena	Directo	7
	Barranquilla	Manzanillo- Panamá	13
	Buenaventura	Balboa-Panamá	6
	Santa marta	directo Cartagena- Colombia	11
Ensenada	Cartagena	Manzanillo-México	10
	Barranquilla	Manzanillo- Panamá	20
	Buenaventura	Balboa-Panamá	15
		Directo	
Lázaro cárdenas	Cartagena	Manzanillo-México	7
	Barranquilla	Manzanillo- Panamá	13
	Buenaventura	Balboa-Panamá	10
		Directo	

Fuente: ProColombia. (2016)

Por otro lado, México tiene como fortaleza una de las redes de aeropuertos más extensa de América latina, con un aeropuerto en cada ciudad de más de 500.000 habitantes, cuenta con 82 aeropuertos de los cuales 48 prestan servicios aduaneros. Poseen una oferta aérea para exportación por parte de Colombia la cual está compuesta por servicios de carga y cuenta con cupos en vuelos de pasajeros. La ruta para la carga entre Colombia y México se orienta

principalmente al aeropuerto internacional de la ciudad de México. La oferta para los arribos aéreos se habilita de manera semanal, esta cuenta con trayectos directos y en ocasiones con puntos de conexión entre aeropuertos internacionales ubicados en Estados Unidos, Panamá y Costa Rica en donde se distribuye la carga, en este tiempo se realizan todos los procedimientos de carga de gasolina, para finalmente el arribo a la ciudad de México. En todo lo que respecta a cada una de las tarifas, existen asociaciones encargadas de regular los tipos de costo de los traslados de mercancía, la IATA por sus siglas en inglés International Air Transport Association, es la entidad encargada de poner las tarifas máximas, las cuales deben ser cumplidas por las aerolíneas contratadas, de lo contrario se incurrirá en una respectiva sanción. (Procolombia 2016).

#### **7.1.1.3 *El modelo de Uppsala.***

Este modelo fue elegido en el desarrollo de la investigación para su posterior aplicación en la exportación que se realizara al país de México. El proceso de exportación es uno de los pasos que debe realizar una empresa para lograr su internacionalización, lo que se busca en este proceso es penetrar en un mercado con un producto, el cual es potencial en Colombia y aunque México también cuenta con plantas que fabrican y distribuyen bolsas plásticas, la idea principal de Prodipol es llevar un producto amigable con el medio ambiente producido con componentes derivados de recursos renovables que aún no se han implementado en ese país y distribuirlo a través de las empresas de plásticos, las cuales serán nuestro mercado objetivo.

Como se menciona en la teoría, las empresas que van adquiriendo experiencia en el mercado, son las que generan un crecimiento constante y eso es lo que busca Prodipol. Una empresa que hasta ahora comenzara con la implementación de la exportación en sus procesos de comercialización del producto, pero lo cual según plantean los autores no es ningún impedimento u obstáculo. El otro concepto manejado en esta teoría es el de “la distancia psicológica”, con respecto a este, precisamente fue lo que incentivo a la empresa a buscar un país cercano para realizar este tipo de negociaciones, basado en que esto traerá mayores beneficios en factores como: el transporte, la cultura, costos, entre otros. Esta a su vez deberá atravesar por unas etapas para lograr establecerse en otro mercado. (Cardozo, Chavarro y Ramírez, 2005; 2006).

1. Actividades esporádicas o no regulares de exportación: mientras la empresa logra adaptarse al mercado internacional, ingresara con exportaciones esporádicas del producto, adquiriendo la experiencia necesaria para comprometer en mayor cantidad sus recursos y lograr de esta manera posicionarse en el mercado poco a poco.
2. Exportación a través de representantes independientes: la empresa deberá contratar una entidad independiente reconocida en el mercado que se encargue de gestionar todo el proceso de exportación, en el cual se incluye la documentación, transporte, logística, etc.
3. Establecimiento de una sucursal comercial en el país extranjero: una vez iniciadas las exportaciones al otro país y logrado el reconocimiento del producto en este mercado, se deberá proceder con la instalación de una sucursal comercial de la empresa en el país extranjero, para así complementar el proceso de internacionalización buscado inicialmente por parte de la empresa.
4. Establecimiento de unidades de producción en el país extranjero: a través de la sucursal comercial implantada en el país extranjero se lograrán establecer las unidades de producción necesarias.

