



**Universidad de San Andrés**

**Escuela de Negocios**

**MBA**

***Embalate: solución en embalajes***

**Autora: Cerino, Gisela**

**DNI: 31974116**

**Mentor de Tesis: Joanidis, Christian**

**Victoria, Buenos Aires, 2019**

**TRABAJO FINAL DE GRADUACION  
MBA-Universidad de San Andrés**



---

**Cerino Gisela**



## Índice Trabajo Final de Graduación

1.	Resumen Ejecutivo .....	4
2.	Presentación y evaluación de la Oportunidad de Negocio .....	6
	a. Oportunidad .....	6
	b. Propuesta de valor .....	8
3.	Análisis de la industria y el mercado objetivo .....	9
	a. La Industria .....	9
	b. Mercado objetivo .....	19
4.	Propuesta de valor, el modelo de negocio y la ventaja competitiva .....	26
	a. Canvas Business Model .....	26
	b. Modelo de Negocio .....	27
	c. Ventaja competitiva .....	27
5.	Go to Market Plan .....	28
	a. Producto .....	28
	b. Precio .....	34
	c. Plaza .....	36
	d. Promoción .....	37
6.	Equipo emprendedor y estructura .....	41
	a. Equipo emprendedor y estructura .....	41
	b. Estructura directiva .....	42
7.	Requerimientos de inversión, y resultados económicos financieros .....	44
	a. Requerimientos de inversión y financiamiento .....	44
	b. Modelo de generación de beneficios .....	45
	Plan operativo .....	51
	a. Descripción del proceso para la fabricación de bobinas de Film Stretch .....	52
	b. Distribución de planta y equipo .....	54
16.	Resumen .....	55
17.	Fuentes y bibliografía .....	56
18.	Anexos .....	57

## Agradecimientos

Me gustaría dedicar este proyecto a todas las personas que me apoyaron en el desarrollo del mismo, en especial a mi familia, ya que sin ellos esto no hubiera sido posible por ser los principales promotores de cumplir mis sueños.

También agradecer a la Universidad San Andrés que me brindó valiosas herramientas que me llevaré para la vida, y me dio la oportunidad de conocer a mis compañeros de curso, que me brindaron su apoyo y soporte durante 2 años.

A Christian Joanidis, mentor de tesis, por su seguimiento y apoyo sobre la ejecución de mi trabajo final de graduación.

A Daniel Isolio y Pedro Frias, por haberme puesto a disposición todos los recursos de la Institución, y por haber sido parte de este proceso integral de formación.

A todos ellos, muchísimas gracias por apoyarme y creer en la realización de este proyecto.

## 1. Resumen Ejecutivo

EMBALATE se dedicará a la fabricación y comercialización de productos de embalaje, principalmente orientado a la fabricación de Film Stretch o Film plástico.

El film Stretch es un material que se consume cada vez más, por la necesidad de protección que tienen los productos terminados durante el transporte. Este producto por su costo y eficiencia ha ido reemplazando a otras opciones que se utilizaban para el mismo propósito en el pasado, como por ejemplo el cartón, madera, etc.

Adicionalmente pudimos detectar que había un sector descuidado dentro del mercado, pequeñas y medianas empresas industriales que necesitan de este insumo dentro de su cadena productiva, pero que, por su volumen de consumo en kilos y periodicidad de compra, terminan accediendo a costos elevados, comprando en distribuidores y no en fábricas, como por ejemplo las papeleras. Este negocio propone la eliminación de ciertos intermediarios en la cadena de suministros, como las papeleras y los meros distribuidores de film. La intención es tratar con los clientes pequeños directamente eliminando el canal tradicional que utilizan.

La propuesta de valor es poder ofrecerle a este sector un producto virgen de calidad a un precio competitivo acompañado de un buen servicio. Para lograr esto se necesita la combinación de varios factores, como obtener precios económicos con los proveedores, y lograr eficiencia en el modelo económico utilizado, como por ejemplo con el reciclamiento de los conos, que no modifica en absoluto la calidad del producto.

Esto último propone un modelo de negocio de fidelización, ya que tratamos de convertir cada venta en el principio de la siguiente. La intención es conseguir un relación estable y duradera con nuestros clientes.

La estrategia de precio a la que la empresa quiere apuntar, se convalida con una encuesta realizada a 100 empresas, de donde surge que para el 30% de las empresas, el precio es un factor determinante a la hora de elegir un proveedor. De aquí surge el mercado potencial al que EMBALATE podría ofrecer su propuesta de valor que es de 5 mil empresas. Del total de estas empresas, planeamos conquistar un 5% para el primer año, es decir 256 empresas se convertirán en nuestro mercado objetivo.

La estimación de la demanda se complementa con la estimación del consumo anual por cliente, que surge de un promedio ponderado sobre los resultados de las empresas encuestadas, que arroja un estimado de 350 kilos anualmente.

Después de haber analizado el mercado, y realizado los cálculos financieros, proyectamos para nuestro proyecto un VAN de 361 mil USD y una TIR de 178%, que se verán en los detalles a continuación.

Estos resultados positivos que arrojan las estimaciones financieras, sumado a un crecimiento constante en la industria nos han llevado a la conclusión de que EMBALATE es un proyecto altamente viable, que no requiere demasiada inversión, siendo además el recupero de la misma dentro del primer año del proyecto.



Universidad de  
**SanAndrés**

## 2. Presentación y evaluación de la Oportunidad de Negocio

### a. Oportunidad

La oportunidad detectada surge de que cada vez es mayor la necesidad de protección de los productos terminados para el proceso de producción y distribución.

El embalaje de un producto tiene un papel muy importante porque ofrece seguridad y conservación durante su transporte y almacenamiento, y hace posible que el mismo tenga una buena presentación ante los posibles consumidores.

El mejor embalaje depende, sin duda, del producto y sus necesidades. Cada uno requiere de un embalaje de acuerdo con sus características físicas, vida útil, fragilidad, tamaño y otras necesidades específicas.

Los envases elaborados con otros materiales como, por ejemplo, madera, metal, vidrio, cartón, etc han sido desplazados por los plásticos, debido a la capacidad que estos últimos tienen de conservar la calidad y durabilidad de los productos en ellos envasados.

### ¿Que es el Film Stretch?

El Film Stretch o también conocido como film plástico o film estirable es un film de plástico que se utiliza para embalar la mercadería sobre un pallet. El film stretch se fabrica con Polietileno de baja densidad y se distribuye en bobinas de diferentes anchos, largos, espesores y características. Tiene la facultad de estirarse sin romperse.



### **Beneficios de utilizar Film Stretch**

- ✚ Proteger los pallets de la suciedad y la intemperie.
- ✚ Agrupar, atar y proteger superficies delicadas.
- ✚ Resguardar pallets y productos de gran volumen.
- ✚ Reducir las incidencias en el transporte de la carga.
- ✚ Minimizar los problemas de entrega del producto a los clientes.
- ✚ Identificar y señalar la carga

### **Oportunidad**

La oportunidad detectada es un sector desatendido dentro de la industria (pequeñas y medianas empresas industriales) que necesitan de este insumo, el cual por su tamaño no pueden acceder a un buen servicio, como por ejemplo entrega inmediata, o beneficios de descuento por volúmenes de compra.

Por lo anterior, la idea de negocio de EMBALATE surge de observar esto en el sector, además del incremento de la demanda del producto en el mercado.

Las cualidades que los clientes demandan después del precio, a la hora de comprar este tipo de productos son: resistencia, estiramiento, y protección. La empresa EMBALATE pretende que el cliente encuentre satisfacción y que este resuelva eficazmente sus necesidades, para lo cual debe convertirse en diferenciadora y establecer prioridades que sean determinantes para su aceptación y desarrollo en el mercado.

### **Principales productos**



**Rollo de film stretch virgen de primera calidad de 50 cm (Aprox 4 kilos).**



**Rollo de film stretch virgen de primera calidad de 10 cm (Aprox 450 gr)**



**Rollo de film stretch virgen de 50 cm (70cm con el cartón) de 2,5 kg**



b. **Propuesta de valor**

**¿Por qué EMBALATE?**

**Ahorrar dinero:** la alternativa más económica para el suministro de film stretch. Trabajamos para brindar la mejor calidad en productos al mejor precio.

**Ahorrar tiempo:** Tenemos stock inmediato y un periodo de entrega máximo de 48 horas. Brindamos soluciones las 24 horas, los 365 días del año para que nunca tengas que parar tus entregas.

**Asesoramiento:** Aconsejamos para que compres el producto que más se ajuste a tus necesidades y que tengas la mejor utilización del mismo.

**Compromiso asumido,** Otorgamos el peso que nos comprometimos a entregar, ya que el 100% de nuestras bobinas son revisadas en la instancia de control de calidad, y además devolvemos un valor proporcional del buje de cartón en tu próxima compra

**Recomendanos** con tus clientes, proveedores u amigos y ahorras dinero.



### 3. Análisis de la industria y el mercado objetivo

#### a. La Industria

El plástico es un material que abunda en varios tipos de industrias, tanto como producto primario, así como material de empaque, que sería nuestro caso. Por lo que el alcance del proyecto sólo está limitado en sus inicios a la capacidad máxima de producción de la maquinaria y al tamaño operativo y de infraestructura del depósito donde se realice.

Mayor capacidad de proceso llevaría a poder cumplir con una mayor oferta de insumos, altamente insatisfecha.

La industria del envase y embalaje es una de las más dinámicas, ya que sirve a la mayoría de las ramas industriales, al ser un elemento clave en la cadena de comercialización. Todo producto se comercializa con un empaque ya que garantiza que el producto llegue en condiciones óptimas y de sanidad al usuario. Además de facilitar el almacenaje del producto, puede ser también un elemento de rastreabilidad y es fuente de información y de persuasión para el consumidor. El envase es el vehículo de la marca.

Adicionalmente, los retos de una economía en crisis han llevado a la sustitución de envases para reducir costos y mantener precios competitivos en el mercado, así vemos como se ha evolucionado de envases tradicionales como cajas, maderas, etc, hacia la utilización de film stretch de una manera paulatina en un gran porcentaje de industrias.

### Análisis FODA

FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
<p><b>FORTALEZAS</b></p> <p>EMBALATE comercializa productos de consumo masivo y que al día de hoy no son sustituibles.</p> <p>Conocimiento de la industria del plástico con más de 30 años de experiencia.</p> <p>No se requiere la búsqueda de inversores externos, ya que la inversión requerida para arrancar es razonable.</p>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>Crecimiento de la demanda, ya que se está reemplazando la forma de embalar los productos siendo el uso de film stretch cada vez más frecuente.</p>
<p><b>DEBILIDADES</b></p> <p>Empresa con una estructura pequeña que recién comienza, generando dificultad de conseguir grades descuentos por no tener escala.</p> <p>No hay reconocimiento de marca.</p>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <p>Nuevas empresas que comercialicen productos de embalaje, o que desarrollen nuevos productos que cumplan con la misma funcionalidad.</p> <p>Costo sujeto al USD. Si aumenta mucho el USD los productos podrían encarecerse.</p>

**Análisis PESTEL**

Factores	
<p><b>Politico</b></p>	<p>Inestabilidad política Cambio de reglas de juego constantemente Incentivos para creaciones de nuevas empresas (SAS)</p>
<p><b>Económico</b></p>	<p>Incremento del dólar Inflación Desocupación Incremento de la energía eléctrica. Volatilidad de precios</p>
<p><b>Socio-culturales</b></p>	<p>Disminución del consumo en diversas industrias Mayor conciencia de Responsabilidad Social Nueva economía digital Evolución del volumen de consumidores por el reemplazo con respecto a otros productos de embalaje Cambios en los estilos de vida, más saludable</p>

<b>Tecnologico</b>	<p>Nivel bajo de innovación</p> <p>Maquinaria simple para ser utilizado con poco conocimiento</p>
<b>Ecologicos</b>	<p>Iniciativas green como reciclar el buje de cartón para obtener beneficio económico y de impacto en el ambiente</p>
<b>Legales</b>	<p>Leyes de protección al consumidor</p> <p>Permisos de habilitación</p>

Esta herramienta nos permitió definir el contexto en el que se encuentra EMBALATE, ya que hemos analizado los factores externos que pueden influir en la compañía.

Como conclusión el contexto político es cambiante e inestable, esto es algo que sucede con frecuencia en países emergentes, como en este caso Argentina, y estamos conscientes de que esta inestabilidad tiene un impacto directo en las expectativas del mercado.

El incremento constante del USD es la principal variable a tener en cuenta, ya que como se explicará más adelante, el 90% del costo del producto está fijado en USD, esto genera una imposibilidad de tener una lista de precios en pesos, e inevitablemente como al igual que nuestros competidores todas las cotizaciones se harán en USD, producto de este factor.



