

UNIVERSIDAD LA SALLE
LICENCIATURA EN INGENIERÍA COMERCIAL



**“ESTUDIO DE LA FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DEL JARABE RESFRINOL A BASE DE
PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE LA PAZ”**

MODALIDAD DE TITULACIÓN: PROYECTO DE GRADO

POSTULANTE: JESSICA CORNEJO

TUTOR: LIC. PAULA PEÑA Y LILLO CHULVER

LA PAZ-BOLIVIA

2025

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO 1	1
GENERALIDADES	1
1.1. INTRODUCCIÓN	1
1.2. ANTECEDENTES	2
1.2.1. ANTECEDENTES TEMÁTICOS	2
1.2.2. ANTECEDENTES DEL SECTOR	3
1.2.3. ANTECEDENTES ACADÉMICOS	9
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
1.3.1. IDENTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD	9
1.3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
1.4. OBJETIVOS Y ACCIONES	17
1.4.1. OBJETIVO GENERAL	17
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
1.4.3. ACCIONES DEL PROYECTO	17
1.5. JUSTIFICACIÓN	19
1.5.1. JUSTIFICACIÓN SOCIAL	19
1.5.2. JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA	19
1.5.3. JUSTIFICACIÓN TÉCNICA	19
1.6. ALCANCE	19
1.6.1. ALCANCE TEMÁTICO	19
1.6.2. ALCANCE GEOGRÁFICO	20
1.6.3. ALCANCE TEMPORAL	20
CAPÍTULO 2	21
MARCO TEÓRICO	21
2.1. ESQUEMA DEL MARCO TEÓRICO	21
2.2. CONTENIDO DEL MARCO TEÓRICO	22
2.3. DESARROLLO DEL MARCO TEÓRICO	23
2.3.1. Sustento teórico para el Estudio de Mercado	23
2.3.2. Sustento teórico para el Estudio Técnico	27
2.3.3. Sustento teórico para el Estudio Legal Organizacional	30
2.3.4. Sustento teórico para el Estudio Económico Financiero	31
2.3.5. Sustento teórico para Viabilidad Financiera	34
CAPÍTULO 3	37
MARCO PRÁCTICO	37
3.1. DISEÑO METODOLÓGICO	37

3.1.1.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	39
3.1.2.	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	40
3.1.3.	UNIDAD DE ESTUDIO.....	40
3.2.	ESTUDIO DE MERCADO	41
3.2.1.	DEFINIR CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.....	42
3.2.2.	ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	44
3.2.3.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA POTENCIAL	75
3.3.	ESTUDIO TÉCNICO	114
3.3.1.	Características técnicas del producto	114
3.3.2.	Tamaño del negocio. –.....	115
3.3.3.	Macrolocalización. –.....	118
3.3.4.	Microlocalización. –.....	119
3.3.5.	Layout. -	120
3.3.6.	Costos maquinaria, equipo, muebles y enseres. -	120
3.3.7.	Proceso productivo. -	125
3.3.8.	Flujograma. -	127
3.4.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL	128
3.4.1.	ESTABLECIMIENTO DE LA ESTRUCTURA DE MARCO LEGAL.....	128
3.4.2.	DETERMINACIÓN DE LOS REQUERIMIENTOS DE PERSONAL	142
3.4.3.	ESTABLECIMIENTO DE LA MISIÓN Y LA VISIÓN	151
3.5.	Estudio Económico Financiero. –	153
3.5.1.	Estructura de la inversión	153
3.5.2.	Estructura del financiamiento	157
3.5.3.	Cronograma de desembolso de préstamo.....	157
3.5.4.	Cronograma de inversión	157
3.5.5.	Amortizaciones del préstamo	158
3.5.6.	Amortizaciones del activo diferido	158
3.5.7.	Depreciación	158
3.5.8.	Proyección de ingresos	159
3.5.9.	Proyección de estado de resultados.....	159
3.5.10.	Pérdidas y ganancias	160
3.5.11.	Flujo de caja.....	160
3.6.	Evaluación del Proyecto	161
3.6.1.	Determinar el Valor Actual Neto (VAN)	161
3.6.2.	Determinar la Tasa Interna de Retorno (TIR).....	161
3.6.3.	Determinar relación Costo- Beneficio	162
3.6.4.	Establecer el Punto de Equilibrio.....	162

3.6.5.	Análisis de escenarios.....	163
3.6.6.	Elaborar el análisis de sensibilidad.....	165
3.6.7.	Elaborar el análisis de riesgo	167
CAPÍTULO 4		171
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		172
4.1.	Conclusiones.....	172
4.2.	Recomendaciones.....	172
ANEXOS		174

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1: Crecimiento industria farmacéutica en 60%	3
Gráfico N.º 2: Jarabe Pectoral	5
Gráfico N.º 3: Jarabe TUSIGEN	5
Gráfico N.º 4: Antigripal en sobre Refrianex	5
Gráfico N.º 5: Antigripal en sobre Refrianex	6
Gráfico N.º 6: Jarabe QUITA TOS.....	7
Gráfico N.º 7: Propóleo en gotas	7
Gráfico N.º 8: Propóleo en gotas	8
Gráfico N°9: Cuadro comparativo	8
.....	8
Gráfico N.º 10: Edad.....	10
Gráfico N.º 11: Género	11
Gráfico N.º 12: Respuesta a el último año ¿Contrajo un resfrío?.....	11
Gráfico N.º 13: ¿Cada cuánto se resfría?	12
Gráfico N.º 14: Tipo de productos que usan para aliviar el resfriado.....	12
Gráfico N.º 15: Motivos por los que usan el producto para tratar su resfriado	13
.....	13
Gráfico N.º 16: Respuesta de reemplazamiento al tratamiento actual por el Jarabe Fitoterapéutico	13
Gráfico N.º 17: Lugar de compra de productos naturales para el resfriado.....	14
Gráfico N.º 18: Satisfacción con productos adquiridos para el resfriado	14
Gráfico N°19: Factores que obstaculizan el abastecimiento de fármacos.....	16
.....	16
Gráfico N°20: Esquema Marco teórico	21
Gráfico N° 21: Marketing del estudio de mercado.....	24
.....	24
Gráfico N° 22: Investigación de mercados del Estudio de Mercado.....	26
Gráfico N° 23: Marketing del Estudio Técnico	28
Gráfico N° 24: Investigación de mercados del Estudio técnico	28
Gráfico N° 25: Gestión de proyectos del Estudio técnico.....	29
Gráfico N° 26: Administración para Estudio Legal Organizacional	30
.....	30
Gráfico N° 27: Contabilidad de costos para Estudio Económico Financiero	32
Gráfico N° 28: Finanzas para Estudio Económico Financiero.....	33
Gráfico N° 29: Finanzas para Viabilidad Financiera.....	34

Gráfico N° 30: Página de Facebook de Reina Obrera La Paz	51
Gráfico N° 31: Página de Facebook de Reina Obrera La Paz	52
.....	52
Gráfico N° 32: Página de Instagram de Reina Obrera La Paz	52
Gráfico N° 33: Página de TikTok de Reina Obrera	53
Gráfico N° 34: Página de Facebook de Droguería INTI	54
Gráfico N° 35: Página de Facebook de Droguería INTI	55
Gráfico N° 36: Página de Instagram de Droguería INTI	55
Gráfico N° 37: Página de TikTok de Droguería INTI	56
Gráfico N° 38: Página de Facebook de Megalabs	57
Gráfico N° 39: Página de Instagram de Megalabs	58
Gráfico N° 40: Página de TikTok de Megalabs	59
Gráfico N° 41: Página de Facebook de Laboratorio Artesanal Ecológico Vidal	60
Gráfico N° 42: Página de TikTok de Laboratorio Artesanal Ecológico Vidal	60
Gráfico N° 43: Página de Facebook de Laboratorios Vita	61
Gráfico N° 44: Página de Facebook de Laboratorios Vita	61
Gráfico N° 45: Página de Instagram de Laboratorios Vita	62
Gráfico N° 46: Página de TikTok de Laboratorios Vita	63
Gráfico N° 47: Página de Facebook de Laboratorios Bagó	64
Gráfico N° 48: Página de TikTok de Laboratorios Bagó	65
Gráfico N° 49: Página de Facebook de Breskot Pharma	66
Gráfico N° 50: Página de Facebook de Typirec	67
Gráfico N° 51: Página de Instagram de Typirec	67
Gráfico N° 52: Página de Facebook de Laboratorios Chile	68
Gráfico N° 53: Página de Instagram de Laboratorios Chile	69
Gráfico N° 54: Página de Facebook Droguería Inti	71
Gráfico N° 55: Página de Facebook Droguería Inti	72
Gráfico N° 56: Página de Facebook Droguería Inti	73
Gráfico N° 57: FODA	74
Gráfico N° 58: Edad de los encuestados	75
.....	75
Gráfico N° 59: Género de los encuestados	75
Gráfico N° 60: Resfriados	76
Gráfico N° 61: Frecuencia de Resfriados	76
Gráfico N° 62: Productos para el Resfriado	77
Gráfico N° 63: Razones de uso de los productos para resfriado	78
Gráfico N° 64: Productos naturales comprados para el resfriado	78

.....	79
Gráfico N° 65: Medicamentos comprados para el resfriado.....	79
Gráfico N° 66: Reemplazo de productos por resfriado por el Jarabe Resfrinol	80
Gráfico N° 67: Razones por las que comprarían el Jarabe Resfrinol	80
.....	80
Gráfico N° 68: Lugar donde comprarían los productos naturales.....	81
Gráfico N° 69: Satisfacción con los productos para el resfriado.....	81
Gráfico N° 70: Disposición de pago al Jarabe Resfrinol	82
Gráfico N° 71: Lugar elegido para adquirir el Jarabe Resfrinol	83
.....	83
Gráfico N° 72: Medios elegidos para informar del Jarabe Resfrinol.....	83
Gráfico N° 73: Características elegidas al comprar un producto para resfriado	84
Gráfico N° 74: Envase elegido para el Jarabe Resfrinol	84
Gráfico N° 75: Características para convencer en el Jarabe Resfrinol.....	85
Gráfico N° 76: Características elegidas al escuchar del Jarabe Resfrinol.....	85
.....	86
Gráfico N° 77: Edad y frecuencia de resfriado	86
.....	86
Gráfico N° 78: Edad y tipo de producto utilizado para el resfriado	87
Gráfico N° 79: Tipo de producto utilizado para el resfriado y porqué usa esa producto	87
.....	88
Gráfico N° 80: Tipo de producto utilizado para el resfriado y qué producto natural compra ..	88
Gráfico N° 81: Tipo de producto utilizado para resfriado y si reemplazaría ese producto por el Jarabe Resfrinol	89
.....	89
Gráfico N° 82: Edad y dónde compra productos naturales para el resfriado.....	89
Gráfico N° 83: Tipo de producto usado para resfriado y dónde compra productos naturales	90
.....	90
Gráfico N° 84: Satisfacción con los productos que usa y si lo reemplazaría con el Jarabe Resfrinol.....	90
Gráfico N° 85: Edad y cuánto estaría dispuesto a pagar por el Jarabe Resfrinol	91
Gráfico N° 86: Dónde compra productos naturales y dónde le gustaría adquirir el Jarabe Resfrinol.....	91
Gráfico N° 87: Si reemplazaría su producto actual por el Jarabe Resfrinol y porqué razones	92
.....	93
Gráfico N° 88: Regresión Logarítmica	100
Gráfico N° 89: Regresión Polinómica	101

.....	101
Gráfico N° 90: Regresión Lineal	101
.....	101
Gráfico N° 91: Regresión Potencial	102
Gráfico N° 92: Regresión Exponencial	102
.....	102
Gráfico N° 93: Marca Resfrinol	104
.....	104
Gráfico N° 94: Presentación Jarabe Resfrinol	104
Gráfico N° 95: Empaque Jarabe Resfrinol	105
Gráfico N° 96: Gmail Laboratorio Artesanal Solución Natural	106
Gráfico N° 97: Página de Facebook del Jarabe Resfrinol	106
.....	107
Gráfico N° 98: Página de Instagram del Jarabe Resfrinol	107
.....	108
Gráfico N° 99: Whatsapp Business del Jarabe Resfrinol	108
.....	109
.....	109
Gráfico N° 100: Publicación N°1	109
.....	110
Gráfico N° 101: Publicación N°2	110
.....	110
Gráfico N° 102: Ubicación geográfica Ciudad de La Paz	119
Gráfico N°103: Microlocalización, Municipio Achocalla La Paz	119
Gráfico N°104: Layout de distribución de planta	120
Gráfico N°105: Diagrama de flujo del Proceso Productivo	127
Gráfico N° 106: Organigrama Laboratorio Artesanal Solución Natural	143
Gráfico 107: Análisis de sensibilidad, VAN	165
.....	166
Gráfico 108: Análisis de sensibilidad, TIR	167
Gráfico 109: Análisis de riesgo a valor “0”, VAN	168
.....	168
Gráfico 110: Análisis de riesgo a valor esperado, VAN	168
.....	169
Gráfico 111: Análisis de riesgo a valor “TMAR”, TIR	169
Gráfico 112: Análisis de riesgo a valor esperado, TIR	170

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Comparación de la función de Productos	4
Tabla N.°2: Cuadro de acciones	17
Tabla N.°3: Contenido de Fundamentación Teórica	22
Tabla N° 4: Contenido de Marco Metodológico	37
Tabla N°5: Métodos de investigación	40
Tabla N° 6: Niveles de producto	42
Tabla N° 7: Ventajas y desventajas de estructuras de mercado.....	44
Tabla N° 8: Competidores directos	45
Tabla N° 9: Competidores indirectos	46
Tabla N° 10: Puntos de venta Competencia Directa	50
Tabla N° 11: Puntos de venta Competencia Indirecta	50
Tabla N° 12: Producto Sustituto.....	71
Tabla N° 13: Matriz Grupo Focal.....	94
Tabla N° 14: Datos pasados estimados de demanda potencial	99
Tabla N° 15: Comparación de R cuadrado de las regresiones.....	103
Tabla N° 16: Matriz de la demanda potencial.....	103
Tabla N° 17: Ventajas y desventajas de las Estrategias de Precios.....	111
Tabla N° 18: Matriz Factores Ponderados de Estrategias de precios.....	113
Tabla N° 20: Costos maquinaria, muebles y enseres.....	120
Tabla N° 21: Costos materia prima e insumos	123
Tabla N° 22: Costos unitarios para la preparación de cada 200 ml del Jarabe Resfrinol.....	123
Tabla N° 23: Costos infraestructura	124
Tabla N°24: Costos de comercialización.....	125
Tabla N° 25: Manual de funciones Gerente General.....	143
Tabla N° 26: Manual de funciones Jefe de Laboratorio.....	145
Tabla N° 27: Manual de funciones Jefe de Marketing y Ventas.....	146
Jefe de Marketing y Ventas	146
Tabla N° 28: Manual de funciones Técnicos de Laboratorio	147
Técnico de laboratorio	147
Tabla N° 29: Manual de funciones de Encargado de Inventario y Almacenes.....	148
Técnico de laboratorio	148
Tabla N° 30: Manual de funciones de Encargado distribución y logística.....	149
Técnico de laboratorio	149
Tabla N° 31: Manual de funciones de Encargado de limpieza	150

Técnico de laboratorio	150
Tabla N° 32: Planilla de sueldos	151
.....	151
Tabla N° 33: Inversión en infraestructura	153
Tabla N° 34: Inversión en maquinaria y equipo.....	154
Tabla N°35: Inversión en muebles y enseres.....	155
Tabla N°36: Inversión en activos diferidos	156
Tabla N°37: Resumen de la estructura de inversión	156
Tabla N°38: Capital de trabajo.....	156
Tabla N°39: Estructura de financiamiento.....	157
Tabla N°40: Cronograma de inversión	158
Tabla N°41: Consolidado de depreciaciones	158
.....	158
Tabla N°42: Proyección de ingresos	159
Tabla N°43: Proyección de estado de resultados	159
Tabla N°44: Pérdidas y ganancias.....	160
Tabla N°45: Flujo de Caja.....	160
Tabla N°46: Valor Actual Neto.....	161
Tabla N°47: Tasa Interna de Retorno	161
Tabla N°48: Indicador Costo- Beneficio	162
Tabla N°49: Punto de Equilibrio	162
Tabla N°50: Flujo de Caja Escenario Optimista	164
Tabla N°51: Indicadores Escenario Optimista.....	164
Tabla N°52: Flujo de Caja Pesimista	165
Tabla N°53: Indicadores Escenario Pesimista	165

ÍNDICE DE FÓRMULAS

Fórmula N.º1: Fórmula del Valor Actual Neto (VAN).....	34
Fórmula N.º2: Fórmula de la Tasa Interna de Retorno (TIR)	35
Fórmula N.º3: Fórmula Cálculo del período de recuperación de capital	35
Fórmula N.º4: Cálculo del punto de equilibrio	35
Fórmula N.º5: Cálculo muestral	41
Fórmula N.º6: Ecuación de la demanda potencial	100
Fórmula N.º7: Desarrollo porcentual de la demanda.....	118
Fórmula N.º8: Exponente del factor de la demanda	118
Fórmula N.º9: Período óptimo.....	118
Fórmula N.º10: Tamaño óptimo.....	118

CAPÍTULO 1

GENERALIDADES

1.1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad el Servicio Departamental de Salud SEDES La Paz informó la situación epidemiológica en el departamento de La Paz correspondiente a la semana epidemiológica número 16, donde en casos de COVID-19 se registra una disminución en relación a la pasada semana con 13 casos, en relación a las Enfermedades Diarreicas EDAs se reportaron 2.470 casos e IRAs 23.352, lo que significa un incremento del 15 %, esto debido al cambio de temperaturas que se registra en esta época (SEDES LA PAZ, 2024). Dentro de las IRAS, se encuentra la infección de las vías respiratorias (resfriado común o URI, por sus siglas en inglés).

Así como han subido los casos de infecciones respiratorias, también la demanda para los medicamentos indicados para su tratamiento se ha incrementado en las últimas semanas; los remedios más requeridos son antigripales y antifebriles. La presidente de la Asprofar La Paz, Silvia Heredia, informó que las temperaturas bajas provocaron un aumento de Infecciones Respiratorias Agudas (IRA) que derivó en un incremento en la demanda de hasta 90% de los medicamentos para contrarrestar los efectos (LA RAZÓN, 2023).

La Fitoterapia se define como la utilización de los productos de origen vegetal con finalidad terapéutica, para prevenir, aliviar o curar un estado patológico, o con el objetivo de mantener la salud (SOCIEDAD ESPAÑOLA DE FITOTERAPIA, 2019).

El Ministerio de Salud y Deportes inició una campaña con el objetivo de estimular en la población el uso de la medicina tradicional para combatir la enfermedad del coronavirus (COVID-19) (Ministerio de Salud y Deportes, 2024).

Detalló que entre las plantas que se pueden sugerir a la población de acuerdo a sus pisos ecológicos están la Menta, el Eucalipto, la Guayaba, el Paquió, Tomillo, la Muña, la Albahaca, la balsamina, esta última que puede ser utilizada como un antiviral y se encuentra en todas las praderas de Santa Cruz (Ministerio de Salud y Deportes, 2024). Por este motivo el presente estudio de factibilidad tiene como objetivo demostrar la necesidad del mercado paceño de adquirir un producto fitoterapéutico natural para

tratar la sintomatología de los resfriados que permite tratamientos menos agresivos en los pacientes.

La empresa se dedicará a producir y comercializar el producto Jarabe Fitoterapéutico dirigido a la ciudad de La Paz- Bolivia, para atacar el problema de salud infección de las vías respiratorias (resfriado común o URI, por sus siglas en inglés). El producto mencionado tiene la función de aliviar los síntomas del resfriado en general de manera natural como principal ventaja, actuando de manera más rápida en el organismo, eficaz y segura, gracias a su composición a base de extractos de plantas naturales (malva, eucalipto y wira wira).

1.2. ANTECEDENTES

1.2.1. ANTECEDENTES TEMÁTICOS

El sector farmacéutico es uno de los más importantes y grandes del país, cuenta con varios actores, entre laboratorios nacionales, importadores, distribuidores, farmacias independientes y en cadena, hospitales públicos y privados, instituciones gubernamentales, Organizaciones No Gubernamentales (ONG), seguros médicos y otros especialistas privados (NUEVA ECONOMÍA, 2023).

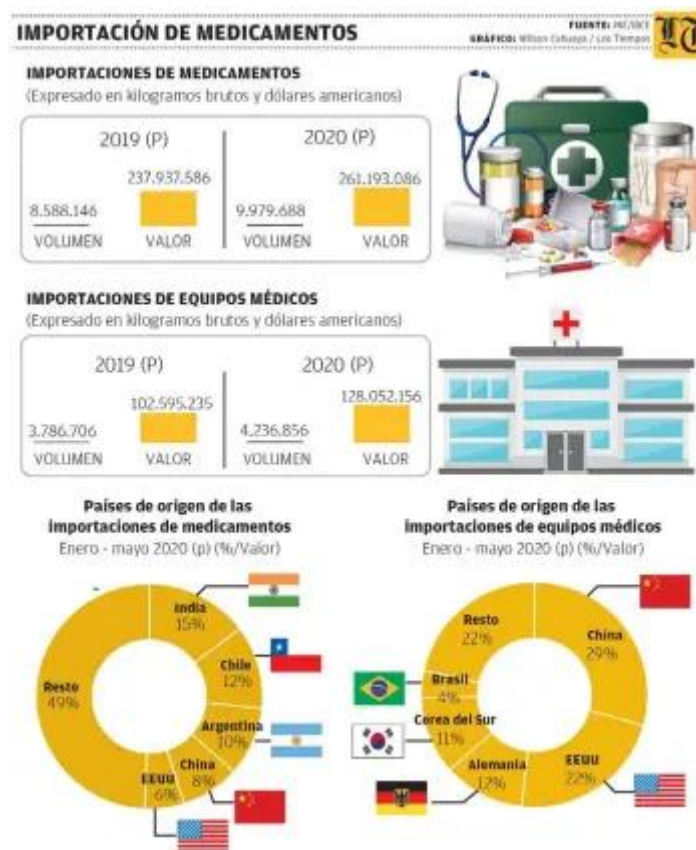
La pandemia del coronavirus dejó en crisis a varios rubros económicos, pero desarrolló e hizo crecer otros como la industria farmacéutica nacional, que incrementó su producción hasta en 60 por ciento, informó el presidente de la Cámara de la Industria Farmacéutica Boliviana (Cifabol), Víctor Hugo Ayllón (LOS TIEMPOS, 2021).

En Bolivia, el sistema de salud no estaba preparado para enfrentar al SARS-Cov-2 en el año 2020, en el mes de mayo, la cantidad de contagios se disparó. Para junio, los hospitales y las clínicas comenzaron a colapsar, y las imágenes de personas que fallecían en las calles circularon en la prensa internacional. El mismo camino le siguieron los cementerios, funerarias y crematorios. A la falta de médicos y enfermeros, se sumó el incremento en los precios de las medicinas, las colas en las farmacias y la aparición de curas mágicas (NAVEGADOR INDÍGENA, 2021).

En este contexto, los pueblos indígenas del Estado Plurinacional de Bolivia que habitan en áreas rurales acudieron a la sabiduría ancestral, la medicina tradicional y las plantas medicinales para aumentar las defensas y evitar tener que concurrir a las ciudades, donde circulaba el virus. De este modo, las y los abuelos revitalizaron el

conocimiento indígena: se dieron cuenta de su valor, le dieron una nueva vida y lo compartieron con los más jóvenes (NAVEGADOR INDÍGENA, 2021).

Gráfico N°1: Crecimiento industria farmacéutica en 60%



Fuente: (LOS TIEMPOS, 2021)

1.2.2. ANTECEDENTES DEL SECTOR

Se realizó una búsqueda en las farmacias de la Ciudad de La Paz y no se encontró ningún producto similar o que se relacione al Jarabe planteado que es un producto fitoterapéutico derivado de los extractos de plantas medicinales. Se considera que no existe actualmente en la Ciudad de La Paz un producto igual al jarabe a base de plantas medicinales, respecto a la competencia directa en productos naturales son el Propóleo y Echinacea en gotas que tratan la sintomatología de resfriado en la garganta.

En función el jarabe fitoterapéutico es para la Infección de vías respiratorias (resfriado común), en cambio los jarabes actuales en el mercado son sólo para la afección de la

tos, incluido uno existente en la Ciudad de Cochabamba que es natural pero sólo para tratar la tos.

Respecto a la competencia indirecta existen jarabes que tratan un solo síntoma del resfriado que es la afección de la tos en el mercado paceño, pero no tratan todos los síntomas en general de la infección de las vías respiratorias (resfriado común o URI), también se encuentran los antigripales en todas sus presentaciones (tabletas y sobres en polvo). Por lo tanto, en base a las herramientas de la observación y recopilación de información en las cadenas de farmacias acerca de los productos competidores.

El Pectoral VITA es un jarabe para adultos que controla la tos improductiva o irritativa (repetitiva y que irrita la garganta) y al favorecer efectivamente el paso de los fluidos, calma las molestias de la tos. Viene en dos presentaciones, Pectoral Compuesto VITA y Pectoral Simple VITA.

También está como competencia indirecta el Jarabe TUSIGEN de BAGÓ que sirve para un alivio sintomático de la tos en condiciones como resfrío común, bronquitis asmátiforme, bronquiolitis, laringotraqueobronquitis, bronquitis crónica y aguda, tos irritativa.

Y finalmente el Jarabe Quita Tos del laboratorio Artesanal Ecológico Vidal ubicado en la Ciudad de Cochabamba ofrece un jarabe elaborado en base a los extractos de wira wira y muña, aceite de copaibo y majo, sangre de drago, aceites esenciales, miel de abeja y otros. Que sirve únicamente para aliviar la afección de la tos.

Como se ve estos productos solo alivian uno de los muchos síntomas del resfriado que es la tos, en cambio el Jarabe Fitoterapéutico planteado alivia todos los síntomas en general del resfriado.

Tabla N° 1: Comparación de la función de Productos

Producto	Función
Jarabe Fitoterapéutico	Los estudios apuntan a que alivia el picor de garganta, alivia las afecciones de las vías respiratorias y contribuye a una respiración normal.
Propóleo en gotas	Analgésico antiséptico bucofaríngeo.
Echinacea en gotas	Previene el resfriado común y alivia los síntomas de la fiebre alta.
Quitatos	Expectora flemas.
Pectoral VITA	Controla la tos de resfriado.
Tusigen	Alivia la tos de resfriado.
Antigripales (tableta o sobre)	Analgésico, antihistamínico, descongestionante, antigripal.

Fuente: Elaboración propia en base a la posología de los productos

COMPETENCIA INDIRECTA:

VITA S.A. (Pectoral)

Gráfico N.º 2: Jarabe Pectoral



Fuente: Laboratorios VITA (2019)

El Jarabe Pectoral Vita controla la tos de resfriado.

BAGÓ (TUSIGEN INFANTIL)

Gráfico N.º 3: Jarabe TUSIGEN



Fuente: Laboratorios BAGÓ (2019)

El jarabe Tusigen alivia la tos de resfriado.

ANTIGRIPALES EN TABLETAS Y SOBRES

Gráfico N.º 4: Antigripal en sobre Refrianex



Fuente: Laboratorios BAGO (2024)

El Refrianex en sobre es un analgésico, antihistamínico, descongestionante, antigripal.

Gráfico N.º 5: Antigripal en sobre Refrianex



Fuente: Laboratorios BAGO (2024)

El Refrianex en tableta es un analgésico, antihistamínico, descongestionante, antigripal.

COMPETENCIA DIRECTA

QUITA TOS (EXPECTORANTE)

Gráfico N.º 6: Jarabe QUITA TOS



Fuente: Laboratorio Artesanal Ecológico Vidal (2017)

El jarabe Quitatos expectora flemas.

Gráfico N.º 7: Propóleo en gotas



Fuente: Farmacorp (2024)

El propóleo en gotas es un analgésico antiséptico bucofaríngeo.

ECHINACEA EN GOTAS

Gráfico N.º 8: Propóleo en gotas



Fuente: Droguería INTI

La echinacea en gotas previene el resfriado común y alivia los síntomas de la fiebre alta.

Gráfico N.º 9: Cuadro comparativo

	JARABE FITOTERAPEÚTICO	JARABES ANTITUSIVOS	ECHINACEA EN GOTAS	PROPÓLEO EN GOTAS	ANTIGRIPALES
Congestión nasal	✓	✗	✗	✗	✓
Estornudos	✓	✗	✗	✗	✓
Dolor de garganta	✓	✓	✗	✗	✓
Tos	✓	✓	✓	✓	✓
Goteo nasal	✓	✗	✗	✗	✓

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la tabla comparativa los productos que tratan toda la sintomatología de los resfriados son el Jarabe Fitoterapéutico (natural) y los Antigripales en tabletas o sobre (fármacos).

1.2.3. ANTECEDENTES ACADÉMICOS

Título: Diseño de un jarabe expectorante natural a base de Eucalipto para personas con afecciones respiratorias en Santa cruz de la sierra.

Autores: Paredes Callisaya Carla Patricia, Rodríguez Rossel María del Pilar y Zuna Calle Manfred.

Tutor: Msc. Ing. Juan Pablo Amaya Silva

Año: 2020

Objetivo General: Diseñar un jarabe expectorante natural a base de eucalipto para adultos con afecciones respiratorias en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra.

Resultados: El mercado potencial, mediante el cual el producto es aceptado, se estima un rango de edad entre 18 y 59 años, el establecimiento en el cual un consumidor incurriría en adquirir el producto es en una farmacia o mercados. Nuestra estrategia para productos se diferencia porque los consumidores valoran los productos que son naturales, además que presentara una efectividad al menor costo del mercado.

Los costos para su elaboración son bajos, siendo que se ha realizado pruebas pilotos y no una producción por lote, donde se estima que bajara un 30% a un 40 % aún más los costos.

Las ganancias obtenidas para la venta al público en una presentación de 200 ml con un precio sugerido por la población cruceña de 30 bs (siendo de los precios más bajos en el mercado) llega a ser del 83% aproximadamente, generando una gran rentabilidad.

En el trabajo citado se puede evidenciar que en el mercado boliviano sí existe aceptación de este tipo de productos que son a base de plantas medicinales, porque son naturales para las afecciones respiratorias (resfriados), por lo tanto, existe oportunidad de ingreso y aceptación del mercado.

1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.3.1. IDENTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD

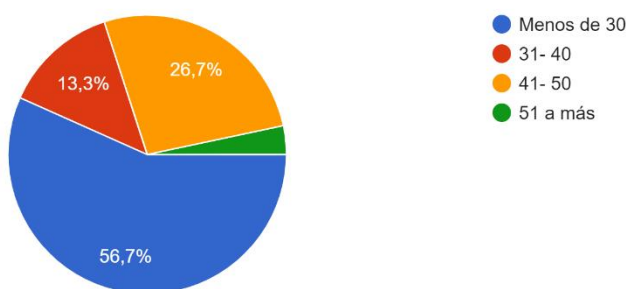
Como se citó anteriormente existe un crecimiento en el sector farmacéutico, además del incremento de infecciones de las vías respiratorias (resfriado común) en la ciudad de La Paz por la variación de las temperaturas. Por otro lado, las autoridades del Ministerio de Salud y Deportes incentivan a la población boliviana el uso de plantas medicinales para tratar los resfriados, influenza y COVID- 19.

Además, que actualmente existe un desabastecimiento de medicamentos por diferentes factores y el mercado demanda productos para tratar sus resfriados.

Por lo tanto, se realizó una encuesta de sondeo a 30 personas en la Ciudad de La Paz, para identificar la aceptación del Jarabe Fitoterapéutico Resfrinol (a base de plantas naturales), a continuación, los resultados:

Gráfico N.º 10: Edad

Edad
30 respuestas

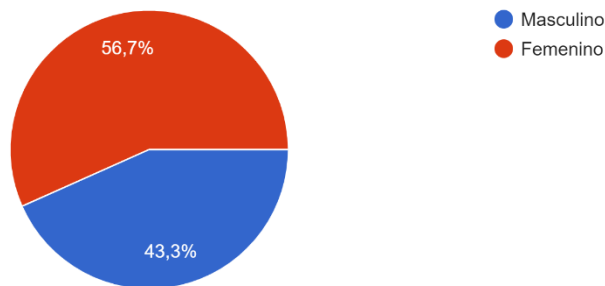


Fuente: Elaboración propia

El 56,7% de los encuestados tiene menos de 30 años, el 13,3% se encuentra entre 31 a 40 años, el 26,7% tiene entre 41 a 50 años y por último el 3,3% tiene 51 años a más. Para identificar que las necesidades y preferencias de estos grupos de edades son distintas.

Gráfico N.º 11: Género

Género
30 respuestas

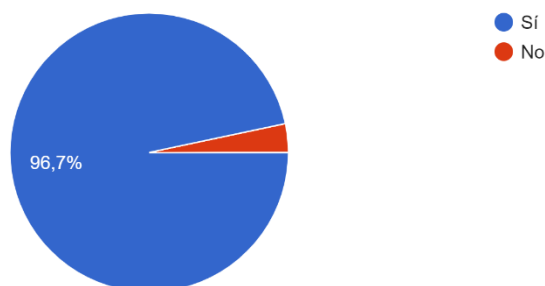


Fuente: Elaboración propia

El 56,7% de los encuestados corresponde al género femenino y el 43,3% son del género masculino. Para identificar que las necesidades y preferencias de los géneros son distintas.

Gráfico N.º 12: Respuesta a el último año ¿Contrao un resfrío?

El último año, ¿usted contrao un resfrío?
30 respuestas



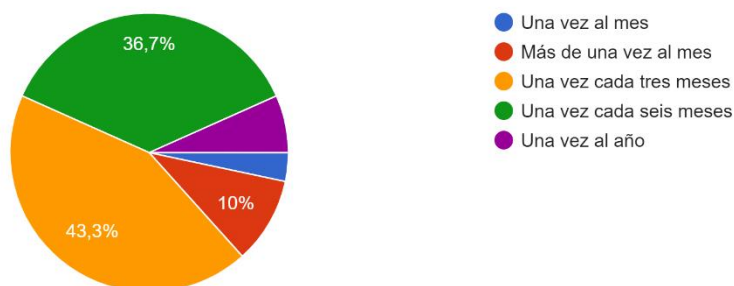
Fuente: Elaboración propia

Se evidencia que el 96,7% de los encuestados contrao un resfrío en el año 2024 y sirve para identificar que al existir resfriados en el último año los existirá demanda productos para tratar el resfriado.

Gráfico N.º 13: ¿Cada cuánto se resfría?

¿Cada cuánto se resfría?

30 respuestas



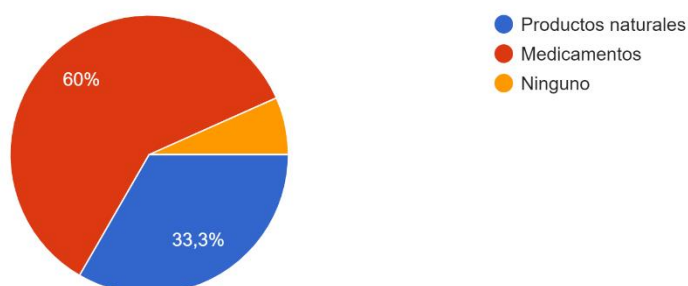
Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que el 43,3% de ellos encuestados se resfría una vez cada tres meses, el 36,7% se resfría cada seis meses, el 10% más de una vez al mes, el 6,7% una vez al año y el 3,3% se resfría una vez al mes. Por lo tanto, existe la probabilidad que el mercado paceño contrae un resfriado al menos 4 veces al año y sirve para identificar la frecuencia de resfriados, por lo tanto, la demanda de productos para tratar el resfriado.

Gráfico N.º 14: Tipo de productos que usan para aliviar el resfriado

¿Qué tipo de producto utiliza para aliviar y sanar su resfriado?

30 respuestas



Fuente: Elaboración propia

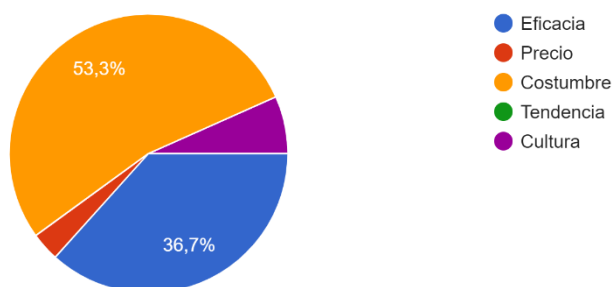
Los encuestados respondieron que los tipos de productos que utilizan para aliviar sus resfriados son medicamentos con el 60%, productos naturales con el 33,3% y el 6,7%

no utiliza ninguno, todo esto sirve para identificar las preferencias de los consumidores.

Gráfico N.º 15: Motivos por los que usan el producto para tratar su resfriado

En función a su anterior respuesta ¿por qué usa ése producto?

30 respuestas



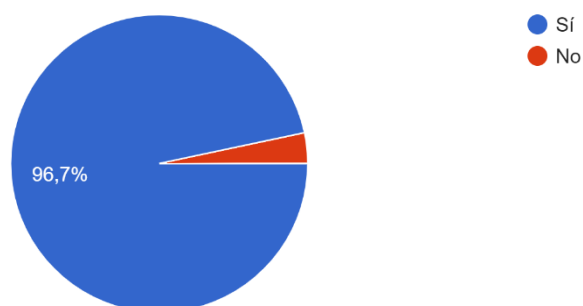
Fuente: Elaboración propia

Se observa que el 56,3% de los encuestados utilizan el producto que prefieren para su tratamiento de resfriado por costumbre, el 36,7% por eficacia, el 6,7% por cultura y el 3,3% por precio. Por lo tanto, esta pregunta servirá para crear la imagen de la marca.

Gráfico N.º 16: Respuesta de reemplazamiento al tratamiento actual por el Jarabe Fitoterapéutico

¿Usted reemplazaría el tratamiento que utiliza por un Jarabe a base de plantas naturales agradable con el organismo sin químicos que le permita sanar...esfriado con mayor eficiencia que los fármacos?

30 respuestas

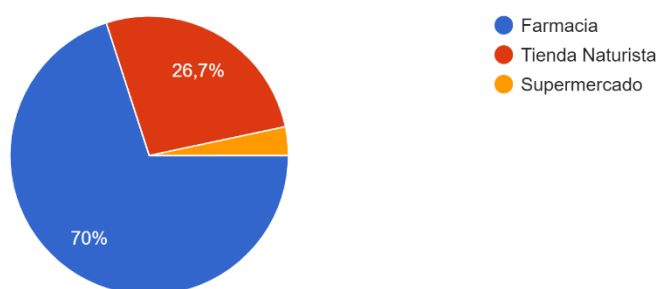


Fuente: Elaboración propia

Se evidencia que el 96,7% de los encuestados están dispuestos a reemplazar su tratamiento actual con el Jarabe fitoterapéutico que es base de plantas medicinales sin químicos. Por lo tanto, esta pregunta sirve para saber si el público demandará el Jarabe Fitoterapéutico Resfrinol.

Gráfico N.º 17: Lugar de compra de productos naturales para el resfriado

¿Usted dónde compra productos naturales para tratar su resfriado?
30 respuestas

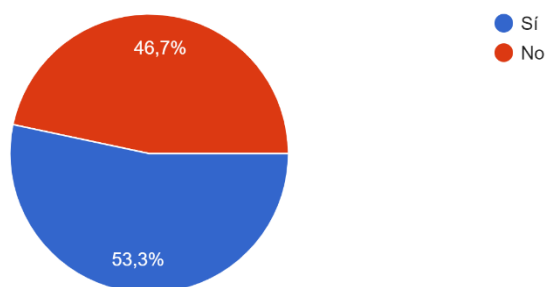


Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que los encuestados compran productos naturales para tratar su resfriado principalmente en farmacias con un 70%, en tiendas naturistas con el 26,7% de respuestas y supermercados con un 3,3%. Por lo tanto, mediante esta pregunta se podrá visualizar la distribución del Jarabe Fitoterapéutico Resfrinol.

Gráfico N.º 18: Satisfacción con productos adquiridos para el resfriado

Actualmente, ¿usted se siente satisfecho con los productos que adquiere para tratar su resfriado?
30 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Se observa que el 56,3% de los encuestados se encuentran satisfechos con el producto que utilizan para tratar su resfriado y el 46,7% no se encuentran satisfechos con el tratamiento que utilizan, es decir existe una pequeña brecha de diferencia (9,6%) entre las respuestas. Por lo tanto, esta pregunta sirve para visualizar si existe una necesidad u oportunidad en el mercado.

Después de analizar los resultados de la encuesta de sondeo, se deduce que los encuestados contrajeron un resfriado en el último año, por lo menos 4 veces al año, utilizan para tratar su resfriado medicamentos y productos naturales por costumbre y eficacia; también compran los productos para tratar su resfriado en farmacias y tiendas naturistas. Además, que el 96,7% de los encuestados está dispuesto a reemplazar su tratamiento actual que utiliza por el jarabe fitoterapéutico a base de plantas medicinales sin químicos que no le dañe el organismo a largo plazo. Por último, los encuestados indicaron que están satisfechos con el tratamiento que utilizan con el 56,3% y que no están satisfechos con el 46,7%.

En conclusión, en base a las encuestas de sondeo realizadas se deduce por el momento que existe aceptación para el producto además que existe la necesidad de un producto en el mercado como el Jarabe Fitoterapéutico Resfrinol (a base de plantas medicinales) que no deteriore el organismo a largo plazo.

1.3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Según (MedlinePLus, 2022) el hígado ayuda al cuerpo a descomponer ciertos medicamentos. Estos incluyen a algunos medicamentos que se compran sin receta o que su proveedor de atención médica le receta. Sin embargo, el proceso es más lento en algunas personas. Esto puede hacer las personas sean más propensas a presentar daño hepático. Algunos medicamentos pueden causar hepatitis con pequeñas dosis, aun cuando el sistema de descomposición del hígado esté normal. Las dosis grandes de medicamentos pueden dañar un hígado normal. Muchos medicamentos diferentes pueden producir daño hepático.

Además, actualmente Bolivia enfrenta una dependencia de las importaciones para cubrir su demanda de medicamentos, la falta de tecnología, la escasez de dólares y la burocratización obstaculizan el normal abastecimiento de los medicamentos

necesarios para cubrir la demanda del sistema de salud a nivel nacional (LOS TIEMPOS, 2024).

La jefa de la Unidad de Investigaciones Defensoriales, Susana Salinas informó que la normativa vigente, el Ministerio de Salud transfiere recursos a los gobiernos autónomos departamentales cada cuatro meses a través del Sistema Único de Salud (SUS). Estos fondos son posteriormente enviados a los hospitales de tercer nivel, que inician los procesos de compra conforme al Decreto Supremo 4505, que prioriza la compra de productos hechos en Bolivia.

"Este decreto ha traído ciertas dificultades en los procesos de adquisición de medicamentos", indicó Salinas, quien agregó que la burocratización y las limitaciones en la producción local complican el abastecimiento normal de medicamentos. Los medicamentos importados, especialmente los oncológicos y la materia prima para otros fármacos, se compran en moneda extranjera, principalmente en dólares, lo que representa otro obstáculo significativo dada la escasez de divisas en el país (LOS TIEMPOS, 2024).

Gráfico N°19: Factores que obstaculizan el abastecimiento de fármacos

Bolivia importa el 55% de medicamentos; tres factores obstaculizan el abastecimiento de los fármacos

País



Fuente: (LOS TIEMPOS, 2024)

Ante todo, lo referenciado, se realizará un estudio de factibilidad para producir y comercializar el jarabe fitoterapéutico (a base de plantas medicinales) que ayudará al mercado paceño a tratar la sintomatología de resfriados de manera natural eficazmente sin deteriorar su salud con componentes químicos agresivos con su organismo, sin precios elevados y fácil acceso al mismo.

1.4. OBJETIVOS Y ACCIONES

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad de la producción y comercialización del jarabe fitoterapéutico a base de plantas medicinales en la Ciudad de La Paz, Bolivia.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar el estudio de mercado
- Desarrollar el estudio técnico
- Desarrollar el estudio organizacional y legal
- Desarrollar el estudio financiero
- Desarrollar la evaluación financiera

1.4.3. ACCIONES DEL PROYECTO

Tabla N.º2: Cuadro de acciones

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACCIONES
Contar con el estudio de mercado	Definir las características del producto
	Determinar la estructura del mercado
	Analizar el mercado
	Analizar la demanda del proyecto en el mercado
	Analizar los precios del mercado
	Determinar la demanda del proyecto
	Definir las estrategias de comercialización

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACCIONES
	Proponer la estrategia de comercialización
Realizar estudio técnico	Caracterizar técnicamente el producto
	Determinar el tamaño óptimo de la planta
	Definir la localización de la planta
	Describir el programa de producción
	Determinar el requerimiento de la maquinaria, equipo, suministros e insumos
	Elaborar la distribución de las instalaciones
Plantear el estudio legal organizacional	Definir el marco legal
	Determinar la estructura organizacional
	Elaborar el manual de funciones
	Determinar los requerimientos de administración
Realizar el estudio económico financiero	Definir la estructura de inversión
	Establecer la estructura de inversión
	Determinar los costos estimados
	Calcular el precio
	Determinar ingresos estimados
	Determinar el estado de pérdidas y ganancias
	Realizar el flujo de caja
	Elaborar el estado de resultados con y sin financiamiento
	Elaborar el flujo de caja con o sin financiamiento

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACCIONES
Evaluar la viabilidad del proyecto Jarabe Fitoterapéutico en la ciudad de La Paz	Calcular el VAN
	Calcular el TIR
	Determinar el periodo de recuperación del capital
	Determinar el punto de equilibrio
	Realizar el análisis de sensibilidad del proyecto

Fuente: Elaboración propia

1.5. JUSTIFICACIÓN

1.5.1. JUSTIFICACIÓN SOCIAL

La principal justificación es que el jarabe fitoterapéutico que es a base de plantas medicinales las cuáles no contienen elementos químicos y no son agresivas con el organismo humano de los consumidores como los medicamentos o jarabes convencionales.

