

**Creación de Laboratorio farmacéutico y cosmético para la empresa IMAPACK E.U**

**Presentado Por:**

**Juan Daniel Quijano Velásquez**

**Trabajo Presentado para optar al título de**

**Profesional en Negocios Internacionales**

**Dirigido por:**

**Leidy Viviana Quintin Lozano**

**Magister en Finanzas**

**Universidad Santo Tomas**

**División de Ciencias Económicas y Administrativas**

**Facultad de Negocios Internacionales**

**Bogotá D.C.,**

**2022**

## *Agradecimientos*

Este trabajo va dedicado a mi mamá, papá, abuelas y novia, quienes han sido fuente de inspiración para culminar este proceso universitario a través de este proyecto.

## ***Resumen***

En este documento se hará una explicación detallada sobre la empresa IMAPACK E.U donde se llevó a cabo la práctica comprendida en el periodo 2021-1, con el propósito de desarrollar un plan de mejoramiento a partir de la maquinaria que fue adquirida por la compañía.

En este orden de ideas se hará una explicación de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas encontradas dentro de la práctica profesional.

En función de lo planteado se realizará un plan de mejora, enfocado en la elaboración del laboratorio farmacéutico y cosmético que ayudará a extender el portafolio de servicios comerciales y esto a su vez será representativo en los ingresos.

## ***Introducción***

IMAPACK se encuentra en el corazón de Packaging Valley , el clúster de mecánica avanzada y automatización industrial en Emilia-Romagna, Italia, y su filosofía se basa en la investigación y la innovación.

En este documento de prácticas se estará presentando el plan de mejoramiento que se realizará en la compañía IMAPACK, dentro del departamento comercial, en el cual se plantea la construcción de un laboratorio farmacéutico y cosmético propio, haciendo uso de los equipos que son parte del inventario, los cuales no han sido utilizados por la disminución de ventas como resultado de la situación mundial causada por la pandemia.

De la misma manera, lo que se pretende con este documento es mostrar el paso a paso para la elaboración del laboratorio planteado por el área comercial, así como el objetivo de este mismo y los beneficios que generará para la empresa.

## Tabla de Contenido

<b>LA EMPRESA</b>	<b>6</b>
<b>1.1 Aspectos Generales</b>	<b>6</b>
<b>1.1.1 Misión, visión y valores</b>	<b>6</b>
<b>1.1.2 Ubicación Geográfica</b>	<b>7</b>
<b>1.1.3 Estructura Organizativa</b>	<b>8</b>
<b>1.1.4 Unidad O Departamento En Que Se Desarrolla La Practica (Análisis DOFA)</b>	<b>9</b>
<b>2. PLANTEAMIENTO PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES</b>	<b>12</b>
<b>2.1 Planteamiento Central Del Informe De Prácticas</b>	<b>12</b>
<b>2.2 Partiendo De Planteamiento Central Indicar la Importancia De Las Limitaciones Y Alcance Del Trabajo De Prácticas</b>	<b>12</b>
<b>2.3 Objetivo General:</b>	<b>13</b>
<b>2.3.1 Objetivos Específicos:</b>	<b>13</b>
<b>3. CONTENIDO PLAN DE MEJORA</b>	<b>14</b>
<b>3.1 Propuesta de Mejora</b>	<b>14</b>
<b>3.2 Conclusiones</b>	<b>15</b>
<b>3.3 BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>16</b>
<b>4. SEGUIMIENTO</b>	<b>17</b>
<b>4.1 Cumplimiento de Actividades</b>	<b>17</b>
<b>4.1.1 Cumplimiento de Objetivos</b>	<b>17</b>
<b>4.1.1.1 Ciclo 1</b>	<b>17</b>
<b>4.1.1.2 Ciclo 2</b>	<b>18</b>
<b>4.1.1.3 Ciclo 3</b>	<b>19</b>
<b>4.1.1.4 Ciclo 4</b>	<b>19</b>

## **1. LA EMPRESA**

### **1.1 Aspectos Generales**

IMAPACK se encuentra en el corazón de Packaging Valley , el clúster de mecánica avanzada y automatización industrial en Emilia-Romagna, Italia, y su filosofía se basa en la investigación y la innovación.

