WOBENZYM® N

NATURPHARMA

Mario Alvarado Mendoza
Angélica Pazmiño Crow
Susana Tucunango Villamar

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

WOBENZYM® N:

- ✓ Antiinflamatorio hecho a base de enzimas
- ✓ Elaborado en Alemania: Importación
- ✓ Se pretende comercializarlo en Guayaquil

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Objetivo General:

- Determinar la factibilidad económica de importar y comercializar el antiinflamatorio WOBENZYM® N en el mercado guayaquileño.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

- **Objetivos Específicos:**
  - ✓ Determinar nivel de conocimiento por parte del mercado objetivo
  - ✓ Conocer requisitos del proceso de importación
  - ✓ Implementar adecuado Plan de Marketing
  - ✓ Determinar monto de inversión necesaria
  - ✓ Analizar factibilidad financiera y comercial

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- Problema:

"¿Sería conveniente comercializar WOBENZYM® N en el mercado guayaquileño?"

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Población Objetivo:

Cuadro 2.3 Población Objetivo

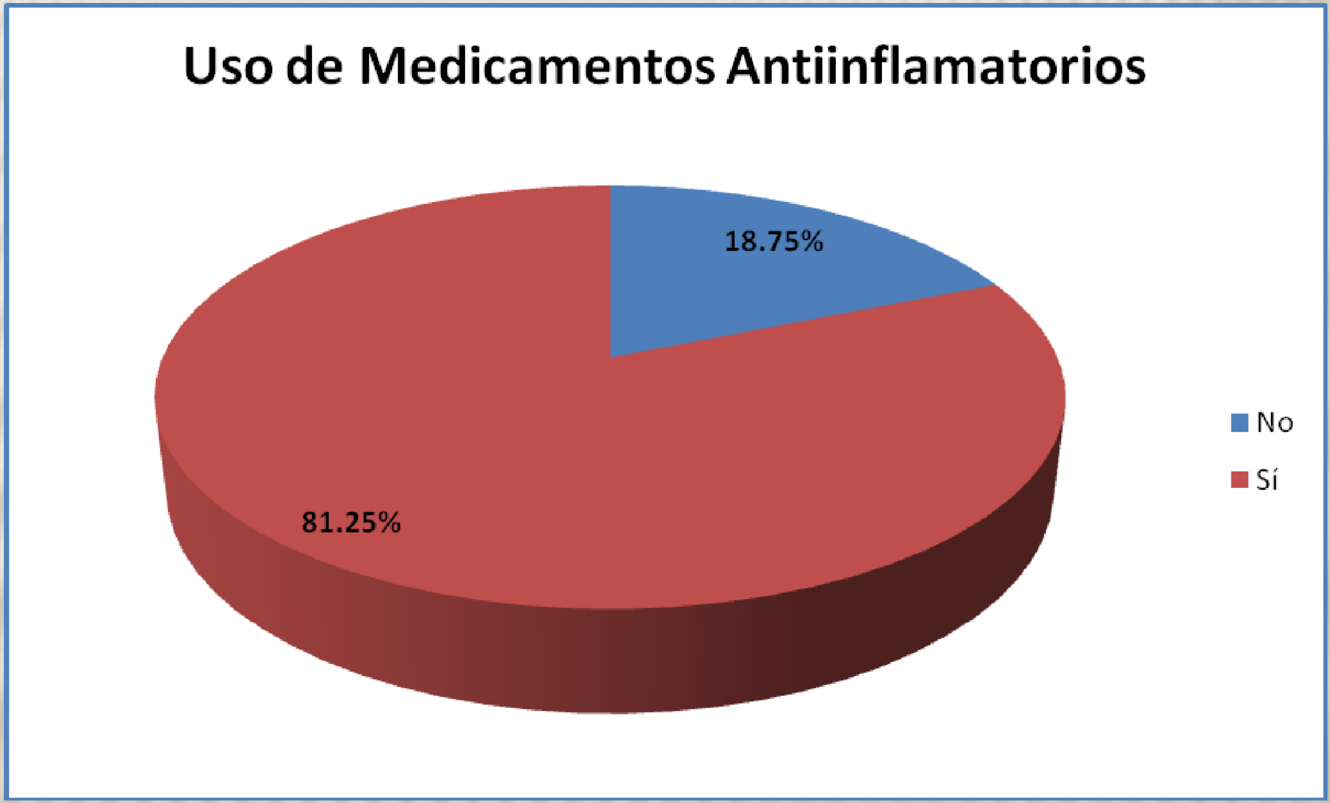
	Población Total 2009	Población Indigente	Población Objetivo
Guayaquil	2,462,103	186,381	2,275,722

