

VASOS DESECHABLES BIODEGRADABLES

**Presentado Por:
Alejandra Torres Bedoya**

**Presentado a:
Rose Mary Gómez Serna.**

**Asignatura:
Practicas Comercio Exterior**

**Institución universitaria Tecnológico de Antioquia
Ciencias Administrativas y Económicas.**

**Tecnología en Comercio Exterior.
Medellín-Colombia
2018**

Contenido

Capítulo 1	4
Diagnóstico del centro de práctica	4
1.1 Datos de identificación de la empresa.....	4
1.2 datos de la dependencia donde el estudiante realizará la práctica.....	17
Capítulo 2	19
El Proyecto	19
2.1 Planteamiento del Problema.....	19
2.2 Objetivos	19
2.2.1 Objetivo General.	19
2.2.2 Objetivos Específicos.....	20
2.3 Justificación.....	20
2.4 Marco de referencia.....	21
2.5 Diseño metodológico	27
2.6 Cronograma de actividades	28
2.7 Materiales y recursos.....	29
Capítulo 3	30
Informe final sobre el impacto del proyecto	30
3.1 Alcance de los objetivos planteados en el proyecto.....	30
3.2 Actividades realizadas.....	30

3.3 Dificultades encontradas en la ejecución del proyecto y de qué forma fueron superadas	
.....	31
3.4 Conclusiones	31
3.5 Recomendaciones.....	32
Bibliografía	34

Capítulo 1

Diagnóstico del centro de práctica

1.1 Datos de identificación de la empresa

- Nombre:

GRUPO FAMILIA

- Dirección de ubicación:

Cr.50No.8Sur – 117

- Teléfono

54 09500

- Correo electrónico

servicioalclientemedellin@familia.com.co

- Nombre completo y cargo del representante legal

Andrés Felipe Gómez- Gerente General.

- Reseña histórica

Nacimos en 1958 con el propósito de mejorar la vida de las personas. En 1958 Familia fue fundada en Medellín por John Gómez Restrepo y Mario Uribe. Inicialmente la Compañía se llamó URIGO y se dedicaba a la importación de papel higiénico de los EE.UU con la marca Waldorf, producida por la compañía Scott Paper Co.

En 1959 Recibe permiso definitivo de funcionamiento de Superintendencia de Sociedades Anónimas.

En 1960 Se lanza al mercado el papel higiénico Waldorf en colores.

En 1963 Compra molino de papel MP1 en Japón. Inicia construcción de edificios para fábrica de producción de papeles sanitarios.

En 1965 La compañía se moderniza tecnológicamente con la construcción de la primera planta productora de papel suave en Medellín. Ese mismo año inicia la producción de papel higiénico.

En 1966 Se lanza al mercado el papel higiénico Familia a precio popular. Se lanza al mercado papel higiénico Pétalo doble hoja. Se lanza al mercado servilletas Scott.

En 1970 Abre oficinas en Bogotá, Cali y Barranquilla. Scott de Colombia S.A. cambia razón social por Papeles Scott de Colombia S.A. Se inicia proceso de crecimiento y desarrollo de nuevos productos.

En 1976 Se instala nueva línea de producción en la Planta Medellín.

En 1980 Se compra máquina para producción de toallas higiénicas.

En 1982 Se abren mercados en Perú y Chile. Compra máquina para producción de tela no tejida.

En 1983 Se lanza la Toalla Maternidad Nosotras.

En 1984 Incursión en los mercados de República Dominicana y Puerto Rico. Se lanzan pañitos húmedos Pequeñín y los protectores diarios Nosotras.

En 1985 Se funda Productos Sanitarios Sancela S.A., en asocio con la firma sueca Mölnlycke A.B (Firma posteriormente adquirida por la SCA).

En 1989 Se funda Productos Sanitarios Sancela S.A., en asocio con la firma sueca Mölnlycke A.B (Firma posteriormente adquirida por la SCA).

En 1992 Se inicia producción de pañales desechables Pequeñín.