Todo lo mencionado se justifica con la fuente de PromoFarma que afirma que la Fitoterapia utiliza productos menos potentes y agresivos que los fármacos de laboratorio. Así, se considera la fitoterapia como un tratamiento suave y poco agresivo (PromoFarma, 2016).

Además, que se encontrará al alcance de los consumidores sin precios elevados. Este proyecto ayudará a la generación de empleo.

1.5.2. JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA

El presente proyecto generará beneficios económicos para los proveedores y los empleados del proyecto planteado, además de contribuir al crecimiento del país.

1.5.3. JUSTIFICACIÓN TÉCNICA

Para la elaboración del proyecto se tienen conocimientos en el área de administración, marketing, investigación de mercados, contabilidad de costos, gestión de proyectos y finanzas.

1.6. ALCANCE

1.6.1. ALCANCE TEMÁTICO

- Al realizar el estudio de mercado se trabajará niveles de producto, estructuras de mercado, análisis de oferta, análisis de la demanda, análisis de precios, proyección de la demanda, marketing mix y estrategias de marketing para determinar el comportamiento del mercado.
- Al realizar el estudio técnico se trabajará fichas técnicas, tamaño del proyecto, macro y micro localización, diagrama de flujo, logística de producción y distribución de planta lay out para saber dónde abrir la planta, características, distribución interna y proceso productivo.
- Al realizar el estudio legal organizacional se trabajará tipos de sociedades empresariales, organigrama, planillas de sueldos y salarios, y estructura de inversión para conocer los requisitos para el funcionamiento de la empresa.
- Al realizar el estudio económico financiero se trabajará estructura de financiamiento, estructura de costos, precio de venta, proyección de ingresos, estado de pérdidas y ganancias, flujos de caja y estado de resultados para
- Al realizar la evaluación de la factibilidad del proyecto Jarabe Fitoterapéutico en la ciudad de La Paz” se trabajará la VAN, TIR, período de recuperación, punto de equilibrio y análisis de sensibilidad para saber si el estudio de factibilidad es rentable.

1.6.2. ALCANCE GEOGRÁFICO

El trabajo de campo se realizará en el área metropolitana de la Ciudad de La Paz, el segmento se encuentra específicamente los macro distritos sur y centro debido a su densidad geográfica.

Las instalaciones para la producción del jarabe estarán ubicadas en la Ciudad de La Paz y los proveedores de los insumos de producción de igual manera se encuentran en la ciudad.

1.6.3. ALCANCE TEMPORAL

El proyecto comenzó en el segundo semestre del año 2024 y finalizará a finales del primer semestre del año 2025.

Se recolectará información en base a fuentes de información entre el año 2012 al año 2024.

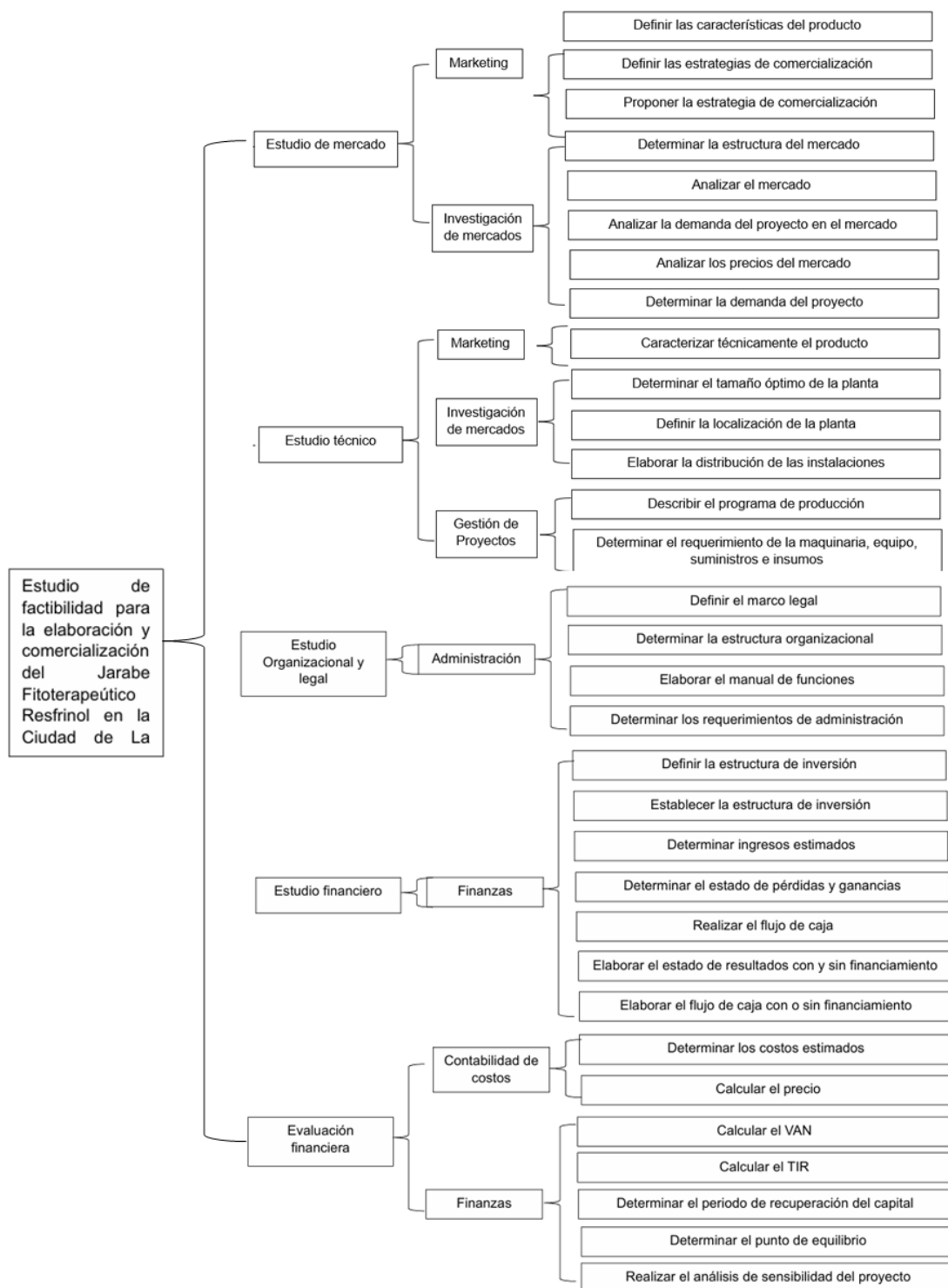
La propuesta del proyecto tiene validez de 5 años, posteriormente se renovará.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

2.1. ESQUEMA DEL MARCO TEÓRICO

Gráfico N°20: Esquema Marco teórico



Fuente: Elaboración propia

2.2. CONTENIDO DEL MARCO TEÓRICO

Tabla N.º3: Contenido de Fundamentación Teórica

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACCIONES	FUNDAMENTO TEÓRICO
Contar con el estudio de mercado	Definir las características del producto	Marketing
	Determinar la estructura del mercado	Investigación de Mercados
	Analizar el mercado	Investigación de mercados
	Analizar la demanda del proyecto en el mercado	Investigación de mercados
	Analizar los precios del mercado	Investigación de Mercados
	Determinar la demanda del proyecto	Investigación de Mercados
	Definir las estrategias de comercialización	Marketing
	Proponer la estrategia de comercialización	Marketing
Realizar estudio técnico	Caracterizar técnicamente el producto	Marketing
	Determinar el tamaño óptimo de la planta	Investigación de Mercados
	Definir la localización de la planta	Investigación de Mercados
	Describir el programa de producción	Gestión de Proyectos
	Determinar el requerimiento de la maquinaria, equipo, suministros e insumos	Gestión de Proyectos
	Elaborar la distribución de las instalaciones	Investigación de Mercados
Plantear el estudio legal organizacional	Definir el marco legal	Administración
	Determinar la estructura organizacional	Administración
	Elaborar el manual de funciones	Administración
	Determinar los requerimientos de administración	Administración

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACCIONES	FUNDAMENTO TEÓRICO
Realizar el estudio económico financiero	Definir la estructura de inversión	Finanzas
	Establecer la estructura de inversión	Finanzas
	Determinar los costos estimados	Contabilidad de Costos
	Calcular el precio	Contabilidad de Costos
	Determinar ingresos estimados	Finanzas
	Determinar el estado de pérdidas y ganancias	Finanzas
	Realizar el flujo de caja	Finanzas
	Elaborar el estado de resultados sin financiamiento	Finanzas
	Elaborar el flujo de caja sin financiamiento	Finanzas
Evaluar la viabilidad del proyecto Jarabe Fitoterapéutico en la ciudad de La Paz	Calcular el VAN	Finanzas
	Calcular el TIR	Finanzas
	Determinar el periodo de recuperación del capital	Finanzas
	Determinar el punto de equilibrio	Finanzas
	Realizar el análisis de sensibilidad del proyecto	Finanzas

Fuente: Elaboración propia

2.3. DESARROLLO DEL MARCO TEÓRICO

2.3.1. Sustento teórico para el Estudio de Mercado

2.3.1.1. Marketing

Gráfico N° 21: Marketing del estudio de mercado



Fuente: Elaboración propia

Niveles de producto. – Es un marco utilizado para analizar y comprender los diferentes aspectos o niveles de un producto o servicio que los clientes perciben y valoran. Ayuda a las empresas a adaptar sus estrategias de marketing para satisfacer las necesidades de los clientes de forma eficaz (Four Week MBA, 2024).

Los 5 niveles de producto son: Beneficio básico (beneficio fundamental que el cliente requiere), producto genérico (versión básica del producto), producto esperado (conjunto de atributos esperados por el cliente), producto aumentado (beneficios que distinguen la oferta) y producto potencial (todos los aumentos que ocurre en un producto y su evolución) (Philip Kotler).

Todo lo mencionado se aplicará para identificar y adaptar la percepción del cliente acerca del Jarabe Fitoterapéutico y desarrollar una buena estrategia de producto.

Marketing Mix. – El Marketing Mix o mezcla de la mercadotecnia: producto, precio, plaza y promoción, consiste en el conjunto de actividades destinadas a la promoción y comercialización de la marca o el producto en el mercado. Siempre teniendo en cuenta las 4P's y con un objetivo claro: atraer y fidelizar al cliente gracias a la satisfacción de sus necesidades (Biztech School, 2024).

En estrategias de producto se tiene: estrategia ampliación de línea de producto, estrategia reducción de línea de producto, estrategia extensión de marca, estrategia innovación de productos, estrategia productos de bajo costo, estrategia de productos premium y la estrategia de productos de nicho (Doofinder, 2024).

En estrategias de precios se tiene: estrategia de precios reducidos, estrategia de precios competitivos, estrategia de precios dinámicos, estrategia de precios basado en el valor, estrategia de precios de penetración, estrategia de precios de economía, estrategia de precios prémium, estrategia de precios basada en costos, estrategia de precios freemium y la estrategia de precios basada en proyectos (Coursera, 2023).

En estrategias de plaza se tiene: estrategia de distribución intensiva, estrategia de distribución selectiva, estrategia de distribución exclusiva, estrategia de distribución directa y estrategia de distribución indirecta (Simpli route, 2022).

Por último, en estrategias de promoción se tiene: estrategia de promociones de precio, estrategia de promociones de regalo, estrategia promociones personales y estrategia de cupones (Desnudando el Marketing, s.f.).

Todo lo mencionado se aplicará para introducir efectivamente el Jarabe Fitoterapéutico en el mercado paceño.

Estrategia de Marketing. - Las estrategias de marketing son métodos, planificaciones operativas que trazan y describen procedimientos diseñados para que una empresa pueda lograr objetivos de marketing específicos a corto, mediano o largo plazo. Entre los tipos de estrategias más comunes se encuentran: estrategias de marketing funcional, estrategias de branding o posicionamiento de marca, estrategias de marketing comprometido, estrategias de segmentación de mercado y estrategias de marketing digital.

Todo lo mencionado se aplicará para posicionar el Jarabe Fitoterapéutico Resfrinol en el mercado paceño.

2.3.1.2. Investigación de mercados

Gráfico N° 22: Investigación de mercados del Estudio de Mercado



Fuente: Elaboración propia

Estructuras de mercado. – La estructura del mercado describe cómo las empresas se diferencian y clasifican según los tipos de bienes que venden (homogéneos/heterogéneos) y como sus operaciones se ven afectadas por factores y elementos externos y los siguientes son los principales: competencia perfecta (mercado en el que hay muchos compradores y vendedores sin barreras de entrada), competencia monopolística (muchos vendedores productos estrechamente relacionados pero diferenciados), oligopolio (pequeño número de empresas controla la mayor cuota de mercado) y monopolio (un solo vendedor de un producto que no tiene sustituto) (Sabry, 2023).

Todo lo mencionado se aplicará para determinar la estructura a la que se adecuará la empresa del Jarabe Fitoterapéutico.

Análisis de oferta. – El análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio, se debe considerar número de productores, localización y calidad y precios de los productos (Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo, 2024).

El análisis mencionado se realizará para analizar la oferta del mercado al que se requiere introducir el Jarabe Fitoterapéutico.

Análisis de la demanda. – El análisis de la demanda tiene como objetivo principal medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado, con respecto a un bien o servicio y como este puede participar para lograr la satisfacción de dicha demanda,

se considera la necesidad del bien real, el precio y el nivel ingreso de la población (Amcham Bolivia, 2024).

El análisis mencionado se realizará para analizar la demanda que tendrá el Jarabe Fitoterapéutico.

Análisis de precios. – El análisis de precios es el proceso de estudiar los precios de los artículos para comprender su valor. Puede utilizarse para determinar la viabilidad de una compra, identificar posibles ofertas o evaluar la eficacia de una campaña de marketing, existen los siguientes tipos de análisis de precios: investigación de mercado (recopilar información sobre un mercado o sector), análisis costo- beneficio (analiza el costo y beneficios de una decisión), análisis de valor (comprender el valor de un producto o servicio), margen de seguridad, retorno de la inversión, período de recuperación (Faster Capital, 2024).

El análisis mencionado se realizará para utilizar la estrategia adecuada para el Jarabe Fitoterapéutico Resfrinol.

Proyección de la demanda. - La proyección de la demanda se refiere a la planificación y previsión de bienes y materiales para que un negocio sea lo más rentable posible, existen los siguientes métodos: proyección de la demanda a nivel macro (analiza condiciones externas económicas generales y fuerzas externas que afecten el negocio), proyección de la demanda a nivel micro (específica para un producto, región o segmento de clientes), proyección de la demanda a corto plazo (micro o macro en un período menor a 12 meses) y la proyección de la demanda a nivel a largo plazo (micro o macro para más de un año) (SAP Integrated Business Planning, 2024).

La proyección mencionada será para estimar de manera adecuada la demanda del Jarabe Fitoterapéutico Resfrinol.

2.3.2. Sustento teórico para el Estudio Técnico

2.3.2.1. Marketing

Gráfico N° 23: Marketing del Estudio Técnico



Fuente: Elaboración propia

Fichas técnicas. - las fichas técnicas son un documento resumido y muy directo que sirve para especificar cuestiones del tipo: modo de empleo, cómo está hecho el producto, cómo debería transportarse o almacenarse, composición/ingredientes, oferta comercial, precios, descuentos, etc (Dwit, 2020).

Este documento será para describir adecuadamente el Jarabe Fitoterapéutico Resfrinol.

2.3.2.2. Investigación de mercados

Gráfico N° 24: Investigación de mercados del Estudio técnico



Fuente: Elaboración propia

Tamaño del proyecto. - El tamaño del proyecto es la capacidad que deberá instalarse para atender satisfactoriamente a la demanda del mercado objetivo y se expresa en volumen de producción o número de unidades que puede alojar, recibir, almacenar o producir una instalación en un periodo de tiempo específico. El tamaño determina los

requerimientos de capital y, por consiguiente, una gran parte del costo fijo y es óptimo cuando opera con costo mínimo o máxima rentabilidad económica (WIX, 2019).

El análisis de tamaño del proyecto ayudará a adecuar la capacidad de la empresa de manera eficiente.

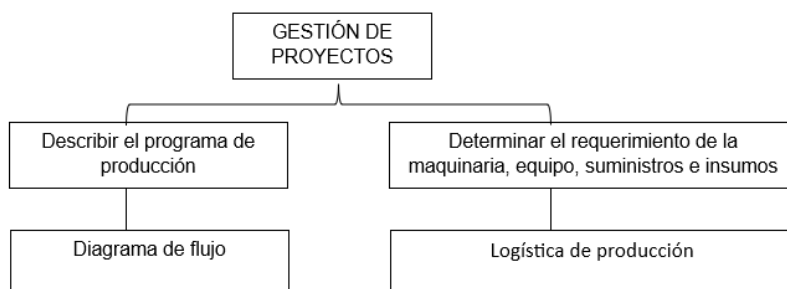
Macro y micro localización. – El objetivo del estudio de la localización de un proyecto es analizar las diferentes alternativas de ubicación espacial, comparar y seleccionar la que aporte los mayores beneficios a la empresa (RPJM Consultoría, 2021).

Macrolocalización (selección de la región, zona o país adecuado para el proyecto) y microlocalización (selección específica del sitio, terreno o fraccionamiento industrial dentro de la región evaluada para ubicar el negocio) (García & Valencia, 2014).

Distribución Lay out. – La distribución en planta o layout consiste en la ordenación física de los factores y elementos industriales que participan en el proceso productivo de la empresa, en la distribución del área, en la determinación de las figuras, formas relativas y ubicación de los distintos departamentos, existen 5 tipos descritos a continuación: distribución de proyecto singular (emplazando estaciones de trabajo o centros de producción alrededor de la secuencia adecuada al proceso), distribución de producción fija (fijo o estático), distribución por grupos autónomos de trabajo (volúmenes de producción para cada producto no son suficientes para justificar la distribución), distribución basada en el producto (niveles de producción elevados, y distribución basada en el proceso (bajo volumen de producción) .

2.3.2.3. Gestión de Proyectos

Gráfico N° 25: Gestión de proyectos del Estudio técnico



Fuente: Elaboración propia

Diagrama de flujo. – El diagrama de flujo es uno de los diagramas más utilizados para representar un proceso o flujo de trabajo. Los diagramas de flujo describen un proceso con una secuencia fija de procesos de trabajo (GBTEC Group, 2024).

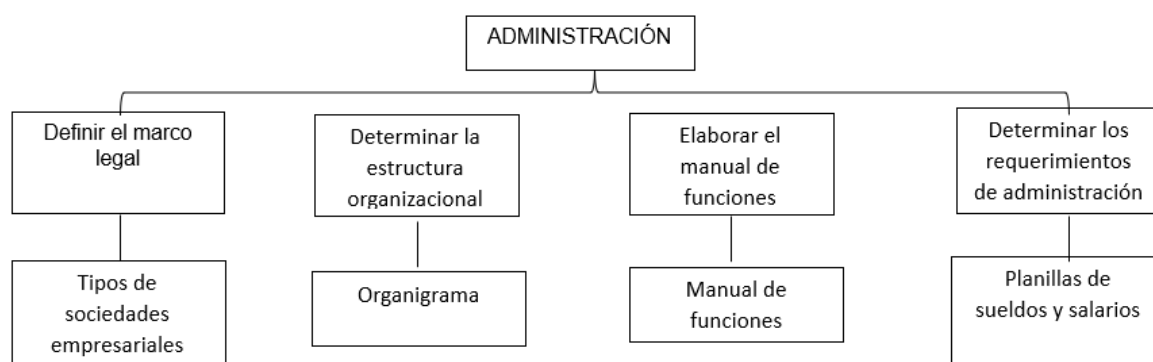
El diagrama mencionado se utilizará para describir el proceso de elaboración del Jarabe Fitoterapéutico.

Logística de producción. - La logística de producción incluye la gestión y optimización de los procesos de almacenamiento, además del movimiento de materiales en las instalaciones vinculadas a un centro de fabricación. En resumen, engloba todos los procesos logísticos surgidos desde la compra de materias primas hasta la creación del producto (Xtravans, 2024).

2.3.3. Sustento teórico para el Estudio Legal Organizacional

2.3.3.1. Administración

Gráfico N° 26: Administración para Estudio Legal Organizacional



Fuente: Elaboración propia

Tipos de sociedades empresariales. – Lo primero que debe saber es que las sociedades empresariales constituyen una persona jurídica, la cual tiene derechos y responsabilidades. Asimismo, puede ser representada judicial y extrajudicialmente (Scotia Bank, s.f.).

Existen las siguientes sociedades comerciales en Bolivia: Sociedad Colectiva. (S.C.), Sociedad en Comandita Simple. (S.C.S.), Sociedad de Responsabilidad Limitada.

(S.R.L.), Sociedad Anónima. (S.A.), Sociedad en Comandita por Acciones. (S.C.A.) y Asociación Accidental o de Cuentas en Participación (SEPREC, 2024).

La información de sociedades empresariales en Bolivia ayudará a escoger la que más se adecue a la empresa.

Organigrama. – Un organigrama muestra la estructura interna de una organización o empresa. Los empleados y sus cargos se representan con rectángulos y otras figuras, a veces incluyen fotos, información de contacto, correo electrónico y enlaces a páginas web, íconos e ilustraciones (Scotia Bank, 2024).

El organigrama ayudará a organizar de manera eficiente la estructura de la empresa del Jarabe Fitoterapéutico.

Manual de funciones. – Un manual de funciones es un documento que se prepara en una empresa con el fin de determinar las responsabilidades y las funciones de los empleados de una compañía (Dijmars Emprendimiento Empresarial, 2024).

El documento mencionado se realizará para detallar las tareas de los empleados de la empresa del Jarabe Fitoterapéutico.

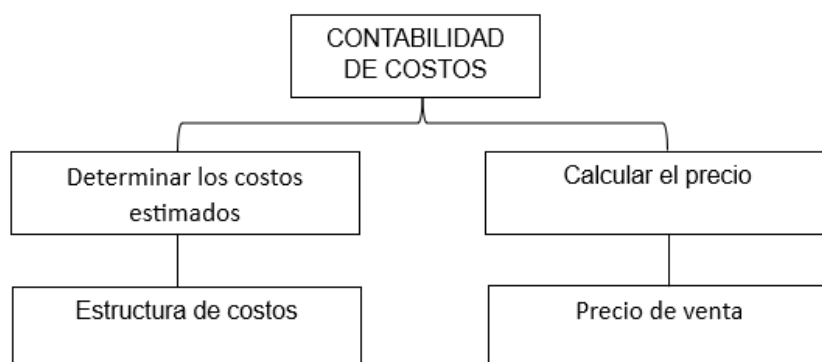
Planillas de sueldos y salarios. – Una planilla de sueldo es una herramienta que permite confeccionar el documento de liquidación de sueldo de una forma más sencilla. En este se especifican todos los conceptos de los que se compone un sueldo, desde el salario bruto y bonificaciones hasta descuentos y otros campos variables que veremos más adelante (Entel Chile, 2024).

La herramienta mencionada se utilizará para determinar los gastos por sueldos y salarios del personal de la empresa del Jarabe Fitoterapéutico Resfrinol.

2.3.4. Sustento teórico para el Estudio Económico Financiero

2.3.4.1. Contabilidad de costos

Gráfico N° 27: Contabilidad de costos para Estudio Económico Financiero



Fuente: Elaboración propia

Estructura de costos. – Una estructura de costos es un documento en el que se reflejan todos los gastos de una empresa, agrupados por diferentes partidas. Se trata de un marco financiero que sirve para identificar y categorizar todos los gastos en los que una empresa incurre en el día a día de su negocio: estructuras de costos fijos y variables (Doofinder, 2024).

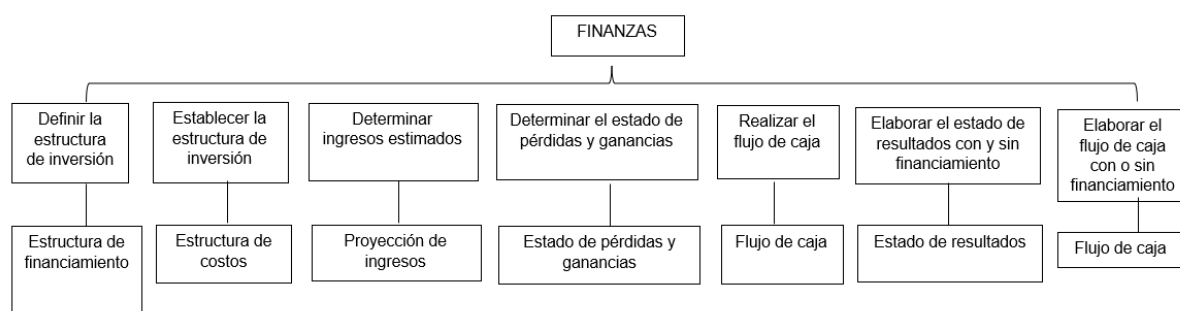
Esta herramienta ayudará a contabilizar de manera adecuada los costos de la empresa del Jarabe Fitotereapéutico.

Precio de Venta. - El precio de ventas es el valor que se les cobrará a tus clientes por tu producto o servicio. En otras palabras, el precio de ventas es el valor por el que venderás tu trabajo, analizando el equilibrio entre el precio de mercado y el valor de costos y gastos totales (Salesforce LATAM, 2024).

Esta herramienta permitirá introducir al mercado paceño el Jarabe Fitoterapéutico con el precio adecuado.

2.3.4.2. Finanzas

Gráfico N° 28: Finanzas para Estudio Económico Financiero



Fuente: Elaboración propia

Estructura de financiamiento. – Es la composición de las fuentes de financiación o pasivo formadas por los recursos ajenos, representados por las deudas a corto y largo plazo, y los recursos propios o también llamados patrimonio neto (Economipedia, 2020).

La estructura mencionada permitirá identificar el financiamiento propio de la empresa.

Estructura de costos. - La estructura de costos o estructura de costes es la suma de todos los gastos en que una empresa debe incurrir para existir y llevar a cabo su propia actividad productiva (Oberlo, 2024).

La estructura mencionada ayudará a identificar la situación financiera de la empresa.

Proyección de ingresos. – Una proyección de ventas predice los futuros ingresos por ventas usando información de negocios pasada. También puede predecir el número total de unidades que podrías vender de un producto nuevo, los clientes que ganarás o las membresías que venderás en un período determinado (Asana, 2024).

La proyección mencionada permitirá predecir las ventas futuras de la empresa.

Estado de pérdidas y ganancias. – Un estado de pérdidas y ganancias es un estado financiero que resume los ingresos, costos y gastos de tu compañía incurridos durante un período específico (por ejemplo, un mes, un trimestre o un año) e incluye la ganancia neta (Chase for a Business, 2024).

El estado financiero mencionado permitirá identificar beneficios o pérdidas durante un ejercicio económico.

Flujo de caja. – El flujo de caja hace referencia a las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa o proyecto en un período determinado (Economipedia, s.f.).

El presente estado financiero permitirá controlar los ingresos y salidas de caja de la empresa y garantizar liquidez para las operaciones de la empresa.

Estado de resultados. – El estado de resultados es también conocido como estado de ganancias y pérdidas. Es un reporte financiero que muestra de manera minuciosa la situación de la empresa, es decir, si obtuvo ganancia o pérdidas en el ejercicio de un ciclo contable (Chipax, 2023).

El estado mencionado permitirá medir la utilidad de la empresa.

2.3.5. Sustento teórico para Viabilidad Financiera

2.3.5.1. Finanzas

Gráfico N° 29: Finanzas para Viabilidad Financiera



Fuente: Elaboración propia

VAN. – El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN) (Economipedia, 2024).

El indicador financiero mencionado permitirá medir la viabilidad económica del proyecto.

Fórmula N° 1: Fórmula del Valor Actual Neto (VAN)

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Y_t}{(1+i)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{E_t}{(1+i)^t} - I_0$$

Fuente: Elaboración propia en base a (Sapag, 2014)

TIR. – La Tasa Interna de Retorno (TIR) es una medida financiera que se utiliza para evaluar la rentabilidad de una inversión. Se expresa como un porcentaje y representa la tasa de rendimiento esperada de una inversión a lo largo de su vida útil (BMF Business School, 2024).

El indicador financiero mencionado facilitará la toma de decisiones sobre inversiones.

Fórmula N° 2: Fórmula de la Tasa Interna de Retorno

$$TIR = r = \sum_{n=0}^n \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$$

Fuente: Elaboración propia en base a (Sapag, 2014)

Período de recuperación del capital. – El periodo de recuperación de la inversión (PRI) o payback se refiere al tiempo que le toma a un negocio recuperar el capital invertido inicialmente. A través de una fórmula se calculan los años, los meses y días que demora; a su vez, permite determinar si un proyecto es rentable o no (Hub Spot, 2024).

La presente herramienta permitirá evaluar la liquidez y riesgo del proyecto.

Fórmula N° 3: Cálculo del período de recuperación de capital

$$PR = a + \left[\frac{(I_0 - b)}{F_t} \right]$$

Fuente: Elaboración propia en base a (Sapag, 2014)

Punto de equilibrio. – El punto de equilibrio se define como el nivel de ingresos que un negocio necesita para cubrir los costes totales durante un periodo de tiempo concreto. Se trata de una herramienta que permite a las empresas evaluar la viabilidad del negocio teniendo en cuenta el equilibrio entre los ingresos por ventas y los costes totales, tanto fijos como variables (Cámara de Valencia Escuela de Negocios, 2024).

La herramienta mencionada permitirá determinar el volumen de ventas que se necesitará para cubrir todos los costes y asegurar la supervivencia de la empresa.

Fórmula N° 4: Cálculo del punto de equilibrio

$$PE = \frac{CF}{P - CV}$$

Fuente: Elaboración propia en base a (Albornoz, 2018)

Análisis de sensibilidad. - El análisis de sensibilidad es una herramienta que se utiliza en la modelización financiera para analizar cómo afectan los distintos valores de un conjunto de variables independientes a una variable dependiente concreta en determinadas condiciones específicas (Estrategias de Inversión, 2024).

El presente análisis ayudará a predecir los resultados del proyecto.

CAPÍTULO 3

MARCO PRÁCTICO

3.1. DISEÑO METODOLÓGICO

Tabla N° 4: Contenido de Marco Metodológico

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACCIONES	FUNDAMENTO TEÓRICO	TÉCNICA INSTRUMENTO E
Contar con el estudio de mercado	Definir las características del producto	Marketing	Niveles de producto
	Determinar la estructura del mercado	Investigación de Mercados	Estructuras de mercado
	Analizar el mercado	Investigación de mercados	Análisis de oferta
	Analizar la demanda del proyecto en el mercado	Investigación de mercados	Análisis de la demanda
	Analizar los precios del mercado	Investigación de Mercados	Análisis de precios
	Determinar la demanda del proyecto	Investigación de Mercados	Proyección de la demanda
	Definir las estrategias de comercialización	Marketing	Marketing Mix
	Proponer la estrategia de comercialización	Marketing	Estrategia de Marketing
Realizar estudio técnico	Caracterizar técnicamente el producto	Marketing	Fichas técnicas
	Determinar el tamaño óptimo de la planta	Investigación de mercados	Tamaño del proyecto
	Definir la localización de la planta	Investigación de mercados	Macro y micro localización
	Describir el programa de producción	Gestión de Proyectos	Diagrama de flujo
	Determinar el requerimiento de la maquinaria, equipo, suministros e insumos	Gestión de Proyectos	Logística de producción
	Elaborar la distribución de las instalaciones	Investigación de mercados	Distribución de la planta lay out

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACCIONES	FUNDAMENTO TEÓRICO	TÉCNICA INSTRUMENTO E
Plantear el estudio legal organizacional	Definir el marco legal	Administración	Tipos de sociedades empresariales
	Determinar la estructura organizacional	Administración	Organigrama
	Elaborar el manual de funciones	Administración	Manual de funciones
	Determinar los requerimientos de administración	Administración	Planillas de sueldos y salarios
Realizar el estudio económico financiero	Definir la estructura de inversión	Finanzas	Estructura de financiamiento
	Establecer la estructura de inversión	Finanzas	Estructura de costos
	Determinar los costos estimados	Contabilidad de Costos	Estructura de costos
	Calcular el precio	Contabilidad de Costos	Precio de venta
	Determinar ingresos estimados	Finanzas	Proyección de ingresos
	Determinar el estado de pérdidas y ganancias	Finanzas	Estado de pérdidas y ganancias
	Realizar el flujo de caja	Finanzas	Flujos de caja
	Elaborar el estado de resultados sin financiamiento	Finanzas	Estado de resultados
	Elaborar el flujo de caja sin financiamiento	Finanzas	Flujo de caja
Evaluar la viabilidad del proyecto Jarabe Fitoterapéutico en la ciudad de La Paz	Calcular el VAN	Finanzas	VAN
	Calcular el TIR	Finanzas	TIR
	Determinar el periodo de recuperación del capital	Finanzas	Período de recuperación
	Determinar el punto de equilibrio	Finanzas	Punto de equilibrio
	Realizar el análisis de sensibilidad del proyecto	Finanzas	Análisis de sensibilidad

3.1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que se llevará a cabo será la descriptiva propositiva porque permite trabajar con los datos que se obtienen en el presente proyecto, explicando las variables de factibilidad y las características del qué de la investigación.

3.1.1.1. SEGÚN EL OBJETIVO QUE PERSIGUE EL INVESTIGADOR

El método de investigación descriptiva-exploratoria se utilizará para realizar la investigación del proyecto de inversión porque permite obtener una visión general y profunda del problema planteado, así como identificar las variables relevantes, las hipótesis y los objetivos que orientarán el estudio. Este método combina las ventajas de la investigación descriptiva, que consiste en describir las características y relaciones de un fenómeno observado, con las de la investigación exploratoria, que busca generar nuevas ideas y conocimientos sobre un tema poco estudiado o desconocido. De esta manera, se podrá obtener una información más completa y precisa sobre el contexto, los antecedentes, los actores y los factores que influyen en el proyecto de inversión, lo que facilitará el diseño y la ejecución de este.

3.1.1.2. SEGÚN EL ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Se aplicará la investigación cualitativa y cuantitativa, para el uso de diferentes implementos que ayuden a conocer los diferentes factores, como el: precio, mercado, preferencias del consumidor, otros. El método de investigación mixta (cuantitativa-cualitativa) se utilizará para realizar la investigación del proyecto de inversión porque permite combinar las ventajas de ambos enfoques. El método cuantitativo aporta rigor, objetividad y generalización de los resultados, mientras que el método cualitativo permite profundizar en los aspectos más subjetivos, contextuales y significativos de la realidad estudiada. Así, se podrá obtener una visión más completa y holística del problema de investigación y de las posibles soluciones que se proponen.

3.1.1.3. SEGÚN EL OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo de este proyecto es aplicar la investigación científica a un problema o cuestión concreta, buscando y consolidando el conocimiento para su uso práctico. Así,

se pretende encontrar soluciones o mejoras a situaciones que se presentan en la vida diaria mediante estudios rigurosos y sistemáticos.

3.1.2. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Se usa el método analítico, porque el proyecto se va adecuar a un modelo desde lo general hasta lo más específico para determinar el funcionamiento lógico de un nuevo negocio.

Tabla N°5: Métodos de investigación

Criterio	Tipo de investigación
Nivel	Descriptiva-exploratoria
Finalidad	Investigación de proyecto de inversión
Temporalidad	Transversal
Fuentes de información	Primera y secundaria
Carácter	Cuantitativa y cualitativa
Naturaleza	Documental
Marco	De campo
Documento	Proyecto de inversión

Fuente: Elaboración propia

3.1.3. UNIDAD DE ESTUDIO

3.1.3.1. POBLACIÓN

La población dentro de este proyecto es la Ciudad de La Paz que tiene 925365 habitantes.

El perfil de consumidor es el siguiente: vive en la ciudad de La Paz, específicamente macro distrito sur que tiene 147480 habitantes y macro distrito centro con 74285 habitantes debido a que estos macrodistritos tienen mayor densidad de habitantes. El consumidor es del género masculino y femenino porque ambos tienen la necesidad de seguridad la salud de las edades de 18 años a 74 años.

Compra por decisión propia de mejorar su resfriado con un producto natural, sin someterse a muchos componentes químicos que deterioren su organismo con el paso del tiempo, se automedican ya sea con productos naturales o fármacos básicos.

Se encuentra en el ciclo de vida económica ya que va dirigido a personas mayores de edad que trabajan u obtienen sus ingresos de alguna fuente.

3.1.3.2. MUESTRA

En el macro distrito de la zona sur de la ciudad de La Paz hay 147480 habitantes y en el macro distrito centro hay 74285 personas, dando un total de 221765 personas. La cual irá disminuyendo con la estratificación en base a la edad.

CÁLCULO DE LA MUESTRA:

Fórmula N.º5: Cálculo muestral

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Fuente: Metodología de la investigación (Sampieri, 2006)

Donde:

n=Tamaño de la muestra

N=Tamaño de la población

Z=Valor crítico de determinado nivel de confianza

p=Probabilidad de éxito

q=Probabilidad de fracaso

e=Error máximo admisible en términos de proporción

$$n = (1,96)^2 * 0,533 * 0,467 * 221765 / (5\%)^2 * (221765 - 1) + (1,96)^2 * 0,533 * 0,467$$

n= 381, 83 (382 encuestas).

3.2. ESTUDIO DE MERCADO

En este apartado, se realizará un estudio sobre las perspectivas de mercado para evaluar la factibilidad del producto. Las tareas requeridas para llevar a cabo este análisis incluyen la caracterización del producto, el estudio de la demanda, así como la elaboración de la estrategia de venta. Adicionalmente, se pretende recolectar datos pertinentes para el lanzamiento del producto al mercado.

3.2.1. DEFINIR CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Para definir las características del producto, se desarrollarán la identificación y la caracterización de sus niveles.

Se desarrollará un estudio sobre las diferentes características del producto definidas dentro de los diferentes niveles, los cuales son el valor fundamental para el cliente, donde se hace un análisis de necesidades.

3.2.1.1. NIVELES DE PRODUCTO

Tabla N° 6: Niveles de producto

BENEFICIO BÁSICO	PRODUCTO GENÉRICO	PRODUCTO ESPERADO	PRODUCTO AUMENTADO	PRODUCTO POTENCIAL
-Cubre la necesidad de seguridad de salud debido a que la función del Jarabe Fitoterapéutico es aliviar y sanar la sintomatología del resfriado.	-El Jarabe Fitoterapéutico pertenece a la medicina herbal, específicamente la Fitoterapia que consiste en curar y aliviar síntomas y enfermedades con plantas medicinales. -El jarabe se compone de las plantas medicinales: malva, eucalipto y wira wira. -El jarabe líquido tendrá un aroma herbal agradable y un color amarillo oscuro. -Actúa de manera eficaz y más rápida al ser un producto natural. -Es un producto completo debido a que está destinado para toda la sintomatología del resfriado.	-Producto de calidad -Producto efectivo -Producto con buen precio	-Servicio de Atención al cliente. -Servicio de delivery mediante asociación con empresas de delivery.	-Se tendrá comunicación a través de las redes sociales: Instagram, Facebook y Whatsapp.

Fuente: Elaboración propia

3.2.1.2. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

El Jarabe Fitoterapéutico Resfrinol se presentará en frascos de vidrio de color topacio provisto de tapón o cápsula cilíndrica de aluminio blanco barnizado en el interior con cierre de espuma de polietileno de baja densidad.

Cada envase contiene 200 ml de jarabe y estará provisto de un vaso dosificador con una graduación que oscila desde 15 ml hasta 30 ml.

Empaque: El empaque del producto será en cajas de cartón compacto, con espesor de lámina resistente a la flexión o rigidez con las medidas de: Altura (H) de 15 cm y de anchura (B) de 8 cm.

Naturaleza: Frágil (porque el material del envase está hecho de vidrio y el vidrio es considerado un material frágil).

Envase: 200 ml

Modo de uso: Dosis diaria recomendada y modo de empleo: se aconseja tomar 30ml al día repartidos en dos dosis de 15 ml, una por la mañana y otra por la noche. Se debe agitar el frasco antes de usar, y conservarlo en lugar fresco y seco.

Consejos de utilización: No superar la dosis diaria recomendada. Los complementos alimenticios no deben utilizarse como sustituto de una dieta variada y equilibrada y un modo de vida sano. Mantener fuera del alcance de los niños más pequeños.

Consumir preferentemente antes del fin de: ver envase

Función Primaria: El Jarabe Fitoterapéutico tiene como función primaria atacar un problema de salud, la infección de las vías respiratorias altas (resfriado común o URI, por sus siglas en inglés), que son frecuentes en la Ciudad de La Paz por las bajas temperaturas.

Función Secundaria: El Jarabe Fitoterapéutico tiene como función secundaria de curar, aliviar de formas natural actuando más rápido en el organismo humano por sus ingredientes naturales de sentirse mejor, sin tener que recurrir a elementos extraños y agresivos con nuestro cuerpo.

Calidad: Por consiguiente, el producto ya mencionado será elaborado con sustancias naturales, eficaces y cumple con garantía de calidad. Comparado con otros antigripales compuestos por elementos químicos. Contará con BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) y BPA (Buenas Prácticas de Almacenamiento), certificaciones otorgadas por AGEMED.

3.2.1.3. ESTUDIO COMPARATIVO DE ESTRUCTURAS DE MERCADO

Tabla N° 7: Ventajas y desventajas de estructuras de mercado

COMPETENCIA PERFECTA	COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA	OLIGOPOLIO	MONOPOLIO
Ventajas: Competencia para mejorar, innovación y eficiencia en la producción del jarabe. Desventajas: Cero influencias en el precio e inestabilidad de la empresa en el mercado.	Ventajas: Diferenciación del Jarabe Fitoterapéutico otorgando poder de mercado y fijación de precio. Desventajas: Pocas barreras de entrada.	Ventajas: Barreras de entrada para nuevas empresas. Desventajas: Interdependencia entre pocas empresas.	Ventajas: Poder de mercado, tanto en la cantidad y precio del jarabe. Además de barreras de entrada para nuevas empresas. Desventajas: Falta de competencia puede disminuir la eficiencia e innovación de la empresa y el jarabe.

Fuente: Elaboración propia

En base a las ventajas y desventajas de las estructuras de mercados, se llegó a la conclusión que el Jarabe Fitoterapéutico se adaptará mejor a la estructura de mercado: Competencia monopolística, debido a que entraría al sector farmacéutico, pero en la rama de medicina herbal, en la fitoterapia que se enfoca en la utilización de productos en base a plantas medicinales para aliviar y sanar síntomas y enfermedades, en este caso el resfriado. El jarabe será totalmente diferenciado porque se compone de malva, eucalipto y wira wira, que tendrá la función de aliviar y sanar todos los síntomas de un resfriado común, es decir será un producto que permite acceder a un tratamiento completo además de ser natural cuida la salud del consumidor al no ser un producto químico que daña el hígado a largo plazo.

3.2.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA

A continuación, se presentan a los principales competidores directos:

Tabla N° 8: Competidores directos

Empresa	Producto	Características	Precio	Imagen del producto
Reina Obrera	Propóleo en gotas "Reina Mielera" (30 ml.)	Extracto de propóleo. Analgésico antiséptico bucofaríngeo.	Bs. 17,30	
Droguería INTI	Echinacea Médica en gotas (50 ml.)	Estimula la defensa biológica contra la gripe, inflamación del oído (otitis); inflamación de las vías urinarias (cistitis o uretritis); prostatitis; resistencia contra antibióticos; leucocitopenia a consecuencia de la quimioterapia o radioterapia.	Bs. 70,89	
Reina Obrera	Caramelos de propóleo "Reina Obrera" (60gr.)	Alivia el malestar y dolor de la garganta. Su contenido en miel les hace muy suavizantes y calmantes.	Bs. 4,80	

Empresa	Producto	Características	Precio	Imagen del producto
Megalabs	Jarabe Abrilar para la Tos (100 ml.)	Fomento de la producción agroecológica.	Bs. 67,90	
Laboratorio Artesanal Ecológico Vidal	Jarabe Quita Tos (125 ml.)	Enfoque en la sostenibilidad y rentabilidad.	Bs. 45	

Fuente: Elaborado en base a Farmacorp

A continuación, se presentan los competidores indirectos:

Tabla N° 9: Competidores indirectos

Empresa	Producto	Características	Precio	Imagen del producto
Laboratorios VITA	Jarabe Pectoral (120 ml)	Antitusígeno y expectorante.	Bs. 50,13	

Empresa	Producto	Características	Precio	Imagen del producto
Laboratorios Bagó	Jarabe Refrianex	Antigripal, descongestivo nasal y antipirético.	Bs. 50,99	
Laboratorios Bagó	Jarabe Antitusivo Tusigen (100 ml.)	Antitusígeno y descongestionante.	Bs. 81,22	
Breskot Pharma (COFAR)	Jarabe Cortagrip (100 ml.)	Alivia la fiebre, dolor y congestión.	Bs. 50,93	

Empresa	Producto	Características	Precio	Imagen del producto
Laboratorios Bagó	Refrianex Día y Noche en sobres (15 gr.):	Antigripal, descongestivo nasal y antipirético.	Bs. 6,48	
Laboratorios LAFAR	Typirec Día y Noche en sobres (15 gr)	Antigripal	Bs. 5,47	
Droguería INTI	Antigripal Compuesto o en sobre "Día y Noche" (500 mg)	Analgésico, antipirético y descongestionante	Bs. 3,79	

Empresa	Producto	Características	Precio	Imagen del producto
Laboratorios Chile	Antigripal Compuesto o L.CH en comprimidos (Blíster)	Alivia síntomas de resfrío	Bs. 12,30	
Droguería INTI	Antigripal Compuesto en comprimidos	Analgésico, antipirético y descongestionante	Bs. 1,34	

Fuente: Elaborado en base a Farmacorp

Rango de precios Competidores Directos (naturales):

Jarabes antitusivos (unidad): Bs. 45- Bs. 60

Gotas (unidad): Bs. 17,30- Bs. 70,89

Caramelos (bolsa pequeña): Bs. 5- Bs. 14,30

Se observa que el rango de precios de productos naturales se encuentra entre Bs. 5 y Bs. 70,89. En los Jarabes que son los de interés el rango se encuentra entre Bs. 45 y Bs. 60, lo cual servirá para analizar el precio de venta del Jarabe Resfrinol.

