

TODO ASEO S.A.S

TODO ASEO S.A.S

Andrea Carolina Bustamante Prada

María Camila Gómez Cárdenas

Sergio Andrés García Rodríguez

Universidad Pontificia Bolivariana

1 Tabla de contenido

2	ANTEPROYECTO	4
2.1	Problema de investigación	4
2.1.1	Identificación del problema:	4
2.1.2	Formulación del problema:.....	4
2.1.3	Descripción del problema:.....	4
2.2	Justificación.	4
2.3	Objetivos.....	5
2.3.1	General.....	5
2.3.2	Específicos	5
2.4	Cronograma.....	6
3	Diagnóstico del Sector, de la Empresa y del Producto	7
3.1	CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR	7
3.1.1	Importancia del sector en la economía colombiana.....	7
3.1.2	Representación en el PIB, producción y ventas.	8
3.1.3	Contribución al empleo.	9
3.1.4	Exportaciones, Importaciones y Balanza comercial del sector.	10
3.1.5	Comercio Mundial del sector.....	11
3.1.6	Empresas productoras a nivel nacional y regional	12
3.1.7	Ventas	14
3.1.8	Principales productos de comercialización.....	14
3.2	ANÁLISIS FINANCIERO	15
3.2.1	Indicadores de tamaño	15
3.2.2	Indicadores de liquidez	17
3.2.3	indicadores de endeudamiento	18
3.2.4	Indicadores de rentabilidad	20
3.2.5	Indicadores de Eficiencia.	22
3.3	ANÁLISIS DEL PRODUCTO.....	24
4	SELECCIÓN DE MERCADO	25
4.1	Conclusiones de la matriz	25
5	CONDICIONES DE ACCESO.....	26
5.1	ACUERDOS COMERCIALES QUE FAVORECEN LA OPERACIÓN:.....	26
5.2	CONDICIONES ARANCELARIAS:	26
5.2.1	NORMATIVIDAD FITOSANITARIA.....	26
6	PRODUCTO, PRECIO, PUNTO DE VENTA Y PROMOCIÓN	26
6.1	PRODUCTO	26

6.2	PRECIO.....	28
6.3	PUNTO DE VENTA	28
6.4	PROMOCION	28
7	SEGMENTACION DEL MERCADO.....	28
8	ESTRATEGIA DE INMERSIÓN DE MERCADO	30
9	LOGISTICA Y DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL	30
9.1	CANTIDADES A EXPORTAR.....	30
9.2	PRECIO DE VENTA INTERNACIONAL.....	31
9.3	TERMINO INCOTERM A NEGOCIAR	31
9.4	RUTA INTERNACIONAL DE LA OPERACIÓN.....	32
9.5	EMPAQUE Y EMBALAJE DEL PRODUCTO	33
9.6	CUBICAJE	33
9.7	COSTO DE OPERACIÓN.....	35
	Bibliografía.....	37

2 ANTEPROYECTO

2.1 Problema de investigación

2.1.1 Identificación del problema:

Oportunidades de internacionalización del producto **detergente líquido con blanqueador óptico** de la empresa **Todo Aseo S.A.S** a mercados extranjeros que cuenten con un alto porcentaje en turismo.

2.1.2 Formulación del problema:

¿Cuáles son las oportunidades de incursión del producto **detergente líquido con blanqueador óptico** de la empresa **Todo Aseo S.A.S** a mercados extranjeros que cuenten con un alto porcentaje en turismo?

2.1.3 Descripción del problema:

Todo Aseo S.A.S. es una empresa fabricante de productos de aseo, con su marca propia TDA. Asimismo, es distribuidora de productos alimenticios, desechables, dispensadores y de aseo de diferentes marcas nacionales e importadas para el mercado institucional a nivel nacional.

Es una compañía con más de 30 años en el mercado, líder en calidad y servicio en el oriente del país. Cuenta con sus sedes y puntos de venta en las ciudades de Bucaramanga y Barrancabermeja.

La empresa **Todo Aseo S.A.S** no tiene presencia en mercados extranjeros, por lo cual la empresa desea empezar a tener presencia no solo a nivel nacional, sino también de manera internacional con el fin de desarrollar nuevos nichos de mercado y así ofrecer sus productos y darse a conocer como una marca líder en el mercado.

2.2 Justificación.

El negocio de productos de limpieza para el hogar se consolida como una de las categorías de mayor dinamismo en el país. Se trata de un segmento que, según los empresarios, mueve al año alrededor de \$3 billones. Es un sector el cual tiene un mercado amplio y al cual en los últimos años ha venido teniendo un crecimiento.

Cuando hablamos de los productos de cuidado para el hogar hacen parte de la canasta de aseo del hogar, la marca **Todo Aseo S.A.S** por medio de su amplio portafolio de productos ha venido supliendo las necesidades del mercado a nivel departamental, Los procedimientos de **Todo Aseo S.A.S.** cumplen con el Sistema de Gestión de Calidad bajo la norma ISO 9001. De igual forma, los productos **TDA**, fabricados por la empresa, aplican las normativas del

Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) velando por el cumplimiento efectivo de las normas, requisitos y procedimientos por parte propia y de los contratantes buscando siempre brindar la mejor calidad y servicio.

La entrada de Todo Aseo S.A.S a mercados internacionales fortalece el crecimiento de la compañía así como logra posicionar el sector Cosméticos y Aseo Colombiano a nivel internacional, ya que es beneficioso, no solo para la empresa, sino también para nuestro país dar a conocer nuestros productos de calidad para así incentivar la exportación de estos.

2.3 Objetivos

2.3.1 General.

Identificar las oportunidades de internacionalización del producto **detergente líquido con blanqueador óptico** de la empresa **TODO ASEO SAS** a mercados extranjeros que cuenten con un alto porcentaje en turismo.

2.3.2 Específicos

1.3.2.1. Diseñar una propuesta de internacionalización en el mercado objetivo para comercializar el producto **detergente líquido con blanqueador óptico** de la empresa **TODO ASEO SAS**.

1.3.2.2. Analizar la viabilidad y capacidad financiera de la empresa **TODO ASEO SAS** de tal modo que nos permita evaluar si es posible aplicar la propuesta de internacionalización de modo que sea viable y sobretodo rentable.

1.3.2.3. Identificar el mercado potencial y realizar una investigación de mercados con fuentes secundarias para definir las condiciones de acceso

1.3.2.4. Diseñar y evaluar una estrategia logística que contengan todos los aspectos de la cadena de distribución logística con el fin de menores costos que inciden sobre el precio de venta de nuestro producto.

2.4 Cronograma

Actividad	MESES			
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4
Delimitación del tema, Problema de Investigación	X			
Objetivos, Justificación, Anteproyecto en Norma APA	X			
Análisis de Competitividad y productividad del sector. SWOT matrix	X			
Diagnostico Ferzas de Porter				
Diagnostico Diamante de Porter	X			
Análisis Financiero de la empresa	X			
Análisis Financiero de la empresa				
Pre selección de mercados		X		
Análisis del Mercado Objetivo		X		
Condiciones de Acceso		X		
Evaluación y Caracterización de los Acuerdos Vigentes		X		
Competencia		X		
Promoción		X		
Estrategias De Inmersión		X		
		X		
Cadena logística de la exportación, modalidad de exportación, operadores logísticos dentro de la cadena.		X		
Empaque y embalaje, estiba, palletizado, contenedor, capacidad exportable, programación de las actividades en la Distribución física internacional.		X		
Ruta Internacional <i>Documentación.</i> <i>Factura comercial Lista de empaque. Declaración de exportación Formulario No 2 Bill of lading. Certificado de origen Vistos Buenos. Certificado de inspección sanitaria</i>			X	
<i>Datos para el cálculo de costos DFI</i>			X	
<i>Costeo DFI</i>			X	
<i>Estrategia de comercialización</i>			X	
Evaluación Financiera Punto de equilibrio, tasa de retorno TIR, payback del proyecto			X	
<i>Punto de equilibrio, tasa de retorno TIR, payback del proyecto</i>				
SUSTENTACIÓN				X

3 Diagnóstico del Sector, de la Empresa y del Producto

3.1 CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR

SECTOR: COSMÉTICOS Y ASEO

ASEO

3.1.1 Importancia del sector en la economía colombiana

El sector de cosméticos y aseo en Colombia se encuentra posicionado en la economía nacional, es líder en la región andina y es el quinto mercado en América Latina.

El sector cosméticos y artículos de aseo está conformado por dos subsectores: cosméticos (maquillaje, artículos de aseo personal, color y tratamiento capilar) y artículos de aseo del hogar (detergentes, jabón de lavar y demás productos de aseo del hogar).

La mayor ventaja comparativa de Colombia en este sector es su rica biodiversidad, gracias a la cual puede ser altamente competitiva en productos con base en ingredientes naturales, cuya demanda mundial está en ascenso.

Por esta razón el gobierno Colombiano a través de El Programa de Transformación Productiva (PTP), buscando aprovechar las oportunidades que provee el sector; formuló planes de corto, mediano y largo plazo con la misión de que, “En el 2032 Colombia sea reconocida como un líder en el continente americano en producción y exportación de cosméticos, productos de aseo del hogar y absorbentes de alta calidad con base en ingredientes naturales” así mismo prevé que “En el 2032 Colombia duplicará el volumen de las ventas y exportaciones de productos del sector, incrementará la tasa de productividad en un 35%, el empleo en un 20% y el consumo per cápita en 70%”, con respecto al subsector específico de cosméticos, el PTP pronostica que Las ventas del subsector cosméticos alcanzarán los 4,5; 5,0 y 9,4 billones de 11 COP en el corto, medio y largo plazo respectivamente, con una tasa de crecimiento del 5,8%

Los productos del sector son de consumo masivo, algunos hacen parte de la canasta familiar y otros son utilizados para el cuidado personal de toda la familia.