En 1995 Se lanza el papel higiénico 2 en 1 y las toallas higiénicas Nosotras al mercado de Puerto Rico.

En 1996 Se funda Sancela del Cauca y Familia del Pacífico Ltda. Incursión en el mercado chileno con las toallas higiénicas Donnasept.

En el 2000 Se lanza el dispensador de toalla de manos en rollo, papel higiénico Jumbo y dispensador Multihojas.

En 2001 Recibe de Fenalco Antioquia Medalla a la Lealtad Comercial. Se lanzan las Toallas Nosotras Tanga y Nosotras Tanga Rapisec.

En 2002- 2004 Presencia en los mercados de Perú, Bolivia, Ecuador, Argentina, Jamaica, Chile, República Dominicana, Antillas Holandesas, Paraguay, Puerto Rico y Venezuela.

En 2006 Apertura de la nueva filial en República Dominicana.

En 2009 El Grupo Familia llega a Argentina, a través de la compra de Algodonera Aconcagua S.A., empresa productora y comercializadora de productos de protección femenina, pañales y absorbentes. Aprobación gubernamental para crear la zona franca permanente en Cauca, donde operan las plantas de Pañales, Paños Húmedos y Materias Primas.

En 2010 Establecimiento de distritos de ventas en Panamá, incursionando con categorías de las marcas Familia y Pequeñín. Llegada a Uruguay con nuestra marca Nosotras. Innovación en el 50% del portafolio total para hacer mejoras y ofrecer novedades a nuestros

consumidores. Nosotras es declarada como marca Notoria por la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia.

En 2001 Se lanza al mercado el Jabón Íntimo Nosotras. Familia Institucional lanza sus Jabones de Mano Líquidos y en Espuma. Familia lanza al mercado los Paños Húmedos para Mascotas.

En 2012 El Centro de Distribución Cajicá entra en servicio. Las Toallas de Mano Natural de Familia Institucional reciben la certificación de Cadena de Custodia tipo reciclada por parte de la FSCTM. Nosotras lanza sus tampones Decopack. Pequeñín lanza Pañitos Karité y Pequeñín Sensitive. Familia lanza su Eliminador de Olores, Toallas Acolchadas 3 en 1 y Spray Antibacterial.

En 2013 Familia y Familia Institucional renuevan su concepto e imagen. Familia lanza Pañuelos Familia Chic Metallic y Papel Higiénico Chic. Familia Institucional lanza Jabón Líquido para Cabello y Cuerpo. Grupo Familia cumple 55 años brindando soluciones de bienestar y calidad de vida.

- Certificaciones

	GARANTÍA	CERTIFICACIÓN
Calidad	Garantiza la calidad en todos nuestros procesos para satisfacer a clientes y consumidores.	ISO 9001
Seguridad	Garantiza que somos una Organización que no participa en el lavado de activos ni en el tráfico de estupefacientes.	BASC
Salud Ocupacional	Garantiza la integridad física de las personas y las instalaciones.	OSHAS 18001
Responsabilidad Social	Garantiza el cumplimiento de los Derechos Humanos.	Estándares propios del cliente: McDonald's, el Corral y Disney

Tomada de <http://www.grupofamilia.com.co/es/grupo/Paginas/certificaciones-grupo-familia.aspx>

- misión

Somos una organización dedicada a la fabricación y comercialización de productos de aseo personal, para el hogar y las empresas en general, que proporcionan la máxima satisfacción al consumidor.

Orientada a obtener rentabilidad de la inversión de los accionistas, desarrollo de nuestro personal, crecimiento, posicionamiento en el mercado, con una alta responsabilidad social.

- visión

Ser una organización líder en el mercado de productos para el aseo personal, el hogar y las empresas en general en Colombia y Latinoamérica. Comprometida en el desarrollo del país, a través de la utilización efectiva de la tecnología y protección al medio ambiente.