Fuente: Elaborado por Autores

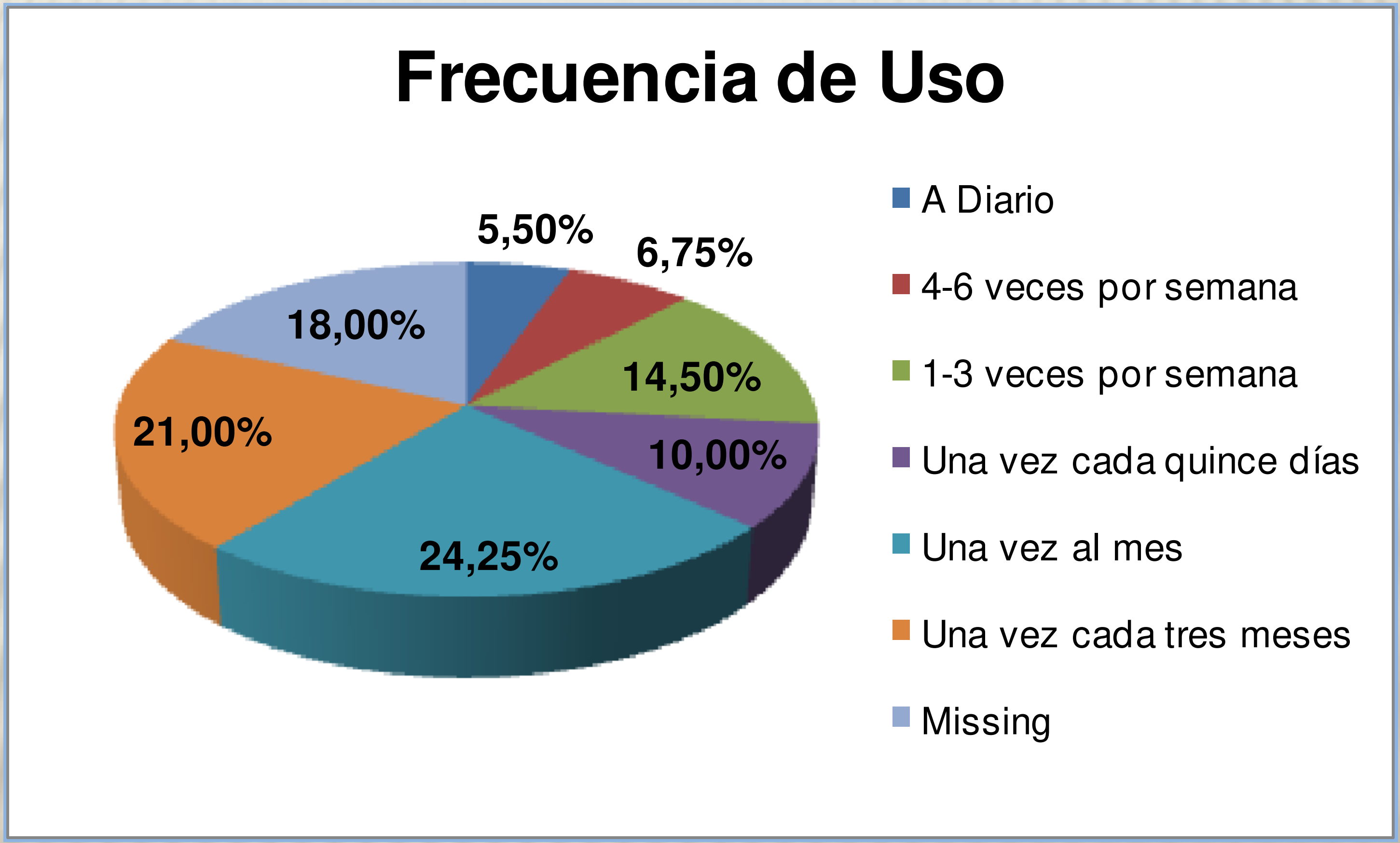
Investigación de Mercado

- Tipo de Muestreo: Aleatorio Simple
- Población: Infinita
- Tamaño de la muestra: 400 individuos