Ilustración 1 Información sobre el sector Cosméticos y Aseo

SECTOR	SUBSECTOR	SEGMENTO	CLASES DE PRODUCTOS	PRODUCCIÓN NACIONAL	EXPORTACIONES
COSMÉTICOS, PRODUCTOS DE ASEO Y ABSORBENTES	 COSMÉTICOS	MAQUILLAJE, COLOR Y TRATAMIENTO	Maquillaje Productos para el cabello	52%	58%
	 ASEO DEL HOGAR	ASEO PERSONAL	Fragancias Higieneoral Cremas Desodorante Productos de afeitado y depilación Productos para el baño y la ducha Cuidado para el bebé		
		DETERGENTES Y JABÓN DE LAVADO	Detergentes Jabones Suavizantes	26%	18%
		PRODUCTOS DE ASEO Y HOGAR	Lavaplatos Jabones multiusos Productos para el baño Insecticidas Aerosoles		
 ABSORBENTES	PRODUCTOS DE HIGIENE PERSONAL	Pañales Toallas Higiénicas Tampones Otros absorbentes	22%	24%	

Fuente: Informe de sostenibilidad ANDI

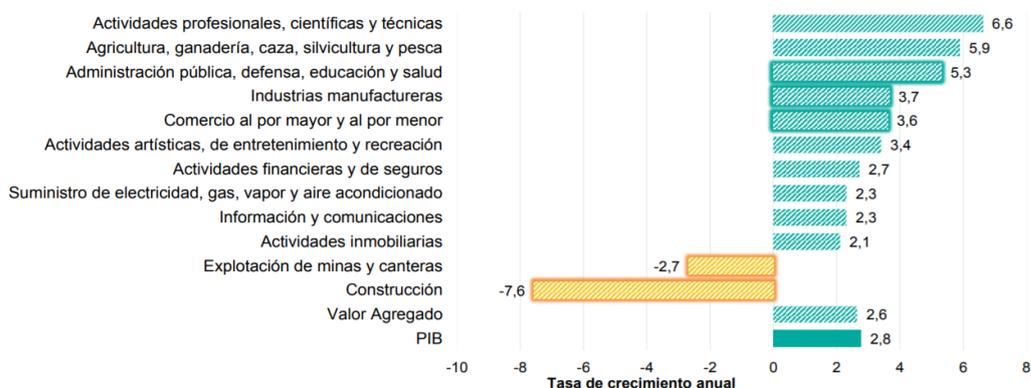
3.1.2 Representación en el PIB, producción y ventas.

- Representación en el PIB

Ilustración 2 Representación en el PIB

INFORMACIÓN ESTRATÉGICA

Producto Interno Bruto
Tasa de crecimiento anual
Actividades económicas
2018^{pr} / 2017^{pr} (II Trimestre)



Fuente: Dane

Análisis: La gráfica muestra el producto interno bruto del 2018 en el II trimestre donde muestra la tasa de crecimiento anual por la actividad, en este caso de la industria manufacturera con 3.7% siendo de las actividades económicas más altas en general.

La industria cosmética y de aseo en Colombia representa el 4,4% del PIB de la industria manufacturera y 0,5% del PIB nacional. Ocupa el noveno lugar en la producción industrial del país. Con más de un millón de empleos, es el séptimo empleador industrial.

Fuente: EAM – DANE, 2015.

- Ventas anuales por sector

Graph 1 Ventas anuales por sector

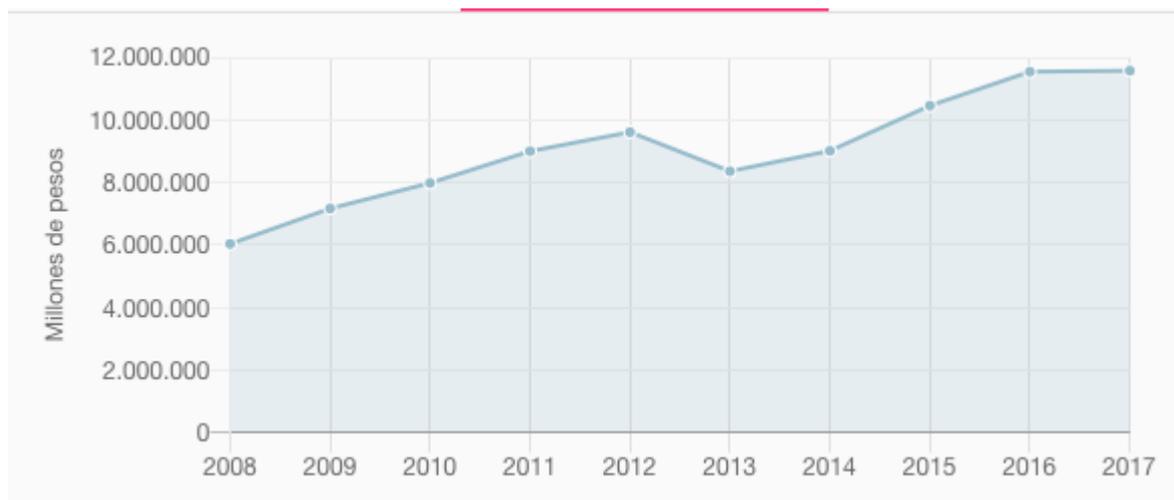


Fuente: Maro

Análisis: Se puede observar que para el año 2012 hubo un incremento en las ventas acercándose casi a los 12.000.000 millones de pesos, pero para el año 2016 y 2017 se estabilizaron acercándose a los 11.000.000 millones de pesos.

- **Producción anual por sector:**

Graph 2 Producción anual por sector

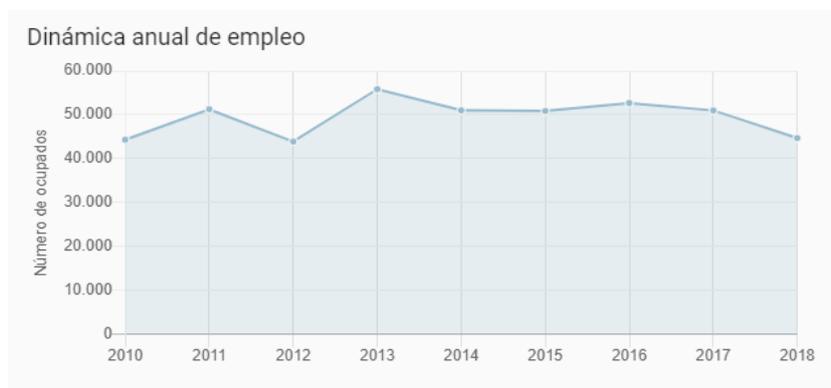


Fuente: Maro

Análisis: De esta gráfica se puede observar que para el año 2012 se puede observar una crecida en la producción llegando a un tope de 10'000.000 millones de pesos que para el siguiente año se dio una baja llegando a los 8'000.000 millones de pesos y para el año 2016 se dio una subida llegando a los 12'000.000 millones de pesos la cual se estabilizo manteniéndose así para el año siguiente

3.1.3 Contribución al empleo.

Graph 3 Contribución al empleo



Fuente: Maro

Análisis: La gráfica muestra la dinámica año a año del empleo generado por el sector Cosméticos y aseo en los años (2010-2018) donde el número de ocupados ha variado inestablemente a lo largo de este periodo, con un máximo de personas ocupadas (55.794) en el año 2013 y un mínimo de personas ocupadas (43.886) en 2012.

3.1.4 Exportaciones, Importaciones y Balanza comercial del sector.

3.1.4.1 Exportaciones.

Graph 4 Exportaciones

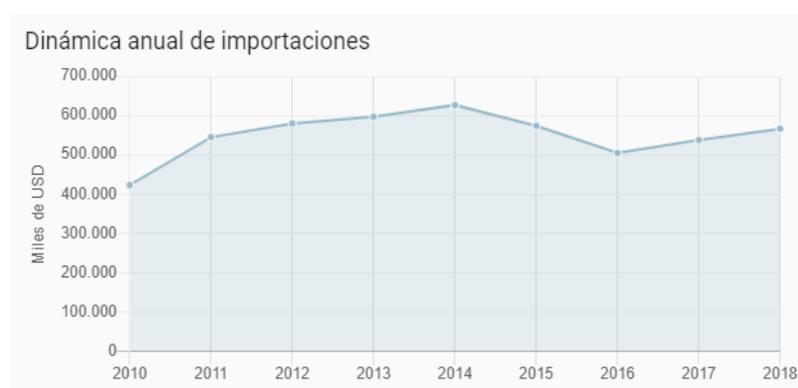


Fuente: Maro

Análisis: En la gráfica se evidencia las exportaciones realizadas por el sector "Cosméticos y aseo" entre los años 2010 y 2018, en la cual se ve el incremento significativo de estas en el año 2013 cruzado la barrera de los 600.000 USD y alcanzando así los 700.000 USD.

3.1.4.2 Importaciones.

Graph 5 Importaciones



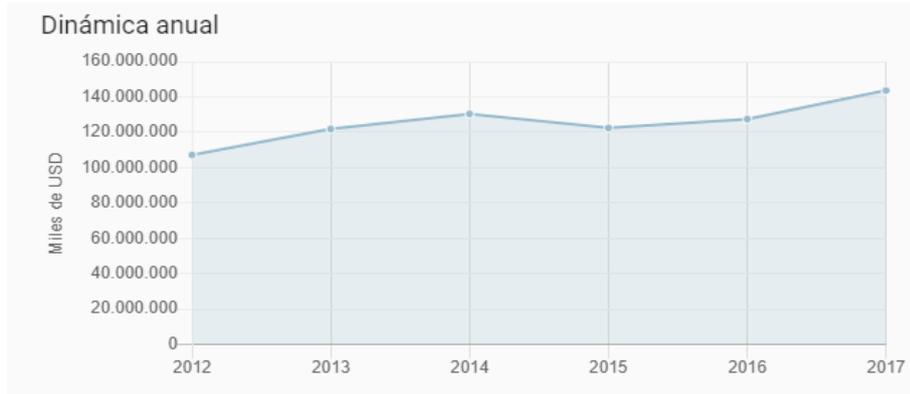
Fuente: Maro

Análisis: En la gráfica podemos evaluar la dinámica anual de las compras realizadas al exterior en productos del sector cosméticos y aseo. Donde se evidencia que el año 2014 ha sido hasta ahora el más significativo con más de 600.000 USD en importaciones y el 2010 Y 2016 siendo los menos significativo por debajo de los 500.000 USD.