- Objeto social

a) Adquirir por concesión o por otro título cualquiera, el derecho a explotar bosques de la nación o de particulares

b) Plantar, cultivar y explotar toda clase de maderas o cosechas con el fin de obtener celulosa.

c) Manufacturar, procesar, comprar y vender pulpa, papel, celulosa de todos los tipos y materiales similares a los anteriores o derivados de ellos, y construir o adquirir, y pone en operación una o más plantas o fabricas para manufacturar, procesar, etc. Pulpa, papel y celulosa de todos los tipos y materiales similares a esto o derivados de ellos.

d) Establecer sucursales, agencias y, en general, dependencias para los propósitos que quedan indicados y para los demás que se indican en este artículo.

e) Importar a Colombia o conseguir de este país, toda clase de materias primas necesarias para la manufactura o procesamiento de pulpa, papel, celulosa de todos los tipos y de materia similares a estos o derivados de ellos y, en general, importar cualquier otro tipo de materia prima necesaria para la manufactura y procesamiento de productos de materia prima necesaria para la manufactura y procesamiento de productos que constituyan el objeto social; vender, permutar y celebrar todo tipo de negocios jurídicos en relación con tales materias primas.

f) Comprar y vender maquinaria, repuestos, herramientas y, en general, equipos para la manufactura o procesamiento o utilización de las materias primas, productos y artículos que se dejan mencionados

- portafolio de productos

Generamos bienestar a través de soluciones de cuidado, higiene y aseo. Conoce nuestras

7 unidades de negocio:

Figura 1 Unidades de Negocio



Cuidado de la Familia

La marca Familia es el aliado de las amas de casa que enseña y ayuda a cuidar de forma práctica mejorando el bienestar de la familia dentro y fuera del hogar.

Con un portafolio completo de soluciones de higiene para el cuidado personal y el cuidado del hogar: papel higiénico, servilletas, toallas de cocina, pañuelos desechables, eliminador de olores, paños húmedos, paños durables, entre otros.

Cuidado de Bebe

Pequeñín brinda un acompañamiento permanente a los papás en el cuidado, higiene y protección de sus bebés, ofreciendo soluciones innovadoras que ayudan y simplifican la labor de los padres.

En su portafolio podrás acceder a productos de primera calidad, como: pañales, cremita, shampoo, baño líquido y pañitos húmedos.

Cuidado De Mascotas

Petys es la marca que ofrece un portafolio completo de soluciones para el aseo y cuidado de las mascotas y de su entorno.

Ofrece productos de alto desempeño en los segmentos de aseo corporal, aseo oral y aseo del entorno. Actualmente, cuenta en su portafolio con paños húmedos, eliminador de olores, spray removedor de pelos y tapetes absorbentes.

Cuidado Femenino

Nosotras es una marca para el cuidado femenino con presencia en más de seis países en Latinoamérica, que brinda seguridad, confianza y protección a las mujeres.

Ofrece un portafolio de productos íntimos femeninos, entre los que se encuentran: toallas higiénicas, protectores diarios, tampones, pañitos y jabón íntimo.

Cuidado Facial

Pomys es la marca especializada para el cuidado facial femenino. Ofrece soluciones desarrolladas bajo la ciencia de los extractos naturales y especialmente diseñadas para cada tipo de piel, mixta a grasa y normal a seca, para mantener la piel fresca, linda y sana. En su portafolio podrás acceder a toallitas húmedas desmaquilladoras y rueditas desmaquilladoras.

Cuidado del adulto

TENA es una marca que por más de 20 años ha sido reconocida en Colombia por ser la líder y especialista en productos para la incontinencia. Todo el conocimiento que se tiene del

adulto, se viene capitalizando para ofrecer productos más allá de la incontinencia, productos que satisfagan sus necesidades y complementen su cuidado, logrando con esto el bienestar y mejoramiento de la calidad de vida de los adultos. Hoy TENA se enfoca en la satisfacción de necesidades de los adultos desde la higiene y cuidado corporal.

TENA tiene presencia en la Región Andina en países como Colombia, Ecuador, Perú, y del Caribe como República Dominicana y Puerto Rico.