## 5 Fuerzas de Porter

Factores	
<p><b>Nuevas entradas</b></p>	<p>La barrera de entrada es una dificultad mediana, porque pese a que la inversión es baja para entrar, se requiere de cierto conocimiento de la industria.</p> <p>Con respecto a la tecnología la barrera también es media, porque pese a que no es una maquina computarizada, es una maquina hidráulica que requiere de cierta preparación para su puesta en marcha.</p> <p>Ante el crecimiento de la demanda, nuevos proveedores informales aparecen.</p>
<p><b>Proveedores</b></p>	<p>Escaso poder de negociación, ya que son empresas de mayor envergadura que la nuestra.</p> <p>Bajo costo para cambiar de proveedor, porque pese a que son pocos proveedores de bobinas Jumbo de polietileno de baja densidad los mismos ofrecen características similares entre sí.</p>
<p><b>Compradores</b></p>	<p>Escaso poder de negociación con los clientes.</p> <p>Tienen mínimo costo de cambio, hay una tendencia poco fiel en el sector.</p>

	<p>Muchos consumidores compran por precio. El cliente busca un producto de bajo precio, pero de buena calidad.</p> <p>Busca comodidad al efectuar la compra y valor agregado.</p> <p>Los clientes son fragmentados.</p>
<p><b>Productos Sustitutos</b></p> 	<p>Cartón, cintas autoadhesivas, hilos, bolsas plásticas, rollos de cartón corrugado, polietileno con burbujas.</p>
<p><b>Rivalidad entre los competidores existentes</b></p>	<p>Ante el crecimiento de la demanda nuevos proveedores informales aparecen.</p> <p>Muchos pequeños jugadores informales.</p>



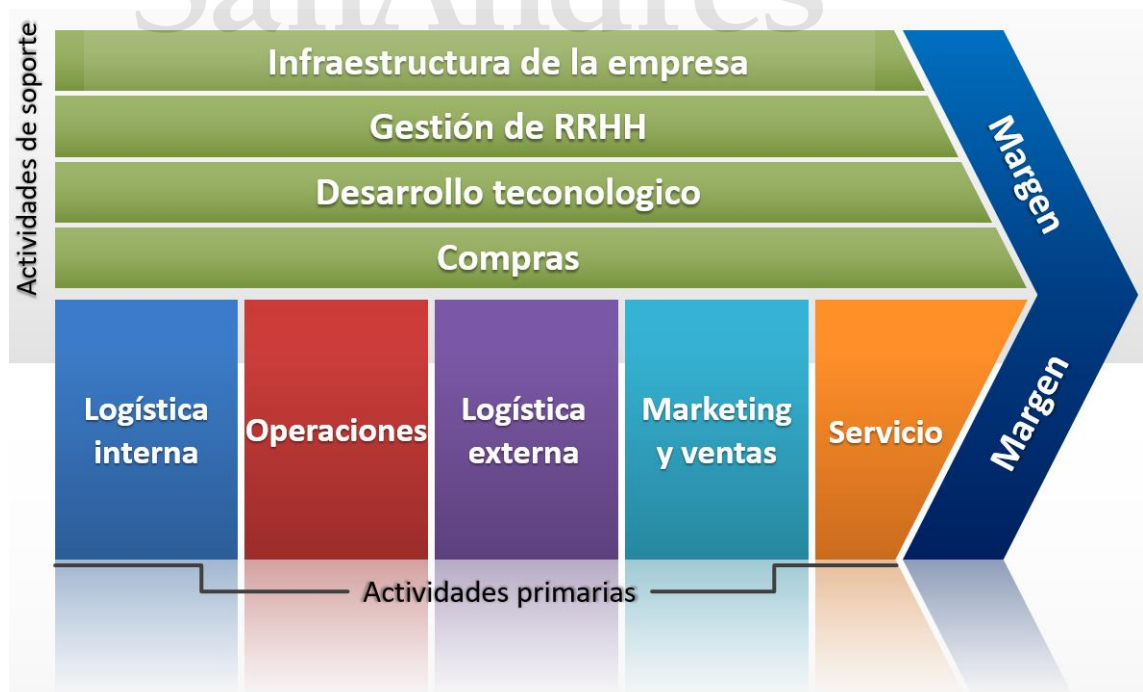
Esta herramienta nos permitió determinar el atractivo de la industria, pero debemos tener en cuenta que estas variables podrán ser modificadas por cualquier cambio significativo en el desarrollo de nuevas tecnologías y el crecimiento del mercado.

Como conclusión podemos determinar que el éxito de la estrategia depende de que tan efectivamente EMBALATE pueda manejar los cambios que se presentan en la industria del embalaje, más aún considerando que es una industria competitiva.

Si bien el costo de negociación de los clientes es bajo, y hay una tendencia poco fiel en el mercado, la empresa tiene que diferenciarse, además del precio, que como mencionamos anteriormente es un factor clave, otorgando un buen servicio y calidad. Para lograr mantener su estrategia de costo, EMBALATE debe conseguir costos competitivos a través de acuerdos con los proveedores que le permitan ofrecer un producto de calidad a un precio competitivo.

### Cadena de valor

La cadena de valor expresa las actividades primarias y secundarias a desarrollar por EMBALATE para poder crearle valor a sus clientes.



Actividades primarias:

Logística interna: Recepción de materias primas, almacenamiento en un ambiente seguro, control de inventario.

Logística externa: procesamiento de pedidos, distribución del producto terminado al cliente entregado en el tiempo estipulado. Manejo de depósito. Facturación

Operaciones: control de producción, transformación de insumos en los productos finales, que son las bobinas de Film Stretch. Esto incluye el control de calidad para que el producto fabricado sea según el peso y el micronaje acordado, que contenga el embalaje solicitado, etc.

Marketing y ventas: Facilitar a nuestros clientes en el proceso de compra. Llegando con nuestros vendedores a más destinos del país, capacitando al personal de venta para que otorguen el mejor asesoramiento, brindar cotizaciones de manera rápida, es decir rápida respuesta al mercado. Políticas de precio competitivos, ofertas comerciales.

Servicio: Mantener o dar mayor valor agregado al producto después de la venta. Generar políticas de fidelización, atención personalizada.

Actividades de apoyo:

Compras: Compra de materias primas y suministros. Relación con los proveedores.




Infraestructura de la empresa: planificación estratégica y control de gestión.

Gestión de recursos humanos: Selección y desarrollo de un personal capacitado para entender las necesidades del cliente y ofrecerle el producto que mejor se adapte a sus necesidades.

Desarrollo tecnológico: Seguridad del producto y del proceso de fabricación.

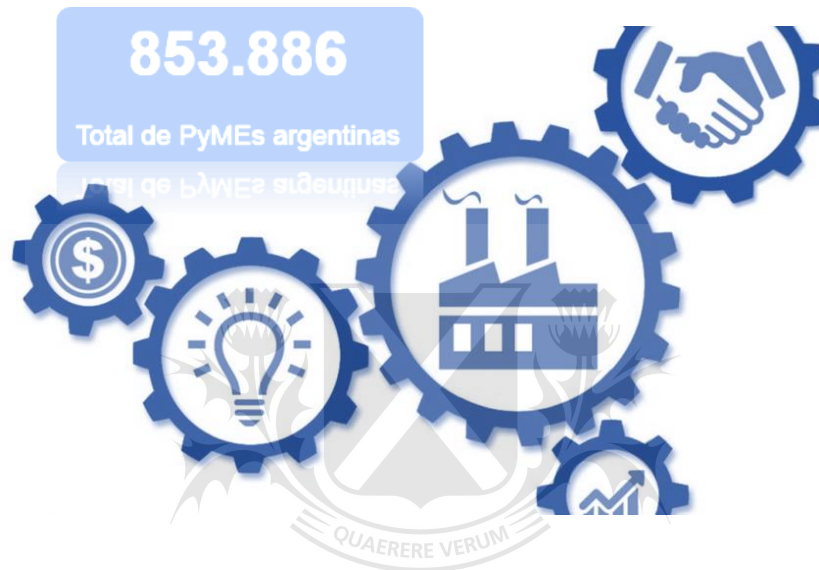
La cadena de valor nos permite identificar cuáles son las actividades que desarrollamos que aportan una ventaja competitiva. Esto nos permite comprender cuáles son aquellas actividades cruciales para el desarrollo de EMBALATE.

### Principales competidores

				
<b>Anos en el mercado</b>	3	35	17	20
<b>Localidad</b>	Florencio Varella - Zona sur	Munro - Zona norte	Ituzaingo - Zona oeste	San Martin - Zona norte
<b>Página Web</b>	<a href="http://surstretch.com/index.html">http://surstretch.com/index.html</a>	<a href="http://www.artembal.com/">http://www.artembal.com/</a>	<a href="http://www.argentinaembalajes.com.ar/">http://www.argentinaembalajes.com.ar/</a>	<a href="http://www.multipacksh.com">http://www.multipacksh.com</a>
<b>Descripción</b>	Tienen poca variedad de productos, enfocado solo a film como EMBALATE. Tienen el mismo mercado objetivo que nosotros, pero mayormente orientado a zona sur. No comercializan al interior del país	Ofrecen una gran variedad de productos de embalajes. Competimos con ellos en las empresas de consumo medio, pero no se focalizan en aquellas empresas de consumo bajo. Precio mayor que el nuestro. Compite en la misma zona.	Ofrecen una gran variedad de productos de embalajes. Competimos con ellos en las empresas de consumo medio, pero no se focalizan en aquellas empresas de consumo bajo. Precio mayor que el nuestro.	Poseen gran variedad de productos a un costo muy competitivo orientada mayoritariamente a empresas de consumo medio y compite en la misma zona. Mayor tiempo de entrega en comparación con EMBALATE.

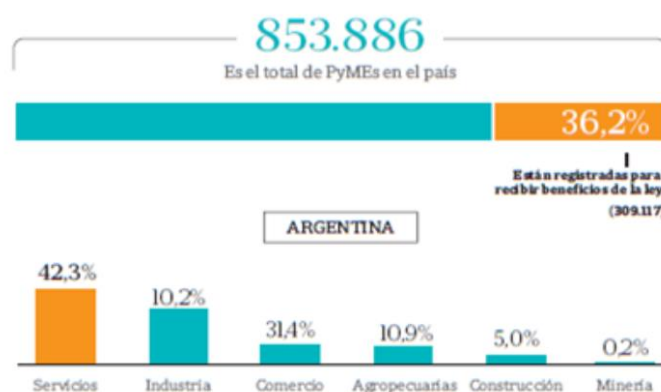
## b. Mercado objetivo

Para estimar la demanda, partimos del total de Pymes que hay en Argentina en 2018, el cual son 853,886 Pymes, según un informe del Ministerio de Producción.

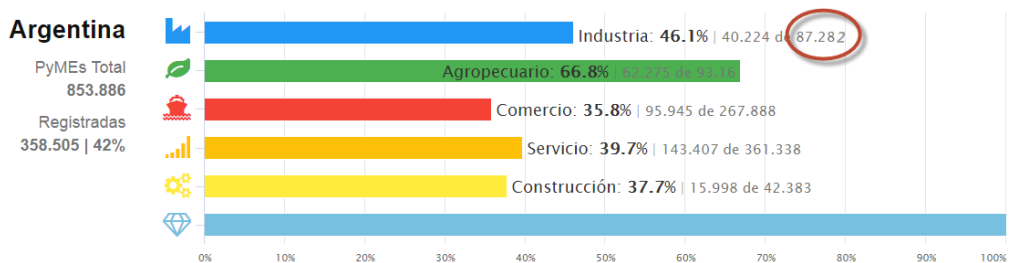


Dentro de la categoría Pyme, se encuentran las micro, pequeñas y medianas empresas, que cuadran con el tipo de compañías al que EMBALATE puede abastecer. Para más información sobre la categorización de las Pymes ver Anexo 1.

Dentro de las Pymes, Podemos encontrar los siguientes rubros: empresas industriales, agropecuarias, comercio, servicio, construcción y otros



### Total de PyMEs registradas\*



Podemos identificar que el rubro al que EMBALATE apunta con su propuesta de valor, es el rubro industrial, ya que podrían ser potenciales consumidores de film stretch como parte de su proceso de distribución.

Considerando que un 10% de las Pymes son industriales llegamos a un potencial estimado de 87,000 empresas.

A raíz del análisis de mercado de film stretch recibido de ABInBev, se desprende que, sobre el universo de todos los posibles materiales para embalar, el 20% utilizan film stretch par embalar sus productos finales. Es decir, que, si aplicamos dicho porcentaje al total de industrias Pymes, llegamos a un total de 17 mil empresas que podrían ser potenciales usuarios de film stretch (Ver Anexo 2).

Según los hallazgos obtenidos por la encuesta realizada a 100 empresas del rubro industrial, hemos podido determinar que, dentro de las distintas variables, como precio, calidad, tiempo de entrega, resistencia, rendimiento, servicio, financiación y otros, el 30% de las empresas encuestadas valoran el precio por sobre el resto de las variables, seguido a continuación por la calidad, pero debido a que las calidades de los competidores han tendido a equipararse en el tiempo, podemos detectar que el precio sigue siendo la variable más determinante.

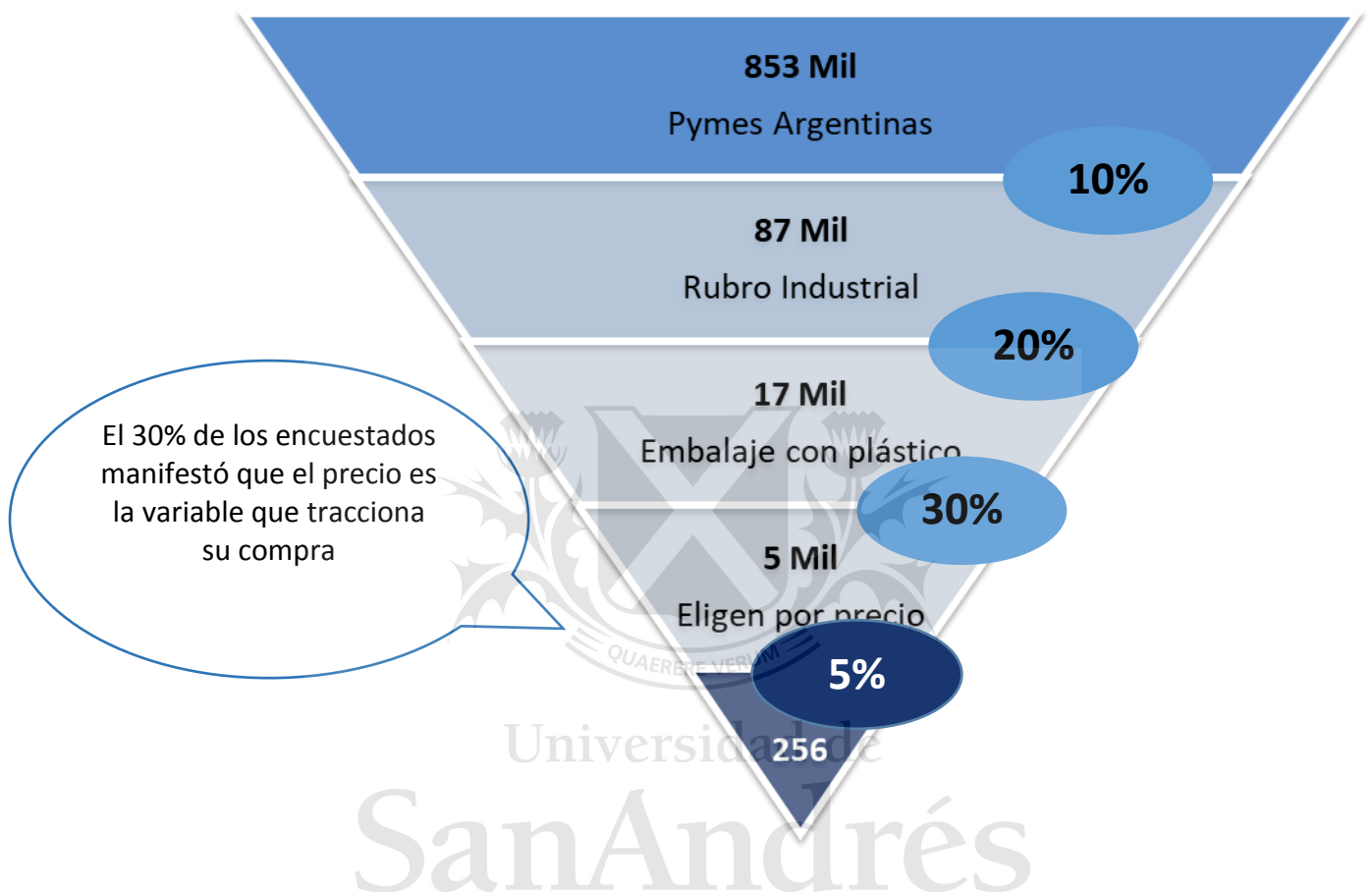
A continuación, podemos observar cuales son las características que valoran más los clientes en porcentajes



Universidad de  
**SanAndrés**

Por ende, si extrapolamos los datos de la misma, podemos afirmar que 5 mil empresas presentan las características de nuestro cliente objetivo.