3.1.5 Comercio Mundial del sector

3.1.5.1 Importaciones Mundiales

Graph 6 Importaciones Mundiales

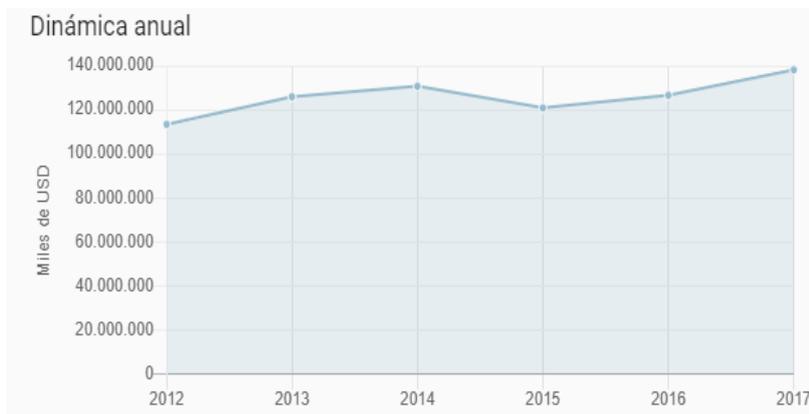


Fuente: Maro

Análisis: En la gráfica podemos evaluar la dinámica anual de las compras realizadas al exterior en productos del sector cosméticos y aseo en un periodo de 6 años. Donde se evidencia que el año 2017 ha sido hasta ahora el más significativo con más de 140.000.000 USD en importaciones y el 2012 el menos significativo por debajo de los 110.000.000.

3.1.5.2 Exportaciones Mundiales

Graph 7 Exportaciones Mundiales



Fuente: Maro

Análisis: En la gráfica podemos evidenciar la dinámica anual de las exportaciones del sector cosméticos y aseo en un periodo de 6 años. Donde se evidencia que el año 2017 ha sido hasta ahora el más significativo con más de 140.000.000 USD en exportaciones y el 2012 el menos significativo por debajo de los 120.000.000 USD.

3.1.6 Empresas productoras a nivel nacional y regional

Empresas que componen el sector a nivel nacional

El mercado en Colombia asciende en 2015 a US\$4.885 millones de dólares, 4,3% más que en 2014. Para 2018 se espera que llegue a US\$5.274 millones de dólares. El gasto per cápita nacional en productos del sector US\$83,8 dólares. A nivel nacional el sector está compuesto por 1.090 empresas, de las cuales aproximadamente el 40% son de cosméticos y el 60% de aseo y absorbentes (Fuente: Empresas vigiladas y registradas en el INVIMA). Dentro de las empresas del sector hay productoras, comercializadoras, maquiladoras y proveedoras de insumos. Alrededor del 40% de las empresas están ubicadas en Bogotá, seguido de Antioquia con el 23% y del Valle del Cauca con el 13%.

Las empresas que compiten por liderar el mercado local son: Procter & Gamble (14,20%), Unilever (12,80 %), Colgate-Palmolive (11,70 %), Grasco (8,90 %), Johnson & Johnson (5,80 %), Brinsa (5,70%), Reckitt Benckiser Group (4,70 %), Clorox Co (4,50 %), PQP (3,0%) y Azul K S.A. (2,9%).

Empresas que componen el sector a nivel regional

- **Todo Aseo S.A.S:**

Todo Aseo S.A.S. es una empresa fabricante de productos de aseo, con su marca propia TDA. Asimismo, es distribuidora de productos alimenticios, desechables, dispensadores y de aseo de diferentes marcas nacionales e importadas para el mercado institucional a nivel nacional.

Es una compañía con más de 30 años en el mercado, líder en calidad y servicio en el oriente del país. Cuenta con sus sedes y puntos de venta en las ciudades de Bucaramanga y Barrancabermeja.

Los procedimientos de Todo Aseo S.A.S. cumplen con el Sistema de Gestión de Calidad bajo la norma ISO 9001. De igual forma, los productos TDA, fabricados por la empresa, aplican las normativas del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) velando por el cumplimiento efectivo de las normas, requisitos y procedimientos por parte propia y de los contratantes buscando siempre brindar la mejor calidad y servicio.



- **Linco S.A.S** : Es una empresa santandereana constituida en diciembre de 2006, que presta servicios con calidad al sector institucional, que generen confianza a los clientes y bienestar a sus usuarios.



- **Suquin Ltda.:** En su larga trayectoria se ha convertido en un proveedor líder en la región en el suministro de Insumos químicos, aditivos y materias primas para la industria del sector alimenticio, avícola, aseo, tintorerías, perfumería, construcción, joyerías, cosmética e industria en general. Contamos con un amplio portafolio de productos lo cual permite apoyar así la actividad empresarial y productora de la región. Respalados en nuestra experiencia, profesionalismo, calidad y mejora continua; apuntamos a la generación de lealtad en nuestros clientes.



- **Provinas SAS:** PROVINAS (Provisiones Industriales), tiene como misión fabricar y comercializar productos químicos y servicios especializados en el área de mantenimiento Industrial e Institucional, apoyándose en su talento humano e infraestructura técnica, ofrece comodidad a sus proveedores, calidad en productos y servicios a sus clientes, garantizando un óptimo ambiente laboral a sus empleados y desarrollo integral a la región.



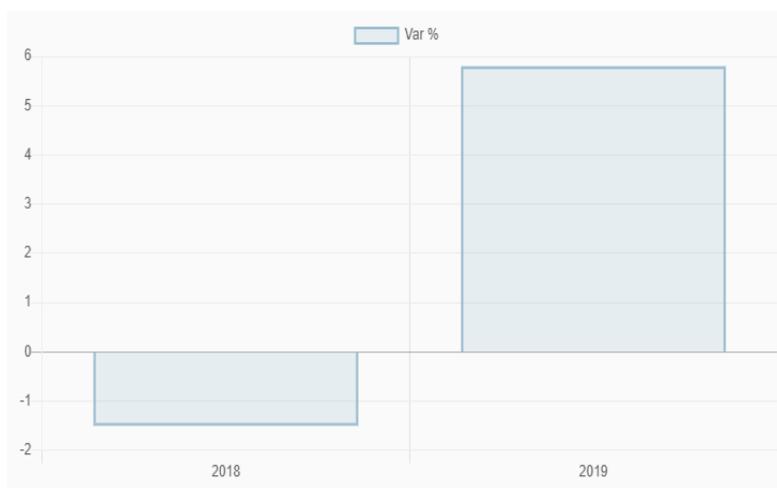
- **Químicos y Sabores:** Químicos & Sabores es una organización privada con 32 años de experiencia en la comercialización insumos químicos y productos terminados para la industria alimenticia, farmacéutica, cosmética, limpieza y desinfección a lo largo del territorio nacional. Representa marcas de reconocimiento internacional.



3.1.7 Ventas

- **Ventas Año Corrido.**

Graph 8 Ventas Año Corrido



Fuente: Maro

Análisis: La gráfica nos muestra que para el año 2018 las ventas fueron negativas, pero para el año 2019 se puede observar que hubo una mejoría en estas y su desempeño fue positivo con un porcentaje del 5,8%.

- **Ventas Anual**

Graph 9 Ventas Anuales



Fuente: Maro

Análisis: se puede observar que para el año 2012 hubo un incremento en las ventas acercándose casi a los 12.000.000 millones de pesos, pero para el año 2016 y 2017 se estabilizaron.

3.1.8 Principales productos de comercialización

- Champuses para el cabello.
- Perfumes y aguas de tocador.
- Dentífricos (crema dental), acondicionados para su venta al por menor al usuario.
- Preparaciones tensoactivas, para lavar (incluidas las preparaciones auxiliares de lavado) y preparaciones de limpieza acondicionadas para la venta al por menor.
- "Agarbatti" y demás preparaciones odoríferas que actúen por combustión.
- Jabones, productos y preparaciones orgánicos tensoactivos de tocador (incluso los medicinales), en barras, panes o trozos, o en piezas troqueladas o moldeada.

- Las demás preparaciones de belleza, de maquillaje y para el cuidado de la piel, excepto los medicamentos, incluidas las preparaciones antisolares y bronceadoras.

3.2 ANÁLISIS FINANCIERO

3.2.1 Indicadores de tamaño

- **Ventas**

Graph 10 Ventas



Fuente: Benchmarking

Análisis: La tabla anterior muestra el comportamiento de las ventas de la empresa **TODO ASEO SAS** en los últimos 5 años, en los cuales podemos observar una tendencia de crecimiento constante en las ventas. Para el año 2018 alcanzaron los **COP\$25.043 millones** lo que significa que la empresa a nivel general y del sector está generando un crecimiento.

- **Activos**

Graph 11 Activos



Fuente: Benchmarking

Análisis: En esta gráfica se puede observar los activos de la empresa **TODO ASEO SAS**, los cuales han estado en constante crecimiento, siendo el año 2017 el más alto con **COP\$12.899**

millones. En el año 2018 se han mantenido **COP\$12554 millones** en activos, por lo que se espera que la empresa continúe en constante adquisición de activos año tras año.

- **Utilidad**

Graph 12 Utilidad



Fuente: Benchmarking

Análisis: En cuanto al indicador de utilidad de la empresa **TODO ASEO SAS** en los últimos 5 años, se destaca el año 2014 ya que fue el más alto con **COP\$206 millones**, a medida del tiempo ha venido descendiendo su utilidad y en el último año muestra que su utilidad ha sido la más baja con **COP\$69 millones** lo cual muestra que la empresa gastó mucho más en su proceso de producción.

- **Patrimonio**

Graph 13 Patrimonio



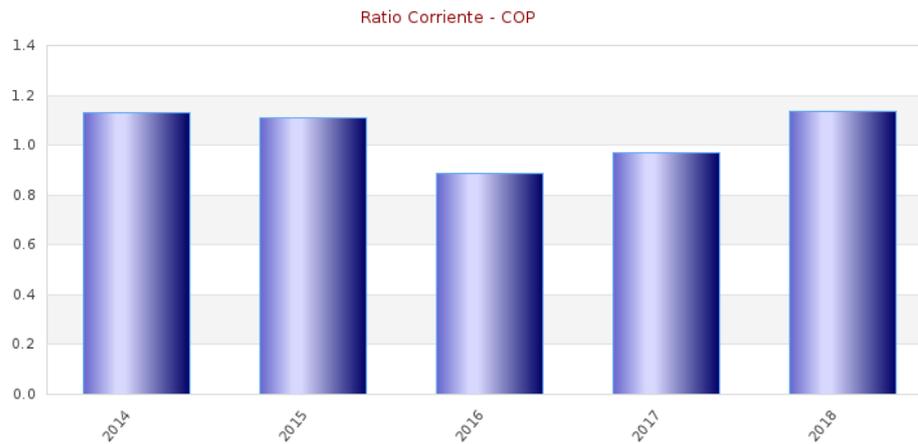
Fuente: Benchmarking

Análisis: El patrimonio de la empresa **TODO ASEO SAS** presenta una tendencia de crecimiento, excepto por el año 2016 con **COP\$2.071 millones**. En los últimos dos años tuvo un crecimiento siendo el año 2018 el más alto con **COP\$3.536 millones**.