Higiene institucional (Para Fuera De Casa)

Familia Institucional entrega soluciones completas a la medida de las necesidades de sus clientes. Soluciones de higiene y aseo que permiten optimizar recursos, mejorar comportamientos y promover una cultura de higiene.

Cuenta con un portafolio completo de productos y sistemas de dispensado para la higiene y el aseo como: papel higiénico, toallas de mano, jabones, geles antibacteriales, servilletas, limpiones, paños húmedos, paños semidesechables, pañuelos, eliminador de olores, detergente líquido para baños, desincrustante, limpiavidrios y sistemas de dispensado para incentivar un consumo adecuado y optimizar los recursos.

- Estructura Organizacional: se presenta el organigrama y se describe qué tipo de estructura es.

Figura 2: Organigrama General



Tomada de: <http://www.grupofamilia.com.co/es/sostenibilidad/DTLCentroDocumentos/informe-sostenibilidad-2016.pdf>

1.2 datos de la dependencia donde el estudiante realizará la práctica

- Nombre de la dependencia o subproceso en que se ubica el practicante

Ventas Familia Institucional

- Nombre del jefe

Jairo Garcia

- Descripción de la estructura de la dependencia (personal que labora en la dependencia con el cargo y funciones que desempeña) o de las actividades del subproceso.

Figura 3: flujograma



- Identificación de necesidades de la dependencia o subproceso.

Impulsar las ventas, consecución de nuevos clientes, especialmente empresas corporativas, impulsar las ventas del portafolio clave, hacer seguimiento a los ejecutivos que son los encargados de atender los distribuidores externos y a la vez sus vendedores, fijando metas en ventas, incentivando a los vendedores de estas a través de concursos y actualizándolos constantemente.

- Valor agregado que le entrega el practicante al subproceso.

Disposición para aprender, facilidad y adaptación a nuevos entornos y áreas de trabajo.

Capítulo 2

El Proyecto

2.1 Planteamiento del Problema

Teniendo en cuenta que en la actualidad existe una constante preocupación por la protección del medio ambiente y su sostenibilidad. las empresas buscan cada vez más productos que puedan contribuir con dicha causa. Es por esto que se busca proponer una extensión en la línea de productos desechables, la cual consiste en la fabricación y venta de vasos biodegradables de la marca Familia Institucional, para clientes corporativos que consumen servilletas personalizadas y que también requieren vasos que a la fecha son adquiridos a través de otro proveedor, donde familia puede ser el proveedor integral de todos los elementos que el cliente requiere en la línea de desechables que consume.

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivo General.

Proponer una extensión en línea de productos desechables, (vasos biodegradables) de la marca familia institucional para satisfacer la demanda creciente de productos desechables en la categoría foodservice.

2.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar qué tan factible es que productos familia realice una extensión en la línea de desechables.
- Sugerir una extensión en la línea de desechables que acompañen el servicio de servilletas personalizadas de familia institucional.
- Proyectar mecanismos de medición que evidencien la efectividad de la nueva extensión de la línea.

2.3 Justificación

En el grupo familia se garantizan acciones que se dirigen hacia un desarrollo sostenible, es por esto que la propuesta de crear y desarrollar vasos desechables biodegradables genera para la empresa una ventaja competitiva en el mercado, gracias a que se cuenta con las instalaciones, la infraestructura y lo más importante la materia prima, el papel, donde en este mezclado con otra serie de materiales genere un producto biodegradable, y se pueda crear un vaso que significa una extensión en el portafolio de servicios ofrecidos y así mismo aprovechar la oportunidad de negocio de llegar a los clientes ya existentes que también consumen servilletas y satisfacer la creciente demanda en la utilización de estos productos. dejando a un lado los materiales plásticos que provienen de fuentes fósiles por otros nacientes de fuentes más amigables para convertirse en fuentes renovables y sostenibles de modo que

justifiquen una mayor sostenibilidad para el medio ambiente evitando la degradación del mismo.