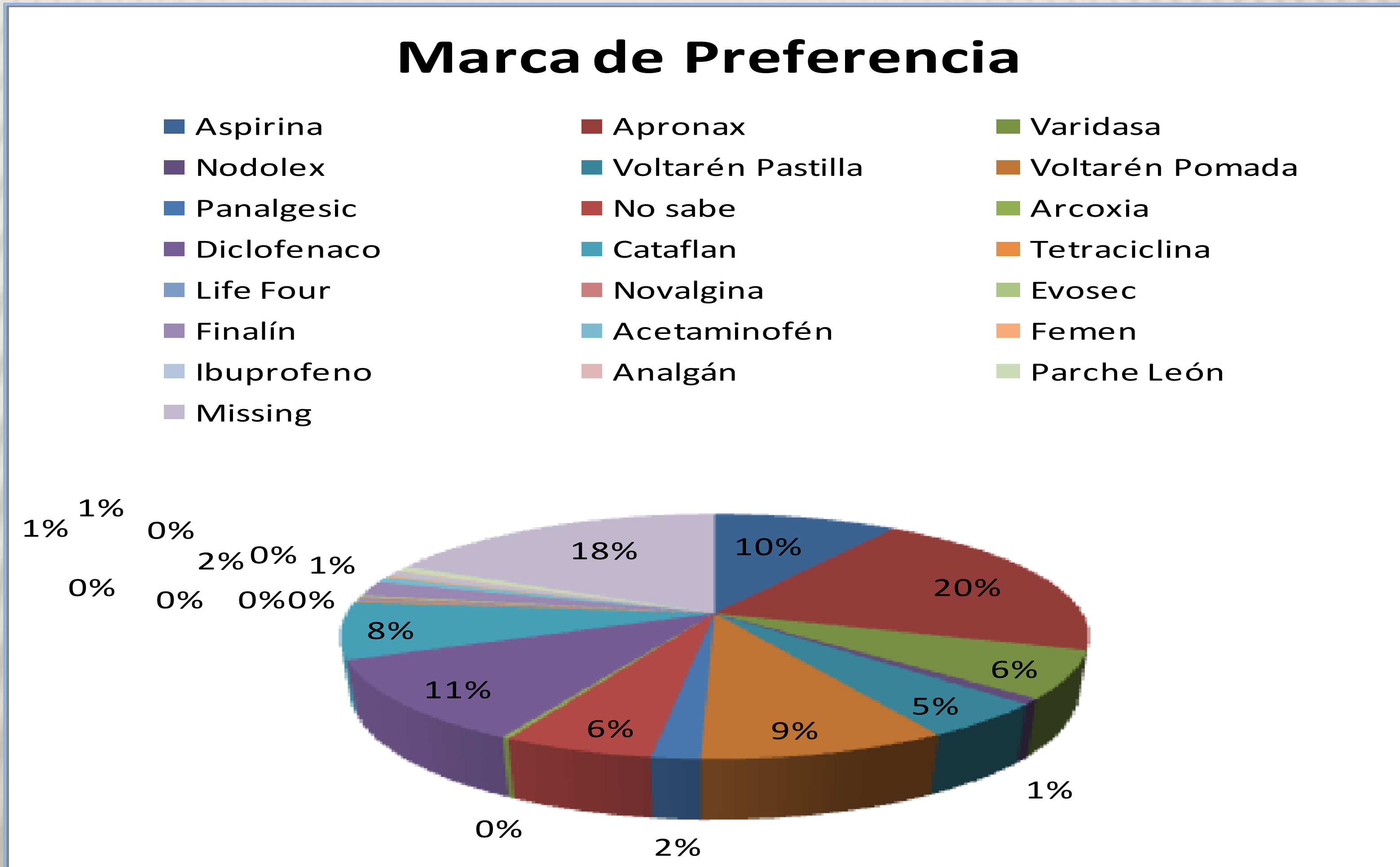
Investigación de Mercado



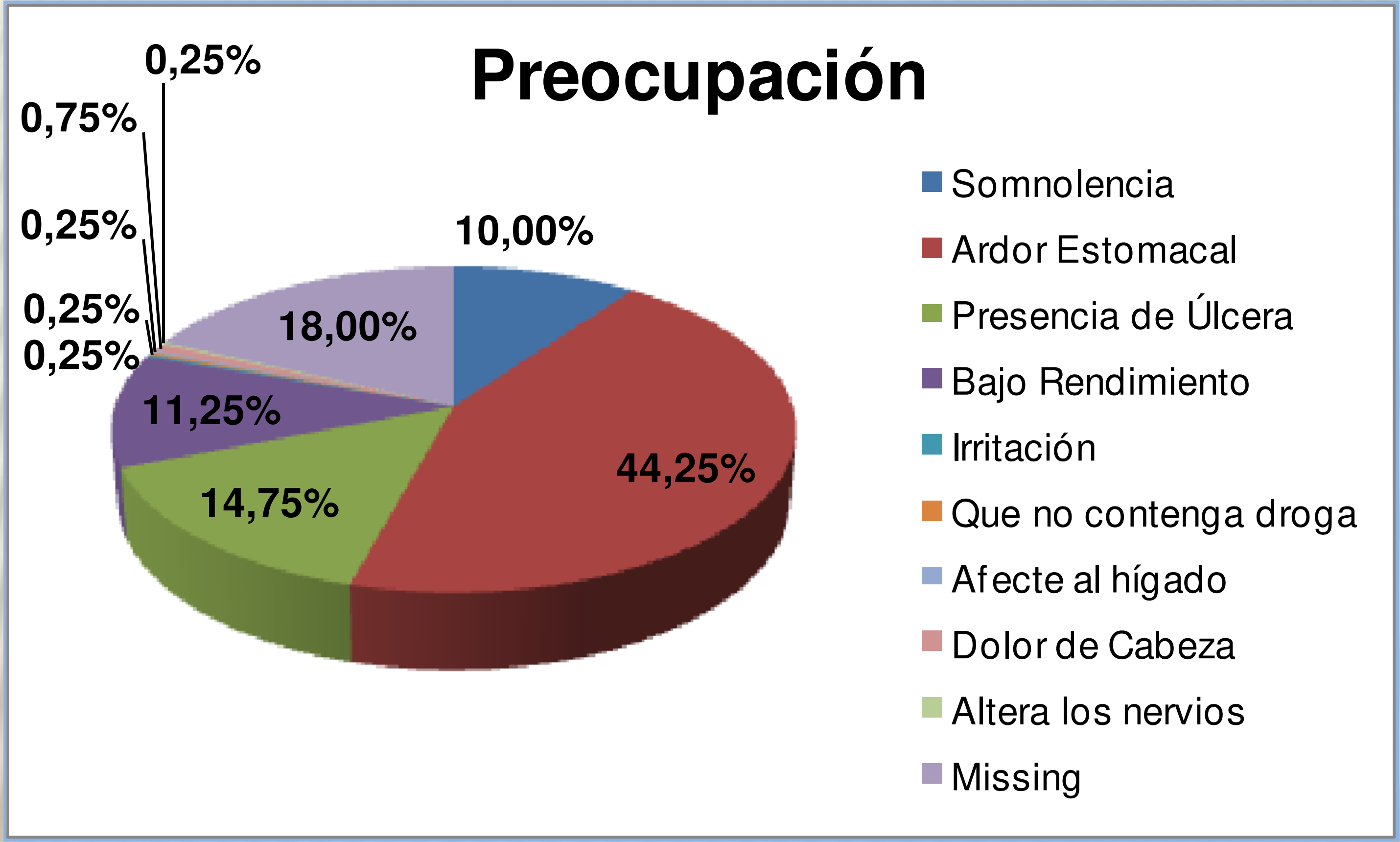
INVESTIGACIÓN DE MERCADO



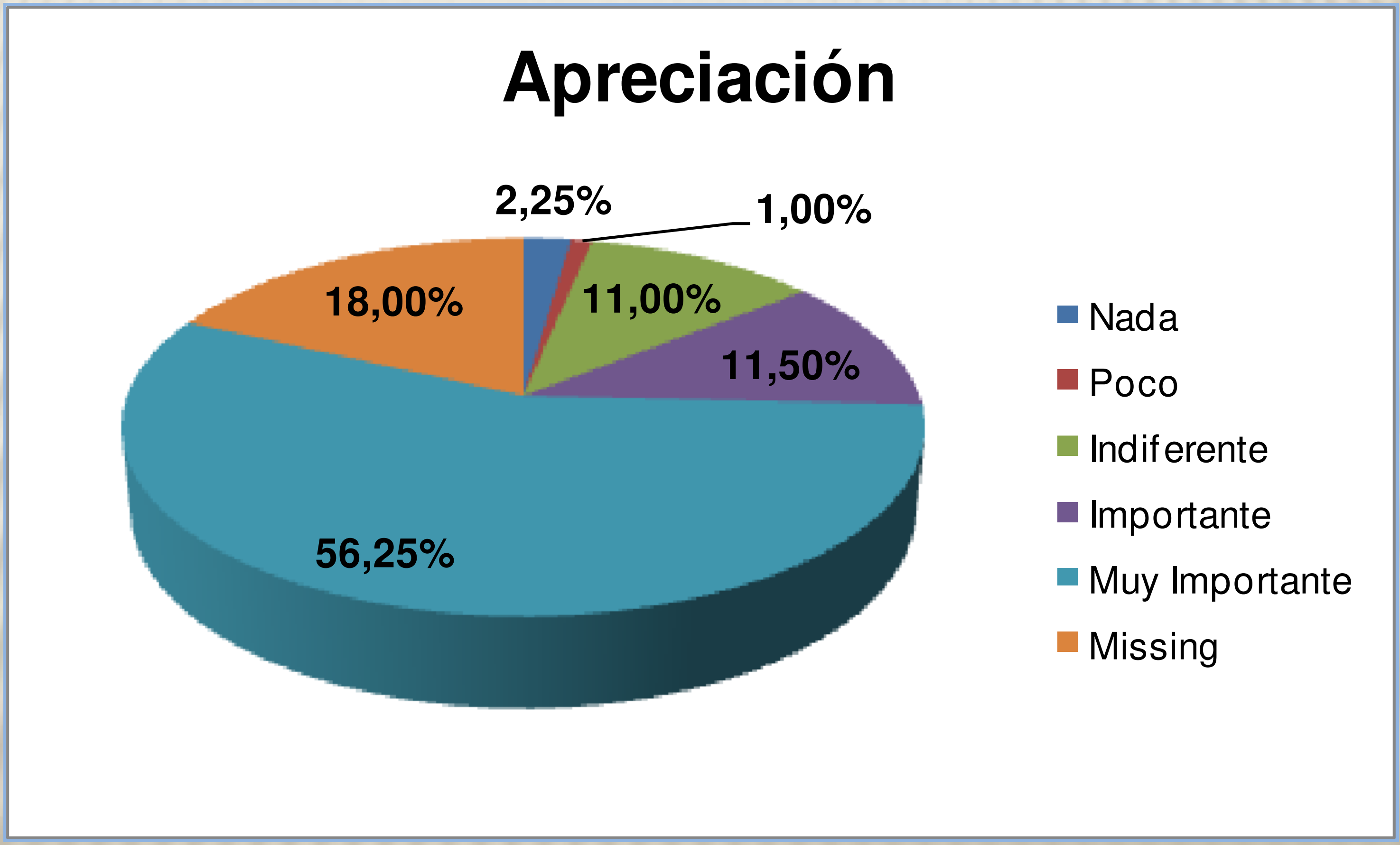
INVESTIGACIÓN DE MERCADO



INVESTIGACIÓN DE MERCADO



INVESTIGACIÓN DE MERCADO



INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- Análisis Crosstabs:

- ✓ Sector de Residencia-Medios de Información: Relacionados

- ✓ Sector de Residencia-Lugar de Adquisición: Relacionados

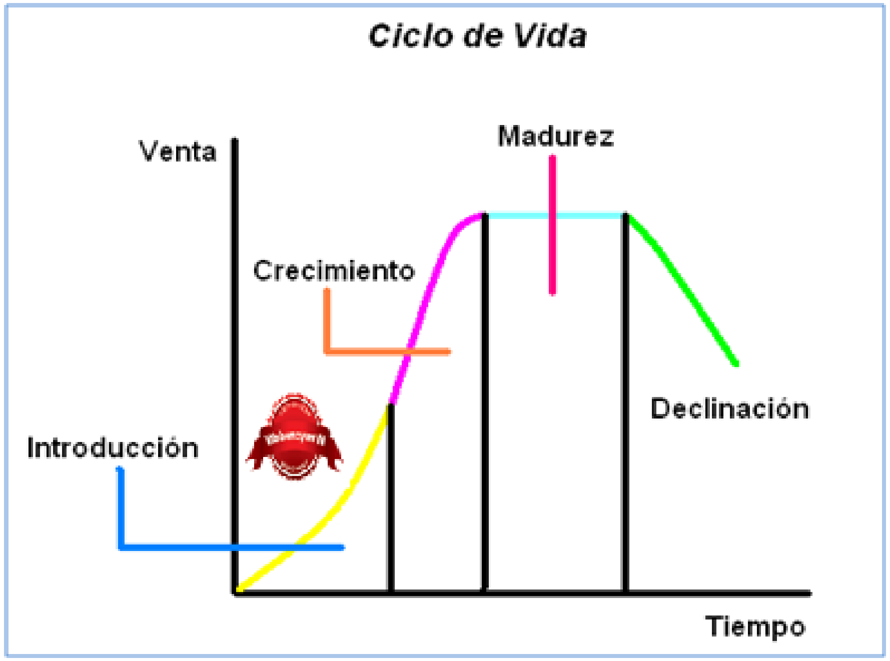
PLAN DE MARKETING

ANTECEDENTES

Mediante la investigación de mercado realizada previamente, se logró establecer el mercado potencial al cual va dirigido el anti-inflamatorio WOBENZYM® N.