Considerando el porcentaje de interesados en la propuesta, obtendríamos entonces un mercado potencial de 5000 empresas. Como parte de nuestra estrategia definimos que el objetivo para el primer año sería captar un 5%, motivo por el cual nuestra evaluación preliminar nos indicaría que **256 empresas** ( $5,123 \times 5\%$ ) serian nuestros clientes objetivo para el primer año.



Para poder cuantificar la demanda debemos traducir esta información en kilos consumidos anualmente.

Para lograr esto realizamos un promedio ponderado en función de todas las empresas encuestadas, determinando que el promedio anual de consumo por cliente es de aproximadamente 350 kilos. Validamos dicho numero ya que la gran mayoría son empresas micro pymes con lo cual el consumo anual de este tipo de empresas es bajo, disminuyendo el promedio del consumo anual.

De esta manera, según nuestros análisis 256 empresas x 350 kilos representarían una demanda anual de 90 mil kilos anuales. Además considerando que la producción de embalajes plásticos ha crecido un 3% según el informe de ABInBev (ver Anexo 2) hemos considerado dicho porcentaje como tasa de crecimiento de EMBALATE.

El lugar geográfico del potencial mercado consumidor abarcará todo el territorio argentino

Como conclusión de todos los análisis realizados, hemos verificado que la variable precio, es un factor determinante en el éxito del proyecto, y es por eso que EMBALATE tiene que focalizar en generar eficiencias en costo para generar precios competitivos

Como consecuencia, los consumidores estarán dispuestos a comprar nuestro producto, ya que es un producto virgen, que cumple con el peso acordado según nuestros controles de calidad, a un precio inferior al valor comercializado por los distribuidores.

Pudimos determinar también que el film stretch es uno de los productos de embalaje más utilizados en el mercado, y que nuestra propuesta de valor estará orientado a cualquier industria que utilice pallets para su transporte o que necesite proteger su mercadería, y que valoren el precio que principal característica.

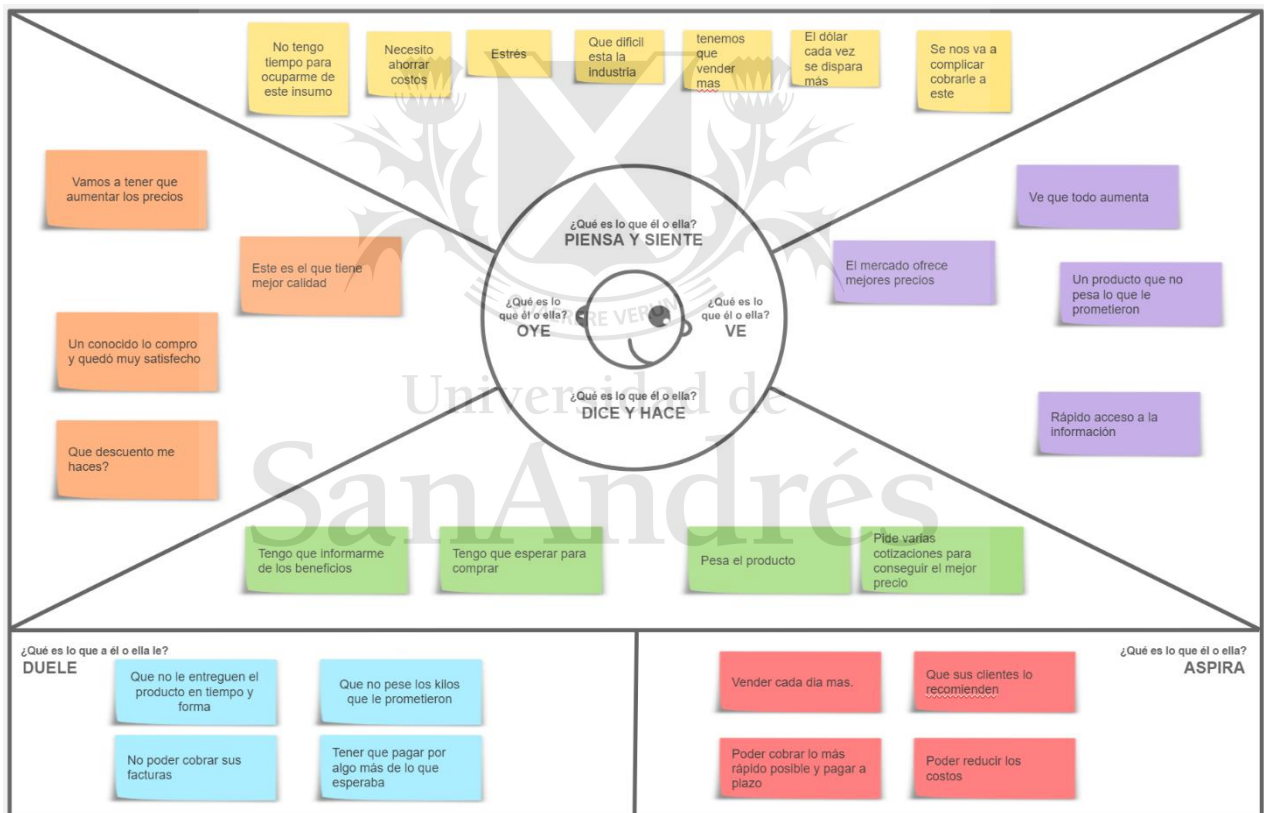




## Mapa de Empatía

La encuesta que se mencionó anteriormente nos permitió obtener un sólido conocimiento de nuestro cliente, entendiendo aún más su entorno, cuáles son sus preocupaciones, sus expectativas, sus decisiones, etc. Toda esta información nos sirve en pos de poder anticipar sus necesidades.

Tener el conocimiento del cliente representa una ventaja competitiva, es por eso que desarrollamos a continuación el mapa de empatía de nuestros clientes.



Como conclusión, podemos observar en el mapa de empatía un cliente preocupado por sus costos, y tratando de reducir sus gastos, para poder combatir la inflación y el aumento de USD de alguna forma. Todos estos sentimientos de nuestros clientes están relacionados y consideradas dentro de nuestra propuesta de valor.

### Canales de distribución

Para llegar a nuestros clientes los productos de EMBALATE se comercializarán a través de representantes quienes tendrán un papel muy importante comercializando y dando a conocer los productos. Recibirán una comisión por cada venta del 7% y adicionalmente lo que corresponde a zona norte y cualquier venta directa que provenga de redes sociales y publicidades web se hará de manera directa sin intermediarios.

Se terciarizara el transporte para realizar la entrega oportuna de los productos a los clientes. Esta estrategia evitara invertir en el costo de adquisición de un vehículo, evitando de esa forma agregar costos de estructura. (Key partners)

También es importante como parte de la estrategia de distribución, crear una base de datos de los clientes para almacenar toda la información necesaria para interactuar de manera directa estableciendo tiempos, cantidades, indicadores y otros datos estadísticos que permitan atender y proveer de manera oportuna las necesidades del cliente.

# Universidad de **EMBALATE** SOLUCIÓN EN EMBALAJES

## PROCESO DE COMPRA



#### 4. Propuesta de valor, el modelo de negocio y la ventaja competitiva

##### a. Canvas Business Model



## b. Modelo de Negocio

El modelo de negocio consiste en ofrecer el insumo de film stretch a un costo competitivo y acompañado de un buen servicio. Para lograr esto se necesita la combinación de varios factores, como obtener precios económicos con los proveedores, y lograr eficiencia en el modelo económico utilizado, como por ejemplo con el reciclamiento de los conos, que no modifica en absoluto la calidad del producto.

Esto último propone un modelo de negocio de fidelización, ya que tratamos de convertir cada venta en el principio de la siguiente. La intención es conseguir un relación estable y duradera con nuestros clientes.

Además, este negocio propone la eliminación de ciertos intermediarios en la cadena de suministros, como las papeleras y los meros distribuidores de film. La intención es tratar con los clientes pequeños directamente y que no tengan que acudir al canal tradicional que ellos utilizan.

## c. Ventaja competitiva

Los factores claves de éxito son

- ✚ Ofrecer precios competitivos
- ✚ Ofrecer un producto virgen de calidad
- ✚ Reciclado de los conos y devolución del mismo en la próxima compra, para generar precios bajos y fidelización del cliente.
- ✚ Suministro a todo el país en 24 horas.
- ✚ Control de calidad, para garantizar el peso solicitado por el cliente y la calidad del mismo.

## 5. Go to Market Plan

### a. Producto

En la etapa inicial de la empresa, durante el primer año, los productos que comercializara EMBALATE son bobinas de Film stretch virgen de 300% de estiramiento para uso manual, sin paletizadora automática.

Los productos a producir pertenecen al rubro de la industria plástica, utilizando como materia prima el polietileno de baja densidad.

Las bobinas de Film Stretch se comercializarán en distintas medidas, pesos y distintos micronajes según las necesidades del cliente.

Las distintas medidas son las siguientes:



**Rollo de film stretch virgen de primera calidad de 50 cm (Aprox 4 kilos).**



**Rollo de film stretch virgen de primera calidad de 10 cm (Aprox 450 gr)**



**Rollo de film stretch virgen de 50 cm (70cm con el cartón) de 2,5 kg**

El producto de 50cm y el de 70 cm están apuntados a los mismos clientes, y la diferenciación suscita solamente en el mango del cartón, por lo tanto, depende exclusivamente del uso y como este acostumbrado el personal de logística en su utilización. Ambos productos tienen el mismo uso, y principalmente se utiliza en el empaque de pallets industriales para facilitar su almacenaje y transporte.

Por un tema de costo podemos observar que la mayoría de las empresas se inclinan a la utilización del producto sin mango, de 50 cm, ya que tiene un precio inferior que el que contiene mango de 70 cm. Convirtiéndose entonces el producto de 50 cm en el principal producto de EMBALATE, representando casi un 80% de las ventas.

Con respecto al producto mas pequeño de 10 cm, es el que se consume en menos cantidades, ya que solo es aplicable a industrias específicas, y es mas que nada utilizado por clientes que necesitan proteger determinadas partes o componentes de su producto, por ejemplo, empresas que fabrican aberturas para proteger las esquinas, o fabricas de mangueras, laboratorios, etc.

Este producto a deesplazado en muchos casos la utilización de la cinta adhesiva, ya que por costo muchas empresas han reemplazado el uso de la cinta por estas bobinas de film de 10 cm.

Con respecto a los micronajes, los tres tipos de bobinas citados anteriormente pueden fabricarse en 20, 25 y 30 micrones dependiendo de las necesidades del cliente.

La selección del micronaje depende exclusivamente de cuál es el producto a proteger y el rendimiento esperado por el cliente. Cuando más alto es el micronaje, menor es el rendimiento, por eso pese a que el precio de las distintas bobinas en distintos micronajes es el mismo, el resultado de seleccionar un micronaje u el otro ha beneficiado a la empresa en términos de un mayor rendimiento por un igual desembolso de dinero.

Por todo esto es muy importante asesorar correctamente al cliente, para que pueda tener los resultados esperados, y utilizar de manera eficiente el producto.


A modo de ejemplo, si la persona está buscando proteger algo de muy poco peso, y de una forma pareja, como por ejemplo paletizar cajas livianas, en ese caso podría utilizar un producto de 20 micrones, que le va a generar mayor rendimiento. Pero para el caso de una empresa dedicada a la venta de materiales de la construcción, como por

ejemplo, el paletizado de ladrillos, dado el peso de los mismos y a la forma uniforme en las puntas, para evitar la rotura del film no queda otra opción que recurrir al producto de 30 micrones, que es más grueso y resistente comparado con el de 20.

De todas formas, si hacemos a un lado ciertos clientes en particular, con excepciones como las mencionadas anteriormente, podemos notar que el 70% de los mismos se inclina por la utilización del producto de 23 micrones, que tiene un promedio entre resistencia y rendimiento.

Asimismo, dado a que nuestro producto tiene técnicas de preestiramiento, generado el mismo en un 300%, se ha producido un mejor aprovechamiento del metro cuadrado beneficiando aún más al cliente.

A continuación, se encuentran las especificaciones de la bobina de 50 cm.

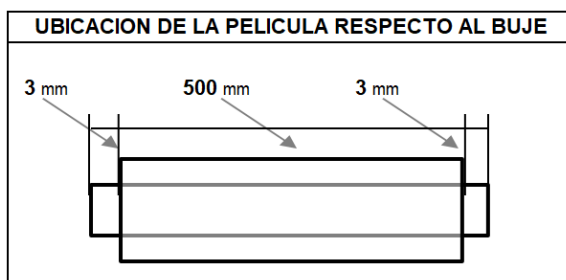
	<h1>EMBALATE</h1>	<b>SISTEMA DE CALIDAD</b> CODIGO DE PRODUCTO
		<b>E-0001</b>

TUBO	
CODIGO	<b>T-0001E</b>
LARGO	<b>506 mm</b>
PESO	<b>1,65 KG + - 0,1 kg</b>
INT	<b>78 mm</b>

PELICULA					
	CANTIDAD	Tolerancia	UNIDAD	TIPO	
ANCHO DE PELICULA:	<b>500</b>	<b>+ -5</b>	<b>MM</b>	MANUAL	
LARGO DE PELICULA:	<b>950</b>	<b>+ -10</b>	<b>METROS</b>	MANUAL	
ESPESOR DE PELICULA:	<b>23</b>	<b>+ -1</b>	<b>MICRONES</b>		
ESTIRAMIENTO:	<b>300</b>				
COLOR POLIETILENO:	<b>CRISTAL</b>				

BOBINA			
	CANTIDAD	Tolerancia	UNIDAD
PESO DE LA BOBINA	<b>3,8</b>	<b>+ -0,5</b>	<b>KILOS</b>
DIAMETRO DE LA BOBINA	<b>7</b>	<b>---</b>	<b>cm</b>

CAJAS		
	CANTIDAD	UNIDAD
UNIDADES POR CAJA	<b>4</b>	<b>BOBINAS</b>
UNIDADES POR PALLET	<b>460</b>	<b>UNIDADES</b>




En la segunda etapa de EMBALATE, es decir al próximo año, se adicionaran la distribución de los siguientes productos, continuando de todas formas como producto principal la bobina de fim stretch de 50 cm.