Rango de precios Competidores Indirectos (fármacos):

Jarabes antitusivos (unidad): Bs. 50,13- Bs. 81,22

Jarabe antigripal (unidad): Bs. 50,93

Sobres (unidad): Bs. 5,47- Bs. 6,48

Comprimidos (unidad): Bs. 1,34- Bs. 3,79

Se observa que el rango de precios de productos farmacéuticos se encuentra entre Bs. 1,34 y Bs. 81,22. En los Jarabes que son los de interés el rango se encuentra entre Bs. 50,13 y Bs.81,22, lo cual servirá para analizar el precio de venta del Jarabe Resfrinol.

Puntos de venta Competidores Directos:

Tabla N° 10: Puntos de venta Competencia Directa

Puntos de venta	Propóleo en gotas "Reina Obrera"	Echinacea en gotas "Inti"	Caramelos "Reina Obrera"	Jarabe Antitusivo Abrilar "Megalabs"	Jarabe Quitatos "Laboratorio Artesanal Ecológico Vidal"
Propio	✓	X	✓	X	✓
Farmacias	✓	✓	✓	✓	X
Supermercado	X	X	X	✓	X

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar en la tabla que los productos de competencia directa con el signo de Check (✓) en las columnas tienen puntos de venta propio, farmacias o supermecados, Y los productos con el signo de (X) en las columnas no tienen puntos de venta propio, farmacias o supermecados. Este análisis será para analizar los puntos de venta del Jarabe Resfrinol.

Puntos de venta Competidores Indirectos:

Tabla N° 11: Puntos de venta Competencia Indirecta

Puntos de venta	Jarabe Pectoral "Vita"	Jarabe Refriantex "Bagó"	Jarabe Cortagrip "Breskot Pharma"	Refriantex en sobres "Bagó"	Typirac en sobres "Lafar"	Antigripal en sobres "Lafar"	Antigripal L.CH comprimidos "Laboratorios Chile"	Antigripales comprimidos "Inti"
Propio	✓	X	X	X	X	X	X	X
Farmacias	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Supermercado	X	X	X	X	X	X	X	X

Fuente: Elaboración propia

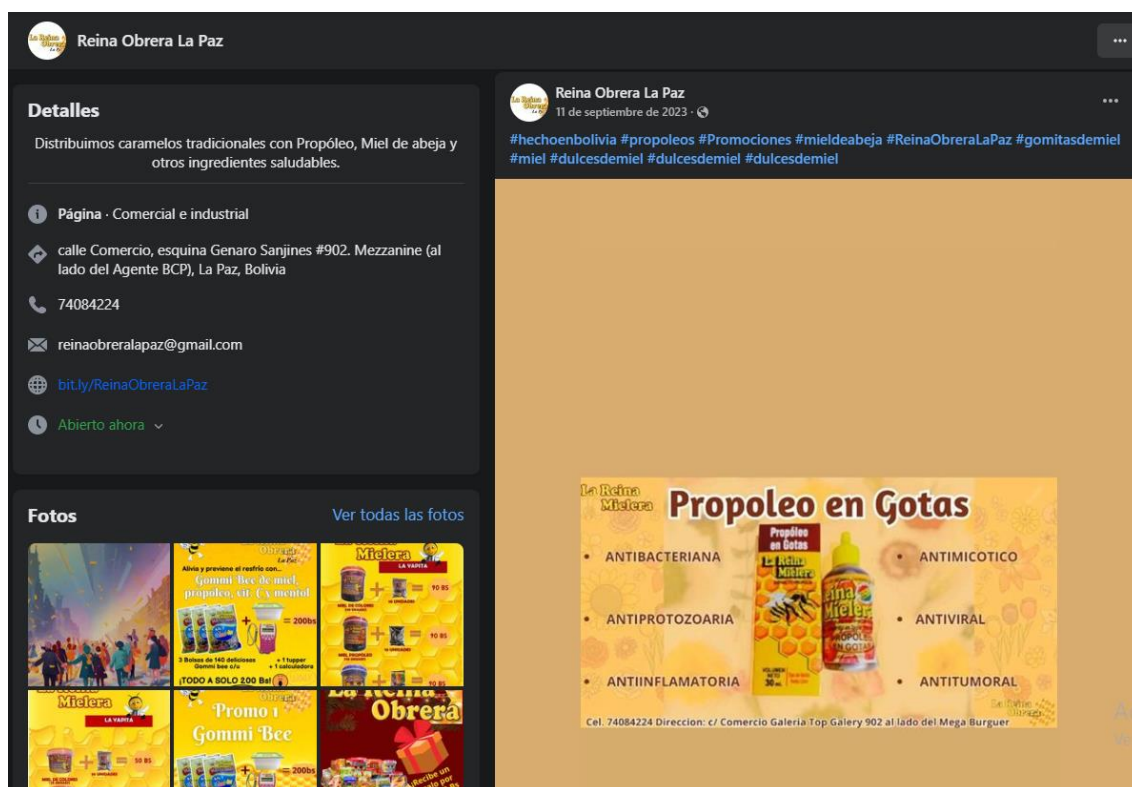
Se puede observar en la tabla que los productos de competencia indirecta con el signo de Check (✓) en las columnas tienen puntos de venta propio, farmacias o supermercados, Y los productos con el signo de (X) en las columnas no tienen puntos de venta propio, farmacias o supermercados. Este análisis será para analizar los puntos de venta del Jarabe Resfrinol.

Redes sociales Competidores directos:

- Propóleo en gotas y caramelos “Reina Obrera”

Facebook:

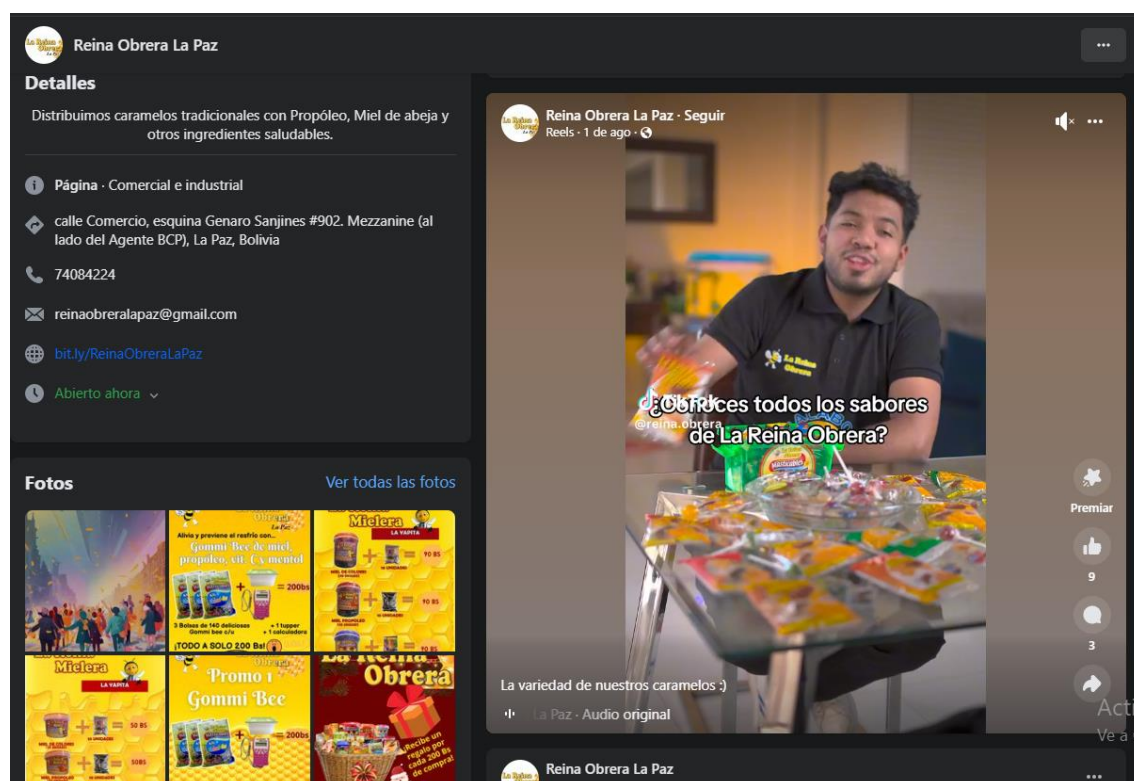
Gráfico N° 30: Página de Facebook de Reina Obrera La Paz



Fuente: Elaboración propia en base a Reina Obrera La Paz

La última publicación de la empresa acerca del Propóleo en gotas fue el 11 de septiembre de 2023, detallando sus características y funciones.

Gráfico N° 31: Página de Facebook de Reina Obrera La Paz



Fuente: Elaboración propia en base a Reina Obrera La Paz

Sin embargo, la empresa hace publicaciones recientes de sus caramelos de propóleo. Además, sube reels, publicados en su cuenta de TikTok, sin embargo, no tiene muchas reacciones en las publicaciones.

La página tiene 2600 “Me gusta” y tiene 2800 “Seguidores”.

Instagram:

Gráfico N° 32: Página de Instagram de Reina Obrera La Paz



reinaobrerapaz

Seguir

Enviar mensaje

...

1 publicación

3 seguidores

0 seguidos

Reina Obrera La Paz

Tienda de alimentos

Distribuimos caramelos tradicionales con Propóleo, Miel de abeja y otros ingredientes saludables.

https://bit... más

calle Comercio, esquina Genaro Sanjines #902, galería Top Gallery - Mezzanine, La Paz, Bolivia

www.facebook.com/ReinaObreraLaPaz

PUBLICACIONES

ETIQUETADAS



Activar Windc

Fuente: Elaboración propia en base a Reina Obrera La Paz

La empresa no tiene mucha presencia en esta red social, su última publicación fue de sus caramelos el 2 de marzo de 2023. Tiene una sola publicación con un solo “Me gusta”. La página posee 3 seguidores.

TikTok:

Gráfico N° 33: Página de TikTok de Reina Obrera



reina.obrera

REINA OBRERA

Seguir

Mensaje

...

10 Siguiendo

8254 Seguidores

171,2 mil Me gusta

Salud natural. Propóleo y Miel

Catálogo y contactos

atomo.bio/lareinaobrera

Videos

Compartidos

Me gusta

Recientes

Popular

Más antiguos



Anclado



Anclado

En nuestra fábrica también nos divertimos



Anclado



Activar Windows

Ve a Configuración para activar Windows.

Fuente: Elaboración propia en base a Reina Obrera La Paz

53-177

En esta red social la empresa sí es muy activa, tiene videos probando los caramelos, nombrando sus características, haciendo retos en la calle para ganar caramelos de la empresa y haciendo videos con humor.

Tienen 8254 “Seguidores”, poseen un total de 171200 “Me gusta”, el video con más reacciones tiene 65600 “Me gusta”, 696 “Comentarios”, 1569 “Compartidos” y 6351 “Envíos”.

- **Echinacea en gotas y Antigripal en comprimidos “Droguería Inti”**

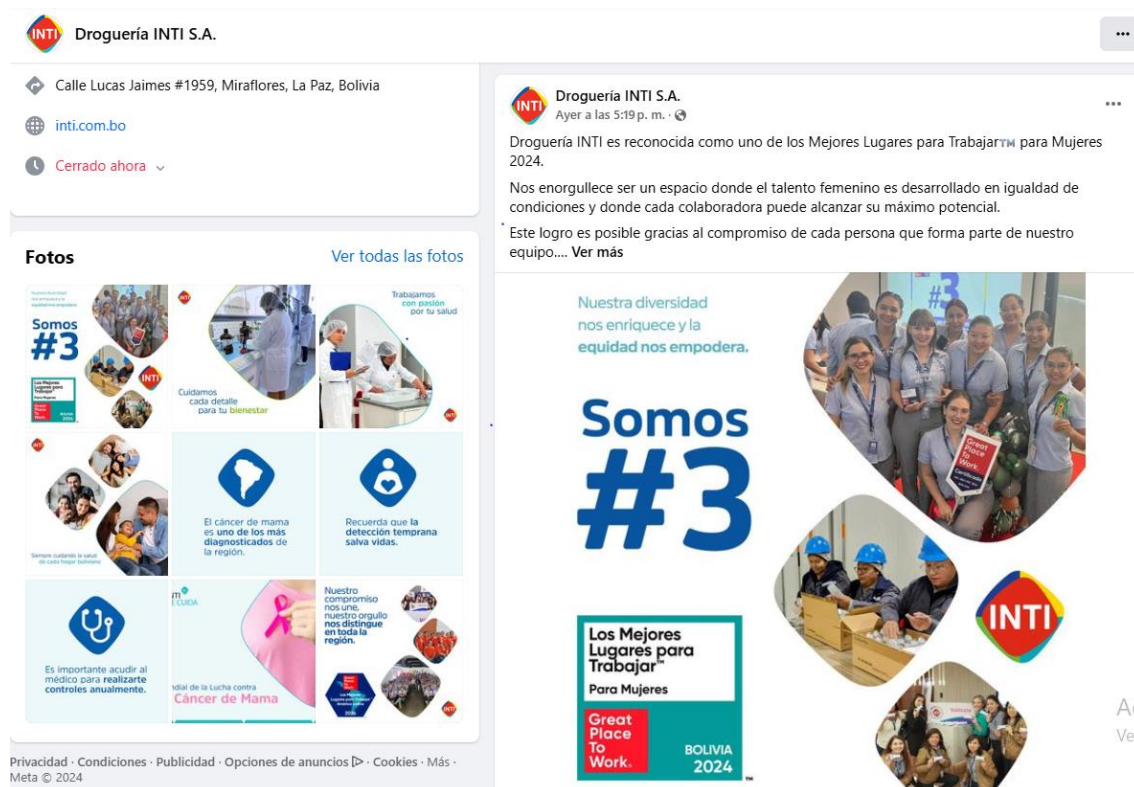
Facebook:

Gráfico N° 34: Página de Facebook de Droguería INTI



Fuente: Elaboración propia en base a Droguería INTI

Gráfico N° 35: Página de Facebook de Droguería INTI

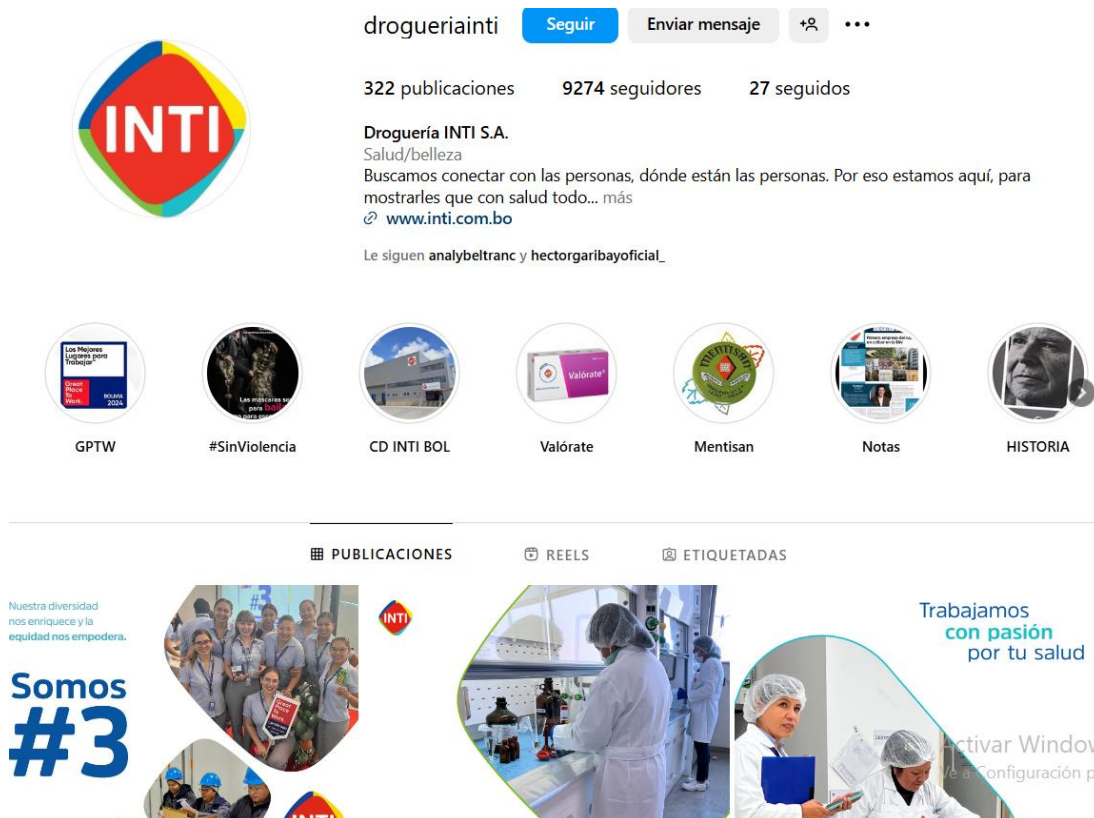


Fuente: Elaboración propia en base a Droguería INTI

La página de la empresa posee 85000 “Me gusta” y 95000 “Seguidores”. Las publicaciones son de sus reconocimientos como “Great Place to Work”, Mejores lugar para trabajar para mujeres, publicaciones que reflejan que la salud es importante para ellos, entre otros. La publicación orgánica con más interacciones posee 1300 “Me gusta”, 34 “Comentarios” y 81 “Compartidos”.

Instagram:

Gráfico N° 36: Página de Instagram de Droguería INTI



Fuente: Elaboración propia en base a Droguería INTI

La empresa en su cuenta publica lo mismo que en su página de Facebook, en esta cuenta posee 322 publicaciones, tiene 9274 “Seguidores” y de sus publicaciones el mayor tiene 1922 “Me gusta”, 27 “Comentarios” y 37 “Envíos”.

TikTok:

Gráfico N° 37: Página de TikTok de Droguería INTI



No hay contenido

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

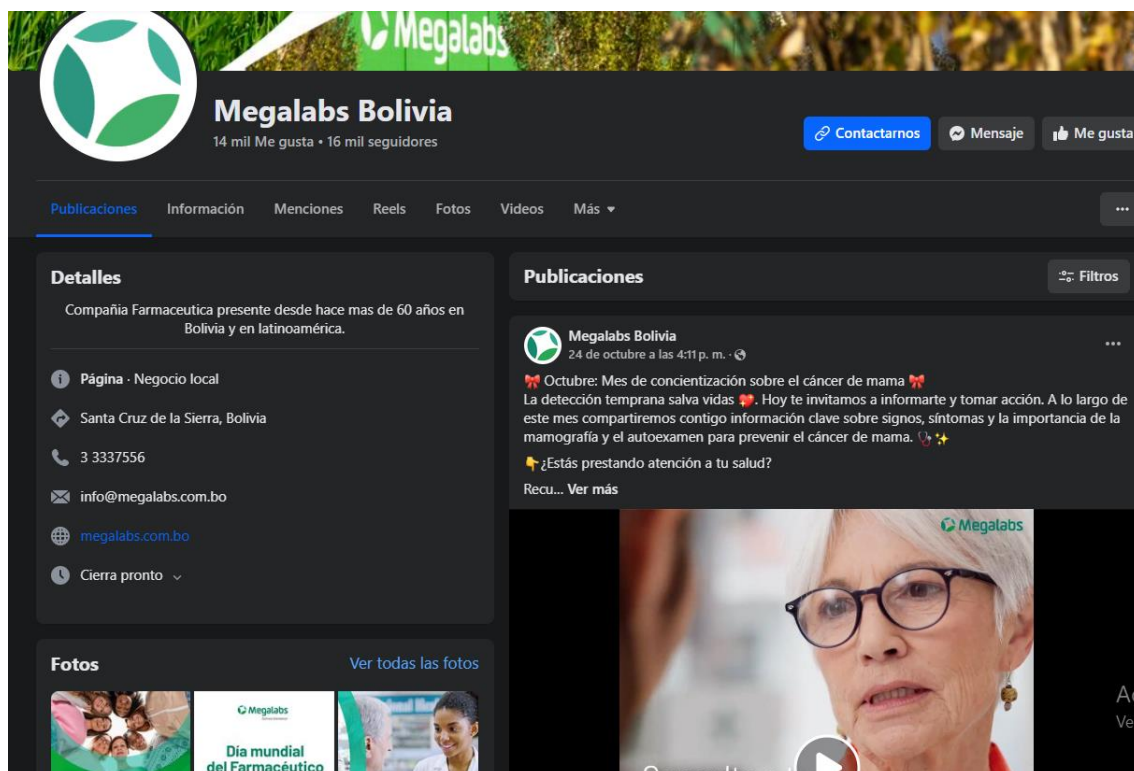
Fuente: Elaboración propia en base a Droguería INTI

En la cuenta de TikTok la empresa no tiene publicaciones. Sin embargo, tiene 219 “Seguidores” y 2 “Me gusta”.

- **Jarabe Antitusivo Abrilar “Megalabs”**

Facebook:

Gráfico N° 38: Página de Facebook de Megalabs

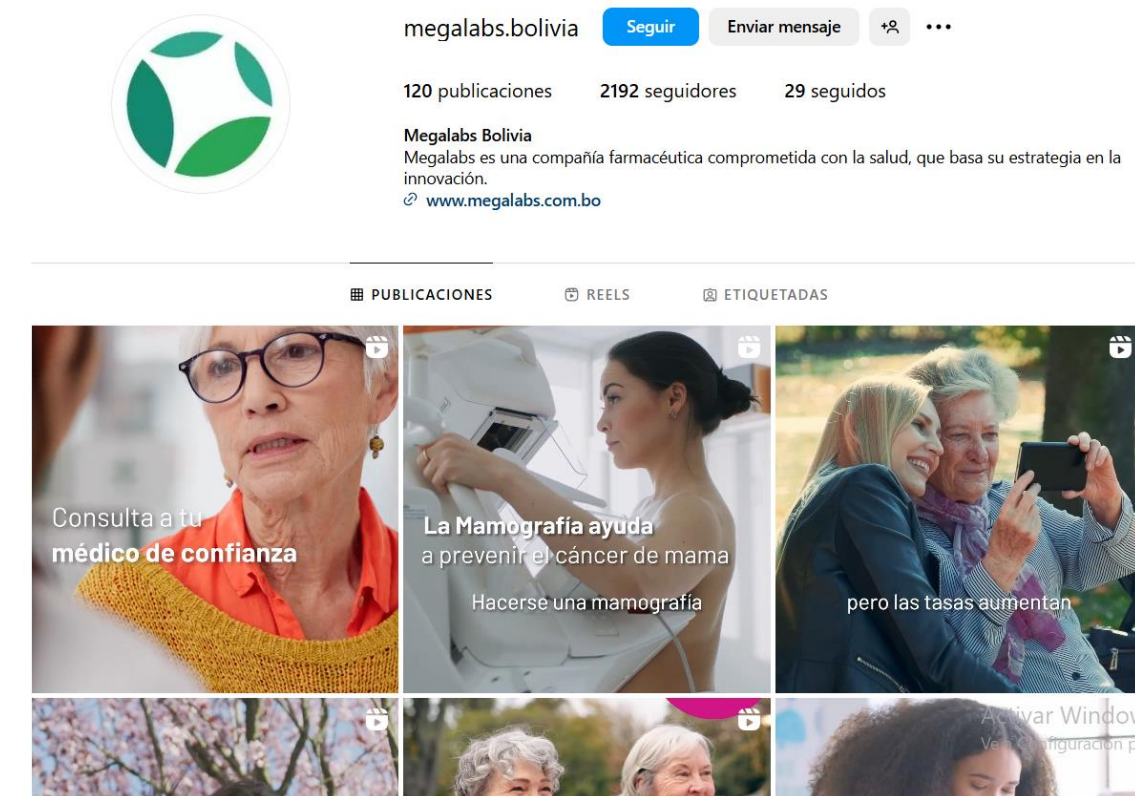


Fuente: Elaboración propia en base a Megalabs

La empresa realiza publicaciones de concientización de la salud, días mundiales de salud, entre otros. La publicación orgánica con más interacciones posee 319 “Me gusta”, 5 “Comentarios” y 42 “Compartidos”.

Instagram:

Gráfico N° 39: Página de Instagram de Megalabs

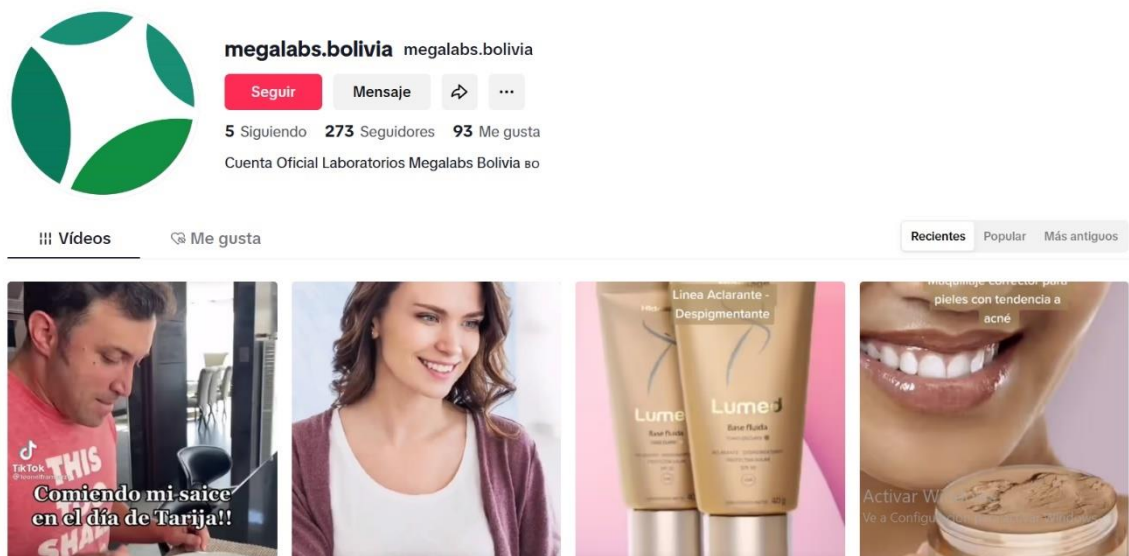


Fuente: Elaboración propia en base a Megalabs

La empresa básicamente publica en su cuenta de Instagram lo mismo que en su página de Facebook, en esta cuenta posee 120 publicaciones, tiene 2192 “Seguidores” y de sus publicaciones el que más interacciones tiene 247 “Me gusta” y 1 “Comentario”.

TikTok:

Gráfico N° 40: Página de TikTok de Megalabs



Fuente: Elaboración propia en base a Megalabs

La empresa en su cuenta de TikTok, posee 273 “Seguidores” y 93 “Me gusta” en total, además publica algunos videos de sus productos y el video con más interacciones tiene 33 “Me gusta”, 2 “Comentarios”, 1” Guardado” y 2 “Compartido”.

- **Jarabe Quitatos “Laboratorio Artesanal Ecológico Vidal”**

Facebook:



Laboratorio Artesanal Ecologico VIDAL

630 Me gusta · 660 seguidores

[WhatsApp](#)
[Mensaje](#)
[Me gusta](#)

[Publicaciones](#)
[Información](#)
[Menciones](#)
[Seguidores](#)
[Fotos](#)
[Videos](#)
[Más ▾](#)

Detalles

Ofrecemos Productos y Medicamentos Naturales Ecológicos.
Elaborados con Plantas Medicinales con Registro Sanitario

-  **Página** · Salud/belleza
-  Calle Lauca No 2459 entre Antofagasta y Tocopilla,
Cochabamba, Bolivia
-  76433231
-  sobomenat@gmail.com
-  sites.google.com/view/laboratorio-vidal
-  Siempre abierto ▾
-  Rango de precios · \$\$

Destacados



Laboratorio Artesanal Ecologico
VIDAL
9 de mayo de 2020📌

#Jarabe #Echinacea con extracto natural
de echinacea



Fotos

[Ver todas las fotos](#)



Publicaciones

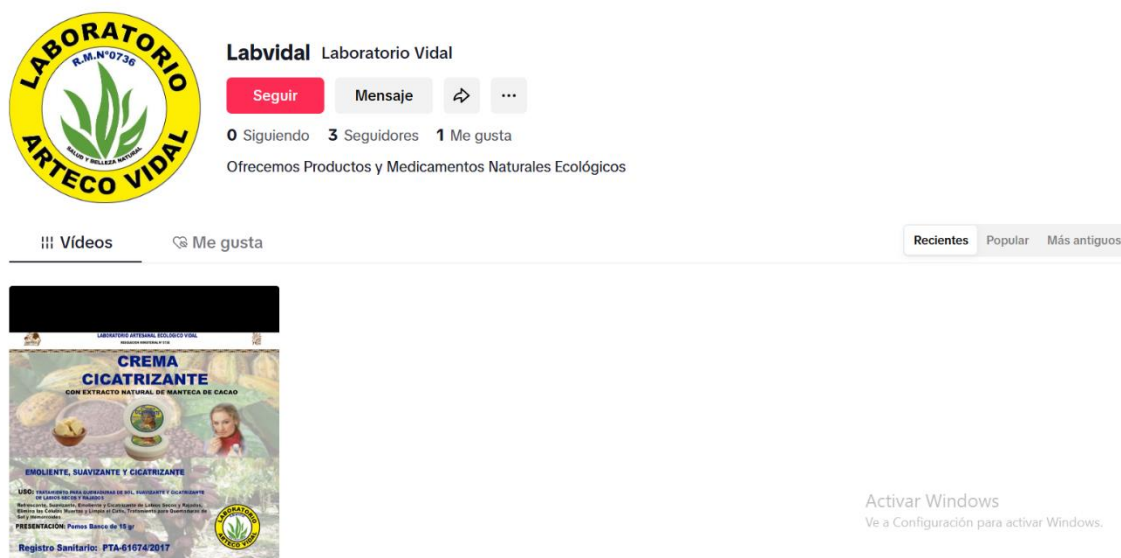
[Filtros](#)



Laboratorio Artesanal Ecologico VIDAL

La empresa posee 630 “Me gusta” y 660 “Seguidores”, se observó el máximo de interacciones en las publicaciones orgánicas: 16 “Me gusta”, 3 “Comentarios” y 1 “Compartido”.

Gráfico N° 42: Página de TikTok de Laboratorio Artesanal Ecológico Vidal



60-177

En la cuenta de TikTok la empresa posee 3 “Seguidores” y 1 “Me gusta”, tiene una publicación la cual tiene 1 “Me gusta”.

Competencia Indirecta:

- Jarabe Pectoral “Vita”

Facebook:

Gráfico N° 43: Página de Facebook de Laboratorios Vita



Fuente: Elaboración propia en base a Laboratorios Vita

Gráfico N° 44: Página de Facebook de Laboratorios Vita

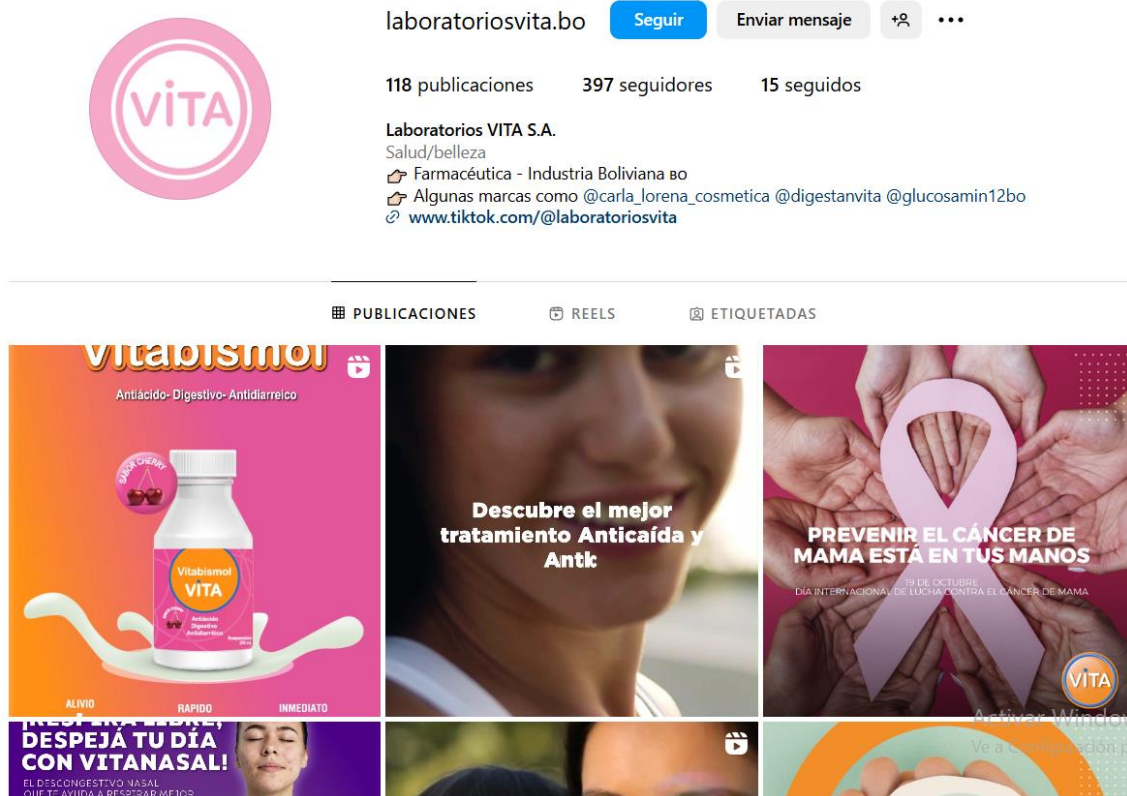


Fuente: Elaboración propia en base a Laboratorios Vita

La empresa realiza publicaciones orgánicas de concientización de salud, a veces publica productos. La publicación orgánica con más reacciones tiene 213 “Me gusta”, 6 “Comentarios” y 20 “Compartidos”.

Instagram:

Gráfico N° 45: Página de Instagram de Laboratorios Vita

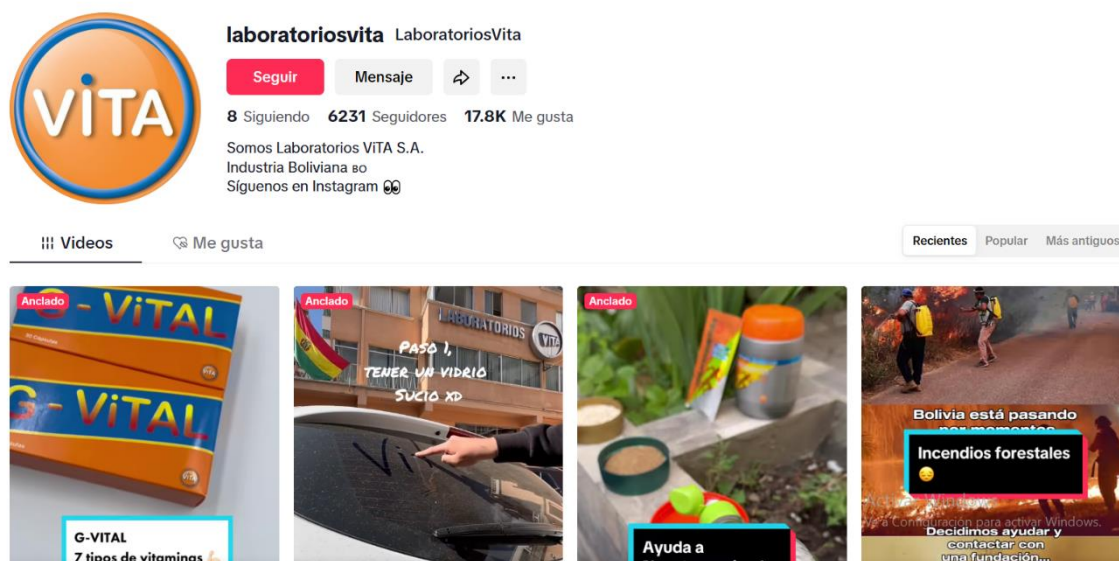


Fuente: Elaboración propia en base a Laboratorios Vita

En la página la empresa realiza publicaciones con algunos productos, también publica mensajes de concientización como días conmemorativos en el área de la salud. Posee 118 “Publicaciones”, 397 “Seguidores” y la publicación con más interacciones tiene 11 “Me Gusta” y 1 “Envío”.

TikTok:

Gráfico N° 46: Página de TikTok de Laboratorios Vita



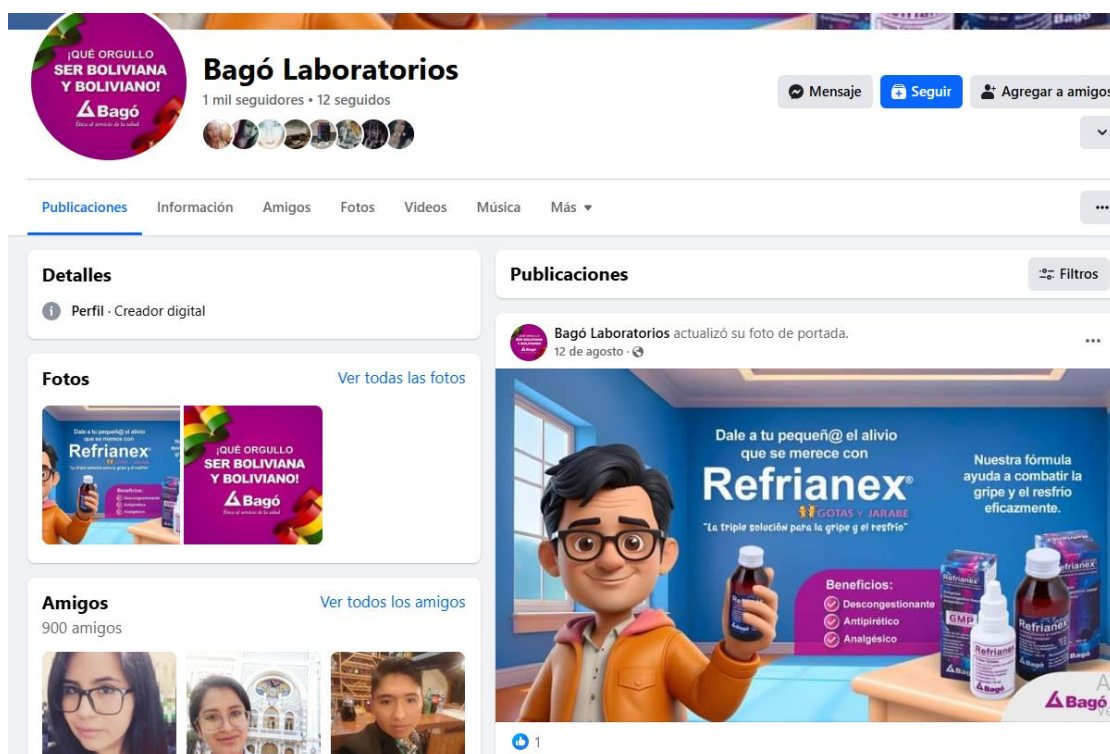
Fuente: Elaboración propia en base a Laboratorios Vita

En la cuenta de TikTok la empresa publica videos mostrando algunos productos, videos de concientización y video de ayuda. La empresa tiene en esta red social 6231 “Seguidores”, 17800 “Me gusta” y la publicación con más visualizaciones tiene 75000 “Vistos”, tiene 3411 “Me gusta”, 136 “Comentarios” y 911 “Guardados”.

- **Jarabe Refrianex y Refrianex en sobres “Laboratorios Bagó”**

Facebook:

Gráfico N° 47: Página de Facebook de Laboratorios Bagó



Fuente: Elaboración propia en base a Laboratorios Bagó

En la red social de Facebook la empresa realizó publicaciones de perfil y portada con el Jarabe Refrianex, no tiene más publicaciones. La página posee 1000 “Seguidores” y la interacción en sus dos publicaciones tienen 1 “Me Gusta”.

TikTok:

Gráfico N° 48: Página de TikTok de Laboratorios Bagó



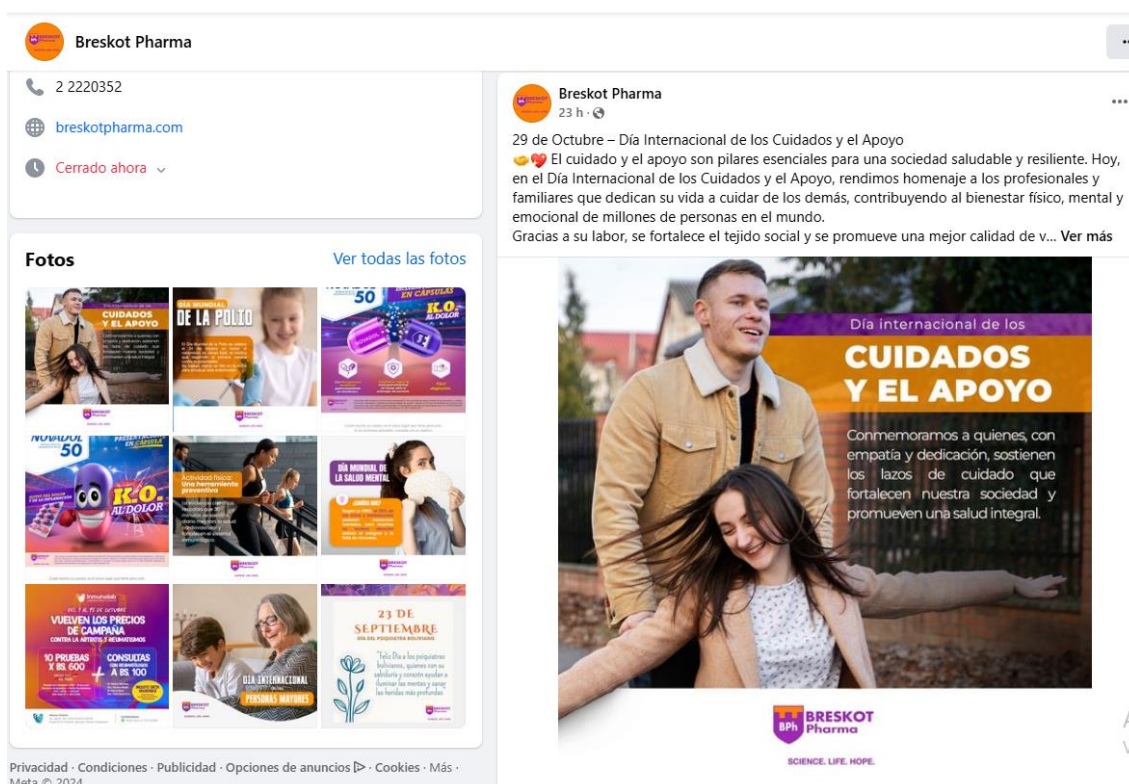
Fuente: Elaboración propia en base a Laboratorios Bagó

En la cuenta de TikTok de la empresa se observó publicaciones de videos sobre concientización, indicaciones para postular a trabajar con la empresa, entre otros. La cuenta tiene 32700 “Seguidores”, 70400 “Me gusta” en total, además el video con más interacciones tiene 57800 “Me gusta”, 290 “Comentarios”, 564 “Compartidos”, 16200 “Envíos” y 19600 “Guardados”.

