



Casos empresariales: Corplás, innovación plástica

Vélez Gaviria, Paula Andrea

Novoa Buitrago, Luis Alfredo
Asesor

Universidad Tecnológica De Bolívar
Finanzas y Negocios Internacionales
Cartagena de Indias
2012

CORPLÁS, INNOVACIÓN PLÁSTICA



Amaury Benedetti mientras disfruta de una bebida hidratante contenida en un envase elaborado por su empresa, observa detenidamente desde su ventana, tratando de despejar sus ideas y recordando cómo era la empresa en un comienzo, cuando con una sola maquina, empezaron a forjar el futuro y compara, hasta dónde ha llegado en el 2012. Hay algo que lo abruma, la necesidad de mayor infraestructura física, debido al crecimiento de activos, y maquinaria, nunca pensó que el tamaño de su lote, sería un obstáculo a su crecimiento.

Este caso ha sido construido con los aportes de Amaury Benedetti. Agradecemos la contribución a esta publicación de Mayra Fox y de Ernesto Angulo, quienes facilitaron la información sobre la Corplas S.A.S y la colaboración de la jefe del departamento de finanzas María Bernarda Pardo.

Los casos empresariales se desarrollan exclusivamente para servir como base de discusión en un ámbito educativo; en este sentido no ofrece respaldo a personas ni organizaciones públicas o privadas, ni debe considerarse fuente primaria de información.

Copyright © 2012 Luis NOVOA, para adquirir copias del caso o la nota de enseñanza favor contactar al autor, al correo luisnovoabuitrago@gmail.com. Ninguna parte de este documento puede ser reproducida, almacenada en base de datos, utilizada en hojas de cálculo, o transmitidas en cualquier forma (incluyendo métodos electrónicos o mecánicos, fotocopias, grabaciones o cualquier otro) sin el permiso del autor, titular de derechos.

En Colombia, el sector plástico posee un gran potencial para la inversión nacional y extranjera debido al tamaño de su mercado, su competitividad internacional y por poseer bajas barreras a la entrada, como lo afirma el documento de la ANDI de 2008¹, que fue realizado por la firma ARAUJO IBARRA Consultores en negocios internacionales, según este estudio, el sector ha sido muy dinámico, y desde los años setentas ha tenido un crecimiento promedio anual del 7%, lo cual representa un importante eslabón en la cadena productiva de Colombia.

Corplás es una empresa dedicada a la elaboración de envases plásticos a través de procesos de manufactura de muy buena calidad, demostrado y sustentado en sus certificaciones de calidad y de conformidad con sus productos ISO 9001:2000-HTC-ISO9001:2000², logrando darle a la empresa los máximos estándares de calidad y de procesos, generando una mayor confiabilidad en sus clientes, abriéndose las puertas al mercado internacional, enfundando así, un respeto respecto a la durabilidad e imagen de sus productos, frente a otros nacionales e importados. Es una empresa reconocida dentro del mercado nacional, siendo una de las empresas mejor posicionadas en el sector de fabricación de envases plásticos, obteniendo así un cupo dentro de las mejores 500 empresas del país según la revista Dinero, y algunos de sus rankings de empresas, y se encuentra desde hace algún tiempo abriéndose campo en el mercado internacional, básicamente en Centroamérica y Suramérica.

¹ <http://pac.caf.com/upload/pdfs/Acoplasticos.pdf>

MARCANDO HISTORIA

Corplás es líder en la producción de preformas PET³, envases y tapas en la Costa Caribe Colombiana, su sede principal fue creada inicialmente en la Ciudad de Cartagena de Indias, Colombia, ubicada en un populoso Barrio llamado El Bosque, transversal 54 No.21A-120; cuenta con un área laboral de 4000 mts² ; pero años después debido a su crecimiento, sintieron la necesidad de ampliar, y trasladar las oficinas del personal ejecutivo y directivo a una sede ubicada en manga calle 25 #24^a-16 oficina 2205, Edificio Bancolombia, que posee un área de 110 mts², entre estas dos sedes se cuenta actualmente con 180 trabajadores, entre técnicos, personal ejecutivo y directivo. Posee otra sede en Barranquilla creada en el año 2004, ubicada en la Vía 40 No.85-170, tiene un área de trabajo de 2500 mts², en donde trabajan alrededor de 70 trabajadores en una planta relativamente nueva, caracterizada por sus recientes e innovadoras máquinas.

De manera general la empresa maneja 250 trabajadores que hacen posible día a día, el crecimiento de la corporación y el poder entregar sus productos finales, como lo son: envases para empresas de alimentos, agroquímicos, cosméticos, aseo, así, ofreciendo una amplia gama de productos fabricados de acuerdo a lo que el cliente requiera para sus necesidades.

