

CONVERSAPLAST

Revista Especializada de la Industria Venezolana del Plástico

Año 8 - Número 16 - Octubre 2014

GERENCIA EFICIENTE
El coaching

GERENCIA EFICIENTE
Gerenciar con éxito en
tiempo de incertidumbre

GERENCIA EFICIENTE
A la caza de
oportunidades

Nuevos desarrollos en
bioplásticos

NUEVOS DESARROLLOS DE
**ALCOHOL
POLIVINÍLICO (PVOH)**
PARA ENVASE ALIMENTARIO DE ALTA BARRERA

¿SE PUEDE OBTENER
ELECTRICIDAD DE LOS
POLÍMEROS?

TALLER DECRETO LEY ORGÁNICA
DE PRECIOS JUSTOS



AVIPLA
Asociación Venezolana de Industrias Plásticas
www.avipia.org

CONVERSAPLAST

Revista Especializada de la Industria Venezolana del Plástico, editada por AVIPLA
Año 8 • Número 16 • Octubre 2014

Junta Directiva de AVIPLA

- Presidente** Hugo Dell'Oglio
- Vice-Presidente** María Teresa Gasiba
- Tesorero** Ivano Romano
- Directores** Khalil Nasser
Alberto Borrajo
Pascual del Gesso
Samira Hijjawi
Raúl Álvarez
Arnold Coburn
- Directores Regionales** Ismael González (Aragua)
Diego Arriaga (Carabobo)
Hernán Tamayo (Centro Occidente)
Edgar Pedraja (Zulia)
Antonio Salguero (Los Andes)
- Representante ante Conindustria** Roberto Mendoza
- Coordinación General** Raquel Guillén Alamo
Comunicaciones AVIPLA
- Consejo Editorial** Raquel Guillén Alamo
- Colaboradores** Ing. Lucía G. Pérez Amaro
Istituto di Chimica dei Composti Organometallici
Consiglio Nazionale delle Ricerche (ICCOM-CNR)
Pisa, Italia
lucia.perez@pi.iccom.cnr.it
- Ana Espert**
Nuria López
AIMPLAS
Instituto Tecnológico del Plástico Valencia, España
aespert@aimplas.es
- Waleska Pumar**
Coach, Escritora y Conferencista.
Proéxito
Caracas, Venezuela
proexito@hotmail.com
- Daniel Velásquez**
Consultor, Profesor, Escritor y Conferencista
PI Consultores Gerenciales
Caracas, Venezuela
dvelasquez@piconsultoresg.com
- Juan Carlos Jiménez**
Consultor, Profesor, Escritor y Conferencista
Cograf Comunicaciones
Caracas, Venezuela
jucar@cograf.com
- Dr. Ing. Laura Florez**
Directora de Procesamiento de Polímeros, PM Tec Servicios de Ingeniería S.A.S.
- Mercadeo y Publicidad** Factum Publicidad, C.A.
factum7@gmail.com
- Arte, Diagramación y Diseño** Soraya Mujica
sorymujica75@gmail.com
- Impresión** Altolitho, C.A.

EDITORIAL

3

PROMOVIENDO LA INTEGRACIÓN: ESTRATEGIA Y DESARROLLO

CAPACITANDO AL SECTOR

4

TALLER DECRETO LEY ORGÁNICA DE PRECIOS JUSTOS

CIENCIA, TECNOLOGÍA Y AMBIENTE

8

NUEVOS DESARROLLOS DE ALCOHOL POLIVINÍLICO (PVOH)
PARA ENVASE ALIMENTARIO DE ALTA BARRERA

¿SE PUEDE OBTENER ELECTRICIDAD DE LOS POLÍMEROS?

CIENCIA, TECNOLOGÍA Y AMBIENTE

12

CIENCIA, TECNOLOGÍA Y AMBIENTE

16

Nuevos desarrollos en bioplásticos

GERENCIA EFICIENTE

20 - 27

Waleska Pumar

El coaching: ¿Una "simple" conversación de altura, o una estrategia de productividad y eficiencia empresarial?

¡Hagamos equipo!

Manejo positivo del conflicto ¿es posible? ¡Sí, sí es posible!

