

Especialización en Gerencia Estratégica de Mercadeo

Seminario de Investigación II

Plan estratégico de mercadeo del área comercial de la empresa Multiempaques Inteligentes SAS, en la ciudad de Bogotá y Soacha Cundinamarca, para el primer semestre del 2023.

Profesor

Pedro Mauricio Torres Duque

Presentado por:

Diego Antonio Tovar Castillo

Proyecto de grado para obtener el título de: Especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo

Universidad ECCI

24 de febrero de 2023

Contenido

1.	1. Título	6
2.	2. Planteamiento del problema	6
	2.1 Descripción del problema.....	6
	2.2 Pregunta de investigación.....	8
3.	3. Objetivos	8
	3.1 Objetivo General	8
	3.2 Objetivos Específicos	8
4.	4. Justificación.....	8
5.	5. Marco de Referencia.....	10
	5.1 Estado del arte	10
	5.1.1 Nacionales.....	10
	5.1.1.1 Plan de mejoramiento del área comercial de la empresa cartonería Mosquera S. A., Gutiérrez Mora, Mosquera Ortega, & Moreno Bustos, Tesis Universidad del Rosario, Bogotá, Colombia, 2016.	10
	5.1.1.2 Análisis y mejoramiento de los procesos productivos de cajas de cartón de la empresa Carbolsas Ltda, Alvarado Pillajo, & Rivera Ayala, Trabajo de grado de la Universidad Industrial de Santander, Bucaramanga, Colombia, mayo 2017.	11
	5.1.1.3 Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de muebles elaborados con tubos (bidones) de cartón reciclado, Rodríguez González, & Salcedo Salcedo, Trabajo de grado Corporación Universitaria Minuto de Dios, Bogotá, Colombia, 2020.	12
	5.1.1.4 Diseño mecánico de planta para elaboración de cajas de cartón corrugado, para la compañía central de empaques y corrugados S.A.S., Trabajo de grado Universidad piloto de Colombia, Bogotá, Colombia, 2027.	13

5.1.1.5 Propuesta estratégica para el mejoramiento de la empresa Hammerhead Sucursal Colombia , trabajo de grado Universitaria Agustiniiana, Bogotá, Colombia, 2017.	14
5.1.2 Internacionales	16
5.1.2.1 La fabricación de cajas de cartón con material reciclado a través del marketing ecológico a nivel empresarial, Falquez Arce, & Bohórquez Suárez , artículo de revista Polo del Conocimiento, Guayaquil, Ecuador, mayo de 2019.	16
5.1.2.2 Mejora del Desempeño de un Proceso de Manufactura de Cajas de Cartón para Empaque y Distribución, Leal Escobelo, Rodríguez Picón, Méndez González, & Pérez Olguín , Artículo del Congreso Internacional de Investigación, Academia Journals Hidalgo, Hidalgo, México, octubre de 2021.	17
5.1.2.3 El uso de las cajas de cartón corrugado como medio de embalaje y forjador de la conciencia ambiental, Soto Chávez, Ugalde Vicuña, & Zambrano Silva , Artículos Revista Científico-Académica Multidisciplinaria, Manabí - Ecuador, octubre de 2020.	18
5.1.2.4 Plan de mejora de riesgos ergonómicos en el área de logística de una planta de fabricación de cajas de cartón corrugado y micro corrugado en la ciudad de guayaquil , trabajo de grado Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador, 2018.	19
5.1.2.5 Propuesta de mejora del proceso de gestión del talento humano en el área de impresión flexográfica de cajas de cartón corrugado en Trupal S.A , trabajo de grado Universidad de Lima, Lima, Perú, 2022.	20
5.2 Marco teórico	21
5.2.1 Planeación Estratégica	21
5.2.1.1 Pensamiento estratégico	22
5.2.1.2 Diagnostico estratégico	23
5.2.2 Marketing	24
5.2.2.1 Estrategias de Mercadeo	24

	4
5.2.2.2 Marketing Estratégico	26
5.2.2.3 Marketing Táctico	27
5.2.4 Customer Relationship Management	28
5.2.5 Servicio al Cliente.....	28
5.3 Marco legal.....	29
5.3.1 I+D+I	30
5.3.2 ISO 14001 Sistema de Gestión Ambiental	30
5.3.3 Ley 590 de 2000.....	30
5.3.4 ISO/PAS 28001:2006 Cadena de suministro	31
5.3.5 Código sustantivo del trabajo.....	31
6. 6. Marco metodológico de la investigación.....	31
6.1 Procedimiento para la recolección de información	32
6.1.1 Población para encuestas	32
6.1.2 Entrevistas de profundidad.	33
6.1.3 Análisis de información	33
6.1.4 Implementación y técnica (Materiales y técnicas)	34
6.1.5 Encuesta.....	34
6.1.6 Entrevista de profundidad.....	35
7. 7. Resultados	36
7.1 Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta.....	36
7.2 Análisis e interpretación de la entrevista de profundidad	47
7.3 Discusión.....	49
7.1 Propuesta de solución.....	49
8. 8. Análisis financiero.....	52
9. 9. Conclusiones y recomendaciones.....	54

10. 10. Bibliografía.....57

1. Título

Plan estratégico de mercadeo del área comercial de la empresa Multiempaques Inteligentes SAS, en la ciudad de Bogotá y Soacha Cundinamarca, para el primer semestre del 2023.

2. Planteamiento del problema

En la actualidad la empresa Multiempaques Inteligentes S.A.S., no cuenta con ningún tipo de estrategia de mercado que ayude con el aumento sustancialmente de su producción y comercialización, por ende, se diseñará un plan estratégico de mercadeo, para potencializar y generar reconocimiento para el posicionamiento de la producción y comercialización de cajas de cartón.

2.1 Descripción del problema

Este trabajo de investigación está enfocado en desarrollar un plan estratégico de mercadeo para la empresa productora y comercializadora de cajas de cartón Multiempaques Inteligentes S.A.S., puesto que se ha detectado que no existe una página web donde se pueda evidenciar información de la empresa junto con los datos corporativos; tampoco se ha generado un portafolio donde estén incluidos todos productos que elaboran que son cajas de cartón, lo cual dificultad en su operación y funcionamiento, es por esta razón se identificó una oportunidad a través del plan estratégico de mercadeo, donde se pretende consolidar y participar en la elaboración y uso del marketing, ayudados de la tecnología y sistemas de indicadores de gestión, que permita constantemente medir, controlar, monitorear y evaluar la operación del plan de mercadeo.

En la actualidad la empresa Multiempaques Inteligentes S.A.S., tiene un producto que genera la mayor rotación en su producción y comercialización la cual es las cajas de cartón para pizza, sin embargo, este producto no cuenta con una ficha técnica donde se evidencie las especificaciones del producto, que contribuya a generar un impacto positivo dentro de los usuarios, por consiguiente, se pretende potencializar su imagen como producto estrella dentro de un portafolio de servicios, donde cuente con la imagen y sus descripciones detalladas que le permita a la empresa generar mayor impacto y recordación a los consumidores al momento de decidir en la decisión de compra.

A nivel del recurso humano, se evidencia una falencia en el proceso de capacitación y falta de apropiación y sentido de pertenencia del personal que labora en el área de producción y comercial, detectando una oportunidad de mejora para fortalecer el conocimiento corporativo tanto a nivel organizacional, junto con el conocimiento de los productos que se incluirán en el portafolio de productos originados por la producción del cartón, que actualmente oferta la organización en la actualidad la empresa a sus consumidores que se encuentran ubicados en la ciudad de Bogotá y el municipio de Soacha en el departamento de Cundinamarca.

Por otra parte, se ha identificado que en la actualidad no se ha implementado correctamente los estándares de calidad exigidos y reglamentados por la Norma Técnica Colombiana 6019. Etiquetas ambientales tipo 1, Sello ambiental Colombiano (SAC), criterios ambientales para la pulpa, papel y cartón y productos derivados, planteado por él (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, s.f.), así mismo, tampoco se evidencia una correcta implementación de las buenas prácticas de manufactura como lo plantea (Buenas prácticas de fabricación, para la fabricación de papel y cartón, 2010), donde nos da a conocer la importancia y los planes de higiene que se deben tener en cuenta al momento de la elaboración de productos en los cuales se procesaran alimentos.

Agregando a lo anterior, no se evidencia un control adecuado referente al manejo de residuos y conservación del medio ambiente, por ende, es importante desarrollar una política interna que ayude a controlar el sistema de gestión ambiental dentro de la empresa, donde se pueda controlar los impactos negativos en el medio ambiente; como es el manejo adecuado de residuos garantizando compromiso de la gerencia y empleados, realizar un seguimiento en el cumplimiento de las políticas definidas que conlleven a cumplir con los objetivos ambientales que se propongan dentro de la política que se establezca dentro de la organización.

El plan estratégico de mercadeo propuesto, junto con la inclusión de aspectos tan fundamentales como conocimiento y apropiación de la información corporativa de los colaboradores de la empresa, la implementación de un diseño de política de manufactura y control ambiental, permitirá mejorar la imagen

de cara al usuario, puesto que contribuirá a garantizar un producto de calidad a los consumidores, generando un incremento relevante y progresivo en el proceso de producción y comercialización de cajas de cartón.

2.2 Pregunta de investigación

¿Con la implementación de un plan de mercadeo y el diseño de un protocolo de higiene y seguridad en la planta de producción, aumentará la producción y comercialización de cajas de cartón?

3. Objetivos

3.1 Objetivo General

Diseñar un plan estratégico de mercadeo que aporte al área comercial para el posicionamiento de la empresa Multiempaques Inteligentes S.A.S., contribuyendo a incrementar el nivel a la adquisición de productos en la ciudad de Bogotá y municipio de Soacha, Cundinamarca, en el primer semestre a partir de su implementación.

3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para identificar los clientes que deseen y necesiten adquirir cajas de cartón, para contribuir con un diseño de la estrategia de mercadotecnia.
- Desarrollar un portafolio con fotografías de cajas de cartón de alta calidad, donde se pueda evidenciar como es el uso de cada referencia del producto.
- Diseñar un protocolo de higiene y control ambiental de acuerdo con la normatividad vigente, asegurando un adecuado procedimiento en el proceso de producción y comercialización de cajas de cartón.

4. Justificación

Este trabajo se desarrolla con el fin de diseñar un plan estratégico de mercadeo para el área comercial de la empresa Multiempaques Inteligentes S.A.S., ya que la empresa desde su creación se ha interesado únicamente por la producción y venta de cajas de cartón la cual hasta la fecha se ha mantenido

económicamente, sin embargo, no se evidencia consolidación aspectos importantes que ayuden a consolidarse como lo es la información corporativa (misión visión, políticas, valores, cultura, reglamento interno de trabajo, evaluación de procesos gestión documental entre otros), creación de una página web que genere credibilidad de su actividad económica, diseñar un portafolio de los productos digital y uno físico en el lugar de operación, implementar una política de seguridad y salud en el trabajo, consolidar la parte operativa con personal calificado, designar líderes para cada proceso dentro de la empresa, establecer políticas internas en beneficio del medio ambiente y realizar capacitación a los trabajadores sobre todas estas variables y sentido de pertenencia con la empresa.

Diseñar un plan estratégico de mercadeo del área comercial de la empresa Multiempaques Inteligentes S. A., permite fortalecer al área comercial para garantizar y respaldar la decisión de compra de los clientes, pero para ellos se necesita la participación de la parte directiva y trabajadores, ahora bien, para los accionistas de la empresa es viable e importante consolidar estos procesos e información, con el fin de no solamente beneficiar a los accionistas, también a quienes son parte fundamental en la razón de ser de la empresa, es decir, los trabajadores que desde su cargo dentro de la empresa son clientes internos y contribuyen a trabajar en sinergia para crear y ofertar productos de excelente calidad a los usuarios, apalancando al área comercial con productos de óptima calidad y cumpliendo con los tiempos de entrega.

La parte administrativa, operativa y comercial son las áreas donde se va a alcanzar principalmente el objetivo general y los objetivos específicos, así mismo, son parte fundamental en el desarrollo de la estrategia de mercadeo, pues apalancan positivamente al área comercial quienes son los encargados de vender la marca y consolidarla en nuestros clientes destacando por encima de la competencia directa existente, esta estrategia se convertirá en necesidad para la organización y el pilar para poder generar un crecimiento económico dentro de la empresa.

El impacto social que se desarrolla en el presente trabajo está orientado a generar un plan de mercadeo que integre a todos los procesos de la empresa, desde alta gerencia hasta cada proceso donde involucre aspectos de producto, marketing, CRM, y servicio al cliente, cada trabajador debe comprender

la importancia de cumplir a cabalidad con sus funciones, puesto que es una cadena que empieza desde la adquisición de materia prima, transformación, venta, comercialización y servicio posventa, con el fin de fidelizar a los clientes, de este mismo modo, cada colaborador es parte fundamental en el apalancamiento de lo planteado en el presente trabajo, puesto que al tener mayor sentido de pertenencia en su trabajo recibirá a cambio una remuneración justa y contribuye a que se cumpla con los objetivos propuestos.

La conservación del medio ambiente por medio de actividades del reciclaje, reutilización y evitar el despilfarro de materia prima en el proceso de producción, lo cual genera sostenibilidad económica de la empresa y contribución a esta causa, es decir, que entre más responsabilidad ambiental la percepción de los clientes y el aumento de su rentabilidad se verá reflejada, por otra parte, desarrollar procedimientos en el manejo de buenas prácticas de seguridad e higiene industrial, que ayuda a trabajadores a reducir riesgos como enfermedades y accidentes laborales, así mismo, a la empresa a tener garantías frente a la administradora de riesgos laborales frente a incidentes y accidentes que se puedan presentar, y el manejo de ausentismos de los trabajadores.