Corplás fue fundada en el año 1978 por los hermanos Javier y Amaury Benedetti, que vieron en ella la oportunidad de producir envases para atender el mercado

³ Tubo de plástico utilizado para hacer botellas utilizando el proceso de inyección de soplo-moldura. Tomado de la pagina web, www.eumed.net/cursecon/dic/glos-plasticos.htm

regional, más exactamente de la necesidad de elaborar envases plásticos a la Perfumería Lemaitre⁴, que desde 1914 se encuentra elaborando perfumes y cosméticos para el mercado nacional, empresa del mismo grupo familiar, teniendo en cuenta que no existía ninguna empresa local que los fabricara.

Todo esto se creó, debido a la necesidad de generar una economía al negocio familiar, ya que era muy costoso el pedido y envío de envases para la producción desde la Ciudad de Cali (Valle), únicos productores de la época hasta Cartagena; y el proceso de lavado de los envases para su reutilización, también era un proceso más largo y tedioso. En 1976, varios de los socios tienen la brillante idea de comprar una máquina para la elaboración de los envases cerca de la empresa y de esta manera elaborar sus propios envases a escasos 50 metros de distancia. Esta máquina fue adquirida mediante un leasing y la escogieron solo por su costo y algunas recomendaciones que les dieron en donde la iban a comprar.

Por esta razón y pensando en generar a la Perfumería Lemaitre autosuficiencia con la elaboración de dichas botellas, se decidió adquirir una máquina para la elaboración de envases plásticos (PVC)⁵, reemplazando así los pesados embases de vidrio, viendo la oportunidad de cambiar el envase de uno de los principales productos de la Perfumería (Loción Menticol).

⁴ Empresa Cartagenera creada en 1914, produciendo una línea de productos compuesta por lociones Farmacéuticas, Cosméticas y Jabones de tocador. Sus productos más conocidos en el mercado nacional son: Loción Menticol (desde 1927), hoy en sus dos versiones de Menticol amarillo (tradicional) y Menticol azul, ambos de diversos tamaños. También se produce el Jabón de Glicerina en tres fragancias y el Jabón de Azufre. Todos estos productos ocupan un importante lugar dentro de su segmento en el mercado Colombiano.

⁵ **Poli-cloruro de vinilo (PVC):** Es un moderno, importante y conocido miembro de la familia de los termoplásticos. Es un polímero obtenido de dos materias primas naturales cloruro de sodio o sal común (ClNa) (57%) y petróleo o gas natural (43%), siendo por lo tanto menos dependiente de recursos no renovables que otros plásticos. Tomado de la página web <http://www.textoscientificos.com/polimeros/pvc> el día 20 de Septiembre de 2011.



Foto 1

Fuente: Tomado Página Perfumería Lemaitre

Durante algún tiempo estas máquinas trabajan dentro de la perfumería Lemaitre, pero en el año de 1978, Javier y Amaury Benedetti deciden salir de la Perfumería Lemaitre como socios de la compañía y al ver la necesidad que se presentaba en la costa Caribe Colombiana, en la época en cuanto a la elaboración de envases plásticos que buscaban la eliminación del envase de vidrio, deciden montar lo que hoy en día se conoce como Corplás S.A.S, que fue oficialmente constituida ante la Cámara de Comercio de Cartagena en el año de 1978, el 7 de abril, instalándose estratégicamente en un lote cerca de la perfumería Lemaitre, años más tarde el señor Javier Benedetti, vende su parte en la perfumería Lemaitre y renuncia a su puesto gerencial de esa empresa, para poder atender plenamente Corplás S.A.S, ocupando el cargo de gerente general.

En un tono anecdótico Amaury Benedetti comenta:⁶

«(...)“eran solo 5 trabajadores en la producción de los envases, desafortunadamente no teníamos la experiencia ni la instrucción necesaria para la correcta elaboración del producto final, no se sabía cómo aplicarle refrigeración a la máquina que producía los envases, solo sabíamos que necesitaban ser pasados por frío, así fue como nos toco traer grandes cubos de hielo en la maleta de un Renault 4..., anecdótico”.

Estos inicios que sirvieron para darle la experiencia necesaria hasta convertirse en lo que es ahora.

En un comienzo, sus principales actividades estuvieron representadas en la fabricación de envases plásticos en polietileno y PVC. Para su ejecución inicial contó con 5 trabajadores, que se desempeñaban en la parte de producción y una sola máquina que en la actualidad todavía se encuentra en la sede principal aun en funcionamiento.



Foto 2

Fuente: Página oficial Corplás S.A.: www.corplas.com.co visitada el 15 de Septiembre de 2011.

⁶ Lugar: Corplas S.A.S sede principal, en su oficina el día 18 de octubre de 2010.

Poco a poco la empresa comenzó a atender el mercado de la Costa Atlántica posicionándose en los años 90, como una empresa sólida que poseía una serie de máquinas, que por sus capacidades permitían la producción de envases PVC, con diseños y calidad de producción y mejoraron notablemente en cuanto a infraestructura para este momento.