Desde 1961 , durante más de 50 años, la empresa ha producido máquinas automáticas de alta tecnología para el procesamiento y envasado de productos farmacéuticos, cosméticos, alimentos, té y café (IMAPACK.2019).

#### **1.1.1 Misión, visión y valores**

La visión de la compañía IMAPACK es posicionarse en el primer lugar del mercado nacional, proyectarnos hacia el mercado latinoamericano, siendo reconocidos por la calidad de nuestros servicios, innovación de nuestros productos, la ampliación de nuestros recursos tecnológicos y humanos, por la confianza de nuestros clientes.

Por último tiene la ambición de generar una mayor eficacia y eficiencia de los procesos internos, creando valor con máquinas y servicios mejorados, hechos para ofrecer una experiencia personalizada.

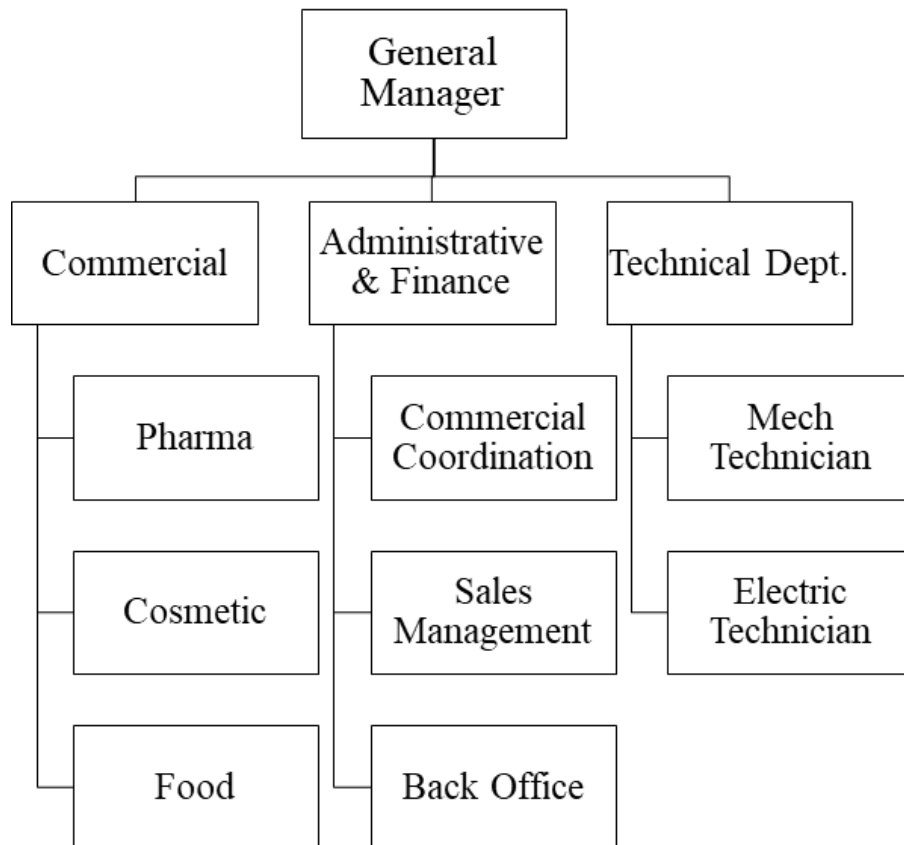
La misión de IMAPACK es ser una empresa líder en servicio y comercialización de maquinaria para la industria farmacéutica y cosmética, caracterizada por la investigación y desarrollo, que se reflejan en la innovación de sus productos de alta calidad y tecnología,



### 1.1.3 Estructura Organizativa

**Figura 1.**

*Organigrama de la compañía IMAPACK E.U*



*Nota.* El gráfico representa la estructura organizacional de la compañía. La posición del practicante dentro del organigrama es Sales Management.