### Bobinas de film stretch automático.

Estas bobinas vienen en rollos de mayor peso, ya que se utiliza solo para paletizadoras automáticas. Es decir, no es apto para uso manual. Este producto tiene un estiramiento mayor y viene en bobinas de 15 kilos. Este producto tiene un costo mayor con respecto al film de aplicación manual por sus características de estiramiento sin romperse.

Material	Uso	Identificación	Espesor (micrones)	Peso (kg)	Ancho (cm)	Cantidad Mínima de compra (Kg)	Precio por Kg (USD)
Stretch Film	Automático	AT / ATX / ATX PLUS / LC3	19/23/25/27/28/30	15,5	50 / 75	750	2.05

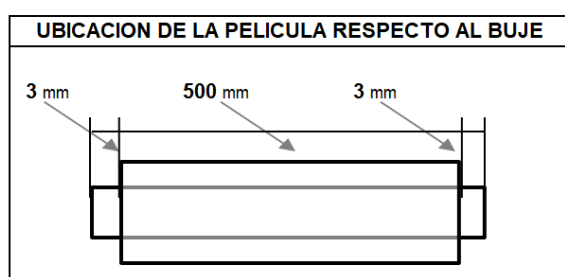
### Especificaciones

	<b>EMBALATE</b>	<b>SISTEMA DE CALIDAD</b>
		<b>CODIGO DE PRODUCTO</b>
		<b>A-0001</b>

TUBO		PELICULA				
		CANTIDAD	Tolerancia	UNIDAD	TIPO	
CODIGO	A-0001A	ANCHO DE PELICULA:	500	+5	MM	MANUAL
LARGO	506 mm	LARGO DE PELICULA:	9500	+10	METROS	MANUAL
PESO	1,55 KG +- 0,1 kg	ESPESOR DE PELICULA:	25	+1	MICRONES	
INT	78 mm	ESTIRAMIENTO:	300			
		COLOR POLIETILENO:	CRISTAL			

BOBINA			
	CANTIDAD	Tolerancia	UNIDAD
PESO DE LA BOBINA	15,0	+0,5	KILOS
DIAMETRO DE LA BOBINA	7	---	cm

CAJAS		
	CANTIDAD	UNIDAD
UNIDADES POR CAJA	2	BOBINAS
UNIDADES POR PALLET	84	UNIDADES





### Film stretch para alimentos

Este film de polietileno extensible, libre de PVC, tiene como objetivo preservar la calidad de los alimentos y aumentar la seguridad de los productos para consumo humano.

Por las características especiales que presenta este material, el costo es mucho mayor con respecto al costo del film stretch industrial como se puede ver a continuación:

ESPESOR	MEDIDA	Precio por Bobina (USD)	Rollos/pallet	Pisos/pallet	Rollos/Piso
10 Mic	300X600	6.94	210	5	42
10 Mic	300X1000	10.41	210	5	42
10 Mic	300X1400	13.60	125	5	25
10 Mic	300X5000	45.43	48	4	12
10 Mic	380X600	9.14	168	4	42
10 Mic	380X1000	13.84	168	4	42
10 Mic	380X1400	18.64	100	4	25
10 Mic	380X5000	59.82	36	3	12
10 Mic	450X600	11.47	126	3	42
10 Mic	450X1000	17.39	126	3	42
10 Mic	450x1400	19.06	75	3	25
10 Mic	450X5000	63.66	24	2	12

### Cintas autoadhesivas



Las cintas se comercializaran en cajas de 36 unidades, cada una sera de 48cm x 100 metros en color transparente. El precio de comercializacion sera de 0,96USD, y el costo de las mismas sera de 0,67USD.

**Flejes de prolipileno en color negro**

Se comercializara en bobinas de 15 kilos de mm de espesor. Los valores seran:

-13 mm = \$17 USD

-16mm = \$17,89 USD



**NEGRO**

diferentes

**Esquineros carton prensado blanco para pallet**

Se comercializaran en paquetes de 25 unidades . El precio por el paquete de 25 unidades de 1 metros sera de \$320



## b. Precio

Fijamos la posición de estar dentro de los denominados “económicos” en cuanto a valores nominales. Dicha decisión fue elegida para poder ingresar a un mercado muy grande como el del Film Stretch que en primera instancia se fija en el precio como condición fundamental para luego hacer un segundo análisis con respecto a otras variables como calidad, servicio, beneficios, etc.

Como para poder hacer referencia concreta al precio se trabajará con dos listas de precios:

1. Una lista con valores minoristas pensada para un grupo/segmento de pymes o comercios individuales que no superen los 350 kilos de consumo anuales. Traducido a nuestro producto principal sería esto un consumo mensual de 8 rollos de film de 50 cm. Dicha lista fija un precio de 2,14 USD el kilo de producto.




Es importante enfocarse sobre este segmento ya que entendemos que es el más desatendido por los grandes players y es donde nos podemos anclar con mucha fuerza ya que en general estos consumidores terminan pagando hasta un 30% más del precio de lista mencionado anteriormente.

Por ende, si captamos este segmento tenemos altas probabilidades de éxito cerrando buenos contratos comerciales con una relación a largo plazo.

Producto	Medidas	Peso Aprox	Valor USD por kilo	Valor USD por rollo
	de 50 cm	3,8 kilos	2.14	8.14
	de 70 cm	2,5 kilos	2.29	5.73
	de 10 cm	0,45 kilos	2.39	1.08

2. La segunda lista, si bien a primera vista no indicaría un cambio tan brusco en la política de precios, apunta a un mercado distinto, en el cual los principales competidores tratan de ingresar, ya que hablamos de compras más grandes en volúmenes.

Esta lista nos ubica en un precio de 2,04 USD por kilo de film del rollo de 50 cm. Es un precio competitivo, pero en este caso la venta no se asegura solo por el valor, la clave para triunfar en este segmento se radicará netamente en el servicio global que se le dé a la empresa a vender.

Producto	Medidas	Peso Aprox	Valor USD Kilo	Valor USD por rollo
	de 50 cm	3,8 kilos	2.04	7.73
	de 70 cm	2,5 kilos	2.18	5.44
	de 10 cm	0,45 kilos	2.27	1.02

De todas formas, en caso de que sea necesario, sobre todo para aquellos clientes ubicados en el segmento de grandes consumidores, aquellos que consumen más de 350 kilos anuales, se puede agregar un descuento adicional dependiendo del cliente, la periodicidad de compra y la cantidad de kilos consumidos.

Un agregado que ubicamos dentro de la categoría descuento y que es algo poco recurrente en el mercado, es el beneficio que ofrecemos para la devolución de conos. Esta oferta consiste en el retorno de los conos que le entregamos en su primera venta.

El cliente solo se ocupa de guardar momentáneamente los conos de cartón hasta su próxima compra. Una tarea simple, que no les insume tiempo ni gastos. EMBALATE pasa a retirar estos conos en el mismo momento que le deja la segunda compra ya con un descuento de \$8 por cada cono retornado. Este descuento es muy valorado por los clientes ya que además del % que se ahorran, impulsa a generar un vínculo más cercano. Generando esto la fidelización del cliente asegurando de esta manera ventas recurrentes en el tiempo.

Con respecto al periodo de pago, lo consideramos fundamental ya que entendemos que hace mella directamente en el resultado final de la empresa. Hoy en día tener la posibilidad de otorgar plazos de financiación es una condición fundamental para concretar cualquier venta.

### c. Plaza

Consideramos el manejo efectivo de los canales de logística y venta, para lograr que nuestro producto llegue a nuestro mercado potencial en el lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

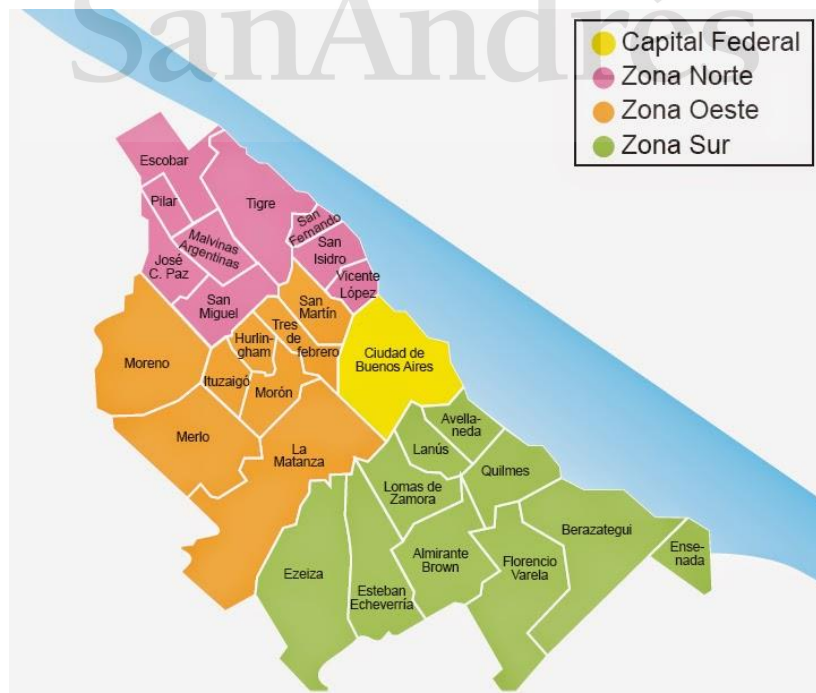
EMBALATE se comercializará en todo el país y los productos serán entregados por medio de un servicio de logística contratado.

El servicio de transporte está incluido dentro del precio del producto si el cliente se encuentra en Gran Buenos Aires, cualquier otro destino fuera de Bs As. correrá por cuenta del cliente.

Adicionalmente se les dará la opción a aquellos clientes que decidan retirarlos por el deposito en Vicente Lopez, zona norte, ofreciendo así un descuento.

Para distribuir los productos la empresa contará con la tercerización del transporte para optimizar los recursos y evitar así una inversión adicional, dicha empresa seleccionada será un gran partner para EMBALATE por la importancia de su rol.

#### Mapa de las zonas donde el transporte esta incluido en el precio



#### d. Promoción

La estrategia de promoción seleccionada por EMBALATE consiste en las siguientes acciones:

##### A. Representantes: contacto directo con el cliente

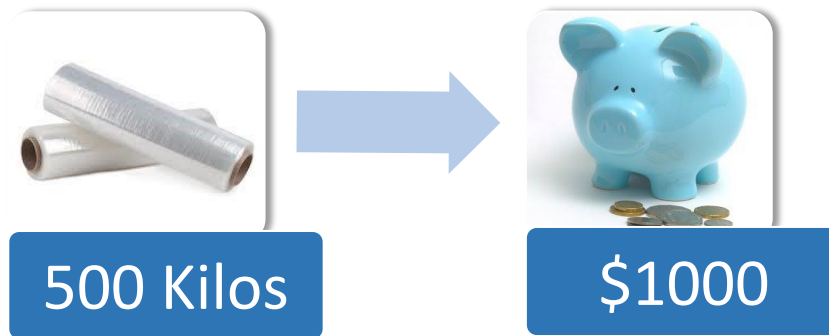
1. Vendedores que acerquen la propuesta de EMBALATE a empresas con consumo de Film Stretch, dando información clara y directa al cliente sobre nuestros productos y servicio. Ellos intentaran conseguir la venta de nuestros productos mediante comunicación telefónico o bien presencial.

Sera muy importante que los vendedores se sientan parte de la empresa, ya que son quienes tendrán mayor protagonismo en la estrategia de promoción. Además, escucharan cuales son las necesidades de los clientes para intentar satisfacerlas de la mejor manera posible. Este tipo de comunicación es una de las más efectivas para crear confianza y fidelidad con los clientes.

2. Se otorgarán muestras de producto gratis para potenciales clientes

##### B. Descuentos y promociones

1. Programa de referidos, ya que incrementa el número de clientes y fortalece la lealtad con los mismos. El programa de recomendados consiste en que por cada kilo de insumo que un referido compre a nombre de la empresa, la misma recibirá el doble de dinero en la próxima compra. Esta promoción será válida solo para la primera compra del referido. A modo de ejemplo si un referido compra 500 kilos a nombre de la empresa, dicha empresa recibirá \$1000 en su próxima compra. Tope de devolución \$2,000 por referido.



2. Descuento por devolución de conos. Esto consiste en un reintegro de cada bobina de cartón (el centro del producto), que se devuelva en la próxima compra en excelentes condiciones, es decir ni roto ni mojado. Este descuento otorgado genera tres beneficios para la Compañía:

- a) Fidelización por parte de cliente, ya que el mismo para obtener el descuento debe hacer una siguiente compra.
- b) Ahorro de dinero para la Compañía, ya que el descuento por la devolución es inferior, al costo de recompra de la Compañía del kilo de cartón.
- c) Asociar la empresa con una imagen ecológica, ya que pese a vender un producto virgen de primera calidad, estamos optando por reciclar el cono que es un material necesario pero secundario y que no modifica en absoluto la calidad del producto.

### C. Publicidad en papel y digital

1. Tarjetas de visitas y folletos, herramientas que se entregan como forma de identificación a los clientes, para que conozcan la empresa, sus servicios y puedan ponerse en contacto con nosotros cuando lo deseen.