CICLO DE VIDA

Figura 3.1 Ciclo de Vida



Fuente: Elaborado por Autores

OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING

OBJETIVOS FINANCIEROS

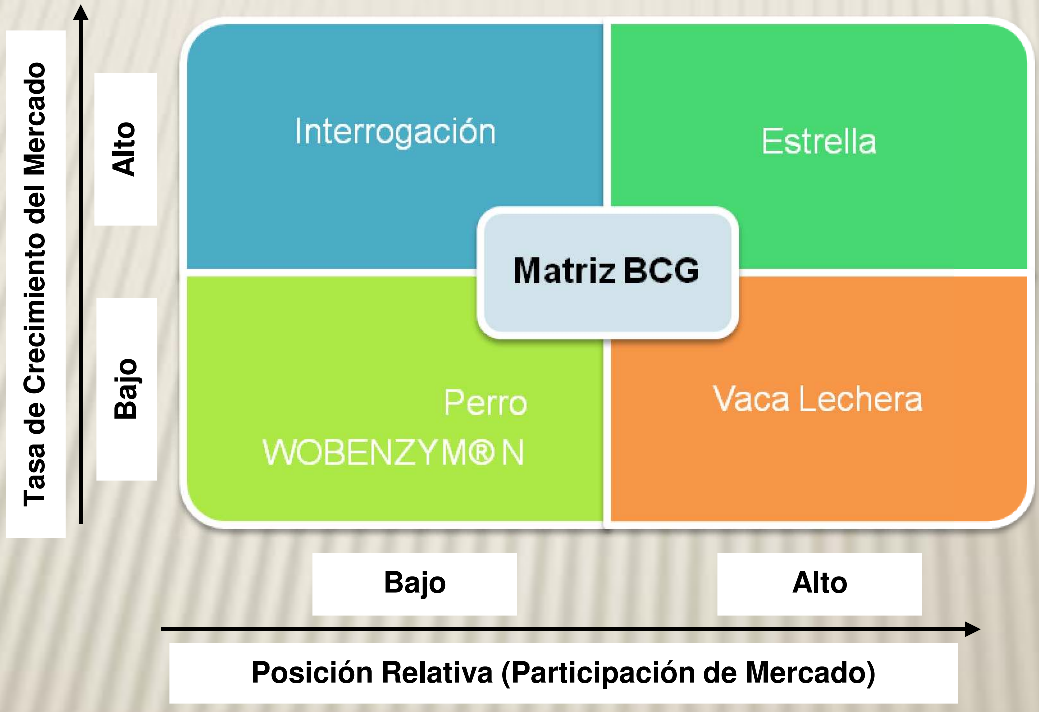
- Recuperar el monto de inversión lo más pronto posible.
- Alcanzar ingresos mayores a los costos totales con la finalidad de obtener utilidades.

OBJETIVOS DE MERCADOTECNIA

- Dar a conocer la marca WOBENZYM® N en el mercado guayaquileño.
- Establecer estrategias de posicionamiento de la marca en la mente de los consumidores objetivos.
- Convertirse en la marca líder de la industria farmacéutica en la ciudad de Guayaquil.

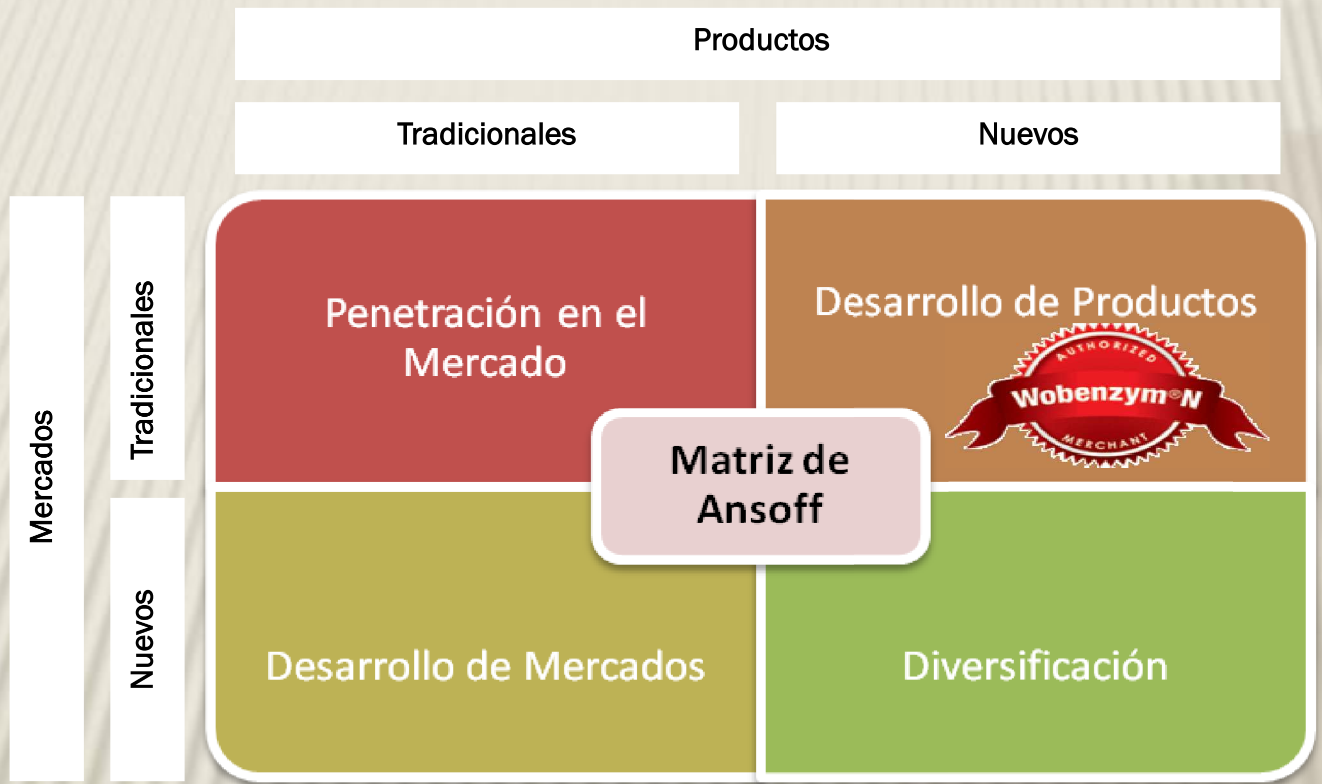
ANÁLISIS ESTRATÉGICO

MATRIZ BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)