5. Marco de Referencia

5.1 Estado del arte

Se tuvieron en cuenta proyectos de investigación que se identificaron en la etapa Heurística, posteriormente, se seleccionaron los documentos que aportan con mayor profundidad y claridad información correspondiente a empresas dedicadas a la producción y comercialización de cajas de cartón, las cuales se relacionan a continuación:

5.1.1 Nacionales

5.1.1.1 Plan de mejoramiento del área comercial de la empresa cartonería Mosquera S. A., Gutiérrez Mora, Mosquera Ortega, & Moreno Bustos, Tesis Universidad del Rosario, Bogotá, Colombia, 2016.

Este documento está enfocado hacia el área comercial de la empresa, donde se encontró las diferentes dificultades que se han presentado en el proceso de ventas dentro de la organización y la razón para

ejecutar un plan de acción para el área comercial, a través de un análisis histórico y planteamiento de una encuesta a directivos y la fuerza de ventas de la organización, donde se realizó la medición correspondiente y arrojó resultados los cuales se realizó la respectiva comparación de las deducciones ente estas dos partes (Gutiérrez Mora, Mosquera Ortega, & Moreno Bustos, 2016).

Sin embargo, considero que no se evidencia claramente definido un plan de mejoramiento al área comercial, puesto lo que se obtuvo fueron resultados donde se evidencia percepción dividida entre los directivos que consideran que su tarea se encuentra acorde y los trabajadores que no se evidencian con motivación frente a la falta de capacitación, remuneración no acorde con el trabajo realizado y desigualdad de condiciones laborales; la información extraída permite tomar como referente para el área comercial que está incluido dentro del plan estratégico de mercadeo para la empresa Multiempaques Inteligentes S. A. S., puesto que nos ayuda a no incurrir en errores con la fuerza de ventas de la empresa con respecto a los métodos de pago que realizan los clientes, así como establecer indicadores para el área comercial y el acompañamiento que se debe tener desde la parte directiva junto con el área de recursos humanos, con el fin de desarrollar capacitaciones que ayuden a formar a los trabajadores tanto en conocimiento de producto, como en aspectos que se deben tener en cuenta para la fuerza de ventas de la empresa.

5.1.1.2 Análisis y mejoramiento de los procesos productivos de cajas de cartón de la empresa

Carbolsas Ltda, Alvarado Pillajo, & Rivera Ayala, Trabajo de grado de la Universidad Industrial de Santander, Bucaramanga, Colombia, mayo 2017.

Se puede evidenciar que, la información encontrada está enfocada a la mejora en el proceso operativo en la planta de producción, puesto que este incluye en factores importantes como lo son el despilfarro de materia prima, el correcto uso de los instrumentos de seguridad e higiene industrial, control de tiempos en el proceso de producción de los productos, puesto que en este proceso fundamental en la empresa, ya que acá es donde se realiza el control correspondiente para ofrecer un proceso de calidad a los usuarios,

apalancando al área comercial para que cumplan con los tiempos de entrega y oferta de productos con los estándares de calidad exigidos (Alvarado Pillajo & Rivera Ayala, 2017).

Realizar una visita previa donde se pueda identificar factores de producción, seguridad y salud en el trabajo y despilfarro de materias primas, esta recolección de la información permitió realizar un diagnóstico de la situación real en que se encontraba la compañía en su planta de producción, así mismo, se realizó una propuesta e implementación de mejora dentro de este proceso los cuales se realizaría el control y seguimiento por medio de indicadores, esta información permitió realizar un comparativo de los objetivos propuestos contra los resultados obtenidos.

Considero que este trabajo aporta mucha información que se debe tener en cuenta desde el área comercial, puesto que cuando en el proceso de elaboración de los productos se ejecutan con estándares de calidad, teniendo en cuenta la revisión de tiempos para cumplir con la promesa de venta, garantiza al área comercial a tener mayor credibilidad con los usuarios, no obstante, aunque se realizó capacitación a los trabajadores en diferentes índoles, se debe tener en cuenta que el recurso humano es parte fundamental para lograr el éxito de una persona, se evidencia un vacío con respecto a factores motivacionales más allá de estas capacitaciones, uno de ellos es generar un programa de pausas activas que ayuden con la prevención de lesiones y enfermedades profesionales, logrando acaparar la percepción entre los empleados sobre lo importante que son para la organización.

5.1.1.3 Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de muebles elaborados con tubos (bidones) de cartón reciclado, Rodríguez González, & Salcedo Salcedo, Trabajo de grado Corporación Universitaria Minuto de Dios, Bogotá, Colombia, 2020.

En este trabajo de grado podemos identificar la problemática en el ecosistema que deriva la producción de cartón, puesto que para extraer el cartón se deforestan una cantidad significativa de bosques en nuestro país, por ende, el gobierno nacional ha establecido normas que regulan la deforestación con el fin de evitar que se propague esta problemática la cual se afectara a futuro, sin

embargo, estas normas no constituyen que se cumplan a cabalidad, ya que no existe un control riguroso frente a esta situación, por consiguiente, se puede evidenciar como se realiza el proceso de reciclaje de productos que se piensa que pierden su vida útil, al contrario, es una oportunidad para darle un nuevo uso como son los tubos de cartón donde se enrollan las telas “bidones”, de los cuales se hace la producción de muebles, una gran oportunidad de negocio sostenible con el medio ambiente (Rodríguez González & Salcedo Salcedo, 2020).

Se generó una estrategia del producto es incluirlo dentro de un catálogo donde se muestren las especificaciones de que es material reutilizado lo cual permite al usuario tener la convicción de adquirir un producto que es amigable con el medio ambiente, estos utilizan el marketing de plaza los que se revelan en internet, catálogo en momento de la compra y en las sucursales de manera física; la promoción por redes sociales, publicidad y marketing digital; el precio se deriva de acuerdo a la inversión para la distribución y comercialización; los proveedores son aquellas empresas que utilizan los textiles en Bogotá. Por otra parte, se espera que más personas desean adquirir productos sustentables, lo que nos da a entender que según el estudio realizado, falta aún más conciencia con la protección del medio ambiente que en mi modo de ver es más de cultura y regulación que debe establecer el gobierno nacional. Esta investigación nos permite tener un panorama más amplio sobre cómo elaborar una estrategia y los aspectos que debemos tener en cuenta en las industrias de cajas de cartón, ya que un factor diferenciador es la reutilización y el reciclaje con el fin de fomentar un marketing ecológico.

5.1.1.4 Diseño mecánico de planta para elaboración de cajas de cartón corrugado, para la compañía central de empaques y corrugados S.A.S., Trabajo de grado Universidad piloto de Colombia, Bogotá, Colombia, 2027.

En este documento de grado obtenemos información correspondiente a la problemática existente que se presenta en la importación del papel para la elaboración de cajas de cartón en Colombia, ya que influyen directamente factores como lo son los tiempos en que se demora desde la compra de la materia prima hasta la llegada del producto a las empresas, esto sin acotar que el precio del producto es elevado

derivado de los costos de transporte y aranceles. No obstante, dentro de la información se evidencia una problemática y preocupación referente a la conservación del medio ambiente, ya que la tala de árboles donde se extrae la celulosa para la fabricación ha deteriorado los bosques dentro de los territorios donde se realiza esta práctica de obtención de la materia prima (Arévalo Vanegas, Polanco Ponton, & Rodríguez Salamanca, 2017).

Teniendo en cuenta lo anterior, la empresa de Central de Empaques y Corrugados S.A.S., manifestó la preocupación con respecto a la conservación del medio ambiente y propone la implementación de carón derivado de material que sea completamente reciclable y ayude con nuestro ecosistema, del mismo modo, se evidenció que la empresa tiene enfocado sus clientes estratégicamente para la implementación de la planta de producción, puesto que el sector escogido es la sabana de Bogotá en el municipio de Cota que hace parte del departamento de Cundinamarca, siendo este un sector industrial donde hay aglomeración de clientes.

Se evidenció que la iniciativa que tiene la empresa es acertada, basados en puntos fundamentales como la conservación de nuestros bosques por medio del reciclaje de materiales para la elaboración de cajas de cartón, así mismo, el lugar planteado es acorde teniendo en cuenta que existen diversos clientes dentro de este sector que es industrial, de igual modo, estos clientes reciclan bastante cantidad de material que sirve para reutilizarlos en la compañía, lo que se considera que estos clientes pueden aportar con estos residuos para reutilizarlos, de esta forma se convertirá en una cadena de valor donde ambas partes apoyan esta casuística ambiental que se está presentando a nivel global, esta información es importante, ya que aporta para tener en cuenta dentro del presente trabajo, puesto que ayuda a concientizar a directivos y trabajadores sobre la importancia de la reutilización de materia prima.

5.1.1.5 Propuesta estratégica para el mejoramiento de la empresa Hammerhead Sucursal

Colombia, trabajo de grado Universitaria Agustiniana, Bogotá, Colombia, 2017.

En este documento podemos evidenciar que la empresa HAMMERHEAD SUCURSAL COLOMBIA, decidió asumir en el año 2016 los gatos por cuenta propia para tener el control del

inventario de su materia prima y producto terminado, ya que antes de este año lo hacía por medio de otra empresa, no obstante, evidenciaron que aunque podrían tener mayor control los gastos incrementaron notoriamente, adicionalmente, para el área comercial solo se contaba con un trabajador que atendía a los clientes antiguos, pero está muy difícil poder atraer nuevas empresas para adquirir sus productos, los cuales tendrían un costo más alto de los que se encontraban en el mercado (Cante Ortiz, Mejía Lozano, & Segura Sánchez, 2017).

Por lo anterior, la empresa empezó a tener problemas económicos si no realizaba un plan de acción de inmediato que ayudará a solventar esta situación, razón por la cual realizaron un análisis interno y externo de la compañía, el cual arrojará resultados alcanzables para diseñar una estrategia con el fin de optimizar los recursos de la organización. En este aspecto se generaron indicadores financieros que permitan conocer los alcances económicos que tiene la empresa, por otra parte, se propuso incrementar las ventas por medio de política de ventas, capacitaciones e implementarlas dentro de la compañía, diseñar estrategias de recuperación de cartera y evaluar el cambio de política de créditos para tener retorno económico más rápido.

Las propuestas planteadas se evidencia un acierto con respecto a la problemática que tiene la organización con respecto a su liquidez, ya que los indicadores financieros le permitirán tener control de su situación financiera real, así mismo, tener un personal capacitado y con políticas de ventas definidas permite a que los trabajadores tengan en cuenta sus indicadores para el cumplimiento de su productividad, y con respecto a la recuperación de cartera es primordial, puesto que si se implementa correcta y adecuadamente políticas de cobro, contribuyen a retornar el recurso que puede ser utilizado correctamente para tomar las mejores decisiones por parte de la directiva de la empresa, esta información es relevante para la implementación del presente documento, ya que muestra falencias que en la actualidad presenta la empresa a la cual se le está realizando el Plan de Marketing.

5.1.2 Internacionales

5.1.2.1 La fabricación de cajas de cartón con material reciclado a través del marketing ecológico a nivel empresarial, Falquez Arce, & Bohórquez Suárez, artículo de revista Polo del Conocimiento, Guayaquil, Ecuador, mayo de 2019.

La fabricación de cajas de cartón es un método que ayuda con la sostenibilidad ambiental y que efectivamente debe ser reforzado no solo con respecto a las empresas que se dedican a esta práctica, sino también en las instituciones educativas desde los primeros grados, con el fin de generar autoconciencia con el medio ambiente como se contempló en este artículo, ahora bien, para lograrlo se debe generar una fuerte política ambiental nacional donde se tenga en cuenta esta problemática y genere una conducta ambiental desde la infancia (Falquez Arce & Bohórquez Suárez, 2019).

Realizar cajas de cartón de material reciclado genera un crecimiento en el costo de producción, sin embargo, se debe concientizar sobre la importancia de su implantación en pro de la conservación del medio ambiente, ahora bien, la recopilación de información sobre la postura de los consumidores acerca de caja de cartón de material reciclado, permitió identificar la viabilidad de la implementación del marketing ecológico, desde el punto de vista corporativo con su logo y sensibilizar los trabajadores sobre esta idea de negocio. Pienso que la implementación de cajas de cartón con material reciclable ayuda a que las organizaciones sean visibles ante los demás como una empresa responsable con el ambiente, así mismo, contar en el portafolio de con este tipo producto donde se haga énfasis en el medio ambiente, reflejando su implicación y con su respectiva especificación, lograra acaparar positivamente en los usuarios

Esta información es de suma importancia para la elaboración de un plan de mercadeo para el área comercial, puesto que incluir cajas ecológicas en el portafolio de productos ayudará a que los agentes de ventas cuenten con conocimientos sobre la importancia de su uso y generen una empatía y recordación positiva en los usuarios y consumidores finales.

5.1.2.2 Mejora del Desempeño de un Proceso de Manufactura de Cajas de Cartón para Empaque y Distribución, Leal Escobelo, Rodríguez Picón, Méndez González, & Pérez Olgún, Artículo del Congreso Internacional de Investigación, Academia Journals Hidalgo, Hidalgo, México, octubre de 2021.