3.2.2 Indicadores de liquidez

- **Ratio Corriente**

Graph 14 Ratio Corriente



Fuente: Benchmarking

Análisis: Indica cual es la capacidad que tiene la empresa de cumplir con sus obligaciones financieras, deudas o pasivos a corto plazo, La cual desde el año 2016 ha venido aumentando y que para el año 2018 se presentó un porcentaje de 1,14% indicando así el nivel de cumplimiento que tiene la empresa con sus obligaciones financieras.

- **Prueba Acida**

Graph 15 Prueba Acida



Fuente: Benchmarking

Análisis: La prueba ácida **muestra** la capacidad que tiene la empresa de cancelar sus obligaciones corrientes, sin tener en cuenta la venta de sus existencias, lo cual sería solo con los saldos de efectivo, el producido de las cuentas por cobrar, las inversiones temporales y otros activos de fácil liquidación, que sea diferente a los inventarios, para el año 2018 fue de un 0,73%.

- **Capital del Trabajo**

Graph 16 Capital del Trabajo



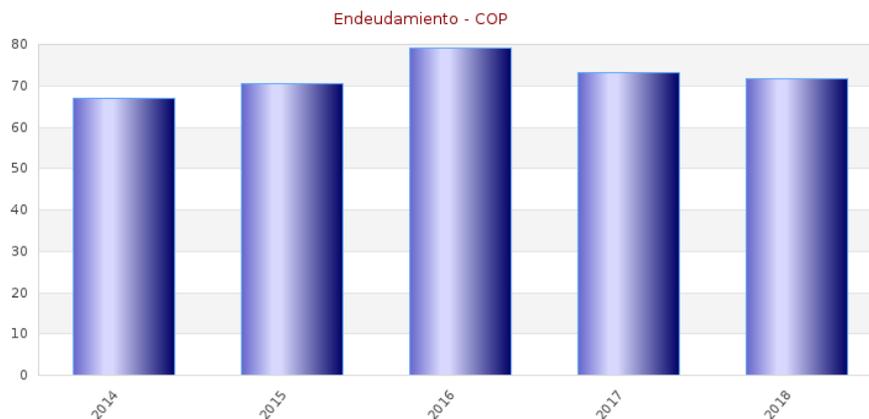
Fuente: Benchmarking

Análisis: El capital del trabajo, nos permite evidenciar el monto de dinero que le quedaría a la empresa, luego de haber pagado los pasivos de corto plazo, lo cual hará posible la toma de decisiones de inversión temporal por parte de la Gerencia, para el año 2018 se puede evidenciar que se presenta un saldo positivo lo cual nos permite evidenciar que hubo un aumento dejándonos ver la cantidad de dinero con la cual dispone la empresa, pudiendo hacer inversiones.

3.2.3 indicadores de endeudamiento

- **Endeudamiento**

Graph 17 Endeudamiento



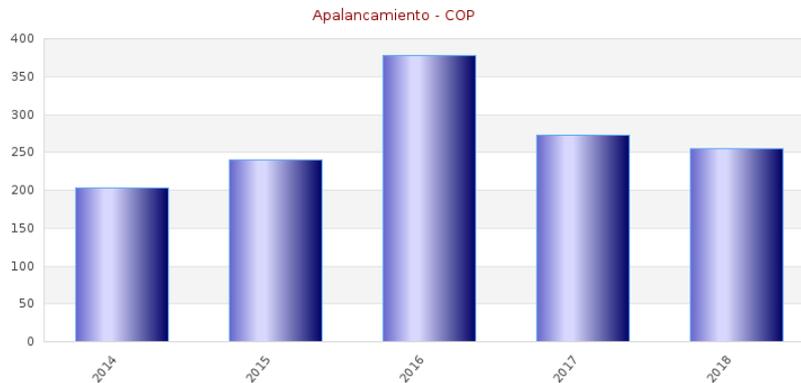
Fuente: Benchmarking

Análisis: El endeudamiento es una medida porcentual que evalúa la proporción de las deudas sobre los recursos de la empresa, como se puede observar en la gráfica para el año 2016 fue el año con mayor endeudamiento siendo este de un 79,10 %, lo que esto nos dice es que para este año la empresa pudo realizar una inversión, podemos observar que el porcentaje de

endeudamiento de Todo Aseo SAS ha disminuido gradualmente desde el 2016 a pesar de esto el endeudamiento registrado en el año 2018 tuvo un total de 71,83% .

- **Apalancamiento**

Graph 18 Apalancamiento



Fuente: Benchmarking

Análisis: El apalancamiento de la empresa ha disminuido notablemente desde el 2016 ubicándose en el 2018 en un 255,00%, lo cual indica que la compañía disminuyó su endeudamiento para financiar la compra de los activos. Al ser un indicador de endeudamiento nos refleja lo que ya habíamos visto en la anterior tabla, es decir, que el endeudamiento disminuyó para el año 2018.

- **Pasivo Total/ Ventas**

Graph 19 Pasivo Total/ Ventas

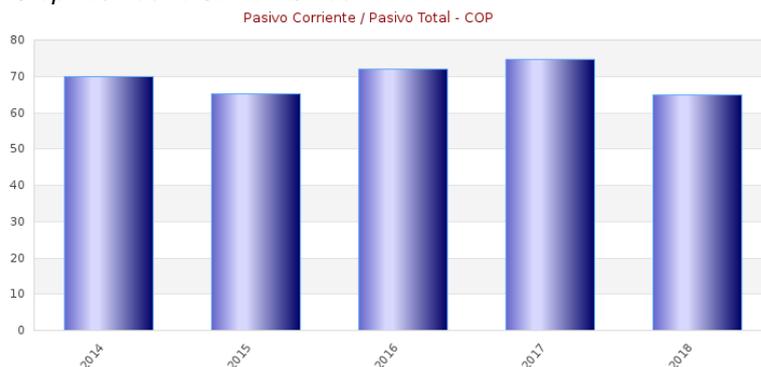


Fuente: Benchmarking

Análisis: En la tabla se puede observar que el pasivo total/ventas a disminuido para el año 2018. Esta es una medida que hace parte del nivel de endeudamiento que tiene la empresa. Comparándola con los estándares de la actividad a la que pertenece indica la proporcionalidad de su nivel de endeudamiento a su nivel de ventas, ubicándose en el 2016 con un porcentaje de 33,98%, en el 2015 con un 34,50% y en el 2014 con un 31,45%.

- **Pasivo Corriente/ Pasivo Total**

Graph 20 Pasivo Corriente/ Pasivo Total



Fuente: Benchmarking

Análisis: Este indicador nos muestra el porcentaje de los pasivos que deben ser asumidos a corto plazo. Como nos arroja la tabla es notorio que ha tenido un pequeño crecimiento a lo largo del 2016 comenzó con un 71,92%, en el 2017 crece a un 73,53% y finalmente en el 2018 cayó y se ubicó en un 64,97%.

3.2.4 Indicadores de rentabilidad

- **Utilidad Neta / Ventas**

Graph 21 Utilidad Neta / Ventas



Fuente: Benchmarking

Análisis: En la gráfica anterior se puede deducir el rendimiento de los ingresos en un periodo de tiempo de cinco años, que va desde el 2014 al 2018, representando el nivel de beneficio y ganancia, que la empresa ha recibido de los recursos invertidos. En el 2014 la utilidad neta de las ventas ha sido la mayor durante este periodo, a diferencia al 2018 que ha sido el de menos de rentabilidad en este periodo.

- **Rentabilidad de activos**

Graph 22 Rentabilidad de Activos

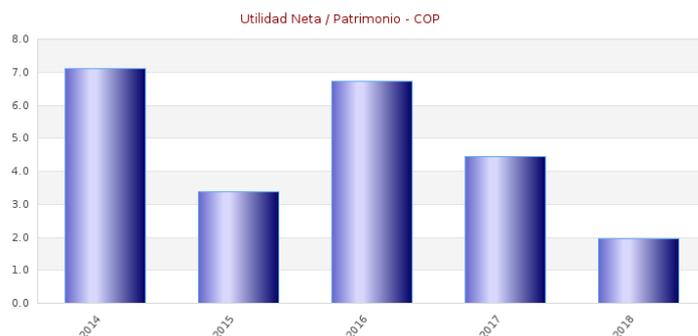


Fuente: Benchmarking

Análisis: El sistema Dupont determina la eficiencia con la que la empresa está utilizando sus activos, su capital de trabajo y el multiplicador de capital (Apalancamiento de financiero). Respectivamente en el 2014 fue el año en el que mayor rentabilidad de sus activos tuvo. En el 2018 su baja ha sido bastante significativa, seguido con la del 2015.

- **Utilidad Neta / Patrimonio**

Graph 23 Utilidad Neta / Patrimonio

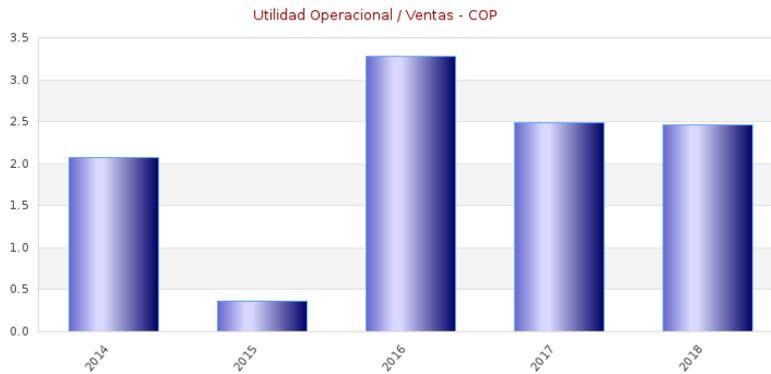


Fuente: Benchmarking

Análisis: La rentabilidad de operacional de patrimonio nos permite identificar la rentabilidad que ofrece el capital que ha venido invirtiendo la empresa. Donde en el 2018 rentabilidad ha sido la más a diferencia con años anteriores.

- **Utilidad Operacional / Ventas**

Graph 24 Utilidad Operacional / Ventas



Fuente: Benchmarking

Análisis: El margen operacional o utilidad operacional de la TODO ASEO S.A.S., es bastante interesante, debido que en el año 2015 fue la más baja, y tan solo al transcurrir un año tuvo un gran incremento bastante significativo, siendo el año 2016 quien marca la diferencia del periodo seleccionado.