GERENCIA EFICIENTE

28 - 38

Daniel Velásquez

Gerenciar con éxito en tiempo de incertidumbre

Emprendimiento versus entorno

El éxito de los emprendimientos depende de la estrategia

Planes de negocios: Un enfoque diferente

GERENCIA EFICIENTE

40 - 50

Juan Carlos Jiménez

A la caza de oportunidades

Aprender a aprender es la fuente de más oportunidades

Cultivando la lealtad del cliente interno

El entusiasmo no se puede comprar

PLÁSTICOS EN EL MUNDO

52

EVENTOS DEL AÑO

Gerenciar CON ÉXITO EN TIEMPO DE INCERTIDUMBRE

Daniel Velásquez

Consultor, Profesor, Escritor y Conferencista
dvelasquez@piconsultoresg.com

Daniel Velásquez es Socio Fundador y Presidente de PI Consultores Gerenciales y Asociados, compañía dedicada al adiestramiento y asesoría integral de emprendedores, PYMES, grandes empresas, multinacionales y cámaras de comercio. Es Ingeniero de la Universidad Católica Andrés Bello, tiene un Master en Negocios de la Universidad de Emory en Atlanta, USA; obtuvo un diplomado en la Universidad de Georgia en USA y ha realizado estudios en el IESA. Es Mentor de Emprendimiento del IESA, Profesor del Centro Internacional de Actualización Profesional de la Universidad Católica Andrés Bello y Profesor de Postgrado de la misma universidad.

Con 18 años de experiencia gerencial en Venezuela, Latinoamérica, Brasil, USA y Europa, ha ocupado posiciones como Presidente & CEO de Paperboard International, multinacional con casa matriz en Atlanta, USA y operaciones en tres continentes. Estuvo encargado de la planificación estratégica, mercadeo y ventas de una división a nivel mundial de Graphic Packaging International, multinacional con ventas de 4 millardos de dólares al año y casa matriz en Atlanta, USA.

Una de sus características especiales es crear valor a través de sus artículos que frecuente publica en más de 55 medios de comunicación y múltiples países con más de 230 publicaciones

en los últimos 3 años. Es columnista del Mundo Economía y Negocios, El Doral News (Miami, USA) y Analítica.com; Blogger de Inspirulina Miami USA; y colaborador de las revistas Debates IESA, la revista VIP Business de la Cámara de Comercio en Panamá (Panamá), la revista de la cámara EquipHotel Canadifa e informe21.com. Es conferencista de reconocidas cámaras de comercios e instituciones nacionales e internacionales como VenAmCham, Organización Cisneros, Riverwood International (Bruselas, Bélgica), Conindustria, Klabin (Brasil), The University of Georgia (Athens, USA), Proinlara, Mercer University (Atlanta, USA), Herbes de Moli (España) y Avecintel, entre otros, con más de 30 conferencias en los últimos 2 años.

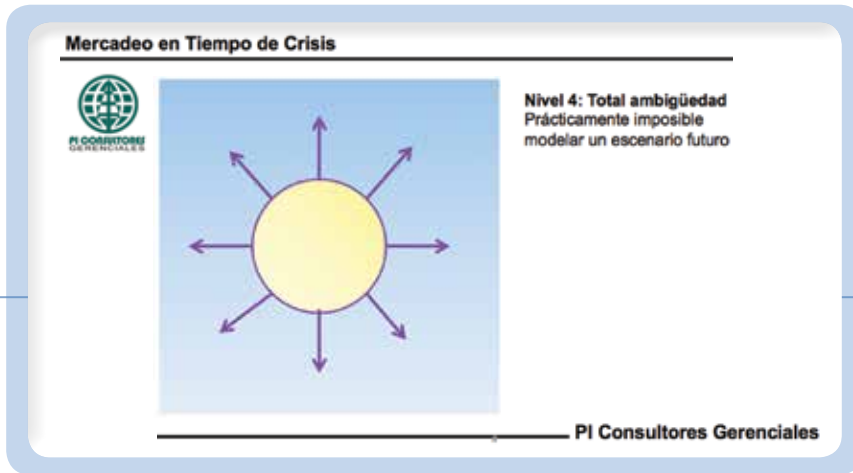
Es asesor de varias cámaras de comercio y participa frecuentemente en entrevistas en medios televisivos, radiales e impresos a nivel nacional e internacional, con más de 90 entrevistas en los últimos 2 años. Es miembro de la organización "International Who's Who of Professionals", organización encargada de reconocer a los profesionales más destacados de alto nivel en el mundo. Obtuvo la beca "Premio a la Excelencia" de la Fundación Gran Mariscal de Ayacucho y está ubicado en el 2% de los Ingenieros Industriales graduados de la Universidad Católica Andrés Bello.



