

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE CAJAS DE
CARTÓN DE SEGUNDA**

ELIZABETH GARCIA JIMÉNEZ

MARTHA NORA GÓMEZ ALZATE

ENGREED HENAO ORJUELA

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LUIS AMIGÓ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y
CONTABLES
CONTADURIA PÚBLICA
MEDELLÍN**

2013

CONTENIDO

	Pág.
PRESENTACIÓN	8
1. SECTOR ECONÓMICO.....	10
1.1 Competencia	13
1.2 Proveedores	15
1.2.1 Proveedores de cajas de primera.....	16
1.2.2 Proveedores de cajas de segunda.....	17
1.3 Estrategias de diferenciación	17
2. ESTUDIO DEL MERCADO.....	21
2.1 Descripción del producto o servicio	22
2.2 Caracterización de la demanda	24
2.3 Análisis de estudio de mercado.....	24
2.4 Políticas comerciales	30
2.5 Plan de mercadeo	32
2.5.1 Promoción Comercial.....	32
2.5.2 Plan de Comunicaciones.....	33
2.6 Imagen corporativa.....	33
2.6.1 Nombre de la empresa	33
2.6.2 Logo.....	34
2.6.3 Publicidad	34
2.7 Portafolio de servicios.....	35

3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL	37
3.1 Misión.....	37
3.2 Visión.....	37
3.3 Objetivos Corporativos	38
3.4 Valores Corporativos.....	38
3.5 Políticas de Servicios al Cliente	39
3.6 Organigrama General	39
3.7 Requerimientos de personal y descripción de cargos	40
3.8 Matriz DOFA	47
4. MARCO LEGAL.....	48
4.1 Identificar el Tipo de Sociedad	48
4.2 Consulta del Nombre	49
4.3 Matricula Mercantil.	50
4.4 Inscripción del Rut.....	50
4.5 Minutas	51
4.6 Requisitos para el funcionamiento del establecimiento comercial.....	53
4.6.1 Acta de constitución sociedad anónima simplificada denominada cajas eme s.a.s	53
4.6.2 Estatutos	54
5. ESTUDIO AMBIENTAL	63
5.1 Beneficios	64
6. ESTUDIO TÉCNICO	67
6.1 Localización.....	67

6.2 Macro-localización.....	68
6.2.1 Aspectos geográficos.....	68
6.2.2 Aspectos de infraestructura.....	69
6.3 Micro localización.....	70
6.4 Factores que condicionan la mejor ubicación del proyecto.....	71
7. TAMAÑO Y CAPACIDAD DEL PROYECTO.....	73
7.1 Condiciones del tamaño.....	74
7.2 Tipos de capacidad.....	76
8. PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	77
8.1 Tipo de proceso.....	77
8.2 Diagrama de flujo del proceso.....	78
8.3 Equipos de oficina y maquinaria.....	79
8.4 Descripción equipo de oficina y maquinaria.....	80
8.5 Distribución de la planta.....	81
9. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	82
9.1 Estados Financieros.....	83
9.2 Punto de Equilibrio en Unidades y Pesos.....	84
9.3 Flujo de Caja Libre.....	84
9.4 Flujo de Caja del Capitalista.....	85
9.5 Flujo de Caja de la Financiación.....	85
9.6 Evaluación Financiera.....	86
WEBGRAFÍA.....	88

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Análisis de la competencia	12
Tabla 2. Análisis Encuesta	25
Tabla 3 Cargo y número de empleados necesarios.....	72
Tabla 4. Flujo grama de proceso	78
Tabla 5. Porcentajes pago de seguridad social	79
Tabla 6. Equipos de oficina.....	80
Tabla 7.Estado financiero y económico	83
Tabla 8. Punto de equilibrio de Cajas EME SAS	84
Tabla 9. Flujo de efectivo Libre	84
Tabla 10. Flujo de Caja del Capitalista	85
Tabla 11. Flujo de Caja de la financiación.....	85
Tabla 12. Evaluación Financiera.....	86
Tabla 13. Indicadores de rentabilidad.....	86
Tabla 14. Indicadores de Endeudamiento.....	87
Tabla 15 Indicadores de Liquidez.....	87
Tabla 16. Indicadores de Actividad	87

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Tipos de Empresas.....	27
Grafica 2. Sector Económico	27
Grafica 3. Cantidad a Empacar	28
Grafica 4. Medidas y Cantidad requeridas de cajas	28
Grafica 5. Productos a empacar	29
Grafica 6. Proveedores Actuales Caja EME	30

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Ubicación de clientes y proveedores Cajas Eme	21
Figura 2. Muestra de cartón Faluta	22
Figura 3. Muestra de cartón Corrugado	23
Figura 4. Logos Cajas EME	34
Figura 5. Consulta de nombre	49
Figura 6. Consulta Actividad Económica.....	49
Figura 7. Matricula Mercantil.....	50
Figura 8. Minutas	511
Figura 9. Ubicación de la empresa Cajas EME	67
Figura 10. Ubicación ciudad de Medellín.....	69
Figura 11. Barrio guayabal ubicación de la empresa.....	71
Figura 12. Barrio guayabal ubicación de la empresa.....	81

PRESENTACIÓN

El cartón y el papel son extraídos de la madera, el algodón, el lino o la caña de azúcar y también de material reciclado; por lo cual, la industria del papel y cartón lo están utilizando para su proceso de fabricación.

La comercialización y transformación de cajas de cartón con material reciclable presenta aspectos muy importantes. El primero es el aprovechamiento de cajas o de cartón que si no se recicla, iría a incrementar los desechos y basuras y por ende la contaminación. El segundo es aprovechar una oportunidad comercial que se presenta en las pequeñas y medianas empresas en la región del valle de Aburrá, que requiere de empaque para sus productos, pero que por sus pequeños volúmenes de compra y la falta de capital, no es atendido por los grandes productores de cajas de cartón.

En cuanto a lo primero, al reciclar se obtienen grandes beneficios para el medio ambiente, entre los que se resaltan que por cada tonelada de papel reciclado se salvan 17 árboles, se ahorran más de 25.000 litros de agua y se ahorra el 33% de la energía utilizada para producir material nuevo (www.cempre.org.co).

Para lo segundo, la empresa, compraría cajas ya usadas y en buen estado o no muy deterioradas (tapas malas, rasgaduras, pliegues mal elaborados, entre otros), se revisaría que no se encuentren demasiado sucias, engrasadas o que hayan sido utilizadas para el empaque de productos tóxicos.

Este tipo de materiales se puede utilizar para ser transformado en la elaboración de cajas más pequeñas o de una más grande, dependiendo de las necesidades o requisitos de los clientes, lo cual trae para su beneficio disminución en los costos de venta de sus productos, rebaja en los gastos de material para bodegaje, archivo, entre otros; debido al económico precio de adquisición de este producto.

Según el tamaño de las cajas se pueden empaquetar productos como alimentos, vestuario, envases plásticos, juguetería, herrajes, sea para exportaciones, tránsito nacional, bodegaje, archivo.

Para la transformación de las cajas a otras medidas se utiliza maquinaria como grafadora, sinfín, circular, guillotina, pegantes como colbón, gómel, y silicato. En el proceso para la transformación de la caja se buscan los materiales adecuados, para la fabricación de la caja solicitada, partir y dar las medidas específicas y requeridas por el cliente, grafar, cortar y pegar, después deben dejar secar bien para que la caja adquiera firmeza y entrega al cliente en su punto de venta.

1. SECTOR ECONÓMICO

La CIIU que es la clasificación de las diferentes actividades en procesos productivos, estipula que la recuperación de materiales tiene por código el 3830.

La recuperación de materiales a que se refiere este código, son los residuos de papel y cartón que se recogen para ser reutilizados en la fabricación de papel o cartón según sea el caso; esto proporciona que haya una gran disminución en la generación de residuos contaminantes, brindando gran beneficio ambiental y disponibilidad de este tipo de material para las pequeña y mediana industria local.

Según la ANDI (Asociación Nacional de Industriales) este sector recicla cerca de 500.000 toneladas de papel y cartón, que equivale al 44% de todo el material que se involucra en el proceso productivo y se convierte en un gran apoyo a los Planes de Gestión Integral de Residuos Sólidos PGIRS, que están funcionando en las diferentes ciudades del país.

Todos los sectores están contribuyendo al fortalecimiento de este sector productivo, pues día a día se esfuerzan más en el cumplimiento de las normas relacionadas con el reciclaje y reutilización de cartones y empaques; se resaltan entre ellas, las entidades bancarias, la industria de Artes Gráficas y Editoriales.

Ya existen empresas dedicadas al desarrollo de la industria del reciclaje, una de ellas es Fibras Nacionales Ltda. (www.fibrasnacionales.com.co). Como filial de Papeles Nacionales fue creada en 1970 y tiene como objetivo la creación de la cultura del reciclaje dentro de las empresas. Las acciones de esta empresa van orientadas a la fabricación de servilletas, papel higiénico, toallas de mano y de cocina todo con el material que reciben de reciclaje.

Esta organización cuenta con el Sello de Calidad del Icontec norma ISO 9001 de 2000 para la compra, recolección, y selección de papel reciclable. Esto demuestra que es un proceso valido, confiable que debe motivar a otras empresas a certificarse para ser más competitivos y aportar al cuidado del medio ambiente.

Como cifras estadísticas se puede decir que en el 2002 recibieron 355.000 toneladas de cartón, periódicos, archivo y directorios en todo el país e importaron 73.000 toneladas, lo cual indica que una gran oportunidad de negocio que se debe aprovechar, pues existe mucha demanda para sus productos. Su facturación está por encima de los \$25.000 millones genera aproximadamente 400 empleos directos y 5000 indirectos.

Existe otra entidad creada para promover el reciclaje como cultura y como fuente generadora de recursos, esta es la Corporación Colombiana de Reciclaje “Co-Reciclar”.

Esta entidad que cuenta con el respaldo del Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial; de la Alcaldía Mayor de Bogotá y la Asociación de Recicladores de

Bogotá funciona como una institución que brinda apoyo y asesoría a sus asociados ante las entidades financieras para apoyarlos en la implementación de proyectos relacionados con el reciclaje. También tiene contactos con entidades a nivel mundial que están en condiciones de transferir conocimiento para el reciclaje de muchos productos que en el país aún no se reciclan. Presentó ventas a Venezuela del orden “de US\$ 5.629.179 dólares en 2006, a US\$ 10.919.176,51 en el año 2007, manteniendo su presencia en 2008 con US\$ 11.074.570,98 millones” (www.chilealimentos.com).

Los diferentes estudios realizados demuestran que grandes productores del sector de empaque de cartón, involucran el material reciclable dentro de su proceso, pero no comercializan cajas de segunda; además, desatienden a las micro, pequeñas y medianas empresas que por su volumen de ventas no requieren grandes cantidades de cajas; también su disponibilidad de capital les impide contar con grandes inventarios de material de empaque.

Con base en lo anterior, se aprecia una oportunidad de ingresar a este sector, pues las micro, pequeñas y medianas empresas, tiene un crecimiento acelerado en nuestro medio brindando una excelente oportunidad comercial. Y ante la magnitud de las cifras y el conocimiento que tienen los socios del sector de reciclaje de cajas de cartón como material de empaque, se tomó la decisión de incursionar en éste ítem de la economía.

1.1 Competencia

El análisis de la competencia, es el proceso de recolectar información de todas aquellas empresas que “hacen lo mismo que nosotros”; esto es, venden los mismos productos (los que cumplen exactamente la misma función) o productos sustitutos (que sin ser iguales, pueden reemplazar a los nuestros, ejemplo: parva y arepas), a los mismos clientes y que son amenaza para la estabilidad de la organización.

En el siguiente cuadro comparativo muestra nombre y ubicación de la empresa, las dimensiones de las referencias de cajas más vendidas por estas compañías, promedio de precio de venta, sistema de cobro, canales de comercialización, la presentación y la estrategia, elementos que sirven para tener algunas referencias y diseñar estrategias.

Tabla 1. Análisis de la competencia

Nombre Empresa	Ubicación	Productos	Referencias	Precios	Ofertas	Sistemas de cobros	% PM	Canales de Comercialización	Calidad	Presentación	Estrategias
Carlos Cifuentes	Medellín-Sector de Guayaquil	Cajas de cartón	Ref 1: Caja de 72x42x28	\$ 3.100	No hace	15 días FF	4%	Directo	Buena	La unidad de venta es por caja.	No tiene una estrategia debidamente planificada
			Ref 2: Caja de 60x44x29	\$ 2.300			7%				
Gonzalo Montoya	Itagüi	Cajas de cartón	Ref 1: Caja de 72x42x28	\$ 3.000	No hace	Contado	7%	Directo	Buena	La unidad de venta es por caja.	Su estrategia se basa en el precio
			Ref 2: Caja de 60x44x29	\$ 2.200			10%				
Fabio Quintero Zuluaga	Medellín-Barrio Niza	Cajas de cartón	Ref 1: Caja de 72x42x28	\$ 3.200	Por volumen	Contado	6%	Directo	Buena	La unidad de venta es por caja	Su estrategia se basa en calidad de producto y el mantener existencias
			Ref 2: Caja de 60x44x29	\$ 2.400			8%				
			Ref 2: Caja de 60x44x29	\$ 2.300			8%				

Fuente: Elaboración propia, datos tomados de investigación de mercado

Como en cajas de cartón se pueden manejar una gran cantidad de referencias, es de gran importancia las medidas de los productos de cada empresa y de las unidades de embalaje de los mismos, para el efecto de este análisis y según la investigación realizada (ver encuesta) se toman dos referencias (Ref. 1 caja de 60x44x29 y Ref. 2 caja de 77x42x26), las más significativas por ser las más solicitadas.