- Jarabe Cortagrip “Breskot Pharma”

Facebook:

Gráfico N° 49: Página de Facebook de Breskot Pharma



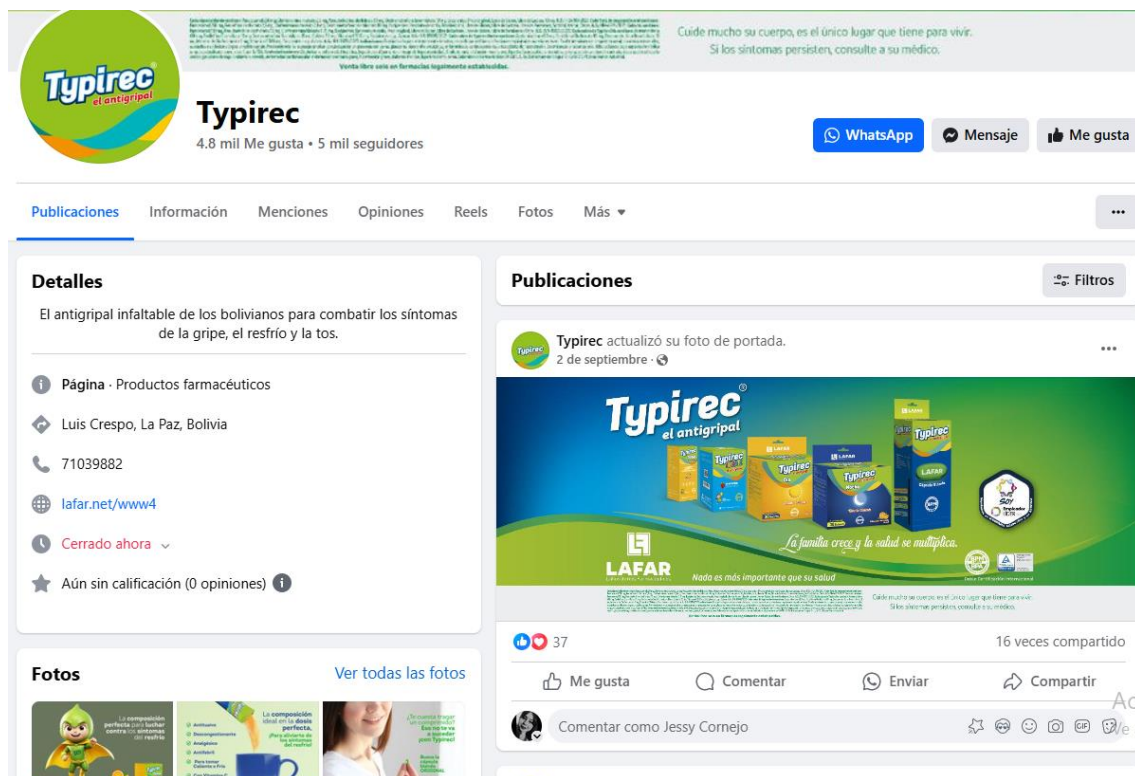
Fuente: Elaboración propia en base a Breskot Pharma

Las publicaciones de la marca son de días conmemorativos, de sus productos, campañas de atención médica, entre otros. La página tiene 23000 “Me gusta”, 24000 “Seguidores” y la publicación con más interacciones posee 108 “Me gusta”, 8 “Comentarios” y 6 “Compartidos”.

- Typirec en sobres “Lafar”

Facebook:

Gráfico N° 50: Página de Facebook de Typirec

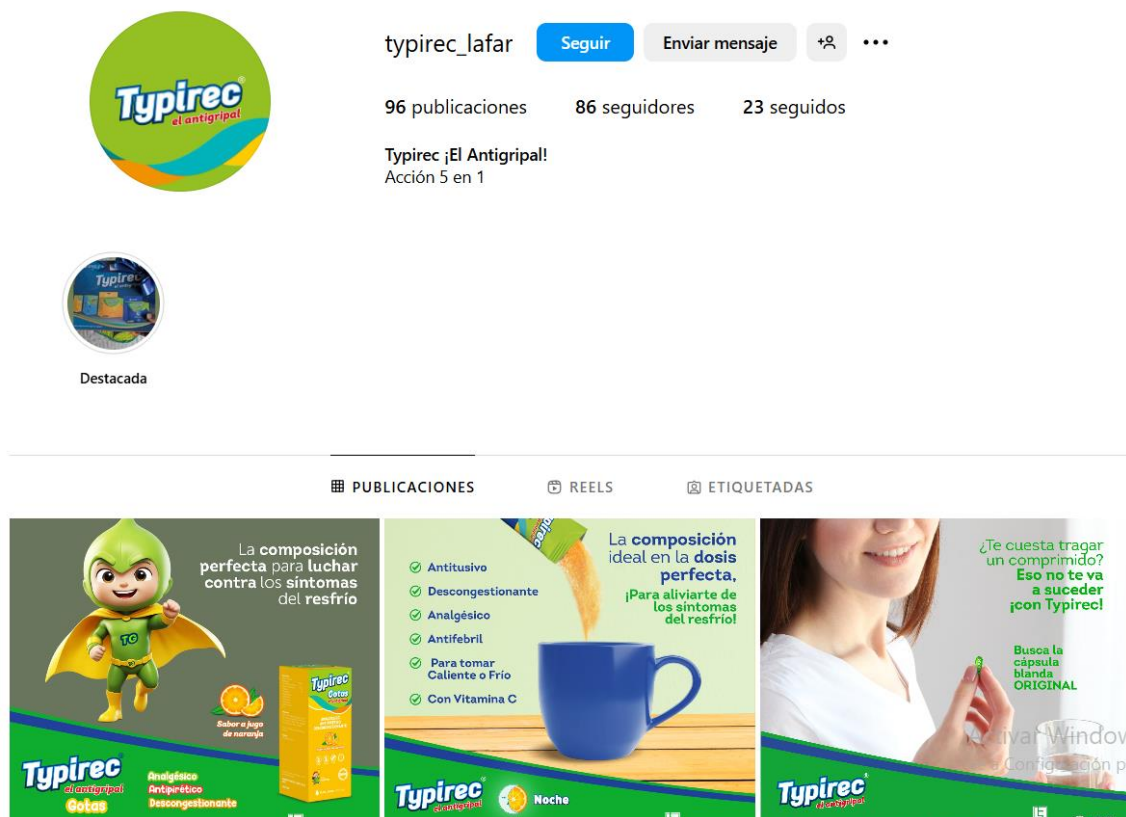


Fuente: Elaboración propia en base a Typirec de LAFAR

La marca realiza publicaciones mostrando sus productos, además de reels con sus productos. La página tiene 4800 “Me gusta”, 5000 “Seguidores” y la publicación orgánica con más interacciones posee 769 “Me gusta”, 11 “Comentarios” y 66 “Compartidos”.

Instagram:

Gráfico N° 51: Página de Instagram de Typirec



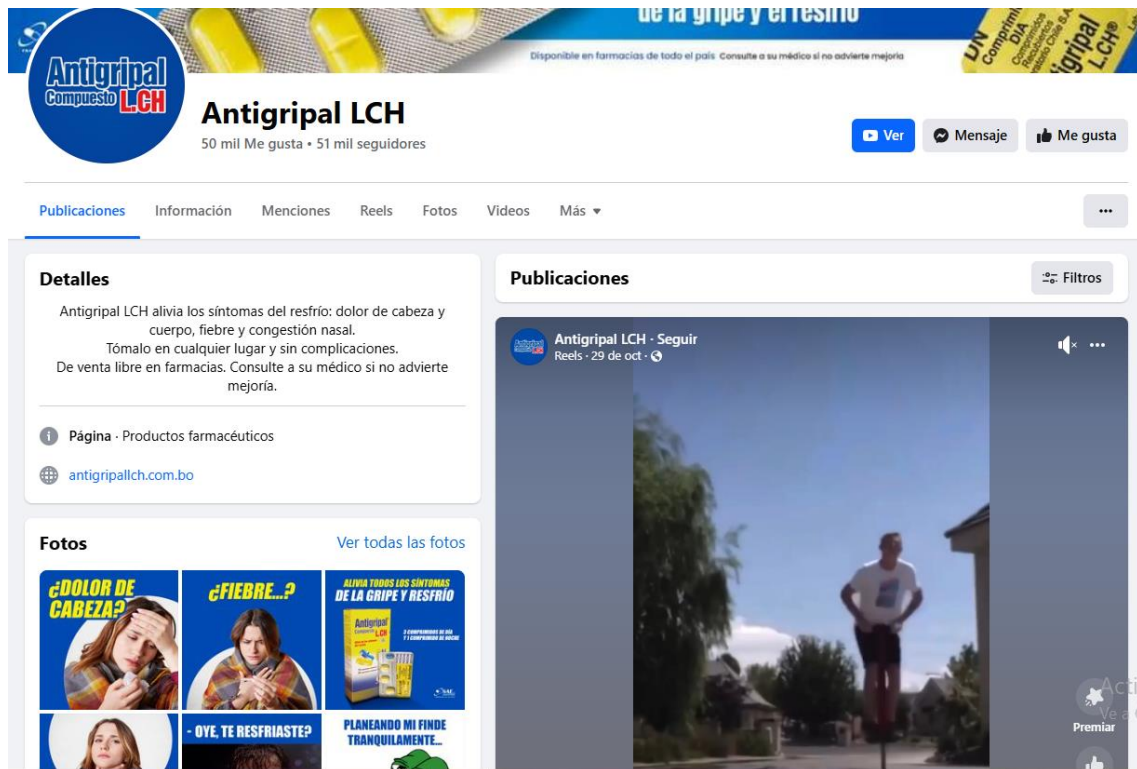
Fuente: Elaboración propia en base a Typirec de LAFAR

La marca realiza publicaciones mostrando sus productos, tiene 86 “Seguidores” y la publicación con más interacciones tiene 35 “Me gusta”.

- **Antigripal L.CH comprimidos “Laboratorios Chile”**

Facebook:

Gráfico N° 52: Página de Facebook de Laboratorios Chile

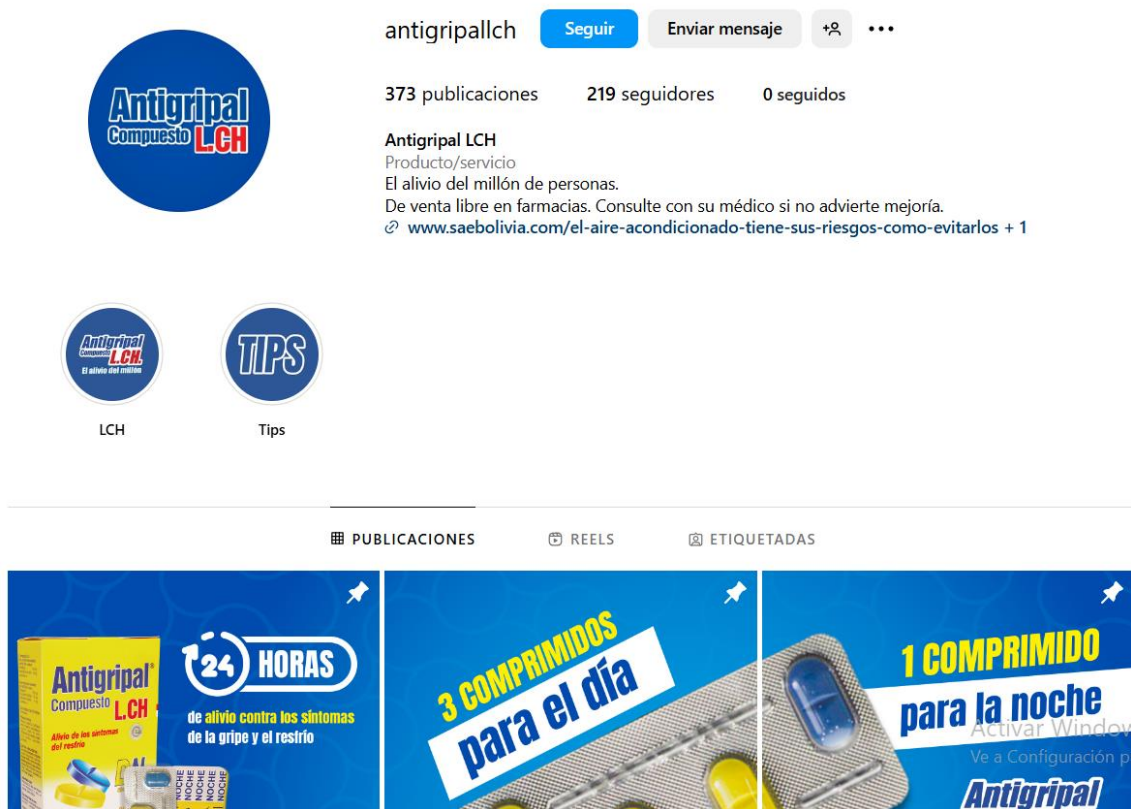


Fuente: Elaboración propia en base a Antigripal LCH de Laboratorios Chile

La marca en esta red social realiza publicaciones y reels mostrando su producto, publicaciones con humor (memes), publicaciones con indicaciones de consumo para el producto. La página tiene 50000 “Me gusta”, 51000 “Seguidores” y la publicación con más interacciones tiene 693 “Me gusta”, 28 “Comentarios” y 79 “Compartidos”.

Instagram:

Gráfico N° 53: Página de Instagram de Laboratorios Chile



Fuente: Elaboración propia en base a Laboratorios Chile

En la cuenta de Instagram de la marca se observan las mismas publicaciones y reels de la cuenta de Facebook, mostrando su producto, publicaciones con humor (memes) y publicaciones de días conmemorativos.

La cuenta posee 219 “Seguidores” y la publicación con más interacciones tiene 8 “Me gusta”.

Producto Sustituto:

Tabla N° 12: Producto Sustituto

Empresa	Producto	Características	Precio	Imagen Producto
Droguería INTI	Mentisan Ungüento (25 g) y (60 g)	Balsámico broncopulmonar	Bs. 15,65 (25 g) Bs. 38,51 (60 g)	

Fuente: Elaboración propia en base a Farmacorp

Se puede observar el producto sustituto “Mentisan” en la presentación de ungüento se utiliza para tratar el resfriado externamente.

Redes sociales Sustitutos:

- Droguería INTI

Facebook:

Gráfico N° 54: Página de Facebook Droguería Inti

 Droguería INTI S.A.

 Calle Lucas Jaimes #1959, Miraflores, La Paz, Bolivia

 inti.com.bo

 Cerrado ahora

Fotos



Somos **#3**



Somos **#3**



Somos **#3**



Somos **#3**



Somos **#3**



Somos **#3**



Somos **#3**



Somos **#3**



Somos **#3**

 Droguería INTI S.A.

Ayer a las 5:19 p. m.

Droguería INTI es reconocida como uno de los Mejores Lugares para Trabajar™ para Mujeres 2024.

Nos enorgullece ser un espacio donde el talento femenino es desarrollado en igualdad de condiciones y donde cada colaboradora puede alcanzar su máximo potencial.

Este logro es posible gracias al compromiso de cada persona que forma parte de nuestro equipo.... [Ver más](#)

Nuestra diversidad nos enriquece y la equidad nos empodera.

Somos #3

Los Mejores Lugares para Trabajar™ Para Mujeres

Great Place To Work. BOLIVIA 2024



Fuente: Elaboración propia en base a Droguería Inti

71-177

La página de la empresa posee 85000 “Me gusta” y 95000 “Seguidores”. Las publicaciones son de sus reconocimientos como “Great Place to Work”, Mejores lugar para trabajar para mujeres, publicaciones que reflejan que la salud es importante para ellos, entre otros. La publicación orgánica con más interacciones posee 1300 “Me gusta”, 34 “Comentarios” y 81 “Compartidos”.

- **Instagram:**

Gráfico N° 55: Página de Facebook Droguería Inti



Fuente: Elaboración propia en base a Droguería Inti

La empresa en su cuenta publica lo mismo que en su página de Facebook, en esta cuenta posee 322 publicaciones, tiene 9274 “Seguidores” y de sus publicaciones el mayor tiene 1922 “Me gusta”, 27 “Comentarios” y 37 “Envíos”.

- **TikTok:**

Gráfico N° 56: Página de Facebook Droguería Inti



No hay contenido

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Fuente: Elaboración propia en base a Droguería Inti

En la cuenta de TikTok la empresa no tiene publicaciones. Sin embargo, tiene 219 “Seguidores” y 2 “Me gusta”.

Análisis de las 5 Fuerzas de Porter. –

Rivalidad entre competidores existentes:

Actualmente existen los competidores directos e indirectos que tratan uno o más síntomas del resfriado y están posicionados en el mercado, sin embargo, el segmento de productos naturales no está saturado y no existe un jarabe natural que trate toda la sintomatología del resfriado. Por lo tanto, existe un espacio para diferenciarse de toda la competencia.

Riesgo de Ingreso de Nuevos Competidores:

- **Barreras de entrada:** Las barreras de entrada identificadas son económicas por la problemática actual de la escasez del dólar en Bolivia, siendo un impedimento para la adquisición de maquinaria, automóvil, entre otros.
- **Barreras de salida:** Por el momento no se identificó barreras de salida.

Poder de negociación de Clientes:

No existe poder de negociación de parte de los clientes debido a que el Jarabe Resfrinol será un producto único en el mercado por su composición natural dirigida a tratar los resfriados comunes en la Ciudad de La Paz, sin dañar el organismo a largo plazo creando un valor agregado diferenciándose de la competencia, además del precio competitivo que atraerá a la decisión de compra.

Poder de negociación de Proveedores:

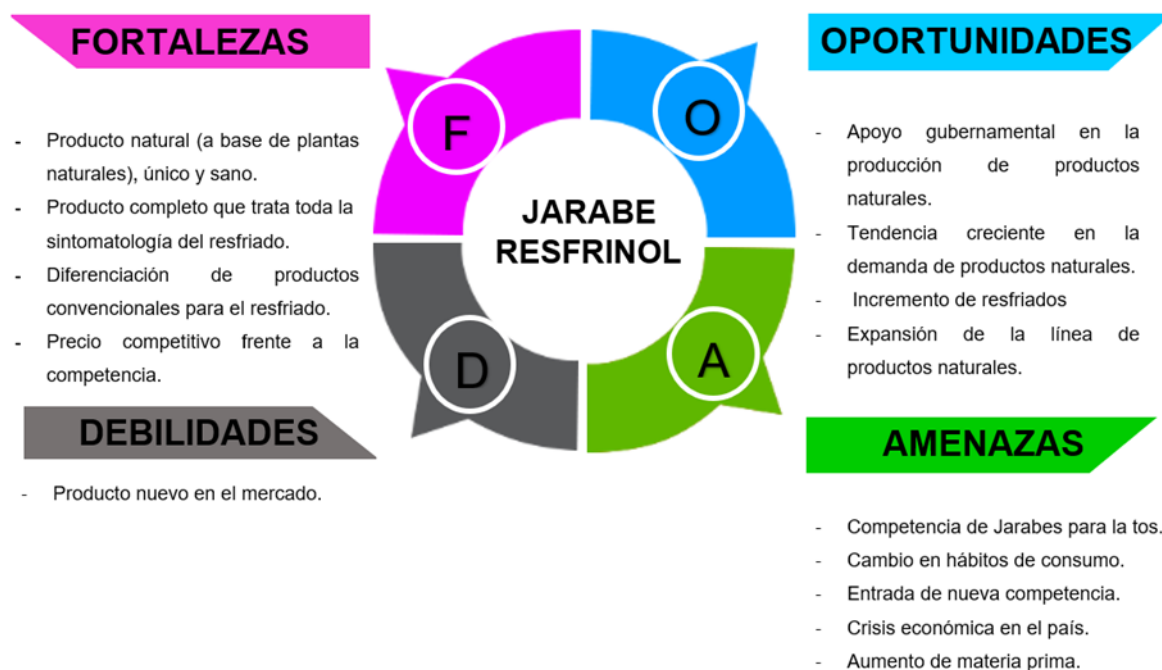
Existe un poder medio de negociación por parte de los proveedores, debido a que se identificó un proveedor en Quime, Inquisivi de la Ciudad de La Paz de la materia prima extractos de Eucalipto, Wira Wira y Malva. También se encontró otro proveedor de la materia prima en Laja. Sin embargo, existen más proveedores en bajas escalas, pudiendo acudir a los mismos en alguna ocasión.

Amenaza de productos sustitutos:

Existe un poder bajo debido a que el producto sustituto identificado es un ungüento, se usa externamente, sólo trata un síntoma del resfriado.

Análisis FODA. –

Gráfico N° 57: FODA



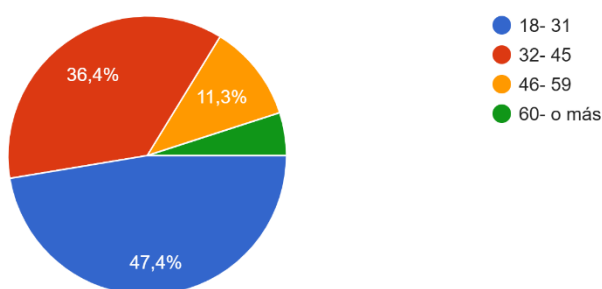
Fuente: Elaboración propia

3.2.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA POTENCIAL

3.2.3.1. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Gráfico N° 58: Edad de los encuestados

Edad
382 respuestas

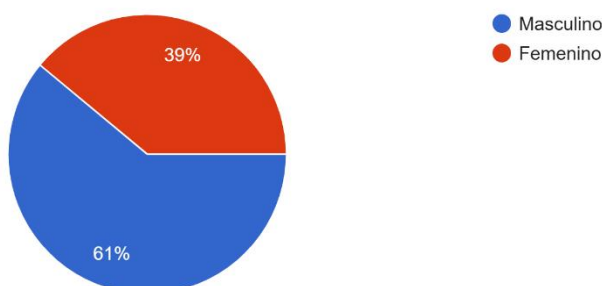


Fuente: Elaboración propia

En la pregunta predomina el público entre 18 a 45 años con una suma de 83,8%, de 46- 59 años el 11,3% y el 5% de 60 años a más. Estos resultados sirven para analizar el comportamiento de gustos y preferencias por edades y aplicarlo a la venta del Jarabe Resfrinol.

Gráfico N° 59: Género de los encuestados

Género
382 respuestas



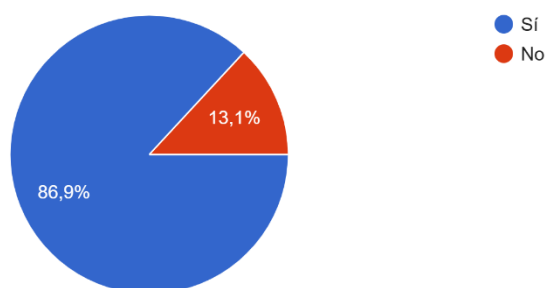
Fuente: Elaboración propia

Se observa en la pregunta que el 61% de los encuestados fueron del género masculino y el 39% del género femenino. Para analizar el comportamiento de los consumidores según su género y aplicarlo para la venta del Jarabe Resfrinol.

Gráfico N° 60: Resfriados

El último año, ¿usted contrajo un resfrío?

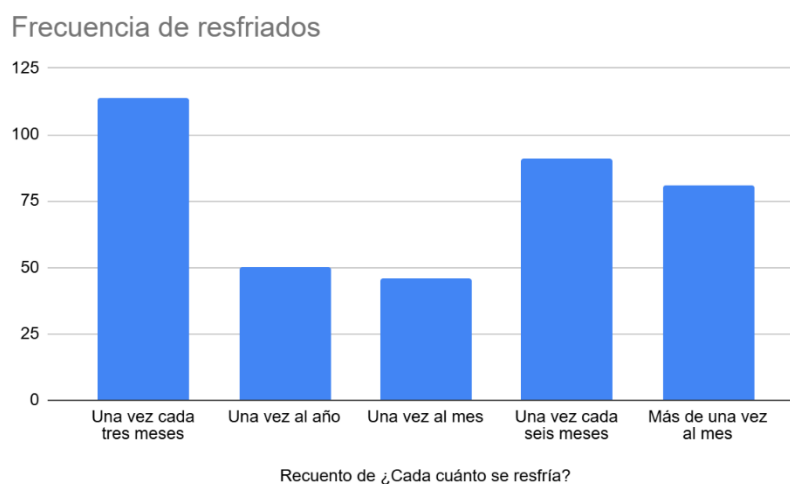
382 respuestas



Fuente: Elaboración propia

El presente gráfico evidencia que el público encuestado contrajo un resfrío en este año 2024. Esta pregunta sirve para analizar si existirá demanda para productos de resfriado incluyendo el Jarabe Resfrinol.

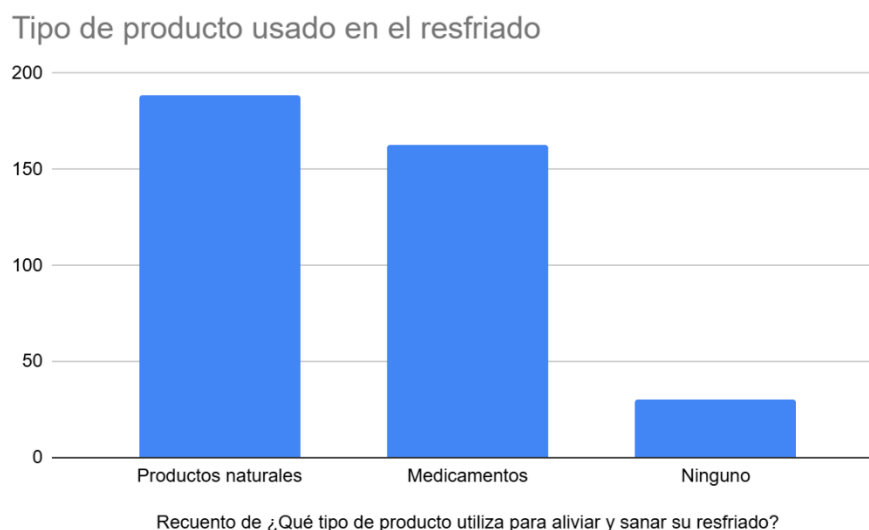
Gráfico N° 61: Frecuencia de Resfriados



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico se observa la frecuencia en que los encuestados se resfriaron, y se evidencia que el público adquirió un resfriado una vez al mes (12%), una vez al año (13,1%), más de una vez al mes (21,2%), una vez cada seis meses (23,8%) y una vez cada tres meses (29,8%). Esto servirá para el análisis de la demanda del Jarabe Resfrinol.

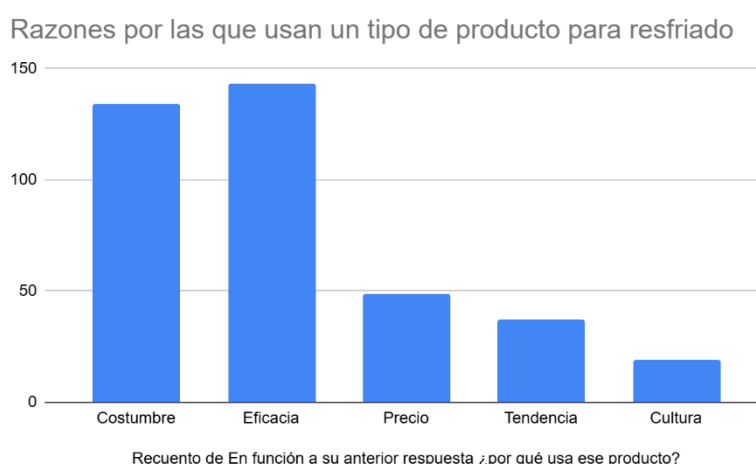
Gráfico N° 62: Productos para el Resfriado



Fuente: Elaboración propia

Se puede observar en el gráfico que el público encuestado alivia y sana su sintomatología de resfriado con productos naturales (49,5%), medicamentos (42,7%) y ninguno (7,9%). Lo cual evidencia que la población paceña encuestada prefiere utilizar métodos naturales, esta información servirá para entender las preferencias del público objetivo y aplicarlo en beneficio del proyecto.

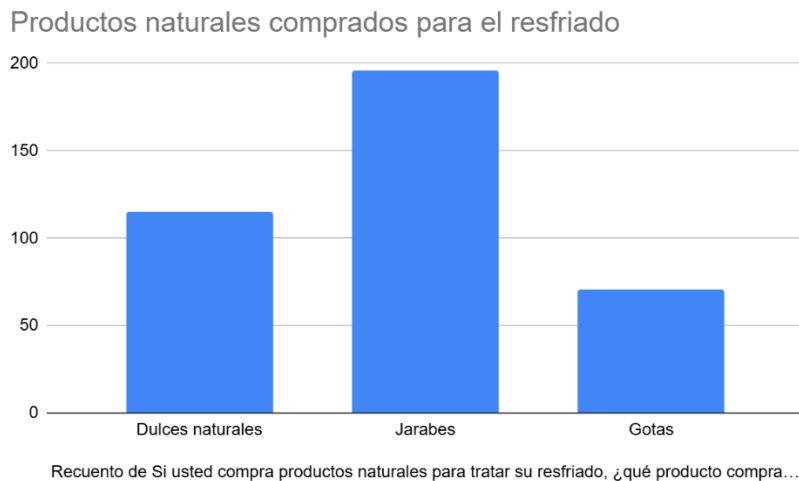
Gráfico N° 63: Razones de uso de los productos para resfriado



Fuente: Elaboración propia

Se observa que el público encuestado escogió que la razón más contundente que usan para un tipo de producto es la eficacia que cumpla el producto (37,4%), después le sigue por costumbre (35,1%), precio (12,8%), tendencia (9,7%) y por cultura (5%). Esta información servirá para entender el comportamiento del público objetivo.

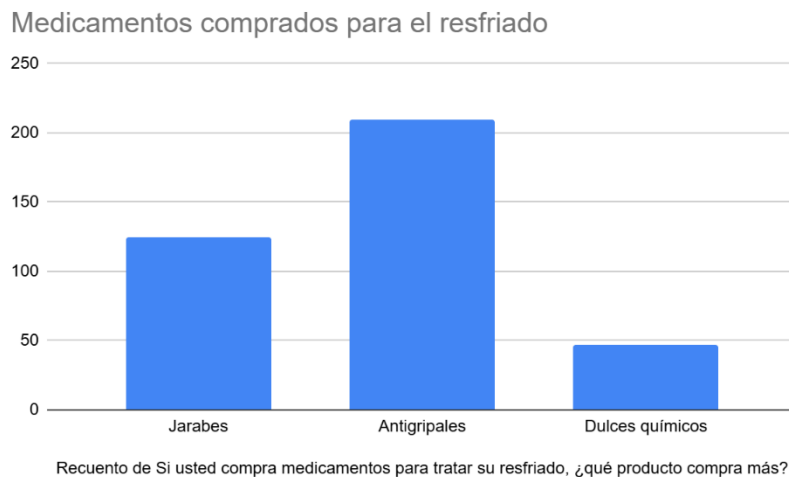
Gráfico N° 64: Productos naturales comprados para el resfriado



Fuente: Elaboración propia

Se observa que el público encuestado compra productos naturales del tipo dulces naturales (30,1%), jarabes (51,3%) y presentaciones en gotas (18,6%). Esta información servirá en beneficio del proyecto debido a que las personas prefieren los jarabes y Resfrinol pertenece a este tipo de producto.

Gráfico N° 65: Medicamentos comprados para el resfriado



Fuente: Elaboración propia

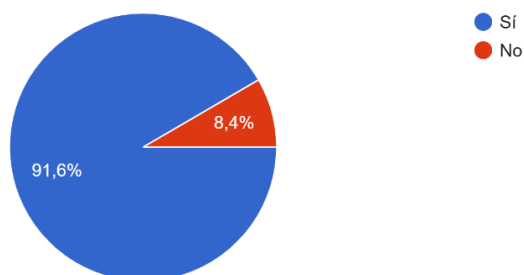
Se puede observar que el tipo de medicamentos más comprados son los antigripales con (55%), después los jarabes con 32,7% y los dulces químicos con (12,3%). Esta

información servirá para entender el comportamiento del público en la competencia indirecta.

Gráfico N° 66: Reemplazo de productos por resfriado por el Jarabe Resfrinol

¿Usted reemplazaría el tratamiento que utiliza por un Jarabe a base de plantas naturales agradable con el organismo sin químicos que le permita sanar...esfriado con mayor eficiencia que los fármacos?

382 respuestas

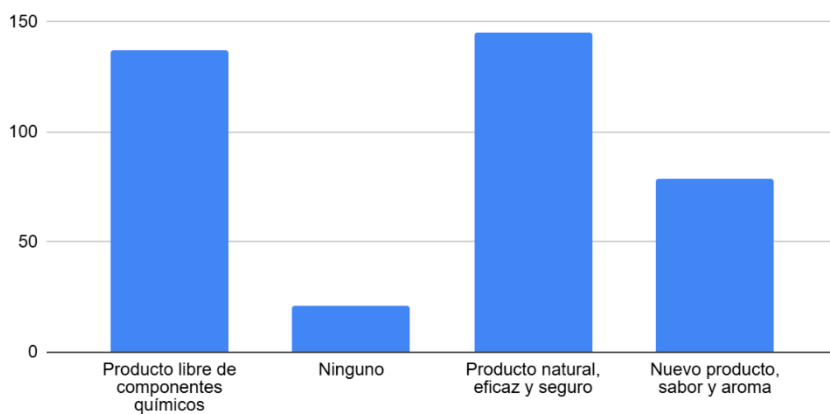


Fuente: Elaboración propia

Se analiza que el público encuestado reemplazaría su tratamiento ya sea con medicamentos o productos naturales con el Jarabe Fitoterapéutico “Resfrinol” con Sí (91,6%) y los que no reemplazarían sus tratamientos actuales con (8,4%). Se puede observar una respuesta favorable hacia el producto y servirá para realizar la ecuación de la demanda potencial.

Gráfico N° 67: Razones por las que comprarían el Jarabe Resfrinol

Razones por las que comprarían el Jarabe Fitoterapéutico

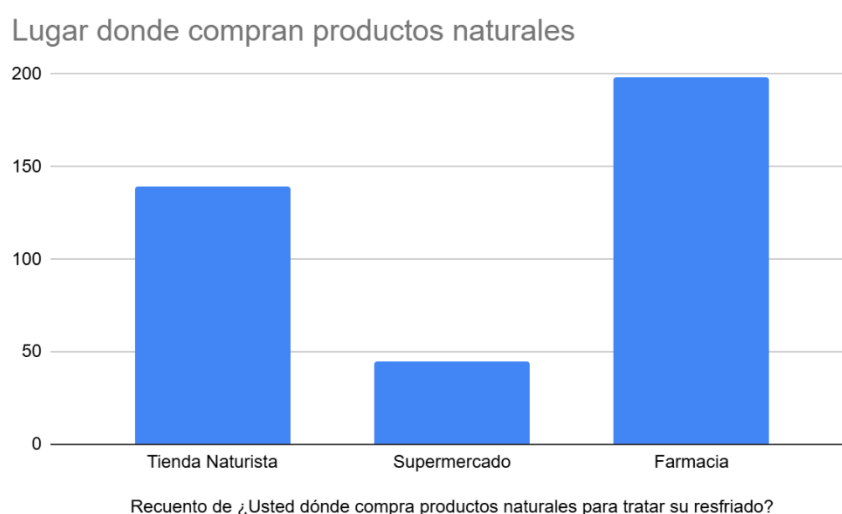


Recuento de ¿Por qué usted compraría el Jarabe a base de plantas naturales agradable con el or...

Fuente: Elaboración propia

Se analiza que las razones por las que el público compraría el Jarabe Fitoterapéutico “Resfrinol” es por ser un: Producto natural, eficaz y seguro (38%); producto libre de componentes químicos (35,9%), nuevo producto, sabor y aroma (20,9%) y ninguno con (5,5%). Esta información servirá para aplicar al proyecto sobre que ofrecer en el Jarabe Resfrinol.

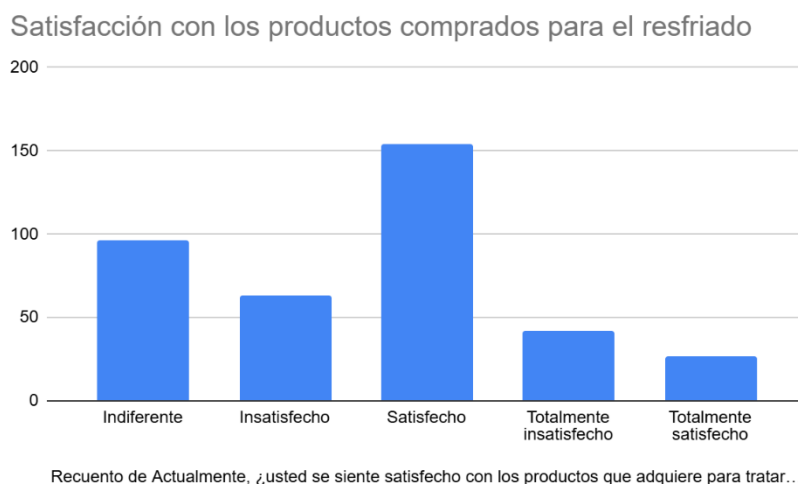
Gráfico N° 68: Lugar donde comprarían los productos naturales



Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que el público encuestado actualmente compra productos naturales en farmacias (51,8%), tiendas naturistas (36,4%) y supermercado (11,8%). Esta información servirá para definir los canales de distribución del Jarabe Resfrinol.

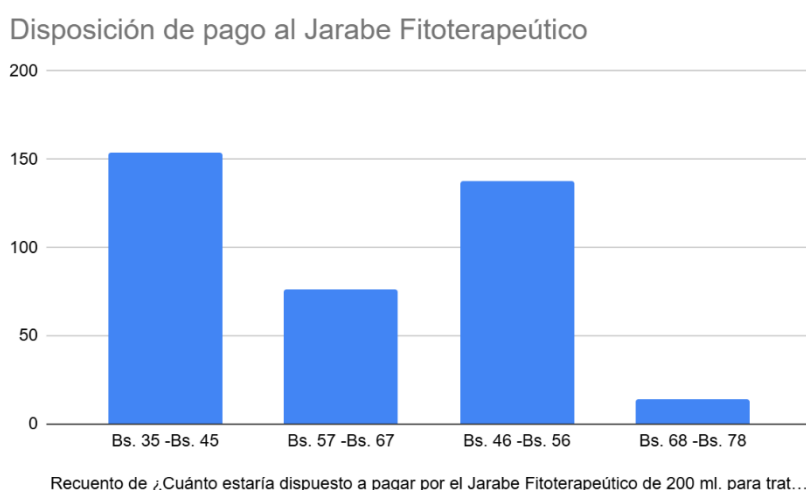
Gráfico N° 69: Satisfacción con los productos para el resfriado



Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que el público encuestado está satisfecho con los productos que adquiere para el resfriado, ya sean medicamentos o productos naturales. En los satisfechos con (40,3%), indiferente (25,1%), insatisfecho (16,5%), totalmente insatisfecho (11%) e insatisfecho (7,1%). Esta información servirá para analizar si existe una necesidad u oportunidad en el mercado paceño.

Gráfico N° 70: Disposición de pago al Jarabe Resfrinol

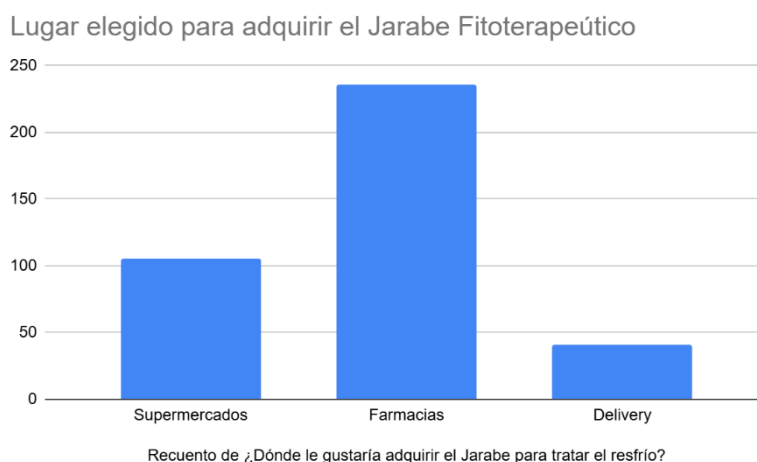


Fuente: Elaboración propia

El público encuestado está dispuesto a pagar por el Jarabe Fitoterapéutico “Resfrinol” de Bs. 35- Bs. 45 (40,3%), Bs. 46- Bs. 56 (36,1%), Bs. 57- Bs. 67 (19,9%) y Bs. 68-

Bs. 78 (3,7%). Esta información servirá para las estrategias de precios y fijación de precios del Jarabe Resfrinol.

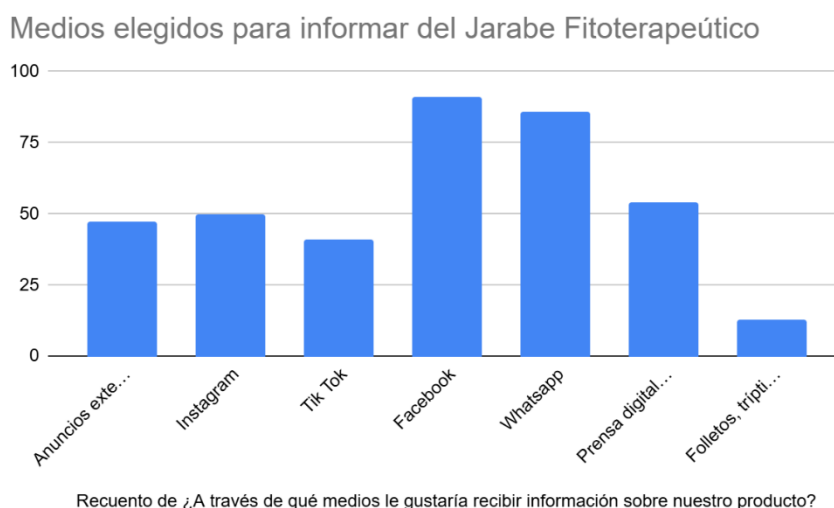
Gráfico N° 71: Lugar elegido para adquirir el Jarabe Resfrinol



Fuente: Elaboración propia

Según el público objetivo le gustaría adquirir el Jarabe Fitoterapéutico “Resfrinol” en farmacias (61,8%), supermercados (27,5%) y delivery (10,7%). Por lo tanto, el público en su mayoría prefiere adquirir el producto mediante farmacias, esta información servirá para definir los canales de distribución del Jarabe Resfrinol.

Gráfico N° 72: Medios elegidos para informar del Jarabe Resfrinol

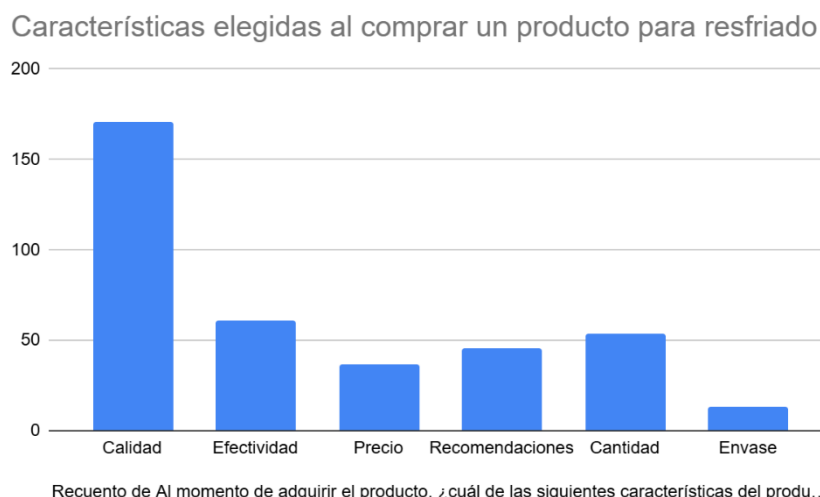


Fuente: Elaboración propia

Los medios elegidos por los cuales al público objetivo le gustaría recibir información del Jarabe Fitoterapéutico “Resfrinol” es a través de Facebook (23,8%), WhatsApp

(22,5%), Prensa digital (Periódico digital) (14,1%), Instagram /13,1%), Anuncios exteriores (carteles, vallas publicitarias, etc.) (12,3%), TikTok (10,7%) y folletos, trípticos (3,4%). Se observa que los medios favoritos son Facebook y WhatsApp, por lo tanto, esta información servirá para definir la estrategia de promoción del Jarabe Resfrinol.

Gráfico N° 73: Características elegidas al comprar un producto para resfriado



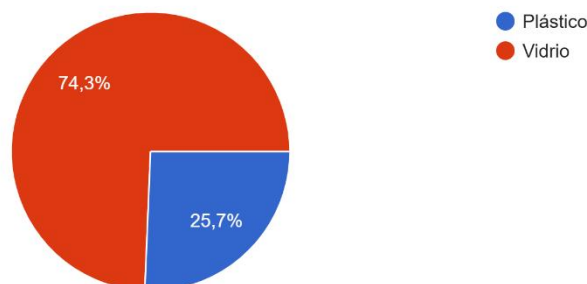
Fuente: Elaboración propia

Se observó que las características predominantes al momento de adquirir un producto para el resfriado por el público objetivo es la calidad (44,8%), efectividad (16%), cantidad (14,1%), recomendaciones (12%), precio (9,7%), envase (3,4%). Esta información servirá para definir qué características se ofrecerán del Jarabe Resfrinol.

Gráfico N° 74: Envase elegido para el Jarabe Resfrinol

¿Qué tipo de envase le gustaría para el Jarabe?

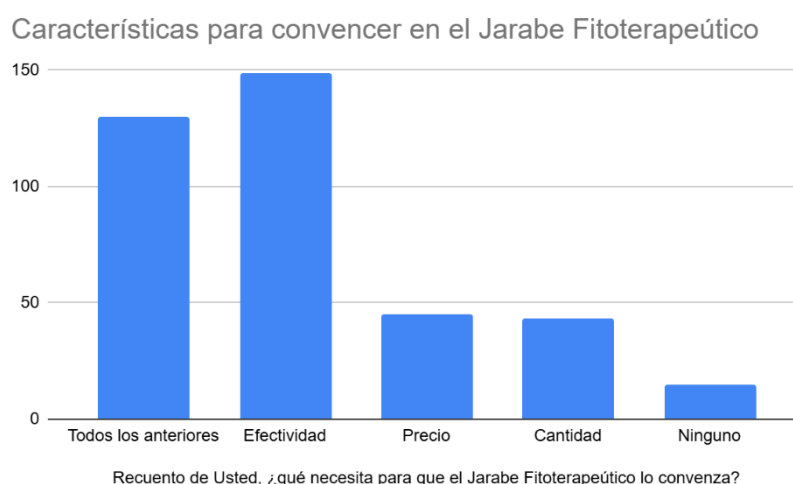
382 respuestas



Fuente: Elaboración propia

El material de envase elegido para el Jarabe Fitoterapéutico “Resfrinol” fue el vidrio con 74,3% y plástico con 25,7%. Esta información servirá para definir el envase de presentación del Jarabe Resfrinol.