2.4 Marco de referencia

Según el Marco de referencia del plan de negocio diseño, fabricación y comercialización de bolsas biodegradables realizado por Samuel Fernando Díaz Cajiao. Los plásticos sintéticos aparecieron en 1863, en los Estados Unidos, cuando la empresa fabricante de bolas de billar PHELAND Y COLLANDER ofreció una recompensa de 10.000 dólares a quien encontrara un material que permitiera fabricar bolas de billar más ligeras que las de marfil. El inventor JOHN WESLEY HYATT propuso un tipo de plástico elaborado con nitrato de celulosa, alcohol y alcanfor, material que patentó con el nombre de celuloide. Hyatt no ganó el premio, pero su plástico se utilizó para hacer placas dentales y cuellos de camisas. Este episodio inició la carrera por obtener un material plástico sintético con mejores propiedades.

LEO HENDRIK BAEKELAND desarrolló en 1906 una resina sintética a partir de fenol y formaldehído, que patentó con el nombre de baquelita. En 1920, el químico alemán HERMANN STAUDINGER demostró que los plásticos se componían de moléculas gigantes, a las que se llamó macromoléculas. A partir de entonces se iniciaron numerosas investigaciones dedicadas a encontrar nuevos materiales para elaborar plásticos, lo que permitió grandes avances en esta área. Entre 1920 y 1930 se producen nuevos plásticos como el etanoato de celulosa, utilizado para producir resinas y fibras; el cloruro de polivinilo (PVC), empleado en tuberías y recubrimientos de vinilo, y el plexiglás, usado para elaborar gafas y

cubiertas para focos del alumbrado público. En esta década surge también el famoso nailon; empleado, entre otras cosas, en la fabricación de medias femeninas. El polietileno fue desarrollado en 1953 por el químico alemán KARL ZIEGLER.

Un año después el italiano GIULIO NATTA sintetizó el polipropileno, ambos plásticos se usan mucho en la actualidad para fabricar bolsas y envolturas. Introducidas en 1970, las bolsas de plástico rápidamente se hicieron muy populares, especialmente a través de su distribución gratuita en supermercados y otras tiendas. También son una de las formas más comunes de acondicionamiento de la basura doméstica y, a través de su decoración con los símbolos de las marcas, constituyen una forma barata de publicidad para las tiendas que las distribuyen.

Las bolsas de plástico pueden estar hechas de polietileno de baja densidad, polietileno lineal, polietileno de alta densidad o de polipropileno, polímeros de plástico no biodegradable, con espesor variable entre 18 y 30 micrómetros. Anualmente, circulan en todo el mundo entre 500 mil millones y un billón de estos objetos. En general el proceso de fabricación de una bolsa de plástico incluye la extrusión de la resina, ya sea por método de soplado o por medio de un dado; la impresión puede ser por el método de flebograbado o de roto grabado (también huecograbado), puede haber un proceso de barnizado o laminación con otra capa de plástico, y finalmente el proceso de soldado o sellado por medio de calor y presión.

Es una industria grande a nivel mundial que permite la conservación y transporte de alimentos, reconocimiento de marcas, protección al consumidor de marcas piratas o empresas sin referencias, de contaminación de agentes externos, de preservación de las cualidades nutritivas y organolépticas del alimento, etc.

De la cantidad de petróleo que se extrae en todo el mundo, sólo el 5% se utiliza para la industria del plástico; de ésta la mayor parte se usa para partes de automóviles como molduras, interiores, tableros, etc.; otro tipo de productos como teléfonos, interiores de refrigerador, gabinetes de televisor. Otra proporción muy alta la representan las botellas de refresco, bebidas, líquidos. Sólo una mínima parte de este total se utiliza para fabricar bolsas de plástico.

El uso indiscriminado de productos utilizados para el confort del ser humano produce un impacto negativo en el medio ambiente, las bolsas plásticas proporcionan comodidad y bienestar durante su corta vida útil, sin embargo, los humanos no son conscientes del costo ambiental de esta comodidad, es necesario un cambio y los gobiernos alrededor del mundo se han preocupado por solucionar esta problemática.