Fuente: Elaborado por Autores

MATRIZ PRODUCTO/MERCADO (ANSOFF)



Fuente: Elaborado por Autores

ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS:

-Patente

-Instalaciones

-Experiencia y Know-How

-Aspectos de Innovación

DEBILIDADES:

-Falta de Fortaleza Competitiva

-Desconocimiento de Reputación, Presencia y Alcance

-Poca Continuidad y Fuerza de la Cadena de Abastecimiento

-Procesos y Sistemas

OPORTUNIDADES:

-Desarrollo del Mercado y Presencia de un Nicho Insatisfecho

-Boom de Cirugías Estéticas

-No Presencia de Influencia Cíclica

-Vulnerabilidad de Competidores

AMENAZAS:

-Venta de Medicamentos Genéricos

-Actual Ambiente Económico Inestable (Crisis Mundial)

-Efectos Legislativos

-Cambiantes Leyes Aduaneras

ESTRATEGIAS DE LA MATRIZ FODA

	Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	Estrategias F-O	Estrategias D-O
Amenazas	Estrategias F-A	Estrategias D-A

MATRIZ FODA

Fuente: Elaborado por Autores

MERCADO META

MACRO-SEGMENTACIÓN

Compradores:
Personas de clases baja, media y alta que necesiten de un anti-inflamatorio que no produzca efectos secundarios.

Necesidad:
Brindar un medicamento antiinflamatorio a la población objetivo que no produzca efectos secundarios.

Tecnología:
Producción con tecnología de punta de antiinflamatorio WOBENZYM® N.

MICRO-SEGMENTACIÓN

Criterios Demográficos	
Base de Segmentación:	**Valor:**
Género	Masculino y Femenino
Edad	Para consumo: Desde niños a ancianos (8 - 75 años). Para demanda: Población económicamente activa.
Ocupación	Todo tipo de ocupación
Clase Social	Baja, Media y Alta (se excluye a la de extrema pobreza).
Estado Civil	Cualquier estado civil/ familias

Criterios Geográficos	
Base de Segmentación:	**Valor:**
Nacionalidad	Ecuatoriana (default), pero gente extranjera puede hacer uso del producto también.
Tamaño de la Localidad	2,462,103 habitantes aprox.
Tipo de Población	Urbana

POSICIONAMIENTO

ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO

La estrategia de posicionamiento consiste en definir la imagen que se quiere conferir a una empresa o producto o marcas de manera que la población objetivo comprenda y aprecie la diferencia competitiva de la empresa o sus productos o marcas sobre los de la competencia

WOBENZYM® N: antiinflamatorio que no presenta contraindicaciones en el consumidor.

MARKETING MIX

PRECIO

PRODUCTO

Figura 3.8 WOBENZYM® N

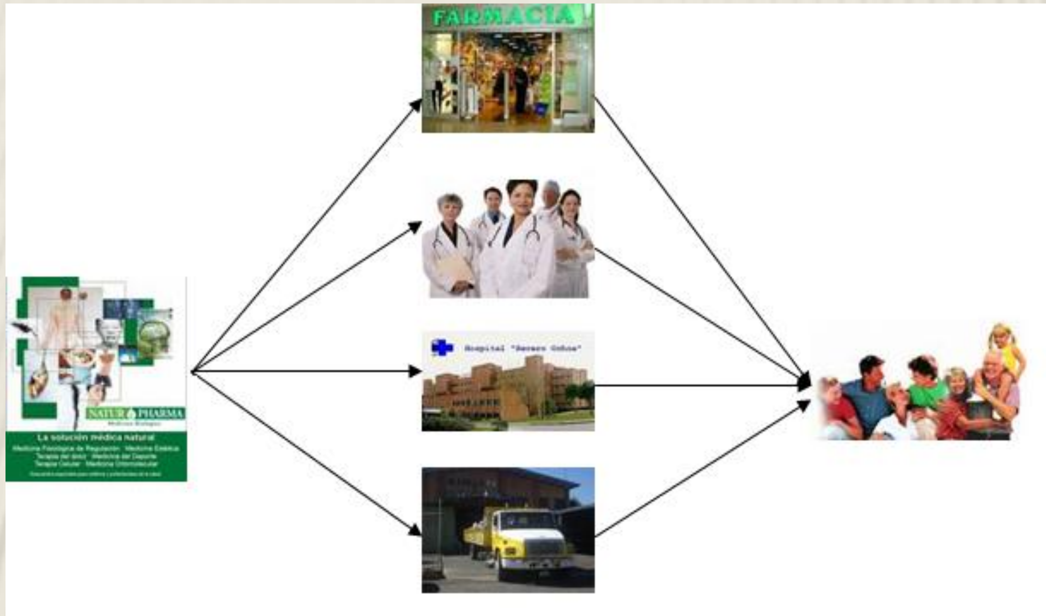
Fuente: Mucos Pharma

Rango de Precios	Media Simple	Ponderación
0,25-0,50	0,38	65,80%
0,51-0,75	0,63	13,00%
0,76-0,99	0,88	3,30%

x = 65.80%(0.38) + 13%(0.63) + 3.3%(0.88)

x = $0.36 por unidad

PLAZA



LA DISTRIBUCIÓN POR ZONAS

- ZONA NORTE 1
- ZONA NORTE 2
- ZONA SUR-SUROESTE: SUBURBIOS
- ZONA CENTRO

PROMOCION

El objetivo de la realización de la promoción es dar a conocer el producto, enfatizando las ventajas y el valor agregado con respecto a los competidores, para así poder convencer a los clientes potenciales de que WOBENZYM® N es único en el mercado.

