24-7-2015

UNIVERSIDAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SOCIALES

ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD DE LA EXPORTACIÓN DE TOALLAS DE COCINA AL MERCADO ALEMAN A TRAVES DE UNA COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL DE BARRANQUILLA C.I MULS TEAM S.A.S

Tesis Luz Dary Solano Palacio

Luz Solano

Tesis

ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD DE LA EXPORTACIÓN DE TOALLAS DE COCINA AL MERCADO ALEMAN A TRAVES DE UNA COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL DE BARRANQUILLA

C.I MULS TEAM S.A.S

Alumna: Luz Dary Solano Palacio

Tutor: Alicia Rey

UNIVERSIDAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SOCIALES –UCES-

MAESTRIA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Buenos Aires, Argentina 2015

UCES
UNIVERSIDAD DE CIENCIAS
EMPRESARIALES Y SOCIALES

RESUMEN

Título: *ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD DE LA EXPORTACIÓN DE TOALLAS DE COCINA AL MERCADO ALEMAN A TRAVES DE UNA COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL DE BARRANQUILLA C.I MULS TEAM S.A.S*

Autor: *Luz Dary Solano Palacio*

Director: *Alicia Rey*

Fecha: *21/04/ 2015*

Tema: *Análisis de Factibilidad de la exportación de toallas de cocina*

1. **Introducción**

Este trabajo de intervención es para la Comercializadora Internacional MULS de Barranquilla y otros potenciales exportadores del mismo producto o comercializadoras futuras o existentes que puedan servirse de esta información y de la compañía.

La Comercializadora Internacional MULS TEAM es una S.A.S la cual está ubicada en la ciudad de Barranquilla porque desde dicha locación es mucho más fácil operar, y llegar de manera directa a las ciudades del mercado alemán a las que se quiere penetrar. MULS TEAM C.I. nace de la capacidad y la experiencia que se necesita para generar confianza y credibilidad en los clientes y además con los recursos para desarrollar los programas exportadores.

El presente trabajo aborda el estudio de factibilidad del montaje de operaciones de una comercializadora internacional de toallas de cocina, enmarcándose en el contexto de búsqueda de información a través de instrumentos como la investigación y el análisis en cada una de las áreas imprescindibles para dicho estudio.

Los temas centrales de cada capítulo serán:

1. Estudio de mercado

2. Estudio técnico
3. Ingeniería del proyecto
4. Estudio financiero

Dentro de cada capítulo se tocaran temas específicos de importancia para el proyecto en sí, es decir, todos aquellos elementos que puedan servir para determinar la factibilidad de la Exportación de Toallas para cocina hacia Alemania, y pequeños detalles para hacer posible el proceso desde Colombia.

Finalmente, se presentarán las conclusiones correspondientes a los resultados de cada capítulo, y si efectivamente el proyecto es o no, viable.

2. Antecedentes y Planteo teórico

El fenómeno de internacionalización de la economía, implica un intercambio entre diferentes regiones, que conservan sus instituciones, costumbres y prácticas propias y se convierte de manera inevitable en una oportunidad para los países en desarrollo, pero también en un enorme desafío (Pazos, 1998)

En la actualidad Colombia trabaja para lograr mayor dinámica al respecto a través de la aplicación de políticas de promoción a las exportaciones, así se generan los escenarios para desarrollar oportunidades de negocios que aumenten los niveles de exportaciones en sectores no tradicionales de la economía del país. En este sentido, y según cifras del DANE[1] en el año 2011 las exportaciones no tradicionales colombianas alcanzaron USD 17.167 millones de los cuales el 2,3% corresponde a textiles, una cifra a tener en cuenta a la hora de desarrollar el trabajo de intervención, ya que la política colombiana está impulsando el desarrollo de negocios que aumente la oferta no tradicional exportable.

[1]DANE Departamento Administrativo Nacional de Estadística

Según datos de Trademap[2] a nivel mundial la exportación de toallas de ha aumentado un 7% entre el 2008 y el 2012. Colombia por su parte, se sitúa en la posición número 10 de los países exportadores de dicho bien.