Las etapas anteriormente mencionadas, son por las cuales deberá atravesar la empresa Prodipol para lograr un buen proceso de internacionalización, logrando ubicarse de un todo en el mercado del otro país y a partir de esto poder ingresar en otros países, penetrando el mercado internacional.

#### **7.1.1.4 *Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible***

Esta teoría se relaciona con la investigación por el enfoque que tiene hacia los mercados verdes, a través de productos sostenibles que sean amigables con el medio ambiente, como por ejemplo el Bioplastico y bolsas plásticas biodegradables, que son los productos que piensa implementar la empresa de un todo. En esta teoría se manejan tres dimensiones las cuales serán relacionadas con la investigación para una clara explicación de las mismas: en la dimensión económica se encuentra uno de los factores más importantes y el principal causante de que las bolsas plásticas estén aumentando de precio, y es debido a la escases de los recursos físicos como el petróleo

acompañado del daño que genera la extracción del mismo, pues este como bien se conoce es la materia prima utilizada para la producción de este tipo de materiales, es por esta razón que la empresa busca implementar materias primas a base de recursos renovables como el Bioplástico, que generen una disminución en los costos de la empresa y un aprovechamiento de estos recursos.

En la dimensión social se abarca un tema muy importante y es el mundo que le estamos dejando a las generaciones futuras y es que, si bien es cierto que el plástico genera altos niveles de contaminación, la falta de concientización por parte de las personas que arrojan este tipo de productos a las calles, mares, ríos, etc. Es también uno de los factores influyentes en este deterioro constante de la naturaleza, es por esta razón que la empresa a partir de los productos derivados de materias primas renovables, los cuales permiten su deterioro en el menor tiempo al estipulado y su reincorporación a la tierra fácilmente, buscan bajar los niveles de contaminación y enfocarse en las generaciones futuras. Adicional a esto se estaría incorporando al mercado un producto asequible a las personas de bajos recursos y brindando alternativas a la industria del plástico lo cual no genere el cierre de algunas y por ende más desempleo en el país, sino que al contrario ayude a mejorar los niveles de empleo con nuevas empresas enfocadas a la sostenibilidad ambiental.

Por último, en la dimensión ecológica la empresa busca encaminarse hacia los mercados verdes con la utilización de recursos y energías renovables que generen una disminución considerable con respecto a la contaminación. Frente a esto se han tomado medidas como la impresión de mensajes ecológicos que concienticen al consumidor sobre el buen uso y la reutilización de este tipo de productos, producir en menor cantidad las medidas que no son tan útiles en el mercado y las cuales pueden ser reemplazadas por otras o unificadas en una sola, y adicional a esto con la apertura de la nueva bodega de pele tizado se busca utilizar al máximo los desperdicios generados por imperfectos al momento de la producción para convertirlos nuevamente en materia prima óptima para la fabricación del plástico.

#### **7.1.1.4 Oportunidad de negocio con el Bioplástico.**

Las bolsas de plástico en México han sido uno de los principales detonantes del daño medioambiental y problemas de salud para los mexicanos, actualmente existen algunas regulaciones que afectan la comercialización de la bolsa plástica en dicho país, sin embargo se han pasado por alto algunas normas, ya que los mexicanos ven como indispensable el uso de este producto, en la central de abastos de México y en ciudades como Querétaro, Puebla, Monterrey y León además de los problemas ambientales que llevan consigo como la contaminación, se estableció en el artículo 4 de la carta magna y el partido verde, una ley general para la prevención y gestión integral de residuos, con la única finalidad de que las entidades reguladoras actualicen y establezcan las bases para la prohibición de las bolsas plásticas con motivo de cualquier acto comercial. en ciudades como Querétaro y Puebla se usan diariamente 2 millones de bolsas generando así 8.000 kilogramos de carbono en la atmosfera, el pasado 1 de abril se implementó una reglamentación en la cual se prohíbe el uso de las bolsas plásticas desechables, todo establecimiento que otorgue este tipo de productos o promueva el consumo de estos, de alguna u otra forma será sancionado con una suma de 4.000 pesos, esta norma aplicara para los comercios con más de mil metros cuadrados y su primera sanción será de 2.000 pesos. (Xataka México 2018).