Es en el año de 1998, la empresa hace uso de una nueva herramienta, el mundo del Internet, publicando su primera página en la red, ofreciendo información inmediata a los clientes, interesados en envases plásticos y reduciendo la distancia entre cliente-empresa, ofreciendo en ella una extensa gama de productos que le permitieran abrirse campo en el mercado nacional e internacional, logrando así conquistar el mercado peruano entre otros.

Así mismo, viendo la necesidad de ser más eficientes, introducen maquinaria automática y semi-automática de origen alemán a la empresa, maquinaria nueva que oscila entre los 300 y 400 millones de pesos Colombianos, para la producción de envases PET⁷. Este paso se genera por la gran demanda de la empresa a nivel nacional e internacional de sus productos, haciéndose necesario desarrollar mejores fuentes de producción que permitieran la entrega oportuna y óptima de envases.

Considerando la importancia y necesidad de satisfacer las expectativas de los clientes y demostrar la calidad que la empresa maneja en sus procesos y productos, en el año 2001 Corplás S.A.S se calificó con las acreditaciones

⁷ PET: Polietileno Tereftalato. Es utilizado principalmente para la fabricación de recipientes.

acuerdo norma ICONTEC ISO 9001:2000 HTC ISO 9001:2000 de gestión de calidad.

Posteriormente, la empresa inauguró en 2004 una nueva sede en la Ciudad de Barranquilla, con máquinas de última tecnología alemana, que permitieran mantener el mercado local, debido a que los altos costos del transporte hacían que esta plaza se mostrara poco atractiva para sus inversionistas, y aunque a pesar de que era algo costoso montar otra planta, era necesario acortar las distancias entre la empresa y sus clientes de la costa atlántica, de quienes provenían grandes ingresos a compañía, más exactamente cerca de un 50% de sus negocios se encuentran allí, así que muy rápidamente se verían los frutos de esa inversión.

Más adelante en Agosto del 2010, se ve la necesidad de trasladar las dependencias de la alta gerencia y del área financiera, para unas oficinas en el barrio de Manga de Cartagena de indias, debido al poco espacio en la empresa, esto representa un costo entre arriendo y servicios, de aproximadamente ocho millones mensuales

Ese mismo año Corplas S.A.S invierte en Multi Compound S.A.S. de Cartagena, encargada de la elaboración de la materia prima para la elaboración de envases plásticos y otros productos de PVC, que no estén relacionados con alimentos y cosméticos, por el olor del PVC, es propietaria del 49% de esta y el 51% de otros

inversionistas, la empresa Corplas S.A.S, se encarga de prestarle servicios administrativos, logísticos y de mantenimiento. Por otro lado Corplas le arrienda un 25% de su área del lote para su operación, aunque día a día requieran más espacio ambas empresas.

SU ESTRATEGIA

Corplás S.A. ha sido una empresa destacada en la costa Caribe Colombiana, en el sector de las preformas, envases y tapas de tipo plástico, siendo líderes durante más de treinta años de funcionamiento para poder ofrecer sus productos a empresas de alimentos, agroquímicos, cosméticos, aseo, entre otros, con una amplia gama de productos fabricados de acuerdo a lo que el cliente requiera para sus necesidades. De esta manera la empresa ha venido desarrollando estrategias dentro cada una de sus diferentes áreas.

- Mejoramiento continuo en los procesos de producción y en la elaboración de los productos para respaldar los requerimientos de los clientes. Entre estos encontramos el cambio de las tapas para la reducción de costos para el cliente.
- Suministrar calidad e innovación a los clientes en cada uno sus pedidos, demostrado en la interacción con el cliente y la personalización de cada producto elaborado, así puede hacerse un producto exclusivo para el cliente, según sus necesidades y gustos, por ejemplo Oral B es uno de sus más importantes clientes y cada uno de sus diseños tiene exclusividad.
- Personal altamente capacitado para desarrollar, ejecutar y asesorar a cada uno de sus clientes, ingenieros, administradores y diseñadores gráficos se

complementan para ofrecer un mejor servicio, mediante planes de inducción y entrenamiento para cada cargo.

- Adicionalmente todos los meses se hace una capacitación del sistema de mejoramiento y los procesos, de la parte técnica, de seguridad y de bienestar. Normalmente estas charlas las hace Corplas, pero algunas corren por cuenta de las EPS, las ARP, la Policía Nacional, entre otras entidades.
- Cumplimiento en los requerimientos y pedidos ordenados por los clientes a través de procesos administrativos y técnicos para garantizar la calidad del producto.
- Implementación de normas ambientales para desarrollar la actividad de fabricación de preformas, envases y tapas, con un plan de manejo ambiental regulado por la EPA.
- Implementación de medidas de tiempo en los procesos de producción y la utilización de indicadores de desempeño, cumplimiento y calidad.
- Posee dos instalaciones una en la Ciudad de Barranquilla y otra en Cartagena, con el fin de reducir costos de transporte que son reflejados en los precios al consumidor final.