Del cuadro anterior, se puede extraer la siguiente información:

Competidores. Es importante aclarar que los proveedores de cajas de primera se convierten en competencia, cuando su política empresarial permite comercializar las cajas que salen defectuosas dentro de su proceso de producción.

En su gran mayoría son empresas con alto grado de informalidad, sin ninguna estructura administrativa clara. Todas las decisiones están bajo su responsabilidad y los empleados solo siguen órdenes.

También carecen de organización de sus plantas y el desorden es palpable. Sus sistemas contables se limitan a llevar registros de entradas y salidas de efectivo y sus inventarios son pobremente llevados. Esto hace que casi nunca conozcan sus verdaderas utilidades y se guían por su “olfato comercial”.

Ubicación geográfica. La competencia se concentra en el barrio de Guayabal ubicado en la Región del Valle de Aburra, el cual se encuentra en un sector aledaño a la

plaza mayorista y a la zona comercial del centro de Medellín, además algunas de las competencias están ubicadas en sectores de fácil acceso como la América, Barrio Triste, Guayaquil y Caribe.

El precio. Los precios que se citan en el cuadro, son referencia para la asignación de los precios de ventas de nuestros productos, los cuales tendrán como referencia: la estructura de costos interna, los precios citados de la competencia y el tipo y necesidades del mercado objetivo.

Ofertas. En general estas empresas no tienen una estructura de mercadeo que les permita realizar programas de incentivos comerciales; lo que más se encuentra descuentos por volumen. Lo que más se encuentra es un descuento negociado en el momento de la compra entre el cliente y el dueño del negocio.

Sistemas de cobro. Se refiere al plazo de venta. Los sondeos realizados han mostrado que las empresas establecidas tienen ventas sin plazo, exclusivo contado, a 10 días y 15 días fecha de factura (ff). Se ha detectado que estos plazos son muy variables dada la informalidad del sector.

Porcentaje de participación en el mercado (%pm)

Es la participación en el mercado que se ha identificado de cada una de las empresas estudiadas. Estas cifras surgieron de un sondeo de ventas que han realizado durante el presente año.

Canales de comercialización. Este tipo de empresas venden de manera directa a sus clientes, ya sea porque éstos los visitan y allí realizan sus compras o por que el dueño (que hace las veces de vendedor) visita a algunos clientes.

Calidad del producto. Algo muy generalizado es la calidad del producto final que comercializan las empresas, lo que obliga a ser más competitivos a todos los actores del sector.

Presentación de las cajas. La presentación es por unidad, lo que se hace es que se enzunchan (amarran) en cantidades de 6 o 12 según el tamaño de la caja.

Estrategias. En general las empresas no tienen estrategias definidas, pero lo que se aprecia es que buscan competir con calidad, precio e inventarios.

1.2 Proveedores

En la cadena productiva, existen los proveedores y los clientes. Se podría definir al proveedor como aquella persona u organización que surte o vende a otra un insumo,

materiales, materia prima u otro requerimiento necesario para la ejecución de su proceso productivo.

ste sector, los proveedores se pueden clasificar en dos:

1.2.1 Proveedores de cajas de primera

Entre los principales proveedores de cajas de primera se encuentran las empresas como Austropol, Corrumed y Facarda ubicados en el municipio de Itagüí, Induempques Medellín, Kartonar y Papelsa que están en Medellín y Particiones Barbosa que tiene sus instalaciones en el municipio de Barbosa (Antioquia).

Todos ellos manejan cajas de primera calidad, en diferentes tamaños y calidades, con entregas a domicilio y en un plazo que oscila entre 24 y 72 horas, según el tamaño del pedido y la referencia solicitada, otra de las ventajas es su ubicación, lo que facilita la compra y despacho, generándose ahorros en tiempo y costos de flete.

Uno de las condiciones más complicadas de cumplir con ellos es la exigencia de pedidos de gran volumen pues sus producciones son a gran escala para generar ahorros en la compra de materia prima y la producción por unidad.

Una de las políticas que se desea implementar es el no trabajar cajas de primera, pues la competencia es grande y dura de evadir, pero estos fabricantes de cajas de primera se convierten en proveedores en el momento en que estos venden la producción por

diferentes causas como falencias en las medidas de la caja, tipo de cartón utilizado no es correcto, la estampación en la caja no concuerda con la solicitada, entre otros.

1.2.2 Proveedores de cajas de segunda

Cajas intermediaria de reciclaje, Cajas Ya, Cajas & Pack corrugados, Guacales y empaques Antioquia ubicadas en Medellín, Depósito de cartón y canecas M.J.G. ubicada en Itagüí, son empresas flexibles en el tamaño del pedido, lo que permite trabajar con ellas.

Las empresas grandes de diferentes sectores son proveedores, ya que las cajas que les quedan de su proceso de venta o compra de su mercancía no la botan sino que las revenden como caja de segunda. .

Productos complementarios y sustitutos. Como productos complementarios a las cajas cartón podemos citar bolsas plásticas para empacar y caja de presentación, como productos sustitutos tenemos caja plástica, costal de fique o cabuya, costal sintético, bolsas plásticas y de polietileno y guacales de madera.

1.3 Estrategias de diferenciación

Para lograr una verdadera estrategia de diferenciación se debe realizar una mezcla de variables a saber:

- Ampliar el alcance del producto y el mercado: Identificar nuevos segmentos y nichos del mercado le permite a la empresa crear una base más amplia de clientes de manera que sus ventas se sostengan o sean mayores.
- Modificar las bases de la diferenciación: El estudio y conocimiento de la competencia permite conocer sus principales características y sus variables competitivas y al compararlas con la de otras empresas, se pueden establecer elementos de diferenciación. Esa diferenciación se busca que sea un generados de mayor participación en el mercado y con una administración eficiente, mayores utilidades.
- Aplicar las capacidades básicas en otras oportunidades de negocio: Las empresas deben identificar qué es lo que saben hacer y saben hacerlo bien, y además, deben saber de esas capacidades cuales son valiosas para sus clientes actuales para buscar con ello nuevas oportunidades de negocios.
- Reutilizar activos estratégicos: La empresa debe evaluar todo sus activos, como talleres, máquinas, terrenos, patentes y marcas, bases de datos y evaluar cómo puede darles un nuevo uso o con ellos, como puede desarrollar nuevas unidades de negocios.
- Modificar la ejecución y el apoyo: Identificar e implementar nuevos modelos de negocios puede ser crucial para que una empresa amplíe su mercado y su rentabilidad y asegure su permanencia en el tiempo.

- Aprovechar la información sobre los clientes: No solo es importante tener datos de los clientes, es necesario organizarlos y sacar de ellos la información que permita identificar cambios en los hábitos de consumo, nuevas tendencias y cambios en los comportamientos de los consumidores. La información aplicada a la gestión se convierte en el conocimiento de la empresa que la ayudará a mejorar sus resultados.
- Crear y aprovechar la comunidad con los clientes: En muchos casos las relaciones entre clientes y empresa van más allá de la pura relación económica. Hay cierta lealtad de los clientes o inclusive identificación con la marca o la empresa. Esas situaciones, relativamente poco frecuentes, pueden ser creadas, estimuladas, para crear lazos entre clientes y empresa que tengan un componente más fuerte o más profundo que el sólo intercambio económico.
- Modificar la estructura de precios: Así como se modifica la estructura de producción para hacer procesos más eficientes y mejorar las utilidades, se puede variar la forma como se cobra y hacerse más atractivo en el mercado.

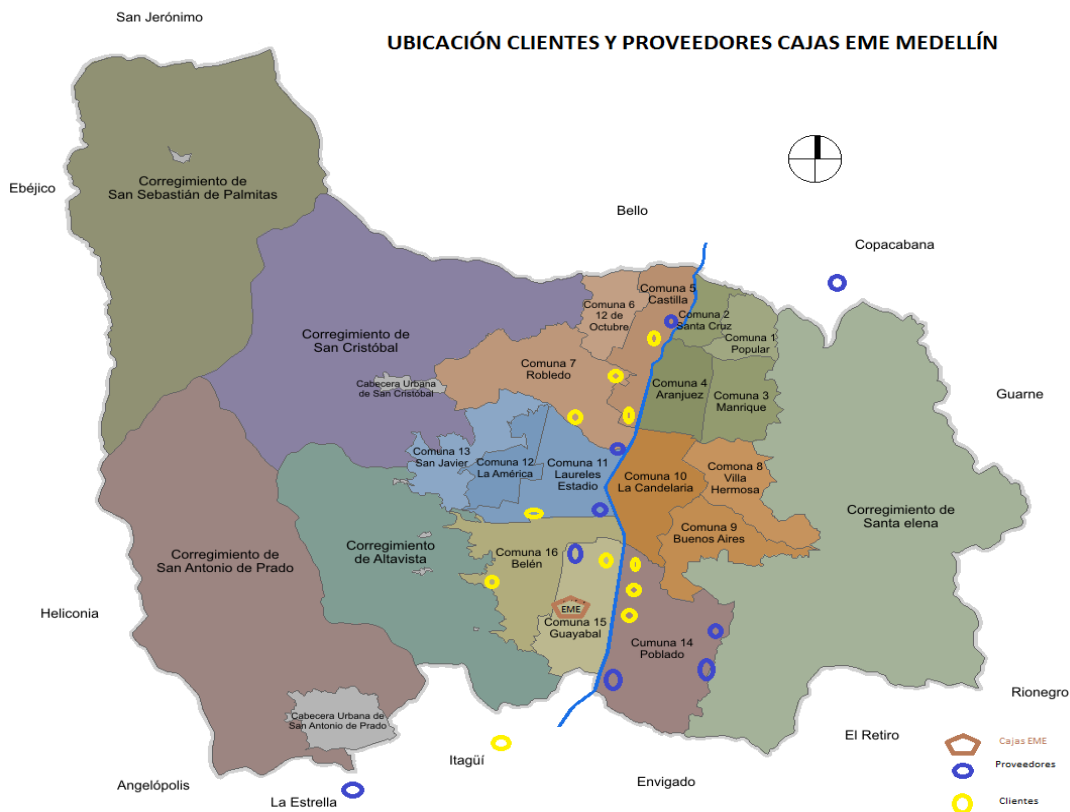
Para esto es importante conocer la forma como cobra la competencia y mirar en otros sectores las diferentes maneras que utilizan para cobrar; por ejemplo, se puede cobrar la membresía o por franquicia, se vende a en efectivo, de contado o a plazos, se pueden buscar posibles canjes.

Incorporar los proveedores al modelo de negocio y aprovechar las capacidades de otras empresas, los proveedores se han convertido en los grandes apoyos a la rentabilidad y sostenibilidad del negocio; es por esto, que toda empresa que gestione la relación con sus proveedores generará utilidades y se blindará contra las acciones de la competencia, es mejor competir en bloque con toda la cadena de producción a su favor y que andar aislado por el mundo, prueba de ellos es la estrategia Clúster que se ha implementado en la ciudad de Medellín.

2. ESTUDIO DEL MERCADO

Nuestro estudio de mercado para Empresa se realizará en el municipio de Medellín, Antioquia en el sector comercial e industrial de Guayabal, variables que involucra entre otras la fijación de un precio, la fijación de un establecimiento comercial en la mejor zona de este sector, localización de clientes potenciales y sus posibles preferencias, además del análisis de la competencia. Como se muestra en el siguiente gráfico:

Figura 1. Ubicación de clientes y proveedores Cajas Eme



Fuente: <http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Mapa>

2.1 Descripción del producto o servicio

La empresa tendrá como finalidad la fabricación y comercialización de cajas de cartón de segunda, donde se pretende manejar un estándar de medidas para cajas en stop en las Referencias 1 caja de 72x42x28 y Referencia 2 Caja de 60x44x29 y adicionalmente unas cajas transformadas según los requerimientos de cada uno de los clientes, para cumplir con estos requisitos en la orden de compra se debe especificar las medidas de la caja en centímetros de alto x ancho x largo, calibre y tipo de cartón, cantidad, fecha de entrega, forma de pago y especificar el producto a empacar ya que se pueden hacer recomendaciones y sugerencias a los clientes.

Calibres en fatula: este tipo de cartón se encuentra compuesto por 3 papeles, dos liners y un médium, donde este último va en forma de onda entre los dos liners, además se utilizan diferentes calibres como C450K - C540K - C620K - C720K - C790K - C930K. Ver Figura

Figura 2. Muestra de cartón Faluta



Fuente: <http://www.fabricarton.com/carton-corrugado/cajas-de-carton>

Corrugado doble pared: Para empaque de productos con gran peso o volumen se recomienda las cajas de cartón en doble pared, las cuales se componen por 5 papeles, 3 lineras y 2 médium, de esta manera dar una mayor resistencia, estas pueden ser utilizadas para exportación o almacenaje de productos. Los calibres utilizados son D7K - D9K.

Figura 3. Muestra de cartón Corrugado



Fuente: <http://www.fabricarton.com/carton-corrugado/cajas-de-carton>.

Las cajas de cartón pueden presentar 3 tipos de pegue (unión de los cuerpos de la caja)

- Cola o pegante
- Cocida por medio de grapas
- Pegada y cocida

Las cajas de cartón en corrugado sencillo también pueden ser transformadas en cartón blanco, para darle un mayor realce al logotipo de su empresa y una mejor presentación a su producto si el cliente lo desea.