El impacto ambiental de las bolsas plásticas desechables ha sido reconocido en varios países

- China y Taiwán prohibieron completamente la entrega de bolsas plásticas desechables gratis en los comercios.
- Irlanda fijo un impuesto al consumo de bolsas plásticas y desarrollo campañas en torno al uso de bolsas reutilizables. De esta forma, ha reducido en 90% su consumo de bolsas plásticas desechables. Escocia implemento el mismo tipo de medidas.
- En Australia, la mayoría de los comercios minoristas firmo acuerdos voluntarios para reducir el consumo de bolsas plásticas.
- La ciudad de San Francisco, Estados Unidos, prohibió las bolsas plásticas y estableció la obligación de remplazarlas por bolsas reutilizables.

- Este tipo de acciones no es exclusivo de los países de ingresos altos. Los gobiernos de Kenia, Tanzania, Ruanda y Uganda, prohibieron el uso de bolsas plásticas desechables.

(CAJIAO, 2012)

- En Colombia se generó un impuesto a la bolsa plástica, El viceministro de Ambiente, Carlos Alberto Botero, aseguró que no se trata de una medida de recaudación, sino que es con el fin de desincentivar el uso de la bolsa. “Lo más importante es hacerle entender al ciudadano que si se siguen usando las bolsas va a haber unas consecuencias graves para el planeta. No se trata de recaudación porque 20\$ no es significativo. Ese impuesto se colocó a partir del primero de julio de este año y esperamos que la gente cambié las bolsas por cajas o fundas de tela”, dijo Botero.

Y es que, según cifras del Ministerio, al año se utilizan cerca de un trillón de bolsas que son producidas a partir de 100 millones de barriles de petróleo. Esas bolsas duran cerca de 200 o 300 años en degradarse. Además, varias especies en ecosistemas acuáticos las consumen pensando que se trata de animales, lo que conlleva graves problemas de intoxicación en sus organismos. (Radio, 2017)

El fenómeno de la biodegradación es parte del ciclo natural de la vida en la Tierra, centrado en el carbono. Gracias a la actividad de fotosíntesis de las plantas y algas, y la energía inagotable del sol, el dióxido de carbono se elimina de la atmósfera para sintetizar azúcares y otras sustancias utilizadas por las plantas para crecer y desarrollarse. A través de la cadena alimentaria, el flujo de materia y energía pasa de las plantas a los herbívoros y de éstos

a los carnívoros. En la muerte de organismos y organismos animales, los microorganismos, presentes en todo el entorno, se alimentan de material orgánico a través de procesos de biodegradación y liberan agua y dióxido de carbono a la atmósfera, cerrando así el ciclo. (Espada, 2018)

En la actualidad, el consumo de plásticos convencionales obtenidos de fuentes fósiles está ocasionando graves problemas ambientales, dado que su disposición final genera acumulación en los rellenos sanitarios por su característica de no biodegradabilidad y además su cuestionable proceso de reciclaje, contexto en el cual, el sector de empaques alimentarios, tiene gran participación, siendo necesario abordar alternativas para contribuir en la mitigación de este inconveniente ambiental. Actualmente, los materiales plásticos biopoliméricos continúan en crecimiento, datos recientes muestran que la demanda mundial por este tipo de materiales superara los 300 millones de toneladas en el año 2015, creciendo más rápido que los plásticos sintéticos a base de petróleo. Esto está relacionado, con factores como el interés mundial en el uso de los recursos renovables, el constante aumento del precio del petróleo, y la disminución de emisión de gases de efecto invernadero, los cuales aumentan la relevancia del uso de dichos biopolímeros en diversas aplicaciones. (Navia & Villada, 2013).

El tiempo que tarda una bolsa plástica en ser descompuesta. Se calcula que la basura de bolsas plásticas al llegar a los botaderos y ser tratada técnicamente (como en el botadero de Doña Juana), se tarda aproximadamente entre 100 a 400 años en descomponerse y en algunos casos nunca habrá descomposición.