La elaboración de productos con calidad es fundamental en el proceso de fabricación de cajas de cartón, ofrecer productos que cumplan con los requisitos técnicos exigidos contribuye a mejorar la decisión de compra en los usuarios, la elaboración de una ficha técnica que permita la verificación y medición en los productos que cumplan con los lineamientos exigidos y de esta forma cada producto cuenten con un sello de calidad garantizando al área comercial ofrecer productos competitivos en comparación del mercado, así mismo, la implementación de una hoja de cálculo donde se encontraba recopilada la información de desperdicios con resultados no favorables, se realizó capacitación y sensibilización a los trabajadores sobre la importancia de manejar adecuadamente la materia prima dentro de las funciones que cada uno realiza (Leal Escobedo, Rodríguez Picón, Méndez González, & Pérez Olgún, 2021).

El sistema de medición es importante para las organizaciones que tienen planta de producción, ya que permite identificar donde se encuentran las principales falencias y convertirlas en oportunidades de mejora, los indicadores de seguimiento permite garantizar que los productos cuenten con un respaldo de calidad, por otra parte, siempre que se implementa un proceso se deben enfocar en mejorar y evitar riesgos futuros dentro de su operación; esta información es deseable dentro de un plan de mercadeo para el área comercial, ya que cuando se oferta productos que cuenta con sello de calidad, tienen mayor demanda dentro los consumidores que buscan productos garantizados y que estén respaldados por una norma técnica vigente, en la actualidad algunas empresas buscan este tipo de especificaciones técnicas de calidad antes de evidenciar su precio en el mercado, pues les genera mayor confianza independientemente del tipo de producto que usen para las cajas de cartón.

5.1.2.3 El uso de las cajas de cartón corrugado como medio de embalaje y forjador de la conciencia ambiental, Soto Chávez, Ugalde Vicuña, & Zambrano Silva, Artículos Revista Científico-Académica Multidisciplinaria, Manabí - Ecuador, octubre de 2020.

El cartón corrugado como factor ecológico y de seguridad para el empaque y embalaje, es decir que sean de un costo bajo y que sean sostenibles con el medio ambiente, que sean usados para las empresas que lo adquieren para comercializar diferentes tipos de productos, las cajas de cartón corrugado deben contar con unas especificaciones de acuerdo a la necesidad de cada usuario, puesto que dependiente del producto que comercialicen será efectiva su compra, pero para acaparar estos clientes se deben representar el uso de este tipo de cartón elaborando diferentes estrategias que cumpla con la necesidad del mismo, esto se denomina como embalaje y sus diversas tendencias, lo cual significa básicamente el uso del cartón en el proceso logístico y bajo costo del mismo, sin dejar a un lado los riesgos que pueden acarrear los productos que se empaquetan y embalan, es decir que se debe garantizar la conservación de los productos almacenados en cajas de cartón corrugado, el cartón corrugado cuenta con unas especificaciones y uso especial que depende para el tipo de producto que se desee empaquetar y embalar (Soto Chávez, Ugalde Vicuña, & Zambrano Silva, 2020).

Como el cartón corrugado es el que mayor rotación tiene para fabricar cajas de cartón, considero que el análisis realizado cuenta con las explicaciones requeridas para el empaque y embalaje de los diferentes productos, sin embargo, como resultado de la investigación realizada no se evidencia claramente el impacto con el medio ambiente, ya que está más enfocado en el empaque y embalaje, ahora bien, con relación a un plan de mercadeo para el área comercial de cualquier empresa que se dedique a la producción y comercialización de cajas de cartón, ayuda a apalancar positivamente sobre los tipos y el uso adecuado de cartón corrugado, teniendo este conocimiento la fuerza de ventas tendrá mayor probabilidad de formalizar una negociación.

5.1.2.4 Plan de mejora de riesgos ergonómicos en el área de logística de una planta de fabricación de cajas de cartón corrugado y micro corrugado en la ciudad de guayaquil, trabajo de grado

Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador, 2018.

Se planteó en el documento la problemática existente en los operarios de la planta de producción para la elaboración de cajas de cartón, con respecto a las buenas prácticas de seguridad y salud en el trabajo, derivando ausentismo e incapacidades por parte de los colaboradores, disminuyendo su capacidad productiva, pero todo esto surgió producto de la no implementación correctamente de un programa de prevención para las enfermedades ocupacionales, conllevando a que los trabajadores presentaran este tipo de lesiones musculares en diferentes partes de su cuerpo.

En el documento se puede evidenciar la propuesta de aplicación normativa acompañada de reglamentos internos para la prevención de enfermedades laborales, donde estén a cargo de su difusión por parte de los directivos de la empresa y deben ser ejecutados por los trabajadores de esta, los cuales están compuestos de pausas activas, ejercicios durante los horarios de trabajo, así mismo, se determinó protocolos internos donde se tiene en cuenta la capacidad que tiene cada colaborador para ejercer fuerza (Quiñónez Ramírez, 2018).

Podemos ingerir que dentro de las organizaciones es importante la correcta aplicación de la seguridad y salud en el trabajo, debido a que esta ayuda a prevenir enfermedades a los trabajadores y mantiene la estabilidad productiva de la planta de producción, por esta razón, la implementación que realizaron es aplicable dentro de la propuesta a realizar en Multiempaques Inteligentes S.A.S., debido a que se ha evidenciado una falencia grande con respecto a la utilización de elementos de protección adecuados dentro de los trabajadores, ya sea por falta de dotación o por la no utilización de estos elementos por parte de cada colaborador de la empresa, por ende, se debe implementar un programa de salud ocupacional para evitar riesgos en enfermedades laborales y aumentar la productividad de los trabajadores.

5.1.2.5 Propuesta de mejora del proceso de gestión del talento humano en el área de impresión flexográfica de cajas de cartón corrugado en Trupal S.A, trabajo de grado Universidad de Lima, Lima, Perú, 2022.

Para esta investigación se dividió el talento humano en tres frentes de trabajo según los objetivos estratégicos de cada uno, con el fin de evaluar la eficiencia y productividad de cada proceso de la empresa, los cuales se conformaron por el área comercial, producción, el último de investigación y desarrollo. Dentro de este proceso se evidenció que referente al área de impresión de cajas se ubicó en segundo frente con el fin de aumentar la capacidad productiva de la empresa, no obstante, se identificaron bastantes situaciones que no permitió alcanzar lo propuesto, por ende, se realizaron diferentes métodos evaluativos para determinar donde se encontraba la situación que afectaba esta actividad, evidenciando que la impresión y la rotación del personal estaba influyendo directamente (Aparicio Martos Robles J. , 2022).

En atención a lo anterior, se realizó un Focus Group donde se evidenció la problemática presentada y se plantearon propuestas de solución, las cuales se expusieron y se entregaron propuestas de capacitación en pro de desarrollo del capital humano, esto con el fin de concientizar, motivar e implementar acciones para la mejora en el área de impresión para las cajas de cartón, disminuir la rotación del personal debido a que se marchaban por mejores ofertas laborales y por no superar el periodo de prueba siendo esto la mayor afectación según las encuestas. Ahora bien, según esta situación, el área de talento humano debe enfatizar en un personal de trabajo idóneo que cumpla con el perfil laboral con el fin de evitar que el personal no supere el periodo de prueba y con el incremento de la remuneración de la labor para mantener a los trabajadores motivados y así asegurar una estabilidad laboral.

Según lo evidenciando en la empresa Multiempaques Inteligentes S.A.S., se puede contemplar la validación de los perfiles laborales de los trabajadores del área de producción y comercial, esto con el fin de realizar un perfilamiento idóneo en cada labor, para el caso de la planta de producción se puede realizar pruebas técnicas de ingreso donde se evidencie que el aspirante cuenta con las habilidades

requeridas para trabajar en máquinas de impresión, empaque y embalaje de cajas de cartón, ayudando notoriamente a conseguir trabajadores que brinden estabilidad y productividad dentro de la planta de producción y el área comercial, siendo esta última muy importante para la consolidación de la empresa en el mercado actual.

5.2 Marco teórico

Teniendo en cuenta el desarrollo del presente trabajo se realizará la contextualización de la teoría a tener en cuenta y la que se considera como la indicada para el desarrollo de Plan estratégico de mercadeo del área comercial de la empresa Multiempaques Inteligentes SAS; puesto que aporta conocimientos específicos y procedimentales para poder llevar a cabo este proceso, aportando estrategias y conocimiento los cuales contribuyen positivamente dentro de una empresa productora y comercializadora de cartón, por consiguiente, se realizó el análisis y la correspondiente validación de las categorías y temas principales, de los cuales se referencian los conceptos de diferentes autores a continuación:

5.2.1 Planeación Estratégica

Es un instrumento que ayuda a los directivos de cualquier tipo de organización a recopilar toda la información concerniente a lo que quiere realizar en el futuro en beneficio de la misma, esto con el fin de satisfacer las necesidades que quieren suplir durante este tiempo determinado donde están incluidos los grupos de interés, ahora bien, es importante que este plan estratégico esté direccionado por el nivel más alto, puesto que son los encargados en llevar a cabo correctamente este proceso y dar dirección a las empresas, donde se tenga en cuenta la información corporativa de la empresa como lo es la misión de la misma, definir los objetivos a conseguir y el medio para alcanzarlos, realizar un análisis interno y externo actual de la empresa para determinar el plan de acción con el que se abordará el plan estratégico (Ncín, 2017).

La planeación estratégica es tener una visión hacia el futuro partiendo del contexto en que se encuentre una organización, así mismo, quienes realizan una planeación estratégica se ha identificado que su rendimiento productivo es más eficiente, puesto que se preocupan por desarrollar un liderazgo que

beneficio a favor de la empresa y de grupos de interés que componen la misma; la planeación puede llevarse a corto (operativas), mediano (tácticas) y largo plazo (estrategias), ayudando a mejorar su posibilidad y permanencia (Chiavenato, 2017).

Es clave identificar los criterios a realizar en este proceso, pues se deben trazar los objetivos que sean claros y determinantes al momento de establecerlos para que su cumplimiento sea alcanzable: se debe guardar el ánimo en el momento de estar llevando a cabo la estrategia, es decir, a pesar de las dificultades que se presenten siempre se debe buscar las soluciones y pensar en positivo; mantener la concentración y ser puntuales en las decisiones que se tomen; ser flexibles a los cambios que se presenten en el momento de ejecución de las tareas es primordial para poder mantener el propósito de la estrategia; la cabeza de la organización que está compuesto por la parte directiva debe estar comprometido y con la capacidad de incentivar a los demás a cumplir con los propósitos que se establecieron; tener la capacidad de reaccionar positivamente ante situaciones de complejidad que no estaban pronosticadas; asegurar que la inversión que se destine para el desarrollo de la estrategia sea valorado y distribuido de tal forma que no se evidencien dilapidaciones en su distribución (Quinn, 1991).

5.2.1.1 Pensamiento estratégico

Es importante el pensamiento estratégico para tomar las mejores decisiones a nivel organizacional, puesto que es la etapa inicial donde se analiza exhaustivamente y toma adecuadamente las acciones a realizar, donde se identifica la situación actual en que se encuentran y los recursos con que se cuentan para lograr alcanzar los objetivos propuestos, es importante en esta etapa efectuar una reflexión y lograr identificar las soluciones acordes para los posibles problemas, así se logrará alcanzar el objetivo claramente sin perder el foco con el que se está realizando una actividad determinada (Ayestarán, Rangel, & Senastián, 2012).

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante tener en cuenta en las organizaciones el pensamiento estratégico por lo siguiente:

- El juicio razonado: Es importante ser consecuente con las acciones y determinar correctamente los resultados, es decir, cuestionar para lograr el resultado esperado a la directiva de una organización.
- Efectivo: Tener la visión definida y sólida en aras de lo que se quiere en el futuro.
- La visión: Se basa en el método en que se va a lograr lo propuesto en la estrategia.
- Incorpora: Valores, misión, visión y estrategias intuitivamente, más que en búsqueda analítica.
- Llegar a acuerdo: Los integrantes deben establecer acuerdos para lograr que la planeación este acorde y sin entorpecerla por alguien sin justificación.

5.2.1.2 Diagnostico estratégico

Es fundamental dentro de las organizaciones y se entiende como el diagnóstico actual que tiene una empresa, donde se identifica factores fundamentales como los recursos físicos, intelectuales y económicos con los que se cuentan, de igual modo, la pericia y capacidades para mantenerse o para mejorar frente a la competencia, es decir, un análisis interno y externo de la empresa mejor conocido como la matriz DOFA, donde se evidencian las perspectivas internas donde se incluyen las debilidades y fortalezas, junto con las perspectivas externas donde involucra las oportunidades y amenazas (Dirección Estratégica, 2008).

En esta misma línea encontramos la matriz DOFA, la cual es una herramienta útil que nos suministra toda la información actualizada referente a las empresas (interna y externa), con el fin de recopilar datos que permitan identificar sobre cuáles factores la empresa puede tener control y cuáles no, igualmente, es importante registrar la información relevante dentro de la matriz, para que al momento de realizar el análisis se obtenga una panorámica completa de la situación real de la empresa en la cual se llevara a cabo esta investigación.

Figura 1 Ejemplo Matriz DOFA

		Factores Externos	
		Oportunidad	Amenaza
Factores	Fortaleza	Estrategias FO (Ofensivas)	Estrategias FA (Defensivas)
	Debilidad	Estrategias DO (Reorientación)	Estrategias DA (Supervivencia)

Fuente: Elaboración propia

5.2.2 Marketing

El Marketing es un arte que consiste en identificar cuáles son las necesidades existentes dentro de las personas y poder lograr satisfacer adecuadamente las mismas, dándole un valor agregado al producto o servicio, convirtiéndolo en un factor diferencial para generar una oportunidad de venta, logrando como resultado suplir necesidad de las personas y una rentabilidad dentro de las organizaciones (Kotler, Dirección de Marketing, 2006).