2.2 Caracterización de la demanda

Por ser un producto de uso industrial, la estrategia empresarial está dirigida a:

- Segmentación de empresas: Mediana y pequeña empresa que no requiera grandes volúmenes, por lo cual los grandes proveedores no le venden. Además, que puedan utilizar caja de segunda.
- Segmentación por ubicación geográfica: Industrias ubicadas en la Región del Valle de Aburra, pues el manejo de las distancias versus cantidad y oportunidad de entrega, permiten manejar un costo de flete racional.
- Nicho: En la industria en general hay necesidad de este tipo de productos, pero los sectores donde pueden darse nichos de mercado son en confecciones como teñidos, acabados y jeans (Cantidad de empresas por sector), alimentos, industria de plásticos como juguetería, cocas plásticas para empaçar alimentos y empaque de accesorios para vehículos.

2.3 Análisis de estudio de mercado

A continuación se presenta el análisis obtenido del estudio de mercado realizado a través de encuestas, las cuales se le realizaron a 70 empresas de Medellín, y éstas hacen

parte del sector económico, textil, alimenticio y de comercio mostrando como resultado la siguiente información:

Tabla 2. Análisis Encuesta

CAJAS EME								
TABULACION ENCUESTA								
Total encuestas		70						
1. Tipo de empresa								
	Cantidad	%		Cantidad	%		Cantidad	%
De Producción	15	21,42857	De Comercialización	25	35,7142857	Ambas	30	42,8571429
2. Sector económico								
Alimenticio	20	28,57143	Textil	25	35,7142857	Comercio	25	35,7142857
3. Productos a empacar								
Carnes frías	15	21,42857	Vestidos de Baño	15	21,4285714	Mercancías	20	28,5714286
Textiles	20	28,57143						
4. Cantidad a empacar								
Por tres unidades	10	14,28571	Por seis unidades	25	35,7142857	Por docena	30	42,8571429
Otras	5	7,142857						
5. Describa las medidas requeridas								
Ref 1 56.5*36*12	20	28,57143	Ref 2 33*62*47	30	42,8571429	Ref 3 50*25*15	20	28,5714286
6. Cantidades requeridas por semana								
Ref. 1	800		Ref. 2	2400		Ref. 3	2500	
7. Proveedor actual								
Cajas y Empaques	10	14,28571	Corrumed	10	14,2857143	Porpac	10	14,2857143
Papelsa	15	21,42857	Packing	10	14,2857143	Cajas Ya	10	14,2857143
Marión	5	7,142857						

Fuente: Elaboración propia, datos tomados de investigación de mercado

Pregunta 1: Tipos de empresas: El 15% de las empresas encuestadas son de producción, el 25% de comercialización y el 30% restante son de producción y comercialización.

Pregunta 2: Sector económico: El 20% son del sector alimenticio, el 25% son del sector textil y el 25% son del comercio.

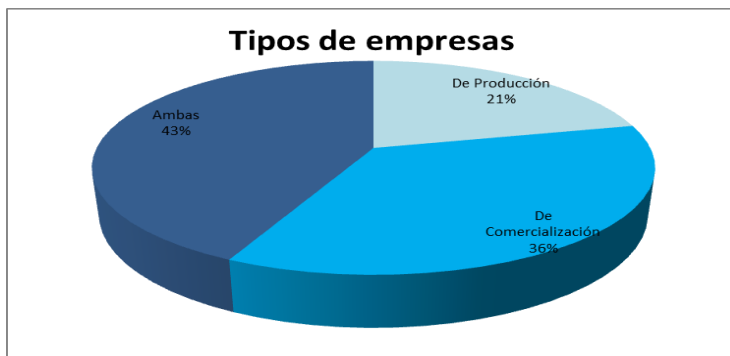
Pregunta 3: Productos a empacar: El 15% están en el sector de las carnes frías, 15% producen vestidos de baño, 20% camisetas y el 20% comercializan mercancías.

Pregunta 4: Cantidad a empacar: el 10% utilizarían cajas por 3 unidades, el 25% necesitan cajas para empaque de 6 unidades, el 30% por docenas y el 5% restante otras

Pregunta 5: Medidas requeridas: El 20% requieren cajas de la Ref. 1, el 30% de la Ref. 2 y el 20% de la Ref. 3

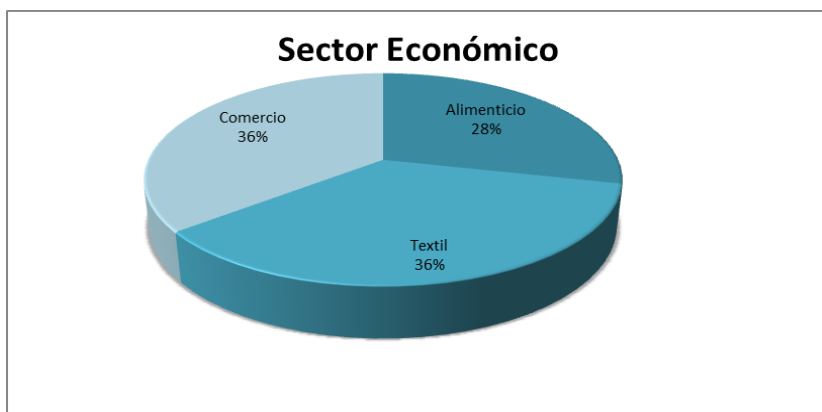
Pregunta 6: Cantidades requeridas por semana: De la Ref 1 se requerirían 800 unidades semanales, de la Ref. 2 2.400 unidades semanales y de la Ref. 3 2.500 unidades semanales.

Pregunta 7: Proveedores Actuales: El 10% le compran a Cajas y empaques, otro 10% a Corruemed, a Parpac el 10%, 15% a Papelsa, 10% a Packing, 10% a Cajas Ya y 5% a Marión.

Gráfica 1. Tipos de Empresas

Fuente: Elaboración propia, datos tomados de investigación de mercado

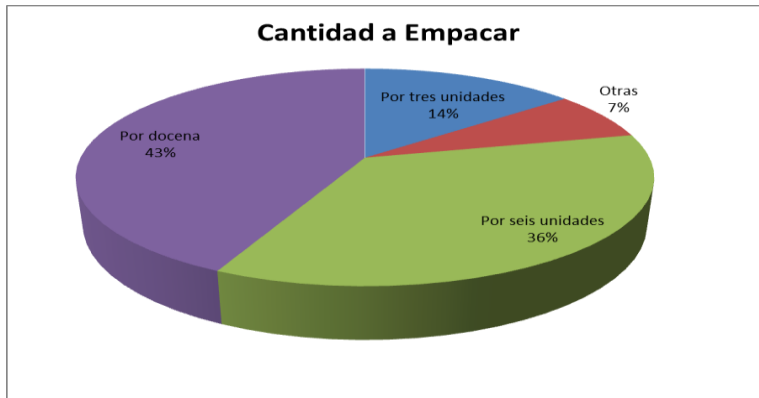
En esta grafica se puede observar que el 43% de las empresas encuestadas se dedica a la Producción y Comercialización, el 21% se dedica a la Producción y el 36% a la comercialización.

Gráfica 2. Sector Económico

Fuente: Elaboración propia, datos tomados de investigación de mercado

Se observa como los sectores Comercio y textil obtienen el mayor porcentaje de participación con 36% cada uno con respecto al alimenticio con un 28%.

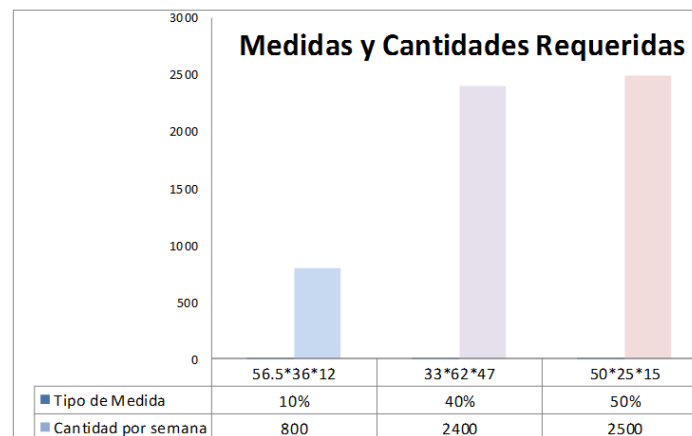
Grafica 3. Cantidad a Empacar



Fuente: Elaboración propia, datos tomados de investigación de mercado.

El 43% de los posibles clientes empaqa sus productos por docena, el 36% por 6 unidades, el 14% por 3 unidades, mientras que el 7% restante utiliza otra forma de empaque.

Grafica 4. Medidas y Cantidad requeridas de cajas



Fuente: Elaboración propia, datos tomados de investigación de mercado

De las 3 medidas de cajas que producirá la empresa el 10% corresponden a la Ref. 1 con un pedido semanal de 800 cajas. De la Referencia 2 producirá el 40% y su pedido semanal será de 2.400 cajas y la referencia 3 producirá el 50% y su pedido semanal será de 2.500 cajas.

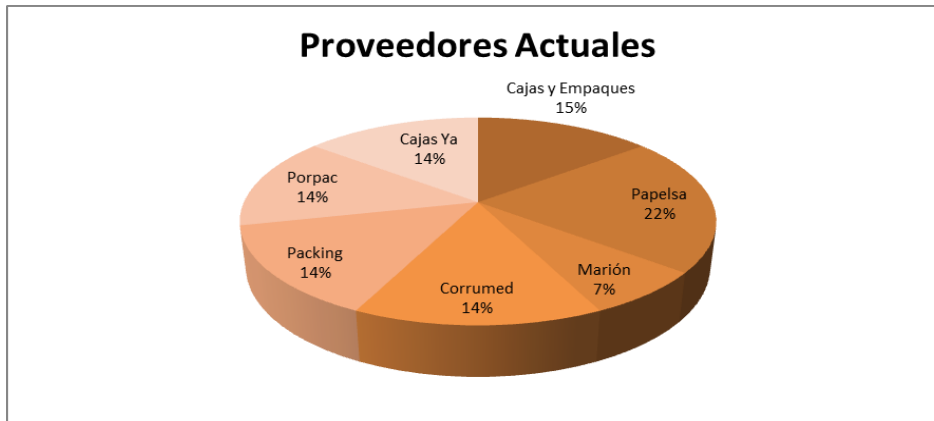
Grafica 5. Productos a empacar



Fuente: Elaboración propia, datos tomados de investigación de mercado.

Se puede observar que el mayor porcentaje de participación de productos a empacar lo obtienen las empresas de mercancías y textiles con un 29%, seguido de las empresas de carnes frías y vestidos de baño con un 21% cada una.

Grafica 6. Proveedores Actuales Caja EME



Fuente: Elaboración propia, datos tomados de investigación de mercado

Se puede analizar como Papelsa es uno de los mayores proveedores con un porcentaje del 22%, lo sigue Cajas y empaques con un 15% y con un 14% Cajas Ya, Porpac, Packing Corrumed respectivamente. Y por ultimo Marion con un 7% de participacion.

2.4 Políticas comerciales

El precio es uno de los elementos más flexibles este se puede modificar rápidamente aumentando o disminuyendo, se dice que el precio de un bien es su relación de cambio por dinero, esto es, el número de unidades monetarias que se necesitan obtener a cambio una unidad del bien.

Es el conjunto de normas, criterios, lineamientos y acciones que se establecen para regular y fijar la cantidad de ingresos provenientes de la venta de bienes y/o servicios que

produce el sector público a través de sus dependencias y entidades. Se considera también en esta política los topes máximos y mínimos de precios y tarifas que establece el Sector Público a los particulares, por los citados bienes y/o servicios que produce.

Para la implementación de las políticas de precios es necesario saber inicialmente donde se quiere posicionar la oferta del mercado, cuanto mas claros sean los objetivos de la empresa se hace mas sencillo fijar los precios. La empresa debe buscar un objetivo principal al fijar sus precios, como: Supervivencia, utilidades actuales máximas, participación máxima de mercado, captura máxima del segmento superior del mercado y liderazgo en calidad de productos

También existen algunas condiciones que favorecen los precios bajos:

- El mercado es muy sensible al precio y un precio bajo estimula su crecimiento
- Los costos de producción y distribución bajan al irse acumulando experiencia en la producción
- El precio bajo desalienta la competencia real y potencial

En la fijación de precios lleva consigo el deseo de obtener beneficios para la Empresa, donde los ingresos son determinados por la cantidad de ventas realizadas, sin embargo el fijar precios elevados, los ingresos totales pueden ser altos, pero para que esto repercuta en los beneficios, dependerá de la adecuada determinación en la calidad del producto y buen servicio que le den el equilibrio a la compañía.

La empresa asume tres políticas de cartera, las cuales se aplican según el tipo de cliente y la certeza del pago, de acuerdo con un estudio de crédito que previamente se le efectúe.

- Venta de estricto contado contra entrega: Para clientes nuevos, muy bajos volúmenes de compra.
- Venta a 15 días fecha de factura: Política diseñada para empresas medianas con estudio de crédito previo.
- Venta a 30 días fecha de factura: Política diseñada para empresas medianas con estudio de crédito previo.

La aplicación de cada política de crédito, además, depende de las existencias en el mercado, de las acciones de la competencia, del tipo de cliente.

2.5 Plan de mercadeo

A continuación se plantean algunas estrategias de mercadeo necesarias para de los objetivos corporativos.

2.5.1 Promoción Comercial

Estrategia 1: Descuentos por escala.