La empresa Prodipol ve reflejado en el país de México una oportunidad de negocio teniendo como base el desperdicio de estos residuos que en la actualidad están creando un descuido ambiental, que a la fecha si no es controlable se puede expandir por todo el país, la característica de la normatividad de México frente a la colombiana es la prohibición de la bolsa plástica para algunos establecimientos, por ende la utilización va a seguir latente en las ciudades más afectadas, es por esta razón que es importante que los estados mexicanos conozcan la nueva propuesta que Prodipol trae, como es el Bioplastico que no afecta el medio ambiente de una manera determinante como se ha venido demostrando en México, si no que por sus componentes primero se deshace en un tiempo menor al de una bolsa del mercado común y segundo que debido a los componentes de materias primas renovables al lograr el deterioro completo de este producto se incorpora nuevamente a la naturaleza. Por el lado que se le vea, es un producto renovable que permite sustituir el mercado de las bolsas comunes y además que será el producto

del futuro, sin necesidad de eliminar ni destruir las empresas que pertenecen al sector de plásticos.



## Conclusiones

- Actualmente el uso del plástico se extiende hacia todos los ámbitos en múltiples usos. Este material es esencial para muchos sectores empresariales y sobre todo industriales. A pesar de esto, existen varios factores que afectan la utilización de este tipo de material y los cuales generan el rechazo por parte de los consumidores. Como sabemos, el plástico es fabricado a partir de compuestos sintéticos derivados del petróleo el cual es un recurso no renovable y uno de los componentes que más influye a que este producto sea tan contaminante.
- La empresa ante esta problemática que ha surgido, ha implementado nuevos procesos y cambios en su sistema de producción, está mucho más comprometida con la salud de la tierra y ha tomado la iniciativa de adquirir maquinaria sostenible que ayude a optimizar los procesos. Por ejemplo, la apertura de una nueva bodega para el uso del material desperdiciado, llamada pele tizadora, la implementación de materiales biodegradables, son factores claves que le permiten a la empresa fortalecerse frente a su competencia.
- Con las implementaciones adoptadas por la empresa en busca de una mejora continua. El panorama es prometedor en la industria de plástico para la compañía, existen aspectos en los que se deberá mejorar para lograr sostenerse en el mercado y no desaparecer como lo han hecho algunas empresas, que no han logrado implementar estrategias que permitan una respuesta óptima ante todos los cambios presentados en los últimos años, debido a la normatividad impuesta.
- Como es una empresa pequeña hay partes importantes en la organización en las que se deberán trabajar para agilizar los diferentes procesos que maneja la compañía. En este capítulo se plantearon diferentes estrategias para mejorar en algunas debilidades que presenta la empresa después de haber realizado el diagnóstico de la situación actual.
- Se analizaron los tres países en los que se consideraba había una oportunidad de negocio, con ayuda de una matriz que determinaba diferentes variables, la cual permitió analizar los

tres países en diferentes aspectos como: cultural, político, social y económico. Para así poder determinar según la calificación dada a cada variable y a través de la suma de esta el país más óptimo para exportar. Esto permitió conocer más a fondo, países como Canadá y Brasil, de los cuales se desarrollaron aspectos, en los que en unos se destacaron y en otros generaban una diferencia notable frente a los otros países.

- El país escogido a través de la matriz, fue México, el cual según lo analizado por las diferentes variables fue el país más atractivo para exportar este tipo de productos. Según lo estudiado, México cuenta con grandes atributos tanto en acceso, como en ubicación y lo más importante es una economía abierta al mundo, que permite el ingreso de bienes y servicios en los que ellos no se consideran tan fuertes.

## Recomendaciones

- La empresa deberá capacitarse con gente especializada en el área, que le permita tener un mayor conocimiento de los alcances y limitaciones que tiene frente a la normatividad. Y partiendo de eso, poder implementar nuevos procesos que generen beneficios tanto para la compañía como para sus empleados.
- Es importante que realicen un diagnostico constante de la empresa para conocer sus falencias y poder trabajar en ellas, ya que siempre que se inicia un nuevo proceso existirán los puntos fuertes y débiles que deberán ser trabajados para el mejoramiento continuo de la empresa.
- Es importante que la empresa trabaje en las estrategias designadas para que se tenga un crecimiento no solo a nivel nacional sino a nivel internacional, además para lograr fortalecer aquellas debilidades que los hacen más flexibles a sufrir declives en los colapsos que tiene la economía.
- Las estrategias son parte fundamental en los procesos que realice cualquier empresa, por esto la empresa deberá revisar una a una las estrategias propuestas en la investigación, para poder trabajar en cada una de ellas, además cuando realice la apertura en el mercado internacional deberá generar estrategias que le permitan sostenerse en este mercado tan competitivo.
- La empresa deberá realizar un estudio más detallado del país seleccionado para realizar las negociaciones, el cual le permita conocer factores importantes como el precio, los acuerdos de pago, las condiciones de entrega, los tiempos, etc. Todo esto con el fin de tener el conocimiento pleno del país donde se van a llevar los productos.
- Es importante que un delegado de la empresa viaje a construir los lazos necesarios para este tipo de negociaciones, hacer conocer el producto de forma directa para dar más