Daniel Velásquez
Consultor, Profesor, Escritor y Conferencista
PI Consultores Gerenciales
Caracas, Venezuela
dvelasquez@piconsultoresg.com

LOS VERDADEROS LÍDERES TOMAN LAS DECISIONES ADECUADAS EN LOS MOMENTOS MÁS DIFÍCILES. VALENTÍA NO ES AUSENCIA DE MIEDO.

Estamos viviendo uno de los peores momentos políticos, económicos y sociales de las últimas décadas: la inflación más alta de los últimos años, especulación sin nombre, un índice de escasez de productos básicos muy alto, escasez de divisas, incertidumbre hacia dónde vamos, la Ley del Trabajo, la falta de políticas económicas claras, la falta de liquidez en moneda extranjera y exceso de liquidez en moneda nacional de parte del Banco Central de Venezuela, por mencionar algunos de los problemas. Según la Consultora Gerencial McKinsey & Company, vivimos en un nivel de incertidumbre cuatro o ambigüedad total, donde hay tantas variables de incertidumbre fuera de nuestro círculo de influencia, que anticipar un escenario futuro es prácticamente imposible. Este es el momento más importante para estar alerta a los cambios, reinventarse y mantener una actitud positiva, que le permita a las empresas navegar con éxito las turbulentas aguas del entorno venezolano. Estas realidades no son excusa para hacer siempre lo mismo, esperando resultados diferentes.



Necesitamos líderes que puedan gerenciar en este entorno de incertidumbre. Hay muchas compañías que son exitosas en este entorno, ellas con una actitud proactiva han identificado oportunidades en las crisis. Sus directivos no están paralizados por el negativismo, ni se han dejado vencer por el paradigma del fracaso. Ellos comparten un paradigma de crecimiento rentable.

Los directivos de estas compañías son verdaderos líderes. Tomar decisiones en este entorno es difícil y ante la incertidumbre surge la parálisis y el miedo de tomar decisiones importantes, pero los verdaderos líderes son valientes y toman las decisiones adecuadas en los momentos más difíciles. Ellos entienden que la valentía no es la ausencia de miedo.

Los verdaderos líderes entienden que la valentía es ser fuerte para tomar las decisiones acertadas, a pesar de tener miedo en este entorno tan difícil. Estos líderes han tenido la fortaleza de reinventar sus modelos de negocios, de las siguientes formas:

- Reinventar sus productos y empaques actuales.

- Lanzar nuevos productos adaptados a las nuevas realidades y regulaciones.

- Buscar asesores para poder responder correctamente a los cambios en el entorno.

- Servir otros nichos de mercado.

- Entender los cambios en las tendencias y necesidades del mercado.

- Utilizar las redes sociales para reducir los costos de mercadeo.

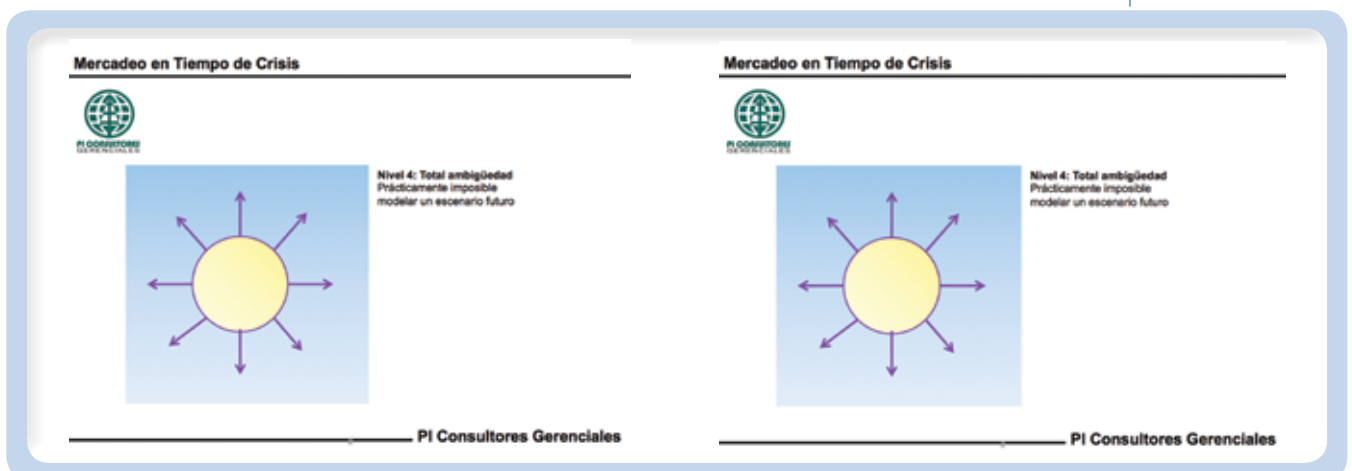
- Modificar canales de distribución mediante alianzas estratégicas con clientes.

