“Proyecto de inversión para la producción y comercialización de cápsulas naturales a base de achochilla para Laboratorios H.G.”

Zoila Patricia Emén Barberán[1], Econ. Pedro Gando Cañarte[2]
[1] Economista con mención en Gestión Empresarial, Especialización Finanzas 2007, Escuela Superior Politécnica del Litoral; email: emen@espol.edu.ec
[2]Director de Tesis, Economista, Escuela Superior Politécnica del Litoral 1998, Master en Banca y Finanzas, 2001; Profesor de ICHE ESPOL desde 1999; email: pgando@espol.edu.ec

Resumen

La Organización Mundial de la Salud ha reconocido el valor que las plantas medicinales pueden aportar a la hora de cubrir las necesidades sanitarias a nivel mundial. Entre 50% y 80% de la población en los diferentes países emplea los productos medicinales vegetales bien como terapia principal (medicina tradicional) o como terapia complementaria.

Según datos de la Asociación de Médicos del Ecuador, en nuestro país se estima que el 75% de los enfermos que han visitado en un primer momento a un médico tradicional, acaba probando la medicina natural; esta cifra crece año tras año. Ellos aseveran que este fenómeno se debe a las costumbres y tradiciones de nuestro pueblo a la hora de presentar síntomas o dolencias de cualquier índole. Se debe ser capaz de distinguir entre lo que es válido y lo que es ineficaz o peligroso; por tanto, promover el uso de la medicina tradicional y natural implica también la evaluación de sus procederes mediante métodos adecuados que garanticen los principios de seguridad, efectividad y calidad.

El proyecto nace por la creciente demanda por los productos naturales, Laboratorios H.G. ve en esta nueva división una inversión necesaria para el crecimiento de la empresa, para captar nuevos clientes y aumentar su rentabilidad.

El estudio Financiero, reflejó la viabilidad demostrando con un VAN de $31148 y la TIR respectivamente de 28%, esto quiere decir que en los dos casos se comprueba que el proyecto “ACHOCHIX” es un negocio rentable. Esta tasa (28%) se la compara con la tasa de descuento (17.28%) TMAR y como es mayor que esta, el proyecto sigue siendo aún más rentable.

Palabras claves: *Achochilla, Laboratorios H.G, inversión, rentabilidad.*

Abstract

The World Organization of the Health has admitted the value that the medicinal plants(floors) can contribute at the moment of covering the sanitary needs worldwide. Between(among) 50 % and 80 % of the population in the different countries it(he,she) uses the medicinal vegetable(plant) products well as principal therapy (traditional medicine) or as complementary therapy.

According to information of Doctors' Association of the Ecuador, in our country it estimates that 75 % of the patients who have visited in the first moment a traditional doctor, it(he,she) ends proving(trying) the natural medicine; this number grows year after year. They affirm that this phemen owes to the customs and traditions of our people(village) at the moment of present symptoms or ailme

The project is born for the increasing demand(lawsuit) for the natural products, Laboratorios H.G. sees in this new division an investment necessary for the growth of the company, to catch new clients and to increase his(its) profitability. The Financial study, it(he,she) reflected the viability demonstrag with one $ and the TIR GO of 31148 respectively of 28 %, this wants to say that in both cases there is verified.

Key words: *Achochilla, H.G, potencial markets, investment.*

Introducción

Las medicinas complementarias están experimentando un auge importante en los países desarrollados que puede explicarse por las siguientes razones: un mayor nivel de educación, que facilita el acceso a más información sobre las diferentes terapias disponibles; un peor estado de salud, sobre todo en el caso de los enfermos crónicos, terminales y somatizadores; una mayor coherencia con determinadas filosofías de la vida o visiones de la salud; y la percepción por parte de sus usuarios de que estas medicinas son eficaces.