DESARROLLO A NIVEL NACIONAL

La industria de fabricación de preformas, envases y tapas es un extenso sector y de bastante complejidad de sus productos, la competencia a nivel nacional es,

(entre los que se encuentran PELPAK, AGRUPAK, las mismas empresas de gaseosas, se han dedicado hacer sus envases, y ahora están incursionando en el mercado, mas allá de sus productos, como Postobon y Coca-cola) equitativa dentro del mercado, enfocado en nichos, ofreciendo una amplia gama de productos fabricados de acuerdo a lo que el cliente requiera.

Oral B es uno de sus principales clientes y logran esto mediante un acercamiento y asesoramiento al cliente en cuanto a sus necesidades, logrando obtener productos exclusivos, aunque esto tenga un alto costo debido a que la fabricación de cada uno de los moldes puede costar entre 50 y 60 millones de pesos.

Crecimiento del sector

En Colombia, el sector de los plásticos posee un gran potencial para la inversión extranjera del país, debido al tamaño de su mercado, su competitividad internacional y por poseer bajas barreras a la entrada de inversión. Este sector ha tenido un gran crecimiento y a su vez un aumento en la participación de la economía, lo cual representa un importante eslabón en la cadena productiva del país con cifras envidiables frente a otros sectores; esta industria (química, plástico y caucho “QPC”) Colombiana está compuesta por 1.126 empresas, los cuales tuvieron una producción bruta de USD 5.705 millones (USD 1.409 millones sector plástico) en el 2003, correspondiente al 18,8% de la participación en producción bruta industrial. Estas producciones sumadas representan en términos de producción el primer sector de la industria nacional.⁸ Es por esto que Corplás S.A.

⁸ DANE. Encuesta anual manufacturera para datos industriales 2003.

ha buscado acceso a zonas geográficamente locales (Cali, Bogotá, Medellín, Santander, barranquilla, entre otras.), cubriendo parte del mercado nacional, por los viajes realizados por el personal de la sede principal

Presencia en la región Caribe

Dentro de la gama de competencia regional, Corplás es líder en la Costa Caribe Colombiana, por sus altos estándares de calidad y equipos tecnológicos de punta, durante la última década, aunque la compañía está muy bien posicionada, es importante decir que su desarrollo ha sido determinado dentro de un enfoque de manejo de productos para un sector especial, lo que ha fortalecido su desarrollo en el Caribe Colombiano.

Por consiguiente, la competencia se concentra internamente en la fabricación con optima calidad, formulación de los insumos y materias primas para lograr la perfecta composición de las preformas, envases y tapas, según el tipo de requerimiento que solicite el cliente.

SU ORGANIZACIÓN

Amaury sonrío antes de la reunión con sus directivos, organiza la próxima junta de socios, que tratará temas claves para el futuro de la empresa y se pregunta:

«(...)me gusta hacer lo que hago...comparto mis ideas y me asesoro de mis directivos para poder generar resultados, mejorar la empresa, mejorar esta familia...saber que la empresa posee una estructura sólida en cada departamento me llena de vigor cada día ...». Dentro de su cálida y gran sencillez de Cartagenero afirma: “puede comprobarlo ya mismo, estamos a su disposición”.

DISEÑO ORGANIZACIONAL

Dentro de Corplás S.A. se ha generado una estructura organizacional que le ha permitido a la empresa evolucionar a lo largo del tiempo.

Corplás S.A. maneja un personal idóneo, capacitado y muy profesional, asegura su gerente del área de talento humano, Mayra Fox quien nos dice:

<<...la empresa posee un diseño completo en su estructura organizacional con una coordinación que refleja que no hay existencia de cargos innecesarios, que incurran en gastos de operación, pero solo logramos cumplir estas metas, a través de un arduo lineamiento con una reestructuración clara y efectiva, capacitando al personal de la empresa periódicamente, teniendo en cuenta los equipos con tecnología de punta, la base de esta empresa es el personal...>>

Dentro de la estructura de la organización, Corplás a través de los años ha manejado coherentemente su estructura teniendo en cuenta las necesidades de la empresa y su nivel de crecimiento, para llegar a este punto, la empresa manejó

empleados idóneos, eficientes, que cuentan hasta con más de 30 años de experiencia laborando en Corplas S.A.S, observando un gran compromiso y sentido de pertenencia con la organización en la búsqueda del éxito de Corplás S.A.

BALANCE FINANCIERO

La empresa considero conveniente una alta implementación en los procesos informativos, de los costos operacionales y de calidad, generando una planeación financiera adecuada, según la jefe del departamento financiero, María Bernarda Pardo, para obtener el enfoque de mejoramiento continuo en inversión, reducción de costos y poder de negociación con sus proveedores. La administración de las inversiones está fortalecida con el conocimiento de los leasings y el manejo de los mismos.