seguridad al comprador, conocer los precios de la competencia, el movimiento del mercado, la aceptación del producto, entre otras cosas que son de vital importancia para la empresa.

## Referencias

- ABC (05 de mayo de 2017). Cataluña disminuye el consumo de bolsas de plástico un 48% desde 2007. *ABC*. Recuperado de [http://www.abc.es/espana/catalunya/abci-cataluna-disminuye-consumo-bolsas-plastico-48--por-ciento-desde-2007-201705051301\\_noticia.html](http://www.abc.es/espana/catalunya/abci-cataluna-disminuye-consumo-bolsas-plastico-48--por-ciento-desde-2007-201705051301_noticia.html)
- Acciona. (S.f). Que son los bioplásticos. Recuperado de <https://www.sostenibilidad.com/medio-ambiente/que-son-los-bioplásticos/>
- Araya, L. (2009). El proceso de internacionalización de empresas. *TEC Empresarial*, (3), p. 19.
- Asociación Nacional de Industrias del Plástico A.C – ANIPAC. (2018). *Presentan tendencias de consumo de plástico en México*. Recuperado de <http://anipac.org.mx/2018/01/22/presentan-tendencias-de-consumo-de-plastico-en-mexico/>
- Banco Mundial. (2017). *Tasa de interés activa (%)*. Recuperado de <https://datos.bancomundial.org/indicador/FR.INR.LEND?view=chart>
- Cardozo, P. Chavarro, A. y Ramírez, C. (2005; 2006). *Teorías de internacionalización*. Recuperado de <file:///C:/Users/PC1/Downloads/Dialnet-TeoriasDeInternacionalizacion-4780130.pdf>
- Artaraz, M. (2001; 2002). Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible. *Ecosistemas*. Recuperado de <https://revistaecosistemas.net/index.php/ecosistemas/article/viewFile/614/580>
- Cámara Colombiana del Plástico. (2016). *Quiénes somos*. Recuperado de <http://camaracolombianadelplastico.com/quienes-somos/>
- Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria. (s.f). *Etiquetas culturales y de negocios*. Recuperado de <http://www.ciaindumentaria.com.ar/plataforma/mexico-etiqueta-cultural-y-de-negocios/>
- Congreso de la Republica de Colombia (1993). Ley 99 del 22 de diciembre de 1993 por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones. Bogotá D.C.: Congreso de la Republica de Colombia.

- Congreso de la Republica de Colombia (2015). *Ley 1753 del 9 de junio de 2015 por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 “Todos por un nuevo país”*. Bogotá D.C.: Congreso de la Republica de Colombia.
- Datos macro.com. (2018). *IPC según los datos de cada país*. Recuperado de. <https://www.datosmacro.com/ipc-paises>
- Datos macro.com. (2018). *Índice de competitividad global*. Recuperado de. <https://www.datosmacro.com/estado/indice-competitividad-global>
- Dinero. (2018, 12 de enero). Las 6 economías que crecerán más y menos en América Latina en 2018. *Dinero*. Recuperado de. <https://www.dinero.com/internacional/articulo/paises-latinos-con-mas-crecimiento-en-2018/254081>
- Economía simple.net. (2016) Definición de la internacionalización. *Economía simple.net [versión electrónica]*. <https://www.economiasimple.net/glosario/internacionalizacion>
- El captor (2014, 10 de enero). Top mundial de PIB per cápita; ranking de paraísos fiscales. *El captor*. Recuperado de <http://www.elcaptor.com/economia/top-mundial-pib-per-capita-por-paises>
- El empaque + conversión. (2014). Industria de bolas plásticas en Colombia .Recuperado de <http://www.elempaque.com/temas/Industria-de-envases-plasticos-en-Colombia,-crecimiento-a-traves-de-calidad-y-especializacion+97344>
- El país. (2016, 20 de diciembre). Las monedas más devaluadas en Latinoamérica. *El país*. Recuperado de. [https://elpais.com/internacional/2016/12/19/actualidad/1482165926\\_404077.html](https://elpais.com/internacional/2016/12/19/actualidad/1482165926_404077.html)
- Fernández Gómez, M. (2017). *Optimización de cepas bacterianas aisladas de los arrozales de las marismas del Guadalquivir para su aplicación en la síntesis biotecnológica de precursores de polímeros utilizados en la fabricación de bioplásticos*. (Tesis doctoral inédita). Universidad de Sevilla, Sevilla. Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/55438>
- Fernández, J. y Vargas, P. (2015). *Elaboración de un plan de negocios para determinar la factibilidad de la producción de bioplásticos a partir de papa en contra de la contaminación en Colombia*. (Trabajo de grado). Universidad militar nueva granada, Bogotá D.C. Recuperado de