PUBLICIDAD

La publicidad constituye uno de los medios de comunicación por los cuales se da a conocer los productos a los consumidores

PROMOCIÓN EN VENTAS

La promoción constituye una gama de incentivos que se les brinda a los consumidores, canales de distribución y los diferentes puntos de venta con el objetivo de estimularlos a la adquisición de los medicamentos. El propósito de la realización de la promoción en ventas es llamar la atención de los clientes, para incentivar la compra del producto WOBENZYM® N.

MERCHANDISING

- El Merchandising constituye una parte del marketing cuya finalidad es aumentar la rentabilidad en los puntos de venta, es decir, estimular la compra de los productos. Esto se logra con un adecuado acondicionamiento de los mismos, esto puede ser físico como sicológicas. Por otro lado, estos mecanismos pueden ser: la colocación y presentación de los productos.

PROCESO DE IMPORTACIÓN

- Mucos Pharma – Berlín, Alemania.
- Incoterm CIP (Transporte y seguro pagado hasta).
- Transportación vía aérea – DHL.
- Transporte Local

CARACTERÍSTICAS ARANCELARIAS	
Ad Valorem	5%
IVA	12%
ICE	0%
FODINFA	0,05%

INVERSIÓN EN EQUIPAMIENTO

Inversión Inicial	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Equipo de Cómputo	1	506,00	506,00
Total ($)			506,00

Calendario de Reinversión en Equipo

Años	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Computadora					506					506
Total ($)					506					506

Calendario de Ingreso por Venta de Maquinaria de Reemplazo

Años	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Computadora					120					120
Total ($)					120					120

BALANCE DE PERSONAL

Gasto de Salario

Personal	Cantidad	# de Horas Extras Mensual	Costo por Hora	Costo Total	Costo Anual
Supervisora	1	5	2,55	12,75	153,00
Total					153,00

INGRESOS

- Tasa de crecimiento anual = 5%
- Población Objetivo = 2.275.722 habitantes

AÑOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Q Venta		1.138,00	1.194,75	1.254,49	1.317,22	1.383,08
Precio por Frasco		55,00	55,00	55,00	55,00	55,00
Ingreso ($)		**62.590,00**	**65.711,47**	**68.997,05**	**72.446,90**	**76.069,24**

Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
1.452,23	1.524,84	1.601,08	1.681,14	1.765,20
55,00	55,00	55,00	55,00	55,00
79.872,71	**83.866,34**	**88.059,66**	**92.462,64**	**97.085,77**

COSTOS DE IMPORTACIÓN

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Q frascos	1138	1195	1255	1317	1383	1452	1525	1601	1681	1765
Peso Kg	79,66	83,64	87,83	92,22	96,83	101,67	106,75	112,09	117,69	123,58
Flete	$ 1.136,89	$ 1.236,29	$ 1.236,29	$ 1.335,69	$ 1.335,69	$ 1.431,89	$ 1.431,89	$ 1.528,09	$ 1.528,09	$ 1.624,29
Factura	$ 31.864,00	$ 33.457,20	$ 35.130,06	$ 36.886,56	$ 38.730,89	$ 40.667,44	$ 42.700,81	$ 44.835,85	$ 47.077,64	$ 49.431,52
Seguro	$ 318,64	$ 334,57	$ 351,30	$ 368,87	$ 387,31	$ 406,67	$ 427,01	$ 448,36	$ 470,78	$ 494,32
CIF (CIP)	$ 33.319,53	$ 35.028,06	$ 36.717,65	$ 38.591,12	$ 40.453,89	$ 42.506,00	$ 44.559,71	$ 46.812,30	$ 49.076,51	$ 51.550,13

Desaduanización										
AdValorem	$ 1.665,98	$ 1.751,40	$ 1.835,88	$ 1.929,56	$ 2.022,69	$ 2.125,30	$ 2.227,99	$ 2.340,61	$ 2.453,83	$ 2.577,51
IVA	$ 3.998,34	$ 4.203,37	$ 4.406,12	$ 4.630,93	$ 4.854,47	$ 5.100,72	$ 5.347,16	$ 5.617,48	$ 5.889,18	$ 6.186,02
ICE	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
FODINFA	$ 16,66	$ 17,51	$ 18,36	$ 19,30	$ 20,23	$ 21,25	$ 22,28	$ 23,41	$ 24,54	$ 25,78

GASTOS DE PUBLICIDAD

				Años	1	2	3	4
Nombre/Medio	Costo por Minuto	Costo por Segundo	Duración Semana	Gasto Mensual	Gasto Anual	Gasto Anual	Gasto Anual	Gasto Anual
Televisivo	1.257,43	20,96	20	1.816,29	21.795,45			
Banner (Metrovía)				60,00	720,00	720,00	720,00	720,00
Periodico (El Universo)						13.637,00	13.637,00	13.637,00
Total de Gasto de Publicidad				**1.876,29**	**22.515,45**	**14.357,00**	**14.357,00**	**14.357,00**

5	6	7	8	9	10
Gasto Anual	Gasto Anual	Gasto Anual	Gasto Anual	Gasto Anual	Gasto Anual
720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
13.637,00	13.637,00	13.637,00	13.637,00	13.637,00	13.637,00
14.357,00	**14.357,00**	**14.357,00**	**14.357,00**	**14.357,00**	**14.357,00**