Involucra a personas, organizaciones e industrias que están encaminadas en realizar actividades y procesos para poner en práctica el Marketing; es una filosofía, actitud, perspectiva o disposición gerencial con el fin de satisfacer a los clientes, así mismo, esta puede ser orientada por una persona o empresa y se logra en el momento que se proponga, existe argumentaciones diversas en los autores que definen que es el Marketing, no obstante, para muchos reúne esas gestiones y conducta de las personas y las organizaciones en el mercado (Velázquez, 2014).

5.2.2.1 Estrategias de Mercadeo

Para las estrategias de Marketing se deben tener claras y definidas las estrategias para alcanzar los objetivos propuestos, se deben asignar correctamente todos los recursos para que estas sean alcanzables dentro de los tiempos establecidos e involucren a todos los procesos de la organización a favor de la razón social de la empresa, abarcando las necesidades que la empresa desea cubrir a sus compradores (Ancín,

2015), para realizar una correcta estrategia de mercadeo se tendrán en cuenta las expuestas a continuación:

Estrategia de Segmentación: Existen etapas para realizar la segmentación de mercado, en este caso se tiene en cuenta la *Estrategia del segmento de menor tamaño*, puesto que está enfocada a las organizaciones que disponen de recursos reducidos, por consiguiente, se enfoca en competir con segmento de menor tamaño conocido como las que son ignoradas por las grandes compañías (Best R. j., 2007), se basa en realizar enfoque en sí mismo, para este caso particular la empresa es pequeña y los recursos son limitados, por consiguiente, su segmento es definido desde su operación diaria y la producción se realiza a demanda, es decir por órdenes de compra al día, no maneja un stock de inventarios.

Estrategia del producto: En esta estrategia se destaca por desarrollar un producto que sea de llamativo para el mercado meta, el cual genere con su rotación un flujo de efectivo sostenible dentro de las organizaciones, ahora bien, para lograrlo es importante que el producto de calidad con aspectos de diferenciación (nuevos y/o mejorados), precio competitivo con amplitud de la línea del producto complementado con el esfuerzo del área de marketing donde está involucrado la distribución del producto, promoción, publicidad y el área de ventas (Best R. j., 2007).

Estrategia distribución: Aumentar la venta en los clientes existentes por medio de fidelización de clientes que debe estar encabezado por la fuerza de ventas de la empresa y debe tener en cuenta los canales donde se realiza el marketing para que los clientes perciban el valor del producto y su calidad; definir los canales de distribución idóneos para lograr llegar a todos los clientes cumpliendo con la promesa de ventas para generar efecto positivo en los clientes, de esta forma convertirlos en clientes potenciales; definir los canales de marketing generará un adecuado control de los gastos y genera beneficios al tener un control sobre el mismo, Si la estrategia es exitosa, su tendencia concurrirá a que los productos sean solicitados por el cliente para suplir sus necesidades en la cadena de suministro (Best R. j., 2007).

5.2.2.2 Marketing Estratégico

En un mundo cada vez más cambiante las organizaciones deben adoptar la estrategia dentro de las organizaciones, puesto que el ritmo de vida de las personas cada vez tiene diferentes situaciones que no son controladas en muchas ocasiones, ya que son imprevistas y de allí que las empresas deben diseñar estas estrategias con el fin de mantenerse en el mercado, en este punto las empresas deben pensar en que sus productos o servicios cuenten con unos factores diferenciales y diseñar una prospectiva de mercado, es decir, identificar y satisfacer las necesidades de los clientes adelantándose al futuro ayudado de las estadísticas, tendencias y la tecnología, ese factor diferencial es que genera un impacto positivo dentro de las empresas y las ayuda a tener un crecimiento económico.

Pero para que se tenga dentro de las empresas un correcto marketing estratégico deben estar integrados todos los procesos de la organización y apalancarse mutuamente en el desarrollo de la estrategia desde el área de investigación y desarrollo que son los encargados de escuchar a los clientes para identificar sus necesidades por medio de comentarios en reuniones y la consolidación de información de los reportes de los comentarios de los clientes, realizan paulatinamente comparación de sus productos con la competencia; por otra parte, el área de compras abastecen de los proveedores con productos de precio competitivo y de calidad, generando relaciones comerciales y ayudan a controlar el flujo de efectivo, el área de producción realiza jornadas donde los clientes puedan evidenciar como es el proceso de transformación desde que llega la materia prima hasta la terminación de productos terminados involucrando procesos de calidad, con el fin de generar recordación positiva al cliente.

Agregando a lo anterior en el área de ventas cumplir con la promesa ofrecida en la consolidación del negocio con respecto a la calidad y los tiempos de entrega indicados; el área financiera se encarga de varias funciones como es controlar el flujo de efectivo de la empresa controlando los costos y gastos, gestionar un cobro de cartera oportuno para disponer de los recursos económicos cuando se requieran y así todos los procesos tengan un aporte fundamental en esta parte y dar insumos al área de marketing para que puedan investigar sobre los deseos de los consumidores para mejorar los productos o proponer dar un

factor diferencial, desarrollan ofertas de acuerdo a la información y decisión que se logre con el área de producción, financiera y ventas con el fin de impulsar la rotación de los productos (Kotler, El Marketing según Kotler, 1999).

5.2.2.3 Marketing Táctico

Este concepto hace referencia a la visión a corto plazo, el cual está guiado por el marketing estratégico y hace parte fundamental en el cumplimiento de las actividades para alcanzar los objetivos propuestos, estas deben tener definidos las fechas de inicio y terminación e involucra a todas las áreas de la organización, finalizando con la evaluación y control de las mismas, ayudando a prevenir e identificar la probabilidad del problema por las personas encargadas del desarrollo y marcha la táctica; concurrente mientras se realiza cada una de las actividades se debe propiciar para evidenciar los posibles problemas en ese momento y no esperar hasta el final cuando el tiempo sea más limitado; resultados comparativos de lo que se quería hacer y lo que se hizo para establecer los procedimientos que permitan evitar errores en el futuro (Urbina, 2021).

Figura 2 *Análisis Matriz DOFA*

Actividades	Estrategias FO (Ofensivas)	Estrategias FA (Defensivas)
Principales	Analizar mercado para elegir la estrategia	Diseñar, ejecutar y controlar un plan de Marketing
Área de trabajo	Negocio	Funcional
Actividades	Poco estructuradas	Estructuradas
Riesgo	Alto	Bajo
Incertidumbre	Alta	Baja
Tiempo	Largo y mediano	Corto y mediano

Fuente: Elaboración propia

5.2.3 Customer Relationship Management

El CRM es importante dentro de las empresas para iniciar, mantener y fidelizar las relaciones comerciales, ya que esta herramienta permite gestionar los clientes para establecer una excelente comercial con los clientes, por medio de esta herramienta pueden generar diversas acciones que apalancan la toma de decisiones, dicho lo anterior, la relación con los clientes se valoriza como se muestra a continuación:

- **Segmentación de Clientes:** En este caso se puede realizar una clasificación geográfica, demográfica, comportamental, económica y pictográficas; esto con el fin de identificar dentro de la herramienta cuál es el mercado potencial de una actividad determinada que se quiera efectuar.
- **Fidelización de Clientes:** Permite almacenar información de interés, gustos, tendencias e información relevante de los clientes, para suplir las necesitadas por medio de un acompañamiento continuo antes, durante y después de la venta.
- **Reportes e informes de Clientes:** Ayuda a generar reportes de monitoreo y control para tomar decisiones con respecto a la operación, así mismo, establecer indicadores que ayuden a mantener en tiempo real actualizada la información homogénea de la empresa.

Teniendo en cuenta lo anterior, esta herramienta ayuda a las organizaciones a los procesos en función del cliente, constituyendo este en un factor de diferenciación de éxito frente a su competencia, ayudando positivamente a la materialización de las estrategias que previamente se diseñen para poder seleccionar, atraer y retener a los clientes y fidelizarlos (Agudelo & Boyero Saavedra, 2013).

5.2.4 Servicio al Cliente

El CRM aporta en gran medida al servicio como se evidencia anteriormente, ahora bien, para generar correctamente el servicio al Cliente dentro de las organizaciones, existen diversas definiciones para muchos autores; servicio al cliente integra tres componentes que son el servicio producto, como valor agregado y servicio al cliente tal y como lo definió como para el autor (García, 2016), por otra parte, para

los autores (Herrera González, Cantero-Cora, & Leyva-Cardenosa, 2021), es un proceso donde se debe ver reflejado la responsabilidad e intervención de todos los trabajadores de una organización, desde la parte directiva hasta la parte operativa, los cuales deben tener una percepción de la su situación interna y externa.

De acuerdo a estos conceptos de los autores, existen unas carteristas que se deben tener en cuenta en el servicio al cliente (García, 2016), según lo expuesto por él nos contextualiza de la siguiente forma:

- Intangibilidad: La diferencia entre productos y servicios, los bienes no son físicos.
- Integral: Todos los colaborados de una empresa deben ser responsables en la razón social de la empresa, puesto que cuando hay una unión dentro de las empresas, los usuarios perciben lo mismo.
- Heterogeneidad: Aunque existen diferentes procesos dentro de una empresa, todos deben estar enfocados hacia el mismo objetivo.
- Producción y consumos simultáneos: La producción de los productos son consumidos a la misma medida en que estos se encuentran disponibles, lo que conlleva a que los usuarios estén pendientes de lo que la empresa está ofertando.
- Precederos: Los productos deben tener una rotación con el fin de garantizar el retorno económico del mismo a las empresas.
- Promesa básica: Mide que el producto cumpla con las expectativas de lo que el usuario espera del mismo.
- Satisfacción: Cumplir con la promesa de venta, incluye la calidad del producto, lograr realizar la entrega de productos a tiempo.
- Valor agregado: Una integralidad y humanización en el servicio, dado que la cantidad de oferta que existe en el mercado este se convierte en un factor positivo para las empresas.

5.3 Marco legal

En este marco legal se puede denotar que para ejecutar este plan de mercadeo es necesario consultar la información normativa de ámbito nacional e internacional, por ende, se debe respetar e implementar adecuadamente los procedimientos establecidos por los diferentes entes regulatorios y de control, por consiguiente, se realiza la correspondiente explicación para cada caso a continuación:

5.3.1 I+D+I

Contribuye a mejorar el desarrollo tecnológico dentro de las organizaciones por medio de la investigación e innovación, que contribuye a generar productos certificados, contribuye a que las cajas de cartón cuenten con un aspecto diferenciador y genere en los usuarios tranquilidad de recibir un producto de calidad, adicionalmente, la empresa se puede realizar el registro para ser reconocidas por su investigación, desarrollo tecnológico o innovación ante Colciencias (Ministerio de Ciencias, s.f.).

5.3.2 ISO 14001 Sistema de Gestión Ambiental

El Sistema de Gestión Ambiental. Requisitos con orientación para su uso ayuda a la práctica de conservación del medio ambiente, desde la práctica empresarial, por medio de protocolos, procedimientos que apalanquen desde la empresa a la sostenibilidad ambiental, siendo este un factor fundamental dentro de una empresa que elabora cajas de cartón, puesto que su materia prima es fibras celulósicas de vegetales, siendo importante reciclar, reutilizar y evitar despilfarros de materia prima, razón por la cual el ICONTEC en nuestro país contribuye a mejorar estas prácticas (Icontec Internacional, s.f.).

5.3.3 Ley 590 de 2000

Los beneficios de la Ley 590 del 2000 por el 2%, estimula a la creación de empresas micro, pequeña o mediana empresa legalmente constituidas, en la fecha de la escritura pública de constitución, en el caso de las personas jurídicas, y en la fecha de registro en la Cámara de Comercio, en el caso de las demás Mipymes, la cual genera beneficios tributarios y de aportes a la seguridad social y parafiscal a los empleadores, fomentado la creación de empleo: contribuye a reducir costos y gastos en la empresa los cuales son destinados a generar un crecimiento económico y poder contratar más empleados aumentando sus ventas y subir el nivel productivo en su operación (Función Pública, s.f.).

5.3.4 ISO/PAS 28001:2006 Cadena de suministro

El sistema de gestión de la seguridad para la cadena de suministro, orienta a las empresas a tener control y seguridad en temas de logística, compras y ventas, logrando identificar las amenazas reduciendo los incidentes en los procesos de transformación de producto de las empresas desde la adquisición, traslado, transformación y comercialización de materia prima; determinar una correcta cadena de suministro en una empresa dedicada a la transformación y comercialización de cajas de cartón, es importante puesto que ayuda a que su empresa esté más segura en riesgos de mala inversión y fomenta a la seguridad de su producción y comercialización como se contempla en el presente trabajo (International Organization for Standardization, s.f.).

5.3.5 Código sustantivo del trabajo

Garantizar a los trabajadores condiciones laborales de acuerdo a lo establecido por la ley entre empleador y trabajadores, las cuales contribuye a establecer obligaciones por ambas partes; para la empresa Multiempaqués Inteligentes S. A. S., es importante la formalización de los contratos de trabajo cumpliendo con las garantías sociales, por esta razón, establecer estas condiciones sustentadas en el código sustantivo del trabajo, ayuda a mejorar la motivación de los empleados para que sean más productivos sin importar el rol (Función Pública, s.f.).