**EMBALATE**  
Solución en embalajes

RESGUARDA, PROTEGE, IDENTIFICA

 <b>PRECIO</b> El mejor precio, de fábrica y sin intermediarios.	 <b>CALIDAD</b> Todos nuestros productos son virgen de primera calidad.	 <b>CONFIABILIDAD</b> Entregamos y hacemos lo que prometemos a nuestros clientes.	 <b>ENTREGA INMEDIATA</b> Envíos a todo el país.
---	--	--	---

**AHORRA DINERO RECOMENDANDO!!!**  
Recomendá = Pagá menos

Por cada kilo de insumo que un referido compre a tu nombre, recibirás el doble en dinero en tu próxima compra.

Contáctenos:  [embalatefilm@gmail.com](mailto:embalatefilm@gmail.com)  
 155 616 8008  
 156 412 9248



Gisela Cerino +54 115616 8008

 [embalatefilm@gmail.com](mailto:embalatefilm@gmail.com)

 [www.facebook.com/embalatefilm](http://www.facebook.com/embalatefilm)





2. Página web: Diseñada con el fin de presentar la empresa y el portafolio de productos y servicios. Ver Anexo 6

En ella se informará sobre la localización (con mapa explicativo) e información de contacto de la empresa; los productos ofrecidos, fotos y videos explicativos sobre la mejor utilización de los mismos; opiniones de los clientes; apartado para publicaciones, artículos y noticias sobre el sector.



<https://embalate.wixsite.com/embalate>

3. La organización se registrará en redes sociales como Facebook, Instagram, Youtube y Twiter. Actualmente existe una notoria tendencia al uso por parte de la sociedad de estas redes de comunicación, dónde numerosas empresas aprovechan para darse a conocer de forma gratuita. Ver Anexo 7



<https://www.facebook.com/embalatefilm>



<https://youtu.be/SeX8lnB1C4A>

#### **D. Eventos**

Participación en ferias del sector. Esto es una oportunidad perfecta para dar a conocer la empresa, y donde se pueden establecer contactos con proveedores, clientes y otros profesionales del sector. En un principio la empresa participará en la feria del sector de la industria plástica. Aunque ésta estrategia de promoción implica un esfuerzo económico mayor que las citadas anteriormente, la participación en este tipo de eventos ayudará a una inmersión rápida en el mercado y la industria.

Estas acciones fueron enumeradas de acuerdo a la importancia que tendrán para la empresa y la priorización de inversión.

## 6. Equipo emprendedor y estructura

### a. Equipo emprendedor y estructura

El equipo emprendedor de EMBALATE estará constituido por tres socios con perfiles complementarios:

- Ignacio Chiappero: Licenciado en Administración de empresas orientado a ventas en sus experiencias anteriores. Responsable de la estrategia comercial. Esta posición será la encargada de dar a conocer la empresa, teniendo en cuenta las proyecciones y los objetivos de ventas. Entre sus principales actividades se encuentran:

- a. Establecer las relaciones con los clientes
- b. Retención de clientes actuales y captura de nuevos clientes
- c. Incrementar el volumen de venta
- d. Incrementar la participación en el mercado

- Carlos Cerino: Técnico Químico. Jefe de producción y de logística. Esta función es fundamental para la estrategia de EMBALATE, ya que es el área donde están las operaciones de la empresa. en esta área se encuentran las siguientes actividades:

- a. Planeamiento de la producción
- b. Análisis y control de fabricación
- c. Control de calidad
4. Logística y distribución

- Gisela Cerino: Contadora Publica. Responsable del área de finanzas. Esta área es la que se encargara de los contratos con los proveedores, por lo tanto dentro de sus objetivos, el más importante consiste en cerrar contratos a un valor muy competitivo, de forma tal de poder conseguir eficiencias para tener precios bajos.

El equipo emprendedor cuenta con las siguientes ventajas:

- ✚ Conocimiento sobre la industria plástica, ya que es una familia que está en el rubro de artículos de plásticos de bazar hace más de 30 años, a través de máquinas inyectoras.
- ✚ Contactos de personas que actualmente utilizan el producto y que permitieron poder estimar la demanda en función de los consumos observados,
- ✚ Red de vendedores que ya se encuentran en el rubro del plástico y por lo cual poseen una cartera de potenciales clientes.
- ✚ Consumidores potenciales: al formar parte de la industria plástica hace 30 años contamos con una potencial cartera de clientes que también utilizan film para embalar sus productos, y los cuales nos permitieron estimar la demanda en función de sus consumos.

#### b. Estructura directiva

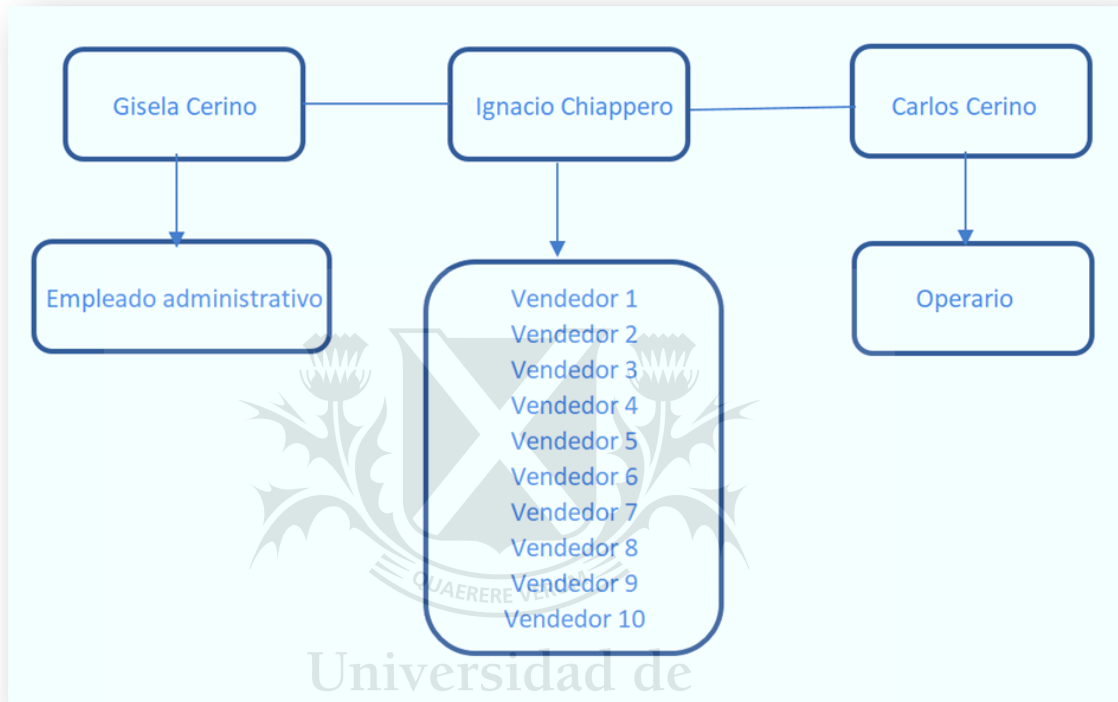
La sociedad por acciones simplificada constará de un administrador titular y un administrador suplente.

Adicionalmente habrá un empleado encargado de la producción quien trabajará en turnos de 8 horas de lunes a sábado, y estará a cargo de Carlos Cerino.

EMBALATE contará con una red de 10 vendedores que trabajarán por comisión en función de las ventas realizadas, y estarán a cargo de Ignacio Chiappero. Entendemos que esto es un factor clave para garantizar el crecimiento sostenido de la empresa.

Además tendrá 1 empleado administrativo, encargado de emitir las facturas, pago a proveedores, cobranzas, y cualquier otra tarea administrativa que se requiera, quien dependerá de Gisela Cerino.

**Estructura organización de EMBALATE**



## 7. Requerimientos de inversión, y resultados económicos financieros

### a. Requerimientos de inversión y financiamiento

#### Inversión requerida:

Las inversiones, están representadas por todos los gastos que se requieren para la puesta en marcha y/o implementación de la empresa con el objetivo de iniciar el proceso productivo que permita dar cumplimiento a las metas y las proyecciones de ventas estimadas. Con esta inversión se pretende crear una empresa sólida que responda a las necesidades de los clientes y al posicionamiento de la empresa.

#### INVERSIÓN EMBALATE

		2018
Inversion Capex		
<i>Produccion</i>	\$	268.700,00
Maquinaria fraccionadora hidraulica	\$	250.000,00
Zorra hidraulica de 1,5 metros	\$	18.000,00
Equipamiento de seguridad	\$	700,00
<i>Mobiliario</i>	\$	60.000,00
Computadora, escritorio, sillas, estanterias	\$	60.000,00
Inversion -Otros		
<i>Marketing</i>	\$	35.000,00
Creacion de pagina web y presencia en redes sociales	\$	32.000,00
Impresion de folletos	\$	1.500,00
Tarjetas personales	\$	1.500,00
<i>Legal</i>	\$	30.700,00
Creacion de sociedad SAS	\$	5.700,00
Costo de inmobiliaria por firma de contrato de alquiler	\$	25.000,00
<b>Total Capex</b>	<b>\$</b>	<b>328.700,00</b>
USD	\$	8.218
<b>Total Otros</b>	<b>\$</b>	<b>65.700,00</b>
USD	\$	1.643
<b>Total inversion</b>	<b>\$</b>	<b>394.400,00</b>
USD	\$	9.860

## b. Modelo de generación de beneficios

### Ingresos:

Los ingresos estarán dados por las ventas de los productos ofrecidos, ya sea en kilos o unidades dependiendo de que material sea.


Dado a que el mix de productos se compone en un 80% de la bobina de 50 cm, por ser el más standard en el mercado, el análisis financiero se realizó considerando únicamente este producto para su simplificación.

El cálculo esta expresado en USD como consecuencia de que el 90% de los insumos están dolarizados, y de que los ingresos se ajustan en función de dicha moneda, producto de que todas las cotizaciones son realizadas en USD.

A continuación, podemos observar el total de ingresos, que surge de la cantidad estimada de kilos multiplicados por el precio de venta del producto de 50 cm, para los primeros años de vida de la empresa.

Considerando a su vez los costos variables que se explicaran a continuación, surge que la empresa tendrá un margen bruto del 30% sobre sus ventas.

#### INGRESOS

	2019	2020	2021	2022	2023
Demanda en kilos 	89.658,03	116.555,44	151.522,07	196.978,69	256.072,30
Precio de Venta [USD]	2,04	2,04	2,04	2,04	2,04
<i>Ingresos[USD]</i>	182.902,38	237.773,10	309.105,02	401.836,53	522.387,49
<b>TOTAL USD</b>	<b>\$ 182.902</b>	<b>\$ 237.773</b>	<b>\$ 309.105</b>	<b>\$ 401.837</b>	<b>\$ 522.387</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>30,20%</b>	<b>30,20%</b>	<b>30,20%</b>	<b>30,20%</b>	<b>30,20%</b>

## Demanda

Se desprende de la encuesta detallada oportunamente que el promedio de consumo anual por cliente es de 350 kilos, que multiplicado por las 256 empresas a las que EMBALATE pretende llegar con su propuesta de valor para el 2019, nos da una demanda estimada según se detalla a continuación:

DEMANDA							
		2018	2019	2020	2021	2022	2023
Pymes en Argentina		853.886					
Rubro Industrial	10%	85.389					
Empresas que utilizan film stretch	20%	17.078					
Empresas que compran por precio (mercado potencial)	30%	5.123					
Empresas a las que apuntaremos	5%	256					
Demanda en Kilos							
Mensual	1	7.472	9.713	12.627	16.415	21.339	
Anual	12	89.658	116.555	151.522	196.979	256.072	
Total Demanda		89.658,03	116.555,44	151.522,07	196.978,69	256.072,30	

### Costos variables

Los principales dos insumos que forman parte del producto, es decir el costo de la materia prima, son las bobinas jumbo y los bujes de cartón:

8. Las bobinas Jumbo, que son el principal componente, dolarizados en su totalidad.

Dichas bobinas, son de aproximadamente 48 kilos, y 50 cm de ancho. Tiene la característica de tener un 300% de estiramiento lo que permite otorgarles mayor rendimiento a nuestros clientes.

Dicho insumo tiene un costo de 1,97 USD por kilo. Para fabricar 1 rollo, que pesa 3.8 kilos se necesitan 2 kilos de film stretch y 1,8 kilos de cartón. Por lo tanto, el 53% del producto se compone de film



9. Los bujes de cartón reciclados que pesan 1,8 kilos aproximadamente.

Representan el 47% de la bobina de 50 cm (producto final) y tiene un costo por kilo de 0,35 USD, el cual puede ser menor en caso de aquellos casos de recompra a los clientes



### **Composición de % de film stretch y cartón sobre el producto standard de 50cm.**

<b>Demanda en Kilos</b>						
Mensual	1	7.472	9.713	12.627	16.415	21.339
Anual	12	89.658	116.555	151.522	196.979	256.072
<b>Composicion</b>						
Kilos de bobina	Bobina Jumbo	47.519	61.774	80.307	104.399	135.718
Kilo de carton	Bobina de carton	42.139	54.781	71.215	92.580	120.354
	<b>Total</b>	<b>89.658</b>	<b>116.555</b>	<b>151.522</b>	<b>196.979</b>	<b>256.072</b>



#### 10. Cajas para embalar

Se utilizarán para el packaging de los productos. Las cajas son de 52x30x30 y sirven para almacenar 4 unidades del rollo de 50cm, y 44 unidades de los rollos de 10cm.

Tiene un peso de 0,5 kilos y el costo por kilo es de 0,05USD.



#### 11. Comisiones

Tal como se especificó anteriormente, los representantes son key partners, de EMBALATE, que por sus ventas recibirán un 7% de comisión.



#### 12. Costos de distribución.

Tal como se especificó anteriormente los costos de distribución será un servicio terciarizado, y su costo se detalla a continuación.