### 1.1.4 Unidad O Departamento En Que Se Desarrolla La Practica (Análisis DOFA)

**Tabla 1.** *Análisis DOFA en departamento comercial de la empresa IMAPACK, Colombia.*

---

<b>Debilidades</b>	<b>Oportunidades</b>
<p>1.En el departamento comercial se presenta la ausencia de un laboratorio propio de la empresa para poder diversificar los campos de acción y llegar a generar un aumento en los ingresos dentro de la compañía</p> <p>2.Se está en desventaja dado que fabricantes de maquinaria pertenecientes al mismo sector prestan servicio de manufactura.</p> <p>3.La empresa se centra exclusivamente en la venta de maquinaria, la debilidad radica en la ausencia de un catálogo comercial con más servicios, para aquellos posibles nuevos clientes quienes no puedan adquirir una máquina, a causa de falta de presupuesto o infraestructura, brindándole a las empresas la posibilidad de producir su producto en un laboratorio con maquinaria de alta calidad.</p>	<p>1. Ofrecer el servicio de maquila para la producción de artículos cosméticos y/o farmacéuticos, lo cual generará a ambas partes beneficios monetarios.</p> <p>2.A través de la creación del laboratorio, permitirá un mejor acercamiento a nuevos clientes.</p> <p>3. En el futuro estos clientes se volverán potenciales compradores para la adquisición de su propia maquinaria de la marca IMA.</p>

---

---

## Fortalezas

1. El departamento comercial de la empresa tiene como fortalezas el conocimiento del mercado al cual se pertenece en Colombia dados los años de experiencia en el área de ventas a nivel nacional e internacional.
2. El contacto constante con los clientes potenciales para la adquisición de las máquinas brindadas por la compañía.
3. En el área comercial se tiene una buena reputación dada la buena calidad de la maquinaria distribuida a nivel nacional e internacional.

## Amenazas

1. La situación sanitaria actual, que no se puede prever, afecta de manera negativa los procesos de ensamble de cada una de las máquinas en el exterior, específicamente en Italia, ya que las medidas que son impuestas por parte del gobierno con el fin de proteger a sus ciudadanos, impide que se transporten a las fábricas quienes son fundamentales para este proceso, y así generando un atraso en la producción de las mismas.
2. Por otro lado, una amenaza hacia el área comercial radica en la retención de la maquinaria en los puertos del país, por parte de los agentes aduaneros que pueden llegar a demorarse más tiempo del establecido a causa de múltiples factores como: la relación de estos agentes con la empresa de importaciones, condiciones climáticas, condiciones políticas y sociales que llegan a afectar carretera y puertos.
3. La alta competitividad del mercado puede influir en el precio de producción de los artículos.

## **2. PLANTEAMIENTO PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES**

### **2.1 Planteamiento Central Del Informe De Prácticas**

Durante la práctica desarrollada en el año 2021-1 se dio inicio al planteamiento para realizar una diversificación de servicios dentro de la compañía por medio de la creación de un laboratorio cosmético - farmacéutico, con el fin de ofrecer solución a las debilidades y amenazas, las cuales surgen a raíz de la poca rotación de la maquinaria, el afán por incrementar los ingresos de la compañía y lograr captar nuevos clientes a través del ofrecimiento de un nuevo servicio en el portafolio de IMAPACK.

Esta idea parte del beneficio que tiene la compañía al poseer maquinaria de su propiedad, en vista de que estas hacen parte del inventario y actualmente no se hace uso de las mismas.

### **2.2 Importancia, limitaciones y alcances del plan de mejora**

El planteamiento central radica en el alcance que se puede obtener teniendo en cuenta que a través de la creación del laboratorio se lograra llegar a nuevos clientes de empresas PyMES alrededor del país, de modo que estos elaboren sus productos con altos estándares de calidad. Esta observación se relaciona con un desarrollo significativo en el área comercial.