3.2.5 Indicadores de Eficiencia.

- **Rotación de Cobros**

Graph 25 Rotación de Cobros

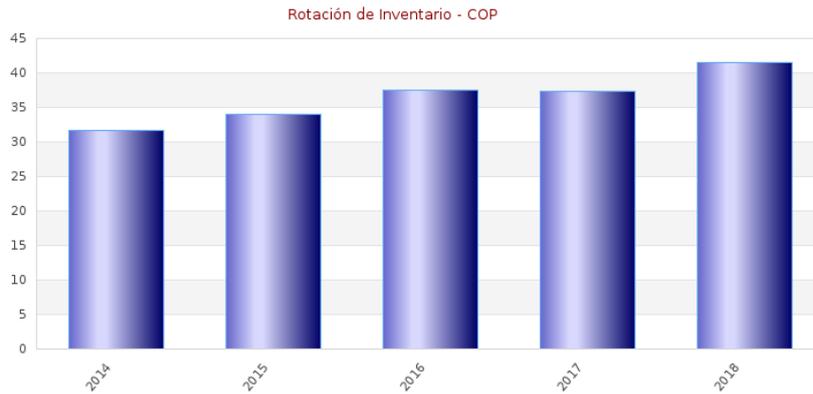


Fuente: Benchmarking

Análisis: Este indicador nos muestra el tiempo en que las cuentas por cobrar toman en convertirse en efectivo, o, en otras palabras, es el tiempo que la empresa toma en cobrar la cartera a sus clientes. En el año 2017 su rotación de cobros fue 57 y para el año 2018 disminuyó con 44.

● **Rotación de Inventario**

Graph 26 Rotación de Inventario



Fuente: Benchmarking

Análisis: Este indicador mide cuánto tiempo le toma a la empresa rotar sus inventarios. Con este indicador se determina el uso eficiente del capital de la compañía. Esto determina cuánto demora la empresa en realizar los inventarios. Entre más alta sea la rotación significa que las mercancías permanecen menos tiempo en el almacén, lo que es consecuencia de una buena administración y gestión de los inventarios. Lo ideal sería lograr inventarios cero, es decir, que en bodega sólo se tenga lo necesario para cubrir los pedidos de los clientes. En cuanto a este indicador de la empresa TODO ASEO SAS se puede observar que el año en el que se hizo mayor rotación de inventario fue en el año 2018, con 42 veces. Es decir, fue un buen comportamiento ya que las mercancías permanecieron menos tiempo en el almacén, gracias a factores como buena administración o gestión.

● **Rotación de Proveedores**

Graph 27 Rotación de Proveedores



Fuente: Benchmarking

Análisis: Este indicador nos muestra el número de veces que las cuentas por pagar a proveedores rotan durante un período de tiempo determinado, en este caso en los últimos 5 años el 2017 ha sido en el que más alto han rotado sus cuentas por pagar con 97 veces. En este último año la rotación de cuentas por pagar a proveedores ha sido 88 veces.

3.3 ANÁLISIS DEL PRODUCTO

Nombre del Producto Seleccionado	Posición Arancelaria	Descripción del Producto
<p>DETERGENTE LÍQUIDO CON BLANQUEADOR ÓPTICO</p>	<p>34.01.20.00.00</p>	<p>1. Características físicas del producto: Detergente de ropa color que sirve principalmente para el lavado de ropa y además para el lavado y desinfección de superficies como paredes, baños y cocina.</p> <p>2. Listado de Competidores en Colombia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • FAB • TOP TERRA • DERSA • AJAX • ARIEL • RINDEX • VANISH • CLOROX • BLANCOX <p>3. Qué tiene de innovador el producto. Es un detergente líquido el cual cuenta con un blanqueador óptico que remueve las manchas, impurezas difíciles de quitar, en tan solo una lavada, sin deteriorar la prenda, manteniendo los colores vivos y sin alteraciones. Su concentración le permite profundizar y eliminar las manchas de raíz sin perder la integridad de la ropa.</p> <p>4. Países en los cuales tiene presencia internacional el producto seleccionado. El producto aún no tiene presencia internacional.</p>

4 SELECCIÓN DE MERCADO

VARIABLE	PANAMÁ	P	C	R	COSTA RICA	P	C	R
Importaciones/USD	27588	8,00%	3	0,240	41378	8,00%	4	0,320
Crecimiento de las importaciones %	6%	8,00%	3	0,240	8%	8,00%	4	0,320
Concentración de las importaciones (ppal proveedor) %	Estados Unidos: 32% - China 7% - Brasil 3%	5,60%	2	0,112	Guatemala 38% - Estados Unidos 12% - China 5%	5,60%	3	0,168
Importaciones per capita USD	136,04	6,30%	3	0,189	119,15	6,30%	2	0,126
Exportaciones Colombianas USD	2.299	5,04%	5	0,252	816	5,04%	4	0,202
Crecimiento de las exportaciones colombianas %	-7,00%	5,80%	4	0,232	-11,00%	5,80%	3	0,174
Aranzol General vs Aranzol Preferencial Col	15%	7,00%	2	0,140	15% vs 3%	7,00%	4	0,280
Impuestos adicionales	8,20%	6,00%	3	0,180	9,4%	6,00%	4	0,240
Restricciones técnicas	NO HAY REQUISITOS REGLAMENTARIOS	7,00%	5	0,350	NO HAY REQUISITOS REGLAMENTARIOS	7,00%	5	0,350
Medio de transporte	MARITIMO: 10 navieras, que oxilan entre 1 a 4 días de transito directo. AEREO: 10 Aerolíneas que oxilan entre 1 a 5 días de transito directo.	6,00%	5	0,300	AEREO: 10 Aerolíneas, oxila entre 1 a 5 días de transito directo. MARITIMO: 14 Navieras con transito directo, oxila en 1 a 13 días.	6,00%	4	0,240
Frecuencias	semanal	4,00%	5	0,200	semanal	4,00%	5	0,200
Tarifas USD	AEREO: Mínima 80 USD. MARITIMO: Desde 354 hasta 1800 USD = Recargo	3,00%	3	0,090	AEREO: Mínima 80 USD. MARITIMO: Desde 35 hasta 3800 USD = Recargo.	3,00%	5	0,150
PIB (US\$ millones)	65.055M\$	5,56%	5	0,278	335.400	5,56%	4	0,222
PIB per capita (US\$)	\$24,53MIL	7,70%	5	0,385	\$17,1MIL	7,70%	3	0,231
Inflación	0,89	6,00%	5	0,300	2,40%	6,00%	4	0,240
Devaluación	-%	3,00%	5	0,000	7,00%	3,00%	4	0,120
Sistema de gobierno	Republica Presidencialista	3,00%	5	0,150	Republica presidencialista	3,00%	5	0,150
Riesgo de no pago	Baal	3,00%	4	0,120	B1	3,00%	3	0,090
TOTAL		100,00%		3,758		100,00%		3,823

CHILE	P	C	R	ARGENTINA	P	C	R
53182	8,00%	5	0,400	49677	8,00%	4	0,320
3%	8,00%	2	0,160	9%	8,00%	5	0,400
China 33% - Brasil 18% - Colombia 3%	5,60%	4	0,224	Brasil 67% - Mexico 6% - Colombia 5%	5,60%	4	0,224
334,49	6,30%	3	0,189	891,62	6,30%	5	0,315
656	5,04%	3	0,151	-	5,04%	1	0,050
-21,00%	5,80%	1	0,058	26,00%	5,80%	5	0,290
15% vs 0%	7,00%	5	0,350	15% vs 13,2%	7,00%	1	0,070
3,2%	6,00%	5	0,300	17,1%	6,00%	2	0,120
ETIQUETADO: Decreto N° 239 de 20/IX/02. Ministerio de Salud. Reglamento del Sistema Nacional de Control de Cosméticos. Modificado por Decreto N° 41 2010. (ALADI code: S003062) CERTIFICADO: Resolución N° 5131 Exenta de 28/VI/06. Ministerio de	7,00%	3	0,210	ETIQUETADO: Disposición N° 3473 de 10/VI/05. ANMAT. Aprueba Resolución GMC N° 36/04 (ALADI code: S004064) CERTIFICACIÓN: Disposición N° 3478 de 10/VI/05. Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica. (ALADI code: S004063) METODO DE PAGO: Comunicación A 4372 de 23/VI/05. Modificada por Comunicación A 4385 de 11/VII/05. Banco Central. (ALADI code: S003709)	7,00%	2	0,140
AEREO: 7 Aerolíneas, oxila entre 1 a 3 días. MARITIMO: 17 Navieras con transito directo, oxila entre 6 a 20 días.	6,00%	3	0,180	AEREO: 7 Aerolíneas, oxila entre 1 a 3 días. MARITIMO: 4 Navieras con transito directo, oxila entre los 16 a 38 días.	6,00%	2	0,120
semanal	4,00%	5	0,200	semanal	4,00%	5	0,200
AEREO: Mínima 100 USD. MARITIMO: Desde 120 hasta 2030 USD = Recargo.	3,00%	4	0,120	AEREO: Mínima 100 USD. MARITIMO: Desde 85 hasta 3100 USD = Recargo	3,00%	5	0,150
421.700	5,56%	4	0,222	211.300	5,56%	3	0,167
\$24,6MIL	7,70%	5	0,385	\$20,8MIL	7,70%	2	0,154
2,00%	6,00%	4	0,240	47,60%	6,00%	1	0,060
4,6%	3,00%	5	0,150	50,60%	3,00%	1	0,030
Republica democrática presidencialista	3,00%	3	0,090	Republica federal presidencialista	3,00%	2	0,060
A1	3,00%	5	0,150	B2	3,00%	2	0,060
	100,00%		3,780		100,00%		2,930

4.1 Conclusiones de la matriz

De acuerdo a los resultados obtenidos a través de la Matriz de Competitividad, el mercado objetivo es Costa Rica con una puntuación de 3,823. Aspectos relevantes como: Exportaciones colombianas, crecimiento de las exportaciones colombianas, la logística, los medios de transporte, el PIB per cápita, el turismo destaca el país como una opción favorable de la inmersión del producto detergente liquido de ropa. Además de destacar Costa Rica hay una alta demanda de estos productos ya que es un país destacado por el turismo y por ende hay muchas cadenas hoteleras y cadenas de restaurantes, lo cual facilitará la aceptación del producto y su demanda.