## Resumen de Costos Variables

### COSTOS VARIABLES

	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Valor por kilo</b>					
<i>Costo de Materia prima</i>	\$ 112.619	\$ 146.405	\$ 190.327	\$ 247.425	\$ 321.652
Bobinas Jumbo	\$ 1,97 \$ 93.612	\$ 121.696	\$ 158.204	\$ 205.665	\$ 267.365
Bujes de carton reciclados	\$ 0,35 \$ 14.749	\$ 19.173	\$ 24.925	\$ 32.403	\$ 42.124
Cajas de carton (Packaging)	\$ 0,05 \$ 4.259	\$ 5.536	\$ 7.197	\$ 9.356	\$ 12.163
<i>Comisiones</i>	\$ 12.803	\$ 16.644	\$ 21.637	\$ 28.129	\$ 36.567
Comisiones	\$ 12.803	\$ 16.644	\$ 21.637	\$ 28.129	\$ 36.567
<i>Logistica</i>	\$ 2.241	\$ 2.914	\$ 3.788	\$ 4.924	\$ 6.402
Transporte	\$ 2.241	\$ 2.914	\$ 3.788	\$ 4.924	\$ 6.402
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 127.664</b>	<b>\$ 165.963</b>	<b>\$ 215.752</b>	<b>\$ 280.478</b>	<b>\$ 364.621</b>

Además, debemos considerar aquellos costos fijos que son necesarios para el funcionamiento de EMBALATE, aquí dentro incluimos todo lo referido a costos de producción, administración y comercialización.

### COSTOS FIJOS

	2019	2020	2021	2022	2023
<i>Empleados (2 empleados)</i>	\$ 70.000	\$ 87.500	\$ 102.375	\$ 114.660	\$ 122.686
<i>Servicios</i>	\$ 19.200	\$ 24.000	\$ 28.080	\$ 31.450	\$ 33.651
Electricidad	\$ 14.400	\$ 18.000	\$ 21.060	\$ 23.587	\$ 25.238
Agua	\$ 4.800	\$ 6.000	\$ 7.020	\$ 7.862	\$ 8.413
<i>Otros costos</i>	\$ 128.400	\$ 160.500	\$ 187.785	\$ 210.319	\$ 225.042
Alquiler galpon 80m2	\$ 120.000	\$ 150.000	\$ 175.500	\$ 196.560	\$ 210.319
ABL	\$ 8.400	\$ 10.500	\$ 12.285	\$ 13.759	\$ 14.722
<i>Publicidad - Marketing</i>	\$ 50.000	\$ 62.500	\$ 73.125	\$ 81.900	\$ 87.633
	\$ 50.000	\$ 62.500	\$ 73.125	\$ 81.900	\$ 87.633
<i>Subtotal</i>	\$ 267.600	\$ 334.500	\$ 391.365	\$ 438.329	\$ 469.012
<b>TOTAL EN USD</b>	<b>\$ 6.527</b>	<b>\$ 6.799</b>	<b>\$ 7.001</b>	<b>\$ 7.209</b>	<b>\$ 7.433</b>

La proyección financiera se realizó tomando varios supuestos:

- ✚ Se conseguirá el total del mercado objetivo, 256 empresas, el primer año.
- ✚ El cliente promedio consume 350 kilos anualmente.
- ✚ Los supuestos de inflación y tasa de cambio se encuentran a continuación:

Parámetros (*)	2019	2020	2021	2022	2023
Tasa de descuento USD	17%				
Tasa de crecimiento a perpetuidad	3%				
Inflación	40,8%	25,0%	17,0%	12,0%	7,0%
Tipo de cambio AR\$ por USD	41,0	49,2	55,9	60,8	63,1

Como conclusión nuestro proyecto genera un VAN de 361 mil USD según se observa en los cálculos a continuación y una TIR de 178%.

#### ESTADO DE RESULTADOS

Resultados de Operación DIFERENCIAL	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Perpetuidad
<b>Ingresos Consolidados</b>	\$ 182.902	\$ 237.773	\$ 309.105	\$ 401.837	\$ 522.387		
Menos: Costos de materias primas	-\$ 112.619	-\$ 146.405	-\$ 190.327	-\$ 247.425	-\$ 321.652		
Menos: Costos de comisiones	-\$ 12.803	-\$ 16.644	-\$ 21.637	-\$ 28.129	-\$ 36.567		
Menos: Costos de distribución	-\$ 2.241	-\$ 2.914	-\$ 3.788	-\$ 4.924	-\$ 6.402		
<b>Utilidad Bruta</b>	\$ 55.238	\$ 71.810	\$ 93.353	\$ 121.359	\$ 157.766		
Menos: Costos fijos	-\$ 6.527	-\$ 6.799	-\$ 7.001	-\$ 7.209	-\$ 7.433		
<b>EBITDA</b>	\$ 48.711	\$ 65.011	\$ 86.352	\$ 114.149	\$ 150.333		
Menos: Depreciación y Amortización	-\$ 625	-\$ 625	-\$ 625	-\$ 625	-\$ 625		
<b>EBIT</b>	\$ 49.336	\$ 65.636	\$ 86.977	\$ 114.774	\$ 150.958		
Menos: Impuestos	-\$ 17.268	-\$ 22.973	-\$ 30.442	-\$ 40.171	-\$ 52.835		
<b>Utilidad Neta</b>	\$ 32.069	\$ 42.663	\$ 56.535	\$ 74.603	\$ 98.123		

#### FLUJO DE FONDOS USD

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
<b>EBITDA</b>	\$ -	\$ 48.711	\$ 65.011	\$ 86.352	\$ 114.149	\$ 150.333	
- Impuesto Operativo	\$ -	-\$ 17.268	-\$ 22.973	-\$ 30.442	-\$ 40.171	-\$ 52.835	
- Inv.Cap.Trabajo	\$ -	-\$ 18.290	-\$ 5.487	-\$ 7.133	-\$ 9.273	-\$ 12.055	
- Inversión inicial	-\$ 9.860						
<b>FFL</b>	\$ -9.860	\$ 13.153	\$ 36.551	\$ 48.777	\$ 64.705	\$ 85.443	\$ 88.006
<b>VR</b>							633.593,16
<b>Total FFL</b>	\$ -9.860	\$ 13.153	\$ 36.551	\$ 48.777	\$ 64.705	\$ 719.036	
<b>Flujo valor Presente</b>	\$ -9.860	\$ 9.627	\$ 22.886	\$ 26.128	\$ 29.652	\$ 281.894	

Ku	17%
<b>VAN</b>	\$ 361.752
<b>TIR</b>	178%

#### Análisis detallado en Excel



MBA Trabajo Final de  
Graduación\_MBA\_Gis

## Plan operativo

Para la producción de los productos se adquirirá una maquinaria que deberá estar acorde a los requerimientos diarios de producción. Por lo que la capacidad del equipo deber ser analizada para alcanzar las metas de producción.

Las características a tener en cuenta para analizar la tecnología a ser utilizada en el proceso productivo son las siguientes:

- La versatilidad del equipo; es decir, que pueda variar longitud y peso del rollo, cuando estamos rebobinando el film, obteniendo así distintos tipos de bobinas para abastecer la demanda de los diferentes consumidores.
- La confiabilidad de la maquinaria, la cual permite obtener productos sin defectos.
- Una secuencia de operaciones ordenada y simple, para evitar tiempos ociosos.
- Los costos del equipo, los cuales deben ser acordes con el presupuesto financiero.



**a. Descripción del proceso para la fabricación de bobinas de Film Stretch**

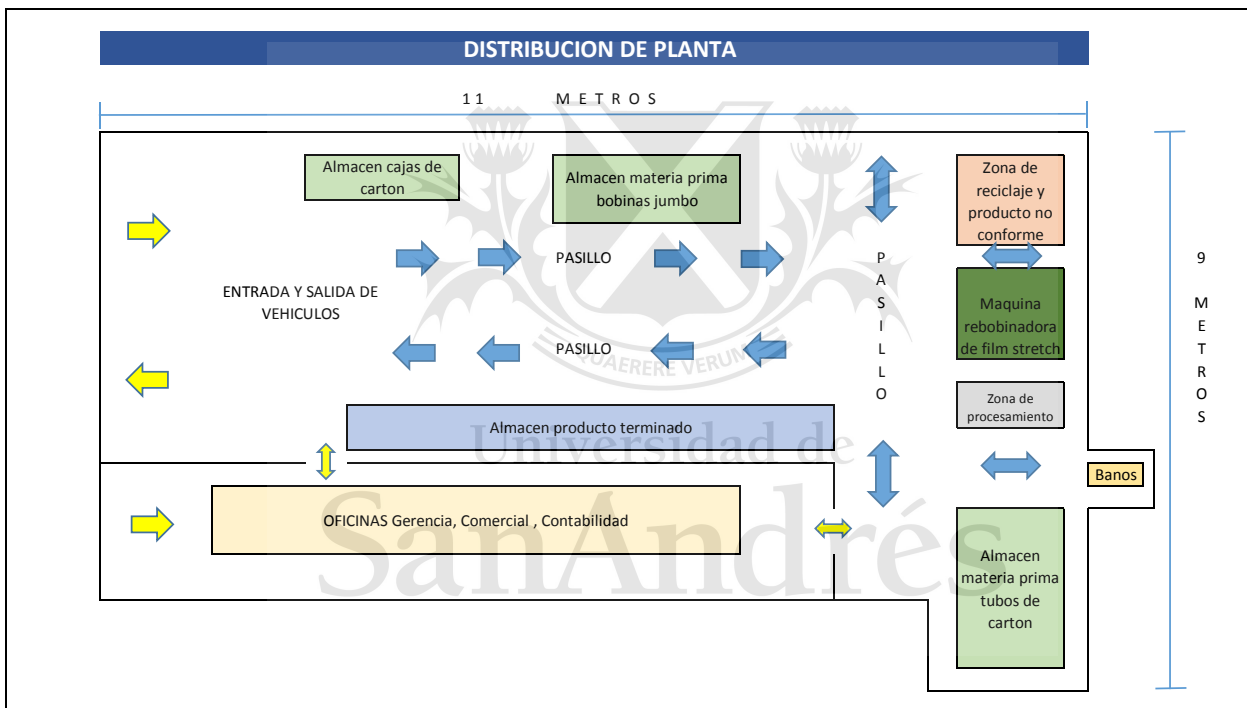
1. Crear orden de producción según especificaciones del cliente (jefe de producción).
2. Preparación de la materia prima, bobina jumbo y tubo de cartón según especificaciones de la orden de producción teniendo en cuenta las dimensiones y espesor del producto.
3. Traslado de la materia prima de la bodega de almacenaje hasta la zona de operación (operario).
4. Preparación de la máquina configurando el número de vueltas necesarias para alcanzar el peso del producto, la cuchilla para hacer el corte de acuerdo al ancho del rollo y el tubo de cartón indicado para dicho rollo, según especificaciones de la orden de producción (operario).
5. Colocar sobre el eje trasero de la máquina la bobina jumbo de 50kg y enhebrar el film plástico. (Operario)
6. Colocar un sello del logo de EMBALATE sobre el extremo superior del tubo de cartón que se va a utilizar según la orden de producción, y colocar el mismo en el eje delantero. (operario)
7. Poner en marcha la maquina observando constantemente el proceso para garantizar que no se presenten inconvenientes. (operario).
7. Hacer seguimiento del producto con una frecuencia según lo establecido en el plan de calidad, garantizando la calidad y satisfacción frente a lo requerido en la orden de producción (operario y jefe de producción).
7. Almacenar el producto terminado (rollos de film stretch) en bultos de 4 o según lo acordado para su fácil manipulación, debidamente identificados (dimensiones, cliente y peso) (operario).
8. Mover el producto terminado (rollos de film stretch) al almacén para su debido almacenaje o preparación para ser despachado (operario).
9. Programar despacho cumpliendo con la fecha de entrega según solicitud del cliente, asegurando la calidad y cantidad de producto y según ruta seleccionada por el departamento de logística (jefe de producción).

10. Emitir la factura respectiva del pedido solicitado y enviar por mail al cliente antes de la entrega. (jefe de finanzas)

11. Una vez en el destino realizar el remito con la cual se entregará el producto al cliente (transportista).



b. Distribución de planta y equipo



### 13. Resumen

Según lo mencionado a lo largo del presente trabajo, el proyecto planteado se basa en la fabricación de bobinas de Film Stretch e insumos de embalaje con el fin de abastecer la demanda de esos productos para les Pymes industriales de Argentina y convertirse en el referente número 1 de productos de Embalaje para Pequeñas y medianas empresas.

La propuesta de valor está fundamentada en ofrecer precios competitivos en comparación con la competencia acompañada de calidad. Para eso se plantea generar eficiencias en el proceso de producción y trasladar esas eficiencias a los clientes:

- a. Generando contratos exitosos con los proveedores para conseguir precios más bajos en materia prima.
- b. En la reutilización de la bobina de cartón, proporcionando ahorros a los clientes y cuidando el medio ambiente a través del reciclado, esto también generará un ahorro para la empresa que será trasladado en parte al cliente.
- c. Ofreciendo descuentos, como por ejemplo el programa de recomendados que le permitirá ahorrar dinero al cliente.

A raíz de observar los precios excesivos que pagaban las pequeñas empresas industriales, por no tener volúmenes de compra y tener que recurrir a intermediarios en vez de fábricas directamente, nos dimos cuenta de esta oportunidad en el mercado y decidimos aprovecharla.

Después de detectar la oportunidad, hemos analizado el mercado, y realizado los cálculos de ingresos y costos, para analizar de esa forma la rentabilidad del proyecto, llegando a la conclusión de que es un emprendimiento rentable, que además no requiere demasiada inversión inicial, por lo tanto, los riesgos de ingreso son bajos.

Estos resultados positivos, sumado a un crecimiento constante en la industria nos han llevado a la conclusión de que EMBALATE es un proyecto altamente viable.



#### 14. Fuentes y bibliografía

Do Some Business Models Perform Better than Others?, Malone et al., May 2006

Al-Debei, M. M., El-Haddadeh, R., & Avison, D. (2008). "Defining the business model in the new world of digital business." In Proceedings of the Americas Conference on Information Systems (AMCIS) (Vol. 2008, pp. 1-11).

**Informe de la Nación**, <https://www.lanacion.com.ar/2111783-mundo-pyme-entre-los-incentivos-y-los-asuntos-pendientes>

**Cámara Argentina de la Industria Plástica**; [www.caip.org.ar](http://www.caip.org.ar).

**Instituto Argentino del envase**, [www.packaging.com.ar](http://www.packaging.com.ar)

**Ministerio de producción y trabajo**, <https://www.argentina.gob.ar/produccion>

**Marketing**: Dvoskin, Roberto– Fundamentos de Marketing (Ed. Granica), 2004. Plan de Marketing y segmentación.

**5 Fuerzas competitivas**: “Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia”, Michael E Porter. Harvard Business Review, America Latina. Enero 2008.

PORTER, Michael. 1985. Competitive Advantage. Creating and Sustaining Superior Performance. New York. The Free Press. Análisis de 5 fuerzas Porter.