Gráfico N° 75: Características para convencer en el Jarabe Resfrinol

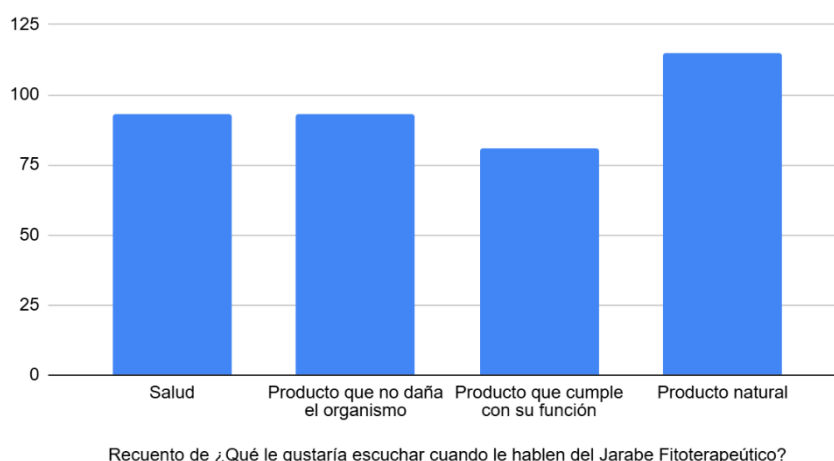


Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que el público encuestado para ser convencido por el Jarabe Fitoterapéutico “Resfrinol” necesita las siguientes características: Efectividad (39%), Todos los anteriores (Precio, efectividad, cantidad) (34%), Precio (11,8%), Cantidad (11,3%) y ninguno (3,9%). Se observa una cercanía entre efectividad y la opción en conjunto de precio, efectividad y cantidad, por lo tanto, esta información servirá para definir que ofrecer en el Jarabe Resfrinol.

Gráfico N° 76: Características elegidas al escuchar del Jarabe Resfrinol

Características elegidas al escuchar del Jarabe Fitoterapéutico

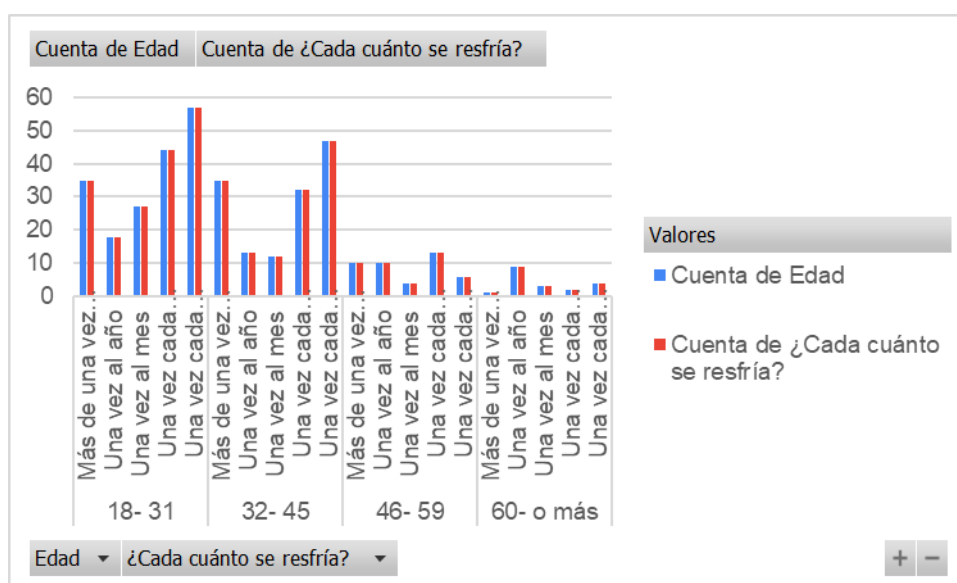


Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que las elecciones del público encuestado al escuchar del Jarabe Fitoterapéutico “Resfrinol” son: Producto natural (30,1%), Salud (24,3%), Producto que no daña el organismo (24,3%) y Producto que cumple con su función (21,2%). La característica que el público quiere escuchar es “Producto natural” y hubo un empate entre salud y producto que no daña el organismo, esta información servirá para definir la característica principal del Jarabe Resfrinol.

Gráficos cruzados:

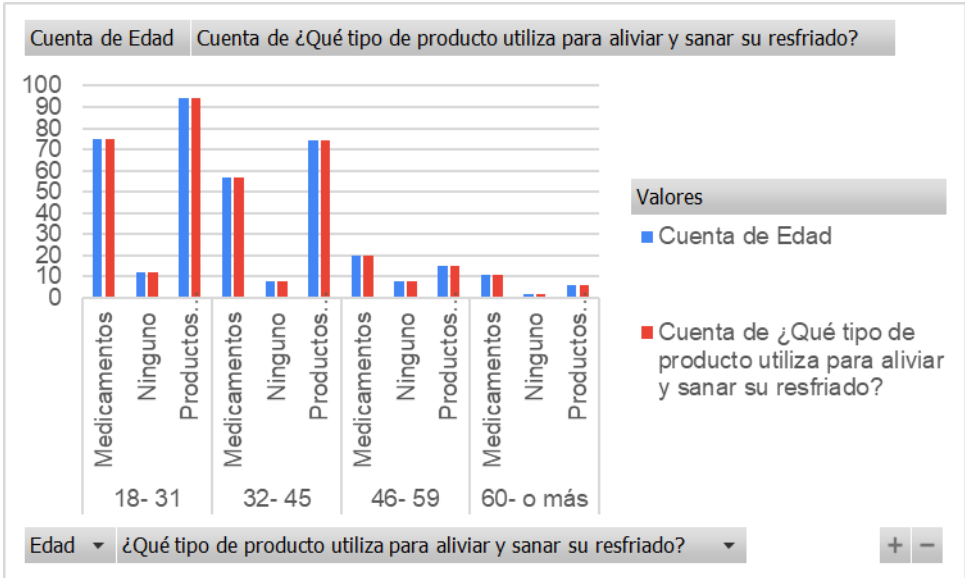
Gráfico N° 77: Edad y frecuencia de resfriado



Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que existe una relación entre la edad del público encuestado y la frecuencia en la que se resfría, las personas entre 18 años a 45 años son las personas que tuvieron más resfriados cada 3 a 6 meses. Para analizar la relación entre la edad y la frecuencia de resfriados en el mercado paceño.

Gráfico N° 78: Edad y tipo de producto utilizado para el resfriado

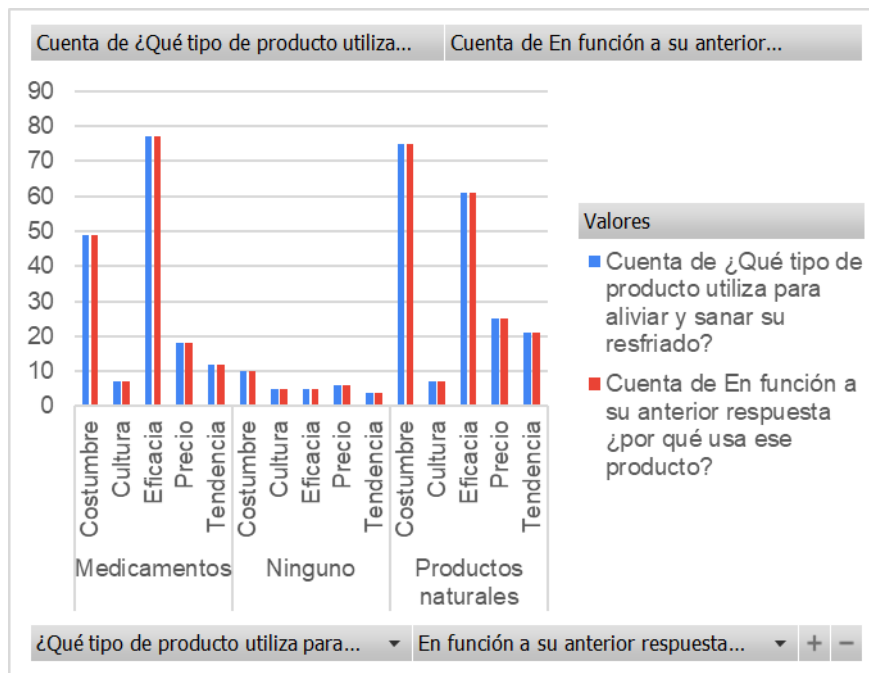


Fuente:

Elaboración propia

Se puede observar que existe una tendencia de consumo de productos naturales entre las personas entre los 18 años y 45 años. Para analizar la relación entre la edad y la preferencia del producto utilizado en el resfriado.

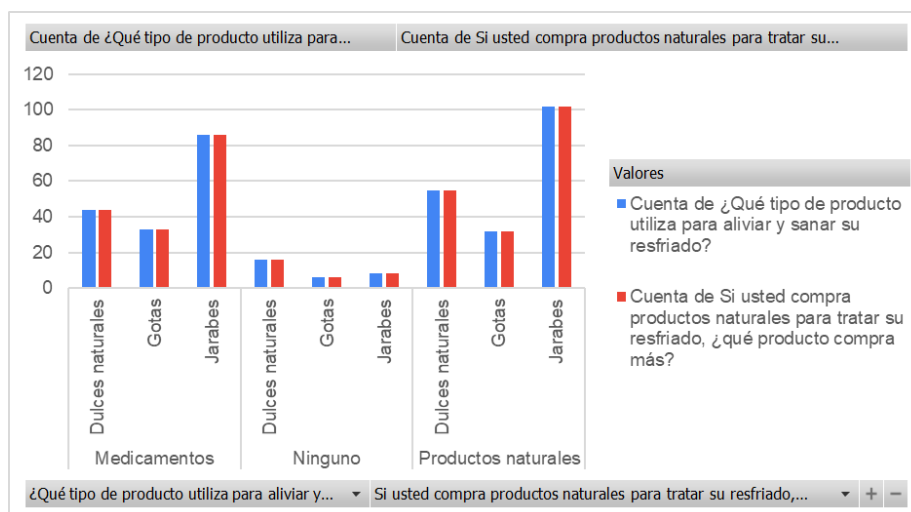
Gráfico N° 79: Tipo de producto utilizado para el resfriado y porqué usa esa producto



Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que las personas que utilizan medicamentos por eficacia y costumbre y las personas que utilizan productos naturales para tratar la sintomatología del resfriado lo utilizan por costumbre y eficacia.

Gráfico N° 80: Tipo de producto utilizado para el resfriado y qué producto natural compra

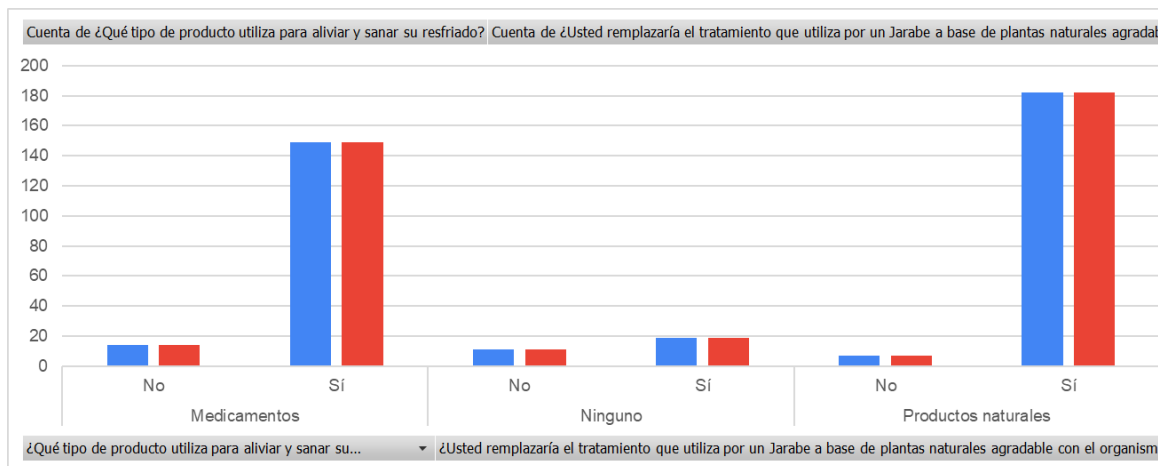


Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que las personas encuestadas señalan que ya sea si consumen medicamentos o productos naturales prefieren como primera opción los jarabes, es

decir, esta preferencia a los jarabes es una respuesta positiva para el Jarabe Fitoterapéutico “Resfrinol”.

Gráfico N° 81: Tipo de producto utilizado para resfriado y si reemplazaría ese producto por el Jarabe Resfrinol

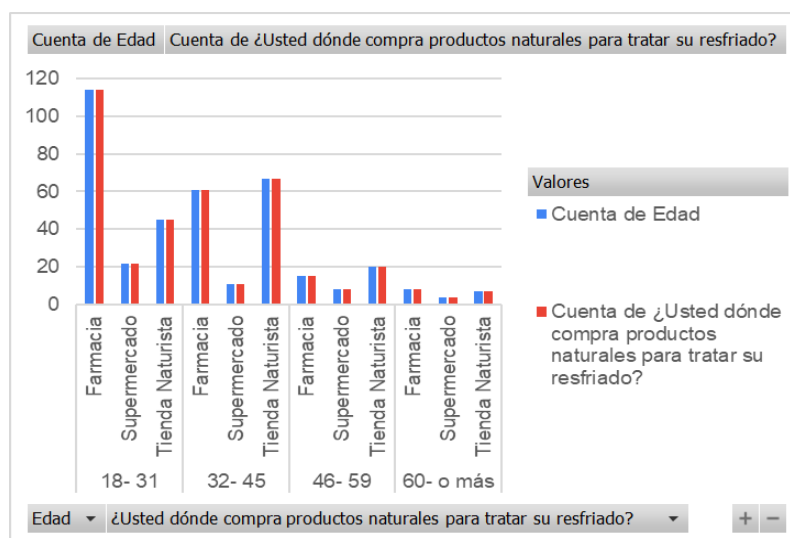


Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que las personas encuestadas que consumen medicamentos están dispuestas a reemplazar sus tratamientos con los fármacos por el Jarabe Fitoterapéutico “Resfrinol”. También las personas que utilizan productos naturales, de igual manera están dispuestas a reemplazar los productos que utilizan por el Jarabe Fitoterapéutico “Resfrinol”.

Existe una cuantiosa aceptación al Jarabe Fitoterapéutico “Resfrinol”.

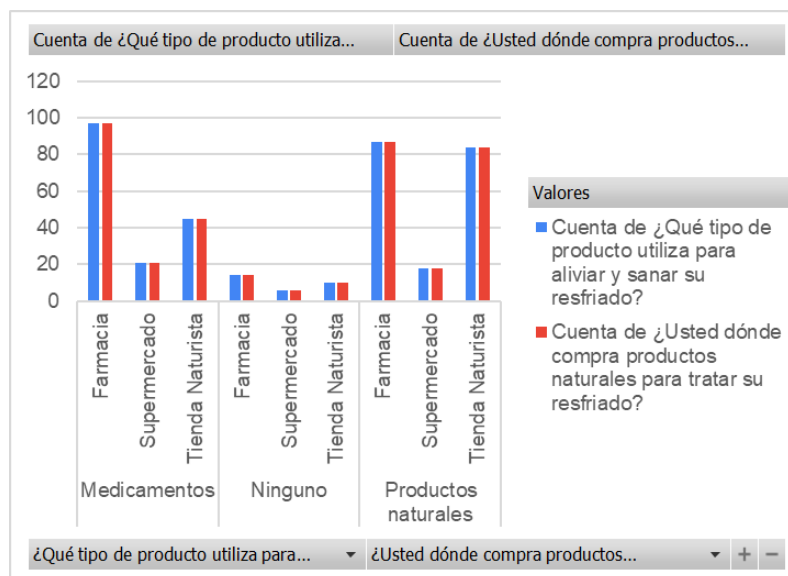
Gráfico N° 82: Edad y dónde compra productos naturales para el resfriado



Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que el público más joven entre 18 a 31 años tiene tendencia a comprar sus productos para el resfriado en farmacias y el público más maduro entre 32 a 45 años prefiere comprar sus productos para el resfriado en Tiendas naturistas.

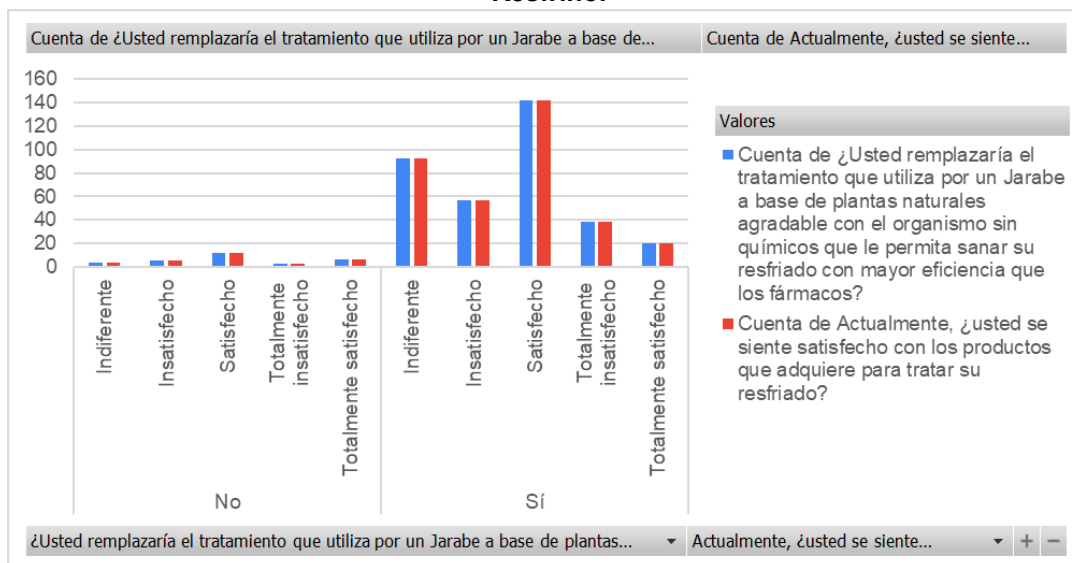
Gráfico N° 83: Tipo de producto usado para resfriado y dónde compra productos naturales



Fuente: Elaboración propia

Se observa que las personas que compran medicamentos y productos naturales lo hacen en las farmacias, y en segundo lugar los productos naturales en tiendas naturistas.

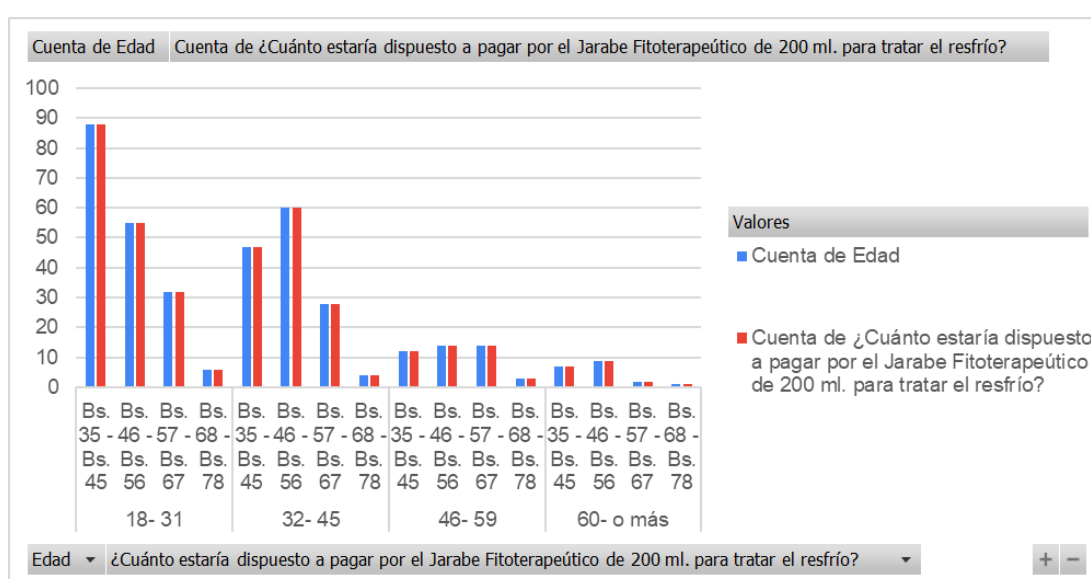
Gráfico N° 84: Satisfacción con los productos que usa y si lo reemplazaría con el Jarabe Resfrinol



Fuente: Elaboración propia

Se observa que las personas reemplazarían sus tratamientos ya sea con medicamentos o productos naturales por el Jarabe Fitoterapéutico “Resfrinol”, los que se encuentran en: Satisfecho y Totalmente satisfecho suman el 47,4% y los que se encuentran Indiferente, Insatisfecho y Totalmente insatisfecho suman 52,6%, evidenciando que ya sean insatisfechos o satisfechos con los productos que adquieren actualmente están dispuestos a comprar el Jarabe “Resfrinol”, notándose un análisis favorable.

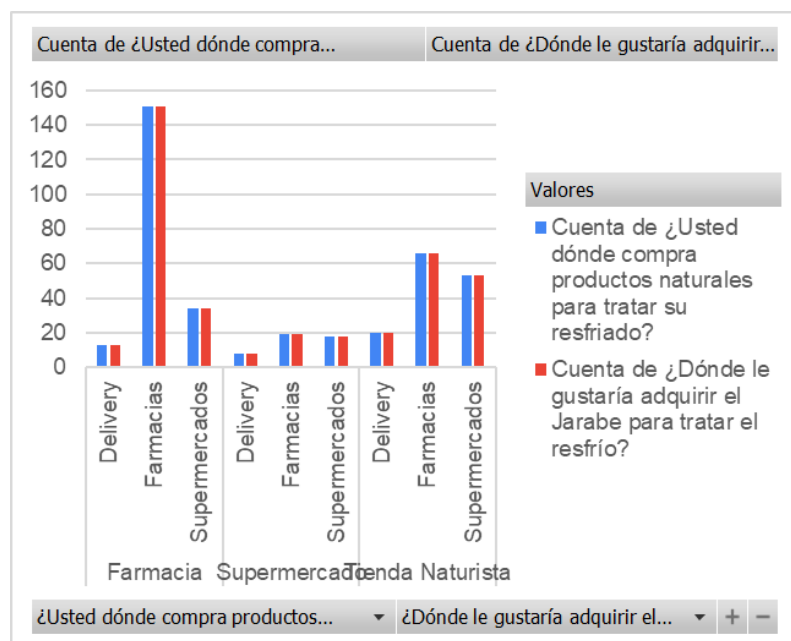
Gráfico N° 85: Edad y cuánto estaría dispuesto a pagar por el Jarabe Resfrinol



Fuente: Elaboración propia

Se observa que el público más joven de 18 a 31 años está dispuesto a pagar entre Bs. 35 a Bs. 45, en cambio el público más estable económicamente de 32 a 45 años está dispuesto a pagar Bs. 46 a Bs. 56. Evidenciando una relación entre la edad y la disposición a pagar.

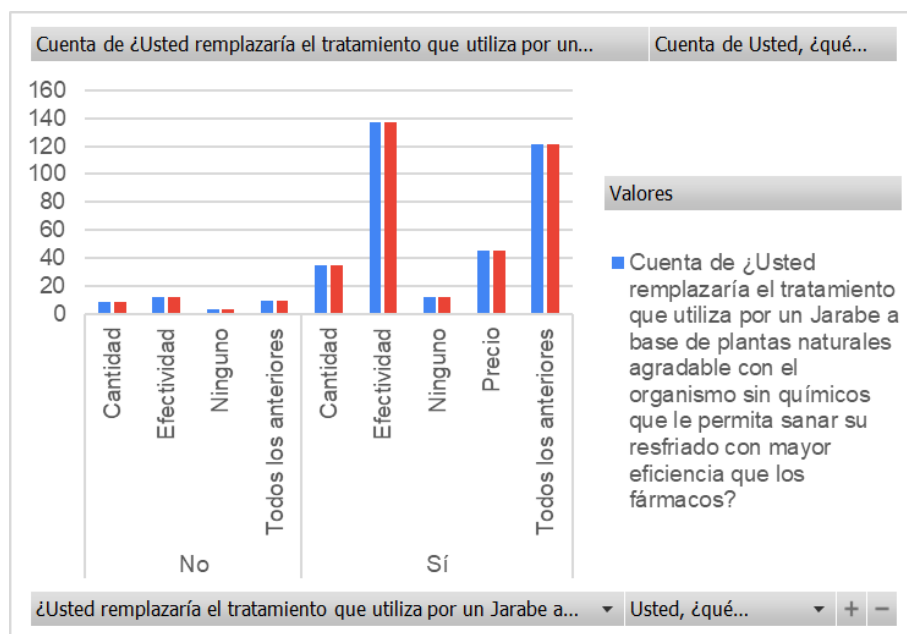
Gráfico N° 86: Dónde compra productos naturales y dónde le gustaría adquirir el Jarabe Resfrinol



Fuente: Elaboración propia

Se observa el lugar actual donde los encuestados compran productos para tratar sus resfriados son las farmacias, los que compran actualmente en farmacias desean adquirir el “Jarabe Resfrinol” en farmacias, los que adquieren en supermercados prefieren adquirir el jarabe en primer lugar en las farmacias y en segundo lugar en los supermercados. Por último, los que adquieren sus productos para el resfriado en tiendas naturistas desean adquirir el jarabe en primer lugar en farmacias y en segundo lugar en supermercados.

Gráfico N° 87: Si reemplazaría su producto actual por el Jarabe Resfrinol y por qué razones



Fuente: Elaboración propia

Se observa que las personas encuestadas que están dispuestas a reemplazar los productos para el resfriado que consumen actualmente por el Jarabe Resfrinol lo harían si el producto cumple con la característica: Efectividad y en conjunto a las características cantidad, efectividad y precio.

3.2.3.2. GRUPO FOCAL

Cuerpo de la técnica:

- Objetivo. – Determinar las razones por las cuales a mi público objetivo le gusta la marca Resfrinol.
- Objeto. – Las razones de gusto de la marca.
- Sujeto investigador. – Jessica Cornejo, estudiante de 7°Semestre de Ingeniería Comercial de la Universidad La Salle.
- Sujeto investigado. – Personas que viven en la Ciudad de La Paz, macro distritos sur y centro, de géneros masculino y femenino, con un rango de edades de 18 años a más de edad, que se adquirieron un resfriado y consumen productos para tratarlo. También son personas que trabajan.

- Análisis de recursos. – Para el grupo focal se utilizó recursos ambientales (se pidió a los participantes que no haya ruidos externos a la reunión), recursos tecnológicos (un celular para realizar la grabación durante la reunión).
- Cuestionario. – El cuestionario realizado fue el siguiente:
- Introducción: Saludos y presentación del Jarabe Fitoterapéutico “Resfrinol”
- ¿Usted consumiría el Jarabe Resfrinol?
- ¿A usted le agrada la presentación del logo, frasco y empaque del Jarabe Resfrinol y por qué?
- Contacto. – El contacto se realizó mediante una invitación personal de forma verbal, los participantes invitados fueron 7 personas, 5 del género femenino y 2 del género masculino.
- Ejecución. – La reunión del grupo focal comenzó a las 12:30 p.m. del 10 de noviembre de 2024 y terminó 12:40 p.m. del mismo día.
- Recolección de datos. –

Tabla N° 13: Matriz Grupo Focal

Preguntas/ Personas	Vladimir Lahore- 52 años	Ximena Aríñez- 53 años	María Eugenia Huertas- 70 años	Aylin Tusco- 22 años	Shirley Illanes- 47 años	Beatriz Cornejo- 44 años	Adolfo Lahore- 80 años	Observaciones cruzadas	Análisis de datos
¿Usted consumiría el Jarabe Resfrinol?	Sí consumiría, por lo general a mí me gusta buscar productos naturales.	Sí consumiría, me gustaría consumirlo ya que está hecho a base de plantas naturales y también por la confianza que no me causará efectos adversos a mi salud.	Sí me gustaría porque se ve prometedor, son hierbas que yo conozco.	Sí consumiría, me llama la atención porque creo que sería una buena alternativa para cuidar mi salud a largo plazo.	Sí consumiría, me encantaría probar porque es bueno probar algún producto natural porque los medicamentos a largo plazo tienen consecuencias, pero como usted nos promete que su jarabe no tendrá consecuencias es una buena opción.	Sí consumiría, me gusta el producto natural porque no hace daño y consumo esas hierbas cuando estoy resfriada en forma de mate y mejor para mí si hay jarabe de esas hierbas.	Claro que sí consumiría el producto.	Se observó que todos los participantes coinciden en que consumirían el Jarabe Resfrinol, porque les gusta porque los gustos naturales que no hacen daño, porque conocen y algunos consumen las plantas que contiene el Jarabe Resfrinol.	Se llegó a la conclusión que existe una percepción positiva y bastante expectativa hacia el Jarabe Resfrinol porque es natural, no hace daño y porque las plantas medicinales utilizadas como eucalipto, wira wira y malva son conocidas para tratar el resfriado llegando a ser una buena alternativa natural para tratar y curar la sintomatología del resfriado.
¿A usted le agrada la presentación del logo, frasco y empaque del Jarabe Resfrinol y porqué?	Se ve bastante claro lo que quieres ofrecer en el producto, me gustaría más tonos verdes ya que el producto natural representa lo verde.	Me gusta, está muy bonito, tengo sugerencia que las letras pongas en color rojo para que se más llamativo.	Me gusta porque muestra realmente lo que contiene el jarabe.	Me agrada, me parece llamativa, creo que comunica la solución que realmente está ofreciendo y también pienso que los colores que estás usando como el de eucalipto se ve fresco, pienso que el logo, presentación del jarabe en frasco y empaque son una comunicación efectiva para la venta de Resfrinol.	Me agrada, es muy bonito y llamativo, sobre todo muestra que es natural mostrando lo que vamos a consumir y tiene el nombre con todo lo que lleva, me parece excelente.	Me agrada, está muy bonito y visible, además muestra que el jarabe está hecho de esas plantitas.	Me gusta porque están dentro las imágenes de las hierbas.	Se observó que los participantes del grupo focal les gustó la presentación visual del Jarabe Resfrinol, ya que muestra las plantas que contiene el producto siendo una comunicación efectiva sobre lo que se está ofreciendo, además que se lo percibe fresco y natural.	Se llegó a la conclusión que existe aceptación positiva a la presentación visual (logo, frasco y empaque) del Jarabe Resfrinol.

Fuente: Elaboración propia

Análisis Conclusivo del grupo focal

Se llegó a la conclusión que existe una percepción positiva y bastante expectativa hacia el Jarabe Resfrinol porque es natural, no hace daño y porque las plantas medicinales utilizadas como eucalipto, wira wira y malva son conocidas para tratar el resfriado llegando a ser una buena alternativa natural para tratar y curar la sintomatología del resfriado.

Existe aceptación positiva a la presentación visual (logo, frasco y empaque) del Jarabe Resfrinol.

3.2.3.3. ENTREVISTA

Cuerpo de la técnica:

- Objetivo: Determinar si el público objetivo utilizaría el Jarabe Resfrinol.
- Objeto: Las razones que incitan a utilizar el Jarabe Resfrinol.
- Sujeto investigador: Jessica Cornejo, estudiante de 7°Semestre de Ingeniería Comercial de la Universidad La Salle.
- Sujetos investigados: Personas representativas del área farmacéutica de sexo femenino.
- Análisis de recursos: Los recursos utilizados fueron tecnológicos (celular) y humanos (persona representativa y yo).
- Cuestionario:
 1. ¿Qué piensa del Jarabe Resfrinol? ¿Creé que tendrá éxito en el mercado paceño?
 2. ¿Por qué razones utilizarías este servicio?
 3. ¿Qué requisitos necesitaría para vender mi jarabe en las farmacias?
- Contacto: El contacto fue personal.
- Ejecución: Se realizó la entrevista el 11 de noviembre a las 10:00 a.m. hasta 10:10 a.m.
- Recolección de datos:

Dra. Giovanna Trujillo (Química Farmacéutica)

1R: En mi opinión el producto es muy bueno porque en el mercado de Bolivia no existe esa combinación de plantas medicinales (eucalipto, wira, wira y malva), solamente manejan por separado jarabes de eucalipto o de wira wira. En este caso el jarabe que presentas es una combinación que ayudará a curar diferentes patologías, si tendrá mayor movimiento siempre y cuando le den un buen marketing y lo hagan conocido al producto, el hecho que es un medicamento natural no tiene reacciones adversas.

2R: En el caso de la combinación que tendrá el Jarabe de eucalipto, wira wira y malva, cada principio activo tiene su acción independiente, en caso de la malva tiene una acción antiinflamatoria que ayudará a la garganta, bronquitis o malestar de resfrío, en el caso de eucalipto ayuda a todos los síntomas de un resfrío no sola la tos, en el caso de la wira wira sirve como un expectorante y la combinación de los tres principios activos será muy buena ya que simplificará en un solo jarabe y no por separado. Para administrar a un paciente es preferible tomar en una sola dosis que estar tomando diferentes jarabes.

3R: Que la empresa cuente con registro sanitario, que la empresa sea legal y que tenga un buen marketing, haciendo una buena promoción del mismo demostrando que sea eficaz, seguro y estable que son las cualidades que necesitan los medicamentos.

Dra. Esperanza Callejas (Química Farmacéutica)

1R: Como es un producto natural y generalmente no tiene efectos adversos que no tienen los productos químicos, entonces es bien tolerado y bien recepcionado por el paciente cuando se le indica que el producto no le producirá reacciones, lo natural es mejor y si se le da un buen marketing el jarabe será muy bien aceptado por el paciente.

2R: Las tres plantas tienen sus propiedades cada una, son más o menos similares y con la combinación de las tres van a aliviar los síntomas del resfrío como la tos, la fiebre porque la malva actúa aliviando la fiebre y la wira wira y eucalipto alivian la bronquitis son buenos para el malestar del resfriado. Me parece la unión de las tres plantas, una combinación que favorecerá a los síntomas del resfrío que generalmente son tos y fiebre.

3R: Registro sanitario otorgado por AGEMED a los laboratorios artesanales.

- Análisis de datos:

Se entiende que se acertó con las plantas elegidas para tratar el resfriado mediante el Jarabe Resfrinol.

- Análisis Conclusivo de la entrevista

Luego de realizar la entrevista, se evidencia que las personas entrevistadas del área farmacéutica creen que al público objetivo si le gustará el Jarabe Resfrinol debido a que es un producto completo al poseer las plantas eucalipto, malva y wira wira tratando a todos los síntomas y que tendrá éxito siempre y cuando tenga un buen marketing y funcionamiento legal para distribuir en las cadenas de farmacias.

3.2.3.4. DETERMINAR LA DEMANDA POTENCIAL

Para estimar la demanda, se utilizará el consumo aparente basado en un estudio realizado mediante encuestas a las personas que consumen productos para tratar el resfriado.

Fórmula N° 6: Ecuación de la demanda potencial

$$Q = n * \mu q$$

Fuente: Elaboración propia en base a (Begg, 2006)

Donde Q es la demanda potencial del producto; n es la cantidad de compradores o consumidores potenciales en el mercado y μq es la cantidad de consumo promedio de producto por individuo en dicho mercado. (Begg, 2006)

Para calcular la demanda potencial del Jarabe Resfrinol, se puede utilizar los datos de la encuesta desarrollada anteriormente. Según los resultados de la encuesta, se puede observar que las personas dispuestas a reemplazar su tratamiento actual por el Jarabe Fitoerapéutico Resfrinol es 91,6%.

Dado que el público objetivo del proyecto se compone de 221765 personas, se puede calcular la demanda potencial de la siguiente manera:

$$Q = \text{Público Objetivo} * \text{Porcentaje dispuesto a comprar el Jarabe Resfrinol}$$

Sustituyendo los valores conocidos:

$$Q = 221765 * (91,6/100)$$

Por lo tanto, la demanda potencial para el Jarabe Resfrinol se calcularía realizando esta operación, teniendo como resultado final de la demanda potencial:

$$Q = 203136,74 \text{ consumidores}$$

La demanda potencial del mercado es 203137 personas.

Proyección de la demanda. -

Se procederá a estimar el posible comportamiento de la demanda del Jarabe Resfrinol, a través de los siguientes datos:

Los datos fueron obtenidos desde el año 1981 hasta el año 2023 de la variación del comportamiento en la industria.

Tabla N° 14: Datos pasados estimados de demanda potencial

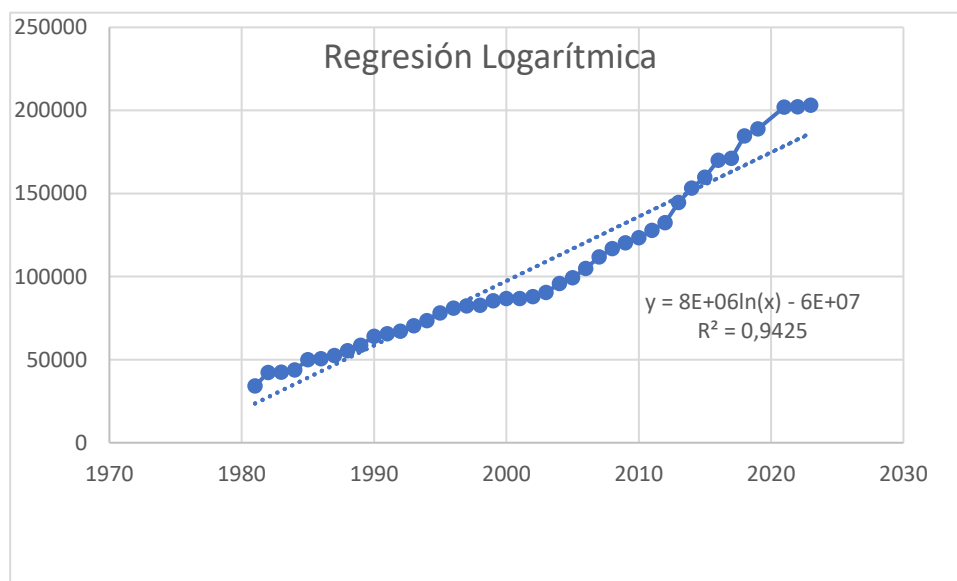
Proyección	Variación (%)	Demanda (Bs.)
1981	0,09601342	34169,8868
1982	0,19297776	42340,7003
1983	0,00314211	42474,1588
1984	0,0295841	43769,0262
1985	0,1224109	49874,1682
1986	0,01177208	50468,2847
1987	0,03906313	52519,8754
1988	0,05040926	55307,9061
1989	0,05668745	58631,5807
1990	0,08287959	63930,0798
1991	0,0255335	65605,2107
1992	0,0217595	67064,5008
1993	0,04732097	70395,6934
1994	0,04106385	73410,1986
1995	0,06048599	78136,353
1996	0,03562944	81023,1625
1997	0,01549095	82298,037
1998	0,00468472	82685,3953
1999	0,03143168	85368,676
2000	0,01501658	86670,1659
2001	0,00168455	86816,4128
2002	0,01351826	88006,1025
2003	0,02613226	90367,6121
2004	0,05628236	95757,045
2005	0,03506788	99237,0787
2006	0,05299516	104790,466
2007	0,06276484	111808,083
2008	0,04226863	116742,634
2009	0,02903033	120233,04
2010	0,02595084	123436,315
2011	0,03467109	127869,697
2012	0,03444241	132430,937
2013	0,08411772	144593,841

Proyección	Variación (%)	Demanda (Bs.)
2014	0,05669836	153284,839
2015	0,0403942	159737,3
2016	0,06040092	170005,808
2017	0,0067631	171163,404
2018	0,07340608	184723,211
2019	0,02169615	188819,876
2021	0,06486489	201917,215
2022	0,00141641	202203,617
2023	0,00459484	203137

Fuente: Elaboración propia en base a Bolivia: Serie histórica del producto interno bruto a precios constantes por año según actividad económica, 1980 – 2023. Instituto Nacional de Estadística

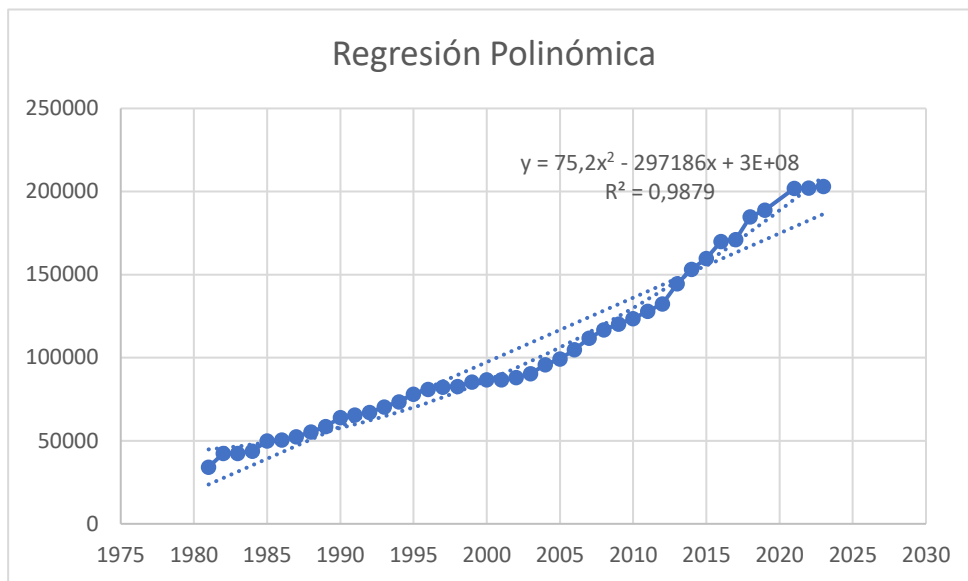
A continuación, se presentan las diferentes pruebas de regresión, a modo de evaluar cual es la más adecuada para entender el modelo:

Gráfico N° 88: Regresión Logarítmica



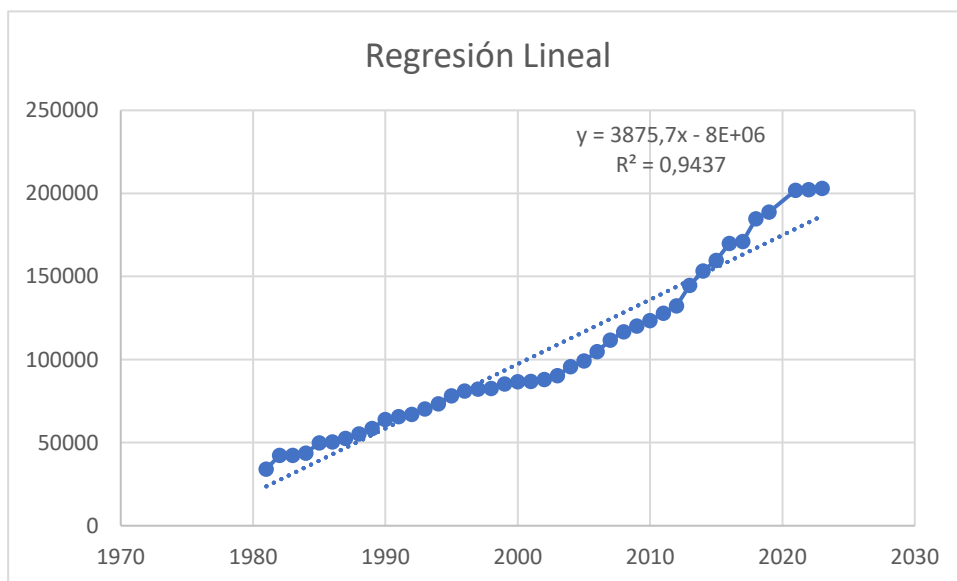
Fuente: Elaboración propia en base a Bolivia: Serie histórica del producto interno bruto a precios constantes por año según actividad económica, 1980 – 2023. Instituto Nacional de Estadística

Gráfico N° 89: Regresión Polinómica



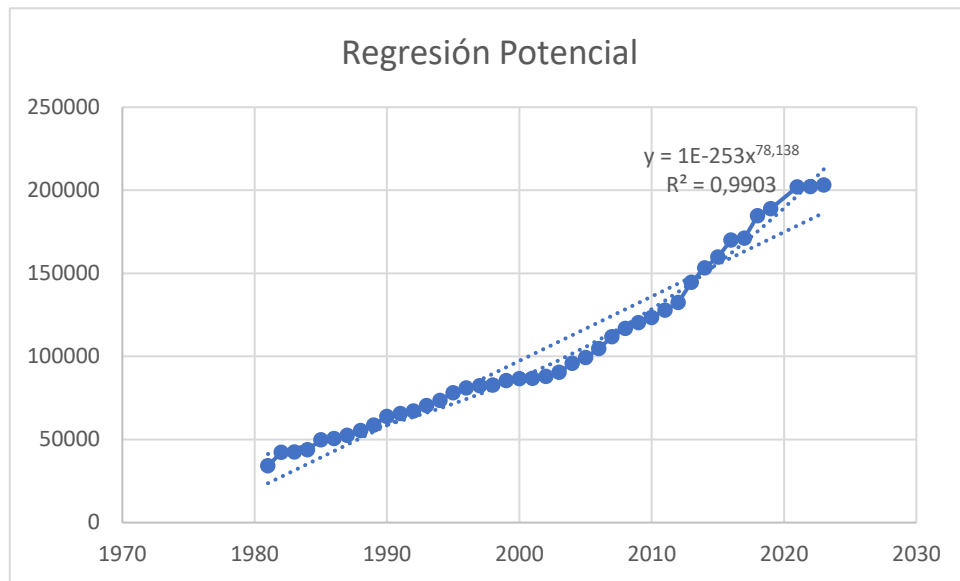
Fuente: Elaboración propia en base a Bolivia: Serie histórica del producto interno bruto a precios constantes por año según actividad económica, 1980 – 2023. Instituto Nacional de Estadística

Gráfico N° 90: Regresión Lineal



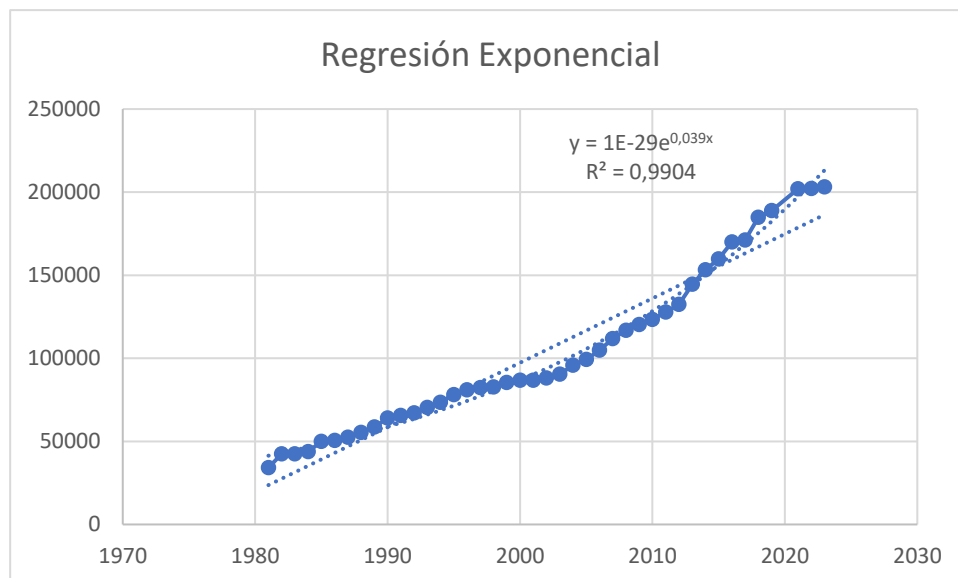
Fuente: Elaboración propia en base a Bolivia: Serie histórica del producto interno bruto a precios constantes por año según actividad económica, 1980 – 2023. Instituto Nacional de Estadística

Gráfico N° 91: Regresión Potencial



Fuente: Elaboración propia en base a Bolivia: Serie histórica del producto interno bruto a precios constantes por año según actividad económica, 1980 – 2023. Instituto Nacional de Estadística

Gráfico N° 92: Regresión Exponencial



Fuente: Elaboración propia en base a Bolivia: Serie histórica del producto interno bruto a precios constantes por año según actividad económica, 1980 – 2023. Instituto Nacional de Estadística

Se estima el comportamiento de la demanda en función a una regresión exponencial y se puede observar que existe un mejor comportamiento y R al cuadrado mayor. A continuación, una tabla donde se pueden comparar los R al cuadrado.