LA LLAVE DEL MERCADEO

Buscando la seguridad de su familia Amaury Benedetti, es consciente de la necesidad de buscar la mejor estrategia para fidelizar a sus clientes, para esto generó un plan de mercadeo que se reflejara en la exclusividad de sus productos y sus clientes, fue así como de forma espontanea nos dijo:

<<...voy a ser sincero con ustedes, la mejor forma de atraer un cliente es cuidándole el bolsillo, nuestro mercado maneja un grupo especial del sector industrial que es reducido, tratamos de darle la mejor opción a nuestros clientes, para que se sientan satisfechos y con ganas de continuar con nosotros, vivimos para servir..., y aunque la utilidad es lo más importante, preferimos trabajar en la búsqueda de clientes que se unan a la familia Corplas...>>

Para Corplás es fundamental el liderazgo en costos, debido a que no existen grandes diferencias entre los productos que ofrece la competencia, en comparación con los de la empresa, consienten y están a la escucha del cliente.

PROCESOS DE PRODUCCION EN CORPLÁS

Los procesos de producción para la generación de los envases parten de una base generada entre el cliente y la empresa, de acuerdo a los requerimientos del cliente. Para el correcto desarrollo de estos procesos se involucra necesariamente el sector comercial. Esto quiere decir que hay un proceso por medio, del cual la organización escucha al cliente y crea la mejor opción para él, en donde muestran al cliente ambas caras de la moneda, exclusividad, necesariamente nos induce a altos costos, mientras que no hacer parte de lo exclusivo, reduciría costos pero no afectaría en la calidad del producto. En el caso de los clientes exclusivos se escucha al cliente en sus necesidades y gustos y se presentan varias opciones para que escoja.

Corplás posee un comité de mercado, que se encarga de estudiar todo tipo de nuevas propuestas de productos que respondan a los gustos y necesidades de los clientes, pues la principal variable de mercadeo es ofrecer un producto acorde con la capacidad adquisitiva del cliente sin olvidar la calidad.

CORPLÁS Y SU PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN

Durante el año de 1999, la empresa incursiona en el mundo de la internacionalización, en esa época la compañía ni siquiera pensaba en la opción de salir a conquistar nuevos mercados, dado que la junta directiva de Corplás consideraba que aún no se contaba con la solidez, para poder fortalecerse con un proceso de internacionalización, sin embargo, gracias a su actualización comercial una empresa de origen Ecuatoriano Agropack, que conoció los productos elaborados por la empresa a través de internet, inició contactos para que se elaborara el proceso de fabricación de una determinada gama de productos que ofrecían.

Este movimiento generó por parte de la junta directiva, la opción de lanzarse al mercado internacional cuando todavía no había total solidez ni se estaba operando a un nivel requerido en Colombia.

FACTORES DEFINITIVOS

Amaury Benedetti expresó en su oficina en Cartagena:

«(...) en 1999 no veíamos la opción de internacionalizarnos, pero gracias a las nuevas herramientas del mercado como el Internet, generamos un proceso de internacionalización, simple basado en la calidad de nuestros productos y la generación al cliente de la mejor opción económica a él y por supuesto a nosotros, opciones que en su país no posee, de esta manera fue que logramos atrapar clientes nuevos en otros países...».

Es con esta primera alianza, que Corplás comienza a analizar los mercados internacionales, vecinos en el primer momento por varios meses, a través de un grupo de directivos que aprovecharon cada oportunidad y es así que comenzaron a ofrecer los productos que manejaba la empresa en el mercado internacional, estableciendo los productos fuertes de la empresa que podrían venderse en esos países.

Corplás contrato un personal capacitado y que le abriría alianzas a nivel internacional, en la venta de sus productos que generaran economía al cliente, alianzas que por su éxito generaron nuevas opciones de venta en esos países, siendo esa tal vez el factor clave para el éxito de Corplás supliendo las necesidades de algunas empresas especiales de cada país .

FUENTES DE APOYO

Otro factor importante para la internacionalización de Corplás fue el apoyo brindado por parte de PROEXPORT⁹, según nos cuenta Mayra Fox Gerente de Talento Humano:

«(...) cuando comenzamos a exportar nuestros productos, Proexport nos ayudó bastante para desarrollar un buen proceso de internacionalización de la empresa, a través de foros, seminarios para diseñar estrategias de identificación y penetración de mercados a los cuales asistí como invitada, generando un acompañamiento en el diseño de planes de acción y actividades de promoción comercial que nos hizo mejorar nuestra perspectiva de exportación y desarrollo. ...»