5 CONDICIONES DE ACCESO

5.1 ACUERDOS COMERCIALES QUE FAVORECEN LA OPERACIÓN:

En junio de 2012, Colombia y Costa Rica iniciaron negociaciones para suscribir un Tratado de Libre Comercio. La firma del acuerdo se llevó a cabo el 22 de mayo de 2013. Fue aprobado con la Ley 1763 del 15 de julio de 2015 e implementando mediante Decreto 1231 del 29 de julio de 2016. Costa Rica es una de las economías más dinámicas y estables de Latinoamérica, con la que Colombia ha sostenido por años fuertes vínculos culturales, comerciales y diplomáticos. El TLC con Costa Rica es un paso fundamental y natural en la consolidación de las relaciones comerciales con Centroamérica, pues complementará lo dispuesto en el Acuerdo suscrito con los países del Triángulo Norte (El Salvador, Guatemala y Honduras) y Panamá.

5.2 CONDICIONES ARANCELARIAS:

Autopartes, artículos de hogar, fármacos, cosméticos y vehículos son algunos de los productos de esta industria que ingresarán con cero aranceles una vez entre en vigencia el Acuerdo con Costa Rica Condiciones No arancelarias.

5.2.1 NORMATIVIDAD FITOSANITARIA

Exigencia cumplimiento de la norma internacional de protección fitosanitaria

El ICA exige sin excepciones para todas las importaciones y exportaciones el cumplimiento de la norma NIMF-15 desde septiembre de 2005. Esta medida reduce el riesgo de introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias relacionadas con el embalaje de madera (incluida la madera de estiba), fabricado de madera en bruto de coníferas y no coníferas, utilizado en el comercio internacional.

Es decir que los exportadores que usen este tipo de embalajes, deben conseguir la autorización NIMF 15. Para Colombia, el ICA es la entidad encargada de autorizar la marca. Conozca la norma NIMF-15 en Español: DOCUMENTOS DE LA FAO

6 PRODUCTO, PRECIO, PUNTO DE VENTA Y PROMOCIÓN

6.1 PRODUCTO

Nombre del producto: DETERGENTE LÍQUIDO

Características Físicas: Detergente de ropa color que sirve principalmente para el lavado de ropa y además para el lavado y desinfección de superficies como paredes, baños y cocina. Es un detergente líquido el cual cuenta con un blanqueador óptico que remueve las manchas, impurezas difíciles de quitar, en tan solo una lavada, sin deteriorar la prenda, manteniendo los colores vivos y sin alteraciones. Su concentración le permite profundizar y eliminar las manchas de raíz sin perder la integridad de la ropa.

Presentaciones, diseño, empaque:

Para el mercado colombiano la empresa **TODO ASEO SAS** ha desarrollado 3 diferentes presentaciones de tamaño una de 1800 cc, 3750 cc y 18750 cc. El material es de polietileno reciclado de color blanco, el polietileno es un producto muy valorado por su tenacidad y rigidez, cuya oferta se destina para aplicaciones como envases lácteos, cosméticos y detergentes.

El diseño de los empaques es muy ergonómico y facilitan a los clientes el manejo y adaptación del producto, pues permiten transportarlo, manipularlo, cargarlo, destaparlo y almacenarlo de una forma segura.

Ilustración 3 Detergente Liquido



Fuente: Todo Aseo S.A.S

Tabla 1 Presentación del Producto

VOLUMEN	MATERIAL	ESTADO	COLOR	TAPA
500 cc	Polietileno	Reciclado	Blanco	Rosca
1000 cc	Polietileno	Reciclado	Blanco	Tapón y rosca
1800 cc	Polietileno	Reciclado	Blanco	Tapón y rosca
3750 cc	Polietileno	Reciclado	Blanco	Tapón y rosca
18750 cc	Polietileno	Reciclado	Blanco	Rosca

Fuente: Todo Aseo S.A.S

Principales competidores del mercado destino:

- **Dihsa Internacional:** Empresa costarricense con más de 20 años de estar en el mercado.
- **Irex:** Empresa 100% familiar y de capital nacional.
- **Biotec:** Compañía vendedora y productora de líneas institucionales para limpieza y sanitización, localizada en Costa Rica.
- **Equilab S.A:** mercado de detergentes, productos químicos y especialidades químicas.

6.2 PRECIO

NOMBRE	PRODUCTO	PRECIO
IREX	detergente liquido 400 ML	\$1,49 USD
PRIMOR	detergente líquido 900 ML	\$2,57 USD
MAS COLOR	detergente líquido 1000 ML	\$4,36 USD
TIDE	detergente líquido 1360 ML	\$ 10,61 USD
VEL ROSITA	detergente liquido 500 ML	\$2,79 USD

6.3 PUNTO DE VENTA

Nuestro detergente líquido con blanqueador óptico, inicialmente será distribuido en la ciudad de San José de Costa Rica, nuestro mercado potencial serán restaurantes y hoteles, ya que las presentaciones que manejamos inicialmente de nuestro producto son para un consumo masivo, a su vez podríamos comercializar nuestro producto en supermercados o tiendas, manejando presentaciones más comerciales y de fácil compra para las familias.

6.4 PROMOCION

- ❖ **Redes Sociales:** Se creará una página de Facebook y Instagram para promocionar nuestro producto, con imágenes alusivas del mismo e información.
- ❖ **Spoiler:** Aparecerán anuncios en medio de videos de la plataforma de YouTube y Facebook.
- ❖ **Muestras Comerciales:** Un determinado personal de nuestra empresa ofrecerá pequeñas muestras comerciales a los hoteles y restaurantes para que puedan probar los beneficios de nuestro producto.

7 SEGMENTACION DEL MERCADO

SAN JOSÉ, COSTA RICA: San José es la capital y la ciudad más poblada de Costa Rica, San José destaca entre las ciudades latinoamericanas por su alta calidad de vida, seguridad, globalización, desempeño ambiental, servicios públicos y reconocidas instituciones (hospitales, museos, universidades...), siendo la sexta capital turísticamente más atractiva de la región, líder en América Central. Esto ha propiciado que multitud de organismos internacionales y de cooperación continental establezcan sus sedes o representaciones regionales en la ciudad, lo que combinado con una potente actividad económica emergente (entre las mayores del mundo), importante estabilidad y marcada influencia cultural, financiera

y turística; le permitan considerarse una ciudad global *Beta-* según GaWC y Capital Iberoamericana de la Cultura.

Entre 2012 y 2016 el aporte del sector turismo al PIB de Costa Rica creció de 4,4% a 6,3%, siendo las actividades con mayor peso servicios de alojamiento, comidas y bebidas.

A nivel de empleo se concluye que las industrias características del turismo emplean cerca de 211.000 trabajadores, lo que representa un 8,8% del empleo total para 2016. Por otra parte, del total de consumo turístico, determinado por los gastos que realizan los vacacionistas, un 59% corresponde a turismo receptivo (turistas de otros países que nos visitan), un 17% es turismo emisor (nacionales que visitan otros países) y un 24% son nacionales que vacacionan en el país. Las participaciones de las actividades económicas en el turismo están divididas de la siguiente manera: donde podemos observar que el alojamiento tiene una participación del 20.9% y comidas y bebidas el 20.5% siendo estos los más altos.

Participación de las actividades económicas en el turismo 2016



Fuente: imagen tomada del instituto costarricense de turismo

Teniendo en cuenta estas cifras y según el instituto costarricense de turismo para el 2018 en todo Costa Rica hay aproximadamente **3.748 hoteles** en funcionamiento, de los cuales en San José hay **600 hoteles** en funcionamiento.

En San José, Costa Rica hay 600 hoteles en funcionamiento y corresponden a **12.952** habitaciones.

Nuestro mercado objetivo serán todos los hoteles, sin importar la categoría de estrellas, ya que todos los hoteles buscan productos de excelente calidad y con presentación industrial. Nuestro producto es una buena oportunidad para ellos porque viene en presentación por galón (3750 cc) y de esta forma rinde más el producto, aparte de todos sus beneficios como el blanqueador óptico el cual ayuda con la erradicación de manchas y suciedades sin deteriorar las sábanas o toallas, adicionalmente cuenta con un agradable aroma dejando así todo perfumado.

Tomando en cuenta la cantidad de hoteles, la cantidad de habitaciones, nuestra competencia directa en San José que es una empresa llamada FLOREX dedicada a la producción y comercialización de productos de aseo en presentaciones para el hogar y también en presentación industrial como nuestro Detergente Líquido con Blanqueador Óptico; queremos

abarcar el **1%** del mercado como primera instancia y tener una meta a largo plazo de poder llegar a abarcar un mercado más amplio.

8 ESTRATEGIA DE INMERSIÓN DE MERCADO

Con miras a la internacionalización de la Empresa Todo Aseo S.A.S y analizando las diferentes propuestas que existen se ha decidido realizar una alianza estratégica, con la empresa Coprodisa S.A., siendo este uno de los mecanismos más utilizados en la actualidad para la generación de procesos internacionales de alto impacto entre marcas en términos de globalización. De acuerdo con las investigaciones de Entrepreneur (2016) una alianza puede definirse como la unión de personas, empresas o países, mediante la cual se da un compromiso de ayuda o apoyo mutuo para lograr una meta específica, de la cual ambas empresas se vean beneficiadas. Esta manera de operar está adquiriendo gran importancia en el mundo de los negocios ya que la competencia global se intensifica en relación con accesos a mercados, nuevos productos, tecnología, recursos financieros, costos de fabricación o restricciones ecológicas. Con el fin de entablar una relación directa con una compañía Costarricense y además buscar siempre el beneficio para las dos empresas, es por esto que Coprodisa S.A se encargará directamente de la logística interna, todo esto con la finalidad de disminuir los costos de distribución y que nosotros como empresa Colombiana, no tenemos conocimiento alguno sobre este a nivel interno del país de destino, llegando así a generarnos un costo adicional el cual podría llegar a incrementar el precio de nuestro producto y este podría llegar a ser menos atractivo para nuestro mercado objetivo, adicional a esto Coprodisa S.A. como uno de sus objetivos quieren expandir su cartera con proveedores que quieran desarrollar las marcas en nuestro territorio, generando así una gran oportunidad para Todo Aseo S.A.S, en términos de internacionalización y establecimiento de alianzas comerciales.

9 LOGISTICA Y DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL

9.1 CANTIDADES A EXPORTAR.

TODO ASEO S.A.S tiene una capacidad de producción al full de **153.000 litros** mensuales equivalentes a **40.800 galones** del detergente líquido con blanqueador óptico aproximadamente, su demanda nacional es de **5000 litros** mensuales equivalentes alrededor de **2000 galones** del detergente líquido con blanqueador óptico. Siendo así, su capacidad exportadora es de **148.000 litros** mensuales, que equivalen en un promedio a **38.800 galones** del detergente líquido con blanqueador óptico.