Tabla N° 15: Comparación de R cuadrado de las regresiones

Regresión	R cuadrado
Logarítmica	0,9425
Polinómica	0,9879
Lineal	0,9437
Potencial	0,9903
Exponencial	0,9904

Fuente: Elaboración Propia

Matriz Proyección de la demanda potencial:

Finalmente, utilizando los datos proyectados la proyección de la demanda potencial queda como sigue a continuación:

Tabla N° 16: Matriz de la demanda potencial

Proyección	Demanda
2024	221724,13
2025	230550,01
2026	239727,20
2027	249269,70
2028	259192,05

Fuente: Elaboración propia en base a Bolivia: Serie histórica del producto interno bruto a precios constantes por año según actividad económica, 1980 – 2023. Instituto Nacional de Estadística

3.2.3.5. ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

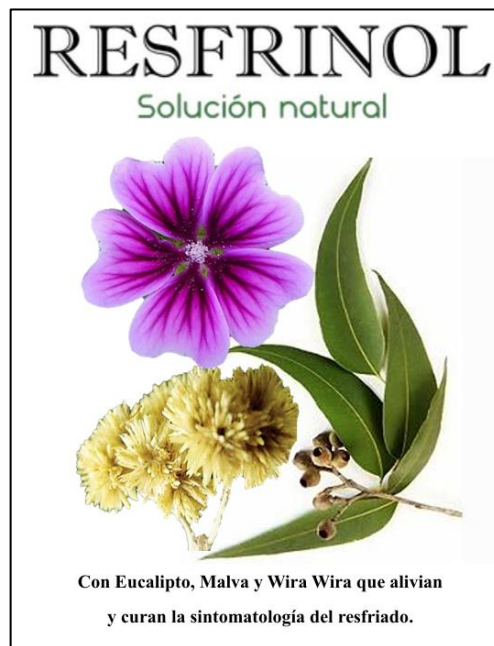
A partir de todos los datos observados en el presente capítulo se procede a desarrollar las estrategias comerciales para el Jarabe Resfrinol. A continuación, se presenta la estrategia de producto basada en las 4P's del Marketing Mix para la venta del Jarabe Resfrinol del Laboratorio Artesanal Solución Natural.

- **Producto**

Marca

La marca reflejará el Jarabe Resfrinol natural y de calidad, elaborado de las plantas medicinales Eucalipto, Malva y Wira Wira de Bolivia. El empaque del jarabe es una parte importante del producto. Debe ser atractivo y reflejar los componentes naturales y diferenciados de la marca.

Gráfico N° 93: Marca Resfrinol



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 94: Presentación Jarabe Resfrinol



Fuente: Elaboración propia

Slogan: Solución natural a tu resfriado

Gráfico N° 95: Empaque Jarabe Resfrinol



Fuente: Elaboración propia

Diferenciación

Para diferenciar el Jarabe Resfrinol de otros productos destinados para el resfriado en el mercado paceño, se destacará su origen único de plantas medicinales, su método de elaboración natural y sus beneficios no dañinos comparado con los fármacos convencionales.

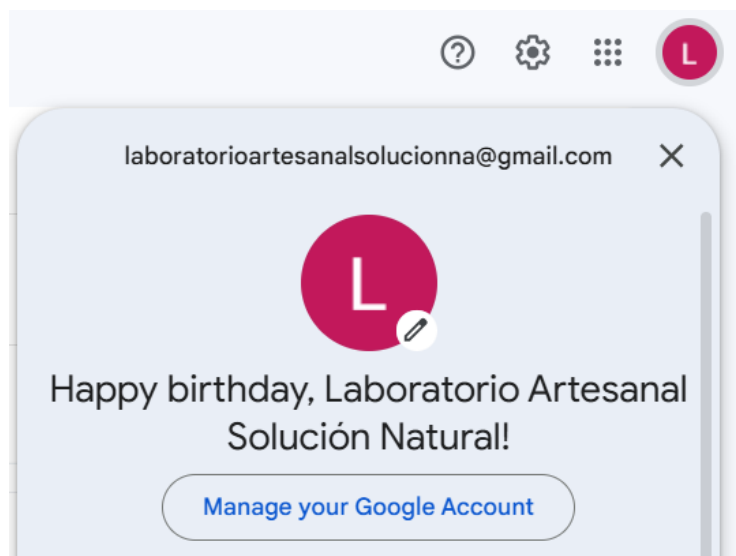
- **Promoción**

La implementación de estrategias de promoción efectivas será crucial para el posicionamiento del Jarabe Resfrinol en el mercado y su aceptación por parte de los consumidores. Para lograr esto, será esencial prestar atención a las respuestas de las encuestas a través del conjunto de aplicaciones META (Facebook, Whatsapp e Instagram) y fomentar la difusión de información a través del marketing de boca a boca.

Redes sociales:

Gmail:

Gráfico N° 96: Gmail Laboratorio Artesanal Solución Natural

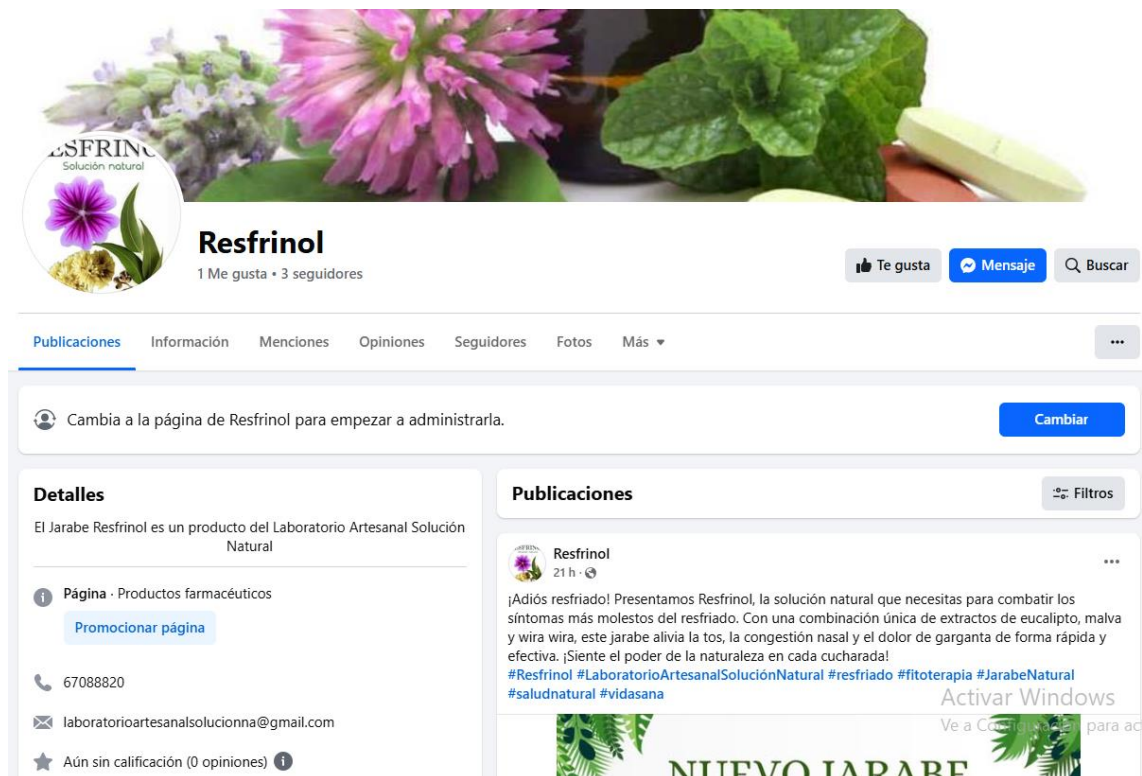


Fuente: Elaboración propia

Se creó la cuenta de Gmail para la empresa y se crearon las cuentas de la empresa en las aplicaciones de META.

Facebook:

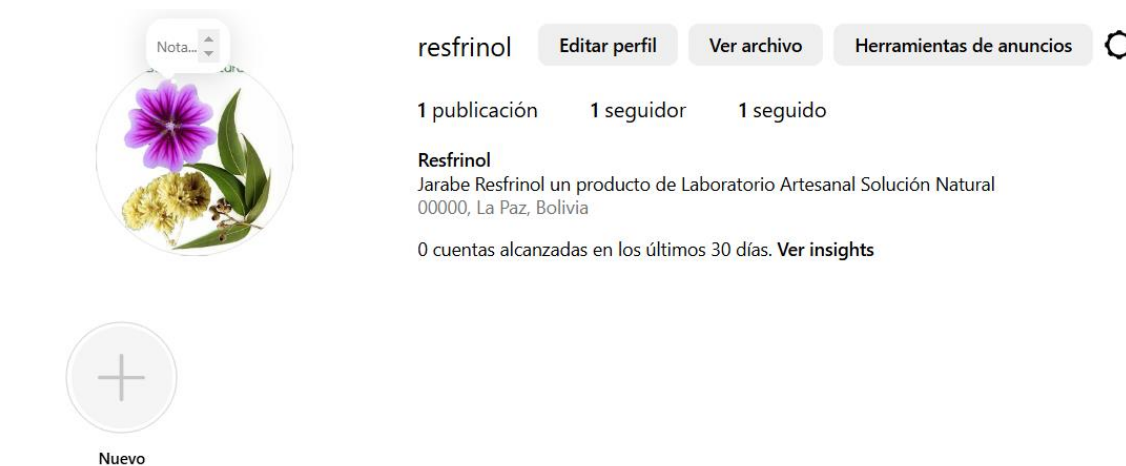
Gráfico N° 97: Página de Facebook del Jarabe Resfrinol



Fuente: Elaboración propia

Se creó la página oficial de la marca en la aplicación de Facebook para realizar publicaciones promocionando el Jarabe Resfrinol.

Gráfico N° 98: Página de Instagram del Jarabe Resfrinol

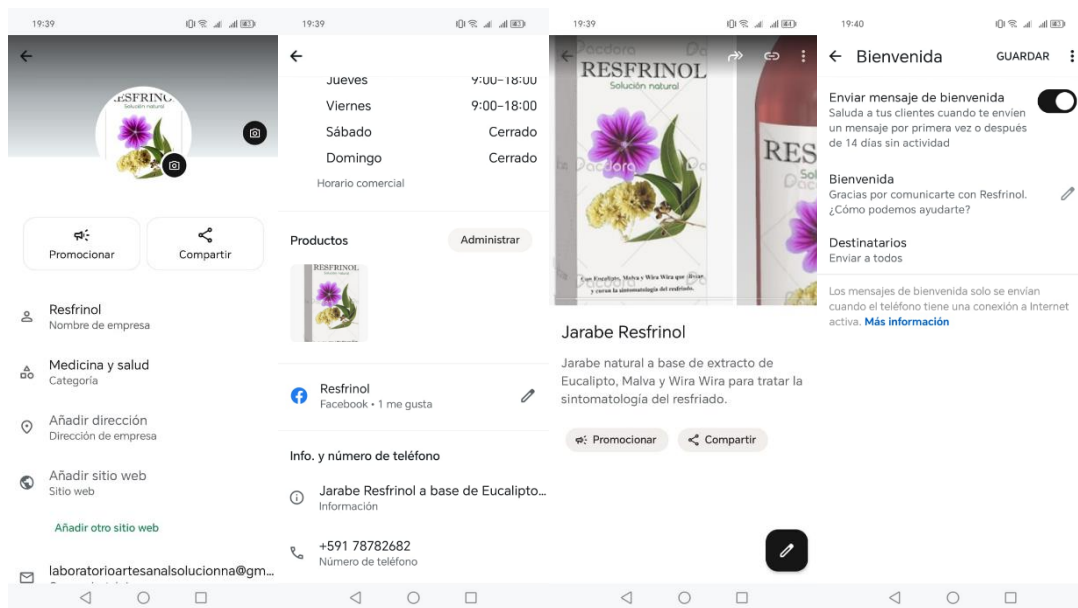


Fuente: Elaboración propia

Se creó la página oficial de la marca en la aplicación de Instagram para realizar publicaciones promocionando el Jarabe Resfrinol.

Whatsapp Business:

Gráfico N° 99: Whatsapp Business del Jarabe Resfrinol



Fuente: Elaboración Propia

Se apertura una cuenta de Whatsapp Business para atención al cliente cuando que los clientes deriven de las páginas de Facebook e Instagram para adquirir información del Jarabe Resfrinol, promocionarlo y venderlo. Se llenó toda la información de la empresa en la cuenta de Whatsapp Business, desde la foto de la marca Resfrinol, sus características, las cuentas de Facebook, Instagram y correo electrónico, horarios de atención, se creó un catálogo con la presentación del Jarabe Resfrinol, se crearon respuestas rápidas y etiquetas de clientes.

Publicaciones pagadas

Se realizará publicaciones en Facebook e Instagram y se pagará publicaciones promocionales pagadas para tener más alcance con el público objetivo.

Gráfico N° 100: Publicación N°1



Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 101: Publicación N°2



Fuente: Elaboración Propia

- **Precio**

El precio de venta permitirá a la empresa un margen de utilidad positivo, a la vez que el cliente se sienta satisfecho con el mismo.

Objetivo de la fijación de precios:

Buscar el posicionamiento del precio en la mente de los consumidores en el mercado y una adaptación del producto a las eventualidades de reparaciones o construcciones que puedan presentarse en el desarrollo de las actividades del consumidor.

Estrategia de fijación de precios:

Al ser una empresa joven, se deben fijar los precios en un punto intermedio entre lo que es beneficioso a la empresa y aceptable para el público. Se necesita ingresar a este mercado de una manera profunda y rápida, lo que deriva en una penetración de mercado apoyado en el precio y la venta de la comodidad y facilidad de uso del producto.

Se derivan, por lo tanto, los siguientes objetivos para esta estrategia:

- Posicionarse en el mercado lo antes posible, así como hacer conocer al público de las características del servicio a la brevedad.
- Generar lealtad por parte de los consumidores, y hacer de ellos publicistas gratuitos mediante la publicidad boca a boca que beneficie a la empresa.
- Atraer nuevos clientes a través de los ya existentes, y lanzando campañas publicitarias en los medios digitales de comunicación señalados por la muestra encuestada.

Asimismo, se propone lo siguiente:

Tabla N° 17: Ventajas y desventajas de las Estrategias de Precios

Estrategia de precios	Ventajas	Desventajas
Precios reducidos	Establecer precios altos a la salida al mercado del nuevo producto Resfrinol resulta positivo por los márgenes de ganancia, posteriormente, bajar el precio a medida que los competidores ingresan al mercado resulta estratégico en tema de competitividad.	Al vender de inicio con precios altos los clientes podrían no comprar por el precio.
Precios competitivos	Se puede fijar el precio de L Jarabe Resfrinol en función del precio de los productos de la competencia directa en jarabes, al haber competencia puede atraer nuevos	Puede llevar a una guerra de precios, reducir los márgenes de beneficio y dificultar la

Estrategia de precios	Ventajas	Desventajas
	clientes y evita perder clientes, sin embargo, esos jarabes no son muy conocidos.	diferenciación de la marca.
Precios dinámicos	El precio del Jarabe Resfrinol puede variar según el marketing que se le dé y la demanda de los clientes, permitiendo ajustar los precios en tiempo real.	Puede generar confusión entre los clientes si se cambian frecuentemente los precios y afectar la percepción de equidad de la empresa.
Precios basados en el valor	Se podría fijar el precio del Jarabe Resfrinol en función de cuánto cree el cliente que vale, si es positivo permite cobrar un precio premium por la alta calidad, generando mayores márgenes de beneficio.	Requiere una comunicación efectiva de los beneficios del producto y puede resultar difícil de justificar para algunos clientes.
Precios de penetración	El Jarabe Resfrinol podría entrar en el mercado paceño a un precio bajo, logrando gran cuota de mercado generando muchas ventas y aumentar los precios con el tiempo.	Puede reducir los márgenes de beneficio a corto plazo y dificultar el aumento de los precios en el futuro.
Precios de economía	El Jarabe Resfrinol se podría fijar a un precio competitivo si este tiene bajos costos de producción, comercialización y publicidad, y confiar en un alto volumen de ventas para generar ganancias. Pero aún no se hizo el estudio de costos.	Puede limitar los márgenes de beneficio y reducir la percepción de calidad.
Precios premium	Se podría fijar el precio del Jarabe Resfrinol deliberadamente alto para fomentar percepciones favorables de la marca basadas en el precio.	Puede limitar el tamaño del mercado y requerir de una estrategia de marketing sólida.
Precios basados en costos	Se podría agregar un porcentaje fijo además del costo de producción de un producto, independientemente de la demanda del consumidor o los precios de los competidores, evitando pérdidas económicas.	No considera la demanda del mercado ni la competencia, lo que puede llevar a precios poco competitivos.
Precios freemium	Permite atraer a un gran número de usuarios, generar leads y convertirlos en clientes de pago.	Esta estrategia no aplica al producto.
Precios basados en proyectos	Permite personalizar los precios en función de las necesidades específicas de cada cliente, generando mayores ingresos.	Esta estrategia no aplica al producto.

Fuente: Elaboración Propia

Selección de estrategia de precios por Métodos de Factores Ponderados:

Tabla N° 18: Matriz Factores Ponderados de Estrategias de precios

Factor	Ponderación (P) (%)	Precios reducidos		Precios competitivos		Precios dinámicos		Precios basados en el valor		Precios de penetración		Precios de economía		Precios Premium		Precios basados en costos	
		Calificación	(P) * (P)	Calificación	(P) * (P)	Calificación	(P) * (P)	Calificación	(P) * (P)	Calificación	(P) * (P)	Calificación	(P) * (P)	Calificación	(P) * (P)	Calificación	(P) * (P)
Tiempo de aplicación	40	6	240	10	400	5	200	6	240	5	200	5	200	8	320	8	320
Facilidad de aplicación	20	8	160	9	180	5	100	5	100	6	120	5	100	8	160	8	160
Vinculación con el público	30	6	180	10	300	6	180	5	150	10	300	10	300	5	150	6	180
Duración	10	6	60	8	80	5	50	6	60	5	50	5	50	7	70	8	80
TOTAL	100		640		960		530		550		670		650		700		740

Fuente: Elaboración propia

El precio del producto será la estrategia de precios competitivos, estará dentro del rango de precios de la competencia directa que oscila entre los 40 y 68 bolivianos.

- **Plaza**

La estrategia de plaza para Resfrinol se desarrollará de la siguiente manera:

Distribución a farmacias:

La empresa realizará la distribución a las cadenas de farmacias: Farmacorp, Farmacias Chávez, MiFarma, Farmacias Bolivia y Super Farmacia en las zonas elegidas en la ciudad de La Paz del Macrodistrito Sur y Macrodistrito Centro debido a sus numerosas sucursales en muchas zonas especialmente en el Macrodistrito Sur y Centro. Esto permitirá a los clientes de la zona sur y zona central adquirir el Jarabe Resfrinol. Para lograr el acometido, se deberían seguir los siguientes pasos:

- **Identificación de Ubicaciones**

Primero, es necesario identificar las instalaciones del Laboratorio Artesanal Solución Natural en la Ciudad de La Paz y los puntos de distribución en la zona sur y zona central para la venta del Jarabe Resfrinol, estas ubicaciones serán ideales para establecer una distribución adecuada.

- **Personal de Ventas y Distribución**

Es importante contar con personal de ventas bien capacitado que pueda brindar los datos y beneficios del Jarabe Resfrinol. También personal de distribución adecuado y eficiente.

- **Gestión de Inventario**

La empresa debe implementar un sistema eficiente de gestión de inventario para asegurarse abastecer a los puntos de distribución.

3.3. ESTUDIO TÉCNICO

3.3.1. Características técnicas del producto

El Jarabe Fitoterapéutico Resfrinol se presentará en frascos de vidrio de color topacio provisto de tapón.

Cada envase contendrá 200 ml de jarabe y estará provisto de un vaso dosificador con una graduación que oscila desde 15 ml hasta 30 ml.

Empaque: El empaque del producto será en cajas de cartón compacto, con espesor de lámina resistente a la flexión o rigidez con las medidas de: Altura (H) de 15 cm y de anchura (B) de 8 cm.

Naturaleza: Frágil (porque el material del envase está hecho de vidrio y el vidrio es considerado un material frágil).

Envase: 200 ml

Modo de uso: Dosis diaria recomendada y modo de empleo: se aconseja tomar 30ml al día repartidos en dos dosis de 15 ml, una por la mañana y otra por la noche. Se debe agitar el frasco antes de usar, y conservarlo en lugar fresco y seco.

Consejos de utilización: No superar la dosis diaria recomendada. Los complementos alimenticios no deben utilizarse como sustituto de una dieta variada y equilibrada y un modo de vida sano. Mantener fuera del alcance de los niños más pequeños.

Consumir preferentemente antes del fin de: ver envase

Función Primaria: El Jarabe Fitoterapéutico tiene como función primaria atacar un problema de salud, la infección de las vías respiratorias altas (resfriado común o URI, por sus siglas en inglés), que son frecuentes en la Ciudad de La Paz por las bajas temperaturas.

Función Secundaria: El Jarabe Fitoterapéutico tiene como función secundaria de curar, aliviar de formas natural actuando más rápido en el organismo humano por sus ingredientes naturales de sentirse mejor, sin tener que recurrir a elementos extraños y agresivos con nuestro cuerpo.

Materia prima e insumos necesarios:

A continuación, se detallará cada los componentes necesarios para el Jarabe Resfrinol: extracto de eucalipto, extracto de wira wira, extracto de malva, sorbitol, sorbato de potasio, agua purificada, envase de vidrio, etiqueta y empaque.

3.3.2. Tamaño del negocio. –

El tamaño ideal del proyecto se evalúa según la capacidad óptima de producción en un periodo específico. Para determinar esta capacidad, se considera la demanda del proyecto, y dado que esta es creciente, se emplea el método del periodo óptimo. Este método se basa en las siguientes ecuaciones:

Fórmula N° 7: Desarrollo porcentual de la demanda

$$R = 1 + r$$

Fuente: Elaboración propia en base a (Sapag, 2014)

Donde R: desarrollo porcentual de la demanda, y r: es la tasa de crecimiento estimada del mercado.

Fórmula N° 8: Exponente del factor de la demanda

$$TMAR = \alpha = i + f + (i * f)$$

Fuente: Elaboración propia en base a (Sapag, 2014)

Donde TMAR: es la tasa mínima atractiva de retorno, i: es la inflación. (Bolivia), f: es la tasa de riesgo país. (Bolivia).

Fórmula N° 9: Periodo óptimo

$$\frac{1}{R^n} = 1 - 2 * \left(\frac{1 - \alpha}{\alpha} \right) * \left(\frac{R - 1}{R + 1} \right) * (N - n)$$

Fuente: Elaboración propia en base a (Sapag, 2014)

Donde R: es el desarrollo porcentual de la demanda., α : es el exponente del factor de escala, N: es la vida útil del proyecto, n: es el periodo óptimo.

Fórmula N° 10: Tamaño óptimo

$$Q_n = Q_o * (1 + T_c)^n$$

Fuente: Elaboración propia en base a (Sapag, 2014)

Donde, Qn: es el tamaño óptimo, Qo: es el tamaño actual, Tc: es la tasa de crecimiento de la demanda, n: es el periodo óptimo.

Cálculo del desarrollo porcentual de la demanda. –

El crecimiento porcentual de la demanda depende de la tasa de crecimiento estimada (r), con una tasa de crecimiento acorde a las proyecciones observadas en el cuadro 18 del presente documento. A continuación, se presenta el cálculo correspondiente:

Tabla N° 19: Tasa de crecimiento de la demanda por periodo

Proyección	Demanda	Tasa de crecimiento estimada
2024	221724,13	
2025	230550,01	0,04
2026	239727,20	0,04
2027	249269,70	0,04
2028	259192,05	0,04
Tasa de crecimiento promedio		0,04

Fuente: Elaboración propia en base a series históricas de Otras industrias del PIB- INE

Haciendo uso de la fórmula 7, se obtiene que el desarrollo porcentual de la demanda es de 1,04. El procedimiento se muestra a continuación:

$$R = 1 + 0,04 = 1,04$$

Cálculo del exponente del factor de la demanda

Para obtener el coeficiente se utiliza la tasa mínima atractiva de rendimiento (TMAR), fórmula 8:

$$TMAR = \alpha = 0,0997 + 0,21 + (0,0997 * 0,21)$$

$$\alpha = 33,06\%$$

Tal ecuación se encuentra en función de i: inflación (Banco Central de Bolivia, 2024), a un 9,97% y f (riesgo país) a un 21% (Prima de riesgo de país Bolivia, 2024) de donde se obtiene que α es igual a 33,06%. El valor obtenido anteriormente para la TMAR será utilizado para determinar el periodo óptimo a continuación, y para la evaluación económica más adelante en el presente documento.

Cálculo del periodo óptimo

La ecuación del periodo óptimo se encuentra en función de α (33,06%), R (1,04) y N (5 años). Reemplazando los valores, se obtiene que el periodo óptimo es igual a 6,8 años. El resultado de la ecuación fue obtenido por medio de una calculadora inteligente y el proceso se presenta a continuación:

$$11,04n = 1 - 2 * 1 - 0.33060.3306 * 1.04 - 11.04 + 1 * (5 - n)$$

$$n = 3,288$$

El valor de “n” es de 3,985, calculado bajo el método Newton-Raphson, lo que indica que, bajo las condiciones y parámetros establecidos en la fórmula, la capacidad de producción óptima se alcanzará aproximadamente en el cuarto año. Esto significa que la empresa debe planificar sus recursos y capacidades para maximizar la producción en ese periodo, asegurando eficiencia y rentabilidad.

Cálculo del tamaño óptimo

La ecuación del tamaño óptimo se encuentra en función de r (0,04), n (3,288 años) y Q (203137 u.). El proceso se presenta a continuación:

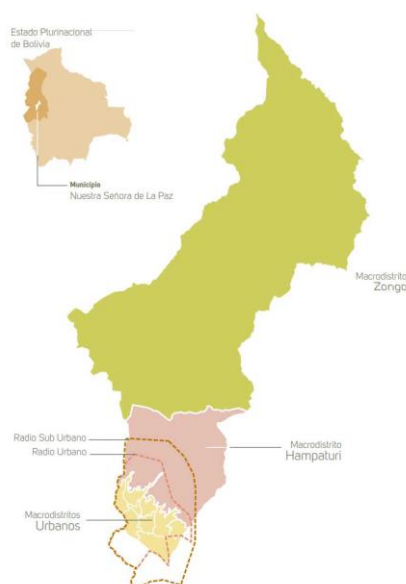
$$Q_n = 203137 * (1 + 0.04)^{3.288}$$
$$Q_n = 231097 \text{ unidades de 200 ml.}$$

El resultado indica que el tamaño óptimo del negocio será alcanzado aproximadamente en el año 4to según las proyecciones de demanda correspondiente. El valor al que se ha arribado, junto con los valores de proyecciones de demanda corresponden al análisis de mercado y su comportamiento. Estos valores serán analizados junto al valor del óptimo de producción al que puede trabajar el Laboratorio Artesanal Salud Natural, así como a la capacidad de la maquinaria.

3.3.3. Macrolocalización. –

Al ser un proyecto de factibilidad, desarrollado específicamente en la Ciudad de La Paz, y que será comercializado en los Macrodistratos Sur y Centro de La Paz Bolivia, a la macro localización corresponderá a este espacio geográfico, además que la materia prima principal se obtiene de la comunidad de Laja, Ciudad de La Paz, ciudad en la que se plantea desarrollar el centro de transformación de la materia prima en producto final.

Gráfico N° 102: Ubicación geográfica Ciudad de La Paz



Fuente: GAMLP (Gobierno Autónomo Municipal de La Paz)

3.3.4. Microlocalización. –

Al ser un proyecto de factibilidad, desarrollado específicamente en la Ciudad de La Paz, y que será comercializado en los Macrodistritos Sur y Centro de La Paz Bolivia, a la micro localización corresponderá al terreno adquirido en el Municipio de Achocalla, perteneciente a la Ciudad de La Paz.

Gráfico N°103: Microlocalización, Municipio Achocalla La Paz



Fuente: Google Maps

3.3.5. Layout. - A continuación, se presenta el layout de distribución del laboratorio artesanal ubicado en Achocalla, según especificaciones y necesidades del proyecto.

Gráfico N°104: Layout de distribución de planta



Fuente: Elaboración propia

3.3.6. Costos maquinaria, equipo, muebles y enseres. -

A continuación, se presentan los diferentes costos necesarios para el proceso productivo:

Tabla N° 20: Costos maquinaria, muebles y enseres

Categoría	Descripción	Cantidad	Costo (Bs.)
Equipo			
Computadoras	Equipo de computadoras	7	32130
Maquinaria			
Llenadora de líquidos neumática	Llenadora de líquidos y pastas, capacidad de llenado de 1-25 unidades por minuto. Medidas: Largo 0.9 m, Ancho 0.4 m, Alto (con tolva) 0.75 m.	1	5413,44 (739\$)
Tapadora de jarabe	ZONESUN ZS-XG70ZC Máquina tapadera semiautomática neumática de mesa de 70 mm. Capacidad 20- 40 botellas por minuto. Medidas: 0.25 m (largo) × 0.28 m (ancho) × 0.455 m (alto).	1	1287,60 (185\$)
Tanque de mezcla	Disolución de sólidos en las aplicaciones de industria farmacéutica y química y elaboración de jarabes. Capacidad de 200 litros Medidas: Largo 0.9 metros, Ancho 0.7 metros y Alto: 1.3 metros Producción mensual de 3 850 L (200 ml×19 258 u.) en lotes diarios de 200 L.	1	12876 (1850\$)
Etiquetadora	Etiquetadora manual para los jarabes	1	487,20 (70\$)
Balanza digital	Balanza digital para pesaje	1 unidad	200
Estufa eléctrica	Calentar líquidos y mezclas	1 unidad	120

Categoría	Descripción	Cantidad	Costo (Bs.)
Equipos (Instrumentos necesarios)			
Esterilizador			99\$
Varilla de vidrio	Homogenizar mezclas	10 unidades	147
Probeta	Medir volumen de líquidos con precisión.	3 unidades	165
Pipeta graduada	Tomar volumen de disoluciones sin mucha precisión o transferir cantidades de líquido de un recipiente a otro.	1 unidad	69
Propipeta	Succionar líquidos, establecer medidas precisas, transvasar mezclas líquidas.	1 unidad	8
Termómetro de laboratorio	Determinar temperatura de líquidos y mezclas	1 unidad	217,50
Embudo de laboratorio	Canalizar líquidos y traspasarlo de un recipiente a otro.	1 unidad	206,50
Vaso precipitado	Contener líquidos o mezclas, transportar líquidos, calentar o disolver.	3 unidades	72,45
Mesón central acero inoxidable	Realizar preparación y envasado del jarabe Resfrinol.	1 unidad	945
Muebles y enseres			
Estanterías	Estanterías metálicas para almacenamiento del jarabe (120 cm (ancho) × 40 cm (profundidad) × 200 cm (alto)).	31	31000
TOTAL			84033,77

Fuente: Elaboración propia en base a cotización

Costos materia prima e insumos. –

Tabla N° 21: Costos materia prima e insumos

Componentes	Unidad	Cantidad	Precio (Bs.)
Extracto de eucalipto	ml	100 (1 botella)	300
Extracto de wira wira	ml	100 (1 botella)	300
Extracto de malva	ml	100 (1 botella)	300
Sorbitol	gr	250 (1 bolsa)	14
Sorbato de potasio (conservante)	gr	250 (1 bolsa)	10
Agua purificada	ml	1000 (1 botella)	6
TOTAL			930
Caja	Unidad	1	4
Envase (Frasco)	Unidad	1	1,50
Etiqueta	unidad	1	2
TOTAL			937,50

Fuente: Elaboración propia

En la tabla se muestra el precio de cada uno de los componentes del jarabe el cual se llegó a adquirir en distintos establecimientos como farmacias, importadoras y supermercados.

Sin embargo, del total de la cantidad del producto comprado, en algunos insumos como sorbato de

Potasio y sorbato de potasio, no se ocupará ni el 1%, donde el costo por cada 100 ml se aminoraría.

Nos indica también que el costo mínimo para elaborar el jarabe expectorante es de Bs. 937,50, donde se necesita Bs. 930 por cada 200 ml de Jarabe Resfrinol y Bs. 7,50 para envase (frasco), etiqueta y empaque.

Tabla N° 22: Costos unitarios para la preparación de cada 200 ml del Jarabe Resfrinol

Componentes	Unidad	Cantidad	Precio (Bs.)
Extracto de eucalipto	ml	4	12
Extracto de wira wira	ml	4	12
Extracto de malva	ml	4	12
Sorbitol	gr	0,1	0,001
Sorbato de potasio (conservante)	gr	0,2	0,002
Agua purificada	ml	100	0,60

Componentes	Unidad	Cantidad	Precio (Bs.)
Caja	Unidad	1	4
Envase (Frasco)	Unidad	1	1,50
Etiqueta	unidad	1	2
TOTAL			44,10

Fuente: Elaboración propia

Costo de infraestructura. –

A continuación, se presenta el costo de infraestructura. Donde se contempla el costo de la construcción del laboratorio artesanal en el terreno comprado de 200 m².

Tabla N° 23: Costos infraestructura

Área	Descripción	Tamaño Aproximado (m²)	Costo Aproximado (Bs)
Recepción materias primas	Área para la recepción de las materias primas	15	31320
Almacenamiento Materias primas	Espacio para el almacenamiento de materia prima	12	25056
Zona de lavado y sanitización	Área cerrada para la sanitización de insumos	8	16704
Área de Producción	Área cerrada para la producción del Jarabe Resfrinol	30	62640
Área de llenado y envasado	Área cerrada para el llenado, envasado y etiquetado del Jarabe Resfrinol	12	25056
Almacenamiento producto terminado	Área cerrada con buena ventilación para el almacenado del Jarabe Resfrinol y distribución	40	83520
Área de control de calidad	Área para realizar el control de calidad al Jarabe Resfrinol	10	20880
Área de vestidores de personal de producción	Área cerrada para que el personal de producción se vista adecuadamente	6	12528
Baño para el personal	Espacio sanitario para el personal del Laboratorio Artesanal Salud Natural	6	12528
Oficina Administrativa	Espacio de trabajo	18	37584

Área	Descripción	Tamaño Aproximado (m²)	Costo Aproximado (Bs)
Garaje	Espacio para el vagón de la empresa para recepción de materia prima	15	31320
Garaje	Espacio para el vagón de la empresa para despacho de producto terminado	15	31320
Total		187	390456

Fuente: Elaboración propia

Costo de comercialización. –

A continuación, se presenta el costo de comercialización.

Tabla N°24: Costos de comercialización

Gastos Comercialización				
Nº	Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
1	Llaveros y bolígrafos	2500	0,45	1.125,00
2	Impulsadores	2	200	400,00
3	Publicidad en Facebook	48	15	720
4	Banners y Letreros de Negocio	12	50	600
COSTO TOTAL				2.845,00

Fuente: Elaboración propia en base a cotización

3.3.7. Proceso productivo. -

Descripción del proceso. - Los pasos necesarios para la obtención del Jarabe Resfrinol son:

- a) **Recepción de la materia prima:** Se realiza la compra de cada materia prima y los insumos necesarios, para la elaboración son el extracto de eucalipto y los insumos que son el agua destilada, sorbitol, propilenglicol, sorbato de potasio, colorante y saborizante.
- b) **Pesaje de la materia prima e insumos:** Se realiza la medición de la cantidad necesaria para la elaboración del producto, donde se pesa la cantidad necesaria de los componentes sólidos y la verificación del volumen necesarios de los componentes líquidos, además se realiza la verificación de los

componentes que indiquen que ninguno se encuentre pasada de su fecha de vencimiento.

c) Transporte al área de preparación

d) Mezcla de insumos: Se lleva cada uno de los componentes al área donde se empezará a trabajar hasta su finalización de la elaboración del producto, donde esta área de producción tiene que estar libre de contaminantes y los trabajadores contar con los EPP adecuados. Una vez estando en el área de trabajo, se realiza a mezclar cada uno del componente, donde dentro de un recipiente se introduce la sacarosa y luego el agua purificada, esto para preparar el jarabe simple a una temperatura de 45 a 55 °C. Se empieza a agitar ya sea con una varilla o con un agitador eléctrico.

e) Homogenizado en caliente: Una vez este disuelta la mayor cantidad de la sacarosa, se lo lleva al fuego donde se sigue mezclando hasta su homogenización, sin embargo, aquí hay que tener un estricto control de la temperatura, donde no debe de sobrepasar los 60°C porque si no la sacarosa empezaría a caramelizarse tanto el principio activo como de la sacarosa. Además, se debe de estar en constante agitación para una correcta homogenización y así evitar la creación de grumos dentro del proceso.

f) Introducción de los demás componentes: Una vez homogenizada y obtenido el jarabe simple, se procede a introducir los demás componentes, comenzando con el principio activo (extracto de eucalipto, extracto), luego el propilenglicol, el sorbato de potasio, goma de xantan, por último, el colorante y saborizante lo necesario en caso de necesitar. Luego se procede a comprobar que la cantidad introducida tenga el sabor deseado, donde se realiza la prueba del jarabe. En caso de no tener el sabor deseado, se procede a introducir la cantidad necesaria de algunos componentes hasta que obtenga los parámetros deseados. Esta mezcla se sigue batiendo hasta su homogenización total dentro del fuego, controlando siempre que la temperatura no se exceda.

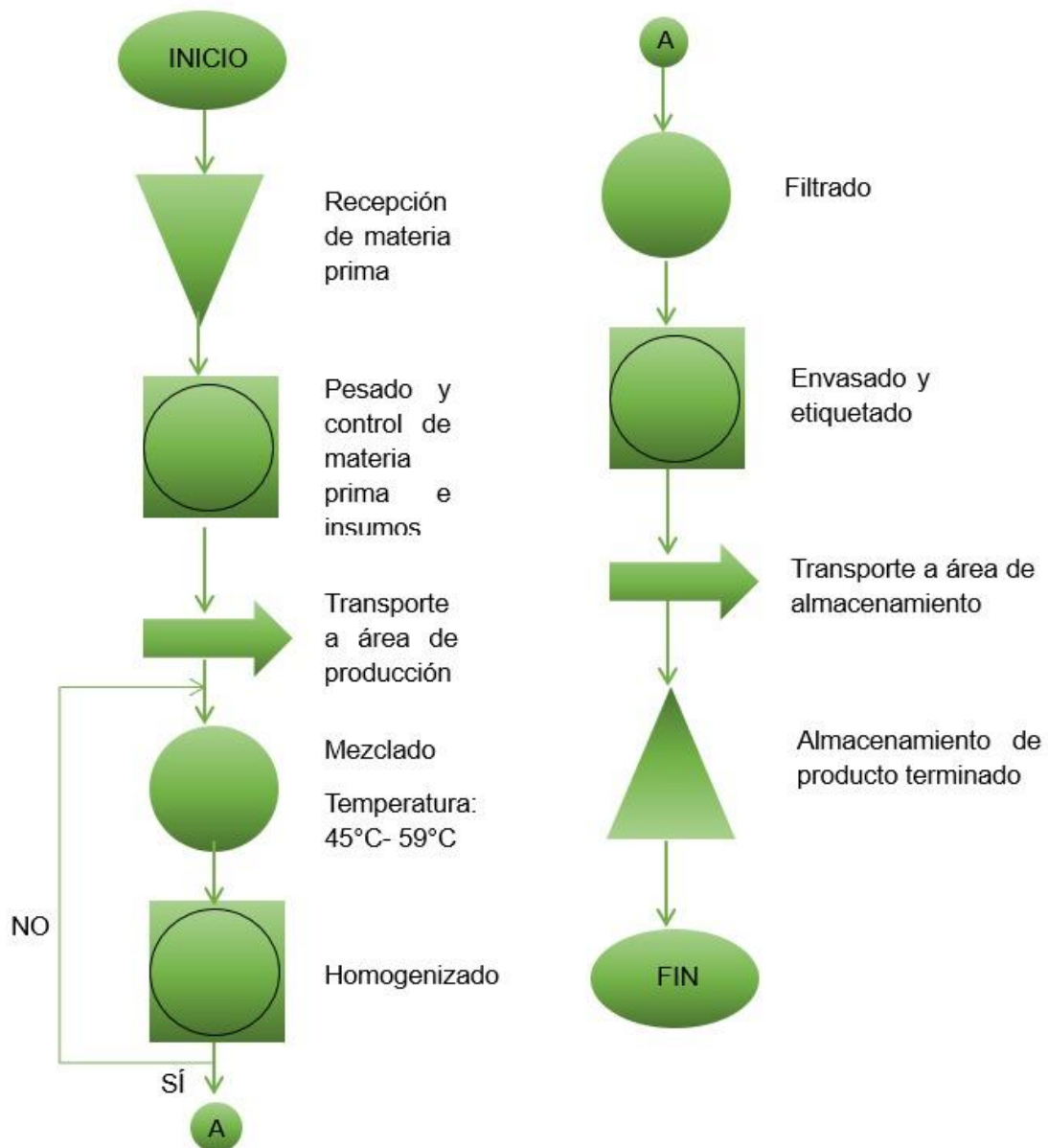
g) Filtrado: Una vez terminado la homogenización del jarabe medicinal, se procede al filtrado, donde se pasa por el papel filtro grueso (porosidad de hasta 0,50 micras) toda la mezcla. En este paso se evitará el paso de pequeñas burbujas y grumos que pueda haber dentro del proceso de homogenizado, y saldrá un producto homogéneo. Una vez realizada esta operación, se procede

al control de calidad del producto, que es el control del ph y el control de la densidad, además que contenga las características organolépticas deseadas.

- h) Almacenamiento del jarabe:** Una vez se tenga el jarabe, se lo transporta a su lugar de almacenamiento, que pueden ser tanque de almacenamiento, para su posterior envasado, la temperatura puede estar dentro de la temperatura ambiente (15° C a 30°C), no expuesto directamente al sol.
- i) Envasado y etiquetado:** Luego ya sea por una bomba o por gravedad, se procede a envasar o dosificación en las medidas necesarios el jarabe, donde puede ser envasado en solo 2 tipos de envases, ya sea de vidrio (ámbar), o de plástico (polietileno de alta densidad). Por último, se realiza el etiquetado del producto.
- j) Almacenamiento del producto terminado:** Una vez obtenido el producto terminado, se procede a almacenarlo para su posterior distribución. Este producto no necesita refrigeración, puede ser almacenado a temperatura ambiente, pero si hay que cuidar que no esté expuesto al sol de manera directa.