GASTOS DE PROMOCIÓN

- Distribuidores 70,76%

Años	1	2	3	4	5
Cantidad	805,25	845,41	887,68	932,06	978,67
Precio	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00
Subtotal de Factura	44.288,68	46.497,44	48.822,31	51.263,43	53.826,60
Descuento 5%	2.214,43	2.324,87	2.441,12	2.563,17	2.691,33
Total de Factura	**42.074,25**	**44.172,57**	**46.381,19**	**48.700,25**	**51.135,27**

6	7	8	9	10
1.027,60	1.078,98	1.132,93	1.189,57	1.249,05
55,00	55,00	55,00	55,00	55,00
56.517,93	59.343,82	62.311,01	65.426,56	68.697,89
2.825,90	2.967,19	3.115,55	3.271,33	3.434,89
53.692,03	**56.376,63**	**59.195,46**	**62.155,24**	**65.263,00**

CAPITAL DE TRABAJO

ANALISIS FINANCIERO WOBENZYM.XLSX

VALOR DE DESECHO

Flujo Caja Promedio Anual	7914,94
Depreciación Anual	101,20
Tasa de Descuento	36,44%
Valor Desecho Proyecto	21441,11

TASA INTERNA DE RETORNO

$$r_e = r_f + \beta\left(r_m - r_f\right) + r_{f\,Ecua.}$$

Cálculo de la TMAR

R País	0,3864
Beta	1,04
Yield T Bonds 10 años	0,0293
Rm	-0,02
TMAR	36,44%

- Rf=0,0293
- β= 1,04
- Rm=-0,02
- Rf Ecua= 0,3864
- Re=0,0293+1,04(-0,02-0,0293)+0,3864

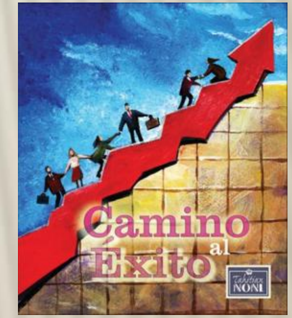
- Re=TMAR=36,44%

FLUJO DE CAJA

- ANALISIS FINANCIERO WOBENZYM.xlsx

EN RESUMEN

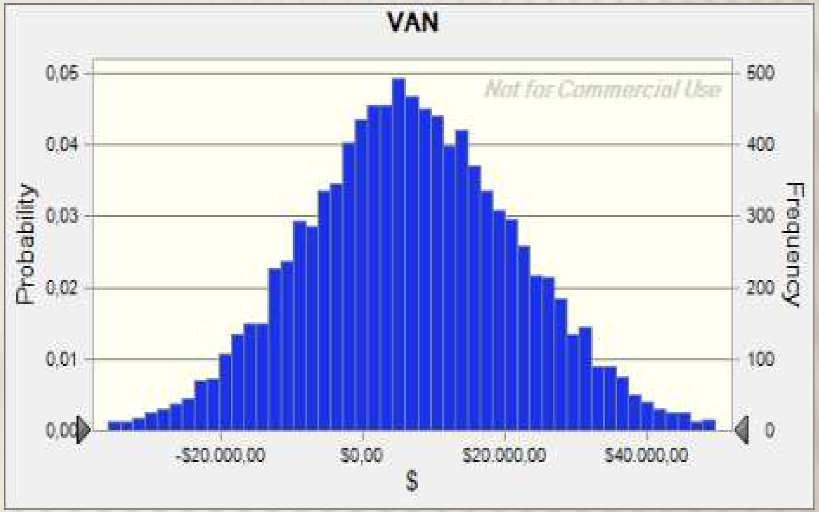
- VAN = $6.441,32
- TIR = 83,27%
- TMAR = 36,44%
- TIR>TMAR

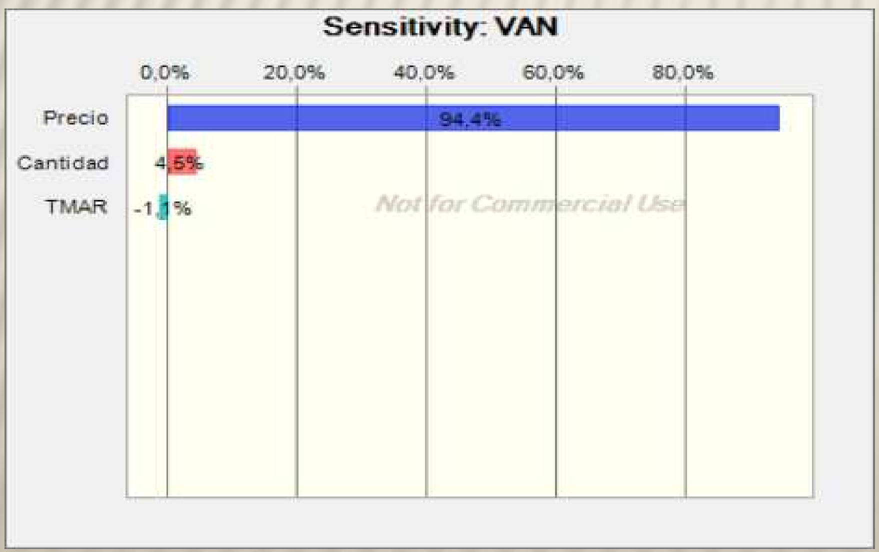


- El proyecto se muestra rentable

ANÁLISIS DE ESCENARIOS

- Riesgo: 30%
- Éxito : 70%





CONCLUSIONES

- Nivel de aceptación: 56.3%
- Medios de Comunicación: Televisión, Metrovía, Diario (El Universo)
- Inversión Inicial: Equipo de Cómputo
- Proyecto Rentable: TIR>TMAR y VAN>0
- Proyecto Posee 30% de Riesgo

RECOMENDACIONES

- Realizar Inversiones en Publicidad
- Cumplimiento de Ventas: Fidelidad del Cliente
- Entrenamiento de Visitadores Médicos
- Seguimiento (Tracking) del Cliente Post-Venta