6. Marco metodológico de la investigación

En el proceso metodológico de la investigación se realizó mediante participación de las directivas de la empresa donde se resaltó la importancia de realizar las encuestas para la presente investigación para captar la información cuantitativa y analizar sus opiniones e intereses como lo planteó (Grasso, 2006), por otra parte, la información cualitativa por medio de entrevistas de profundidad donde se puede aclarar o ratificar los temas relevantes para realizar el estudio de investigación propuesto por (Laza, 2019), por esta razón, se diseñó estratégicamente la población a encuestar y a los clientes de los cuales se deseaba la recolección de información que soporte como análisis del mercado y de esta forma alcanzar los objetivos del presente trabajo y de la empresa.

6.1 Procedimiento para la recolección de información

A continuación, se realizará la correspondiente explicación del procedimiento que se implementó para la recolección de información y poner en marcha el Plan estratégico de mercadeo del área comercial de la empresa Multiempaques Inteligentes SAS, en la ciudad de Bogotá y Soacha Cundinamarca, para el primer semestre del 2023.

6.1.1 Población para encuestas

Para determinar la población para realizar las encuestas se tuvo en cuenta personas de la ciudad de Bogotá y del municipio de Soacha en el departamento de Cundinamarca, donde tiene la mayor cantidad de usuarios finales la empresa Multiempaques inteligentes S. A. S., así mismo, el rango de edad que se tuvo en cuenta para la muestra fue entre 15 a 39 años sin importar su identidad de género de acuerdo información que reposa en el departamento administrativo nacional de estadística DANE, en la base de datos del censo nacional de población y vivienda 2018 (DANE, 2018), en la opción de cuadros personas demográficos - CNPV 2018, dando como resultado que según el rango de edad indicado se encontraron distribuidos de la siguiente forma:

Figura 3. *Distribución Poblacional de Aplicación en la Investigación*

Descripción	Bogotá	Soacha, Cundinamarca
Total, población	7.181.469	645.205
Total, entre 15 a 39 años	3.115.215	291.204
Total, población entre 15 a 39 años de Bogota y Soacha Cundinamarca	3.604.419	

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta lo anterior, una vez identificada el tamaño de la población o universo, con un nivel de confianza de 90 y con un margen de error del 10%, la se procedió con la aplicación correspondiente de la formulación para identificar la cantidad de encuestas requeridas para realizar su aplicación:

Figura 4. *Cálculo poblacional de aplicación en la investigación.*

Parametro	Insertar Valor
N	3.604.419
Z	1,645
P	50,00%
Q	50,00%
e	10,00%

Tamaño de muestra
"n" =

67,65

Fuente: Elaboración propia

6.1.2 Entrevistas de profundidad.

En esta parte se determinó realizar dos entrevistas de profundidad como técnica cualitativa, para la selección de los mismos se realizó contacto con 2 clientes, los cuales accedieron a realizar la intervención y aceptaron su correspondiente grabación, en esta entrevista se generó una serie de preguntas por parte del entrevistador, para identificar la percepción que tienen sobre la empresa, así como las sugerencias realizadas por parte de los entrevistados con el fin de tener una mejora continua del producto ofertado y poder realizar una interpretación real como nos enseña (Robles, 2011). A continuación, se plasma las fases que se tuvieron en cuenta para realizar la correspondiente investigación propuesta en el presente trabajo:

6.1.3 Análisis de información

Se realizó un análisis junto con la parte directiva de la empresa, donde se realizó la socialización de los objetivos, se logró identificar las necesidades de la empresa y se plantearon conjuntamente las preguntas que se deseaban desarrollar en la encuesta y entrevista de profundidad.

6.1.4 Implementación y técnica (Materiales y técnicas)

Se realizó la implementación de la técnica cuantitativa, fue realizada por medio comunicaciones vía correo electrónico y chat, así mismo, se tuvo en cuenta personas de la ciudad de Bogotá y del municipio de Soacha en el departamento de Cundinamarca, la técnica cualitativa se ejecutó por medio de la entrevista de profundidad realizada a dos clientes (Distribuciones Gabi y la barra JP).

6.1.5 Encuesta

La encuesta se realizó a personas residentes en Bogotá, Soacha y municipios circunvecinos, con el fin de identificar dentro de los encuestados, si conocen el procedimiento de producción y comercialización de cajas de cartón, así como la perspectiva que tienen frente a este proceso. A continuación, se registran las preguntas planteadas.

¿Conoce usted empresas que se dediquen a la producción y comercialización de cajas cartón?

¿Ha identificado establecimientos que venden cajas de cartón?

¿En qué parte de la ciudad de Bogotá, considera más rentable tener un establecimiento de producción y comercialización de cartón, si es fuera de Bogotá, indicar municipio junto con el barrio y/o comuna?

¿Sabe cómo es el proceso para adquirir láminas de cartón para la producción?

¿Conoce a qué tipo de productos, se puede diseñar empaques de cartón?

¿Cuándo piensa en cartón para almacenar alimentos, en cuál de estos productos consideraría que se pueden usar?

¿Si es para almacenar productos no alimenticios, en cuál de los siguientes considera que se podría utilizar?

¿Considera que el uso de cartón para empaacar productos alimenticios es higiénicamente recomendado?

¿Cuál considera que es un factor diferencial al momento de comprar una caja de cartón?

¿Considera que las empresas que se dedican a comercializar cajas de cartón deben usar más publicidad?

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de cartón sin importar para que tipo de producto?

¿Si compra una caja de cartón para alimentos, le gustaría que esta tuviera separador para que los alimentos no se mezclen?

¿Si tuviese la oportunidad de elegir frente a la importación del cartón a menor precio, que la compra nacional con mayor precio, cuál sería su elección al respecto?

¿Cuál considera que es el tipo de cartón adecuado para los alimentos?

¿Le gustaría conocer el lugar donde realizan la producción de cajas de cartón?

¿Sabía usted que se puede reciclar el cartón, para darle un nuevo uso, en especial para la elaboración de cajas de cartón?

¿Sabe usted si sobre cualquier tipo de cartón se puede imprimir cualquier tipo de logo?

¿Si tuviese la oportunidad de trabajar en una planta de producción de cartón, considera importante utilizar elementos de protección?

¿Qué cree que es el elemento de protección más importante de protección en los trabajadores de una planta de producción de cajas de cartón?

¿Considera importante la elaboración de cajas para los diferentes productos existentes en el mercado?

Nos gustaría que nos dieras un comentario acerca de la importancia del reciclaje de cartón para la conservación del medio ambiente.

6.1.6 Entrevista de profundidad

D a cargo esta actividad, recopilando información del cliente y su percepción frente a la empresa, las preguntas eran planteadas de forma conversacional, tal y como se planteó de la siguiente forma:

¿A qué se dedica la empresa y para qué tipo de productos tiene como proveedor a la empresa Multiempaques inteligentes S.A.S.?

¿Cuál es la ubicación de la empresa y las sucursales si registra?

¿Qué considera un factor diferencial al momento de comprar las cajas de cartón?

¿Considera que a la empresa Multiempaques Inteligentes le hace falta mayor impacto a través de publicidad y RRSS?

¿Recomendaría a la empresa Multiempaques Inteligentes como proveedor si alguien le pide un referido?

¿Considera importante tener un horario establecido para hacer la entrega de la mercancía, teniendo en cuenta horarios?

¿Conoce los tipos de cartón existentes en el mercado?

¿Qué considera que como empresa proveedora debe mejorar Multiempaques Inteligentes S.A.S.?

7. Resultados

Se realizó un análisis de los resultados obtenidos por medio de investigaciones cualitativas y cuantitativas, las cuales se encuentran relacionados con los datos recolectados en la encuesta y entrevista de profundidad, la forma de interpretación se tuvo en cuenta lo que nos indicó (Borras, López Roldán, & Lozares Colina, 1999).

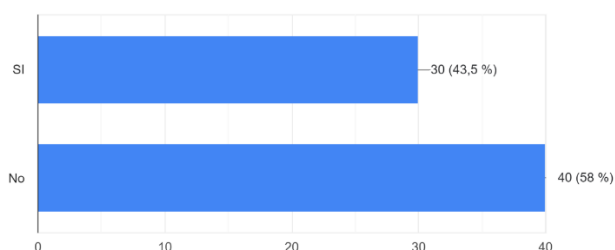
7.1 Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta

Del total de encuestados que fueron 69, según formulación realizada en la población de encuestas, se realizó el correspondiente análisis donde se encontraron los siguientes resultados.

Figura 5. *Empresas que se Dedican a la Producción y comercialización de Cajas Cartón.*

¿Conoce usted empresas que se dediquen a la producción y comercialización de cajas cartón?

69 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Podemos evidenciar que el 58% de las personas encuestadas no conocen como es el proceso de producción y comercialización de cajas de cartón, lo que nos permite encontrar una oportunidad para la implementación de estrategias para dar a conocer como es el proceso de producción y de esta forma poder

involucrar a más personas para que conozcan como este proceso y se interesen para que puedan hacer parte de este.

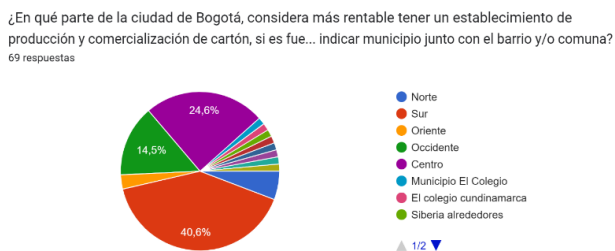
Figura 6. *Establecimientos que Venden Cajas de Cartón.*



Fuente: Elaboración propia

A pesar de que las personas tienen presente las cajas de cartón para cualquier tipo de utilización, se evidenció que el 31.9% de las personas encuestadas manifiestan no conocer donde se comercializan las cajas de cartón. En este punto, es un factor primordial para que la empresa, puesto que como no tiene un lugar físico de venta, pueda a través de sus canales institucionales y redes sociales dar a conocer su producto por medio de estos.

Figura 7. *Ubicación Geográfica Rentable para Comercializar Cajas de Cartón.*



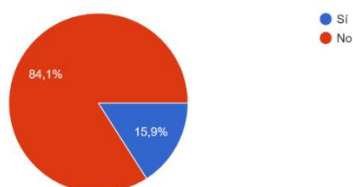
Fuente: Elaboración propia

Según respuesta de los encuestados se evidencia que el 40.6% de los encuestados consideran que es más rentable tener la planta de producción y establecimiento de comercialización de cajas de cartón en el sur de Bogotá, que de acuerdo con el título del presente trabajo de grado Plan estratégico de mercadeo del

área comercial de la empresa Multiempaques Inteligentes SAS, en la ciudad de Bogotá y Soacha Cundinamarca, para el primer semestre del 2023”, nos muestra que este sector es un mercado potencial para el desarrollo del mismo, teniendo una sinergia entre los que piensa la población encuestada y lo planteado, así mismo, se evidencia que los municipios circunvecinos a la ciudad Bogotá, también son considerados puntos estratégicos para penetrar este mercado.

Figura 8. *Compra de Láminas de Cartón.*

¿Sabe cómo es el proceso para adquirir láminas de cartón para la producción?
69 respuestas

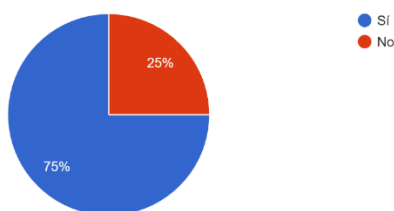


Fuente: Elaboración propia

En la actualidad el 84.1%, del total los encuestados, manifiestan no conocer como es el proceso que tiene las empresas que realizan la compra para transformación del cartón, ya que existen proveedores nacionales e internacionales y el proceso de compra varía, se tienen proveedores donde el pago de la mercancía es anticipado y otros es por medio de crédito, la modalidad de compra contribuye a mejorar el flujo de efectivo de la empresa.

Figura 9. *Diseño de Cajas de Cartón para Diferentes Productos.*

¿Conoce a qué tipo de productos, se puede diseñar empaques de cartón?
68 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Las cajas de cartón se diseñan para diversos productos alimenticios y no alimenticios, sin embargo, de la población encuestada manifiestan no conocer a que tipos de productos se puede diseñar cajas de cartón con un total de 25 %, identificando una oportunidad para diseñar un plan de portafolios completo donde se pueda evidenciar su utilización de las cajas de cartón para los productos que se realizan en la actualidad, así mismo, tener una prospectiva para generar a futuro cajas de cartón para nuevos productos.

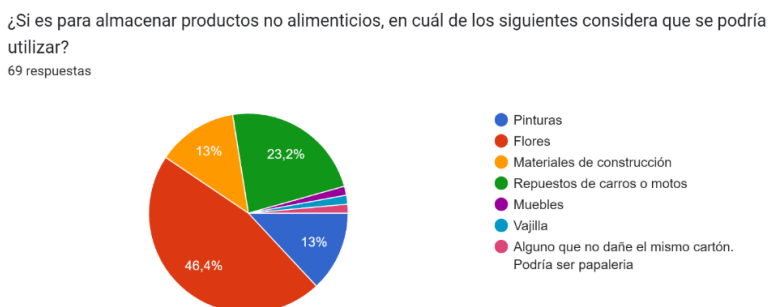
Figura 10. *Cajas de Cartón para Productos Alimenticios.*



Fuente: Elaboración propia

La empresa Multiempaques Inteligentes S.A.S., tiene un producto el cual presenta mayor rotación, el cual es las cajas para pizza, y en la encuesta realizada se evidencia que las cajas para pizza son las que según los encuestados es la que consideran que se podría usar para los alimentos, lo que nos muestra que se encuentra alineado con la estrategia planteada en el presente trabajo de grado.