A nivel mundial la demanda de las toallas tiene una dinámica creciente debido al aumento porcentual de los matrimonios, de nuevas casas o departamentos en construcción y Alemania no está ajena a este incremento como lo muestra la porción de la matriz de selección de países que se muestra a continuación.

MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADOS				
Producto: ropa de tocador o cocina del tipo de toallas de algodón.				
VARIABLES	*ALEMANIA*			
	PART%	PESO	CALIF	INDICADOR
VARIABLES ESPECIFICAS				
% DE MATRIMONIOS EN EL PAIS	10%	3	0,3	4,48%
% NUEVAS CASAS CONSTRUCCIONES	15%	5	0,75	21,70%
% SUPERMERCADOS VENTA DE PRODUCTOS DE HOGAR	10%	3	0,3	22,00%
TOTAL	35%		1,35	

No existe en Colombia registro alguno de una Comercializadora Internacional que se encargue del proceso comercial y logístico de este bien sobre todo en la costa Atlántica, lo que sí existen son agencias de aduanas que se dedican hacer el proceso de exportación de cualquier cliente (Catálogo de Logística, Colombia). Alemania por su parte es un país industrializado, captador de la mayoría de productos de exportación del mundo, tiene un amplio mercado con grandes oportunidades, es quizás de los mercados más grandes del mundo y puede ser el puente para otros mercados Europeos (Datos Proexport).

Según revistas especializadas y diarios oficiales (Fórum Libertas, Vivienda, Servicio al Exportador) el crecimiento de matrimonios, la construcción de hogares, y la alta rentabilidad de los supermercados de artículos para el hogar en este país hace que el potencial de lugar de venta y acogida del producto sea numeroso.

2.1 Formulación Del Problema

[2]Trademap fue desarrollada por el Centro de Comercio Internacional de UNCTAD/OMC (CCI) con los objetivos explícitos de facilitar la investigación estratégica de mercado.

¿De qué forma puede MULS llevar Toallas de tocador o cocina al mercado Alemán?

2.2 Sistematización Del Problema

- ¿Qué método de exportación o elementos del mercado se deben considerar?
- ¿De qué forma puede el producto penetrar en el mercado Alemán?
- ¿Qué barreras de entrada puede tener este negocio en el mercado Alemán?
- ¿Cuáles son los requerimientos exigidos para la comercialización en el mercado?
- ¿Quiénes serán los clientes potenciales y cómo se hará la venta del producto en el mercado?
- ¿Se importan actualmente estos productos en el mercado alemán? ¿De dónde se importan? ¿Qué característica tiene la competencia?
- ¿Cómo un plan financiero sirve para evaluar la inversión, los costos logísticos de exportación o el financiamiento del proyecto?
- ¿Cuáles son los trámites de documentación o pasos legales que debe cumplir el proyecto para realizar la exportación?

La teoría a utilizar es la del plan de exportación que Según Morales Troncoso sirve para que la empresa o quien lo implemente pueda:

- Definir sus fortalezas y debilidades
- Determinar correctamente las ventajas de su producto
- Hacer una hoja evaluativa de la oportunidades que ofrecen los mercados del exterior
- Identificar y reducir los riesgos inherentes a los negocios internacionales
- Atraer inversionistas o socios y Tener acceso a financiamientos
- Utilizar planes como marco de referencia y guía operativa.

A su vez se utilizan conceptos de Michael Porter, Iván Thompson y Weston Brigham, entre otros.

3. Materiales y Métodos

La investigación es de tipo mixta porque parte de una serie de información cualitativa y cuantitativa. Describiendo con ella los aspectos necesarios para establecer cuáles son las condiciones y las opciones que brinda el mercado para el establecimiento de la comercializadora y las exportación hacia el mercado objetivo y alterno de toallas de cocina. De esta forma se usarán datos tanto cuantitativos como cualitativos, superiormente útiles para hacer dichas descripciones, como, estadísticas sectoriales, análisis de especialistas en exportación, uso de empaque y embale, estadísticas macroeconómicas, comportamiento de las exportaciones de la partida en el mercado, barreras arancelarias, proyecciones de ventas, costos logísticos, entre otros.