**Canvas Model**: Alexander Osterwalder e Yves Pigneur. 2011. Generación de modelo de negocios.

## 15. Anexos

### Anexo 1: Categorización Pyme, Ministerio de Producción y Trabajo

# CATEGORIZACIÓN PYME

El Ministerio de Producción establece la categoría de las PyMEs de acuerdo a la actividad declarada y a los montos de las ventas totales anuales.

Para las empresas que tengan como mínimo, el 70% de sus ventas relacionadas con actividades de comisión o consignación, la categorización se establece según la cantidad de empleados.

## ► CATEGORIZACIÓN SEGÚN MONTO DE FACTURACIÓN

		ACTIVIDAD				
		CONSTRUCCIÓN	SERVICIOS	COMERCIO	INDUSTRIA Y MINERÍA	AGROPECUARIO
CATEGORÍA	MICRO	\$7.400.000	\$5.800.000	\$19.800.000	\$16.800.000	\$4.800.000
	PEQUEÑA	\$47.300.000	\$34.600.000	\$119.200.000	\$102.200.000	\$30.000.000
	MEDIANA Tramo 1	\$378.900.000	\$289.000.000	\$1.001.800.000	\$829.900.000	\$228.900.000
	MEDIANA Tramo 2	\$568.300.000	\$412.800.000	\$1.431.200.000	\$1.212.800.000	\$363.100.000

Promedio de los tres últimos estados contables (sin IVA, impuestos internos y descontando el 75% del monto de las exportaciones)

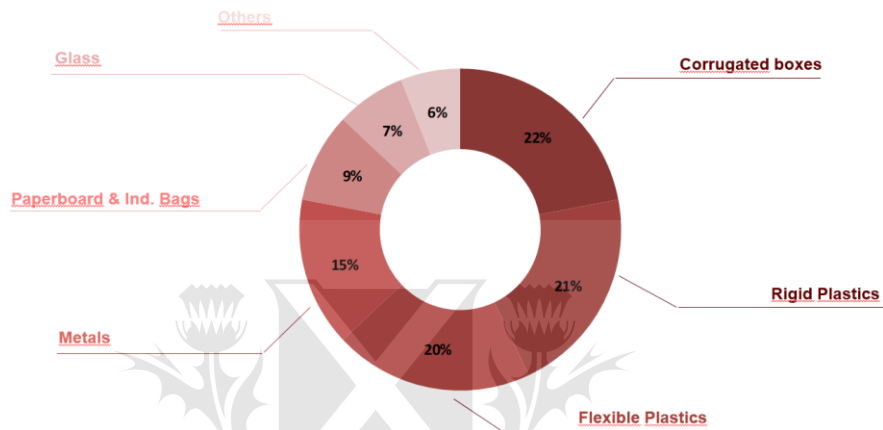
## ► CATEGORIZACIÓN SEGÚN CANTIDAD DE EMPLEADOS

(Sólo para empresas que realicen actividades de comisión o consignación)

		ACTIVIDAD				
		CONSTRUCCIÓN	SERVICIOS	COMERCIO	INDUSTRIA Y MINERÍA	AGROPECUARIO
CATEGORÍA	MICRO	12	7	7	15	5
	PEQUEÑA	45	30	35	60	10
	MEDIANA Tramo 1	200	165	125	235	50
	MEDIANA Tramo 2	590	535	345	655	215

**Anexo 2: Informe de ABInBev sobre la utilización de film stretch**

**Flexible Plastic is the third used packaging type, with 20% of the total packaging volume, worldwide**



- Flexible Plastic market size: US\$ 230 billions in 2020
- Projection of 3% annual growth



Anexo 3: Informe del Instituto Argentino del Envase



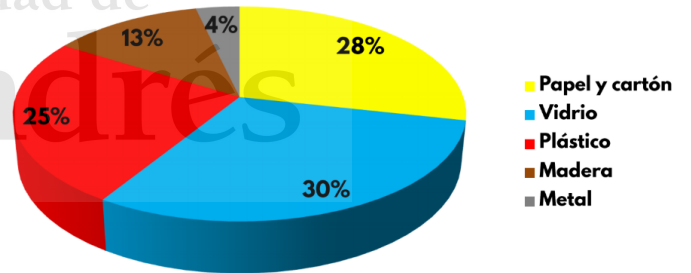
# La Industria Argentina del Envase y Embalaje 2014



## Producción anual 2014

Vidrio		1.290.000 tn
Papel y cartón		1.207.000 tn
Plástico		1.060.000 tn
Madera		530.000 tn
Metal		154.000 tn

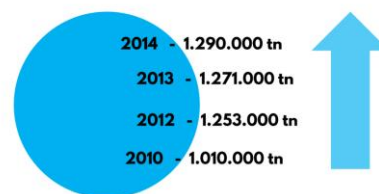
## Porcentajes



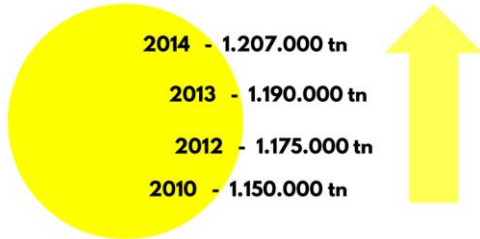
## Evolución por material



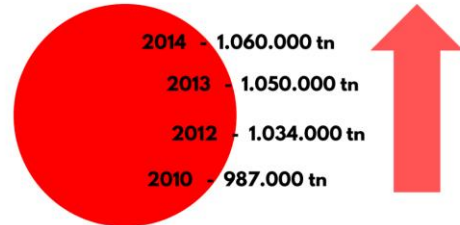
### Vidrio



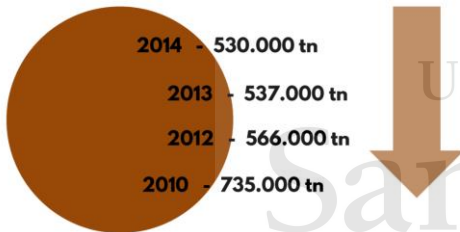
## Papel y cartón



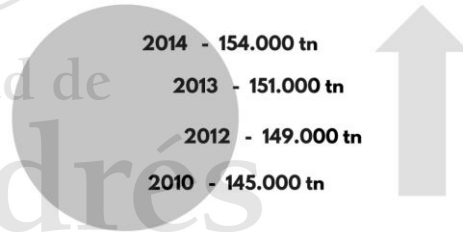
## Plástico



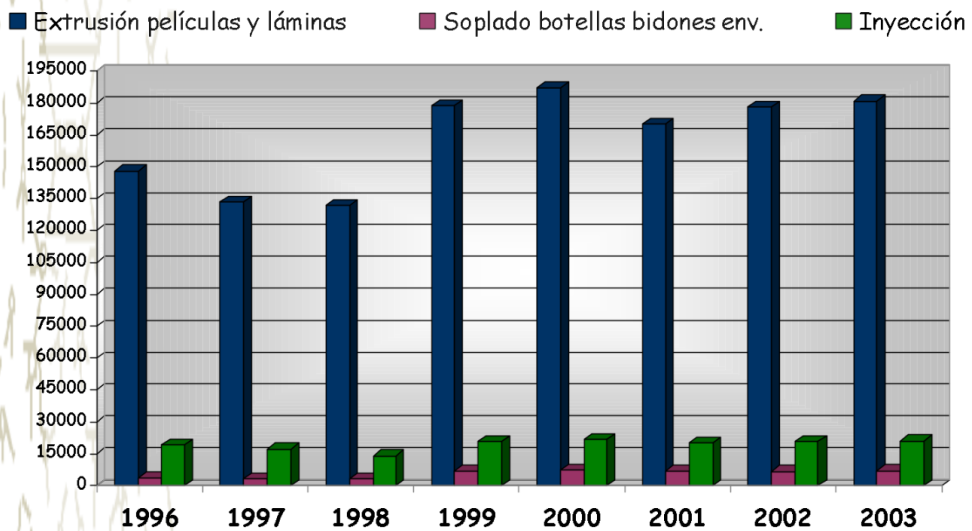
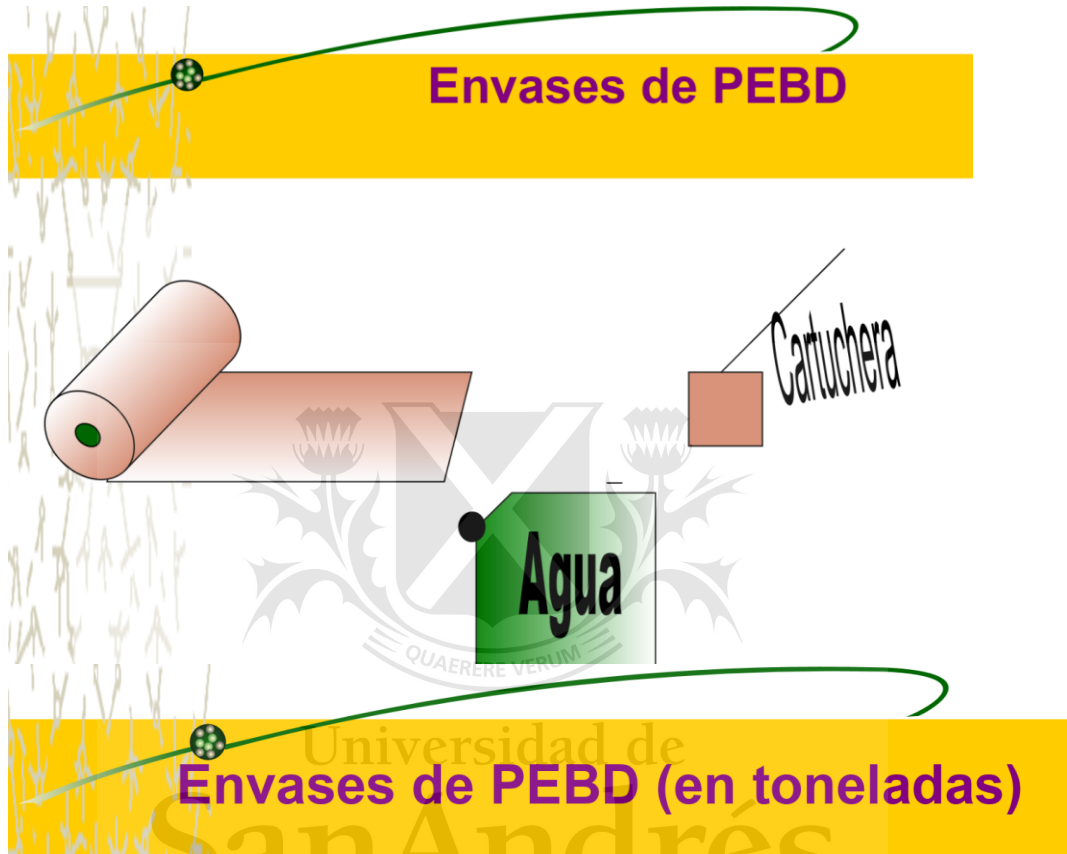
## Madera



## Metal



**Anexo 4 : Informe del Instituto Argentino del Envase**



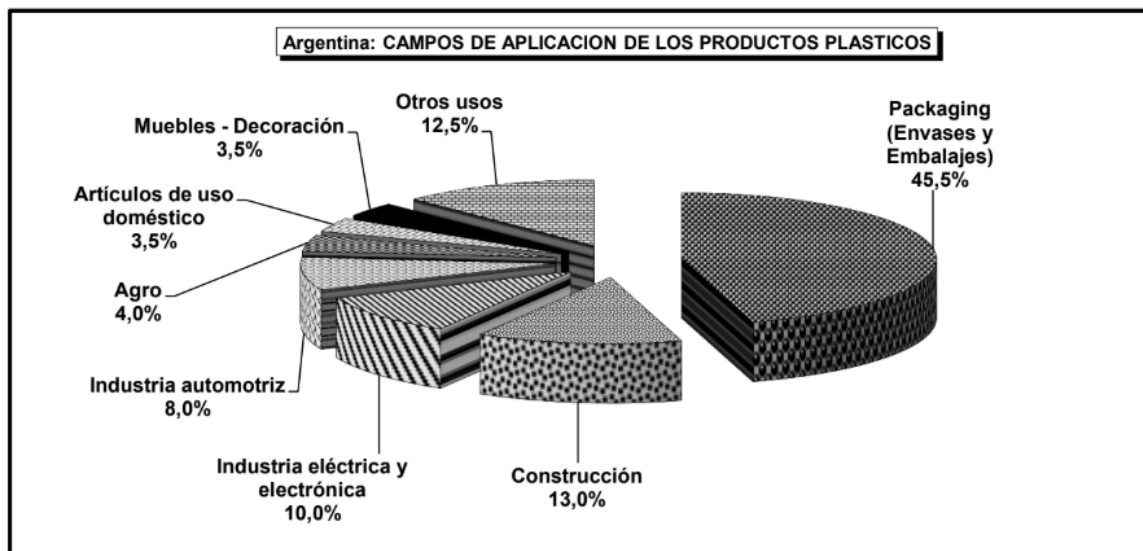
**Anexo 5: Informe de la Cámara Argentina de la Industria Plástica**

**Argentina: CONSUMO DE PLASTICOS POR HABITANTE**



**Argentina: CAMPOS DE APLICACIÓN DE LOS PRODUCTOS PLÁSTICOS**

Los campos de aplicación de los productos plásticos difieren en los distintos países según su estructura industrial y los hábitos de consumo de sus poblaciones. En el caso de Argentina, los campos de aplicación son los siguientes:



## CONSUMO APARENTE DE MATERIAS PRIMAS PLASTICAS

### Por Tipo de Materia Prima - En toneladas

	2013		2014		2015		2016		2017	
<b>1 - PRODUCCION</b>										
POLIETILENO BAJA DENSIDAD	328.078	24,0%	377.194	26,8%	330.030	24,1%	313.000	23,1%	311.000	23,2%
POLIETILENO ALTA DENSIDAD	256.993	18,8%	244.948	17,4%	249.443	18,2%	286.920	21,2%	284.000	21,1%
P.V.C.	205.964	15,1%	204.882	14,6%	204.045	14,9%	212.579	15,7%	210.554	15,7%
POLIPROPILENO	251.276	18,4%	247.827	17,6%	288.627	21,1%	285.151	21,1%	291.783	21,7%
POLIESTIRENO	44.090	3,2%	56.921	4,0%	58.713	4,3%	61.185	4,5%	60.900	4,5%
POLIESTIRENO EXPANDIBLE	15.100	1,1%	12.300	0,9%	14.400	1,1%	16.100	1,2%	15.000	1,1%
P.E.T.	184.087	13,5%	185.000	13,1%	162.004	11,8%	158.000	11,7%	152.000	11,3%
A.B.S.	(3)	0,0%	(3)	0,0%	(3)	0,0%	(3)	0,0%	(3)	0,0%
S.A.N.	(3)	0,0%	(3)	0,0%	(3)	0,0%	(3)	0,0%	(3)	0,0%
RESINAS FENOLICAS	2.650	0,2%	3.000	0,2%	2.500	0,2%	3.100	0,2%	2.500	0,2%
RESINAS POLIESTER	7.160	0,5%	6.780	0,5%	7.000	0,5%	9.450	0,7%	8.000	0,6%
POLIAMIDAS (1)	40.000	2,9%	35.800	2,5%	10.000	0,7%	800	0,1%	500	0,0%
POLIETERES	26.729	2,0%	26.738	1,9%	35.734	2,6%	0	0,0%	0	0,0%
COPOLIMERO E.V.A. (2)	---	0,0%	---	0,0%	---	0,0%	---	0,0%	---	0,0%
POLICARBONATO (2)	---	0,0%	---	0,0%	---	0,0%	---	0,0%	---	0,0%
RESINAS MELAMINICAS	6.300	0,5%	6.100	0,4%	4.866	0,4%	6.750	0,5%	6.600	0,5%
OTRAS MATERIAS PRIMAS	s/d	0,0%	s/d	0,0%	s/d	0,0%	s/d	0,0%	s/d	0,0%
<b>TOTAL</b>	<b>1.368.427</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.407.490</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.367.362</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.353.035</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.342.837</b>	<b>100,0%</b>
<b>2 - IMPORTACION</b>										
POLIETILENO BAJA DENSIDAD	186.845	23,1%	170.545	23,7%	188.057	22,2%	250.659	31,0%	218.501	26,5%
POLIETILENO ALTA DENSIDAD	122.135	15,1%	111.253	15,5%	116.778	13,8%	105.518	13,0%	104.523	12,7%
P.V.C.	57.460	7,1%	49.212	6,9%	64.189	7,6%	58.244	7,2%	52.490	6,4%
POLIPROPILENO	50.961	6,3%	52.077	7,3%	42.808	5,0%	53.714	6,6%	74.919	9,1%
POLIESTIRENO	11.095	1,4%	1.458	0,2%	4.499	0,5%	1.451	0,2%	1.480	0,2%
POLIESTIRENO EXPANDIBLE	13.909	1,7%	13.855	1,9%	11.494	1,4%	9.309	1,2%	9.702	1,2%
P.E.T.	63.113	7,8%	67.692	9,4%	104.379	12,3%	58.235	7,2%	52.646	6,4%
A.B.S.	8.472	1,0%	6.877	1,0%	7.647	0,9%	7.559	0,9%	7.849	1,0%
S.A.N.	2.532	0,3%	2.682	0,4%	3.180	0,4%	2.043	0,3%	2.511	0,3%
RESINAS FENOLICAS	4.451	0,6%	4.128	0,6%	4.513	0,5%	3.777	0,5%	7.135	0,9%
RESINAS POLIESTER	9.476	1,2%	9.677	1,3%	9.872	1,2%	9.011	1,1%	11.722	1,4%
POLIAMIDAS (1)	13.967	1,7%	10.046	1,4%	18.570	2,2%	21.917	2,7%	20.024	2,4%
POLIETERES	29.312	3,6%	25.025	3,5%	30.908	3,6%	23.204	2,9%	30.520	3,7%
COPOLIMERO E.V.A. (2)	17.438	2,2%	15.682	2,2%	16.111	1,9%	13.679	1,7%	12.293	1,5%
POLICARBONATO (2)	11.039	1,4%	10.907	1,5%	11.243	1,3%	9.235	1,1%	11.910	1,4%
RESINAS MELAMINICAS	14.011	1,7%	13.018	1,8%	15.851	1,9%	13.067	1,6%	16.119	2,0%
OTRAS MATERIAS PRIMAS	191.343	23,7%	154.057	21,5%	198.905	23,4%	168.605	20,8%	189.264	23,0%
<b>TOTAL</b>	<b>807.559</b>	<b>100,0%</b>	<b>718.191</b>	<b>100,0%</b>	<b>849.004</b>	<b>100,0%</b>	<b>809.227</b>	<b>100,0%</b>	<b>823.608</b>	<b>100,0%</b>
<b>3 - EXPORTACION</b>										
POLIETILENO BAJA DENSIDAD	123.603	28,8%	132.024	28,9%	103.343	27,1%	170.251	30,2%	173.911	32,5%
POLIETILENO ALTA DENSIDAD	79.464	18,5%	79.350	17,4%	72.647	19,0%	123.284	21,8%	103.709	19,4%
P.V.C.	102.787	24,0%	113.300	24,8%	99.103	25,9%	139.908	24,8%	87.960	16,4%
POLIPROPILENO	19.367	4,5%	32.437	7,1%	31.831	8,3%	58.267	10,3%	74.391	13,9%
POLIESTIRENO	1.713	0,4%	3.714	0,8%	3.703	1,0%	5.300	0,9%	4.732	0,9%
POLIESTIRENO EXPANDIBLE	211	0,0%	322	0,1%	166	0,0%	780	0,1%	221	0,0%
P.E.T.	27.034	6,3%	23.681	5,2%	8.588	2,2%	11.511	2,0%	14.527	2,7%
A.B.S.	58	0,0%	50	0,0%	20	0,0%	29	0,0%	21	0,0%
S.A.N.	39	0,0%	119	0,0%	49	0,0%	70	0,0%	35	0,0%
RESINAS FENOLICAS	6.525	1,5%	6.921	1,5%	5.733	1,5%	6.016	1,1%	6.646	1,2%
RESINAS POLIESTER	10.363	2,4%	7.475	1,6%	6.935	1,8%	6.267	1,1%	21.936	4,1%
POLIAMIDAS (1)	31.436	7,3%	25.751	5,6%	17.269	4,5%	4.288	0,8%	4.786	0,9%
POLIETERES	3.239	0,8%	5.947	1,3%	5.765	1,5%	7.115	1,3%	8.165	1,5%
COPOLIMERO E.V.A. (2)	119	0,0%	70	0,0%	77	0,0%	164	0,0%	147	0,0%
POLICARBONATO (2)	273	0,1%	180	0,0%	156	0,0%	277	0,0%	412	0,1%
RESINAS MELAMINICAS	3.159	0,7%	2.118	0,5%	401	0,1%	315	0,1%	404	0,1%
OTRAS MATERIAS PRIMAS	19.107	4,5%	22.892	5,0%	26.254	6,9%	30.457	5,4%	33.410	6,2%
<b>TOTAL</b>	<b>428.497</b>	<b>100,0%</b>	<b>456.351</b>	<b>100,0%</b>	<b>382.040</b>	<b>100,0%</b>	<b>564.299</b>	<b>100,0%</b>	<b>535.413</b>	<b>100,0%</b>
<b>4 - CONSUMO APARENTE (1 + 2 - 3)</b>										
POLIETILENO BAJA DENSIDAD	391.320	22,4%	415.715	24,9%	414.744	22,6%	393.408	24,6%	355.590	21,8%
POLIETILENO ALTA DENSIDAD	299.664	17,1%	276.851	16,6%	293.574	16,0%	269.154	16,8%	284.814	17,5%
P.V.C.	160.637	9,2%	140.794	8,4%	169.131	9,2%	130.915	8,2%	175.084	10,7%
POLIPROPILENO	282.870	16,2%	267.467	16,0%	299.604	16,3%	280.598	17,6%	292.311	17,9%
POLIESTIRENO	53.472	3,1%	54.665	3,3%	59.509	3,2%	57.336	3,6%	57.648	3,5%
POLIESTIRENO EXPANDIBLE	28.798	1,6%	25.833	1,5%	25.728	1,4%	24.629	1,5%	24.481	1,5%
P.E.T.	220.166	12,6%	229.011	13,7%	257.795	14,1%	204.724	12,8%	190.119	11,7%
A.B.S.	8.414	0,5%	6.827	0,4%	7.627	0,4%	7.530	0,5%	7.828	0,5%
S.A.N.	2.493	0,1%	2.563	0,2%	3.131	0,2%	1.973	0,1%	2.476	0,2%
RESINAS FENOLICAS	576	0,0%	207	0,0%	1.280	0,1%	861	0,1%	2.989	0,2%
RESINAS POLIESTER	6.273	0,4%	8.982	0,5%	9.937	0,5%	12.194	0,8%	-2.214	-0,1%
POLIAMIDAS (1)	22.531	1,3%	20.095	1,2%	11.301	0,6%	18.429	1,2%	15.738	1,0%
POLIETERES	52.802	3,0%	45.816	2,7%	60.877	3,3%	16.089	1,0%	22.355	1,4%
COPOLIMERO E.V.A. (2)	17.319	1,0%	15.612	0,9%	16.034	0,9%	13.515	0,8%	12.146	0,7%
POLICARBONATO (2)	10.766	0,6%	10.727	0,6%	11.087	0,6%	8.958	0,6%	11.498	0,7%
RESINAS MELAMINICAS	17.152	1,0%	17.000	1,0%	20.316	1,1%	19.502	1,2%	22.315	1,4%
OTRAS MATERIAS PRIMAS	172.236	9,9%	131.165	7,9%	172.651	9,4%	138.148	8,6%	155.854	9,6%
<b>TOTAL</b>	<b>1.747.489</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.669.330</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.834.326</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.597.963</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.631.032</b>	<b>100,0%</b>

*Notas:* Los datos de Polietileno de Baja Densidad incluyen los correspondientes a Polietileno de Baja Densidad Lineal. - (1) Datos correspondientes a Poliamida 6 y 66 - No hay producción local de Poliamidas 11 y 12. - (2) No hay producción local - (3) No hubo producción local - (4) Datos estimados provisionarios.



**Anexo 6: Pagina Web**

**EMBALATE**



**Solución en embalajes**



Llámanos: 15-6412-9248

Inicio

Productos

Nosotros



**Uni Film plástico**

El embalaje de un producto tiene un papel muy importante porque ofrece seguridad y conservación durante su transporte y almacenamiento, y hace posible que el mismo tenga una buena presentación ante los posibles consumidores.

El mejor embalaje depende, sin duda, del producto y sus necesidades. Cada uno requiere de un embalaje de acuerdo a sus características físicas, vida útil, fragilidad, tamaño y otras necesidades específicas.

LEE MÁS

i=vir\_wixad\_live&adsVersion=w...

## EMBALATE



### Solución en embalajes



Llámanos: 15-6412-9248

Inicio

Productos

Nosotros

## Productos



**Rollo de film stretch virgen de primera calidad de 50 cm (Aprox 4 kilos).**



**Rollo de film stretch virgen de primera calidad de 10 cm (Aprox 450 gr)**



**Rollo de film stretch virgen de 50 cm (70cm con el cartón) de 2,5 kg**

## EMBALATE



## Solución en embalajes



Llámanos: 15-6412-9248

Inicio

Productos

Nosotros

## Nosotros

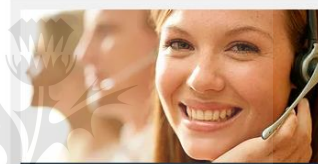
Embalate es una empresa joven de Argentina que inicia sus actividades en la Provincia de Buenos Aires. Nos dedicamos a la fabricación, comercialización y distribución de productos para la industria de embalaje.

Nos apoyamos en la más moderna tecnología, para traducirlo en el desarrollo permanente de nuevas soluciones para el embalaje industrial. Otros valores importantes son la logística, integralmente aplicada por la empresa, para que los canales de distribución sean optimizados al máximo y la recepción de los productos por parte del cliente sea de la manera más rápida y segura.

Así es que, hemos expandido nuestras soluciones a un mercado cada día más exigente, llevando la calidad de nuestros productos a toda el territorio Argentino.

Brindamos asesoramiento técnico y toda la información para que pueda seleccionar el producto más adecuado a su necesidad, optimizando su compra y ahorrando tiempo y dinero.

Ahora lo sabe: si busca una empresa que comercialice film stretch de primera calidad en Argentina, contáctese con nosotros. En Embalate lo asesoraremos con pasión y con el más absoluto profesionalismo.



Pida una cotización gratis

Telefono

15-6412-9248

15-5616-8008

Email

[embalatefilm@gmail.com](mailto:embalatefilm@gmail.com)

## Contáctanos

Contáctanos para recibir un presupuesto gratuito.

Nombre \*

Email \*

Asunto

Mensaje

Enviar

## Donde encontrarnos

Nuestra fabrica se encuentra ubicada en Villa Martelli, Vicente Lopez y nos permite servir a todo el país con eficacia y rapidez.



## Anexo 7: Pagina de Facebook

f
Embalate
Gisela Inicio



**Embalate**  
@embalatefilm

Inicio

**Publicaciones**

Opiniones

Videos

Fotos

Eventos

Información

Comunidad

Grupos

Información y anuncios



Me gusta
Seguir
Compartir
...

Enviar mensaje

Crear publicación
En vivo
Evento
Oferta
Empleo
Busca publicaciones en esta página

Escribe una publicación...
Publicaciones de visitantes

Foto/video
Sentimiento/...
Estoy aquí
...

**Embalate**

Publicado por Gisela Cerino [?] · 12 de junio

Tips para paletizar tu carga de forma apropiada. EMBALATE



- 1 Saca 1 m aproximadamente del rollo y aprieta del extremo unos 25 cm para formar una especie de cuerda
- 2 Enrosca la cuerda alrededor de una de las esquinas de la paleta o tarima (no necesitas anudar)
- 3 Comienza a envolver alrededor de la base y dale al menos 5 vueltas a la base mientras mantienes estirado y firme el rollo
- 5 Una vez terminada en la parte superior, empuja las cajas de arriba, para ver si se mueven o si alguna de abajo se sale de su lugar

- 4 Ahora comienza lentamente a envolver la carga, la idea es mantenerla ajustada como una sola caja

Si todas las cajas se quedan fijas sin moverse entonces: "Buen Trabajo", si no desenvuelve hacia abajo y comienza otra vez.

67 | Página