Menos de una docena de cajas: Precio neto

De 13 a 24 cajas : Descuento del 5%

De 25 a 48 cajas	: Descuento del 7%
De 49 cajas en adelante	: Descuento del 10%

2.5.2 Plan de Comunicaciones

Una de las estrategias más importantes en el sector es la de “salir a buscar los clientes”, pues la gran mayoría de empresas del sector, son muy tradicionales y esperan a “que el cliente los visite”. La aplicación de esta estrategia por parte de nuestra empresa, le permitirá mejorar su posición en el mercado. Dentro de la estrategia de comunicación se pretende realizar una estrategia de correo directo a diferentes empresas de los nichos seleccionados.

Y tener una comunicación directa, vía “correo electrónico” con el cual se hace presencia de manera permanente y sin intermediarios, para notificar promociones y demás acciones comerciales y novedades que sea necesario informarles a las personas interesadas y que son los responsables de comprar.

2.6 Imagen corporativa

2.6.1 Nombre de la empresa

El nombre de la empresa fue compuesto con las iniciales del primer nombre de los futuros socios de la Compañía: Elizabeth – Martha – Engreed.

CAJAS EME

2.6.2 Logo

Figura 4. Logos Cajas EME



2.6.3 Publicidad

Consiste en difundir promociones, nuevos productos, dar a conocer o hacer recordar la existencia de otros productos a los consumidores actuales o nuevos compradores adquiridos, así como persuadir, estimular, motivar o inducir su compra, adquisición, consumo o uso. Algunas estrategias que podemos aplicar relacionadas a la promoción son:

- Crear ofertas de productos por docena, 2x1, o adquirir un segundo producto a mitad de precio por la compra del primero.
- Obsequiar regalos por la compra de determinados productos.

- Ofrecer descuentos por cantidad o descuentos por temporadas.
- Organizar sorteos o concursos entre nuestros clientes.
- Crear boletines tradicionales o electrónicos.
- Organizar eventos o actividades.
- Colocar anuncios publicitarios en vehículos de transporte público.
- Crear letreros, paneles, carteles, afiches, folletos, catálogos, volantes o tarjetas de presentación.

2.7 Portafolio de servicios

CAJAS EME S.A.S

Quienes Somos

Somos una empresa que compra materiales o empaques de segunda, sirviendo como intermediarios para llevar estos productos a otras empresas para ser reutilizadas, y así contribuir con la no tala de árboles ya que el proceso de fabricación de cartón conlleva a un gran consumo de madera y agua.

El portafolio de productos de la empresa se diversifica en cajas de cartón con material de segunda en buen estado, las cuales se transforman en diferentes medidas según las especificaciones de cada cliente, para ser utilizadas para varios tipos de empaque.

En cuanto al servicio, será de asesoría a las empresas para ayudarles a definir el mejor material y tamaño, para evitar desperdicios y sobrecostos.

Todos los productos que fabricamos cumplen con todas las exigencias, características, normas, de calidad y diseño requeridas por cada uno de nuestros clientes, que son los consumidores de caja para el empaque de juguetería, bluyineria, cosméticos, etc.

Ubicación: Las oficinas y la planta se ubicarán en la Región de Valle de Aburra, barrio Guayabal La Raya, zona industrial, sector de la plaza Mayorista.

Visítenos para tener el gusto de atenderlos, ventas al por mayor y al detal.

3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

3.1 Misión

Cajas EME S.A.S es una empresa comercializadora, que busca ser la aliada preferida por los clientes en materia de embalaje; esto quiere decir, que debemos conocer los procesos de venta, empaque de cada uno de los clientes para asesorarlos y brindarles el producto preciso para sus requerimientos.

3.2 Visión

Cajas EME S.A.S se ve en un proceso de mejoramiento continuo en todos sus procedimientos, en donde los costos y la calidad tendrán cuidado permanente, con el fin de reflejar la mejor imagen con un beneficio directo tanto para la organización como para los clientes y el mercado en general.

Queremos posicionarnos como la mejor opción en el negocio de la compra y venta de cajas de cartón con material de segunda en la Región del Valle de Aburra para las pequeñas y medianas empresas, gracias a la experiencia encontrada en el sector.

3.3 Objetivos Corporativos

- Ser una de las mejores alternativas en comercialización de cajas de cartón con material de segunda, en el segmento de las pequeñas y medianas empresa en la región del valle de Aburra.
- Trabajar, únicamente, con material de excelente calidad.
- Revisar y rediseñar, de manera permanente, los procesos de producción para garantizar eficiencia operativa y ser competitivos en el sector.

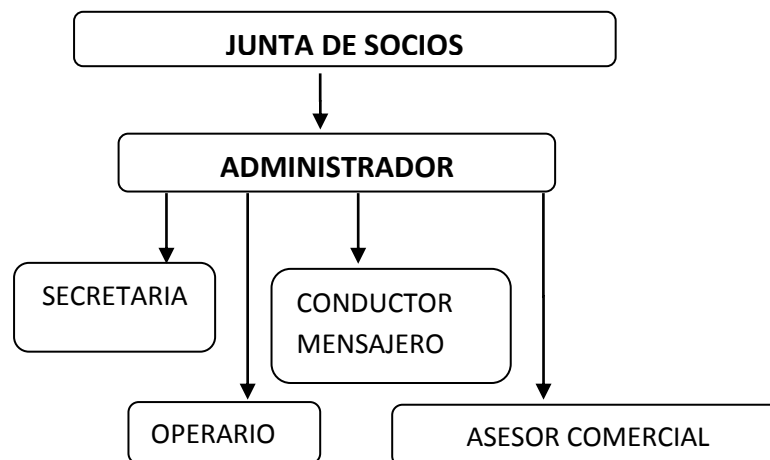
3.4 Valores Corporativos

- Cumplimiento: Tener claros los compromisos adquiridos con nuestros clientes, para cumplir en calidad de productos, tiempos de entregas y pertinencia en el servicio.
- Respeto: Reconocer y valorar a cada uno de los públicos a los cuales se debe la empresa, además de los lineamientos y políticas establecidas.
- Vocación de Servicio: En todos los integrantes de la organización siempre debe predominar el espíritu de colaboración y servicio a los demás; todo aquello expresado a través de acciones libres y espontáneas, que brinden satisfacción a todos nuestros clientes internos y externos y demás públicos de la empresa.
- Integridad: Actuar de forma coherente, de manera que lo enunciado sea aplicado en todos los procesos y acciones de la empresa.

3.5 Políticas de Servicios al Cliente

- Comprometerse con lo que la empresa verdaderamente puede cumplir: Ningún empleado de la organización podrá crear falsas expectativas a los clientes prometiendo lo que la empresa no ha prometido o no está en condiciones técnicas, económicas o comerciales de cumplir.
- Conocer las necesidades del cliente: Es responsabilidad de los encargados de ventas, conocer y anticiparse a los requerimientos del cliente, para evitarle paros y sobrecostos en sus procesos por falta de suministro.
- Identificar puntos de mal servicio y corregirlos: Es responsabilidad de los funcionarios respectivos, identificar los puntos de mal servicio, analizarlos y corregirlos desde la óptica del cliente, de manera que cada día la evaluación del servicio se acerque a lo óptimo.

3.6 Organigrama General



- Junta de Socios
- Administrador
- Secretaria
- Operarios
- Conductor - Mensajero
- Asesor Comercial

3.7 Requerimientos de personal y descripción de cargos

Nombre del cargo: Junta de Socios

Depende de: Por ser la máxima autoridad de la empresa no depende de nadie.

Depende de éste: El Administrador

Función básica: Definir el lineamiento estratégico y las políticas generales de la organización.

Funciones detalladas:

- Trazar las políticas, los objetivos y las metas a corto, mediano y largo plazo de la compañía.
- Diseñar los planes y estrategias que permitan alcanzar los objetivos y las metas.
- Proveer los recursos financieros para el normal desarrollo del objeto social de la empresa.
- Ejercer la representación legal de la organización.

- Diseñar y autorizar la planta de cargos requeridos para el normal desarrollo de las actividades.
- Coordinar la ejecución del trabajo del Administrador
- Revisar y aprobar los informes de gestión y resultados del Administrador.
- Aprobar los balances y demás documentos de cada ejercicio contable.

Nombre del cargo: Administrador

Depende de: La Junta de Socios.

Depende de éste: Secretaria, Operarios, Conductor – Mensajero y el Coordinador de Comercial

Educación: Profesional en ciencias administrativas o en áreas afines, conocimientos de finanzas y administración del recurso humano físico, manejo de computador y herramientas de (Word, Excel, power point e internet). Actitud de servicio al cliente interno y externo.

Experiencia: dos años en cargos afines.

Función básica: Ejecutar todas las directrices emanadas de la Junta de Socios y velar por el cumplimiento de los resultados esperados.

Funciones detalladas:

- Desarrollar las estrategias definidas por la Junta de Socios.

- Diseñar el plan de trabajo de cada cargo a su mando, de acuerdo con las políticas y lineamientos de la Junta de Socios.
- Coordinar las actividades y acciones de los empleados a su cargo.
- Canalizar y optimizar el desempeño del talento humano y de los recursos económicos y tecnológicos de la organización hacia aquellas oportunidades que permitan obtener los resultados esperados por la Organización.
- Diseñar los procedimientos de cada cargo para su óptima operación.

Tipo de contrato: Contrato laboral a término indefinido

Salario: \$1.000.000.00

Nombre del cargo: Secretaria

Depende de: El Administrador

Depende de éste: Conductor – Mensajero

Educación: secretariado comercial o afines, manejo de computador y herramientas de (Word, Excel, power point). Conocimiento en técnicas de oficina, archivo y correspondencia, trabajo en equipo, relaciones interpersonales, buena presentación persona, asistencia y puntualidad.

Experiencia: Dos Años en cargos afines.

Función básica: Apoyar al Administrador en la coordinación de todas las actividades operativas de la organización.

Funciones detalladas:

- Coordinar las actividades propias de caja, facturación y cartera, asignando prioridad aquellas funciones que lo ameriten dadas las necesidades de la empresa y elaborando oportunamente la información que se origina.
- Recibir dineros de clientes y ordenar la consignación de los mismos.
- Efectuar los pagos de seguridad social, impuestos y demás tributos de la empresa

Tipo de contrato: Contrato laboral a término indefinido

Salario: \$650.000.00

Nombre del cargo: Operarios

Depende de: El Administrador

Depende de éste: No tiene personas a cargo

Educación: Bachiller, conocimiento en manejo de maquinaria, relaciones interpersonales, seguridad industrial y salud ocupacional, asistencia y puntualidad.

No requiere experiencia

Función básica: Transformar y recuperar la materia prima en cajas de empaque de acuerdo con las especificaciones y requerimientos de los clientes, según las ordenes de pedidos.

Funciones detalladas:

- Revisar que el material si cumpla con las características de calidad para ser transformado en producto final en las condiciones que el mercado lo requiere.
- Empacar la mercancía a cada cliente, según ordenes de pedidos.
- Colaborar con el despacho de los pedidos.
- Solicitar de manera oportuna la materia prima y los insumos necesarios para que la producción no se suspenda.
- Ordenar la planta de producción de manera que todos los insumos estén disponibles y el área aseada.

Tipo de contrato: Contrato laboral a término Fijo

Salario: \$585.000.00

Nombre del cargo: Conductor - Mensajero

Depende de: El Administrador

Depende de éste: No tiene personas a cargo

Educación: Bachiller y/o experiencia de 5 años, manejo de vehículos, licencia de conducción activa, conocimiento de mecánica, y mantenimiento de vehículos, responsabilidad, puntualidad, organización, iniciativa y creatividad para el desempeño del cargo.

Función básica: Llevar los pedidos a los clientes y realizar las labores de mensajería requeridos por la empresa.

Funciones detalladas:

- Colaborar con la definición de las rutas para efectuar entregas óptimas.
- Entregar los pedidos en los horarios y condiciones exigidas por el cliente y programados por la empresa.
- Realizar las diligencias requeridas por la empresa en los horarios y bajo las indicaciones respectivas.
- Conducir el transporte con prudencia y seguridad, dando cumplimiento a las normas de tránsito.
- Velar porque la mercancía llegue en buen estado a los clientes.

Tipo de contrato: Contrato laboral a término Fijo

Salario: \$585.000.00

Nombre del cargo: Asesor Comercial

Depende de: El Administrador

Depende de éste: No tiene personas a cargo

Educación: Profesional en ciencias administrativas o en áreas afines, conocimiento en ventas, costos y administración del recurso humano y físico, manejo de comunicaciones organizacionales, conocer y manejar el mercado, habilidad en el desarrollo de imagen,

institucional, manejo de computador y herramientas de (Word, Excel, power point e internet). Actitud de servicio al cliente interno y externo.

Experiencia: Dos años en cargos afines.

Función básica: Diseñar y ejecutar toda la estrategia comercial de la empresa

Funciones detalladas:

- Diseñar, en asocio con el Administrador, el plan y el presupuesto de ventas.
- Ejecutar el plan diseñado y cumplir con el presupuesto asignado.
- Atender clientes internos y visitar los externos de acuerdo con la programación de visitas de las zonas.
- Coordinar, dirigir y controlar al personal de ventas.
- Conocer e informarse de las estrategias y planes de la competencia.
- Comunicar cualquier eventualidad que se presente en el desarrollo del trabajo.
- Promover el incremento de clientes por medio de estrategias y planes.