- Utilizar economías de escalas para ofrecer servicios a otras compañías.

- Calcular los costos de servicio por segmentos de clientes, para desarrollar los más rentables.

Todas estas empresas tienen algo en común que siempre menciono, y nunca dejaré de repetir.

"Ellos escuchan a sus clientes y entienden sus necesidades para desarrollar una oferta basada en los requerimientos de los mismos. Sus líderes han sido capaces de llevar estas estrategias a todos los niveles de la empresa". ■



Emprendimientos VERSUS ENTORNO

Daniel Velásquez
 Consultor, Profesor, Escritor y Conferencista
 PI Consultores Gerenciales
 Caracas, Venezuela
 dvelasquez@piconsultoresg.com

La diferencia entre el éxito y el fracaso de un nuevo negocio, radica en la escogencia y uso de las herramientas gerenciales.

Una de mis teorías más importantes acerca del emprendimiento, es que el entorno no es el factor determinante del éxito.

La diferencia entre un emprendimiento exitoso y uno que fracasa, radica en la escogencia y uso de herramientas gerenciales que se adapten al entorno, a la industria, al emprendedor y al ciclo de vida en que esté el producto o servicio que se ofrece.

En Venezuela podemos comparar emprendimientos y compañías que venden el mismo producto, dirigido al mismo segmento de mercado y algunas de ellas son muy exitosas y otras no.

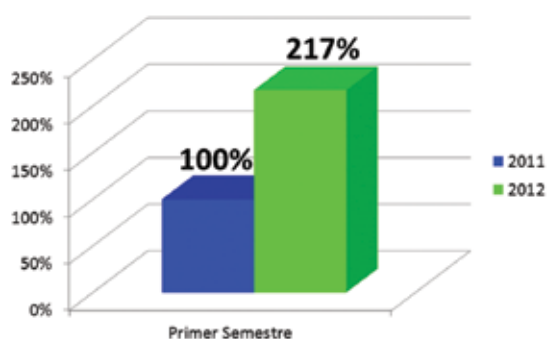
Por ejemplo, los conceptos de Farmahorro y Farmatodo son muy parecidos y mientras Farmatodo es una de las cinco compañías más grandes de Venezuela, con un crecimiento anual en ventas de 42%, según la revista Business Venezuela de VenAmCham; Farmahorro ha estado a punto de quebrar en más de una ocasión. Si el entorno fuera el factor determinante en el éxito de los emprendimientos, Farmahorro debería tener resultados similares a Farmatodo.

Voy a utilizar mi experiencia con uno de mis clientes, para sustentar mi teoría desde otra arista. Las ventas de uno de mis clientes en el primer semestre de 2012, representan 217% de las ventas en el mismo período de 2011 (ver gráfico). La razón que hace duplicar las ventas en la misma compañía, vendiendo los mismos productos, en la misma industria, radica en escoger, analizar y utilizar las herramientas gerenciales, probadamente acertadas que se adecuaron al entorno, los competidores, la industria, la personalidad del emprendedor y el tipo de producto en que se basaba el emprendimiento. En otras palabras: saber escoger las herramientas gerenciales apropiadas para aumentar las ventas y la rentabilidad del emprendimiento. La magnitud de las ventas de mi cliente es de siete cifras en bolívares.