El descontento con la medicina convencional solamente explica las consultas por parte de una minoría de pacientes. De hecho, la mayor parte de ellos utiliza ambas medicinas de forma simultánea, aunque no lo suelen comunicar a sus médicos habituales. Otra razón frecuentemente mencionada para explicar las consultas a los terapeutas alternativos es el miedo a los efectos secundarios de los tratamientos convencionales.

El resurgimiento en occidente del interés del público y los científicos por la medicina natural tradicional; hace que el número de investigaciones realizadas en este campo haya aumentado notablemente en los últimos años, de hecho se conoce que más de 3000 plantas tienen acción terapéutica.

Las medicinas alternativas está orientada para personas enfermas que desean mejorar síntomas de enfermedades relacionadas a las bondades que ofrece la achochilla, ya que se consigue una reinterpretación cognitiva del dolor y ofrece una sensación de mayor control de la enfermedad. También está orientada a personas que simplemente deseen evitar dichas enfermedades y mejorar su calidad de vida.

El proyecto nace por la creciente demanda por los productos naturales, Laboratorios H.G. ve en esta nueva división una inversión necesaria para el crecimiento de la empresa, para captar nuevos clientes y aumentar su rentabilidad.

Contenido

Para la evaluación de la factibilidad de este proyecto se dividieron los factores que se estudiaron en títulos.

1. Estudio del Microentorno

1.1. Entorno Económico

Se realizó un análisis económico que buscó determinar en base al Índice de Confianza Empresarial; el ciclo económico del país y relacionarlo con la posibilidad de ejecución del proyecto.

1.2. Entorno Legal

La parte legal determinó las características en las cuales Laboratorios H.G se encuentra legalmente constituida y quienes son os organismos que regulan sus funciones.

1.3. Entorno Ecológico

Laboratorios H.G cumple todos los requerimientos ecológicos exigidos por los organismos de control ya sea Cuero de Bomberos, Municipio de Guayaquil, entre otros. Y actualmente mejora los sistemas de aguas residuales debido al proceso de otorgamiento ISO-9001.

2. Investigación de Mercados

Investigación de Mercados se realizó para determinar las necesidades y preferencias del mercado con el fin de verificar la aceptación de las cápsulas naturales a base de achochilla.

2.1. Investigación Descriptiva

El método descriptivo se basó en la encuesta a un total de 400 personas. Los resultados que se obtuvieron apuntaron a que el cliente es una persona mayor que oscila entre 40 y 60 años de clase media a media alta.

2.2. Investigación Exploratoria

El método exploratorio se basó en entrevistas con Entrevistas con los Directores de áreas de Laboratorio H.G.Visitas continuas a la planta de producción en la ciudad de Guayaquil.

3. Plan de Marketing

Este se basó en el desarrollo de estrategias para la captación del mercado potencial mediante confección de la etiqueta y medios publicitarios en los cuales se va a promocionar el producto y los centros de distribución del mismo.

3.1. Estrategia de Producto

El producto se orientó a los sitios de venta que puedan ser visitados por personas de nivel medio a alto y que lleguen con facilidad a estos.

3.2. Estrategia de Precio

La estrategia de precio se determinó en base a la competencia, poniéndolo a un precio inferior de estos para poder captar la atención de los clientes.

3.3. Estrategia de Plaza

La estrategia de la plaza incluyó la comercialización y distribución. Para esto se promoverá con ejecutivos de venta para ofrecerlas en supermercados, farmacias y centros naturistas.

3.4. Estrategia de Promoción

La promoción se enfocó en difusión masiva de medios como televisión, periódicos, volantes, barners y relaciones públicas.

4. Estudio Organizacional

El estudio Organizacional está conformado por el organigrama de la empresa más cinco nuevos empleados que trabajen directa e indirectamente en la elaboración del producto.

5. Evaluación Económica

5.1. Inversión Inicial

Las inversiones en todo proyecto es de suma importancia, previo a estudios se deberá establecer la cuantía antes y durante el proyecto según la cantidad y nivel de actividad, para esto hemos de explicar mejor las partes más importantes dentro de una inversión como son: Inversión Fija y la de Capital de Trabajo.