3.3.8. Flujograma. -

Gráfico N°105: Diagrama de flujo del Proceso Productivo



Fuente: Elaboración en base a (Patricia, Pilar, & Manfred, 2020)

(<https://es.scribd.com/document/677824625/proyecto-jarabe-expectorante-de-eucalipto>)

3.4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

3.4.1. ESTABLECIMIENTO DE LA ESTRUCTURA DE MARCO LEGAL

Se encuentran incorporadas las disposiciones particulares que establecen lo que legalmente está aceptado por la sociedad, es decir, lo que manda, prohíbe o permite. (Sapag, 2014)

Se desarrolla el marco legal como sigue a continuación:

3.4.1.1. LEGISLACIÓN LABORAL

Para determinar las obligaciones de la empresa con sus trabajadores, se debe cumplir con lo determinado en la Ley General del Trabajo en Bolivia, como indica esta Ley en su artículo primero esta ley determina los derechos y obligaciones emergentes del trabajo; de esta manera dentro de esta ley se encuentran las jornadas laborales, los salarios, los beneficios que se otorgan a los trabajadores, entre otros.

a) Obligación y derechos de los accionistas e inversores

Para el presente proyecto se entiende que las personas Jessica Cornejo con C.I. 8333651 y Beatriz Cornejo con C.I. 6076130 serán los “accionistas e inversores”. En la que las obligaciones que los mismos tienen, son las siguientes:

b) Registro legal

El Servicio Plurinacional de Registro de Comercio (SEPREC) es la entidad pública descentralizada encargada principalmente, de administrar y ejercer funciones del Registro de Comercio en Bolivia. Se encuentra bajo tuición del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural y fue creado para administrar desde el Estado el Registro de Comercio.

1) Inscripción de sociedad de responsabilidad limitada (S.R.L.)

La sociedad de responsabilidad limitada, es aquella cuyo capital está integrado por cuotas de capital no representadas por títulos negociables, cuyo giro se efectúa bajo una razón social o denominación, seguido del aditamento «Sociedad de Responsabilidad Limitada», o su abreviatura «S.R.L.», o, la palabra «Limitada» o la abreviatura «Ltda.», en las que la responsabilidad de los socios se limita a su aporte societario.

2) Reserva de Nombre:

La reserva de nombre para S.R.L., Sociedad de Responsabilidad Limitada es de 10 días hábiles.

3) Requisitos:

Requisitos de Forma Presencial

- Formulario web de Solicitud de Inscripción con carácter de declaración jurada, debidamente llenado por el representante legal y con aprobación vía ciudadanía digital.

- Testimonio de escritura pública de constitución social, en original o fotocopia legalizada legible. El mencionado instrumento debe contener los aspectos previstos en el Art. 127 del Código de Comercio y adecuarse a las normas correspondientes al tipo societario respectivo establecidas en el mismo cuerpo normativo.
- Cancelar el costo para Publicación inextenso del testimonio de constitución en la Gaceta Electrónica del Registro de Comercio
- Testimonio de poder del representante legal original o fotocopia legalizada legible, para el caso en el que la escritura pública de constitución no determine el nombramiento de este. No se requiere la inclusión del acta de asamblea. Si el representante legal es extranjero, al momento de llenar el formulario web de solicitud de inscripción, cargar en formato PDF el documento que acredite la radicatoria en el país (únicamente para verificación), debiendo constar en el mismo alternativamente: visa de objeto determinado, permanencia temporal de un año, permanencia temporal de dos años, visa múltiple o permanencia indefinida, acompañando una fotocopia simple de dicho documento firmada por el titular. En su caso, puede también cargar en formato PDF certificación extendida por la Autoridad Migratoria Nacional.
- En caso de ser sociedad regulada por Ley, al momento de llenar el formulario web de solicitud de inscripción, cargar en formato PDF la autorización emitida por el ente regulador.

Requisitos Trámite Virtual:

- Formulario web de Solicitud de Inscripción con carácter de declaración jurada, debidamente llenado por el representante legal y con aprobación vía ciudadanía digital.
- Cargar en formato PDF el Testimonio de escritura pública de constitución social con firma digital del Notario de Fe Pública. El mencionado instrumento debe contener los aspectos previstos en el Art. 127 del Código de Comercio y adecuarse a las normas correspondientes al tipo societario respectivo establecidas en el mismo cuerpo normativo.
- Cancelar el costo para Publicación in extenso del testimonio de constitución en la Gaceta Electrónica del Registro de Comercio.

- Cargar en formato PDF Testimonio de poder del representante legal con firma digital del Notario de Fe Pública, para el caso en el que la escritura pública de constitución no determine el nombramiento del mismo. No se requiere la inclusión del acta de asamblea. Si el representante legal es extranjero, al momento de llenar el formulario web de solicitud de inscripción, cargar en formato PDF el documento que acredite la radicatoria en el país (únicamente para verificación), debiendo constar en el mismo alternativamente: visa de objeto determinado, permanencia temporal de un año, permanencia temporal de dos años, visa múltiple o permanencia indefinida, acompañando una fotocopia simple de dicho documento firmada por el titular. En su caso, puede también cargar en formato PDF certificación extendida por la Autoridad Migratoria Nacional.
- En caso de ser sociedad regulada por Ley, al momento de llenar el formulario web de solicitud de inscripción, cargar en formato PDF de la autorización emitida por el ente regulador.

4) Procedimiento

Procedimiento para Trámite Presencial:

Llenado el formulario web de solicitud de inscripción, generado el código de trámite, código de pago y realizado el mismo en línea o en los puntos autorizados por el Registro de comercio, el usuario se apersona a Plataforma de servicios para presentar la documentación requerida, se efectúa la constatación del cumplimiento de los requisitos exigidos, y se procede a la recepción respectiva.

Ingresado el trámite, se realiza el análisis legal correspondiente, generando el registro de la sociedad otorgando la matrícula de comercio o en su caso la observación del trámite y cómo subsanar el mismo, derivándose la documentación del trámite a Plataforma de servicios, para su devolución.

El usuario podrá obtener la matrícula de comercio descargando el certificado desde la sección «Mis certificados» del Sistema del Registro de Comercio Plurinacional-RECOP o imprimir el certificado en las terminales de impresión a nivel nacional del Registro de Comercio.

En caso que se adviertan observaciones, se enviarán las mismas a través del sistema a la bandeja de «Observados» en la que claramente se determinan las razones por las que el mismo ha sido observado y cómo puede subsanarse, pudiendo reingresar

el trámite subsanado en línea, adjuntando testimonio de aclarativa, complementación o modificación al instrumento de constitución, se procederá al análisis legal y posterior registro u observación según corresponda.

Procedimiento para Trámite Virtual:

Ingresar al portal web de trámites, obtener credenciales de acceso vía ciudadanía digital, seleccionar el tipo de unidad económica, realizar el control de homonimia, llenar el formulario virtual de inscripción, aprobar el formulario vía ciudadanía digital, obteniendo el código de trámite como constancia de ingreso y generar el código de pago. Posteriormente cancelar el costo del trámite y publicación en la Gaceta Electrónica del Registro de Comercio ya sea en línea a través de cualquier medio disponible o de manera física en los puntos autorizados del Registro de Comercio obteniendo el código de trámite como constancia de ingreso.

Una vez concluido el proceso, el Registro de Comercio verificará el llenado del formulario web de solicitud de inscripción, los documentos cargados en PDF y si corresponde inscribirá la empresa.

El usuario podrá obtener la matrícula de comercio descargando el certificado desde la sección «Mis certificados» del Sistema del Registro de Comercio Plurinacional-RECOP o imprimir el certificado en las terminales de impresión a nivel nacional del Registro de Comercio.

En caso de que se adviertan observaciones, se enviarán las mismas a través del sistema a la bandeja de «Observados» en la que claramente se determinan las razones por las que el mismo ha sido observado y cómo puede subsanarse, pudiendo reingresar el trámite subsanado en línea, adjuntando testimonio de aclarativa, complementación o modificación al instrumento de constitución, se procederá al análisis legal y posterior registro u observación según corresponda.

5) Documento Emitido

Matrícula de Comercio, Certificado de Registro de Testimonio de Constitución de Sociedad y Certificado de Registro de Otorgamiento de Poder. (Todos con código de validación QR).

6) Plazo De Tramite

24 horas, tomando en cuenta que el cómputo del plazo del trámite en línea será en días hábiles a partir del pago.

7) Costo

S.R.L./Sociedad de Responsabilidad Limitada: Bs. 455. (Cuatrocientos Cincuenta y Cinco 00/100 bolivianos)

Publicación en la Gaceta Electrónica del Registro de Comercio: Bs. 192 (Ciento noventa y dos 00/100 bolivianos)

c) Registro en Impuestos Nacionales

El NIT o Número de Identificación Tributaria es el número asignado por la Administración Tributaria a una persona natural, jurídica en el momento de su inscripción para realización de cualquier actividad económica, en virtud de la cual resultan sujetos pasivos de algunos de los tributos establecidos por Ley.

Según los Servicios al Contribuyente de Impuestos Internos el NIT es la herramienta que tiene el Estado para controlar los impuestos de los contribuyentes, mediante la emisión de facturas.

- Requisitos:

Testimonio de Constitución de Sociedad/Personería Jurídica/Acta de Asamblea debidamente notariada.

Poder Notariado, que designe y establezca las facultades del Representante Legal de la entidad.

Documento de Identidad vigente del Representante Legal.

Factura o aviso de cobranza de consumo de energía eléctrica del Domicilio donde realiza la actividad económica (Será exigido si la dirección del domicilio fiscal o habitual no es la misma que la consignada en el Documento de Identidad) y Habitual.

- Procedimientos:

Los emprendedores bolivianos deben aproximarse al SIN (Servicio Nacional de Impuestos) de su jurisdicción entregando al funcionario los documentos requeridos.

El funcionario solicita información básica al emprendedor y también captura los antecedentes tributarios en el sistema.

El funcionario imprime reporte preliminar con la información proporcionada, el mismo debe ser revisado (o corregido).

Firma el formulario.

Imprime el reporte definitivo como constancia de la inscripción.

Costo: sin costo alguno

Documentos entregables: N.I.T.

d) Licencia de funcionamiento

Es la autorización que otorgan las municipalidades para el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento determinado. A continuación, se presentan los requisitos:

- Persona Natural:

FOLDER más Formularios FUTAE y FUI adquirirlo en CAJA

Original y Fotocopia de Cedula de Identidad

Fotocopia Anverso de la Factura de Luz de la Actividad

Fotocopia del NIT más Certificado de Inscripción

RAI, Manifiesto Ambiental, Estudio Acústico, Resolución SEDES, Resolución SEDUCA, Certificado Sanitario, Certificado Zoonosis (Según corresponda) carnicera (FUTECRA)

Para terceras personas (PODER NOTARIADO VIGENTE DE UN AÑO)

- Persona Jurídica

FOLDER más Formularios FUTAE y FUI adquirirlo en CAJA

Fotocopia de Cédula de Identidad del Representante Legal

Fotocopia LEGALIZADA del Poder Notariado del representante legal

Fotocopia del NIT más Certificado de Inscripción

Fotocopia del Testimonio de Constitución Fotocopia de la Factura de Luz de la Actividad

RAI, Manifiesto Ambiental, Estudio Acústico, Resolución SEDES, Resolución SEDUCA, Certificado Sanitario, Certificado Zoonosis (Según corresponda)

- Para terceras personas (PODER NOTARIADO VIGENTE DE UN AÑO)

Contar con registro ciudadano en la plataforma virtual

Adjuntar los requisitos digitalizados a través de la plataforma virtual o presentar los requisitos originales y digitalizados en plataformas presenciales, de acuerdo al tipo de Actividad Económica.

Descargar e imprimir la licencia de funcionamiento de la plataforma virtual o en cualquier Plataforma de Atención Ciudadana.

Tiempo de duración: De 2 semanas

e) Afiliación a la Caja Nacional de Salud

(Sociedades de Responsabilidad Limitada, Sociedades Anónimas, En Comandita Simple, en Comandita por Acciones y Cooperativas Privadas).

1. Formulario AVC-01 (vacío) firmado por el Representante Legal y sello de la empresa.
2. Formulario AVC-02 (vacío).
3. Formulario RCI-1A (vacío) - firmado por el Representante Legal y número de cédula de identidad.
4. Solicitud dirigida a jefatura de la unidad afiliación Regional o Distrital.
5. Presentar fotocopia legalizada de poder notariado del Representante Legal y Cédula de Identidad del Representante Legal.
6. Fotocopia NIT y (certificado electrónico) o Personería Jurídica para Edificios.
7. Para Organizaciones Sindicales presentar Reconocimiento del Ministerio de Trabajo y Personería Jurídica.
8. Balance de apertura firmado por el Colegio Departamental de Contadores o Auditores.
9. Testimonio de Constitución si la empresa se encuentra en Sociedad (Fotocopia legalizada).

10. Para Edificios presentar Personería Jurídica o NIT.
11. Planilla de Haberes un original y cinco copias firmadas por los trabajadores en la casilla respectiva.
12. Nómina del personal con fecha de nacimiento.
13. Croquis de ubicación de la empresa.
14. Recibo de Examen pre-ocupacional (100 bs. Por cada trabajador).
15. La documentación debe ser presentada en un folder amarillo en la unidad de Afiliación.

f) Registro del empleador en el ente gestor de seguridad social obligatorio

Las administradoras de fondos de pensiones registraran a las empresas en el seguro social obligatorio de largo plazo para administrar los recursos de los trabajadores, cuando estos lleguen a una edad avanzada, por lo cual sirve para el bienestar para los empleados.

- Registro De Personas

Requisitos

Fotocopia del documento de identidad que acredite la identidad del afiliado que contenga los datos y firma del representante de la Gestora Pública de la Seguridad Social de Largo Plazo.

Al momento del Registro, es obligación de la Gestora, llenar y firmar de manera conjunta con el Afiliado el Formulario de Declaración de Derechohabientes.

Procedimiento:

Se procede en la Gestora, en la unidad de designación de ventanilla única.

Beneficios:

Pensión de vejez: pago de pensión mensual que recibe el asegurado y a su fallecimiento el pago de gastos funerarios y pensiones a los derechohabientes.

Pensión solidaria de vejez: Pago de la pensión solidaria mensual de por vida

Pensión de invalidez: pago mensual hasta los 65 años.

Pensión por muerte: pago de pensión mensual de acuerdo al porcentaje que corresponda

Retiros mínimos: pago mensual hasta que agote el saldo acumulado en la cuenta personal.

Gastos funerarios: pago de Bs. 1.800.- (Un mil ochocientos 00/100 Bolivianos) a la persona que acredite haber efectuado pago de sepelio del asegurado a su fallecimiento.

Mesa hereditaria: devolución en un solo pago del saldo acumulado en la cuenta personal previsional de un asegurado fallecido sin derecho habientes con derecho a pensión o cuyos derechohabientes no hubieran solicitado pensión dentro de los 36 meses posteriores al fallecimiento del asegurado

Retiros temporales: retiros totales o parciales que puede realizar el asegurado del Saldo acumulado en su cuenta personal por las contribuciones: Cotizaciones mensuales realizadas como trabajador estacional o como asegurado independiente y Cotizaciones adicionales realizadas por el asegurado dependiente.

Costo: No tiene costo alguno.

Tiempo: La Gestora deberá notificar tanto al Empleador como al Afiliado la aceptación o rechazo del registro en un plazo que no podrá superar los 20 días hábiles administrativos luego de otorgado el NUA. (Número Único Asignado)

- Requisitos para empresas S.R.L

Formulario de Inscripción del Empleador (Se entrega en la Gestora).

Fotocopia del documento de identidad del Representante Legal.

Fotocopia del Poder del Representante Legal.

Fotocopia de la Certificación Electrónica del NIT.

Fotocopia de Fundempresa

Croquis de la ubicación de la empresa – Google Maps (Opcional).

Sello de la Empresa.

g) Registro Sanitario

Los laboratorios artesanales de productos naturales tradicionales, cualquiera sea la razón social, para solicitar un registro sanitario deben necesariamente contar con la Resolución Administrativa de autorización de funcionamiento, conforme a disposiciones legales vigentes.

- Requisitos:

Documentos del Laboratorio Artesanal:

Formulario AGEMED 023 (Registro de Laboratorio Artesanal) debidamente llenado.

Fotocopia del NIT (Número de Identificación Tributaria) sí corresponde.

Contrato de trabajo con el personal, visado en el Ministerio de Trabajo, cuando el responsable técnico de elaboración, sea diferente al representante legal.

Factura de pago por derecho de inscripción según arancel vigente.

Documentos del Representante legal:

Fotocopia simple del carnet de identidad vigente.

Fotocopia simple de la credencial vigente, otorgada por la institución a la que pertenece.

Fotocopia legalizada de la matrícula de médico tradicional, emitida por el Ministerio de Salud y Deportes.

Documentos del Responsable Técnico de Elaboración:

Fotocopia simple del carnet de identidad vigente.

Certificado de Nacimiento original, que acredita ser boliviano de nacimiento.

Fotocopia simple de la credencial, otorgada por la institución a la que pertenece.

Fotocopia legalizada de la matrícula de médico tradicional, emitida por el Ministerio de Salud y Deportes.

- Procedimiento:

- a) Presentación de documentación en archivador rápido, previo pago por el servicio de arancel vigente de la Agencia Estatal de Medicamentos y

Tecnologías en Salud, AGEMED, del Ministerio de Salud y Deportes, según requisitos establecidos.

- b) Para la obtención de la factura se debe realizar previamente la solicitud de la orden de pago, para lo cual el laboratorio deberá contar con el visto bueno por parte del Área de Licencias de Funcionamiento del Departamento de Vigilancia y Control, para posteriormente realizar el pago en la cuenta correspondiente de AGEMED y el canje de la factura, dicha factura deberá adjuntarse al expediente.
- c) En caso de conformidad y cumplimiento de todos los requisitos, el departamento de Vigilancia y Control de la Agencia Estatal de Medicamentos y Tecnologías en Salud, del Ministerio de Salud y Deportes; o la Jefatura Regional de Farmacias del Servicio Departamental de Salud correspondiente, expresamente delegada, procederá a la inspección para la verificación de las instalaciones del laboratorio artesanal. Para esta inspección podrá invitarse al responsable de Medicina Tradicional del SEDES correspondiente.
- d) En caso de conformidad de la inspección, el departamento de Vigilancia y Control procederá a la elaboración del informe técnico, el mismo que será derivado a la División de Asuntos Jurídicos de la Agencia Estatal de Medicamentos y Tecnologías en Salud del Ministerio de Salud y Deportes para su análisis legal y posterior emisión de su Resolución Administrativa que autorice el funcionamiento del Laboratorio Artesanal.

Registro del Producto Natural Tradicional Artesanal:

Requieren de Registro Sanitario para su comercialización, los productos naturales tradicionales propios de la medicina tradicional boliviana, que con fines terapéuticos que son elaborados a partir de material vegetal, animal y/o mineral. Se aceptarán solamente las formas farmacéuticas de acuerdo a su vía de administración ya sea oral, tópica, rectal u otra que no requiera esterilidad.

- Requisitos

Para el trámite de registro sanitario de producto natural tradicional artesanal debe presentarse el expediente digital, previo pago del servicio correspondiente en el Banco Unión N° de Cuenta 10000023848754 de la Agencia Estatal de Medicamentos y Tecnologías en Salud – AGEMED del Ministerio de Salud y Deportes de acuerdo al arancel vigente. Todo expediente ingresará por la plataforma virtual de la Agencia

Estatad de Medicamentos y Tecnologías en Salud, AGEMED de acuerdo a los siguientes requisitos presentados en idioma español:

Documentación legal:

Formulario de solicitud para el registro de producto natural tradicional artesanal (Form. 025) en el que deberá constar la clasificación taxonómica de la(s) especie(s) botánica(s) y la formulación cualitativa y cuantitativa (%) del producto, debidamente llenado, digitalmente sellado y firmado por el representante legal y/o el responsable técnico de elaboración, del laboratorio de producto natural tradicional artesanal, de acuerdo al instructivo. (VER ANEXO 5)

Fotocopia de la Resolución Ministerial o Resolución Administrativa de autorización de funcionamiento del laboratorio artesanal de producto 29MANUAL PARA R.S. DE PRODUCTO NATURAL TRADICIONAL ARTESANAL natural tradicional artesanal.

Fotocopia del Formulario de solicitud de calificación (Form. 024), debidamente aprobado por la subcomisión de productos naturales tradicionales.

Ficha técnica del producto, que contenga la siguiente información: Uso medicinal del producto, frecuencia de uso del producto (dosis), reacciones nocivas observadas y/o registradas, indicaciones de uso del producto (como y cada cuanto se usa el producto), precauciones (evitar el uso en...), fórmula cualicuantitativa (porcentaje en la formulación), descripción del proceso de elaboración, codificación del lote, vía de administración, forma farmacéutica, vida útil (12 meses) y almacenamiento (conservación).

Una muestra, tal como llega al consumidor; debidamente identificada con una etiqueta que contemple la siguiente información: Nombre de marca o nombre comercial del producto, debiendo llevar debajo el o los nombre(s) científico(s) del o los materiales vegetales, nombre y origen del laboratorio fabricante en Bolivia, forma farmacéutica, concentración del o los materiales vegetales en porcentaje (%), número de registro sanitario en Bolivia Ej. PTA-XXXXXX/2021, fecha de elaboración, fecha de vencimiento, número de lote, tipo de venta - Venta libre, condiciones de almacenamiento (Ej. Conservar en lugar fresco), mantener fuera del alcance de los niños, nombre del responsable técnico de elaboración, indicaciones, dosis, contraindicaciones (según corresponda), precauciones, efectos Secundarios (según corresponda).

Procedimiento:

Presentación del expediente, mediante la plataforma virtual de la Agencia Estatal de Medicamentos y Tecnologías en Salud - AGEMED y muestra correspondiente, una vez generada la hoja de ruta, de acuerdo a requisitos.

Cumplidos los requisitos de presentación, el departamento de autorización de comercialización de la Agencia Estatal de Medicamentos y Tecnologías en Salud- AGEMED procederá a la evaluación y verificación técnica del expediente y muestra presentada, de acuerdo a normas vigentes pudiendo darse uno de los siguientes resultados: aprobado, observado o rechazado.

En caso de producto aprobado, el departamento de autorización de comercialización, procederá a la elaboración y firma del correspondiente Registro Sanitario de Producto Natural Tradicional Artesanal, el cual será refrendado por la Dirección General Ejecutiva de la Agencia Estatal de Medicamentos y Tecnologías en Salud - AGEMED.

La Entrega del Registro Sanitario de Producto Natural Tradicional Artesanal al solicitante, se realizará a contra entrega del pago realizado por el control de calidad según arancel definido; además, deberá presentar la carpeta en forma física exactamente igual a la enviada por plataforma virtual en folder, foliado y debidamente separado, para derivación al Departamento de CONCAMYT para su control de calidad.

El proceso de evaluación de la solicitud se realizará en un plazo no mayor a 30 días hábiles a partir de la fecha de ingreso a la Agencia Estatal de Medicamentos y Tecnologías en Salud - AGEMED.

El departamento de Control de Calidad de Medicamentos y Toxicología (CONCAMYT) procederá al respectivo análisis de control de calidad del producto post-registro por muestreo.

Para la reinscripción de producto natural tradicional artesanal, se procederá de igual manera que para la inscripción, debiendo presentarse el trámite de reinscripción antes de la caducidad del registro sanitario.

Todo cambio de nombre, modificación de la especie del material vegetal medicinal, formulación cualitativa y cuantitativa, forma farmacéutica, así como laboratorio

artesanal, obliga a un nuevo trámite de Registro Sanitario de Producto Natural Tradicional Artesanal.

h) SENAPI

El registro no es obligatorio, pero es recomendable debido a que sin estos beneficios legales que registro concede no se tendrán derechos exclusivos por lo cual la marca Resfrinol se registrará ante SENAPI.

- Registros:

Carta y/o Memorial dirigido al director(a) de Derecho de Autor y Derechos Conexos del Servicio Nacional de Propiedad Intelectual, solicitando el reconocimiento de la Sociedad de Responsabilidad Limitada y la extensión de la Autorización de Licencia de Funcionamiento, firmado por el representante legal de la Sociedad de Responsabilidad Limitada.

Formulario de registro de Sociedades de Responsabilidad Limitada disponible en la página web del Servicio Nacional de Propiedad Intelectual, debidamente llenado y firmado.

Testimonio de Poder Especial que acredite representación legal, previa designación de ente autorizado por la Sociedad de Responsabilidad Limitada.

Instrumento legal que acredite la Personería Jurídica.

Escritura Constitutiva o documento equivalente de la Sociedad de Responsabilidad Limitada.

- Costo:

Título de concesión de marca: Bs. 250

Pago a la gaceta oficial de Bolivia de Banco Unión: Bs. 200

Registrar marca a nivel nacional: Bs. 500

3.4.2. DETERMINACIÓN DE LOS REQUERIMIENTOS DE PERSONAL

A continuación, se presentan los requerimientos administrativos de personal de manera cuantitativa, es decir, el ingreso que cada uno percibirá, a lo largo de la proyección del siguiente proyecto.

3.4.2.1. DETERMINACIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

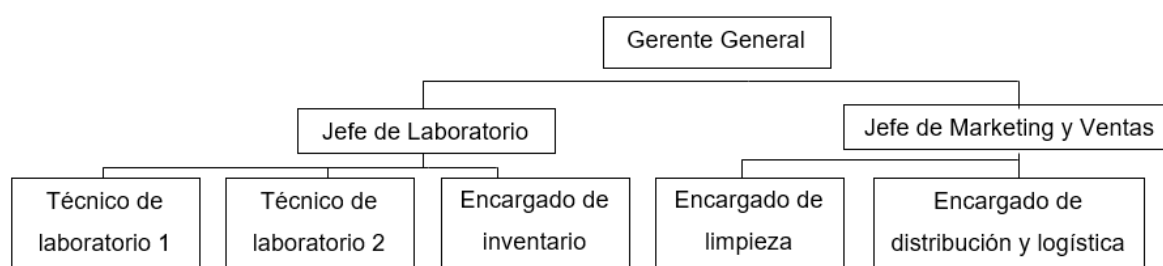
A continuación, se presenta la estructura orgánica ideal, para administrar a Laboratorio Artesanal Solución Natural como una empresa:

Se presentan los cargos necesarios para el acometido:

- Gerente General:
- Jefe de Marketing y Ventas
- Jefe de Laboratorio
- Técnico de laboratorio 1
- Técnico de laboratorio 2
- Encargado de inventario
- Encargado de distribución y logística
- Encargado de limpieza

Organigrama:

Gráfico N° 106: Organigrama Laboratorio Artesanal Solución Natural



Fuente: Elaboración propia

Manual de funciones:

Tabla N° 25: Manual de funciones Gerente General

	MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	Versión 1.0
	LABORATORIO ARTESANAL SOLUCIÓN NATURAL	
Gerente General		
CARGO:	NIVEL JERÁRQUICO:	

		MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	Versión 1.0
		LABORATORIO ARTESANAL SOLUCIÓN NATURAL	
Gerente		Nivel administrativo	
PERFIL PROFESIONAL:		NIVEL SALARIAL:	
Formación:		Bs. 4000 mensual	
✓ Titulación universitaria en Ingeniería Comercial o Administración de empresas			
Experiencia:			
✓ Experiencia en administración			
Habilidades:			
✓ Liderazgo			
✓ Planeación estratégica			
✓ Gestión de equipos			
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:			
- Estrategia y planificación: Definir la visión, misión y valores de la empresa, desarrollar planes estratégicos a largo plazo, establecer objetivos y metas claras para la organización, analizar el mercado y la competencia para identificar oportunidades y amenazas, elaborar presupuestos y planes financieros. - Liderazgo: Inspirar y motivar a los equipos de trabajo, crear una cultura organizacional positiva y colaborativa, tomar decisiones importantes y asumir la responsabilidad de los resultados, fomentar el desarrollo profesional de los empleados y representar a la empresa ante clientes, proveedores y accionistas. - Operaciones: Supervisar las operaciones diarias de la empresa, asegurar la eficiencia y eficacia de los procesos, garantizar la calidad de los productos o servicios, resolver problemas y tomar decisiones rápidas cuando sea necesario e implementar nuevas tecnologías y herramientas para mejorar la productividad. - Recursos humanos: Reclutar, seleccionar y contratar al personal, evaluar el desempeño de los empleados, administrar los beneficios y compensaciones y gestionar las relaciones laborales y resolver conflictos. - Relaciones externas: Representar a la empresa en eventos y conferencias, construir relaciones sólidas con clientes y proveedores, gestionar la imagen de marca de la empresa y cumplir con las regulaciones gubernamentales y las normas de la industria.			

	MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	Versión 1.0
	LABORATORIO ARTESANAL SOLUCIÓN NATURAL	
Financiera: Supervisar las finanzas de la empresa, asegurar la solvencia y estabilidad financiera e invertir en proyectos que generen valor.		

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 26: Manual de funciones Jefe de Laboratorio

	MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	Versión 1.0
	LABORATORIO ARTESANAL SOLUCIÓN NATURAL	
Jefe de laboratorio		
CARGO: Jefe de laboratorio	NIVEL JERÁRQUICO: Nivel operativo	
PERFIL PROFESIONAL: Formación: ✓ Titulación universitaria en Química Farmacéutico Experiencia: ✓ Experiencia en laboratorios Habilidades: ✓ Liderazgo ✓ Conocimientos técnicos ✓ Atención al detalle	NIVEL SALARIAL: Bs. 3500 mensual	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES: • Gestión de personal: Supervisión, asignación de tareas y capacitación. • Gestión de equipo y materiales: Mantenimiento, adquisición, inventarios y seguridad. • Gestión de calidad: Establecimiento de procedimientos, control de calidad, acreditación. • Cumplimiento de normativa: Regulaciones, seguridad y medio ambiente.		

	MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	Versión 1.0
	LABORATORIO ARTESANAL SOLUCIÓN NATURAL	
• Gestión de presupuesto: Elaboración de presupuesto de laboratorio y control de costos.		

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 27: Manual de funciones Jefe de Marketing y Ventas

	MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	Versión 1.0
	LABORATORIO ARTESANAL SOLUCIÓN NATURAL	
Jefe de Marketing y Ventas		
CARGO: Jefe de Marketing y Ventas	NIVEL JERÁRQUICO: Nivel administrativo	
PERFIL PROFESIONAL: Formación: ✓ Titulación universitaria en Marketing Experiencia: ✓ Experiencia en laboratorios Habilidades: ✓ Liderazgo ✓ Conocimientos técnicos ✓ Atención al detalle	NIVEL SALARIAL: Bs. 3200 mensual	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES: - Desarrollo de estrategias: Planificación estratégica, análisis de mercado, posicionamiento de marca y desarrollo de productos. - Ejecución de campañas: Creación de campañas, gestión de canales y medición de resultados. - Gestión de la relación con el cliente: Atención al cliente, servicio al cliente y fidelización.		

	MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	Versión 1.0
	LABORATORIO ARTESANAL SOLUCIÓN NATURAL	
• Análisis de datos: Análisis de datos de mercado, análisis de ventas y optimización. • Presupuesto: Elaboración de presupuestos de Marketing y ventas y control de gastos.		

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 28: Manual de funciones Técnicos de Laboratorio

	MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	Versión 1.0
	LABORATORIO ARTESANAL SOLUCIÓN NATURAL	
Técnico de laboratorio		
CARGO: Técnico de laboratorio	NIVEL JERÁRQUICO: Nivel operativo	
PERFIL PROFESIONAL: Formación: ✓ Titulación en Química Farmacéutica Experiencia: ✓ Experiencia en laboratorios Habilidades: ✓ Liderazgo ✓ Conocimientos técnicos ✓ Atención al detalle	NIVEL SALARIAL: Bs. 3000 mensual	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES: • Seguridad en el laboratorio: Cumplimiento de las normas de seguridad del laboratorio, manejo seguro de sustancias químicas y biológicas y uso correcto del equipo de protección personal (EPP).		

	MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	Versión 1.0
	LABORATORIO ARTESANAL SOLUCIÓN NATURAL	
• Producción de los productos naturales: Cumplimiento con todas las acciones de calidad para la correcta fabricación. • Mantenimiento de equipos: Limpieza y calibración de equipos, identificación y resolución de problemas técnicos.		

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 29: Manual de funciones de Encargado de Inventario y Almacenes

	MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	Versión 1.0
	LABORATORIO ARTESANAL SOLUCIÓN NATURAL	
Técnico de laboratorio		
CARGO: Encargado de Inventario y Almacenes	NIVEL JERÁRQUICO: Nivel operativo	
PERFIL PROFESIONAL: Formación: ✓ Titulación en Técnico de Almacenes Experiencia: ✓ Experiencia en laboratorios Habilidades: ✓ Organización y planificación ✓ Atención al detalle ✓ Habilidades numéricas	NIVEL SALARIAL: Bs. 3000 mensual	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES: • Gestión del inventario: Control de existencias, realización de inventarios, optimización de espacio. • Recepción y despacho de mercadería: Recepción de materias primas y despacho de mercadería.		

	MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	Versión 1.0
	LABORATORIO ARTESANAL SOLUCIÓN NATURAL	
• Gestión de almacenes: Mantenimiento, seguridad y logística. • Control de calidad: Inspección y devoluciones. • Gestión de proveedores: Evaluación y negociación. • Informes: Elaboración de reportes.		

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 30: Manual de funciones de Encargado distribución y logística

	MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	Versión 1.0
	LABORATORIO ARTESANAL SOLUCIÓN NATURAL	
Técnico de laboratorio		
CARGO: Encargado de distribución y almacenes	NIVEL JERÁRQUICO: Nivel operativo	
PERFIL PROFESIONAL: Formación: ✓ Titulación en Técnico de Logística Experiencia: ✓ Experiencia en logística de laboratorios Habilidades: ✓ Organización y planificación ✓ Gestión del tiempo ✓ Pensamiento estratégico	NIVEL SALARIAL: Bs. 3000 mensual	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES: - Planificación y optimización: Diseño de rutas, gestión de inventarios y selección de proveedores. - Coordinación de transporte: Modalidad de transporte, seguimiento de envíos y gestión de incidencias.		

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 31: Manual de funciones de Encargado de limpieza

	MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	Versión 1.0
	LABORATORIO ARTESANAL SOLUCIÓN NATURAL	
Técnico de laboratorio		
CARGO: Encargado de limpieza	NIVEL JERÁRQUICO: Nivel administrativo	
PERFIL PROFESIONAL: Formación: ✓ Bachiller en humanidades Experiencia: ✓ Experiencia en limpieza Habilidades: ✓ Limpieza profunda ✓ Organización ✓ Resistencia física ✓ Responsabilidad	NIVEL SALARIAL: Bs. 3000 mensual	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES: • Planificación y organización: Elaborar horarios para la limpieza. • Realización de la limpieza: Realizar la limpieza del laboratorio y oficinas. • Gestión de suministros: Solicitar y controlar el suministro de productos de limpieza. • Cumplimiento de normas: Conocer y cumplir con las normas de seguridad e higiene en el trabajo.		

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se presenta la planilla de pagos y descuentos de ley de cada trabajador:

Tabla N° 32: Planilla de sueldos

Cargo	Sueldo Bruto	Aporte Vejez (10%)	Aporte de Riesgo Común (1,71%)	Comisión por Administración (0,5%)	Aporte Laboral Solidario (0,5%)	Descuentos	Sueldo Neto
Gerente General	Bs4.000,00	Bs400,00	Bs68,40	Bs20,00	Bs20,00	Bs508,40	Bs3.491,60
Jefe de Marketing y Ventas	Bs3.200,00	Bs320,00	Bs54,72	Bs16,00	Bs16,00	Bs406,72	Bs2.793,28
Jefe de Laboratorio	Bs3.500,00	Bs350,00	Bs59,85	Bs17,50	Bs17,50	Bs444,85	Bs3.055,15
Técnico de Laboratorio 1	Bs3.000,00	Bs300,00	Bs51,30	Bs15,00	Bs15,00	Bs381,30	Bs2.618,70
Técnico de Laboratorio 2	Bs3.000,00	Bs300,00	Bs51,30	Bs15,00	Bs15,00	Bs381,30	Bs2.618,70
Encargado de inventario	Bs3.000,00	Bs300,00	Bs51,30	Bs15,00	Bs15,00	Bs381,30	Bs2.618,70
Encargado de distribución y logística	Bs3.000,00	Bs300,00	Bs51,30	Bs15,00	Bs15,00	Bs381,30	Bs2.618,70
Encargado de Limpieza	Bs3.000,00	Bs300,00	Bs51,30	Bs15,00	Bs15,00	Bs381,30	Bs2.618,70
TOTAL	Bs25.700,00	Bs2.570,00	Bs439,47	Bs128,50	Bs128,50	Bs3.266,47	Bs22.433,53

Fuente: Elaboración propia

3.4.3. ESTABLECIMIENTO DE LA MISIÓN Y LA VISIÓN

A continuación, mediante la técnica de las 5 preguntas, se determinarán la misión y la visión:

3.4.3.1. MISIÓN

- ¿Qué producto o servicio ofrecerá Laboratorio Artesanal Solución Natural?

Laboratorio Artesanal Solución Natural ofrecerá el Jarabe natural a base de plantas medicinales: Eucalipto, Wira wira y Malva “Resfrinol”.

- ¿Quiénes serán los clientes objetivo de Laboratorio Artesanal Solución Natural?

El público objetivo son las personas de sexo femenino y masculino de los Macro distritos Sur y Centro de la ciudad de La Paz que les agrada la idea de tratar sus resfriados con métodos naturales.

- ¿Cuál será la ubicación de Laboratorio Artesanal Solución Natural?

El Laboratorio Artesanal Solución Natural se ubicará en la Ciudad de La Paz en la zona de para tener un acceso cercano a sus proveedores y el área de distribución.

- ¿Cuál será la estrategia de marketing de Laboratorio Artesanal Solución Natural?

Se utilizará la estrategia de marketing centrada en la salud natural, la calidad y el no daño al organismo.

¿Cuál será la diferenciación clave de Laboratorio Artesanal Solución Natural en el mercado?

La diferenciación clave de Laboratorio Artesanal Solución Natural será su compromiso con proveer una solución completa natural para los resfriados de la Ciudad de La Paz.

Misión de Laboratorio Artesanal Solución Natural

Somos el Laboratorio Artesanal Solución Natural y nos dedicamos a producir el Jarabe natural Resfrinol a base de extractos de Eucalipto, Wira wira y Malva mejorando la calidad de vida de las personas ofreciendo un producto completo, natural y seguro para el resfriado en general. Nuestra pasión por la calidad y velar por la salud de nuestro público, impulsa a ser líderes en el mercado.

3.4.3.2. VISIÓN

- ¿Qué quieres lograr con Laboratorio Artesanal Solución Natural?

Queremos ser reconocidos como líderes en la producción de un jarabe completo natural dirigido a tratar el resfriado.

¿Cómo te imaginas a Laboratorio Artesanal Solución Natural en el futuro?

Nos visualizamos como una empresa líder de productos naturales para el bienestar integral de las personas.

¿Qué impacto deseas tener?

Queremos fomentar la sostenibilidad, la transparencia y la salud natural.

¿Qué valores guiarán a Laboratorio Artesanal Solución Natural?

Nuestros valores incluyen el respeto por la tierra y las personas, la calidad y la autenticidad.

- ¿Cuál es tu aspiración más grande para Laboratorio Artesanal Solución Natural?

Nuestra aspiración es crear tratamientos naturales, efectivos y seguros con nuestro producto.

Visión de Laboratorio Artesanal Solución Natural

Ser reconocidos como líderes en la producción de productos naturales (fitoterapéuticos) a nivel nacional, para el tratamiento de los síntomas del resfriado, ofreciendo soluciones efectivas y seguras a nuestros consumidores, contribuyendo al uso responsable de los recursos naturales y generando un impacto positivo en la sociedad.

3.5. Estudio Económico Financiero. –

El propósito del estudio económico-financiero es identificar los recursos económicos y financieros necesarios para la ejecución del proyecto, con el fin de evaluar su viabilidad financiera. Su estructura incluye las inversiones, los costos y los ingresos proyectados.

Para los cálculos, se utilizará el tipo de cambio de Bs. 6,97 por dólar, según la información proporcionada por el Banco Central de Bolivia.

3.5.1. Estructura de la inversión

Son aquellas que permiten determinar el capital inicial que se requiere para iniciar las operaciones, así como también, el capital necesario para el funcionamiento de la planta durante el tiempo que se tenga previsto que opere. Su estructura está dada por:

- Inversión fija (Tangible).
- Inversión diferida (Intangible).
- Capital de trabajo.

3.5.1.1. Inversión fija

Es aquella erogación de dinero que se efectúa para la adquisición de activos o bienes como ser la construcción de obras civiles, adquisición de maquinaria y equipo, muebles y enseres, otros. En los activos fijos se tienen los siguientes elementos:

a) Terreno y obras

Tabla N° 33: Inversión en infraestructura

Inversión Terreno e Infraestructura							
Item	Unidad Medida de	Cant,	Costo U.	Costo Total	Vida Útil	Depreciación Anual	Valor Residual
Terreno	Terreno Achocalla	1	72.384,00	72.384,00			
Laboratorio	Infraestructura	1	390.456,00	390.456,00	40	8.297,19	58.568,40
COSTO TOTAL				462.840,00		8.297,19	58.568,40

Fuente: Elaboración propia

b) Maquinaria y equipo

Tabla N° 34: Inversión en maquinaria y equipo

Inversión Maquinaria y Equipo							
Descripción	Unidad	Cant.	Costo U.	Costo Total	Vida útil	Depreciación Anual	Valor residual
Llenadora de líquidos	Unidad	1	5.413,44	5.413,44	4	1.218,02	541,34
Tapadora	Unidad	1	1.287,60	1.287,60	4	289,71	128,76
Tanque de mezcla	Unidad	1	12.876,00	12.876,00	4	2.897,10	1.287,60
Etiquetadora	Unidad	1	487,20	487,20	4	109,62	48,72
Balanza digital	Unidad	1	200,00	200,00	4	45,00	20,00
Estufa eléctrica	Unidad	1	120,00	120,00	4	30,00	-
Esterilizador	Unidad	1	689,04	689,04	4	155,03	68,90
Varilla de vidrio	Unidad	10	14,70	147,00	4	36,75	-
Probeta	Unidad	3	55,00	165,00	4	41,25	-
Pipeta graduada	Unidad	1	69,00	69,00	4	17,25	-
Propipeta	Unidad	1	8,00	8,00	4	2,00	-
Termómetro de laboratorio	Unidad	1	217,50	217,50	4	54,38	-
Embudo de laboratorio	Unidad	1	206,50	206,50	4	51,63	-
Vaso precipitado	Unidad	3	24,15	72,45	4	18,11	-
Estanterías metálicas	Unidad	31	1.000,00	31.000,00	5	5.580,00	3.100,00
Mesa central acero inoxidable	Unidad	1	945,00	945,00	5	170,10	94,50
Computadoras	Unidad	7	4.590,00	32.130,00	5	5.783,40	3.213,00
COSTO TOTAL				86.033,73		16.499,35	5.289,83

Fuente: Elaboración propia

c) Muebles y enseres de oficina

Tabla N°35: Inversión en muebles y enseres

Inversión en Muebles y Enseres						
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida útil	Depreciación Anual	Valor residual
Escritorios	7	500	3500	10	315	350
Sillas gerenciales	1	250	250	10	22,5	25
Sillas normales	6	150	900	10	81	90
COSTO TOTAL			4.650,00		418,5	465

Fuente: Elaboración propia

3.5.1.2. Inversión diferida

Los bienes intangibles de la empresa comprenden los gastos preoperativos, que son desembolsos realizados durante la fase preoperativa del proyecto en activos intangibles. Estos incluyen:

- Constitución y organización

Se consideran los gastos legales, notariales y ciertos impuestos especiales asociados con la formación y el inicio de operaciones de la empresa.

- Instalación de la planta

Incluye los gastos previos al funcionamiento de la planta y su puesta en marcha. Estos gastos se realizan al iniciar el funcionamiento de las máquinas, tanto en las pruebas preliminares como en el inicio de operaciones, hasta alcanzar un rendimiento óptimo.

- Instalación de servicios básicos

Se incluyen los gastos de instalación de servicios como agua, alcantarillado, electricidad e internet.

En la siguiente tabla se resumen los activos diferidos:

Tabla N°36: Inversión en activos diferidos

Descripción	Costo (en Bs.)
Trámites SEPREC	647,00
Trámite SIN	-
Trámites ministerio de trabajo	220,00
Constitución de la empresa Notaria	350,00
Trámites AGEMED	295,00
Trámites CNS	700,00
Trámites SENAPI	950,00
Agua	1.043,00
Energía eléctrica	1.740,00
Internet	200,00
Costo Total	6.145,00

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se muestra el resumen de la estructura de la inversión:

Tabla N°37: Resumen de la estructura de inversión

Resumen Estructura de Inversión			
Descripción	Costo Total	Valor Residual	Depreciación anual
Terreno	72.384,00	-	-
Infraestructura	390.456,00	58.568,40	8.297,19
Mobiliario	4.650,00	465	418,5
Maquinaria y equipo	86.033,73	5.289,83	16.499,35
Vehículos	80.000,00	8000	14.400,00
TOTAL	633.523,73	72.323,23	39.615,04

Fuente: Elaboración propia

3.5.1.3. Capital de trabajo

A continuación, se presentan resumidas las cuentas involucradas al capital de trabajo:

Tabla N°38: Capital de trabajo

Capital de Operaciones	
Gastos	Anual
Sueldos Administración	26.728,00
Insumos	485.100,00
Gastos de comercialización	2.845,00
TOTAL	513.673,00
CAPITAL DE OPERACION POR DIA	2144,47
DIAS NECESARIOS ANTES DE RETORNOS POR VENTAS	30
CAPITAL DE OPERACION INICIAL	64.334,13

Fuente: Elaboración propia

3.5.2. Estructura del financiamiento

A continuación, se presenta la estructura de financiamiento. Es necesario aclarar que el financiamiento es 100% propio y no se incurrirá en ningún tipo de préstamo bancario para el presente proyecto:

Tabla N°39: Estructura de financiamiento

Estructura de Financiamiento				
Descripción	% Deuda	Aporte Propio	Deuda	TOTAL
INVERSIONES				
Edificaciones	0%	390.456,00	0	390.456,00
Mobiliario	0%	4.650,00	0	4.650,00
Maquinaria y equipo	0%	86.033,73	0	86.033,73
Vehículos	0%	80.000,00	0	80.000,00
TOTAL		561.139,73	0	561.139,73

Fuente: Elaboración propia

3.5.3. Cronograma de desembolso de préstamo

Al utilizar recursos propios, el Laboratorio Artesanal Solución Natural no incurre en esta cuenta. Es decir, no existe un cronograma de desembolso.