Otro argumento para fundamentar mi teoría, es que hay ejemplos de todo tipo de compañías que han sido exitosas en Venezuela, porque se gestionan profesionalmente con herramientas gerenciales probadamente acertadas:



Las ventas en el periodo Enero-Junio 2012 aumentaron a 217% versus el período Enero-Junio 2011



PI Consultores Gerenciales
 DERECHOS RESERVADOS "DANIEL VELÁSQUEZ © 2012"



- Multinacionales
- Grandes corporaciones
- Pymes
- Emprendimientos de colonias extranjeras que hacen vida en Venezuela
- Pequeños emprendedores
- Nuevos emprendedores

El punto final para sustentar mi teoría en este artículo, es analizar el éxito de los emprendimientos en uno de los países más estables del mundo, Estados Unidos. Si el entorno es el factor determinante en el éxito de los emprendimientos, los nuevos negocios en USA deberían ser mucho más exitosos.

Los datos en que se basa mi investigación, no son las fotografías de cuántas empresas empezaron en un año, versus cuantas empresas están operando el mismo año, con más de tres años y medio de fundadas, como lo hacen los estudios del GEM (Global Entrepreneurship Monitor), sino datos del Departamento de Comercio de USA, mediante un seguimiento del fracaso de los emprendimientos, que se fundaron durante sus cinco primeros años vida.

Para eliminar sesgos, utilicé como punto de comparación el éxito de los emprendimientos en USA, en uno de los períodos más prósperos de la economía norteamericana: el primer gobierno del Presidente Bill Clinton, en la primera mitad de los

años noventa. No utilicé otros períodos para que el fracaso de los nuevos emprendimientos, no se viera afectado por la crisis financiera de 2008 y la crisis económica desatada por el ataque a las Torres Gemelas en 2001.

Según datos del Departamento de Comercio de Estados Unidos, 40% de los nuevos emprendimientos fracasan antes del primer año y 80% fracasan antes del quinto año de fundados. Estas investigaciones rompen los paradigmas de que los fracasos de los emprendimientos, son menores en entornos estables e ilustran un punto muy importante: el éxito de un emprendimiento no depende de la estabilidad del entorno. Cuando analizamos las razones de estos fracasos, llegamos a la misma conclusión que cuando analizamos las razones de los fracasos de los emprendimientos en Venezuela: los emprendimientos no fueron gerenciados profesionalmente con las herramientas de negocios apropiadas.

Estos emprendimientos fueron gerenciados por instinto, mediante ensayo y error y con los consejos de las personas cercanas al entorno del emprendedor, que no tenían ninguna preparación gerencial para asesorar y llevar al éxito el emprendimiento.

De estos datos podemos concluir que un entorno estable no garantiza el éxito de un emprendimiento y que el hecho de que el entorno venezolano sea inestable, no es razón para dejar de emprender o para que los emprendedores culpen al entorno de sus fracasos. ■



El Éxito de los

EMPRENDIMIENTOS DEPENDE DE

LA ESTRATEGIA

Daniel Velásquez

Consultor, Profesor, Escritor y Conferencista

PI Consultores Gerenciales

Caracas, Venezuela

dvelasquez@piconsultoresg.com

Elaborar una estrategia basada en el entorno, las necesidades de los clientes y las debilidades y fortalezas de los competidores, le permite a los emprendedores desarrollar una oferta única para satisfacer las necesidades del Mercado. El primer paso para desarrollar una estrategia exitosa, es entender el concepto y los elementos que la constituyen.

Según la Consultora Gerencial Bain & Company, la estrategia es el arte de distribuir recursos escasos (capital, gerencia, capital de marca, recursos humanos, instalaciones, etc.), entre diferentes oportunidades para desarrollar una ventaja competitiva sostenible en el tiempo: ser el productor más eficiente, atacar un nicho de mercado desatendido, satisfacer las necesidades de los clientes mejor que los competidores. Si los recursos fueran infinitos los emprendedores no necesitarían una estrategia. Pero como ese no es el caso, se necesita una estrategia. Una estrategia nos permite escoger el rumbo adecuado para lograr nuestros objetivos.

Primero hay que evaluar si existe un mercado para nuestros productos. Un gran error que cometen muchos emprendedores es creer que todas las personas perciben el producto o servicio igual que ellos. Los emprendedores tienen

que entender que los clientes no compran tecnología, ni un producto o un servicio per se, ellos compran un producto o servicio que satisface una necesidad.

