

DISPASUR: Un préstamo para liquidez (B) ¹

Luis Montilla preparó el memorándum que se adjunta como Anexo 1 y se lo envió al Banco de Préstamos Generales, con quien llevaba trabajando desde la fundación de la empresa. En ese banco realizaba la mayor parte de las operaciones a largo plazo y, prácticamente, la mitad del descuento de papel para el anticipo de cobros de clientes.

Al memorándum añadió balances y cuentas de resultados cerrados de 2009 y 2010 y un cierre provisional a 30-6-2011, los certificados de estar al corriente con Hacienda y Seguridad Social, la declaración del Impuesto de Sociedades e IVA, así como el informe de la nueva tasación de la nave por 1,3 millones.

¹ Caso de la División de Investigación del Instituto Internacional San Telmo, España. Preparado por el profesor Miguel A. Soto Araneta, del Instituto Internacional San Telmo, para su uso en clase, y no como ilustración de la gestión, adecuada o inadecuada, de una situación determinada.

Copyright © Septiembre 2013, Instituto Internacional San Telmo. España.

No está permitida la reproducción, total o parcial, de este documento, ni su archivo y/o transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro o por otros medios, sin la autorización expresa y escrita del Instituto Internacional San Telmo.

ANEXO 1

MEMORÁNDUM PREPARADO POR LUIS MONTILLA ENVIADO AL BANCO DE PRÉSTAMOS GENERALES.**Introducción.-**

En el presente memorándum se trata de exponer las necesidades que se le crean a Diseño y Packaging del Sur, S.A. (Dispasur) ante la situación de nuevos desarrollos de productos y mercados.

Para ello, hacemos una exposición de los desarrollos en los que estamos involucrados y que necesitamos para atender el crecimiento y la garantía de beneficios futuros y en los que ya estamos trabajando —lo denominamos Nuevos Mercados— y las necesidades de financiación del circulante —lo denominamos Informe Financiero Dispasur.

Estimamos que estas necesidades se resumen en 300.000 €, como veremos a continuación.

Nuevos mercados.-

Promociones publicitarias: libros, cuadros, alimentos de cuarta y quinta gama, alimentos gourmet, etc.

Los proveedores de productos de consumo: libros, CD, agendas, poster, etc. quieren cartelas, tótem, expositores y colgadores que destaquen sus productos en los lineales de los hipermercados o incluso en las tiendas de proximidad para la venta de snacks, divertimentos, promociones de refrescos y alcohol, chucherías, etc.

Estos productos los venían fabricando las empresas con impresión digital de gran formato, pero se encuentran desbordadas por la lentitud de su proceso.

Mercados agroalimentarios: envases de alta calidad de impresión para cabeceras de supermercado, venta de productos de gran consumo: sal, café, patatas, azúcar, harina...

España es un país en el que este tipo de productos se utiliza menos que en Francia, Italia, Inglaterra, etc., fruto del poco arraigo que tiene la imagen y la comunicación en los envases españoles. Cada vez se va aumentando más, pero la situación actual de descenso en el consumo ha llevado a desarrollar más estas áreas para fomentar el consumo. Es ahí donde nosotros queremos incidir, aprovechando las instalaciones para envases de grandes dimensiones, en la que somos especialistas, y donde hemos centrado nuestras inversiones de los últimos años, superiores a un millón de euros.

Cambio en los hábitos de embalaje: fruto de la nueva normativa de emisiones de CO₂, que fomenta la sustitución de los envases actuales (100% madera, plástico o metal) por las del papel y cartón ondulado, y de la armonización europea de normativas sobre las emisiones de CO₂, son cada vez más las empresas que están aplicando estos criterios en sus productos. Ello conlleva una presión encaminada a ofrecer, y exigir, una menor emisión de CO₂ en los productos y por tanto en sus envases. Esto obliga a la sustitución de envases con grandes emisiones de CO₂, como los plásticos, maderas y metálicos, por los de bajas emisiones y con balance total absorbedor de CO₂ como es el papel y el cartón ondulado.

Como dato informativo: 1 kg de cartón ondulado emite 762 g de CO₂ en su proceso de fabricación y absorbe 1.650 g de CO₂, por lo que el uso del cartón ondulado ayuda a la absorción del CO₂ de la atmósfera. De ahí que los gobiernos europeos están fomentando su uso de manera muy intensa en los últimos años y previsiblemente en los venideros.

Necesidades de financiación.-

Oscilan entre 160.000 y 170.000 €.

1. Desarrollo de nuevos productos, investigación, muestras y su promoción: horquilla de necesidades de 15.000 a 20.000 €.
 - Investigación de mercados y clientes
 - Visitas comerciales
 - Elaboración de muestras para presentación genéricas y específicas de los clientes
 - Útiles para la fabricación: troqueles, clichés, aplicadores de cola, plegados, etc.

2. Preparación de maquinaria: necesidades de 45.000 a 50.000 €
 - Adecuar a alta definición de impresión
 - Bombeo cola
 - Mesa alimentación
 - Bomba vacío
 - Mesa salida y apilado
 - Adecuación a normas CE
 - Escuadradores
 - Grapadoras, encoladoras

3. Necesidades de circulante: Estimamos que el aumento de necesidades de circulante como consecuencia del crecimiento de esta línea de negocio será de 100.000 €.