Tipo de contrato: Contrato laboral a término Fijo

Salario: Comisión del 10% sobre las ventas (5% sobre la venta y 5% sobre el recaudo)

3.8 Matriz DOFA

<p>DEBILIDADES</p> <p>Empresa nueva.</p> <p>Marca poco reconocida.</p> <p>Poco capital de trabajo.</p> <p>Baja perpetración en el mercado.</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <p>Amplio mercado.</p> <p>Competencia muy informal.</p> <p>Créditos de apoyo a nuevos emprendimientos.</p> <p>Necesidad de las empresas pequeñas y medianas de empaque sin logos.</p>
<p>FORTALEZA</p> <p>Conocimientos en el manejo administrativo y contable</p> <p>conocimientos del sector y del mercado.</p>	<p>AMENAZAS</p> <p>Competencia desleal.</p> <p>reglamentación cambios en las exigencias de las empresas.</p>

Fuente: Elaboración propia

4. MARCO LEGAL

4.1 Identificar el Tipo de Sociedad

La empresa va ser constituida bajo una persona jurídica como Sociedad por Acciones Simplificadas, esta se constituye mediante documento privado ante Cámara de Comercio o Escritura Pública ante Notario con uno o más accionistas quienes responden hasta por el monto del capital que han suministrado a la sociedad.

Se debe definir en el documento privado de constitución el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan, así como el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.

La estructura orgánica de la sociedad, su administración y el funcionamiento de sus órganos pueden ser determinados libremente por los accionistas, quienes solamente se encuentran obligados a designar un representante legal de la compañía. Su razón social será la denominación que definan sus accionistas pero seguido de las siglas "sociedad por acciones simplificada"; o de las letras S.A.S.

4.2 Consulta del Nombre

Permite verificar que no haya otra empresa creada con el mismo nombre de la cual vamos a constituir.

Figura 5. Consulta de nombre



Fuente: www.creaempresa.com

Figura 6. Consulta Actividad Económica



Fuente: www.creaempresa.com

4.3 Matricula Mercantil.

Consulta del valor a pagar sobre la Matricula mercantil y estampillas

Figura 7. Matricula Mercantil

The screenshot shows the website's header with the logo 'Portal Nacional de Creación de Empresas' and the URL 'www.creaempresa.com.co'. A navigation bar includes links for 'Inicio', 'Consulte', 'Diligencia', 'Formalice', 'Preguntas Frecuentes', and 'Contáctenos'. The main content area is titled 'SIMULADOR DE PAGOS' and 'RESULTADO'. A sidebar on the left lists various consultation options, with 'Simulador de pagos' selected. The main content area contains a table with the following data:

CAMARA DE COMERCIO	NOTARIA	MATRICULA MERCANTIL	IMP. REGISTRO	ALCALDIA	ESTAMPILLAS Y FORMULARIOS	TOTAL
MEDELLÍN	\$ 0,00	\$ 62.000,00	\$ 21.000,00	\$ 0,00	\$ 1.500,00	\$ 84.500,00

A 'Volver a Consultar' button is located at the bottom right of the main content area.



Fuente: www.creaempresa.com

4.4 Inscripción del Rut

Anexo documento

4.5 Minutas

Figura 8. Minutas

PERSONA JURIDICA - UNIPERSONAL	
Seleccione el tipo de documento con el que va a crear la Empresa	
Minuta	<p>IMPORTANTE:</p> <p>Toda empresa con una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores y/o activos totales con valor inferior a quinientos (500) SMLMV, pueden constituirse mediante documento privado.</p> <p>Referido Artículo 22. Ley 1014</p>
Indique la siguiente información para crear la empresa	
Empresa	CAJAS EME 
Sigla:	<input type="text"/> 
Departamento:	ANTIOQUIA
Municipio:	MEDELLIN
Fecha Constitución:	05/11/2013 (dd/mm/aaaa)

Duración:	En número de años	5 años
-----------	-------------------	--------

Indique los siguientes valores para establecer el capital de la Empresa

Tipo Moneda:	PESOS
--------------	-------

Capital Autorizado:	15.000.000	(No agregue separadores de miles ni signos \$)
Capital Suscrito:	15.000.000	(No agregue separadores de miles ni signos \$)
Número de Acciones:	1.500	(No agregue separadores de miles)
Valor Nominal de Cada Acción:	10.000	

Indique el número de acciones de acuerdo al tipo de acción

Tipo de acción	Número de acciones
Acciones Privilegiadas	1.500
Acción Ordinaria	

Forma de pago del capital suscrito:	50% CONTADO 50% CREDITO 2 MES
-------------------------------------	----------------------------------

Fuente: www.creaempresa.com

4.6 Requisitos para el funcionamiento del establecimiento comercial

La empresa cumplirá con una serie de requisitos tales como ser inscritos ante la Cámara de Comercio, tramitar la identificación tributaria, además de los siguientes requisitos especiales:

- Cumplirá con las normas referentes al uso del suelo, ubicación y destinación, expedida por la Secretaría de Planeación Municipal.
- Cumplirá con las normas vigentes en materia de seguridad.
- Mantendrá vigentes los requisitos solicitados por la Súper sociedades.
- Estará debidamente inscrita ante la DIAN y la Cámara de Comercio de Medellín.

4.6.1 Acta de constitución sociedad anónima simplificada denominada cajas eme s.a.s

En la ciudad de Medellín, departamento de Antioquia, república de Colombia, a los 5 días del mes de noviembre de 2013, acordaron, MARTHA NORA GOMEZ identificado con cedula de ciudadanía NO. 110.467.321 de Medellín, ELIZABETH GARCIA identificada con cedula de ciudadanía No. 43.546.890 de Medellín, Y ENGREED HENAO ORJUELA identificada con cedula de ciudadanía No. 1.128.415.401 de Medellín, mayores de edad y domiciliadas en la ciudad de Medellín en su orden, quienes manifestaron que por medio del presente instrumento público han decidido constituir una sociedad Anónima Simplificada, esta persona jurídica se regirá por los siguientes:

4.6.2 Estatutos

ART.1°. Son socios de la compañía comercial que por este documento privado se constituye, los señores, MARTHA NORA GOMEZ, ELIZABETH GARCIA Y ENGREED HENAO O.

ART.2°. La sociedad será de responsabilidad simplificada y girará bajo la denominación social de CAJAS EME S.A.S.

ART.3°. El domicilio de la sociedad será la ciudad de Medellín – Antioquia, pero podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del País, por disposición de la junta general de socios y con arreglo a la ley.

ART. 4°. La sociedad tendrá como objeto principal, la siguiente actividad:

A) Recuperación de materiales

ART.5°. El capital de la sociedad es la suma de QUINCE MILLONES DE PESOS MONEDA LEGAL COLOMBIANA (\$15.000.000,00), el cual se encuentra dividido en Ciento cincuenta (150) cuotas de interés social de un valor nominal de cien mil pesos (\$100.000,00). Cada una, íntegramente suscrito y pagado en efectivo por los socios así:

Socios:	Valor Aportes
MARTHA NORA GOMEZ	\$5.000.000,00
CC.110.467.321	No. De cuotas 100
ELIZABETH GARCIA	\$5.000.000,00
CC. 43.546.890	No. De cuotas 100
ENGREED HENAO	\$5.000.000,00
CC. 1.128.415.401	No. De cuotas 100

Todos los socios pagaron sus cuotas en dinero efectivo, a razón de cinco millones de pesos moneda corriente (\$5.000.000,00) cada uno, para un total de Quince millones de pesos moneda corriente (\$15.000.000,00).

ART. 6°. La sociedad podrá aumentar su capital por nuevos aportes de sus socios o por admisión de nuevos socios o por acumulación de partidas no inferiores a cinco millones de pesos moneda corriente (\$5.000.000,00) tomados de las utilidades que produzca la sociedad y por determinación mayoritaria de los socios. Siempre que haya el aumento, la sociedad reformará sus estatutos.

ART. 7°: Ninguno de sus socios tiene sus cuotas representadas en títulos, ni son negociables en el mercado accionario, pero si podrán cederse, previa aprobación de la Junta de Socios. Toda cesión implica una reforma estatutaria y la escritura será otorgada por el representante legal, cedente y el cesionario.

ART. 8. El socio que pretenda ceder sus cuotas las ofrecerá a los demás socios por conducto del representante legal de la compañía, quien les dará traslado inmediatamente y por escrito a fin de que dentro de los quince días hábiles siguientes al traslado manifiesten si tienen interés en adquirirlas. Transcurrido este lapso los socios que acepten la oferta tendrán derecho a tomarlas a prorrata de las cuotas que posean. En caso de que alguno o algunos no las tomen, su derecho acrecerá a los demás, también a prorrata. El precio, el plazo y las demás condiciones de la cesión se expresan en la oferta.

ART. 9. Si los socios interesados en adquirir las cuotas discreparen respecto del precio o plazo, se designarán peritos, conforme al procedimiento que indique la ley para que fijen uno u otro. El justiprecio y el plazo determinados serán obligados por las partes. Sin

embargo, éstas podrán convenir en que las condiciones de la oferta sean definitivas si fueren más favorables a los presuntos cesionarios que las fijadas por los peritos.

ART. 10. Si ningún socio manifiesta interés en adquirir las cuotas dentro del plazo señalado en el artículo 8°, ni se obtiene el voto de la mayoría 70% de las cuotas en que se divide el capital social para el ingreso de un extraño, la sociedad presentará por conducto de su representante legal, dentro de los sesenta días hábiles siguientes a la petición del cedente, una o más personas que las adquieran, aplicando para el caso las normas que antes se han expresado. Si dentro de los veinte días hábiles siguientes no se perfecciona la cesión, los socios optarán por decretar la disolución de la sociedad o la exclusión del socio interesado en ceder las cuotas, las que se liquidarán en la forma indicada en los artículos anteriores.

ART. 11. LA dirección y administración de la sociedad estará a cargo de los siguientes órganos:

A). La junta general de socios;

MARTHA NORA GOMEZ

CC.110.467.321

ELIZABETH GARCIA

CC. 43.546.890

B). El gerente y representante legal.

ENGREED HENAO

CC. 1.128.415.401

C). Subgerente:

ELIZABETH GARCIA

CC. 43.546.890

La sociedad también podrá tener un revisor fiscal, cuando así lo dispusiere cualquier número de socios excluidos de la administración que representen no menos del veinte por ciento (20%) del capital o cuando las leyes preexistas lo exijan.

Cuando los activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior sean o excedan el equivalente de cinco mil salarios mínimos y/o cuyos ingresos brutos durante el año inmediatamente anterior sean o excedan al equivalente a tres mil salarios mínimos.

ART. 12. La junta general la integran los socios reunidos con el quórum y demás condiciones establecidas en los estatutos y en la ley.

Sus reuniones serán ordinarias o extraordinarias. Las ordinarias se celebrarán dentro de los tres (3) primeros meses de cada año, por convocatoria hecha por el gerente o el 20% de los socios de la sociedad, mediante comunicación escrita dirigida a cada uno de los socios con quince (15) días hábiles de anticipación y su objeto será tratar y examinar cualquier situación relacionada con el giro normal de los negocios sociales. Si convocada la junta ésta no se reuniere con la anticipación indicada, entonces se reunirá por derecho propio el primer día hábil del mes de abril, a las 10 am., en las oficinas de la administración del domicilio principal.

Las reuniones extraordinarias se efectuarán cuando las necesidades imprevistas o urgentes de la compañía así lo exijan, la convocatoria para este tipo de reuniones se hará en la misma forma prevista para las reuniones ordinarias pero con una antelación de cinco (5) días comunes.

ART. 13. Habrá quórum para deliberar tanto en las sesiones ordinarias como extraordinarias con un número plural de socios que representen 70 % de las cuotas en que se encuentra dividido el capital social, salvo que la ley o los estatutos establezcan otra cosa. Con la misma salvedad, las reformas estatutarias se adoptarán con el voto favorable de un número plural de socios que representen el 70% de las cuotas correspondientes al capital social. Para estos efectos, cada cuota dará derecho a un voto, sin restricción alguna.

ART. 14. Son funciones de la junta general de socios:

1. Estudiar y aprobar las reformas a los estatutos sociales.
2. Examinar, aprobar o improbar los balances de fin de ejercicio y las cuentas que deba rendir el gerente.
3. Disponer de las utilidades sociales conforme a lo revisto en los estatutos y en la ley.
4. Elegir y remover libremente al Gerente y al Subgerente.
5. Constituir las reservas que deba hacer la sociedad.
6. Resolver todo lo relativo a la cesión de cuotas así como la admisión de nuevos socios.
7. Resolver todo lo relativo a la cesión de cuotas, así como a la admisión de nuevos socios.
8. Decidir sobre el retiro y exclusión de los socios.
9. Ordenar las acciones que correspondan contra los administradores, el representante legal, el revisor fiscal o cualquier otra persona que hubiere incumplido con sus obligaciones y ocasionado daños o perjuicios a la sociedad.
10. Los demás que le asigne la ley y los estatutos.

ART. 15. El gerente es el representante legal de la sociedad con facultades, por lo tanto para ejecutar todos los actos y contratos que se relacionen con el giro ordinario de los negocios sociales. En especial, el gerente tendrá las siguientes atribuciones:

- A). Usar la firma y la denominación social de la empresa.
- B). Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de la junta de socios.
- C). Designar los empleados que requiera el normal funcionamiento de la sociedad y fijarles su remuneración.

- D). Celebrar en nombre de la sociedad todos los actos y contratos relacionados con el correcto desarrollo del objeto social.
- E). Presentar un informe de su gestión a la junta general de socios.
- F). Representar judicial y extrajudicialmente a la sociedad en toda gestión, diligencia o negocio
- G). Constituir los apoderados a que hubiere lugar.
- H). Convocar a la junta general de socios.

El gerente requerirá autorización previa de la junta general de socios para la ejecución de todo acto o contrato que exceda de cincuenta millones de pesos moneda corriente (\$50.000.000)

ART.16. La sociedad tendrá también un Subgerente que remplazará en sus faltas absolutas y tendrá las mismas atribuciones del gerente.