FORTALEZAS

La empresa mantiene como elemento fuerte de ventas sus preformas en PET (ver foto 3), que por su elaboración y poco espacio requerido es una pieza práctica para internacionalizar, su proceso le ha generado bastantes ingresos a Corplás S.A. Básicamente la compañía genera la mejor opción económica a sus clientes, para la obtención del envase en un sitio determinado. La empresa después de elaborar sus preformas maneja unas alianzas no formales con el mercado del país a exportar el producto para poder elaborar el envase.

⁹ Proexport es la entidad encargada de la promoción del turismo internacional, la inversión extranjera y las exportaciones no tradicionales en Colombia. A través de la red nacional e internacional de oficinas, ofrece apoyo y asesoría integral a los clientes, mediante servicios o instrumentos dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, que busca la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios.



foto 3

Página oficial Corplás S.A.: www.corplas.com.co visitada el 15 de Septiembre de 2011

A su vez, la compañía por la demanda en el mercado nacional e internacional genera una cantidad considerable de compras del Pet (tereftalato de polietileno) proveniente de los Estados Unidos, a través de varias alianzas comerciales de muchos años con empresas proveedoras del sector.

PROCESOS DE EXPORTACIÓN

Corplás S.A. exporta de manera importante a Perú, que representa dentro de sus exportaciones un 50% aproximadamente, con quienes inició su proceso de internacionalización en el año 2004, siendo su elemento más fuerte y representativo la exportación de preformas, que generan un ingreso importante para el sector plástico Colombiano a nivel internacional.

Así mismo, las preformas se exportan a otros países como: Haití, Trinidad y Tobago, Aruba y Costa Rica, dividiendo el 50% restante de sus exportaciones a estos países; y aunque este ha sido un mercado para la empresa relativamente nuevo, ha generado a través de los últimos años ingresos considerables a raíz del nicho que este país representa, reflejando igualmente grandes posibilidades de mercado a futuro.

Su fortalecimiento a través de los años con la compra de máquinas más eficientes, la expansión de su mercado y finalmente su interés de continuar desempeñándose en este sector tan especial de consumo, le ha significado a la empresa posicionarse, augurar un futuro productivo y lleno de metas por delante.

SUS PROCESOS

<< *Estamos en un hacinamiento*>> le dice Amaury a sus gerentes de área, en todas las juntas directivas, que se realizan como es costumbre todos los martes a las 8 en punto de la mañana, la junta recomienda a Amaury una expansión urgente en sus instalaciones, asegurando que construir una planta en Parqueamerica, sería la mejor decisión, debido a que se disminuiría el costo de operación por los cambios en los equipos auxiliares que podrán tener y utilizar con mejor tecnología, mientras la jefe del departamento financiero, María Bernarda Pardo, le pide un tiempo para analizar las ventajas y desventajas económicas en los demás gastos como el transporte de personal, entre otros, que podría generar un incremento de veinte millones de pesos mensuales.

Tomando estas observaciones, Corplas ha evaluado y definido los beneficios que le son ofrecidos en Parqueamerica en relación con la reubicación de la empresa en su totalidad en la ciudad de Barranquilla; haciendo un análisis de fortalezas y debilidades de estas dos situaciones existen factores determinantes para que la junta directiva tome la mejor decisión.

Si tenemos en cuenta que Corplas maneja un gran porcentaje de sus clientes en la Ciudad de Barranquilla, sería beneficioso para la empresa si es fortalecida con el traslado de toda su infraestructura a esa ciudad. Desafortunadamente la tasa de empleados que laboran en las oficinas de Cartagena serian perjudicados por esta decisión. Así mismo, su desempeño a nivel comercial en exportaciones son generados directamente desde los puertos cartageneros causando altos costos en cuanto a cambios por reubicación de rutas portuarias.

A pesar de que Parqueamerica es un proyecto que se está comenzando a formar, su desarrollo a través de los últimos años hace pensar que el futuro comercial de la ciudad de Cartagena se encuentra en esa zona según estudios desarrollados por parte de los directivos de Corplás, como lo afirma su vicepresidente comercial Ernesto Angulo. Aunque se manejan ciertas desventajas económicas por cuenta de gastos por reubicación, este cambio igualmente generaría reducciones en costos de bodegaje y almacenamiento de materias primas y productos terminados, al tener una bodega con las capacidades suficientes para su óptimo desempeño. Mientras que su crecimiento a nivel empresarial podría aumentar debido a su eficiencia, teniendo en cuenta el amplio mercado de producción con que estaría preparada la empresa para funcionar.

Es indispensable que se evalúen todos los aspectos de este proceso de una manera clara y objetiva, analizando los estudios que genere su junta directiva en

los aspectos de mercadeo, producción y proyección de Corplás como fuente de fabricación de envases plásticos a nivel nacional e internacional.