Para ser más específico la implementación de la maquinaria adquirida por la compañía y en vista de que goza de reconocimiento a nivel mundial; hará que estas empresas y/o nuevos clientes puedan incrementar los atributos en cada uno de sus productos.

Se debe agregar que, estos nuevos clientes se podrán convertir en posibles compradores de maquinaria IMAPACK para su beneficio y posible construcción de sus propios laboratorios, generando beneficios y oportunidades de empleo.

Claramente también pueden haber ciertas limitaciones tales como el tiempo implementado en la construcción de este nuevo laboratorio, así como la tardanza para contratar y capacitar operadores para el manejo correcto de este tipo de maquinaria.

### **2.3 Objetivo General:**

Crear un laboratorio farmacéutico y cosmético dentro de la compañía para poder aumentar los servicios y así ampliar el número de clientes.

#### **2.3.1 Objetivos Específicos:**

- Utilizar los espacios y máquinas ya adquiridos con anterioridad por parte de la empresa para que estos sean aún más productivos.
- Hacer uso de la maquinaria y espacios, ya obtenidos, dado que son de suma importancia al momento de la creación de un laboratorio de tipo farmacéutico y cosmético.
- Aumentar los servicios prestados de la empresa para los nuevos y antiguos clientes con la elaboración del laboratorio cosmético y farmacéutico.
- Incrementar los ingresos de la compañía de manera potencial por medio del aumento en los servicios prestados a distintas empresas.

- Posicionar a la empresa, mediante el laboratorio, en un nuevo sector productivo del mercado enfocado hacia la realización de productos de alta calidad.

### 3. CONTENIDO PLAN DE MEJORA

#### 3.1 Propuesta de Mejora

Basado en las debilidades y amenazas dentro del área comercial, mencionadas con anterioridad, la propuesta de mejora radica en la posibilidad de la construcción de un laboratorio propio para que la compañía pueda diversificar su portafolio de servicios, es así como se pretende aumentar los ingresos y obtener nuevos clientes que puedan tomar la decisión de tercerizar la producción de su mercancía garantizando la calidad en los equipos que tiene a disposición la empresa o comprar maquinaria de IMAPACK.

A continuación se presentará una tabla con los indicadores ROA, ROE y ROI con el fin de mostrar el impacto financiero costo / beneficio.

**Tabla 2.** *Indicadores ROA, ROE y ROI.*

---

AÑO	ROA	ROE	ROI
-----	-----	-----	-----

---

2021	<p>56% Este porcentaje es el resultado de la división entre:</p> <p>1.El beneficio anual por ventas de maquinaria (700.000.000).</p> <p>2.La suma de los activos de la compañía comprendidos entre maquinaria y bodega propia (1.245.000.000).</p>	<p>62% Este porcentaje es el resultado de la división entre:</p> <p>1.El beneficio neto anual que está compuesto por el beneficio, menos, gastos de importación y transporte (620.000.000).</p> <p>2. Los fondos propios (1.000.000).</p>	No aplica
2022	<p>74% Este porcentaje es el resultado de la división entre beneficio y activos proyectados a partir del funcionamiento del laboratorio:</p> <p>1.El beneficio de los nuevos servicios prestados (1.300.000).</p> <p>2.La suma de los activos de la compañía basado en la creación del laboratorio (1.736.000).</p>	<p>79% Este porcentaje es el resultado de la división entre beneficio neto y fondos propios, basado en la proyección del funcionamiento del laboratorio:</p> <p>1.El beneficio neto está compuesto por el beneficio, menos, gastos de importación y transporte(1.275.800.000).</p> <p>2.Fondos propios (1.600.000).</p>	<p>20% Este porcentaje es el resultado de la resta entre ganancia e inversión y este producto se divide por el valor de la inversión:</p> <p>1.La ganancia del servicio de laboratorio (600.000.000).</p> <p>2.La inversión para la implementación del laboratorio está comprendida entre máquina llenadora de tubos, permisos INVIMA e instalación. (500.000.000).</p>