El método empleado es analítico deductivo, puesto que se parte del estudio de una metodología generalmente aceptada para luego aplicarla en el desarrollo del plan exportador. Se parte de lo universal, de aspectos globales previamente conocidos, para luego aplicarlas al caso en particular. En este sentido se usan datos provenientes de diversas fuentes que pueden no ser muy dicientes, pero una vez analizados y contextualizados son de gran utilidad. Las técnicas de recolección de información para este tipo de proyectos deben ser las terciarias (búsqueda en internet) debido a que la información requerida debe ser lo más actualizada posible; Por estas razones, la obtención de información se hará por medio de instituciones nacionales o internacionales especializadas en comercio internacional, promoción y fomento de las exportaciones.

En la realización del trabajo además se incluirán metodologías como La Matriz de Selección de Países, que no es otra que el análisis cuantitativo y cualitativo de variables generales y especificas a las que se les da una participación y valoración de acuerdo a su resultado que al ponderarlas define cual es el país objetivo al que

debe llegar el producto, las variables generales representan un peso total del 65% y las especificas un peso del 35%; Un Estudio de Mercado y por último la Matriz de Distribución Física Internacional que es la matriz donde se plasma el valor de todo el procesos logístico de exportación y los costos que este trae consigo.

4. Resultados y Discusión

MULS TEAM C.I. S.A.S						
Flujo de Caja Inversionista						
	INSTALC.	OPERACIÓN				LIQUID,
DATOS BASICOS	0	1	2	3	4	5
Capacidad instalada (miles unidades)		31,90	31,90	31,90	31,90	31,90
Capacidad de Utilizada		0,76	0,82	0,88	0,94	1,00
Ventas (Mlles uds)		24,35	26,24	28,13	30,01	31,90
Precio $ miles		10,381	10,900	11,445	12,017	12,618
FLUJO OPERACIONAL (MILLONES $)						
VENTAS EFECTIVAS (VENTAS - CXC)		231,71	262,17	295,09	330,61	368,99
VENTAS DE ACTIVOS						
IMPUESTO DE IND Y COMERCIO		0,51	0,57	0,64	0,72	0,81
INGRESOS TOTALES		**231,21**	**261,60**	**294,45**	**329,89**	**368,18**
Costos Variables		**174,65**	**187,25**	**200,74**	**214,69**	**229,13**
Productos terminados		121,75	133,82	146,32	159,25	172,65
gastos de exportación		45,90	46,36	47,29	48,23	49,20
Gastos de Ventas		7,00	7,07	7,14	7,21	7,28
Costos Fijos		**42,11**	**42,78**	**43,46**	**44,16**	**44,88**
Arrendamiento Bodega ZF		6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Servicios		2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Mantenimiento		0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
Seguros		1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
ImpUestos Locales (IND Y CO)		0,51	0,57	0,64	0,72	0,81
Amortización diferida		0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
Sueldos Administrativos		20,00	20,40	20,81	21,22	21,65
Prestaciones Administrativa		10,00	10,20	10,40	10,61	10,82
Depreciación Administrativa		1,10	1,10	1,10	1,10	1,10
Total Costos Operacionales		**217,27**	**230,59**	**244,85**	**259,57**	**274,82**
UAII		13,94	31,00	49,60	70,32	93,36
U.A.I		25,94	43,00	58,60	76,32	96,36
Impuesto (15%)		3,89	6,45	8,79	11,45	14,45
Utilidad Despues de Impuesto		22,05	36,55	49,81	64,87	81,91
Reserva Legal (10%)						
Utilidad Neta		22,05	36,55	49,81	64,87	81,91
Reserva Legal		-	-	-	-	-
Depreciación		1,10	1,10	1,10	1,10	1,10
Amortización Diferida		0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
Total Flujo de Operación		**23,65**	**38,16**	**51,41**	**66,47**	**83,51**
Flujo de Inversión						
Activos Fijos	-5,50					
Diferidos	-2,52					
Capital de Trabajo	-35,34		-4,69	-5,15	-5,45	-5,78
Recuperación de Capital de Trabajo						56,42
Valor de Rescate						-
Total Flujo de Inversión	-43,36	-	-4,69	-5,15	-5,45	50,63
FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO	**-43,36**	**23,65**	**33,47**	**46,26**	**61,02**	**134,14**
F DE F DEL PROYECTO	**-43,36**	**3,25**	**13,07**	**30,96**	**50,82**	**129,04**
Monto	40					
Prestamo			-10	-10	-10	-10
Gastos Financieros		-12,00	-12,00	-9,00	-6,00	-3,00
Ahorro Impositivo		1,80	1,80	1,35	0,90	0,45
TOTAL F F I	-3,36	-6,95	-7,13	13,31	35,72	116,49
PUNTO DE EQULIBRIO		**13.124**	**11.365**	**10.088**	**9.079**	**8.257**
TIR		**92,38%**				
VPN		$ 36,82				
R(B/C)		15,6				
VPN +		$ 40,19				
VPN -		($ 2,58)				