Entre tanto, la basura que se descompone (residuos orgánicos) tarda aproximadamente entre 10 y 15 años en este proceso. Según “Noticias de la National Geographic” (2003), una estimación realizada por la Agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos, revela que aproximadamente se consumen cada año, alrededor del mundo, entre 500 billones y un trillón de bolsas plásticas. Menos del 1% de las bolsas se recicla: Es más costoso reciclar una bolsa plástica que producir una nueva.

El uso de materiales biodegradables o de materiales fácilmente reciclables para la fabricación de empaques es una directriz cada vez más importante entre los diseñadores y fabricantes de empaques. De hecho, la utilización de plásticos que se descomponen mediante la acción de organismos biológicos en un tiempo razonable y sin resultar en subproductos tóxicos se ha convertido en un tema recurrente en eventos, seminarios y publicaciones especializadas.

Académicos, investigadores y compañías multinacionales están fijando su atención en el desarrollo de biopolímeros y tecnologías de reciclaje para llegar a la sostenibilidad.

La adopción de alternativas ecológicas nos brinda un esquema mucho más favorable ante la tentativa de conformar y disfrutar un mejor futuro, en materia social y empresarial, con crecimiento económico. El reto está es generar complementariedad entre los factores sociales y económicos, para generar viabilidad de las alternativas en el sector empresarial. (Forero & albaro, 2016).

Los vasos desechables tienen una gran demanda en el mercado, ya que son necesarios en diversos momentos de la vida y de la sociedad. Aunque cumplen funciones inmediatas como

ahorrar el trabajo de lavado y secado, son económicos, muy livianos y muy prácticos para un consumo masivo.

Estos están fabricados a partir del polipropileno, el plástico es uno de los materiales que más tarda en descomponerse y al mismo tiempo es uno de los más utilizados por la sociedad.

Es importante anotar que la utilización de plásticos no biodegradables trae como consecuencias problemas ecológicos, problemas ambientales, problemas de salud y no produce ningún beneficio, además de que es necesario el petróleo para su fabricación.

En Medellín existe una empresa llamada ECOCREA donde su compromiso es que sus productos cumplen con un tiempo de biodegradación de 1 a 6 meses.

Son una organización dedicada a la producción de envases y empaques amigables con el medio ambiente, donde generan una conciencia ecológica y biodegradable del 100%.

Sus productos son procedentes de materias primas como Polycup (resinas a base de agua) y pulpa de papel, poseen una amplia gama de referencias y empaques y su objetivo principal es reducir de manera significativa el impacto ambiental generado por la industria del empaque común. (ECOCREA envases y Empaques Innovadores SAS, s.f.)

2.5 Diseño metodológico

Yo propongo una extensión en línea de productos desechables a la empresa, para que fabrique también vasos biodegradables este objetivo lo inicio Determinando la factibilidad

que tiene la empresa para realizar una extensión en la línea de desechables, Evaluando el Tamaño del mercado potencial con referencia los clientes que consumen servilletas desechables, realizando una Consulta de costos de los materiales implicados para el desarrollo de esta nueva línea.

Al determinar que la propuesta de la nueva línea es factible se Sugiere una extensión en la línea de desechables que acompañe el servicio de servilletas personalizadas ya existentes, y por último se sugiere a la empresa Proyectar mecanismos que permitan medir la efectividad de la nueva línea de productos desechables por medio de indicadores de gestión.

2.6 Cronograma de actividades

Tabla 1
Cronograma De Actividades.

Actividad	Semanas																	
	Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Diagnostico De la Empresa																		
Planteamiento Del problema																		
Definir Objetivos																		
Justificacion																		
Marco De Referencia																		
Diseño Metodologico																		
Materiales y Recursos																		
Entrega de informe final																		
Socializacion del Proyecyo																		

2.7 Materiales y recursos

Para la elaboración de este producto fue necesario la ayuda de las Jefes de Categoría de Familia Institucional, El Jefe De Desarrollo de Canal AFH, y La Asistente De BA (Business Analytics).

No Fue necesario el recurso financiero dado a que todavía es una propuesta.