Figura 11. *Cajas de Cartón para Productos no Alimenticios.*

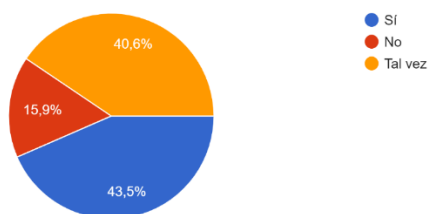


Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, con respecto a cajas de cartón diseñadas para productos no alimenticios, se evidenció que la población encuestada considera que se pueden almacenar flores, en ese orden, es una ventana para abarcar nuevos clientes que se deben potencializar en el área de ventas por parte de la empresa y de esta forma aumentar su crecimiento productivo y a su vez la venta para generar mayor ingreso.

Figura 12. *Recomendación de Cajas de Cartón para Alimentos.*

¿Considera que el uso de cartón para empacar productos alimenticios es higiénicamente recomendado?
69 respuestas

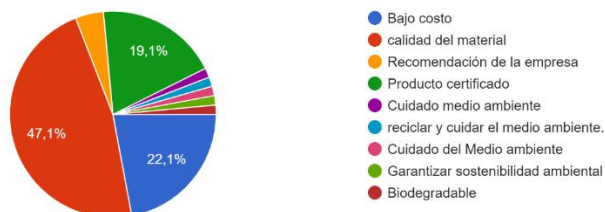


Fuente: Elaboración propia

Es importante resaltar que en cuanto a la percepción que existe sobre su son las cajas de cartón higiénicas para almacenar alimentos, se evidenció que, aunque el 43.5% indican que si es higiénico, el 40.6 indican que tal vez pueda serlo, por consiguiente, se debe realizar estrategias de calidad que permitan garantizar que el uso de las cajas de cartón para alimentos son diseñadas para tener un uso higiénico en el producto alimenticio que se desee.

Figura 13. *Factor Diferencial en la Compra de Cajas de Cartón.*

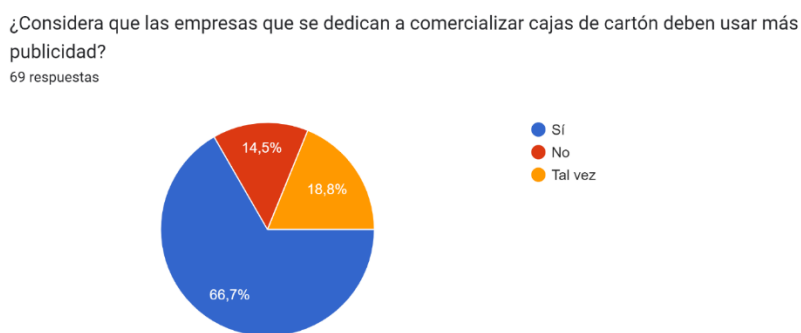
¿Cuál considera que es un factor diferencial al momento de comprar una caja de cartón?
68 respuestas



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las características que deben contar las empresas con las cajas de cartón, se puede identificar que las personas consideran que lo más importante es la calidad del material, esto con un 47.1%, así mismo, que tenga un costo asequible y que el producto sea certificado por un organismo nacional de calidad, lo que muestra es que las personas buscan que las cajas de cartón cuenten con estas características para la toma de decisión de compra y la empresa debe garantizar estas características para realizar la oferta en sus productos.

Figura 14. *Publicidad en Empresas Dedicadas a la venta de Cajas de Cartón.*

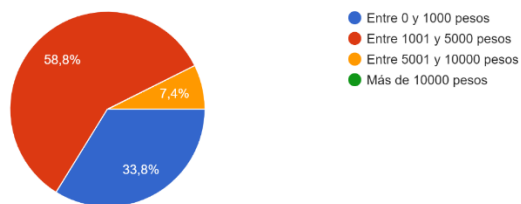


Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta es fundamental en la consecución del presente trabajo de grado, puesto que el 66.7% indican que si es importante, ahora bien, en la empresa Multiempaques Inteligentes S.A.S., no existe ningún tipo de publicidad y el único canal de comunicación es el WhatsApp y el correo electrónico, en este ultimo la mayoría de utilización es para cotizaciones, remisiones y facturas. Por consiguiente, se considera importante para el diseño de una estrategia publicitaria, la creación de redes sociales y página web donde se oferten los productos de la empresa.

Figura 15. *Poder Adquisitivo para Comprar una Caja de Cartón.*

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de cartón sin importar para que tipo de producto?
68 respuestas

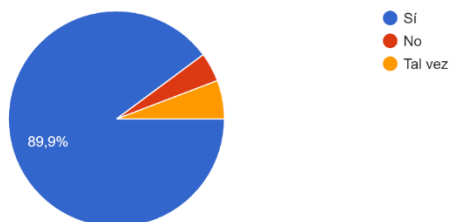


Fuente: Elaboración propia

La mayoría de la población encuestada nos indica que están dispuestos a pagar entre 1001 y 5000 pesos colombianos con un 58.8%, cabe resaltar que los precios que ofrece la empresa por sus productos se encuentran dentro de este rango, no obstante, consideran que debe ser entre 0 y 1000 pesos colombianos el 33.8%, sin embargo, es importante resaltar que la venta por unidad el costo de manufactura saldría más costoso, así como los lotes de producción personalizados, es decir, una caja de pizza con un logo de establecimiento generará al cliente un poco de más inversión, pero genera en su usuario final mayor recordación, en esta parte es cuando existe una alianza entre la empresa y el cliente para determinar el diseño, su costo y el beneficio que traerá para ambas parte y así proceder con la reducción de los costos.

Figura 16. Valor Agregado en Cajas de Cartón para Alimentos.

¿Si compra una caja de cartón para alimentos, le gustaría que esta tuviera separador para que los alimentos no se mezclen?
69 respuestas



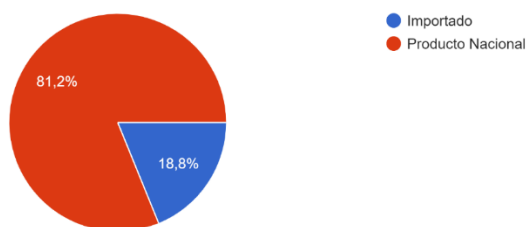
Fuente: Elaboración propia

Con el fin de que los alimentos lleguen a su consumidor final en buen estado, se propone diseñar separador de alimentos con el fin de garantizar que los alimentos almacenados en cajas de cartón lleguen

en buena presentación gustativa a los usuarios finales, es esta pregunta se evidenció que las personas con un 89.9%, consideran que es importante lo que conlleva de tomar esta situación como parte importante para socializar con la parte directiva de la empresa y diseñar una estrategia sobre la implementación de estos separadores de alimentos.

Figura 17. *Preferencia en la Procedencia de las Láminas de Cartón.*

¿Si tuviese la oportunidad de elegir frente a la importación del cartón a menor precio, que la compra nacional con mayor precio, cuál sería su elección al respecto?
69 respuestas

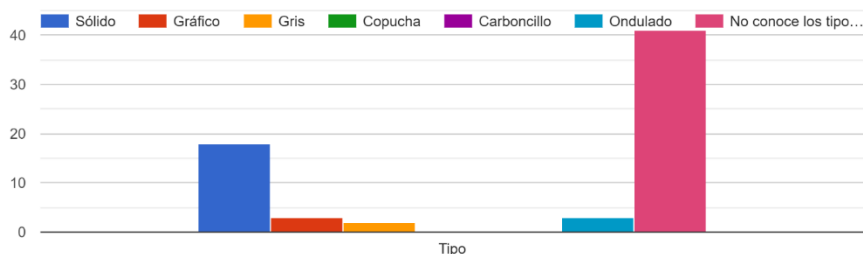


Fuente: Elaboración propia

Logramos identificar que la mayoría de las personas consideran que es importante apoyar la industria nacional con respecto a la compra de láminas de cartón, que es la materia prima de la empresa para la producción de cajas de cartón, no obstante, en ocasiones los proveedores no cuentan con el suficiente stock de material disponible para proveer de material, por ende, la empresa debe buscar aliados estratégicos internacionales que le permita tener un proveedor en planes de contingencia con el fin de que los clientes no tengan preocupación por falta de producto.

Figura 18. *Tipo de Cartón para Alimentos.*

¿Cuál considera que es el tipo de cartón adecuado para los alimentos?

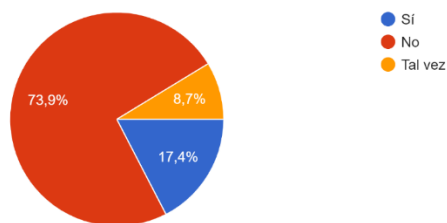


Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta permite identificar dentro de la población encuestada si conocen los tipos de cartón que existen para el almacenamiento de alimentos, por consiguiente, más del 40% de los encuestados manifestaron no conocer los tipos de cartón, y el 27% indica que es el cartón sólido. Acá lo importante es que la empresa implemente adecuadamente el tipo de cartón acorde para el almacenamiento de alimentos y garantice y respalde a los usuarios con un producto que cuente con las condiciones necesarias para almacenar los alimentos.

Figura 19. Diseños en las Cajas de Cartón.

¿Sabe cómo insertar en una pieza de cartón un logo de una empresa determinada?
69 respuestas



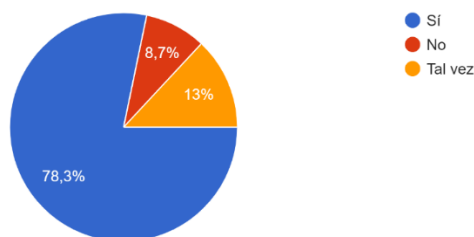
Fuente: Elaboración propia

La mayoría de las personas no conocen como es que se le realiza el diseño y se plasma en una caja de cartón, lo que se evidenció acá es que es importante contar con un tutorial de como es este proceso con el

fin de que los clientes puedan verificar como es este paso y así tener una percepción de cómo es que podrían realizar un diseño dentro de sus cajas sin importar su utilización.

Figura 20. *Proceso de Producción de Cajas de Cartón.*

¿Le gustaría conocer el lugar donde realizan la producción de cajas de cartón?
69 respuestas

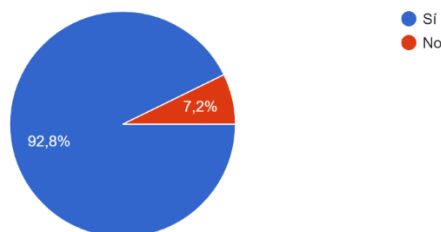


Fuente: Elaboración propia

Las personas están interesados en su mayoría en conocer cómo es que se realiza el proceso de producción de las cajas de cartón, esto sirve tanto como para clientes como para captar recurso humano con las capacidades y habilidades que se requieren dentro de una planta de producción, así mismo, apalancar al área de ventas para invitar a los clientes a que conozcan este proceso y tengan una visión más completa sobre el proceso productivo de la empresa, tener un acercamiento y relacionamiento para mostrarles lo importante que son los clientes para la empresa.

Figura 21. *Reciclaje de Cartón.*

¿Sabía usted que se puede reciclar el cartón, para darle un nuevo uso, en especial para la elaboración de cajas de cartón?
69 respuestas

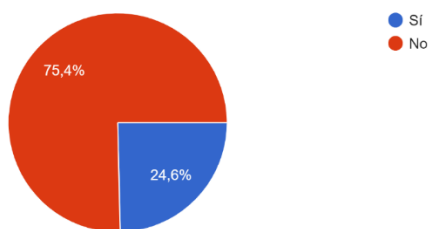


Fuente: Elaboración propia

La mayoría de las personas saben que se puede realizar reciclaje de cartón, en esta parte es importante esta pregunta para el desarrollo de la estrategia planteada en el presente trabajo de grado, ya que nos da a entender la importancia del reciclaje y la reutilización de desechos que se encuentren actos para iniciar un nuevo proceso productivo como lo indican el 92.8% de las personas encuestadas que consideran que se puede reciclar el cartón.

Figura 22. *Tipos de Cartón para Imprimir.*

¿Sabe usted si sobre cualquier tipo de cartón se puede imprimir cualquier tipo de logo?
69 respuestas

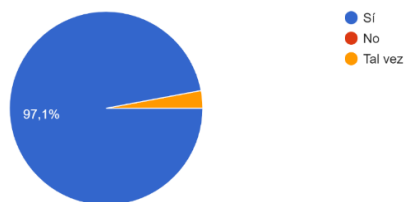


Fuente: Elaboración propia

Las personas no saben si en cualquier tipo de cartón se puede imprimir, lo que nos da a entender que la empresa debe tener en su inventario material disponible donde se pueda imprimir sin importar el tipo de cartón, puesto que esto ayuda a reducir sustancialmente los tiempos de producción cuando se requiera realizar la impresión de un diseño determinado en una caja de cartón.

Figura 23. *Participación en una Planta de Producción de Cajas de Cartón.*

¿Si tuviese la oportunidad de trabajar en una planta de producción de cartón, considera importante utilizar elementos de protección?
68 respuestas

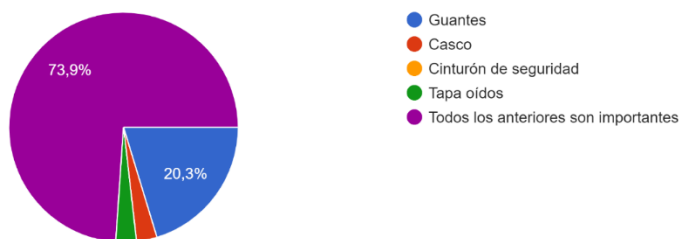


Fuente: Elaboración propia

De la población encuestada el 97.1%, indican que son importantes los elementos de seguridad, lo que nos da a entender es que el capital humano estaría dispuesto a trabajar en la empresa para aumentar y potencializar de esta forma la parte operativa, garantizando su seguridad laboral, la cual es importante para apalancar al área de ventas con un producto de óptima calidad.