Estas necesidades se identifican con investigaciones de mercado y no con las suposiciones de los emprendedores. Por eso hay que identificar ¿Quiénes son nuestros clientes? ¿Cuál la necesidad real que nuestro producto va a satisfacer? y ¿Cómo vamos a satisfacer esa necesidad? Hay dos preguntas fundamentales que les podemos hacer a nuestros clientes, cuya respuesta nos ofrece ideas de emprendimiento: ¿Qué quieren ellos que el Mercado no les ofrece? o ¿Qué les molesta de sus suplidores actuales?

La siguiente etapa es entender ¿Quiénes son nuestros competidores? Si los emprendedores creen que no tienen competidores, eso es una señal de que no entienden el Mercado. Los emprendedores tienen que entender ¿Quién está supliendo su producto o servicio en el Mercado? y ¿Si los clientes están satisfechos? Conocer el modelo de negocios y las competencias fundamentales de los competidores, son factores Indispensables para poder escoger como diferenciarse en el Mercado.

Se tiene que ofrecer algo mejor - precios, calidad o servicios - que los competidores para desarrollar un ventaja competitiva.

La estrategia tiene que prever la respuesta competitiva y cómo vamos a reaccionar ante esta. Los competidores no se van a quedar sentados de brazos, viendo cómo

les quitamos el Mercado y sus clientes. La estrategia tiene que anticipar las posibles acciones de los competidores y nuestra respuesta.

La estrategia tiene que desarrollar el modelo de negocios, o el proceso de cómo el emprendedor va a adquirir, transformar y vender sus productos o servicios. La estrategia tiene que definir cómo el emprendimiento va a ser rentable y perdurar en el tiempo. Otro punto importante a desarrollar es cómo manejar el crecimiento. Un crecimiento mal planificado puede quebrar a cualquier emprendimiento. Un aumento vertiginoso en las ventas, puede requerir aumentar la escala de las operaciones, aumentará las cuentas por cobrar y aunque las ganancias aumenten en el estado de ganancias y pérdidas, el emprendimiento puede quebrar por falta de flujo de caja o capacidad de pagar sus obligaciones.

En países como Venezuela, con un entorno inestable y cambiante, las estrategias se hacen imprescindibles para anticipar los posibles escenarios y el efecto que los mismos pueden tener en el emprendimiento. Esto permite desarrollar con cabeza fría los planes y tácticas adecuadas a cada escenario, evitando gerenciar por crisis, instinto y desesperación. Con una buena estrategia se desarrollan organizaciones flexibles que se adapten rápidamente a los cambios y permitan la supervivencia, el crecimiento y el aumento de la rentabilidad del emprendimiento. ■

Planes de negocios: UN ENFOQUE

DIFERENTE

Daniel Velásquez

Consultor, Profesor, Escritor y Conferencista

PI Consultores Gerenciales

Caracas, Venezuela

dvelasquez@piconsultoresg.com

El plan de negocios es un documento formal que contiene los objetivos del negocio, que desarrolla, sistematiza e integra las actividades, analiza la situación del mercado y otros estudios que son necesarios para que una idea de negocio, se convierta en una empresa rentable o una compañía se organice para lograr sus objetivos.

Según los estudios del profesor Roberto Vainrub, del IESA, existen razones importantes para elaborar un plan de negocios:

- Aumenta las probabilidades de éxito en 50%.
- Es un documento de venta para futuros empleados, financistas y socios.
- Es un instrumento que usan equipos interdepartamentales, multifuncionales y de sistemas para identificar oportunamente las nuevas realidades e identificar las oportunidades y amenazas
- Identificar las competencias fundamentales de los clientes para apalancarlas en el desarrollo de su

negocio y que se dediquen a las actividades que pueden realizar mejor que el mercado.

- Aumenta las probabilidades de éxito en 50%.
- Es un documento de venta para futuros empleados, financistas y socios.
- Es un instrumento de control.
- En un buen instrumento de planificación.
- Demuestra profesionalismo.

Después de haber manejado la planificación estratégica de 33% de una multinacional en el mundo, con ventas de cuatro millardos de dólares, hemos logrado desarrollar un enfoque diferente a los planes de negocios y a la gerencia estratégica. Hemos diseñado nuestros propios modelos y herramientas gerenciales. Según nuestras teorías, y las de la consultora Bain and Company, el primer paso es definir los objetivos y la estrategia de un emprendimiento o empresa, para luego desarrollar el Plan de Negocios.