Se muestra el flujo de caja del inversionista para determinar la viabilidad del proyecto, para esto se tuvo en cuenta los diversos costos en los que se incurren para poner en operación la comercializadora internacional y la exportación de las toallas a Alemania, además de los impuestos obligatorios a pagar, los intereses y los abonos correspondientes al crédito bancario necesario para financiar operaciones. De esta forma, para el año cero, como inicio de la instalación del negocio, es negativo el flujo de caja neto debido a las inversiones que se deben realizar. Para los años siguientes se tuvo en cuenta la inversión adicional en capital de trabajo y la amortización al crédito arrojando resultados aceptables, para el último año, la recuperación en capital de trabajo y el valor residual de los activos fijos.

Finalmente, para determinar qué tan viable es el proyecto, se utilizaron indicadores como:

- TIR: obteniendo un 92,38%, que al compararse con el costo de capital de 30,12%, hacen concluir que el proyecto si es viable.
- VPN: Se obtuvo un VPN de $ 36.820.000, siendo positivo y mayor que 0, se confirma que el proyecto es aceptable. Representando más ingresos que los egresos en los que se incurren en el proyecto.
- La R (B/C): Es igual a 15.6, lo cual representa que el proyecto genera flujos netos con los cuales se pueden cancelar los costos 15.6 veces. Finalmente, es de entender que al ser esta relación mayor que 1, el proyecto es aceptable y económicamente viable

5. Conclusiones / Recomendaciones

Se puede concluir que MULS TEAM C.I. será la comercializadora que llevará productos de excelente calidad, a buen precio, y sobre todo con puntualidad; generando confianza y credibilidad al mercado Alemán. Las toallas de cocina que es el producto de MULS a comercializar, tendrán un alto sentido de responsabilidad social y cuidado del medio ambiente.

Cabe resaltar que Alemania es un país industrializado, captador de la mayoría de productos de exportación de los países del mundo, tiene un amplio mercado con grandes oportunidades para quienes buscan nuevos desafíos, estabilidad política, desarrollo laboral y poder adquisitivo. De igual forma, el volumen de su población es propicio para muchos de los productos de los que es principal productor y también para aquellos que es principal importador. Alemania por ser parte de la Unión Europea brinda a Colombia unas ventajas arancelarias gracias al sistema general de preferencias, la futura existencia de un acuerdo de libre comercio que aún no se ha ratificado, para ambos países podrían ser aún más beneficiosos en el libre tránsito de la mercancía porque en este tratado se establecen ayudas para el comercio y la tecnificación del capital humano, su cadena logística y sus canales de distribución son altamente tecnificados y calificados, lo que permite que sea un país por excelencia líder en agilidad y prontitud para llegar al consumidor final. Alemania como mercado objetivo es un gran desafío por los volúmenes de venta que maneja, además es el principal consumidor de la ropa de tocador o cocina, es decir es un mercado obligado para quienes exportan o quieren exportar estos bienes.

La ubicación de MULS TEAM CI. S.A.S permite penetrar este mercado y sobre todos las ciudades de donde se captará la demanda a bajo costo y sobre todo de manera efectiva. Finalmente, el estudio financiero nos permite afirmar que el proyecto de inversión en la exportación de toallas de cocina a Alemania, es viable por cuanto la rentabilidad que promete así como los resultados económicos que genera, son mayores a los costos que se generan en la inversión.