Figura 24. *Elementos de Protección en una Planta de Producción de Cajas de Cartón.*

Que cree que es el elemento de protección más importante de protección en los trabajadores de una planta de producción de cajas de cartón.
69 respuestas



Fuente: Elaboración propia

En una planta de producción se debe garantizar los elementos de seguridad a sus trabajadores con el fin de evitar accidentes laborales, las personas consideran que el 73.9%, deben usar guantes, casco, cinturón de seguridad, tapa oídos con el fin de prevenir estos accidentes, mientras que un 20.35% indican que los guantes son los más importantes. En este punto es importante diseñar un programa de seguridad y salud en el trabajo donde se garantice el suministro y porte adecuado de los implementos de protección.

Por otra parte, dentro de la encuesta se realizó una pregunta sobre la importancia del reciclaje de cajas de cartón para la conservación del medio ambiente, encontrando que la mayoría se enfocaban sobre lo importante que es en cuanto al reciclaje en general de todos los productos, la responsabilidad con el medio ambiente, la reducción de la contaminación.

7.2 Análisis e interpretación de la entrevista de profundidad

En este primer cliente de la empresa Multiempaques Inteligentes S.A.S., llamado La Barra JP administrado por el señor Fabio Naranjo, quien tiene 6 sedes en el sur de Bogotá y Soacha, quien nos

indica que ellos realizan los productos que usan las cajas son Pizza, indicó que llevan con la empresa entre 3 y 4 años y que los precios son más bajos que los demás proveedores, así como la calidad de los productos ofrecidos, en cuanto a la parte publicitaria indica que si es importante reforzar y más por qué él no tenía ni siquiera que la empresa se llamaba Multiempaques Inteligentes S.A.S., por lo que considera que si es importante reforzar sus temas publicitarios y medios por los cuales se puedan encontrar el portafolio de servicios, así mismo, indica que recomendaría por calidad, precio y disponibilidad a la empresa, con respecto al horario no tiene inconveniente las horas de entrega de la entrega de material en sus instalaciones y reitera sobre su calidad bajo precio y amabilidad de las personas a cargo de la entrega de la mercancía.

Teniendo en cuenta lo anterior, podemos evidenciar que, aunque los precios y la calidad son buenos, es importante generar recordación de la marca con los clientes, pues el señor Naranjo no sabía cómo era el nombre de la empresa que le provee sus cajas, por lo que se considera importante reforzar el portafolio de servicios por medio de la página web y redes sociales, las cuales no existen en la actualidad.

El segundo cliente es Distribuciones Gabi, administrado por el señor Jonathan Raúl Ibagué, quien tiene tres sedes en el municipio de Soacha en el departamento de Cundinamarca, y su producto que usan las cajas de cartón es para la pizza, considera que el factor diferencial para tener a Multiempaques Inteligentes S.A.S. como proveedor es el calibre del cartón de acuerdo a las necesidades que él tiene y la economía del mismo, indica que considera que si es importante para encontrar la empresa, ya que no hay publicidad ni página para encontrarlo con las características que necesita, puesto que se contactó por recomendación de un amigo, así mismo, recomienda la empresa como proveedor, manifestó conocer los calibres del cartón y cuál es el ideal para el producto que usa, recomienda manejar más variedad en el calibre del cartón y reitera que el costo es ideal para producto que él necesita.

Teniendo en cuenta lo anterior, el señor Ibagué recomienda tener mayor variedad en el calibre del cartón, así mismo, la implementación de canales donde se pueda contactar la empresa, ya que en este momento no se cuenta con página web ni redes sociales, esto ayudara y apalancaría al área comercial para

incrementar las ventas y que el área de producción tenga mayor oportunidad de trabajo e incrementar el capital humano de la empresa.

7.3 Discusión

Es importante tener en cuenta que se obtuvieron los resultados esperados en el planteamiento del problema junto con los objetivos, asociados con la encuesta y entrevista de profundidad, los cuales reflejan la importancia de la realización de un plan estratégico, sin embargo, teniendo esta recopilación de información es importante diseñar el Plan estratégico de mercadeo del área comercial de la empresa Multiempaques Inteligentes SAS, en la ciudad de Bogotá y Soacha Cundinamarca, para el primer semestre del 2023.

Sin embargo, desde la parte directiva de la organización se deben garantizar los recursos económicos, de tiempo y esfuerzos adicionales que se requieran para poder llevar a cabo un correcto plan dentro de la empresa, el cual involucre, desde su parte directiva, sea liderado por cada gerente de proceso y que estos a su vez tengan una sinergia, así mismo, los trabajadores se apropien del mismo, con el fin de que todos garanticen el cumplimiento del mismo, ya que es una ganancia de estabilidad y rentabilidad para todos en la organización, para esta discusión se tuvo en cuenta como lo contempló (Abilene Escamilla Ortiz, 2018).

Se debe entender y comprender la importancia que es el cliente para la empresa, por eso a pesar de que el cliente este satisfecho por el precio del producto, se debe educar sobre la importancia de realizar adecuadamente el ciclo de negocio, desde la cotización, la producción y entrega de mercancía y el pago oportuno por la mercancía que se entregue, es decir, que el flujo de efectivo dentro de la organización este apalancado por el área comercial en el pago oportuno de los productos.

7.4 Propuesta de solución

Teniendo en cuenta los objetivos propuestos en el presente trabajo de investigación, se debe de implementar las estrategias acordes para alcanzar los mismos, con el fin de mejorar la imagen de la empresa de cara al cliente, a través de las siguientes sugerencias:

- Plan de saneamiento, emergencia y desastres: Realizar y conservar un Plan de Saneamiento, Prevención, Preparación y Respuesta ante las emergencias que puedan ocurrir, con el objetivo de minimizar los riesgos, la respuesta y la redención frente a eventos desfavorables dentro del área comercial y producción, de esta forma las personas pueden estar atentos y tomar conciencia de la importancia que asume la contracción de los riesgos, así garantizar seguridad y la amparo de las instalaciones y materiales según la normatividad vigente, es importante realizar la señalización, adecuación de extintores, alarma, botiquín, rutas de evacuación, realizar fumigación periódica y elementos de limpieza y desinfección, todo lo anterior debe estar debidamente señalado y documentado.
- Adecuación e implementación de los elementos de trabajo: Según la visita técnica realizada antes de iniciar con el presente trabajo de grado, evidenciamos las falencias que se presentan referente a los elementos de protección para los trabajadores en el área comercial, producción y distribución, razón por la cual se sugiere dotar a los empleados con los elementos de protección como lo son (casco, gafas, guantes overol, botas y cinturón para carga pesada), para los trabajadores del área comercial uniforme donde se evidencie el nombre y logo de la empresa para generar distinción y recordación en los clientes en el momento de recibirlos en las instalaciones o punto de venta o de realizar visitas en los diferentes clientes para realizar negociaciones.
- Portafolio de productos: Es importante que todos los clientes puedan acceder al portafolio que tenga la empresa con el fin de tener una visión más amplia con respecto a los productos que requieran para satisfacer las necesidades que se les presente, así mismo, con clientes potenciales que estén en la búsqueda de empresas dedicadas a la producción y comercialización de cajas de cartón, acá las empresas puedan en tiempo real evidenciar por medio de un código QR, la existencia de todas las referencias de los diferentes productos que la empresa registra en el inventario.

- **Página web y Redes sociales:** Al momento de crear una página web junto con la perfilación de las redes sociales como Facebook e Instagram, los clientes pueden a través de estos medios poder evidenciar las diferentes referencias del portafolio de productos que la empresa tiene, el cual puede enlazar directamente con el código QR para validar la existencia en inventarios. Es importante resaltar por medio de las redes sociales aspectos positivos como certificaciones de los productos, videos del proceso de la transformación del cartón, personal donde se evidencie que utilizan los implementos de protección y las instalaciones de la empresa ordenada y demarcada correctamente, ya que hoy en día los clientes buscan por medio de las redes sociales los productos que desean y de esta forma pueden ubicar la empresa con el fin de lograr la captación de nuevos clientes.
- **Dominio en los correos electrónicos corporativos:** Se plantea involucrar el dominio de la empresa dentro de los correos electrónicos para algunos colaboradores de cargos específicos de empresa (área comercial), ya que esto de cara al cliente generará recordación corporativa e impacto positivo dentro de los mismos, por consiguiente, al momento de que el cliente desea adquirir los productos ofertados, puedan realizar la búsqueda del contacto por medio de nuestro correo electrónico, ya que dentro de la organización se utiliza el dominio de gmail.com, así y de esta forma se pretende dar credibilidad a la organización.
- **Punto de venta:** Con un punto de venta se pretende abarcar varias situaciones como lo son que los clientes que requieran verificar la calidad, variedad y existencia del producto, puedan acercarse personalmente a verificar el pedido a primera mano y no puedan esperar por motivos operacionales de su empresa, por otra parte, en ocasiones no es posible ajustarse al tiempo de despacho, ya que se cuenta con un vehículo al cual se le realiza ruta de programación de entrega de acuerdo a la ubicación geográfica de los clientes, con el punto de venta se crea la oportunidad para cubrir las necesidades expuestas anteriormente y otras que puedan ser identificadas a futuro.

- **Capacitación:** Realizar una capacitación a nivel organizacional sobre la apropiación de las necesidades de la empresa como necesidades de cada uno, con el fin de motivar y orientar al cumplimiento de los objetivos propuestos, ya que los clientes internos son facilitadores de posibles clientes para el área comercial por medio de opiniones y sugerencias, para lograr la captación de clientes, así mismo, la motivación del personal para desarrollar adecuadamente sus funciones las cuales se ven reflejadas en el producto final.
- **Certificación del producto:** Es importante agilizar el proceso que rige la Norma Técnica Colombiana 6019. Etiquetas ambientales tipo 1, Sello ambiental Colombiano (SAC), criterios ambientales para la pulpa, papel y cartón y productos derivados, que ofrece los organismos de acreditación como lo es él (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, s.f.), puesto que cuando los clientes evidencian que las empresas tienen certificado el producto, mayor credibilidad tendrán para la adquisición de los mismos, siendo este un plus en comparación con los demás competidores, ya que no solamente se compete con precio y calidad, sino también con un producto certificado que respalda la operación de la empresa y que ayuda al área comercial con el poder de negociación con sus clientes.

8. Análisis financiero

Se identificó que los recursos impactados de manera directa en el presente plan estratégico de marketing es el económico y el recurso humano, sin embargo, con respecto al recurso económico, puede ser apalancado siempre y cuando se use los recursos físicos existentes en la empresa y la interacción por medio de redes sociales, lo cual paulatinamente mejorará la veracidad en los procesos de la organización y la interacción con los clientes.

Con respecto al recurso humano, garantizará una consolidación de capital humano, respaldando y permitiendo a los clientes tener mayor accesibilidad a la información y la mejor disposición por parte de los colaboradores en el proceso de compra de los diferentes productos que se oferten.

Las adecuaciones internas de la empresa permiten a la organización cumplir con los estándares de higiene necesarios para el trabajo dentro de la empresa, así mismo, es importante que los empleados también cuenten con la dotación requerida que contribuya a mejorar la imagen corporativa y mantener la salud de los empleados

Figura 25. Presupuesto del Plan Estratégico de Marketing

MULTIEMPAQUES INTELIGENTES S.A.S.											
Plan estratégico de mercadeo que aporte al área comercial											
OBJETIVO		Diseñar un plan estratégico de mercadeo que aporte al área comercial para el posicionamiento de la empresa Multiempaqués Inteligentes S.A.S., contribuyendo a incrementar el nivel a la adquisición de productos en la ciudad de Bogotá y municipio de Soacha, Cundinamarca, en el primer semestre a partir de su implementación.									
DE 1 DE ENERO A 30 DE JUNIO DEL 2023											
CAPACITACIÓN E IMPLEMENTACIÓN											
Item		PRESUPUESTO				REALES				DESVIACIÓN POR VOLUMEN en servicios	
Costos:	Q totales	Costo unitario	Cantidad unitario	Unidad de medida	Q totales	total costos	Costo unitario	Cantidad unitario	Unidad de medida		Costo total
Página web	1	\$ 4.000.000,00	1	Mes	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	1	Mes	\$ 4.000.000	\$-
Salarios (Ventas)	2	\$ 1.160.000	6	Mes Hombre	6	\$ 6.960.000	\$ 1.160.000	20	Mes Hombr	\$ 6.960.000	\$-
Punto de venta (Arriendo)	12	\$ 12.000.000	1	Mes	12	\$ 12.000.000	\$ 1.000.000	12	Mes	\$ 12.000.000	\$-
Dotación personal ventas	4	\$ 508.700	2	Semestral	4	\$ 2.034.800	\$ 508.700	4	Semestral	\$ 2.034.800	\$-
Dotación personal planta producción	5	\$ 294.400	5	Semestral	10	\$ 2.944.000	\$ 294.400	10	Semestral	\$ 2.944.000	\$-
Fumigación planta producción	2	\$ 240.000	2	Semestral	2	\$ 480.000	\$ 240.000	2	Semestral	\$ 480.000	\$-
Adecuación instalaciones (Plan emergencia saneamiento, emergencia y desastres)	1	\$ 5.000.000	1	Mes	1	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	1	Mes	\$ 5.000.000	\$-
Licencia de Office	1	\$ 1.047.384	1	Mes	1	\$ 1.047.384	\$ 1.047.384	5	Mes	\$ 1.047.384	\$-
Comisiones a vendedores	2	\$ 949.453	12	Mes	12	\$ 11.393.431	\$ 949.453	20	Mes	\$ 11.393.431	\$-
Teléfono móvil	2	\$ 37.500	12	Mes	12	\$ 450.000	\$ 37.500	20	Mes	\$ 450.000	\$-
Portafolio de servicios	1	\$ 2.000.000	1	Mes	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	20	Mes	\$ 2.000.000	\$-
Gestión de redes sociales	1	\$ 2.000.000	1	Mes	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	8	Mes	\$ 2.000.000	\$-
TOTAL COSTOS						\$ 50.309.615				\$ 50.309.615	\$-