En nuestra opinión el plan de negocios te ayuda a decidir si llevar acabo o no tu emprendimiento u organizar tu compañía en caso de que la misma esté en marcha. Un plan de negocios te permite:

- Estructurar tu idea u organización.
- Organizar tus pensamientos y cómo vas a ejecutarlos.
- Poner en blanco y negro como materializar tu emprendimiento.
- Entender qué recursos necesitas.
- Priorizar las actividades y sus costos.
- Entender cuando el modelo de negocio va a producir dinero.
- Analizar tus necesidades de financiamiento y en qué momento del emprendimiento vas a necesitar el financiamiento.



- Estudiar la factibilidad económica de tu emprendimiento.
- Adelantarte a los posibles problemas que pueden surgir en el negocio.
- Desarrollar planes de contingencia para cambios en el entorno.
- Entender tus necesidades de contratación de personal.
- Dimensionar los activos necesarios para materializar el emprendimiento.
- Reconocer tus debilidades y fortalezas.

Según las teorías de la consultora gerencial McKinsey and Company, el éxito de las empresas en ambientes inestables, depende de la naturaleza de la incertidumbre que enfrentan. Para enfrentar la incertidumbre es necesario imaginar diferentes escenarios, estudiar sus impactos sobre el negocio, formular estrategias para cada caso y desarrollar una organización flexible que pueda adaptarse rápidamente a los cambios en el entorno.

El nuevo enfoque de los planes de negocios, que hemos adoptado, es diferente al que se aplica en los planes convencionales y permite adaptarte rápidamente a los cambios en el entorno. Se caracterizan porque:

- No hay escenarios estáticos sino que se utiliza la experiencia e imaginación para crear escenarios, determinar su influencia en el negocio y anticiparse a los mismos desarrollando las estrategias y tácticas necesarias para cada caso. Esto ayuda a los actores involucrados a no gerenciar por crisis.
- Se construyen organizaciones flexibles que puedan adaptarse a los cambios en el entorno.

- Se utilizan herramientas gerenciales probadamente aceptadas internacionalmente. Una clave para triunfar en un entorno inestable es utilizar herramientas gerenciales que se adapten a la situación del país, la industria en que se compite, la naturaleza de la competencia y las necesidades de los consumidores. Estas herramientas gerenciales permiten desarrollar planes de negocios que contribuyan a navegar con éxito, las turbulentas aguas del entorno venezolano.

- Monitorear constantemente el entorno para anticipar los cambios. Para ello se usan equipos interdepartamentales, multifuncionales y de sistemas para identificar oportunamente las nuevas realidades e identificar las oportunidades y amenazas.

- Identificar las competencias fundamentales de los clientes para apalancarlas en el desarrollo de su negocio y que se dediquen a las actividades que pueden realizar mejor que el mercado.

- Desarrollar una proposición única de ventas que sea preferida por los consumidores sobre la oferta de sus competidores.

- Desarrollar sistemas de servicio a los clientes excepcionales.

- Desarrollar planes para el capital humano, cambiar la cultura organizacional y construir equipos de alto desempeño.

A la hora de desarrollar un plan de negocios, la experiencia alcanzada en el mercado local, nos lleva a sugerir a los emprendedores que deben enfocarse en las áreas críticas que determinarán el éxito de su proyecto, para no desperdiciar tiempo y dinero en actividades que no impactarán en su éxito. ■



TAPA ROLL-ON
TAPA DE PRESIÓN
ESFERA ROLL-ON
TAPA DE ROSCA

OFICINA COMERCIAL Av. La Estancia, C.C.T., Torre B,
Piso 12, Oficina 1208, Urb. Chuao, Caracas - Venezuela.
Telf.: 0212 959.2321 - Fax: 0212 959.5152
e-mail: ventas1@formacol.com.ve - ventas2@formacol.com.ve

PLANTA Av. 1, Terraza G, Zona Industrial Paramillo,
San Cristobal, Edo. Táchira - Venezuela.

FORMACOL
PRECISIÓN EN PLÁSTICOS
... sinónimo de calidad y excelente servicio