<http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/13350/2/PRODUCCI%C3%93N%20DE%20BIOPL%C3%81STICOS.pdf>

Hernández Sampier, R. (2004). *Investigación no experimental*. EcuRed [electrónico]. La

Habana: Félix Varela, [https://www.ecured.cu/Investigaci%C3%B3n\\_no\\_experimental](https://www.ecured.cu/Investigaci%C3%B3n_no_experimental)

Infobae. (2018, 03 de febrero). El ranking de los países con más y menos confianza en las instituciones. *Infobae*. Recuperado de.

<https://www.infobae.com/america/mundo/2018/02/03/el-ranking-de-los-paises-con-mas-y-menos-confianza-en-las-instituciones/>

Índex mundi. (2018). Población bajo el nivel de pobreza (%). *Índex mundi* [versión electrónica].

<https://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ca&v=69&l=es>

Índex mundi. (2018). Deuda externa –mundo. Recuperado de

<https://www.indexmundi.com/map/?v=94&l=es>

Martínez, S. (2002). Guía de apuntes básicos para el docente de la materia de técnicas de

investigación en *Grupo Emergente de Investigación Oaxaca* [en línea] México, Disponible en <http://geiuma-oax.net/invdoc/importanciaydef.htm>

Matías, B. (09 de marzo de 2013). El modelo de Uppsala [Mensaje de un blog]. Recuperado de

<https://nocionesdeeconomaiayempresa.wordpress.com/2013/03/09/el-modelo-de-upsala/>

Mizrahi. (2017). El ranking de los países con mano de obra más calificada del mundo. *Infobae*.

Recuperado de. <https://www.infobae.com/america/mundo/2017/09/23/el-ranking-de-los-paises-con-la-mano-de-obra-mas-calificada-del-mundo/>

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2016). *Entra en vigencia la resolución del uso racional de las bolsas plásticas en Colombia*. Recuperado de

<http://www.minambiente.gov.co/index.php/noticias/2279-entra-en-vigencia-la-resolucion-del-uso-racional-de-las-bolsas-plasticas-en-colombia>

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (2016). *Resolución N° 0668 de 2016 por la cual se reglamenta el uso racional de bolsas plásticas y se adoptan otras disposiciones*. Bogotá D.C.: Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.

Mundo del plástico. (2018, 30 de enero). La producción de la industria del plástico crece un

2.5% en 2017. *Mundo de plástico*. Recuperado de

<http://mundodoplastico.plasticobrasil.com.br/producao-da-industria-do-plastico-cresce-25-em-2017/>