ANEXO 2

ANEXO CATÁLOGO PRODUCTOS ELABORADOS

ENVASES C-P-04



Descripción del Producto :	Peso 15 gramos
Mercado :	Comidas y bebidas
Material :	PET
Forma :	Botella Plana/jar
Volumen (ml) :	201-250

PREFORMAS C-P-01



Descripción del Producto :	Peso 23 gramos con tapa superior flip
Mercado :	Médicos y cuidado de la salud
Material :	PET
Forma :	Preforma PET
Volumen (ml) :	126-150

ENVASES C-P-05, C-P-06, C-P-07 Y C-P-08



Descripción del Producto:	Peso 31, 15, 12.5 y 25 gramos
Mercado :	Comidas y bebidas
Material :	PET
Forma :	Botella Cilíndrica/JAR
Volumen (ml) :	751-1000, 351-450, 201-250 y 551-750

ENVASES C-P-02 Y C-P-03



Descripción del Producto:	Peso 19 gramos
Mercado :	Comidas y bebidas
Material :	PP
Forma :	Botella agua pura
Volumen (ml) :	176-200 y 451-550

TAPA C-P-01

Descripción del Producto: Peso 27 gramos Diámetro 25mm
Mercado : Química e industria
Material : PP
Forma : Tapa de fácil manipulación

**TAPA C-P-02**

Descripción del Producto: Peso 20 gramos, Diámetro 27mm
Mercado : Cosméticos y cuidado
Mercado : personal
Material : PP
Forma : Tapa flip top

**TAPA C-P-03**

Descripción del Producto: Peso 32 gramos, Diámetro 34 mm
Mercado : Química e industria
Material : PP
Forma : Tapa fácil manipulación

**TAPA C-P-04**

Descripción del Producto: Peso 44 gramos, Diámetro 34mm
 Comidas y bebidas
Mercado : PP
Material : Otros
Forma :

ANEXO 3
BALANCE GENERAL

	2010	2009	2008	2007	2006	2005
ACTIVOS						
CORRIENTE						
Disponible	\$ 202,865,359	220,539,385	112,464,602	174,063,805	262,144,405	176,021,630
Inversiones Temporales	0	0	4,661,547	0	0	0
Deudores						
Clientes	5,918,409,506	5,723,482,563	5,415,211,050	4,371,376,488	4,310,891,663	3,396,282,919
Menos: Provisión de cartera	- 17,234,221	- 17,234,221	-19,071,743	20,396,840	-20,396,840	-20,396,840
Prestamos a empleados	17,509,759	5,260,667	7,270,746	12,252,329	9,977,481	24,698,620
Promesa de compraventa	0	1,323,068,001	1,039,455,401	826,316,207	0	0
Deudores Varios	689,007,635	58,125,928	277,516,948	19,052,293	61,011,610	13,232,915
Deudores oficiales	0	612,218,419	1,169,194,520	1,098,898,286	1,025,870,874	772,786,903
Total deudores neto	6,607,692,678	7,704,921,356	7,889,576,922	6,307,498,736	5,387,354,788	418,659,556
Inventarios	3,596,796,187	2,961,149,727	4,316,437,681	3,690,472,791	3,715,617,347	2,897,099,167
Gastos pagados por anticipado	84,448,361	143,469,928	107,264,244	85,558,460	73,775,003	56,058,296
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	10,491,802,585	11,030,080,396	12,430,404,996	10,257,593,819	9,438,891,543	7,315,774,609
ACTIVO NO CORRIENTE						
Inversiones	1,662,242,627	589,468,650	589,468,650	589,468,650	589,468,650	0
Propiedades, planta y equipo	7,722,830,282	8,555,498,289	8,818,855,325	7,198,501,721	6,882,033,647	4,839,361,355
Intangibles	2,923,696,101	3,394,452,129	2,244,422,888	0	0	0
Subtotal	12,308,769,010	12,539,419,068	11,652,746,836	7,787,970,371	7,471,502,297	4,839,361,355
OTROS ACTIVOS						
Diferidos	0	200,231,980	265,812,562	182,693,327	210,276,291	209,235,460