ART. 17. Anualmente el 31 de diciembre, se cortarán las cuentas y se hará el inventario y el balance general de fin de ejercicio que, junto con el respectivo estado de ganancias y pérdidas, el informe del gerente y un proyecto de distribución de utilidades, se presentará por este a consideración de la junta general de socios.

ART. 18. La sociedad formará una reserva legal con diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio, hasta completar el cincuenta por ciento (50%) del capital social. En caso de que este último porcentaje disminuyere por cualquier causa, la sociedad deberá seguir apropiando el mismo 10% de las utilidades líquidas de los ejercicios siguientes hasta cuando la reserva legal alcance nuevamente el límite fijado.

ART.19. La junta general de socios podrá constituir reservas ocasionales, siempre que tengan una destinación específica y estén debidamente justificadas, sin embargo antes de

constituir cualquier reserva se harán las apropiaciones necesarias para atener el pago de impuestos y deducciones que estime la ley.

ART. 20: En caso de pérdidas, estas se conjugarán con las reservas que se hayan constituido para este fin, en su defecto, con la reserva legal.

ART. 21: La sociedad tendrá una duración indefinida, pero se podrá disolver por las siguientes causas:

- Por imposibilidad de cumplir el objeto social.
- Por el aumento del número de socios a más del establecido por la ley.
- Por mutuo acuerdo.
- Por decisión de la autoridad competente.
- Por pérdidas que reduzcan el capital por debajo del 50%.
- Por las establecidas por la ley para este tipo de sociedades.

ART. 22: Disuelta la sociedad se procederá de inmediato a su liquidación, en la forma indicada en la ley; En consecuencia no podrá iniciar nuevas operaciones en desarrollo de su objeto social y conservará su capacidad jurídica únicamente para los aspectos necesarios a la inmediata liquidación. Una vez disuelta la sociedad se adicionará a su razón social la expresión “EN LIQUIDACIÓN”.

ART. 23. Los socios tendrán derecho a examinar en cualquier tiempo, por si o por medio de un representante, la contabilidad de la sociedad, los libros de registro de socios y de actas en general todos los documentos de la compañía.

ART. 24: La liquidación del patrimonio social la hará la persona que figure inscrita como representante legal en el registro que para el efecto lleva la Cámara de Comercio.

ART. 25. Mientras no se haya cancelado el pasivo externo de la sociedad, no podrá distribuirse suma alguna entre los socios y el pago de las obligaciones se hará observando las disposiciones legales sobre prelación de créditos.

Pagado el pasivo externo de la sociedad se distribuirá el remanente de los activos sociales se distribuirá entre los socios a prorrata de sus aportes.

ART. 26. Hecha la liquidación de lo que a cada uno de los socios le corresponda, los liquidadores convocarán a la junta general de socios, para que apruebe las cuentas y el acta correspondiente, esta decisión podrá adoptarse con el voto favorable de la mayoría de los socios que concurran, cualquiera que sea el valor de las cuotas que representen en la sociedad.

Aprobada la cuenta final de liquidación, se entregará a cada socio lo que le corresponda.

ART. 27. Toda diferencia o controversia relativa a este contrato y a su ejecución y liquidación se resolverá por un Tribunal de Arbitramento designado por la Cámara de Comercio de Medellín y mediante sorteo entre los árbitros inscritos en las listas que lleva dicha Cámara. El Tribunal así constituido se sujetará a lo dispuesto por el Decreto 2279 de 1989 y a las demás disposiciones legales que lo modifiquen o adicionen, de acuerdo con las siguientes reglas:

- A). El Tribunal estará integrado por tres árbitros;
- B). La organización interna del Tribunal se sujetará a las reglas previstas para el efecto por el Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Medellín;
- C). El Tribunal decidirá en derecho, y

D). El Tribunal funcionará en la ciudad de Medellín en el Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de esta ciudad.

ART. 28. . Las reformas estatutarias serán elevadas a escritura pública por el Gerente y se registrarán en la Cámara de Comercio correspondiente; En caso de muerte de alguno de los socios, los socios sobrevivientes tendrán derecho de adquirir las cuotas del fallecido, por el valor comercial a la fecha de su muerte. Si no llegare a un acuerdo respecto del precio y condiciones de pago, serán determinados por un perito designado por las partes. Si fueren varios los socios que quisieren adquirir las cuotas, se distribuirán entre ellos a prorrata de las que posean en la sociedad.

ART. 29. Los socios acuerdan nombrar como Gerente a ENGREED HENAO mayor de edad, identificada con cédula de ciudadanía número 1.128.415.401y como Subgerente a ELIZABETH GARCIA mayor de edad, identificado con la cédula de ciudadanía número 43.546.890 de Medellín.

Las anteriormente designadas aceptaron los cargos y juraron con cumplir a cabalidad sus funciones.

FIRMAS DE LOS SOCIOS:

MARTHA NORA GOMEZ

CC.110.467.321

ELIZABETH GARCIA

CC. 43.546.890

ENGREED HENAO

CC. 1.128.415.401

5. ESTUDIO AMBIENTAL

Una buena gestión de los residuos sólidos debe favorecer el reciclaje y la utilización de materiales recuperados como fuente de energía o materias primas, a fin de contribuir a la preservación y uso racional de los recursos naturales.

Algunas de las normas colombianas que promueven el reciclaje son la Constitución política de Colombia de 1991, Ley 09 de 1979: Código sanitario nacional, Ley 99 de 1993: Se crea el ministerio del medio ambiente y se Organiza el SINA, Ley 142 de 1994: Régimen de los servicios públicos domiciliarios, Decreto 605 de 1996: Lineamientos para la adecuada prestación del servicio de aseo, Decreto 1713 de 2002: Gestión integral de residuos sólidos y Decreto 1505 de 2003: Modifica el Decreto 1713 de 2002 en relación con los Planes de Gestión Integral de Residuos Sólidos. (PGIRS).

En el ámbito del reciclaje se utiliza la teoría de las tres R's consta de tres conceptos de fácil entendimiento y ejecución, los cuales son:

Reducir: Reduzca o rechace los productos que le entregan con más empaques del que realmente necesita, prefiera empaques y productos elaborados con materiales reciclados o reciclables; a menor cantidad de materiales consumidos, menor cantidad de residuos a disponer.

Reutilizar: Es dar un uso diferente a un bien al que inicialmente tenía, por ejemplo, envases de licor para envasar blanqueador o combustible. Por ejemplo, utilice el papel por las dos caras antes de reciclarlo. (ENVIASEO)

Reciclar: Es el proceso mediante el cual se transforman los residuos sólidos recuperados en materia prima para la elaboración de nuevos productos. El reciclaje de los desechos es un proceso que debe tener en cuenta:

- Separar la basura en desechos orgánicos e inorgánicos
- Clasificar los componentes inorgánicos en papel, cartón, plástico, vidrio y metales.
- Procesar cada material de desecho con un tratamiento adecuado

El material utilizado por nosotros debe cumplir algunas características como:

Cartón reciclable puede ser el cartón en blanco o usado, cartón corrugado, cajas usadas y l áminas de cartón

Cartón no reciclable es el cartón húmedo.

5.1 Beneficios

Ambientales.

- Disminución de la explotación de los recursos naturales.
- Disminución de la cantidad de residuos que generen un impacto ambiental negativo al no descomponerse fácilmente.

- Reduce la necesidad de los rellenos sanitarios y la incineración.
- Disminuye las emisiones de gases de invernadero
- Ayuda a sostener el ambiente para generaciones futuras.

Sociales.

- Alternativa de generación de empleo.
- Crea una cultura social.
- Genera nuevos recursos para instituciones de beneficio social.

Económicos.

- El material reciclable se puede comercializar, con esto las empresas obtienen materia prima de excelente calidad, a menor costo y además de un alto ahorro de energía.
- Disminuir el pago de impuestos por recolección de basuras.
- Evitar la reforestación y para mayor comodidad reducir el 80% del espacio que ocupan los desperdicios al convertirse en basura

Nosotros como ciudadanos ejemplares del Municipio de Medellín y en general como habitantes del planeta Tierra, podemos contribuir de muchas maneras, entre ellas tenemos:

- Haciendo una sensibilización ecológica.
- Realizando la separación en la fuente (reciclable, no reciclable)
- Comprando productos fabricados con material reciclable o reciclado.
- Sacando los residuos sólidos debidamente separados el día de la recolección.

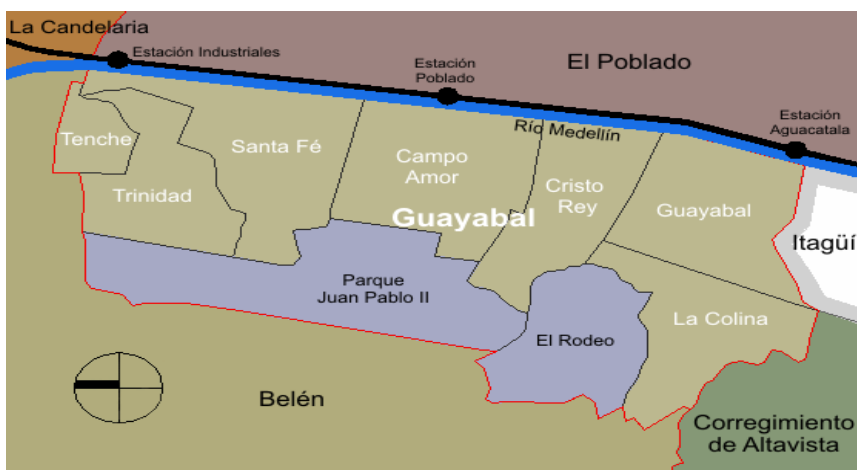
- No dejando basuras o residuos en la calle, en horas de la noche.
- Colocando mis residuos frente a mí residencia o negocio, en bolsas bien cerradas.
- Cuidando las zonas verdes y manteniéndolas libres de escombros y residuos.
- Dando buen uso a las canastillas peatonales.

6. ESTUDIO TÉCNICO

6.1 Localización

La empresa se ubicará en el sector de Guayabal la Raya, debido a que éste, es un sector comercial e industrial y por la cercanía a los municipios de Itagüí, Envigado, Sabaneta y Caldas.

Figura 9. Ubicación de la empresa Cajas EME



Fuente: (Mapas google, 2012)

De acuerdo con lo establecido en el plan de mercadeo y según los estudios donde se muestra la Región del Valle de Aburra, donde se congrega una mayor cantidad de empresas, entre ellas se encuentran las medianas y pequeñas, la empresa ubicará sus oficinas y planta en el sector industrial de la Plaza Mayorista, en los límites entre los municipios de Medellín e Itagüí.

6.2 Macro-localización

La empresa CAJAS EME se ubicará en el sur del municipio de Medellín, en el sector de la Plaza Mayorista para cubrir las empresas ubicadas en el barrio Guayabal y las de los municipios de Itagüí, Envigado, Sabaneta, Caldas y la Estrella.

De igual manera por la facilidad de movilidad se puede acceder desde allí, a empresas de los barrios del occidente de Medellín, como el caso de las ubicadas en el barrio Belén.

6.2.1 Aspectos geográficos

Medellín es una ciudad colombiana capital del departamento de Antioquia. Se localiza en el noroccidente del país en el centro del Valle de Aburra, que se ubica en la Cordillera Central, y el cual está atravesado de sur a norte por el río Medellín, con una población de 2'743.049 habitantes, y su área metropolitana, compuesta en su totalidad por 10 ciudades, con 3'592.100 habitantes, lo que la convierte en la segunda aglomeración urbana del país.

Medellín se encuentra enclavado en el centro geográfico del Valle de Aburra, sobre la cordillera central de los Andes. La ciudad cuenta con un área total de 380,64 km² de los cuales 110,22 km² son suelo urbano y 270,42 km² son suelo rural.

Topográficamente la ciudad es un plano inclinado que desciende desde 1800 m a 1500 m de altura sobre el nivel del mar. Dentro del paisaje urbano se destacan los cerros Nutibara y el Volador, estos pequeños cerros se levantan como manchas verdes en medio de la ciudad. Los altiplanos y montañas que circundan el valle sobrepasan los 2 500 metros. (MAPAS GOOGLE, 2012)

Figura 10. Ubicación ciudad de Medellín



Fuente: (Mapas google, 2012)

6.2.2 Aspectos de infraestructura.

Por el tipo de empresa, la organización debe contar con una infraestructura para oficinas y otra para planta de producción y transformación del cartón o de las cajas.