- Naciones Unidas. (2015). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Recuperado de <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Ospino, M. Uribe, J. y Regalao, E. (2017). *Bioprospección del ñame (Dioscorea spp), presente y futuro en Colombia y la región Caribe*. (Trabajo de investigación). Universidad Simón Bolívar. Recuperado de <http://bonga.unisimon.edu.co/handle/123456789/1502>
- Portafolio. (2017). Industria de las bolsas plásticas espera un salvavidas. Recuperado de <http://www.portafolio.co/negocios/industria-de-las-bolsas-plasticas-espera-de-salvavidas-507560-1-507560>
- Procolombia. (2016). *Perfil de logística desde Colombia hacia México*. Recuperado de [http://www.colombiatrade.com.co/sites/default/files/perfil\\_logistico\\_de\\_mexico.pdf](http://www.colombiatrade.com.co/sites/default/files/perfil_logistico_de_mexico.pdf)
- Procolombia. (s.f). *perfiles logísticos de exportación por país*. Recuperado de <http://www.colombiatrade.com.co/herramientas/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais>
- Prodipol & Cía. Ltda. (2017). *Informes de ventas*. Bogotá, Colombia.
- Tecnología del plástico. (2016). Panorama de la industria colombiana en envases y empaques plásticos. Recuperado de <http://www.plastico.com/temas/Panorama-de-la-industria-colombiana-de-empaques-y-envases-plasticos%2B112327>
- Saber es práctico. (2018). Países del mundo ordenados por población (2018). *Saber es practico* [versión electrónica]. <https://www.saberespractico.com/demografia/paises-por-poblacion-2018/>
- SICE - Sistema de información sobre el comercio exterior. (2018). *Acuerdos comerciales en vigor*. Recuperado de. [http://www.sice.oas.org/agreements\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/agreements_s.asp)
- Sport-histoire.fr (2018). Moneda oficial de todos los países del mundo. *Sport-histoire.fr*. Recuperado de. [http://www.sporthistoire.fr/es/Geografia/Lista\\_monedas\\_de\\_los\\_paises.php](http://www.sporthistoire.fr/es/Geografia/Lista_monedas_de_los_paises.php)
- Trade & logistic innovation center (2011). Principales puertos de México. *Trade & logistic innovation center* [versión electrónica]. <http://www.ciltec.com.mx/es/infraestructura-logistica/puertos/principales>
- Universia Costa Rica. (2017). *Tipos de investigación: Descriptiva, exploratoria y explicativa*. Recuperado de <http://noticias.universia.cr/educacion/noticia/2017/09/04/1155475/tipos-investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa.html>



- Valencia, R. (2018, 01 de enero). En Montreal entra en vigor la prohibición de las bolsas de plástico. *Radio Canadá internacional*. Recuperado de <http://www.rcinet.ca/es/2018/01/01/en-montreal-entra-en-vigor-la-prohibicion-de-las-bolsas-de-plastico/>
- Vía Orgánica. (2015). *Qué son los mercados verdes*. Recuperado de <https://viaorganica.org/que-son-los-mercados-verdes/>
- Vision of Humanity. (2017). *Global Terrorism Index 2017*. Recuperado de <http://visionofhumanity.org/indexes/terrorism-index/>
- World Integrated Trade Solution - WITS. (1990-2016). *Plástico o caucho importación Valor del comercio (en miles de US\$) Colombia 1990-2016*. Recuperado de [https://wits.worldbank.org/CountryProfile/es/Country/CAN/StartYear/1990/EndYear/2016/TradeFlow/Import/Indicator/MPRT-TRD-VL/Partner/COL/Product/39-40\\_PlastiRub](https://wits.worldbank.org/CountryProfile/es/Country/CAN/StartYear/1990/EndYear/2016/TradeFlow/Import/Indicator/MPRT-TRD-VL/Partner/COL/Product/39-40_PlastiRub)
- Xataka México (2017 15 diciembre). En Querétaro México, aprobaron un reglamento que prohíbe el uso de bolsas de plástico en los comercios. *Xataka México*. Recuperado de <https://www.xataka.com.mx/otros-1/en-queretaro-mexico-aprobaron-un-reglamento-que-prohibe-el-uso-de-bolsas-de-plastico-en-los-comercios>

**Listas de tablas**

Tabla 1 <i>Teorías de internacionalización</i> .....	15
Tabla 2 <i>Fuentes de información</i> .....	20
Tabla 3 <i>Lista de fortalezas y debilidades</i> .....	22
Tabla 4 <i>Lista de oportunidades y amenazas</i> .....	23
Tabla 5 <i>Matriz de evaluación de factores internos - MEFI</i> .....	24
Tabla 6 <i>Matriz de evaluación de factores externos - MEFE</i> .....	25
Tabla 7 <i>Matriz de perfil competitivo de Prodipol</i> .....	28
Tabla 8 <i>Cinco fuerzas competitivas aplicadas a Prodipol</i> .....	29
Tabla 9 <i>Indicadores económicos</i> .....	35
Tabla 10 <i>Frecuencia y tiempo del tránsito en puertos colombianos</i> .....	41

**Listas de figuras**

Figura 1 <i>Matriz interna y externa de la empresa Prodipol</i> .....	27
---	----