3.5.4. Cronograma de inversión

A continuación, se presenta un cronograma de cómo se debería proceder con la construcción y puesta en marcha del proyecto

Tabla N°40: Cronograma de inversión

Mes	Actividad	Descripción
1	Inicio de la construcción	Preparación del terreno, cimentación y estructura básica.
2	Construcción del laboratorio	Continuación de la construcción, levantamiento de paredes y techado.
3	Construcción del laboratorio	Finalización de la estructura principal, instalación de servicios básicos.
4	Instalaciones internas	Instalación de sistemas eléctricos, plomería y acabados interiores.
5	Instalaciones internas	Finalización de instalaciones internas, pruebas de servicios básicos.
6	Compra de maquinaria y equipos de producción	Adquisición e instalación de maquinaria y equipos de producción.

Fuente: Elaboración propia

3.5.5. Amortizaciones del préstamo

Al utilizar recursos propios, Laboratorio Artesanal Solución Natural no incurre en esta cuenta. Es decir, no existe préstamo a ser amortizado.

3.5.6. Amortizaciones del activo diferido

Al utilizar recursos propios, Laboratorio Artesanal Solución Natural no incurre en esta cuenta. Es decir, no existe préstamo para activos diferidos a ser amortizado.

3.5.7. Depreciación

A continuación, se presentan las depreciaciones totales correspondientes a las diferentes cuentas:

Tabla N°41: Consolidado de depreciaciones

Descripción	Depreciación anual
Infraestructura	8.297,19
Mobiliario	418,5
Maquinaria y equipo	16.499,35
Vehículos	14.400,00
TOTAL	39.615,04

Fuente: Elaboración propia

3.5.8. Proyección de ingresos

A continuación, se presentan las proyecciones de los ingresos por ventas, tomando como punto de partida el precio de 60 bolivianos por unidad de 200 ml. Del Jarabe Resfrinol listo para ser comercializado. El incremento en el tiempo se basa en el análisis del comportamiento de la demanda de otras industrias del Producto Interno Bruto (PIB) temporalizada a los 5 años del presente proyecto:

Tabla N°42: Proyección de ingresos

Proyección de Ingresos					
ANUAL					
PRODUCTO	2024	2025	2026	2027	2028
Jarabe Resfrinol de 200 ml					
Precio unitario	60	60	60	60	60
Cantidad	132.000	132.053	132.106	132.158	132.211
TOTAL INGRESOS	7.920.000,00	7.923.168,00	7.926.337,27	7.929.507,80	7.932.679,61

Fuente: Elaboración propia

3.5.9. Proyección de estado de resultados

A continuación, se presenta la proyección del estado de resultados, en función a todas las cuentas analizadas a lo largo del proyecto:

Tabla N°43: Proyección de estado de resultados

Proyección de Estado de Resultados					
Expresado en Bolivianos					
	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
Detalle	Acumulado	Acumulado	Acumulado	Anual	Anual
Ingreso por Ventas	7.920.000,00	7.923.168,00	7.926.337,27	7.929.507,80	7.932.679,61
Costo de ventas	6.194.751,04	6.197.228,94	6.199.707,83	6.202.187,72	6.204.668,59
Utilidad Bruta	1.725.248,96	1.725.939,06	1.726.629,43	1.727.320,09	1.728.011,01
Gastos de operación					
Sueldos y salarios	320.736,00	320.896,37	321.056,82	321.217,34	321.377,95
Depreciación	39.615,04	39.615,04	39.615,04	39.615,04	39.615,04
Total gastos de operación	360.351,04	360.511,41	360.671,86	360.832,39	360.992,99
Gastos de comercialización	34.140,00	34.146,83	34.153,66	34.160,49	34.167,32
Total gastos de comercialización	34.140,00	34.146,83	34.153,66	34.160,49	34.167,32
Total gastos	394.491,04	394.658,24	394.825,51	394.992,87	395.160,31
UAI	1.330.757,92	1.331.280,82	1.331.803,92	1.332.327,21	1.332.850,70
Impuesto a las transacciones (IT)	39922,74	39938,42	39954,12	39969,82	39985,52
Utilidad en operaciones	1.290.835,18	1.291.342,40	1.291.849,80	1.292.357,40	1.292.865,18
IUE	322708,80	322835,60	322962,45	323089,35	323216,29
Utilidad neta	968.126,39	968.506,80	968.887,35	969.268,05	969.648,88

Fuente: Elaboración propia

3.5.10. Pérdidas y ganancias

A continuación, se presenta la tabla de pérdidas y ganancias incurridas en el ejercicio comercial de la venta del Jarabe Resfrinol del Laboratorio Artesanal Solución Natural:

Tabla N°44: Pérdidas y ganancias

Pérdidas y Ganancias					
Expresado en Bolivianos					
Cuenta	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
Ingreso	7.920.000,00	7.923.168,00	7.926.337,27	7.929.507,80	7.932.679,61
Costos	6.589.242,08	6.591.887,18	6.594.533,35	6.597.180,59	6.599.828,90
Utilidades	1.330.757,92	1.331.280,82	1.331.803,92	1.332.327,21	1.332.850,70
Acumulado	968.126,39	968.506,80	968.887,35	969.268,05	969.648,88

Fuente: Elaboración propia

3.5.11. Flujo de caja

Gracias a todas las cuentas previamente presentadas, a continuación, se presenta el flujo de caja del proyecto. Cabe recalcar que solo se presenta el flujo de caja sin financiamiento, en la postura asumida por el Laboratorio Artesanal Solución Natural de utilizar recursos propios para este proyecto:

Tabla N°45: Flujo de Caja

Flujo de Caja						
Expresado en Bolivianos						
CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Por Ventas		7.920.000,00	7.923.168,00	7.926.337,27	7.929.507,80	7.932.679,61
Costos producción		6.194.751,04	6.197.228,94	6.199.707,83	6.202.187,72	6.204.668,59
Costos administración		320.736,00	320.896,37	321.056,82	321.217,34	321.377,95
Costos comercialización		34.140,00	34.146,83	34.153,66	34.160,49	34.167,32
Imprevistos		237.600,00	237.695,04	237.790,12	237.885,23	237.980,39
Depreciación		39.615,04	39.615,04	39.615,04	39.615,04	39.615,04
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-	1.093.157,92	1.093.585,78	1.094.013,80	1.094.441,98	1.094.870,31
Impuestos	-	273.289,48	273.396,45	273.503,45	273.610,49	273.717,58
UTILIDAD NETA	-	819.868,44	820.189,34	820.510,35	820.831,48	821.152,73
Depreciación		39.615,04	39.615,04	39.615,04	39.615,04	39.615,04
Inversión inicial	- 561.139,73					

Flujo de Caja						
Inversión capital de trabajo	-64.334,13					
Recuperación capital de trabajo						64.334,13
Préstamo	-					
Amortización de préstamo		-	-	-	-	-
Valor de desecho (residual)						809.696,00
FLUJO DE CAJA	- 625.473,86	859.483,48	859.804,38	860.125,39	860.446,52	1.734.797,90

Fuente: Elaboración propia

3.6. Evaluación del Proyecto

La evaluación financiera de un proyecto es la medición de su valor en lo que se refiere a rentabilidad. De la misma se obtiene la información necesaria para tomar una decisión sobre la viabilidad de implementar o no el proyecto.

3.6.1. Determinar el Valor Actual Neto (VAN)

Se calcula valor actual del flujo neto, utilizando una tasa de descuento denominado también costo de oportunidad del capital y luego se resta la inversión inicial expresada en el momento cero. Se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla N°46: Valor Actual Neto

TMAR	VAN	CRITERIO DE EVALUACIÓN	DECISIÓN
33,06%	Bs. 1.561.614,16	>0	Se acepta

Fuente: Elaboración propia

Los resultados a los que se ha llegado muestran que el proyecto es económicamente atractivo para los inversionistas, observando que el valor del VAN es mayor a "0".

3.6.2. Determinar la Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tabla N°47: Tasa Interna de Retorno

TMAR	TIR	CRITERIO DE EVALUACIÓN	DECISIÓN
33,06%	138,17%	>TMAR	Se acepta

Fuente: Elaboración propia

Los resultados a los que se llegó demuestran que el proyecto es económicamente atractivo para los inversionistas, observando que el valor de la TIR es mayor a la TMAR, lo que quiere decir que el retorno es atractivo pues es mayor al riesgo percibido.

3.6.3. Determinar relación Costo- Beneficio

Tabla N°48: Indicador Costo- Beneficio

TMAR	VAN	CB	CRITERIO DE EVALUACIÓN	DECISIÓN
33,06%	Bs. 1.604.291,39	3,50	>1	Se acepta

Fuente: Elaboración propia

El indicador costo-beneficio es 3,50, lo que indica que, por cada unidad monetaria invertida, se espera obtener 3,50 unidades monetarias de beneficio. Esto sugiere que el proyecto es financieramente viable.

3.6.4. Establecer el Punto de Equilibrio

Tabla N°49: Punto de Equilibrio

Concepto	Valor (Bs)
Unidades Demandadas	121.000,00
Ingresos por Ventas	7.920.000,00
Costos Variables Totales	5.336.100,00
Costo Variable Unitario	44,10
Costos Fijos Totales	373.551,04
Precio de Venta Unitario	60
Punto de Equilibrio (Unidades)	23.493,78

Fuente: Elaboración propia

Para el año 1, el punto de equilibrio es de aproximadamente 23494 unidades. Esto significa que la empresa debe vender al menos 23494 unidades en el primer año para cubrir todos sus costos y no incurrir en pérdidas.

Índice de Rentabilidad y Período de recuperación. –

Se realizó el cálculo del índice de rentabilidad (IR) y es 3,50, es decir Por cada 1 boliviano invertido, el proyecto genera 3,50 Bs de valor actual, o sea 2,50 Bs de ganancia neta. El proyecto es rentable.

El período de recuperación corresponde a 0,73 años, es decir, aproximadamente 8,8 meses.

3.6.5. Análisis de escenarios

El análisis de escenarios se dividirá en:

- Escenario optimista
- Escenario pesimista

a) Escenario Optimista

En el escenario optimista existe un aumento en la producción traduciéndose en mayores volúmenes de venta.

Estos factores combinados justifican un incremento del 20% en los ingresos proyectados para el Laboratorio Artesanal Solución Natural:

Tabla N°50: Flujo de Caja Escenario Optimista

Flujo de Caja						
Expresado en Bolivianos						
CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Por Ventas		9.504.000,00	9.507.801,60	9.511.604,72	9.515.409,36	9.519.215,53
Costos producción		6.182.415,04	6.184.888,01	6.187.361,96	6.189.836,91	6.192.312,84
Costos administración		308.400,00	308.554,20	308.708,48	308.862,83	309.017,26
Costos comercialización		34.140,00	34.146,83	34.153,66	34.160,49	34.167,32
Imprevistos		285.120,00	285.234,05	285.348,14	285.462,28	285.576,47
Depreciación		39.615,04	39.615,04	39.615,04	39.615,04	39.615,04
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-	2.654.309,92	2.655.363,48	2.656.417,44	2.657.471,82	2.658.526,60
Impuestos	-	663.577,48	663.840,87	664.104,36	664.367,95	664.631,65
UTILIDAD NETA	-	1.990.732,44	1.991.522,61	1.992.313,08	1.993.103,86	1.993.894,95
Depreciación		39.615,04	39.615,04	39.615,04	39.615,04	39.615,04
Inversión inicial	-561.139,73					
Inversión capital de trabajo	-64.205,63					
Recuperación capital de trabajo						64.205,63
Préstamo	-					
Amortización de préstamo		-	-	-	-	-
Valor de desecho (residual)						809.696,00
FLUJO DE CAJA	-625.345,36	2.030.347,48	2.031.137,65	2.031.928,12	2.032.718,90	2.907.411,61

Fuente: Elaboración propia

Tabla N°51: Indicadores Escenario Optimista

VAN	Bs. 4.255.794,35
TIR	324,81%
B/C	7,81

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, antes el incremento del 20% en los ingresos por ventas, generando alto valor para los inversionistas, una TIR mayor a la tasa TMAR y recuperación de Bs. 7,81 por cada boliviano invertido, lo que demuestra la estabilidad del proyecto, así como los indicadores financieros atractivos para el inversionista.

b) Escenario Pesimista

Se tomará un incremento del 20% en costos, basado en que la situación del país empeore económicamente afectando los costos de producción.

Tabla N°52: Flujo de Caja Pesimista

Flujo de Caja						
Expresado en Bolivianos						
CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Por Ventas		7.920.000,00	7.923.168,00	7.926.337,27	7.929.507,80	7.932.679,61
Costos producción		7.433.701,25	7.436.674,73	7.439.649,40	7.442.625,26	7.445.602,31
Costos administración		320.736,00	320.896,37	321.056,82	321.217,34	321.377,95
Costos comercialización		34.140,00	34.146,83	34.153,66	34.160,49	34.167,32
Imprevistos		237.600,00	237.695,04	237.790,12	237.885,23	237.980,39
Depreciación		39.615,04	39.615,04	39.615,04	39.615,04	39.615,04
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-	-145.792,29	-145.860,01	-145.927,76	-145.995,56	-146.063,41
Impuestos	-	-36.448,07	-36.465,00	-36.481,94	-36.498,89	-36.515,85
UTILIDAD NETA	-	-109.344,22	-109.395,00	-109.445,82	-109.496,67	-109.547,55
Depreciación		39.615,04	39.615,04	39.615,04	39.615,04	39.615,04
Inversión inicial	-561.139,73					
Inversión capital de trabajo	-64.205,63					
Recuperación capital de trabajo						64.205,63
Préstamo	-					
Amortización de préstamo		-	-	-	-	-
Valor de desecho (residual)						809.696,00
FLUJO DE CAJA	-625.345,36	-69.729,18	-69.779,96	-69.830,78	-69.881,63	803.969,11

Fuente: Elaboración propia

Tabla N°53: Indicadores Escenario Pesimista

VAN	-Bs576.344,06
TIR	-2,77%
B/C	0,08

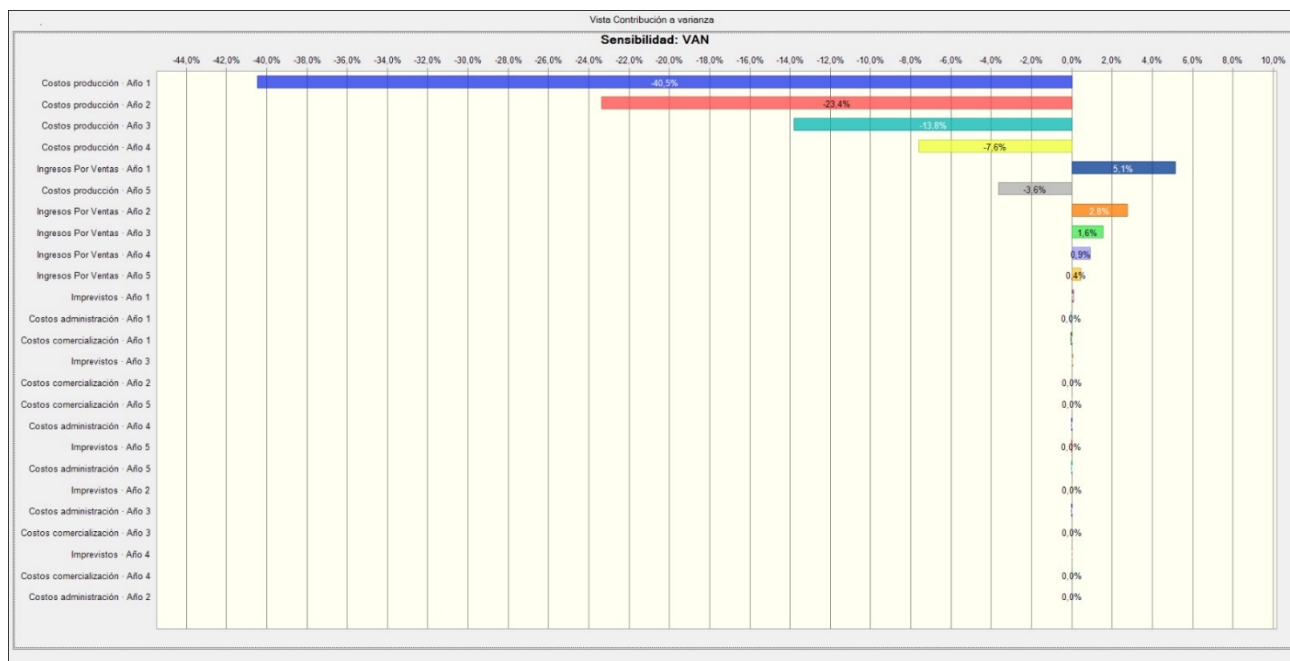
Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, después del incremento del 20% en los costos de producción afecta a la empresa generando pérdidas, una TIR inferior a la tasa TMAR y por cada boliviano invertido solo se recuperaría 0,08 ctvs.

3.6.6. Elaborar el análisis de sensibilidad

Se realizó el análisis de las variables “VAN” y “TIR” mediante ORACLE Microsoft y los resultados se presentan a continuación.

Gráfico 107: Análisis de sensibilidad, VAN



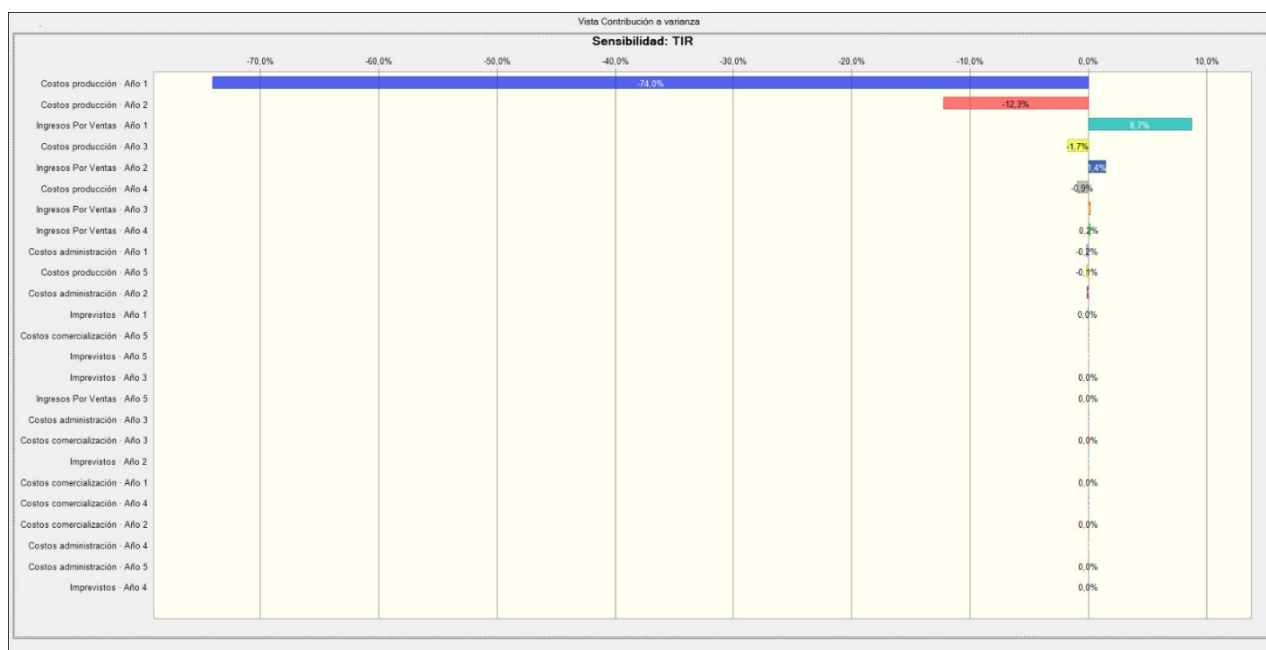
Fuente: Elaboración propia

Para realizar el análisis de sensibilidad, se tomaron en cuenta las siguientes variables:

- Ingresos por ventas
- Costos producción
- Costos administración
- Costos comercialización
- Imprevistos

Las cuentas mencionadas fueron tratadas a través de los 5 años de alcance temporal del proyecto, en la que se realizaron 5.000 pruebas para lograr determinar las variables que representan un mayor impacto en la VAN. Como resultado, que cualquier variación en los costos de producción en el año uno, dos y tres generan un impacto negativo sobre la VAN.

Gráfico 108: Análisis de sensibilidad, TIR



Fuente: Elaboración propia

Para realizar el análisis de sensibilidad, se tomaron en cuenta las siguientes variables:

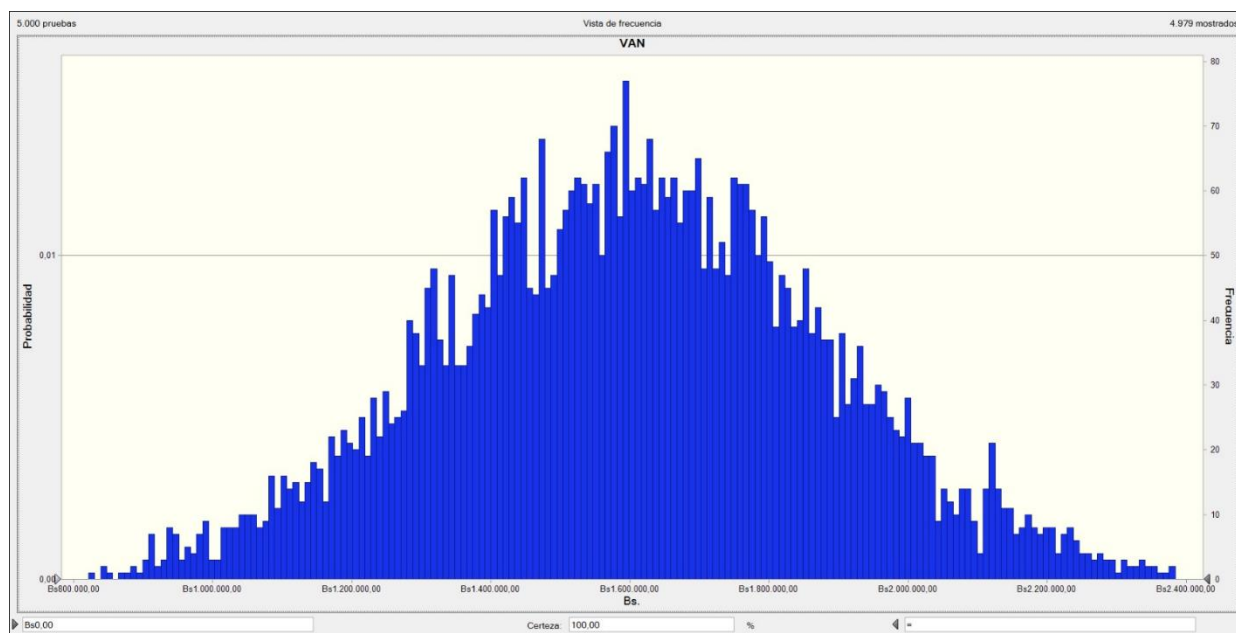
- Ingresos por ventas
- Costos producción
- Costos administración
- Costos comercialización
- Imprevistos

Las cuentas mencionadas fueron tratadas a través de los 5 años de alcance temporal del proyecto, en la que se realizaron 5.000 pruebas para lograr determinar las variables que representan un mayor impacto en la TIR. Como resultado, se puede observar que los costos de producción en el año uno y dos tienen impacto negativo sobre la TIR y los Ingresos por ventas en el año uno tiene un impacto positivo.

3.6.7. Elaborar el análisis de riesgo

Se realizó el análisis correspondiente de las variables de salida “VAN” y “TIR”, con los resultados que se observan a continuación:

Gráfico 109: Análisis de riesgo a valor “0”, VAN

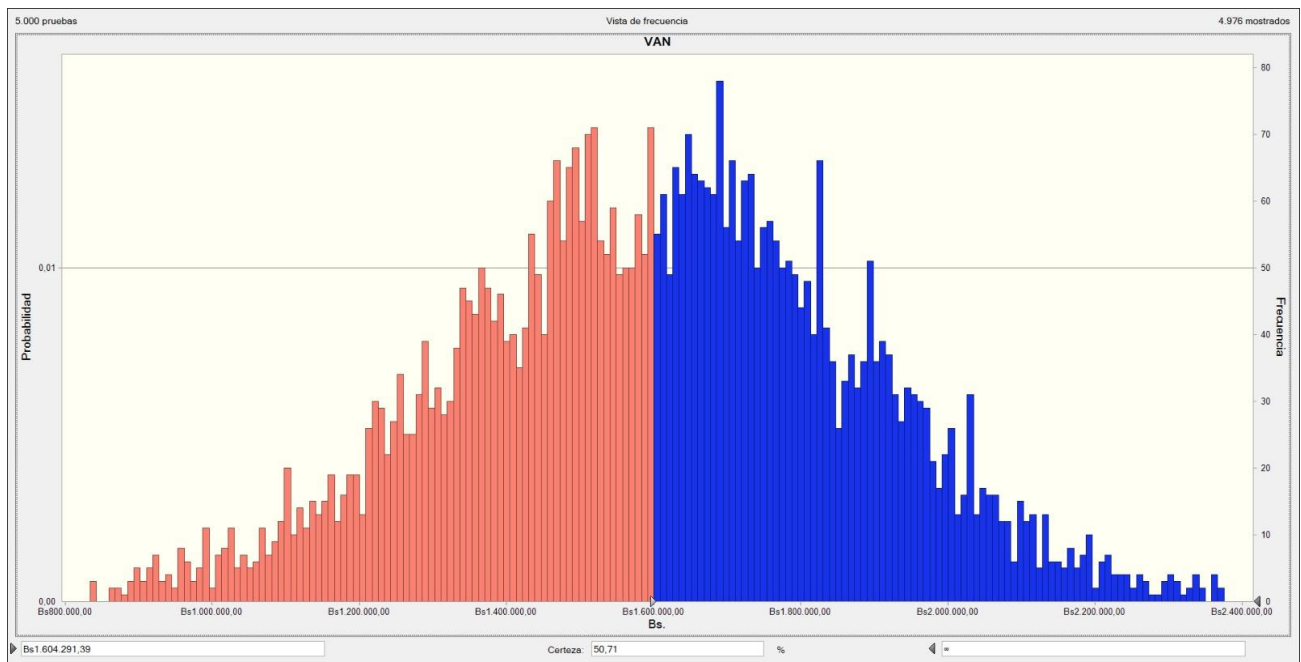


Fuente: Elaboración propia

Se realizaron 5.000 pruebas, con las variables de entrada: “Ingresos por ventas, Costos producción, Costos administración, Costos comercialización e Imprevistos”. Los resultados que se observan en el gráfico demuestran que existe un 100% de probabilidad de que la VAN del presente proyecto sea mayor a 0, lo que implica que el proyecto es 100% viable en el tiempo.

Por lo tanto, se puede afirmar que la inversión en el Laboratorio Artesanal Solución Natural S.R.L. junto al Jarabe Resfrinol alcanzará los resultados esperados y el riesgo de que el proyecto no sea rentable es de 0,00%.

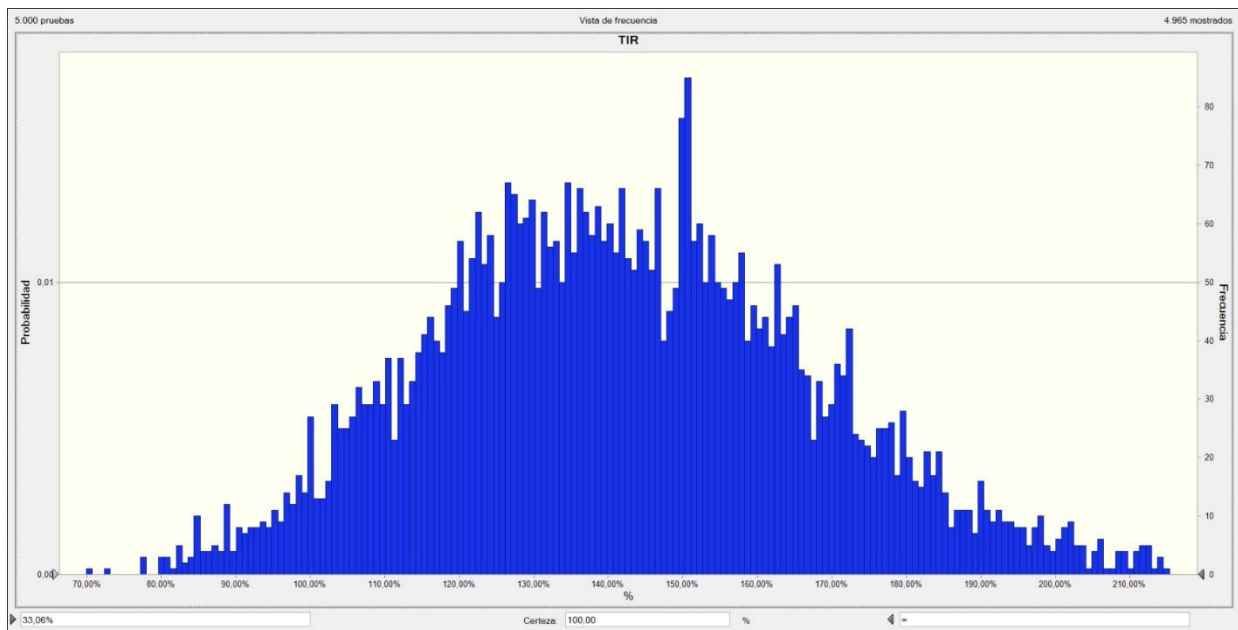
Gráfico 110: Análisis de riesgo a valor esperado, VAN



Fuente: Elaboración propia

Se realizaron 5.000 pruebas, con las variables de entrada: “Ingresos por ventas, Costos producción, Costos administración, Costos comercialización e Imprevistos”. Los resultados que se observan en el gráfico demuestran que existe un 50,71% O más de probabilidad de que la VAN del presente proyecto iguale al valor esperado hallado en el análisis financiero, lo que implica que el proyecto es viable en el tiempo. Por lo tanto, se puede afirmar que la inversión en el Laboratorio Artesanal Solución Natural S.R.L. junto al Jarabe Resfrinol, alcanzará los resultados viables y esperados, es decir, que el riesgo percibido de que el proyecto no alcance los valores esperados, pero siga siendo rentable, es del 49,29%.

Gráfico 111: Análisis de riesgo a valor “TMAR”, TIR

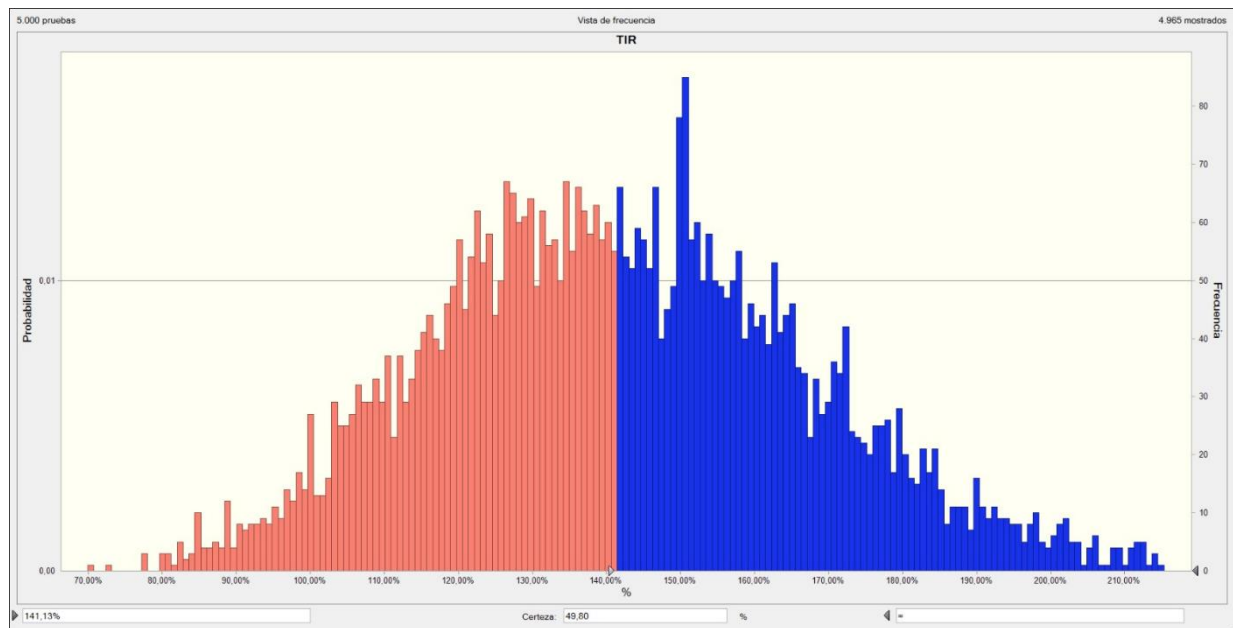


Fuente: Elaboración propia

Se realizaron 5.000 pruebas, con las variables de entrada: “Ingresos por ventas, Costos producción, Costos administración, Costos comercialización e Imprevistos”. Los resultados que se observan en el gráfico demuestran que existe un 100% de probabilidad de que la TIR del presente proyecto sea mayor al valor de la tasa de descuento TMAR del 33,06%, lo que implica que el proyecto es atractivo para invertir en el mismo, sin riesgo a pérdida.

Por lo tanto, se puede afirmar que la inversión en el Laboratorio Artesanal Solución Natural S.R.L. junto al Jarabe Resfrinol alcanzará los resultados esperados y el riesgo de que el proyecto no sea rentable es de 0,00%.

Gráfico 112: Análisis de riesgo a valor esperado, TIR



Fuente: Elaboración propia

Se realizaron 5.000 pruebas, con las variables de entrada: “Ingresos por ventas, Costos producción, Costos administración, Costos comercialización e Imprevistos”. Los resultados que se observan en el gráfico demuestran que existe un 49,80% de probabilidad de que la TIR del presente proyecto alcance el valor esperado calculado en el análisis financiero igual a 141,13% O más, lo que implica que el proyecto es atractivo para invertir en el mismo.

Por lo tanto, se puede afirmar que la inversión en el Laboratorio Artesanal Solución Natural S.R.L. junto al Jarabe Resfrinol, de invertir en el presente proyecto, alcanzaría los resultados viables, con riesgo de obtener retornos económico menores a los esperados, pero superiores a “0”, del 50,2%.

CAPÍTULO 4

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Una vez concluido el proyecto, se determinó que el estudio de factibilidad para la producción y comercialización del Jarabe Resfrinol en la ciudad de La Paz, con producción en Achocalla, en el terreno del Laboratorio Artesanal Solución Natural, es viable. A continuación, se presentan las conclusiones alcanzadas:

Mediante el estudio de mercado, se identificó una demanda potencial dentro del Macrodistrato Sur y Macrodistrato Centro de la Ciudad de La Paz, Bolivia. Este proyecto promueve el consumo de productos fitoterapéuticos (naturales y a base de plantas medicinales bolivianas) debido a su aporte de nutrientes naturales y eficacia en comparación con jarabes para el resfriado con químicos que pueden dañar la salud a largo plazo. Además, se analizó la competencia en términos de precios, valor agregado, distribución y mercados principales, lo que permitió introducir la propuesta del proyecto en el mercado.

En el desarrollo del estudio técnico, se determinó la maquinaria necesaria para el proyecto y se elaboró un plano de distribución (layout) para optimizar el funcionamiento de la maquinaria. También se definieron los recursos necesarios y los costos asociados para la implementación del proyecto.

En cuanto al estudio organizacional y legal, el proyecto se constituirá como una sociedad de responsabilidad limitada, cumpliendo con los registros en SEPREC, NIT, licencia de funcionamiento, Ministerio de Trabajo, CNS, AGEMED Y SENAPI.

Finalmente, el estudio económico-financiero concluyó que el proyecto es viable. Se realizaron flujos de caja, estados de resultados y análisis con financiamiento propio. Los indicadores financieros mostraron un VAN de 1.561.614,16, una TIR del 138,17%, análisis de costo-beneficio de Bs. 3,50 por cada boliviano invertido, punto de equilibrio de 23494 unidades anualmente, escenarios optimista y pesimista.

4.2. Recomendaciones

Se recomienda que al momento de poner en marcha este proyecto de inversión se actualicen los salarios y los precios de materia prima.

ANEXOS

CRONOGRAMA DE OPERACIONES



Fuente: Elaboración Propia

BIBLIOGRAFÍA

- Albornoz, R. (29 de junio de 2018). *Conexiónesan*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/06/importancia-del-punto-de-equilibrio-en-las-actividades-comerciales/>
- Asana. (2024). *Asana*. Obtenido de Asana: <https://asana.com/es/resources/sales-forecast-template#:~:text=proyecci%C3%B3n%20de%20ventas%3F-,Una%20proyecci%C3%B3n%20de%20ventas%20predice%20los%20futuros%20ingresos%20por%20ventas,vender%C3%A1s%20en%20un%20per%C3%ADodo%20determinado.>
- Begg, D. y. (2006). *Economía*. Mexico: McGraw-Hill.
- BMF Business School. (2024). *BMF Business School*. Obtenido de BMF Business School: [https://bmfschool.com/2024/04/24/tasa-interna-retorno-guia-completa/#:~:text=La%20Tasa%20Interna%20de%20Retorno%20\(TIR\)%20es%20una%20medida%20financiera,largo%20de%20su%20vida%20%C3%BAtil.](https://bmfschool.com/2024/04/24/tasa-interna-retorno-guia-completa/#:~:text=La%20Tasa%20Interna%20de%20Retorno%20(TIR)%20es%20una%20medida%20financiera,largo%20de%20su%20vida%20%C3%BAtil.)
- Cámara de Valencia Escuela de Negocios. (2024). *Cámara de Valencia Escuela de Negocios*. Obtenido de Cámara de Valencia Escuela de Negocios: <https://www.camaravalencia.com/formacion/blog/la-importancia-del-punto-de-equilibrio-en-las-empresas/>
- Chase for a Business. (2024). *Chase for a Business*. Obtenido de Chase for a Business: <https://www.chase.com/es/business/knowledge-center/manage/how-to-prepare-a-profit-and-loss-statement#:~:text=Un%20estado%20de%20p%C3%A9rdidas%20y%20ganancias%20es%20un%20estado%20financiero,e%20incluye%20la%20ganancia%20neta.>
- Chipax. (2023). *Chipax*. Obtenido de Chipax: <https://www.chipax.com/blog/que-es-y-para-que-sirve-un-estado-de-resultados/>
- Dijmars Emprendimiento Empresarial. (2024). *Dijmars Emprendimiento Empresarial*. Obtenido de Dijmars Emprendimiento Empresarial: <https://talentohumanocali.jimdofree.com/dise%C3%B1o-de-manuales-de-funciones/>
- Doofinder. (2024). *Doofinder*. Obtenido de Doofinder: <https://www.doofinder.com/es/blog/estructura-de-costos#:~:text=Una%20estructura%20de%20costos%20es,a%20d%C3%ADa%20de%20su%20negocio.>
- Economipedia. (2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/estructura-financiera.html>
- Economipedia. (2024). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- Economipedia. (s.f.). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>
- Entel Chile. (2024). *Entel Chile*. Obtenido de Entel Chile: <https://ce.entel.cl/articulos/planilla-de-sueldos/>

- Estrategias de Inversión. (2024). *Estrategias de Inversión*. Obtenido de <https://www.estrategiasdeinversion.com/herramientas/diccionario/analisis-fundamental/analisis-de-sensibilidad-t-24>
- GBTEC Group. (2024). *GBTEC Group*. Obtenido de GBTEC Group: <https://www.gbtec.com/es/recursos/diagrama-de-flujo/>
- Hub Spot. (2024). *Hub Spot*. Obtenido de Hub Spot: [https://blog.hubspot.es/sales/periodo-recuperacion-inversion#:~:text=El%20periodo%20de%20recuperaci%C3%B3n%20de%20la%20inversi%C3%B3n%20\(PRI\)%20o%20payback,proyecto%20es%20rentable%20o%20no.](https://blog.hubspot.es/sales/periodo-recuperacion-inversion#:~:text=El%20periodo%20de%20recuperaci%C3%B3n%20de%20la%20inversi%C3%B3n%20(PRI)%20o%20payback,proyecto%20es%20rentable%20o%20no.)
- LA RAZÓN. (Julio de 2022). *LA RAZÓN*. Obtenido de LA RAZÓN: <https://www.la-razon.com/economia/2022/07/15/el-311-de-las-empresas-de-bolivia-se-concentran-en-la-paz/>
- LA RAZÓN. (Abril de 2023). *LA RAZÓN*. Obtenido de LA RAZÓN: <https://www.la-razon.com/sociedad/2023/04/21/venta-de-medicamentos-contras-las-infecciones-respiratorias-se-incrementa-en-hasta-90/>
- LOS TIEMPOS. (2021). *LOS TIEMPOS*. Obtenido de LOS TIEMPOS: <https://www.lostiempos.com/actualidad/economia/20210124/industrias-farmaceuticas-del-pais-subieron-produccion-60>
- LOS TIEMPOS. (26 de Junio de 2024). *LOS TIEMPOS*. Obtenido de LOS TIEMPOS: <https://www.lostiempos.com/actualidad/pais/20240626/bolivia-importa-55-medicamentos-tres-factores-obstaculizan-abastecimiento#:~:text=Bolivia%20enfrenta%20una%20dependencia%20de,de%20salud%20a%20nivel%20nacional.>
- MedlinePLus. (Octubre de 2022). *MedlinePLus*. Obtenido de MedlinePLus: <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/000226.htm>
- Ministerio de Economía y Finanzas Públicas. (Julio de 2023). *Ministerio de Economía y Finanzas Públicas*. Obtenido de Ministerio de Economía y Finanzas Públicas: <https://www.economiayfinanzas.gob.bo/node/9033>
- Ministerio de Salud y Deportes. (3 de Junio de 2024). *Ministerio de Salud y Deportes*. Obtenido de Ministerio de Salud y Deportes: <https://www.minsalud.gob.bo/5641-salud-inicia-campana-para-estimular-el-uso-de-la-medicina-tradicional-para-combatir-la-covid-19>
- NAVEGADOR INDÍGENA. (2021). *NAVEGADOR INDÍGENA*. Obtenido de NAVEGADOR INDÍGENA: <https://indigenousnavigator.org/es/noticias/plantas-medicinales-y-remedios-ancestrales-bolivia>
- NUEVA ECONOMÍA. (2023). *NUEVA ECONOMÍA*. Obtenido de NUEVA ECONOMÍA: <https://nuevaeconomia.com.bo/nota.php?url=Situaci%C3%B3n-de-la-Industria-Farmac%C3%A9utica-en-el-pa%C3%ADs-14-03-2023>
- Oberlo. (2024). *Oberlo*. Obtenido de Oberlo: <https://www.oberlo.com/es/blog/estructura-de-costos>
- Patricia, P. C., Pilar, R. R., & Manfred, Z. C. (Agosto de 2020). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/677824625/proyecto-jarabe-expectorante-de-eucalipto>

PromoFarma. (16 de Febrero de 2016). *La fitoterapia cura con las plantas medicinales*. Obtenido de La fitoterapia cura con las plantas medicinales: <https://www.promofarma.com/blog/vida-sana/la-fitoterapia-cura-con-las-plantas-medicinales/>

Salesforce LATAM. (2024). *Salesforce LATAM*. Obtenido de Salesforce LATAM: <https://www.salesforce.com/mx/blog/precio-de-venta/>

Sapag, N. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos*. Mexico: Mc Graw-Hill.

Scotia Bank. (s.f.). Obtenido de <https://www.scotiabankcolpatria.com/educacion-financiera/finanzas-maestras/tipos-de-sociedades>

Scotia Bank. (2024). *Scotia Bank*. Obtenido de <https://www.scotiabankcolpatria.com/educacion-financiera/finanzas-maestras/tipos-de-sociedades>

SEDES LA PAZ. (Abril de 2024). *SEDES LA PAZ*. Obtenido de SEDES LA PAZ: <https://www.sedeslapaz.gob.bo/sedes-reporta-leve-incremento-de-casos-de-infecciones-respiratorias/>

SEPREC. (2024). Obtenido de <https://www.seprec.gob.bo/index.php/tipo-de-unidad-economica/>

SOCIEDAD ESPAÑOLA DE FITOTERAPIA. (2019). *SOCIEDAD ESPAÑOLA DE FITOTERAPIA*. Obtenido de SOCIEDAD ESPAÑOLA DE FITOTERAPIA: <https://www.sefit.es/que-es-fitoterapia/>

Xtravans. (2024). Obtenido de <https://xtravans.com/blog/logistica-de-produccion/#:~:text=La%20log%C3%ADstica%20de%20producci%C3%B3n%20incluye,hasta%20la%20creaci%C3%B3n%20del%20producto.>