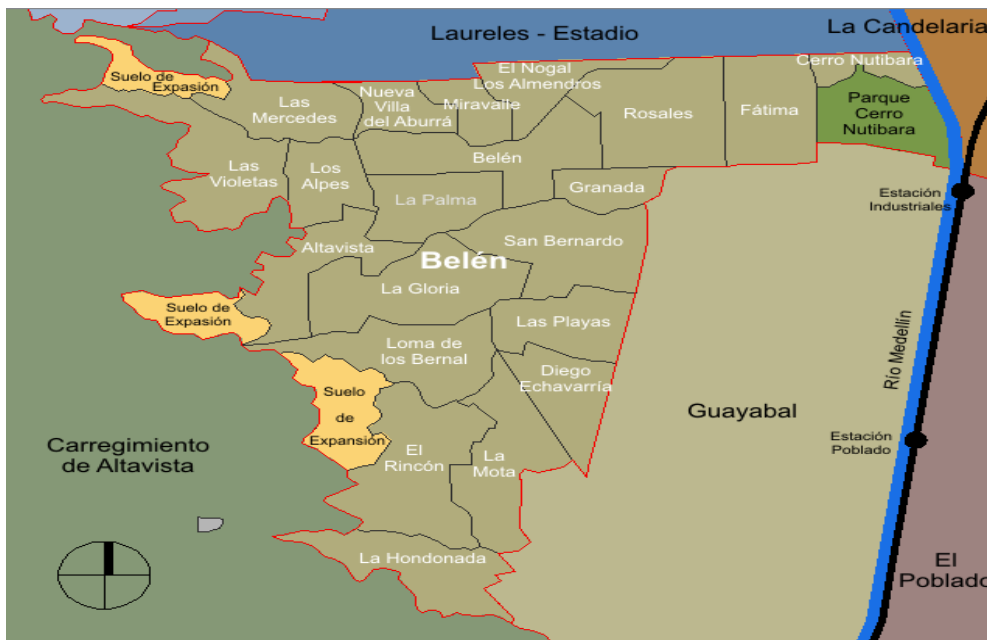
Para oficinas, debe contar con el área de la oficina del Administrador, de la secretaria auxiliar. Aquí se requieren servicios de energía, acueducto, alcantarillado, telefonía e Internet. La ubicación y el sector, le permiten tener acceso a diferentes medios de transporte de carga para mover la mercancía entrante y saliente; también es un sector con acceso a la zona bancaria al interior de la Plaza Mayorista.

Con respecto a la planta de producción, deberá contar con la misma infraestructura de servicios públicos, excepto el internet. Además debe ser una área amplia para el procesamiento de la materia prima, Zonas de cargue (despacho de producto terminado) y de descargue (recepción de materiales).

6.3 Micro localización

Las oficinas y la planta se ubicarán en el Municipio de Medellín, barrio Guayabal La Raya,, zona industrial, sector de la plaza Mayorista, Barrió Guayabal La Raya – Sector Plaza Mayorista.

Figura 11. Barrio guayabal ubicación de la empresa



Fuente: (Mapas google, 2012)

6.4 Factores que condicionan la mejor ubicación del proyecto

Como condicionantes para tomar la decisión de esta ubicación, se pueden mencionar:

El Sector. Por ser netamente industrial y amplio en cuanto al número de empresas, ofrece un gran potencial de negocios.

Economía en fletes:

Por la cercanía de los proveedores y de los clientes se disminuyen los costos relacionados con el transporte.

Identidad del sector. Durante muchos años en el sector se han asentado diversa mini, micro y pequeñas empresas similares, lo que ha hecho que muchas personas vayan a buscar el producto.

Vías de Acceso. El sector cuenta con suficientes vías de acceso lo que facilita la llegada y salida de todo tipo de vehículos.

En cuanto a la disponibilidad y las personas que se requieren, tanto para oficina como la de mano de obra, es necesario disponer de los recursos humanos necesarios para el funcionamiento de CAJAS EME a continuación se detallan algunos cargos requeridos:

Tabla 3 Cargo y número de empleados necesarios

Cargo	Número
Administrador	1
Vendedor Externo	1
Operarios	4
Secretaria	1
Conductor	1
Contador	1

Fuente: Elaboración propia, según resultados de investigación

7. TAMAÑO Y CAPACIDAD DEL PROYECTO

Teniendo la alta capacidad en recursos humanos y la eficiencia para responder a las demandas del mercado, se prevé el tamaño del proyecto en una producción entre 15 y 20.000 unidades de cajas mensuales.

Formas de determinar el tamaño de la inversión

- Cantidad de producción: de 15.000 a 20.000 unidades
- Monto de la inversión: el monto de la inversión inicial es de \$15.000.000 en este se tiene en cuenta un presupuesto inicial de gastos de funcionamiento y un apalancamiento por posibles situaciones de baja prestación de servicios.
- Número de empleos generados: Inicialmente se generaran 9 empleos directos.
- Área física ocupada: Básicamente le área física a ocupar será una oficina acondicionada totalmente con servicios como baño y cocineta, de manera tal que se pueda brindar no solo la prestación de servicios profesionales sino comodidad a nuestros clientes, además de la comodidad propia de los empleados. Con un área más o menos de 3mts cuadrados y la bodega para producción con 150mts.

7.1 Condiciones del tamaño

- **Dimensión del mercado (demanda):** el objetivo es la creación de una empresa de compra y venta de cajas de cartón de segunda, según los resultados de la investigación de mercados realizada, para el inicio de las operaciones del local se contaría con una demanda potencial de 10.132 entre personas naturales y micro empresas. Como se puede apreciar es un valor elevado por lo cual hay que llegar al mercado con estrategias que no generen conflicto en capacidad de atención.
- **Disponibilidad de insumos:** la disponibilidad de insumos es un factor determinante ya que la ausencia de estos puede desestimular la demanda y perjudicar la imagen teniendo en cuenta que el servicio es personalizado, los insumos básicos son Maquinaria especializada, como son una circular, una sinfín y una grafadora, tecnología (equipos y software contable y/o administrativo) y papelería, esta última se controlara según inventario de manera que no genere perdidas a la empresa.
- **Capacidad Financiera:** Inicialmente se hará un préstamo de \$10.000.000 para compra de insumos de producción.
- **Capacidad tecnológica:** para el inicio de actividades del proyecto se contara con herramientas básicas que permitan tener acceso a tecnología como equipos de oficina en los cuales se encontraran instalados licenciamientos del software contable y

administrativo a utilizar, para la elaboración de las facturas que serán entregadas a los clientes, además de todos aquellos programas necesarios para el perfecto funcionamiento del negocio. Y la maquinaria especializada para la producción ya que de esto depende la capacidad de producción, que es según el tipo de material y el tamaño de las cajas.

- Capacidad administrativa: la gestión adecuada del establecimiento requiere del buen uso de la capacidad administrativa en el montaje y manejo del mismo teniendo en cuenta manejo de presupuestos, servicio al cliente, entre otros.

Habrán limitaciones de contratación inicialmente dado a que los mismos socios serán el personal profesional en brindar la prestación de servicios, esto constituye una buena alternativa para garantizar el funcionamiento correcto del negocio en sus periodos de creación e iniciación hacia una opción de crecimiento a medida que se posiciona el servicio y se consolida el mercado.

- Disponibilidad de la mano de obra: La disponibilidad será total ya que como se menciona en la capacidad administrativa los socios serán el personal profesional que tendrá que ver directamente con el funcionamiento de la empresa en su periodo de inicio de operaciones.

7.2 Tipos de capacidad

- Capacidad diseñada: la capacidad diseñada depende del tamaño de la caja y del material inicialmente 823 cajas diarias.
- Capacidad instalada: la atención máxima diaria por empleado sería de 210 cajas, esto también depende del tamaño, del material que se vaya a utilizar.
- Capacidad real: en promedio cada empleado por fallas de producción, estará produciendo 200 cajas. Para la elaboración del proyecto.

Dependerá de la demanda del servicio para que se genere una ampliación en cuento a personal y a instalaciones para trabajar, es decir en el momento que la empresa requiera más personal se tendrá que cambiar o ampliar las oficinas, con el fin de contar con los espacios suficientes para que el personal este en capacidad de desarrollar sus actividades.

8. PROCESO DE PRODUCCIÓN


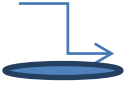
8.1 Tipo de proceso

La empresa CAJAS EME establece un tipo de proceso de producción intermitente, esto ha sido definido de acuerdo a la naturaleza de los servicios prestados por nuestra empresa a los diferentes usuarios, los cuales son definidos de acuerdo a las necesidades propias de cada cliente, para ello la empresa CAJAS EME formula un plan a seguir con unas condiciones definidas con anterioridad, por lo anterior nuestra producción está definida por Producción por talleres.

En CAJAS EME ofrecemos al cliente un trabajo especializado y específico a las necesidades propias, es por ello que debe ser un plan adaptado a las exigencias y requerimientos del área a intervenir, por ejemplo si se trata de reformar una caja de realizar los procesos más extensos como la adaptación de una caja con medidas específicas, nuestra intervención hacia la misma será por el área especializadas en cada actividad.

8.2 Diagrama de flujo del proceso

Tabla 4. Flujo grama de proceso

PROCESO	MINUTOS	SIMBOLO
Proceso de promoción y venta de los servicios de la elaboración de las cajas, determinación de las ventas, formulación de información financiera y económica y análisis e interpretación de dicha información para que sea utilizada por los gerentes o directivos de las empresas que son clientes.	20	
Proceso de recepción, ordenamiento y distribución de los documentos sustentatorios de las medidas de la caja solicitada por los clientes.	30	
Proceso de la transformación de la caja manualmente.	60	
Proceso de formulación especificaciones solicitadas por el cliente.	240	
Proceso para la entrega final del producto a los clientes.	30	
Proceso para la buena utilización de la maquinaria.	30	
Proceso de captación, contrato, capacitación y perfeccionamiento del personal que va a practicar y/o trabajar en la empresa.	60	

Fuente: Elaboración propia

Se requerirá el servicio de 4 operarios los cuales se contratarán con contrato a término fijo o por maquila, de acuerdo a las necesidades de la empresa. Adicionalmente se contara con una contadora con un contrato por servicios de \$1.000.000 mensuales.

Los aportes a la seguridad social y parafiscal se estiman los asumidos por la empresa, sin tener en cuenta aquellos que aportan los empleados, se toma un IBC mensual de \$ 4.888.000, dato tomado de la suma de los diferentes salarios del personal vinculado a la empresa

Tabla 5. Porcentajes pago de seguridad social

Salud (E.P.S.) 8,5%	Pensiones (Fondos de Pensiones) 12%	A.R.P. 2.436%	Cajas de Compensación 4%
415.480	586.560	119.072	195.520

Fuente: Elaboración propia

Anualmente se cancelaría por seguridad social y parafiscal la suma de \$ 15.799.584

8.3 Equipos de oficina y maquinaria

Esencialmente se necesitan equipos de oficina, y maquinaria idónea para poder desarrollar la actividad de servicios, como tal se debe realizar una buena dotación, en las oficinas, y en la planta con implementos necesarios que permitan ejecutar de forma más rápida y eficientemente la facturación y la entrega del producto a los clientes.

Tabla 6. Equipos de oficina

Cantidad	Descripción	Cantidad	Descripción
5	Computadores portátiles	2	Archivador
1	Fotocopiadora multifuncional (Impresora, fotocopiadora y escáner)	3	Maquinas
5	Escritorios		
5	Sillas ergonómicas		

Fuente: Elaboración propia

8.4 Descripción equipo de oficina y maquinaria

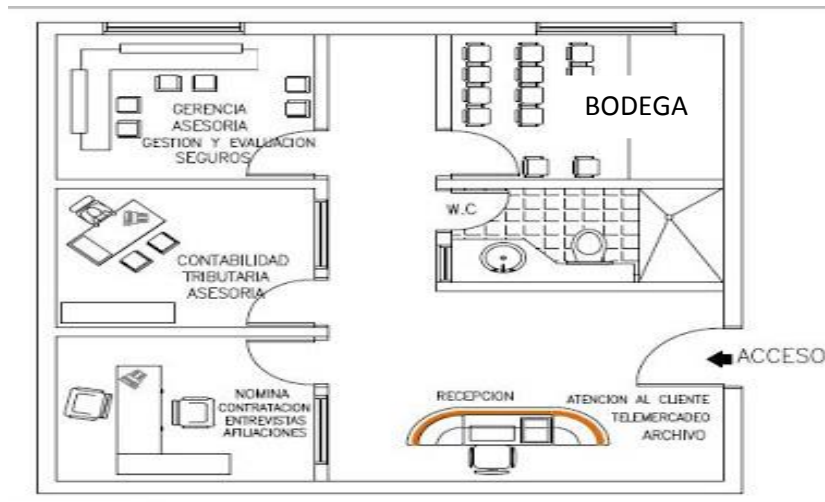
Las especificaciones técnicas para las máquinas son: Circular de 1.50 x 1.10 con una cuchilla de 12 pulgadas, con un motor de 3 caballos. Grafadora con mesa de 2mts x 50, con dos ejes de 2mts. Suministros para la grafadora 4 cortadores, 4 grafadores, 4 chumaceras, un motor de 3 caballos, con poleas y una banda. Una Sinfín de 60cms x 40 cms con una mesa de 1mt x 40 cms.

En la parte del equipo de oficina se contara con: Impresora a color marca EPSON STYLUS, OFFICE T-11°, Fotocopiadora Multifuncional marca CANON MF-4770N, Escritorios y Archivadores Metálicos y Sillas Ergonomicas.

8.5 Distribución de la planta

Se presenta un esquema de cómo se distribuirían las oficinas en donde se instalará el personal encargado de prestar sus servicios en la elaboración de cajas con material de segunda , buscando que sean lugares cómodos, confortables y amplios que contribuyan a un espacio tranquilo para desarrollar las actividades pertinentes, las cuales requieren de la buena concentración de personal.

Figura 12. Distribución de la planta



Fuente: www.laciudadviva.org

9. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

La proyección financiera de Cajas EME se basa en datos obtenidos de empresas similares en el sector, investigaciones de mercado e indicadores macroeconómicos (IPC, PIB, DTF, etc.) Obtenidos del Departamento de Investigaciones Económicas del Grupo Bancolombia.

El proyecto tiene una vida útil de 5 años dado que según un estudio de la Revista Antioqueña de Economía y Desarrollo (RAED) el 42% de las empresas desaparecen al séptimo año de creación por lo cual hemos decidido ser conservadores en este tema.

