Proyecto de Inversión para la Importación y Comercialización del Antiinflamatorio WOBENZYM® N en la Ciudad de Guayaquil

Alvarado Mendoza Mario César
Facultad de Economía y Negocios
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil, Ecuador
mcealvar@espol.edu.ec

Pazmiño Crow María Angélica
Facultad de Economía y Negocios
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil, Ecuador
maranpaz@espol.edu.ec

Tucunango Villamar Paola Susana
Facultad de Economía y Negocios
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil, Ecuador
stucunan@espol.edu.ec

Álvarez Ordóñez Felipe David, M. Sc.
Facultad de Economía y Negocios
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil, Ecuador
fdalvare@espol.edu.ec

Resumen

El proyecto de tesis realizado tiene como objetivo importar desde la ciudad de Berlín, Alemania, un antiinflamatorio elaborado a base de enzimas cuya principal característica (que lo diferencia de los demás productos de la competencia) es que no produce efectos secundarios, para ser comercializado en la ciudad de Guayaquil. Pretende captar el nicho de mercado que no tolera los antiinflamatorios regulares y a las personas que se preocupan por tomar un medicamento OTC (sobre el mostrador) que sea confiable y no represente un peligro para su salud. Haciendo los correspondientes estudios de mercado, técnico y financieros se concluyó que el proyecto resulta rentable dado que obtuvo un alto nivel de aceptación por parte del mercado objetivo y el valor actual neto de los flujos del proyecto no solo devolvieron la inversión en poco tiempo sino que además produjeron utilidad al inversionista. De igual manera, realizando un análisis de escenarios se determinó que este proyecto de inversión tiene un 30% de riesgo y 70% de probabilidad de éxito.

Palabras Claves: *Importación, Alemania, antiinflamatorio, analgésico, OTC.*

Abstract

The thesis project that has been performed has as an objective to import from Berlin, Germany, an anti-inflammatory made of enzyme which main feature (the one that differences it from the other products competing in the market) is that it does not produce side effects, in order to be commercialized in Guayaquil. The project pretends to capture the niche of the market that cannot tolerate the ordinary anti-inflammatory products and people that are concerned about taking an OTC (over the counter) medicine that could be reliable and that does not represent a hazard for their wellbeing. By performing the regarding marketing, technical and financial *analyses it was found as a conclusion that the project is profitable since it obtained a high level of acceptation from the objective market and the net present value of the cash flows not only gave back the inversion in a short time but also gave profits for the investor. In the same way, by performing a scenarios analysis it was determined that this investment project has a 30% of risk and a 70% chance of success.*

1. Introducción

El proyecto de tesis presentado tuvo como finalidad la importación y comercialización de comprimidos antiinflamatorios elaborados a base de enzimas, WOBENZYM® N, en la ciudad de Guayaquil. Se pretendió ofrecer al mercado un producto de características analgésicas que no presente contraindicaciones al consumidor y cubrir un segmento de mercado mayor que el de los antiinflamatorios comunes.

2. Descripción del Producto

La fórmula de WOBENZYM® N fue desarrollada hace 50 años y todos los estudios y los ensayos realizados en ese tiempo sirven para dar validez a la seguridad y eficacia de esta pastilla con respecto a una variedad de condiciones relacionadas con inflamaciones (1). El nombre de estas cápsulas de enzimas, que en otras palabras están compuestas de proteínas, resulta de la combinación de los apellidos de los médicos que, después de innumerables estudios, produjeron los compuestos enzimáticos: Max Wolf, Hellen Benítez y también de la palabra Enzimas. Estos especialistas iniciaron sus investigaciones basándose en la premisa de que sin enzimas no hay vida, ya que estas se encargan de renovar las células viejas y desgastadas del organismo, de transformar las sustancias nutritivas en energía, de eliminar las toxinas que se acumulan en el cuerpo y de defenderlo de agentes productores de enfermedades. Las propiedades del WOBENZYM® N son muy impresionantes y variadas. La terapia enzimática se la conoce también para tratar ciertos tipos de cáncer, sobre todo el de páncreas, aunque se ha comprobado que es efectivo para tratar muchos otros, y es que la función del WOBENZYM® N incluye la formación de células llamadas "asesinas" que se encargan de "matar" la enfermedad.

3. Planteamiento del Problema

El problema que el proyecto de tesis planeó solucionar fue determinar la factibilidad económica de llevar a cabo la importación y comercialización del antiinflamatorio WOBENZYM® N cuyo elemento activo sea de fuentes naturales como las enzimas y que esté presente en el mercado guayaquileño teniendo que ser importado desde Alemania.

La no disposición de analgésicos hechos a base de enzimas naturales fue considerado un problema porque los que se comercializan actualmente en el mercado están hechos con elementos activos que tienden a producir efectos secundarios a cierta parte de la población, que en muchos casos llegan incluso a empeorar al consumidor final ya sea por motivo de alergias o por problemas de enfermedades úlcero-pépticas.

4. Investigación de Mercado

Lo que se pretendió realizar es una investigación que permita conocer la aceptación, por parte de los consumidores, del nuevo antiinflamatorio WOBENZYM® N en el mercado guayaquileño.