Capítulo 3

Informe final sobre el impacto del proyecto

3.1 Alcance de los objetivos planteados en el proyecto

Para este proyecto los objetivos se cumplieron de manera correcta ya que en el centro de practica fue aprobado y avalado por las personas encargadas del área.

3.2 Actividades realizadas

Para la elaboración de esta propuesta realice consultas sobre empresas fabricantes de vasos biodegradables o que fueran desarrollados con materiales amigables para el medio ambiente, también me reuní con las personas encargadas de la categoría de Food Service De Familia institucional, las cuales me brindaron orientación y asesoría sobre todo el tema de consumo, además conté con el apoyo y supervisión de mi jefe de área el cual apporto ideas y correcciones para la elaboración, también investigue sobre la historia y el crecimiento que ha tenido la palabra biodegradables para convertirse en una manera ecológica y sana de sustituir productos ya existentes que son generados con materiales extraídos de la tierra y ser reemplazados por unos más amigables con el medio ambiente.

3.3 Dificultades encontradas en la ejecución del proyecto y de qué forma fueron superadas

la mayor dificultad que encontré para realizar este proyecto fue el tiempo, ya que empecé la practica un mes después de iniciado el semestre, pero esto no fue impedimento para ser presentado, gracias a la colaboración del personal de la empresa donde realizo mis prácticas, que siempre estuvieron dispuestos y atentos a colaborar y a resolver dudas.

3.4 Conclusiones

- Es necesario un cambio radical en la manera de pensar y hacer las cosas, debemos considerar el impacto de nuestras acciones desmedidas sobre el medio ambiente y el ecosistema.
- Es importante apoyar alternativas y soluciones que sean fuente de mitigación del daño ambiental causado para satisfacer necesidades diarias del ser humano.
- La tecnología vive un avance constante, lo cual permite a organizaciones desarrollar nuevas tecnologías donde logren ser más competitivos y de la mano de la tecnología general un beneficio sostenible para las mismas.

- La propuesta de generar una línea de vasos desechables biodegradables que prestan los mismos beneficios y usos que los vasos desechables tradicionales, hace que los vasos biodegradables se conviertan en una manera sostenible de mantener el posicionamiento que ya posee la empresa en materia de desechables.
- Se evidencia una oportunidad de negocio potencial a través de los vasos desechables biodegradables ya que la empresa cuenta con la materia prima fundamental para la elaboración de los mismos, como lo es el papel reciclado.

3.5 Recomendaciones

De ser aprobado este proyecto se recomienda a la empresa realizarlo por fases de la siguiente manera

Primera fase

Se refiere a encontrar la oportunidad de negocio que tiene el producto, cuáles son los clientes, cuántos son y dónde se ubican.

Segunda fase

Verificar cuáles serán los recursos humanos y técnicos necesarios para la operación de la empresa. Se identifican las personas, las materias primas y los equipos técnicos para llevar a cabo la operación.

Tercera fase

Realizar el análisis de cuáles podrían ser los medios de financiación y si es posible hacerse a estos. De ser así, se puede continuar con el proyecto.

Bibliografía

CAJIAO, S. F. (febrero de 2012). Obtenido de

<http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/1709/DiazSamuel2012.pdf?sequence=3>

ECOCREA envases y Empaques Innovadores SAS. (s.f.). Obtenido de ECOCREA envases y

Empaques Innovadores SAS: <http://www.ecocrea.com.co/#>

Espada, B. (26 de Marzo de 2018). *ELBLOGVERDE.COM*. Obtenido de

ELBLOGVERDE.COM: <https://elblogverde.com/que-es-biodegradable/>

Forero , A., & albaro. (2016). Industrias ecológicas y sus desafíos. *Revista Dinero*, 2.

Navia, D. P., & Villada, H. S. (2013). IMPACTO DE LA INVESTIGACIÓN . *Revista Biotecnología Vol. 11*, 173-180.

Radio, C. (Julio de 2017). ¿Cómo funcionarán los impuestos a las bolsas? Bogota.