Según la cámara de comercio de Costa Rica en San José para el año 2018 había alrededor de 600 hoteles en funcionamiento. Estos 600 hoteles corresponden a **12.952** habitaciones.

Gracias a la información suministrada del hotel Marriott en San José, Costa Rica por medio de una llamada, a la ropa de cama de cada habitación doble se le inyectan **100 mililitros de jabón líquido (detergente)**, se le inyectan 25 mililitros de desengrasante y 50 mililitros de soflan, **esto para una lavada de cada habitación que su carga pesa aproximadamente 20 kg.**

100 Mililitros de jabón líquido (detergente) * **300** habitaciones: **30.000** mililitros. Equivalente a **7,80** galones

30.000 mililitros de detergente***30 días: 900.000 mililitros**. Equivalente a **234 galones mensuales**

900.000 mililitros * 12 meses: 10.800.000 mililitros anuales. Esto es equivalente a **2.808 galones anuales de detergente**.

Como primera instancia queremos abarcar **el 1%** del 100% del consumo de las habitaciones de los hoteles en San José, nuestro principal competidor es una empresa llamada **FLOREX** dedicada a la producción y comercialización de productos de aseo en caso, tomando en cuenta la cantidad de hoteles, la cantidad de habitaciones, nuestra compete presentaciones para el hogar y también en presentación industrial como nuestro Detergente Líquido con Blanqueador Óptico.

9.2 PRECIO DE VENTA INTERNACIONAL

INCOTERMS	PRECIO DE UNIDAD COMERCIAL POR INCOTERM		
	COP	USD	CRC
EXWORK	21204,00	6,373	3663,505
FAS	22770,56	6,844	3934,166
FOB	23298,75	7,003	4025,423
CFR	25724,00	7,732	4444,444
CIF	27844,40	8,369	4810,795
DAT	27887,16	8,382	4818,183
DAP	28960,99	8,705	5003,713
DDP	28960,99	8,705	5003,713

Fuente: Elaboración Propia

Actualmente en Costa Rica un galón de detergente líquido está costando alrededor de 8.035 CRC, que en dólares serian 13,82 USD.

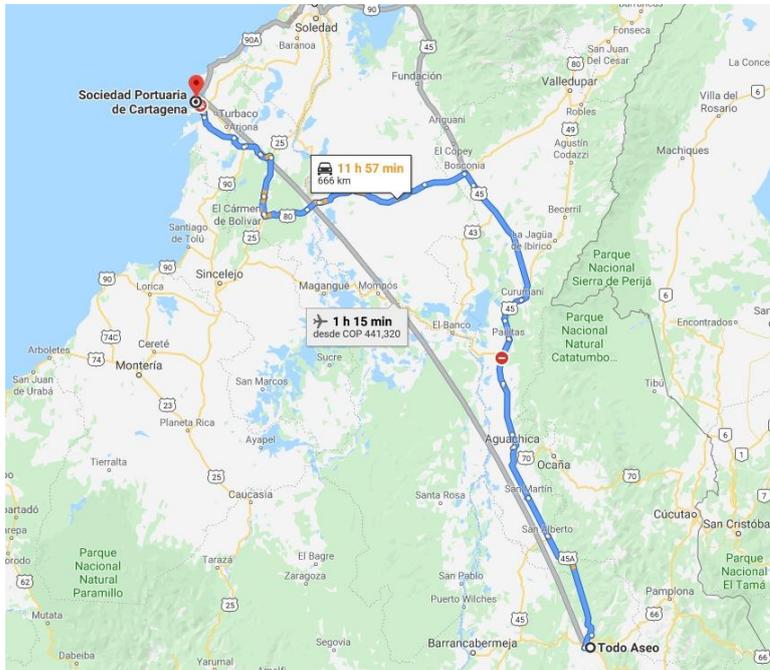
Dándonos así una ventaja competitiva ya que nuestro producto cuenta con un precio de venta internacional más bajo que el de nuestros competidores en el país de destino ya que contaríamos con un precio de venta de 8,369 USD y de 4.810 CRC.

9.3 TERMINO INCOTERM A NEGOCIAR

El término seleccionado para llevar a cabo el proceso de negociación y logística, fue **CIF 2010** debido a que **TODOS ASEO SAS** aún es una compañía emergente en los mercados internacionales. Por lo tanto, no cuenta con la experiencia necesaria para ejecutar los procesos aduaneros y logísticos más óptimos en destino. Además, Coprodisa S.A es una empresa líder en los procesos de negocios internacionales y cuenta con la adecuada Experiencia logística y aduanera para agilizar el proceso de exportación en destino. De esta manera, TODO ASEO SAS no lleva a cabo procesos que pongan en riesgo la mercancía.

Coprodisa S.A se encargará directamente de la logística interna, todo esto con la finalidad de disminuir los costos de distribución y que nosotros como empresa Colombiana

9.4 RUTA INTERNACIONAL DE LA OPERACIÓN



Fuente: Google Maps

La mercancía con destino a San José de Costa Rica partirá desde la planta principal de producción ubicada en la ciudad de Bucaramanga con destino a la sociedad portuaria de Cartagena en el departamento de Bolívar. El transporte irá a cargo de un camión sencillo que cuenta con capacidad de hasta 8.5 toneladas y entre 35 y 45 metros cúbicos de volumen. El tiempo de tránsito tendrá un tiempo mínimo de 12 horas continuamente aproximadamente.

RUTA NACIONAL BUCARAMANGA - PUERTO DE EMBARQUE

Puerto de salida: Sociedad portuaria de Cartagena- Bolívar (Colombia)

El puerto de Cartagena cuenta con la mejor eficiencia en las operaciones portuarias, brindando agilidad en procesos logísticos y trámites documentales reduciendo tiempo y costos innecesarios que pueden llegar a recaer directamente en el precio del producto, esto lo posiciona como el más indicado para realizar esta exportación frente al puerto Buenaventura y Barranquilla.

* Frecuencias y tiempo de tránsito desde los puertos colombianos

Puerto de Desembarque	Puerto de Embarque	Conexiones	Tiempo de Tránsito (Días)
Puerto limón	Cartagena	Directo	3
	Buenaventura	Cartagena - Colombia	8
	Barranquilla	Cartagena - Colombia	10
	Santa marta	Colon - Panamá	5
San José	Cartagena	Directo	6
	Buenaventura	Balboa - Panamá	12
	Barranquilla	Manzanillo - Panamá, Moin - Costa Rica	7
	Santa marta	Cartagena - Colombia	12
Moin	Cartagena	Directo	3
	Buenaventura	Cartagena - Colombia	11
	Barranquilla	Cartagena - Colombia	9
	Santa marta	Manzanillo - Panamá	7
Puerto caldera	Cartagena	Balboa - Panamá	8
	Buenaventura	Balboa - Panamá	10
	Barranquilla	-	-
	Santa marta	-	-

Fuente: Líneas Marítimas. Información procesada por la Coordinación de Logística y Competitividad – ProColombia.
 *La información contenida es de carácter referencial, siendo suministrada directamente por las empresas prestatarias.
 Están sujetas a cambios sin previo aviso por factores propios de la actividad o de sus volúmenes del comercio.

Puerto de llegada: Sociedad portuaria de Caldera (Costa Rica) Puerto Caldera es el puerto marítimo costarricense más grande e importante para usos comerciales en la costa del Océano Pacífico de Costa Rica. Está ubicado en el distrito de Caldera del cantón de Esparza, en la provincia de Puntarenas. El Puerto se comunica mediante carretera con los principales centros productivos, industriales y agrícolas ubicados en las cercanías de la zona franca en Barranca de Puntarenas y en las provincias de Alajuela, Heredia, San José y Cartago.

9.5 EMPAQUE Y EMBALAJE DEL PRODUCTO

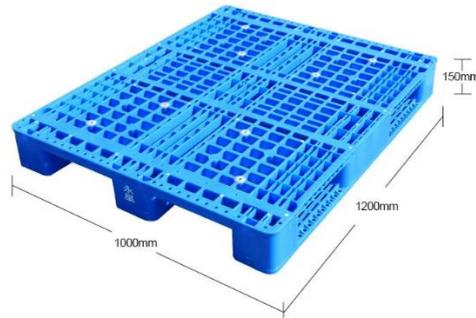
Tabla 2 Empaque y Embalaje

5. EMBALAJE				
FORMA DE EMPAQUE		500 cc en caja x 35 Und	1000 cc en caja x 15 Und	
		1800 cc en caja x 11 Und	3750 cc en caja x 6 Und	
		18750 cc en Cufiete		
CAJA	Volumen (cc)	Largo (cm)	Ancho (cm)	Alto (cm)
	500	47	31	28.6
	1000	47	31	28.6
	1800	47	31	28.6
	3750	47	31	31

Fuente: Todo Aseo S.A.S

Ilustración 4 Estivado

Item Name	1210CWD- 3 skids plastic pallet
Size	1200*1000*150mm
Weight	22.50kg
Material	HDPE
Dynamic load	1.5T
Static load	6T
Rack load	1.5T
Color	Blue, According to your need
Logo	Silk printing your logo or others
1X20GP qty	214PCS
1X40HQ qty	510PCS
Delivery time	15-20days after confirmed advance payment
Sample	Available (the cost paid by buyer)
Packing	Accordind to your request
Certification	ISO 9001, SGS



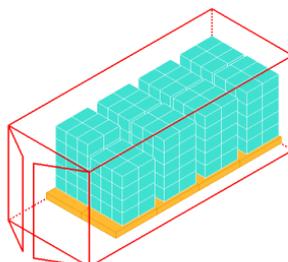
Fuente: Made in China

9.6 CUBICAJE

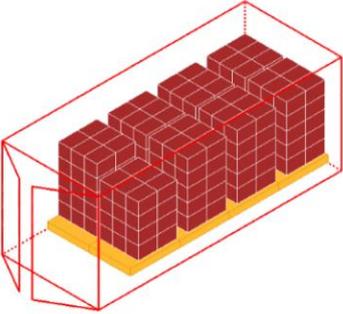
Terrestre:

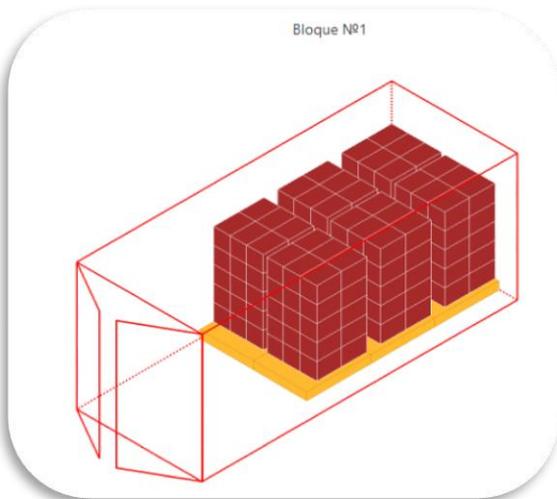


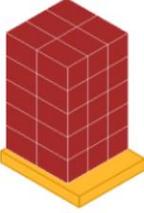
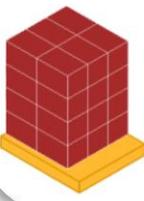
Transportes	Carga del embalaje
Todos los transportes:	234e paquetes totales. Packed: 234e paquetes. (100%)
Transporte 1	
	Transporte N°1 (Transporte 1 1 unidades)
	Packed: 234 packages: (100%). Including: <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #00A651; margin-right: 5px;"></div> DETERJENTE LIQUIDO - 234 paquetes (100%) </div>
	Cargo volume: 10.57 m ³ (32% of volume)
	Cargo weight: 5616 kg. (20% of max payload)
	Muestre los paquetes por bloques Muestre el empaquetado paso a paso Muestre las imágenes de carga del palet



Contenedor:

Contenedores	Carga del embalaje
<p>Todos los contenedores:</p> <p>20' dv: 1 unidades</p> 	<p>234e paquetes totales. Packed: 234e paquetes. (100%)</p> <p>Contenedor Nº1 (20' dv 1 unidades)</p> <p>Packed: 234 packages: (100%). Including: DETERJENTE LIQUIDO - 234 paquetes (100%)</p> <p>Cargo volume: 10.57 m³ (32% of volume)</p> <p>Cargo weight: 5616 kg. (20% of max payload)</p> <p>Muestre los paquetes por bloques Muestre el empaquetado paso a paso  Muestre las imágenes de carga del palet</p>



Paletas	Carga del embalaje
	<p>Cantidad de paletas en el contenedor: 7 paquetes</p> <p>On the pallet: Carga DETERJENTE LIQUIDO - 30 paquetes</p> <p>Cargo volume: 1.36 m³ (73% pallet volume)</p> <p>Cargo weight: 720 kg. (96% pallet payload)</p> <p>Muestre la carga de la paleta por bloques Muestre la carga de la paleta paso a paso</p>
	<p>Cantidad de paletas en el contenedor: 1 paquetes</p> <p>On the pallet: Carga DETERJENTE LIQUIDO - 24 paquetes</p> <p>Cargo volume: 1.08 m³ (58% pallet volume)</p> <p>Cargo weight: 576 kg. (77% pallet payload)</p> <p>Muestre la carga de la paleta por bloques Muestre la carga de la paleta paso a paso</p>

9.7 COSTO DE OPERACIÓN

INCOTERMS	TOTAL		
	COP	USD	CRC
COSTO DEL PRODUCTO	\$ 9.452,00	\$ 2,84	\$ 1.633,06
ERMP	\$ 2.000,00	\$ 0,60	\$ 345,55
CANTIDAD	1.404	1.404,00	1.404,00
UTILIDAD (15%)	\$ 9.752,00	\$ 2,93	\$ 1.684,89
EXWORK	\$ 29.770.416,00	\$ 8.948,13	\$ 5.143.560,88
TRANSPORTATE DOMESTICO	\$1.500.000,0	\$ 450,86	\$ 259.161,35
SEGURO DOMESTICO	\$89.311,2	\$ 26,84	\$ 15.430,68
GASTOS POR INSPECCION	\$425.000,0	\$ 127,74	\$ 73.429,05
BODEGA EN EL PUERTO	\$66.540,0	\$ 20,00	\$ 11.496,40
DOCUMENTOS DE EXPORTACION	\$118.600,0	\$ 35,65	\$ 20.491,02
FAS	\$31.969.867,2	\$ 9.609,22	\$ 5.523.569,39
GASTOS PORTUARIOS EN ORIGEN	\$400.000,00	\$ 120,23	\$ 69.109,69
SUBTOTAL	\$32.369.867,2	\$ 9.729,45	\$ 5.592.679,08
SERVICIOS AGENTE ADUANERO	\$341.574,0	\$ 102,67	\$ 59.015,19
FOB	\$32.711.441,2	\$ 9.832,11	\$ 5.651.694,27
FLETE INTERNATIONAL	\$2.661.600,00	\$ 800,00	\$ 459.855,91
DOCUMENTO B/L	\$216.255,00	\$ 65,00	\$ 37.363,29
RECARGOS	\$332.700,00	\$ 100,00	\$ 57.481,99
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS DE LA SIA	\$194.500,0	\$ 58,46	\$ 33.604,59
CFR	\$36.116.496,2	\$ 10.855,57	\$ 6.240.000,04
SEGURO	\$2.977.041,60	\$ 894,81	\$ 514.356,09
CIF	\$39.093.537,8	\$ 11.750,39	\$ 6.754.356,13
MANEJOS PORTUARIOS	\$46.752,4	\$ 14,05	\$ 8.077,61
BODEGA EN EL PUERTO	\$13.280,4	\$ 3,99	\$ 2.294,51
DAT	\$39.153.570,6	\$ 11.768,43	\$ 6.764.728,25
PAGO DE IMPUESTOS (3,60%)	\$1.409.528,5	\$ 423,66	\$ 243.530,22
AGENTE DE ADUANA	\$98.134,3	\$ 29,50	\$ 16.955,08
DAP	\$40.661.233,5	\$ 12.221,59	\$ 7.025.213,55
FLETE DOMESTICO	\$0,0	\$ 0,00	\$ 0,00
SEGURO DOMESTICO	\$0,0	\$ 0,00	\$ 0,00
DDP	\$40.661.233,5	\$ 12.221,59	\$ 7.025.213,55

Fuente: Elaboración Propia

10 EVALUACION FINANCIERA

PRECIO DE VENTA	27844,4
CANTIDADES	2808

AÑOS	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE INGRESOS		\$ 78.187.075,20	\$ 84.442.041,22	\$ 88.664.143,28	\$ 93.983.991,87	\$ 100.562.871,30
FLUJO DE EGRESOS	-\$ 32.157.216,00	\$ 35.548.790,00	\$ 38.890.356,69	\$ 40.739.280,57	\$ 42.241.690,63	\$ 44.658.411,63
FLUJO EFECTIVO NETO	-\$ 78.187.075,60	\$ 42.638.285,20	\$ 45.551.684,53	\$ 47.924.862,71	\$ 51.742.301,24	\$ 55.904.459,67

TASA INTERES	10,0%	INVERSION INICIAL
VPN	\$ 104.280.639,83	
TIR	52%	-\$ 78.187.075,60

PAY BACK ACTUALIZADO						
ACT Flujos	-\$ 78.187.075,60	\$ 38.762.077,45	\$ 37.646.020,27	\$ 36.006.658,68	\$ 35.340.687,96	\$ 34.712.271,07
Acumulado	-\$ 78.187.075,60	-\$ 39.424.998,15	-\$ 1.778.977,88	\$ 34.227.680,81	\$ 69.568.368,77	\$ 104.280.639,83
PAY BACK			2,05	AÑOS		

La evaluación financiera de la operación arroja resultados bastante alentadores en términos económicos, teniendo en cuenta que la constitución de este proceso de internacionalización conlleva un importante desembolso monetario. La inversión inicial necesaria para llevar a cabo esta operación es de **\$78.187.075,6 millones** de pesos, necesarios para producir las 2.808 unidades a exportar al mercado de destino incluyendo los imprevistos, permisos, promoción y otros gastos. La tasa de interés es de **10%**, Siguiendo este orden de ideas la tasa interna de retorno dio como resultado **52%**, ubicándose por encima del **17%** necesario para cumplir con el requisito financiero mínimo del proceso de internacionalización. El Payback por su parte dio como resultado **2,05** años; siendo este el periodo que demoraría la empresa en recuperar la inversión realizada.

Bibliografía.

1. <http://proyectos.andi.com.co/cica/Documents/Cosmeticos/Informes/InformeSostenibilidad.pdf>
2. <https://www.maro.com.co/apuesta-pdp/bienes/7>
3. <https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2cab216e-3703-454b-babb-bb4a893aced1>
4. <https://www.todoaseo.com/tienda/aseo/ropa/detergente-liquido/detergente-ropa-color-3750cc/>
5. https://bck.emis.com/mainview/resumenempresa?sv=BCK&pc=CO§or_id=9999027&company_id=7518&info
6. https://bck.emis.com/mainview/resumenempresa?sv=BCK&pc=CO§or_id=9999027&company_id=7518&info#/company/companyindicators?sv=BCK&pc=CO&company_id=7518§or_id=9999027&grupo_id=1&agg=SUM
7. <http://www.coprodisa.com/catalogo-de-productos.html>
8. <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticas/cifras-tur%C3%ADsticas/oferta-de-hospedaje/1391-cuadros-oferta-de-hospedaje-2018/file.html>
9. <http://static1.squarespace.com/static/52eaead0e4b0fd67cc51a9d3/t/5432bcbde4b0233b902a5db7/1412612674354/An%C3%A1lisis+del+sector+gastronom%C3%ADa+y+hoteler%C3%ADa+en+Costa+Rica+2014+>
10. <https://presidencia.go.cr/comunicados/2018/11/industria-turistica-aporta-63-del-pib-a-la-economia-de-costa-rica/>
11. <https://www.bccr.fi.cr/seccion-indicadores-economicos/cuenta-sat%C3%A9lite-de-turismo>
12. https://activos.bccr.fi.cr/sitios/bccr/indicadoreseconomicos/CuentaSateliteTurismo/Presentacion_CST.pdf
13. <https://www.bccr.fi.cr/seccion-indicadores-economicos/indicadores-economicos>
14. <http://sistemas.procomer.go.cr/DocsSEM/Caracterizacion%20de%20la%20industria%20de%20productos%20quimicos%20de%20limpieza%20.pdf>
15. <https://www.peridomicilio.com/limpieza/detergentes-suavizantes-y-quita-manchas/detergente-liquido/>
16. <http://www.greensolutionscr.com/detergente-para-ropa-deterfresh>
17. <http://sistemas.procomer.go.cr/DocsSEM/Caracterizacion%20de%20la%20industria%20de%20productos%20quimicos%20de%20limpieza%20.pdf>