4.1. Población Objetivo

Acorde al VI Censo de Población y V de Vivienda del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) realizado en el año 2001 en la ciudad de Guayaquil, la población de la urbe en ese entonces era de 2,039,789 habitantes. Datos del estudio mostraron que la tasa de crecimiento era del 2.38% anual. Entonces, para el año de realización del proyecto, 2009, la población de la ciudad de Guayaquil está estimada en 2,462,103 habitantes. Sin embargo, para el estudio se debió excluir a la población extremadamente pobre que según el INEC y su Indicador de Pobreza Extrema Nacional Urbano (2), para el trimestre de diciembre del 2008 a marzo 2009, la incidencia de extrema pobreza en áreas urbanas (como Guayaquil) es del 7.57%, con un error estándar del 0.46% y límites inferior y superior de 6.72% y 8.53% respectivamente. De esta manera, la población objetivo del proyecto fue de 2,275,722 habitantes.

Tabla 1. Población Objetivo

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

4.2. Plan de Muestreo

Se escogió el tipo de muestreo aleatorio simple. Siendo la población mayor a 100,000 se la consideró infinita, por lo tanto, aplicando la correspondiente fórmula de tamaño de la muestra, se determinó el tamaño óptimo que fue de 400 individuos a encuestar.

4.3. Conclusiones del Estudio de Mercado

Se pudo concluir que el 81.3% de las personas encuestadas hace uso de algún producto antiinflamatorio. El 59% de los encuestados prefiere la presentación de pastillas para este tipo de productos. El 44.3% de la muestra teme a problemas estomacales o úlcero-pépticos a la hora de consumir analgésicos. Por este motivo, el 56.3% de los encuestados se mostró interesado en este nuevo producto a lanzar al mercado. Los medios preferidos a utilizar para conocimiento del producto son televisión, prensa escrita y revistas.

5. Plan de Marketing

El producto se encuentra en la etapa de introducción (ciclo de vida). Según el estudio de la matriz BCG realizado, este producto es considerado "perro" para el año 2009 dada la crisis económica mundial que hizo que el mercado farmacéutico desacelere además de su corta participación de mercado debido a su etapa de introducción. Usando la matriz Ansoff la mejor estrategia que conviene es la de desarrollo de productos. Del análisis FODA se puede rescatar que el producto cuenta con amenazas arancelarias, de importación y de la crisis financiera mundial. Entre sus fortalezas se halla su patente.

Con el correspondiente Marketing Mix se establecieron los canales de distribución (farmacias pequeñas, medianas y grandes) además de un punto de venta en las instalaciones de la empresa que se encargará de la importación y comercialización. Habrá promoción en ventas (descuentos) y publicidad a realizar en el diario El Universo (a partir del segundo año en el primer trimestre todos los domingos), diferentes canales de televisión (el primer año) y presencia de banners en la Metrovía (todos los años).

6. Importación

El producto será importado desde Berlín, Alemania bajo el Incoterm CIP. Los pagos arancelarios a realizar en Ecuador son (3) el 5% de AdValorem, 12% de IVA y 0.5% de FODINFA. La mercancía será trasladada y asegurada internacionalmente por la empresa DHL. En el país, un vehículo adecuado de la empresa comercializadora llevará las cajas desde la aduana hasta las bodegas.

7. Estudio Financiero

Se requiere una única inversión inicial de equipo de cómputo. Año a año se importará de acuerdo a la demanda estimada bajo el criterio de Porter (5%). Habrá gastos de publicidad, promoción, salarios y ventas. El capital de trabajo se estimará bajo el método de déficit acumulado. Dado que la inversión inicial no es significativa, no se requerirá de financiamiento (endeudamiento). El proyecto arrojó una tasa interna de retorno (TIR) mayor que la esperada por el inversionista (TMAR) además de un valor actual neto que produce utilidades al inversionista el día de hoy. Con el correspondiente análisis de escenarios (Crystal Ball) se determinó que el proyecto es bastante sensible al precio y poco a la cantidad. También se determinó un 30% de riesgo frente a un 70% de probabilidad de éxito (que el VAN sea positivo con 10,000 iteraciones).

8. Agradecimientos

Se agradece a la Escuela Superior Politécnica del Litoral, al Econ. Felipe Álvarez Ordóñez, director de tesis, al Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, a la Corporación Aduanera Ecuatoriana, al Lcdo. Raúl Iturralde, al Ing. José Chiriguaya y a la Lcda. María Eugenia Anchaluisa.

9. Referencias

[1] Calidad de Vida, http://www.calidaddevida.com.ve/Encuesta1.pdf
[2] Medidas de Pobreza y Extrema Pobreza Por Ingresos Actualizado a Diciembre 2008, INEC.
[3] Corporación Aduanera Ecuatoriana

10. Conclusión y Resultados

•Mediante la investigación de mercado realizada previamente se llegó a determinar el nivel de aceptación del producto, el 56,3% de los encuestados estarían dispuestos a adquirir el nuevo medicamento.

• Se pudo determinar la inversión inicial del mismo, el cual se tradujo a la adquisición de un equipo de cómputo para el control de la mercancía.

•En el análisis financiero, se elaboraron los diferentes flujos tales como el flujo de caja, capital de trabajo, entre otros, con la finalidad de poner determinar los flujos de caja proyectados a 10 años.

•Una vez obtenido la tasa de descuento (TMAR), la tasa interna de retorno (TIR) y el valor anual neto (VAN), se pudo determinar si el proyecto sería rentable o no. Llegando a lo conclusión de que el proyecto es rentable debido a que la TIR es mayor a la TMAR y se obtuvo un VAN mayor a cero.

•Finalmente, mediante la realización del análisis de escenarios se pudo determinar que el precio es la variable sensible es decir que su variación afecta directamente al VAN. Por otro lado, se pudo determinar que el proyecto tiene un 30% de riesgo y por ende tiene un 70% de éxito. Lo cual, resulta llamativo para un inversionista.