*(Plan emergencia saneamiento, emergencia y desastres)

DE 1 DE ENERO A 30 DE JUNIO DEL 2023			
Plan	Presupuestado	Real	Desviación eficiencia pura
MOD	\$ 40.812.231	\$ 40.812.231	\$-
MP	\$ 9.497.384	\$ 9.497.384	\$-
CIF Fijo	\$ 50.309.615	\$ 50.309.615	\$-

CUENTA DE RESULTADOS						
	REAL	%	PRESUPUESTADO	%	DIFERENCIA ABSOLUTA	DIFERENCIA %
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 11.393.431	100%	\$ 11.393.431	100%	\$-	0%
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 38.916.184	100%	\$ 38.916.184	100%	\$-	0%
COSTO TOTAL	\$ 50.309.615	\$ 1	\$ 50.309.615	100%	\$-	0%

TOTAL COSTOS	
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 11.393.431
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 38.916.184
TOTAL COSTOS	\$ 50.309.615

Fuente: Elaboración propia

9. Conclusiones y recomendaciones

Es importante realizar el Plan estratégico de mercadeo del área comercial de la empresa Multiempaques Inteligentes SAS, en la ciudad de Bogotá y el municipio de Soacha, que se encuentra ubicado en el departamento de Cundinamarca, para empezar a realizar la implementación durante el primer semestre del 2023, teniendo en cuenta que es una necesidad que se evidenció en la investigación de mercados realizada a la población que se determinó y con las entrevistas de profundidad realizadas a clientes, donde se logró identificar la importancia de la elaboración de este.

Se identificó dentro de la ejecución de esta investigación, que lograr establecer y consolidar un punto de venta de todos los productos, le permitirá a la empresa tener un canal de venta directo, ya que los clientes pueden dirigirse al establecimiento para adquirir los productos en el momento que lo requieran, poder evidenciar ver especificaciones del mismo, así mismo, se evidenció que el lugar predilecto para la puesta en marcha del punto de venta es el sur de la ciudad de Bogotá, por consiguiente, este es una situación geográfica privilegiada donde la empresa puede empezar a buscar un local comercial centralizado, donde se encuentran la mayoría de sus clientes, para ofertar todos los productos que se fabrican y comercializan. Con respecto a cajas de cartón que no son fabricadas para productos alimenticios, encontramos que los investigados consideran que se puede usar para el almacenamiento de flores y repuestos para carros y motos, ahora bien, con relación a cajas de cartón que si son usadas para almacenar productos alimenticios, se evidenció que la mayoría de las personas encuestadas consideran que estos pueden ser usados para almacenar pizza en su mayoría, también consideran que se puede empacar las hamburguesas y los perros calientes, en este orden de ideas estos establecimientos son clientes potenciales teniendo en cuenta que la empresa tiene como producto estrella las cajas de cartón para pizza y ha incursionado en los demás empaques, es este punto el área comercial debe empezar a entablar relaciones con estos tipos de empresas dedicadas a estas actividades comerciales esperando que a futuro se convertirán en clientes potenciales de la empresa ayudando a mantener en el mercado.

Diseñar adecuadamente un portafolio de servicios donde se involucre las fichas técnicas de cada uno de los productos, con el fin de que cada cliente pueda identificar claramente dentro de estas si cumple con las características para suplir la necesidad que requiere, por esta razón, contar con un producto con las especificaciones apalanca al área comercial para conocerlo y tener mayor capacidad de convencimiento al momento de ofrecer un producto a los clientes, es importante destacar que este portafolio puede ser cargado en las redes sociales, así mismo, pueden acceder por medio de un código QR, el cual permite visualizar desde cualquier dispositivo móvil las referencias de todos los productos que en la actualidad la empresa tiene y poder verificar el estado dentro de su inventario.

La empresa debe implementar los perfiles corporativos en las diferentes redes sociales existentes, para lo cual se sugiere iniciar con Instagram y Facebook, donde se incluya también el portafolio de productos, historias de satisfacción de clientes de los productos entregados, imágenes de los productos que sean visualmente amigables y que generen recordación en los internautas.

Ahora bien, se identificó la necesidad de la creación de una página web y la adquisición del dominio dentro de los correos corporativos, ya que esto fortalece la imagen corporativa de la organización, generando a los clientes mayor credibilidad y de esta forma generar oportunidad de fortalecer las relaciones comerciales, puesto que se identificó que algunos clientes no conocen el nombre de la empresa, si no lo conocen como la empresa que fabrica y comercializa las cajas de cartón.

Es transcendental realizar una capacitación al personal del área de producción y comercial en aspectos de saneamiento, seguridad y salud en el trabajo, emergencias y desastres, así como la importancia de las buenas prácticas de manufactura, unas que se encuentran ligadas directamente a la planta de producción y área comercial, esto con el fin de prevenir y mitigar posibles amenazas dentro de los colaboradores con situaciones adversas a la operación, así mismo, fortalecer sus habilidades en su puesto de trabajo e incentivar con el fin de evitar situaciones de rotación de personal que afecten directamente en el proceso productivo de la empresa. Con respecto al área comercial, desarrollar habilidades de ventas y captación de

clientes, para aumentar sustancialmente la venta de productos por parte de la empresa y de esta forma generar liquidez y aumentar rentabilidad.

Dentro de un mercado cada vez más competitivo y cambiante es de suma importancia que la empresa realice el proceso de certificación del producto, esto respaldara de manera positiva la labor que realiza el área comercial para lograr un acuerdo con los clientes, ya que como se evidencia en la encuesta realizada, un producto certificado y con calidad en el material es un factor diferencial al momento de comprar una caja de cartón, siendo este un aspecto fundamental para la captación de nuevos clientes y poder consolidarse en las empresas que se dedican a esta actividad económica.

Finalmente, se concluye la viabilidad del plan estratégico de mercadeo del área comercial de la empresa Multiempaques Inteligentes SAS, ya que la propuesta de solución brindada está direccionada para fortalecer las ventas de la empresa, de igual modo, es importante contar con el trabajo en equipo con el área de producción y aprobación por parte de la gerencia, esto con el propósito de lograr realizar la inversión y aumentar el nivel de producción y comercialización de los productos que la empresa oferta a sus clientes.

10. Bibliografía

- Abilene Escamilla Ortiz. (septiembre de 2018). Obtenido de
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-00992018000300157
- Agudelo, C. A., & Boyero Saavedra, M. (2013). EL CRM COMO HERRAMIENTA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA ORGANIZACIÓN. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 135-149.
- Alvarado Pillajo, J., & Rivera Ayala, N. (2017). *Análisis y mejoramiento de los procesos productivos de cajas de cartón de la empresa Carbolsas Ltda.* Obtenido de
<http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2017/168586.pdf>
- Ancín, J. M. (2015). *El plan de Marketing en la práctica*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Aparicio Martos Robles, J. (Febrero de 2022). *Propuesta de mejora del proceso de gestión del talento humano en el área de impresión flexográfica de cajas de cartón corrugado en TRUPAL S.A.* Obtenido de
https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/15582/Martos_cart%c3%b3n-corrugado_Trupal.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arévalo Vanegas, A. M., Polanco Ponton, A. E., & Rodríguez Salamanca, J. A. (2017). *DISEÑO MECÁNICO DE PLANTA PARA ELABORACIÓN DE CAJAS DE CARTÓN CORRUGADO, PARA LA COMPAÑÍA CENTRAL DE EMPAQUES Y CORRUGADOS S.A.S.* Obtenido de
<http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/4025/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ayestarán, R., Rangel, C., & Senastián, A. (2012). *Planificación estratégica y gestión de la publicidad*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Best, R. (2007). *Marketing Estratégico*. Madrid: Pearson.
- Best, R. j. (2007). *Marketing Estratégico*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN S. A.

- Borras, V., López Roldán, P., & Lozares Colina, C. (noviembre de 1999). *LA ARTICULACION ENTRE LO CUANTITATIVO Y LO CUALITATIVO: DE LAS GRANDES ENCUESTAS A LA RECOGIDA DE DATOS INTENSIVA*. Obtenido de <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/4119/article.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Buenas prácticas de fabricación, para la fabricación de papel y cartón*. (2010). Madrid: ASPAPEL.
- Cante Ortiz, J., Mejía Lozano, A., & Segura Sánchez, L. (2017). *Propuesta estratégica para el mejoramiento de la empresa Hammerhead sucursal Colombia*. Obtenido de <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/302?locale-attribute=en>
- Castells, M. A. (2017). *Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Chiavenato, I. (2017). *Planeación Estratégica*. Mexico, D.F.: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.
- DANE. (8 de febrero de 2018). Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018>
- Dirección Estratégica*. (2008). Malaga: Publicaciones Vértice.
- Escuela de Organización Industrial*. (2 de junio de 2013). Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/madeon/2013/06/02/higiene-salud-y-seguridad-ocupacional/>
- Falquez Arce, S., & Bohórquez Suárez, F. (Mayo de 2019). *Polo del conocimiento*. Obtenido de <file:///C:/Users/datovarc/Downloads/Dialnet-LaFabricacionDeCajasDeCartonConMaterialRecicladoAT-7164249.pdf>
- Función Pública*. (s.f.). Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=12672>
- Función Pública*. (s.f.). Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=33104>

- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 383-398.
- Grasso, L. (2006). *Encuestas elementos para su diseño y análisis*. Córdoba: ENCUENTRO Grupo Editor.
- Gutiérrez Mora, C., Mosquera Ortega, C., & Moreno Bustos, D. (2016). *Plan de mejoramiento del área comercial de la empresa cartonería Mosquera S. A.* Obtenido de <https://repository.urosario.edu.co/items/7d09450b-8aeb-45cc-b559-e18e7bebd080https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/63a9c893-bf22-44de-a201-999c97bcd90a/content>
- Herrera González, Y., Cantero-Cora, H., & Leyva-Cardenosa, E. (2021). Gestión del servicio al cliente para lograr ventajas competitivas en empresas comercializadoras. *Ciencias Holguín*, 18-22.
- Icontec Internacional*. (s.f.). Obtenido de <https://www.icontec.org/normalizacion/>
- Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación*. (s.f.). Obtenido de https://www.icontec.org/eval_conformidad/certificacion-sello-ambiental-colombiano-2/
- International Organization for Standardization*. (s.f.). Obtenido de <https://www.iso.org/standard/42140.html>
- Kotler, P. (1999). *El Marketing según Kotler*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S. A.
- Kotler, P. (2006). *Dirección de Marketing*. Naucalpan de Juárez: Pearson Educación de México S. A.
- Laza, C. A. (2019). *Investigación y recogida de información de mercados*. La Rioja: EDITORIAL TUTOR FORMACIÓN.
- Leal Escobedo, L., Rodríguez Picón, L., Méndez González, L., & Pérez Olguín, I. (2021). *Artículos del Congreso Internacional Academia Journals Hidalgo 2021*. Obtenido de <http://cathi.uacj.mx/bitstream/handle/20.500.11961/19090/Mejora%20del%20Desempe%C3%B1o%20de%20un%20Proceso%20de%20Manufactura%20de%20Cajas%20de.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ministerio de Ciencias. (s.f.). Obtenido de

https://minciencias.gov.co/portafolio/reconocimiento_de_actores/unidad-idi-la-empresa

Ncín, J. M. (2017). *El Plan Estratégico en la práctica*. Madrid: ESIC EDITORIAL.

Quinn, J. B. (1991). *El proceso estratégico*. Naucalpan de Juárez: Prentice Hall Hispanoamericana S.A.

Quiñónez Ramírez, E. J. (Septiembre de 2018). *Plan de mejora de riesgos ergonómicos en el área de logística de una planta de fabricación de cajas de cartón corrugado y micro corrugado en la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/36707>

Robles, B. (diciembre de 2011). *Scielo*. Obtenido de

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-

16592011000300004#:~:text=La%20entrevista%20en%20profundidad%20se,distinguir%20los%20temas%20por%20importancia

Rodríguez González, L., & Salcedo Salcedo, J. (2020). *Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de muebles elaborados con tubos (bidones) de cartón reciclado*. Obtenido de

https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/12579/5/TE.PRO_SalcedoJohn-RodriguezLuis_2020.pdf

Soto Chávez, L. H., Ugalde Vicuña, J. W., & Zambrano Silva, D. H. (Octubre de 2020). *Polo de conocimiento*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7659443>

Urbina, N. O. (2021). El proceso de posicionamiento en el marketing: pasos y etapas. *Revista Academia & Negocios*, 61-62.

Velázquez, M. O. (2014). *Marketing, conceptos y aplicaciones*. Barranquilla: VERBUM.