Valorización	13,878,320,650	11,754,169,904	5,373,740,118	4,101,963,232	2,763,144,162	2,901,077,813
TOTAL OTROS ACTIVOS	13,878,320,650	11,954,401,883	5,639,552,680	4,284,656,559	2,973,420,453	3,110,313,273
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTE	26,187,089,660	24,493,820,951	17,292,299,543	12,072,626,930	10,444,922,750	7,949,674,628
TOTAL ACTIVO	\$ 36,678,892,245	35,523,901,348	29,722,704,539	22,330,220,749	19,883,814,293	15,265,449,236
Cuentas de orden deudora	\$ 7,070,519,018	7,365,242,353	7,661,945,911	8,346,740,412	10,540,648,463	10,027,162,441
Cuentas de orden acreedoras por	\$ 12,985,868,060	16,441,841,438				
PASIVOS CORRIENTE						
Obligaciones financieras	7,869,183,686	7611886250	7,902,647,287	3,866,017,329	3,652,879,072	2,992,088,050
Proveedores	4,242,121,507	3295419870	3,803,076,130	3,234,459,448	3,351,264,153	1,084,117,134
Cuentas por pagar	1,364,776,437	1130251991	1,382,296,671	1,041,711,573	1,238,524,030	569,448,214
Impuestos, gravámenes y tasas	54,435,559	103837592	55,878,399	158,209,748	58,164,387	65,484,032
Obligaciones laborales	172,822,215	161157867	157,228,341	156,784,241	133,788,006	110,760,800
TOTAL PASIVO CORRIENTE	13,703,430,404	12302553570	13,301,126,828	8,457,182,339	8,434,619,648	4,831,898,320
PASIVOS NO CORRIENTE						
Obligaciones financieras	2,892,780,096	3,763,821,783	3,395,844,855	2,768,233,267	1,917,247,633	2,660,241,754
Obligaciones con particulares	528,635,002	700,387,502	1,020,287,502	609,527,502	1,374,401,824	435,180,000
Obligaciones con socios	551,993,191	559,181,347	617,994,036	650,742,656	0	0
Proveedores del exterior	0	0	0	132,179,410	381,738,589	0
Corrección monetaria diferida	17,696,530	21,676,525	33,441,318	43,480,266	55,778,649	57,790,837
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	3,991,106,818	5,045,067,156	5,067,567,711	4,204,163,101	3,729,166,695	3,153,212,591
TOTAL PASIVOS	17,694,537,222	17,347,620,726	18,368,694,539	12,661,345,440	12,163,786,343	7,975,110,821

PATRIMONIO						
Capital	1,655,200,000	1,102,600,000	1,102,600,000	1,101,600,000	1,102,600,000	1,102,600,000
Superávit de capital	2,763,000,000	0	0	0	0	0
Reserva	380,809,909	930,277,872	430,766,066	3,568,914,737	305,226,915	284,563,928
Revalorización del patrimonio	0	2,413,700,809	2,471,137,288	2,557,291,288	2,586,009,288	2,391,031,326
Superávit por valorizaciones	13,878,320,650	11,754,169,904	5,373,740,118	4,101,963,232	2,763,144,162	2,901,077,813
Utilidad periodo anterior	0	1,476,254,723	1,476,254,722	811,383,062	446,402,362	404,435,478
Utilidad del ejercicio	307,024,463	499,277,314	499,511,806	738,746,290	516,645,222	206,629,870
TOTAL PATRIMONIO	18,984,355,023	18,176,280,622	11,354,010,000	9,668,875,309	7,720,027,949	7,290,338,415
TOTAL PASIVO PATRIMONIO	\$ 36,678,892,245	\$35,523,901,348	29,722,704,539	22,330,220,749	19,883,814,293	15,265,449,236
Cuentas de orden acreedoras	\$ 12,985,868,060	\$16,441,841,438	16,781,458,662	10,145,529,354	10,145,529,354	3,647,667,314
Cuentas de orden deudoras por el	\$ 7,070,519,018	\$7,365,424,353				

Fuente: Tomado de los libros de contabilidad de Corplás S.A.S

ESTADO DE RESULTADOS

	2010	2009	2008	2007
Ingresos operacionales				
Ventas brutas	\$ 29,507,452,914	27,230,324,631	28,452,186,558	26,715,106,561
Menos descuentos y devoluciones	-379,634,123	-259,697,255	-100,035,375	-115,434,486
Ventas netas	29,127,818,791	26,970,627,376	28,352,151,183	26,599,672,076
Menos: costo de ventas	23,812,374,323	21,655,237,352	21,683,091,663	20,784,917,760
Utilidad bruta en ventas	5,315,444,468	5,315,390,024	6,669,059,520	5,814,754,316
Gastos de administración	1,966,726,919	1,740,551,510	1,730,685,168	1,627,525,703
Gastos de ventas	1,401,698,430	1,471,505,408	1,303,564,199	1,089,391,145
Total gastos de admón. Y ventas	3,368,425,349	3,212,056,918	3,034,249,367	2,716,916,848
Utilidad operacional	1,947,019,119	2,103,333,106	3,634,810,153	3,097,837,468
Gastos financieros	1,233,269,207	2,190,979,022	3,216,821,612	2,444,983,387
Ingresos y egresos no operacionales				
Otros ingresos	45,723,570	6,981,075,707	143,929,909	214,275,981
Otros egresos	232,050,018	25,212,477	8,086,644	33,442,772

(Utilidad) perdida antes de impuestos	527,423,463	568,217,314	553,831,806	833,678,290
Provisión para impuesto de renta	220,399,000	68,940,000	54,320,000	94,941,000
Utilidad neta	\$ 307,024,463	499,277,314	499,511,806	738,746,290

Fuente: Tomado de los libros de contabilidad de Corplás S.A.S