9.1 Estados Financieros

Tabla 7. Estado financiero y económico

Estado de Pérdidas y Ganancias						
Perdidas y ganancias	año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Venta		387.217.054	407.087.120	432.549.719	459.426.715	487.784.425
Costo de venta		285.000.397	298.205.223	315.278.329	334.747.706	355.420.572
Utilidad Bruta		102.216.657	108.881.897	117.271.390	124.679.009	132.363.853
Gastos Administrativos y de venta		75.959.282	79.430.937	83.339.625	87.412.685	91.727.081
Depreciación		720.000	720.000	720.000	720.000	967.704
Utilidad Operativa		25.537.375	28.730.960	33.211.765	36.546.323	39.669.067
Intereses por inversiones tem		-	190.490	581.569	915.858	906.892
Gastos financieros		1.157.680	884.944	668.652	444.120	221.236
Utilidad Antes de impuesto		24.379.695	28.036.506	33.124.682	37.018.062	40.354.723
Impuestos		-	-	2.732.786	6.107.980	9.987.794
Utilidad neta		24.379.695	28.036.506	30.391.895	30.910.082	30.366.929
Dividendos		18.284.771	21.027.380	22.793.921	23.182.561	22.775.197
U retenida		6.094.924	7.009.127	7.597.974	7.727.520	7.591.732
U retenidas acum		24.379.695	34.131.430	43.495.946	51.612.106	58.796.474

Balance General						
Balance	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos						
Caja y Bancos	2.094.495	7.595.928	7.943.094	8.333.963	8.741.269	9.172.708
Cuentas por Cobrar	-	38.721.705	40.708.712	43.254.972	45.942.671	48.778.442
Inventario	21.450.561	23.822.830	24.921.314	26.349.009	27.986.237	29.713.663
Inversiones temporales	-	3.096.497	9.328.681	14.788.604	14.741.901	17.975.643
Activo corriente	23.545.056	73.236.961	82.901.800	92.726.548	97.412.077	105.640.456
Activo fijo	3.600.000	2.880.000	2.160.000	1.440.000	4.838.522	3.870.817
Total Activo	27.145.056	76.116.961	85.061.800	94.166.548	102.250.599	109.511.274
Pasivo						
Cuentas por pagar	2.145.056	28.737.267	29.930.371	31.670.602	33.638.493	35.714.800
Deudas corto plazo	-	-	-	-	-	-
Impuestos causados por pagar	-	-	-	-	-	-
pasivo corriente	2.145.056	28.737.267	29.930.371	31.670.602	33.638.493	35.714.800
Deudas	10.000.000	8.000.000	6.000.000	4.000.000	2.000.000	-
Total Pasivo	12.145.056	36.737.267	35.930.371	35.670.602	35.638.493	35.714.800
Patrimonio						
Capital social	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000
Utilidades retenidas	-	24.379.695	34.131.430	43.495.946	51.612.106	58.796.474
Total patrimonio	15.000.000	39.379.695	49.131.430	58.495.946	66.612.106	73.796.474
Pasivo + Patrimonio	27.145.056	76.116.961	85.061.800	94.166.548	102.250.599	109.511.274
Prueba	-	-	-	-	-	-
KW	21.400.000	41.403.197	43.642.749	46.267.341	49.031.683	51.950.013
Variacion	21.400.000	20.003.197	2.239.551	2.624.593	2.764.342	2.918.330

Fuente: Elaboración propia

Se esperan utilidades netas para el primer año de \$ 24.379.695 para el primer año y de 30.366.929 para el quinto año, pasando de un patrimonio inicial de \$15.000.000 en el año 1 a \$73.796.474 para el año 5 presentando un incremento del 419% durante este periodo.

9.2 Punto de Equilibrio en Unidades y Pesos

Tabla 8. Punto de equilibrio de Cajas EME SAS

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Fijos		78.931.592	82.438.387	86.168.936	90.034.531	94.109.838
Costos Variables por unidad		39	41	43	44	46
Precio de venta por unidad		1.326	1.381	1.438	1.498	1.559
Punto de equilibrio en unidades		207.756	203.446	198.449	196.783	197.632
Punto de equilibrio en pesos		361.408.580	377.516.634	397.638.663	420.430.027	445.288.114

Fuente: Elaboración propia

Cajas EME encuentra su punto de equilibrio al vender 207756 unidades en el año 1 y en el año 5 esta cantidad disminuye a 197632 unidades, y al facturar \$ 445.288.114 obtiene su punto de equilibrio en el año 5.

9.3 Flujo de Caja Libre

Tabla 9. Flujo de efectivo Libre

Partiendo de la U. operativa	año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Operativa	-	25.537.375	28.730.960	33.211.765	36.546.323	39.669.067
Impuesto operativo	-	-	-	2.732.786	6.107.980	9.987.794
Depreciaciones	-	720.000	720.000	720.000	720.000	967.704
BT Gastos financieros				55.164	73.280	54.756
rendimientos despues de impuestos	-	-	190.490	581.569	915.858	906.892
Flujo operativo	-	26.257.375	29.641.450	31.835.711	32.000.922	31.501.114
Activos	3.600.000				4.118.522	
KW	21.400.000	20.003.197	2.239.551	2.624.593	2.764.342	2.918.330
Valor de liquidacion						70.779.106
FCL	-25.000.000	6.254.177	27.401.899	29.211.119	25.118.058	99.361.890
Prueba	-	-	-	-	-	-
flujos en va		5.550.006	20.790.879	21.029.381	25.118.058	99.361.890
PRC	-25.000.000	-19.449.994	1.340.885	22.370.265	47.488.323	146.850.213

Fuente: Elaboración propia

9.4 Flujo de Caja del Capitalista

Tabla 10. Flujo de Caja del Capitalista

Partiendo de la U. operativa	año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Operativa	-	25.537.375	28.730.960	33.211.765	36.546.323	39.669.067
Impuesto operativo	-	-	-	2.732.786	6.107.980	9.987.794
Depreciaciones	-	720.000	720.000	720.000	720.000	967.704
BT Gastos financieros	-	-	-	-	-	-
rendimientos despues de impuestos	-	-	190.490	581.569	915.858	906.892
Flujo operativo	-	26.257.375	29.641.450	31.780.547	32.074.202	31.555.870
Activos	3.600.000	-	-	-	4.118.522	-
KW	21.400.000	20.003.197	2.239.551	2.624.593	2.764.342	2.918.330
Valor de liquidacion	-	-	-	-	-	70.779.106
FCC	-25.000.000	6.254.177	27.401.899	29.155.955	25.191.338	99.416.645
Prueba	-	-	-	-	-	-
flujos en VPN	-	\$ 5.447.739,09	\$ 20.790.878,99	\$ 19.269.283,22	\$ 14.502.257,83	\$ 49.852.804,19
PRC	-25.000.000	-19.552.261	1.238.618	20.507.901	35.010.159	84.862.963

Fuente: Elaboración propia

9.5 Flujo de Caja de la Financiación

Tabla 11. Flujo de Caja de la financiación

Partiendo de la U. operativa	año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Operativa	-	25.537.375	28.730.960	33.211.765	36.546.323	39.669.067
Impuesto operativo	-	-	-	2.732.786	6.107.980	9.987.794
Depreciaciones	-	720.000	720.000	720.000	720.000	967.704
interes	-	1.157.680	884.944	668.652	444.120	221.236
Rendimientos	-	-	190.490	581.569	915.858	906.892
flujo operativo	-	25.099.695	28.756.506	31.111.895	31.630.082	31.334.634
inversiones	3.600.000	-	-	-	4.118.522	-
Varacion Kw	21.400.000	20.003.197	2.239.551	2.624.593	2.764.342	2.918.330
Desembolso	10.000.000	-	-	-	-	-
Valor de liquidacion	-	-	-	-	-	46.850.190
Amortizaciones de capital	-	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
FCI	-15.000.000	3.096.497	24.516.955	26.487.303	22.747.218	73.266.494
VA	-	2.775.216	19.693.310	19.068.478	14.676.844	42.367.799
PRC	-15.000.000	-12.224.784	7.468.526	26.537.004	41.213.848	83.581.647

Fuente: Elaboración propia

9.6 Evaluación Financiera

Tabla 12. Evaluación Financiera

Indicadores de Factibilidad	WACC*(1-T)	WACC	Kd
	12,69%	14,80%	11,58%
	FCL	FCC	FCI
VPN	92.800.071	84.862.963	83.581.647
TIR	79%	79%	99%
Relacion B/C	4,71	4,39	6,57
PRC	2	2	2

Fuente: Elaboración propia

De la tabla anterior se puede concluir que de acuerdo al VPN y la TIR del FCL del negocio es muy bueno ya que su VPN es bastante alto y su TIR supera sustancialmente lo esperado por los accionistas, los cuales recuperan su inversión inicial en el segundo año de actividades.

Tabla 13. Indicadores de rentabilidad

Indicadores de Rentabilidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rentabilidad del patrimonio	61,91%	57,06%	51,96%	46,40%	41,15%
Margen operacional de utilidad	6,60%	7,06%	7,68%	7,95%	8,13%
Gastos de administración y ventas	19,62%	19,51%	19,27%	19,03%	18,80%
Margen bruto de utilidad	26,40%	26,75%	27,11%	27,14%	27,14%
Margen neto de utilidad	6,30%	6,89%	7,03%	6,73%	6,23%

Fuente: Elaboración propia

En la rentabilidad del Patrimonio se ve una aparente disminución en el indicador pero este se da principalmente por el aumento del Patrimonio vía utilidades retenidas.

Tabla 14. Indicadores de Endeudamiento

Indicadores de Endeudamiento	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Endeudamiento sobre activos totales	207,19%	236,74%	263,99%	286,91%	306,63%
Endeudamiento de Leverage	93,29%	73,13%	60,98%	53,50%	48,40%
Concentración de endeudamiento CP	78,22%	83,30%	88,79%	94,39%	100,00%
Concentración de endeudamiento LP	21,78%	16,70%	11,21%	5,61%	0,00%

Fuente: Elaboración propia

Según el indicador de Leverage para el año 1 Cajas EME tiene comprometido el 93,29% con los acreedores mientras que para el año 5 esta condición mejora y tan sólo el 48,40% del patrimonio está comprometido con los acreedores.

Tabla 15 Indicadores de Liquidez

Indicadores de Liquidez	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Razón corriente	2,55	2,77	2,93	2,90	2,96
Capital de trabajo	44.499.695	52.971.430	61.055.946	63.773.584	69.925.657
Prueba ácida	171,95%	193,72%	209,59%	206,39%	212,59%

Fuente: Elaboración propia

La liquidez de Cajas EME es muy buena debido a que por cada peso comprometido con terceros se tienen 2,55 para cumplir en el año 1 y en el año 5 por cada peso comprometido se tienen 2,96 para responder debidamente con esta obligaciones.

Tabla 16. Indicadores de Actividad

Indicadores de Actividad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Numero De Días Cartera A Mano	36,0	36,0	36,0	36,0	36,0
Rotación de Cartera	10,0	2,1	2,2	2,2	2,2
Numero De Días Inventario a Mano	30,1	2,0	2,1	2,1	2,2
Rotación de Inventarios	12,0	176,8	167,9	169,8	166,2
Ciclo Operacional	5,9	34,0	33,9	33,9	33,8

Fuente: Elaboración propia

La liquidez de la empresa se basa principalmente en el recaudo de cartera a 36 días, lo que permite mantener un capital de trabajo manejable.

WEB GRAFÍA

Ayuda Concursos de diseño. (s.f) Recuperado de:<http://www.awardesigns.com/ayuda>

ENVIASEO. (s.f.). Reciclaje y sus beneficios . Recuperado de reciclaje y sus beneficios :

www.enviaseo.gov.co/content/40/.../RECICLAJEYSUSBENEFICIOS.pdf

Fibras nacionales. Recuperado de:<http://www.fibrasnacionales.com.co/>

MEDELLIN CIUDAD CLUSTER . (2). Recuperado de MEDELLIN CIUDAD CLUSTER

: <http://www.medellinciudadcluster.com.co>

MAPAS GOOGLE. (10 de 05 de 2012). Recuperado de:

[\[8&hq=&hnear=0x8e4428ef4e52dddb:0x722fd6c39270ac72,Medell%C3%ADn,+Aнти%C3%B3quia&gl=co&ei=dR2vT_HmDcT0\]\(http://maps.google.com/maps?hl=es&pq=mapa+de+mede&cp=11&gs_id=19&xhr=t&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.r_qf.,cf.osb&biw=1024&bih=475&q=mapa+de+medellin&um=1&ie=UTF-8&hq=&hnear=0x8e4428ef4e52dddb:0x722fd6c39270ac72,Medell%C3%ADn,+Aнти%C3%B3quia&gl=co&ei=dR2vT_HmDcT0\)](http://maps.google.com/maps?hl=es&pq=mapa+de+mede&cp=11&gs_id=19&xhr=t&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.r_qf.,cf.osb&biw=1024&bih=475&q=mapa+de+medellin&um=1&ie=UTF-</p>
</div>
<div data-bbox=)

Investogación de mercado. Recuperado

de:http://www.chilealimentos.com/medios/2008/servicios/infodmercado/Investigacion_Mercado/2009/Venezuela3/caracas_cajas_2009.pdf

Papel y cartón. Recuperado de:

[http://www.cempre.org.co/documentos/Ficha%20Papel%20y%20Cart%C3%B3n.p](http://www.cempre.org.co/documentos/Ficha%20Papel%20y%20Cart%C3%B3n.pdf)

[df](http://www.cempre.org.co/documentos/Ficha%20Papel%20y%20Cart%C3%B3n.pdf)