Cuadro 1
INVERSION INICIAL

Detalles	Costo Total
Inversión Fija	$80000,00
Inversión en Capital de Trabajo	4731,45
Inversión Inicial Total	**$84731,45**

5.2. Flujo de Efectivo Neto

Se trata de determinar el valor del proyecto a través de la estimación de los flujos de dinero que generará en el futuro, para luego descontarlos a una tasa de descuento apropiado según el riesgo de dichos flujos. Es decir, en dicho flujo se establecerá la liquidez y el riesgo que pueda tener la empresa.

Cuadro 2
FLUJO DE EFECTIVO NETO TOTAL

Flujo Neto de Efectivo

Año 0	-84731,45
Año 1	15142,21
Año 2	25827,39
Año 3	29300,25
Año 4	32677,35
Año 5	108178,87

5.3. Valoración Financiera

Al final se aplicaron las herramientas financieras para determinar la factibilidad del proyecto: la tasa interna de retorno fue de 28%, el Valor Neto Actual de $31148. La inversión se recupera en el año 5. Además se realizó un análisis con Crystal Ball no es un proyecto riesgoso porque la probabilidad de que el VAN sea mayor a 0 es del 89% El proyecto de las cápsulas naturales a base de achochilla es factible.

Conclusiones

- El entorno económico, legal y cultural son propicios para ser efectivo el proyecto.
- La intención de compra del producto fue aceptable.
- El segmento de mercado escogido es aquel interesado por la calidad del producto.
- Los medios efectivos de difusión son: la televisión, periódicos, Internet y Marketing de boca en boca.
- La demanda real asciende a 35467 personas
- La inversión inicial es elevada, $84731.45
- El proyecto es viables porque la TIR (28%) fue mayor a la TMAR y el VAN, $31148, mayor a cero.

Referencias

Textos:

1. ZOILA PATRICIA EMÉN BARBERÁN, “Proyecto de Inversión para la producción y comercialización de cápsulas naturales a base de achochilla para Laboratorios H.G.”. (Proyecto, Instituto de Ciencias Humanísticas y Económicas, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2007)
2. SAPAG NASSIR, SAPAG REINALDO (2002), “Preparación y evaluación de proyectos de Inversión”. Mc Graw Hill. Cuarta Edición.
3. NARESH K. MALHOTRA (2004), “Investigación de mercados, un enfoque aplicado”. (México). 2da Edición.
4. DOUGLAS R. EMERY, JOHN D. FINNERTY, “Administración Financiera Corporativa” (2000). Prentice Hall
5. JEAN-JACQUES LAMBIN (2002), “Marketing Estratégico”, Mc Graw Hill. Cuarta edición.
6. KINNEAR-TAYLOR (2003), “Investigación de Mercados”, Mc. Graw Hill. Quinta edición.
7. KERIN, BERKOWITZ, HARTLEY, RUDELIUS (2004), “Marketing”. Prentice Hall. Séptima edición.
8. MASON, LIND, MARCHAL, (2003), “Estadística para Administración y Economía”. Alfaomega. Décima edición.
9. STANTON, ETZEL Y WALTER; “Fundamentos de Marketing” (2000). Ed. Mc. Graw Hill; Décimo Primera Edición.
10. DOUGLAS R. EMERY, JOHN D. FINNERTY, “Administración Financiera Corporativa” (2000). Prentice Hall

Páginas Web:

1. www.labhg.com
2. www.julguer.com

Documentos:

1. Gando, Pedro. “Material de Formulación y Evaluación de Proyectos I. Cátedra………ESPOL.

Atentamente,

Zoila Patricia Emén Barberán
C. I. 092259183-9

Econ. Pedro Gando Cañarte
Director de Tesis
C.I. 091352351-0