Realizando la comparación entre el indicativo ROE y ROA significa que no es necesario endeudarse considerando que la totalidad del activo se financia con recursos propios; esta interpretación radica de la cercanía de los porcentajes de estos dos indicativos, del año 2022, dado que el indicativo para medir la rentabilidad de los activos (ROA) tiene como resultado 74% mientras que el ROE adquiere un porcentaje de 79%.

Por otro lado el indicativo ROI expresa que el rendimiento de la empresa es del 20%, quiere decir que una vez puesto en marcha el laboratorio se obtendrá este porcentaje de retorno anual, por lo tanto se necesitarán 5 años para recuperar la inversión inicial y luego de este periodo se generarán ganancias.

Una ventaja que se tiene para esta implementación es que se cuenta con los espacios, conocimientos, inversión y maquinaria para poder realizar de manera exitosa este proyecto el cual podrá llegar a tener un impacto positivo dentro de la compañía para la mejora de los ingresos anuales y el reconocimiento a nivel nacional por una cantidad más grande empresas que requieran este tipo de servicios.

### **3.2 Conclusiones**

Este documento tuvo como objetivo identificar una posible solución efectiva que permitirá diversificar servicios, atraer a nuevos clientes y generar mayores ingresos. Tras el análisis realizado a partir de la intención de crear un laboratorio farmaceutico y cosmetico, se puede concluir la viabilidad de este plan de mejora puesto que se tienen factores a favor como: los equipos para producción, espacio para la ejecución del proyecto, base de datos con los

clientes a los cuales ofrecerles el servicio y la aprobación de la empresa para llevar a cabo el proyecto.

Esta experiencia llega a generar un cambio tanto en la economía de la compañía como en el impacto que este nuevo proyecto puede llegar a generar en la industria colombiana que sirva de lugar de producción para productos colombianos de empresas medianas y pequeñas.

Por otro lado, las oportunidades que se generan dentro de la compañía radican en el desarrollo personal y profesional, de manera importante, dadas las condiciones de la compañía, ya que se crean relaciones con personas en el extranjero y esto a su vez permite una posibilidad de viajar con el fin de conocer la industria de primera mano junto a la cultura que se tiene en el país para llegar a realizar proyectos y ventas a nivel mundial con compañías importantes dentro de la farmacéutica y cosmética. Esta oportunidad que se genera dentro de la compañía es de suma importancia para poder desarrollarse de manera excelente en el área profesional y así poder poner en práctica todo el conocimiento adquirido dentro de la experiencia dentro de la empresa, como en los estudios universitarios realizados.

### 3.3 BIBLIOGRAFÍA

IMAPACK, 2019. *Values and Mission*.

Recuperado de: <https://ima.it/en/imagroup/mission-and-history/>

IMAPACK, 2019. *Misión e Historia*.

Recuperado de: <https://ima.it/en/ima-group/mission-and-history/>

*Ubicación IMAPACK Colombia.*

Recuperado de:

[https://www.google.com/search?rlz=1C1CHBF\\_esCO861CO861&tbs=lf:1,lf\\_ui:2&tbm=lcl&q=imapack+bogota+colombia&rflfq=1&num=10#rifi=hd.;si.:mv:\[\[4.7573909,-74.0393227\],\[4.5796493,-74.1354223\]\];tbs:lrf:!1m4!1u3!2m2!3m1!1e1!2m1!1e3!2m4!1e17!4m2!17m1!1e2!3sIAE,lf:1,lf\\_ui:2](https://www.google.com/search?rlz=1C1CHBF_esCO861CO861&tbs=lf:1,lf_ui:2&tbm=lcl&q=imapack+bogota+colombia&rflfq=1&num=10#rifi=hd.;si.:mv:[[4.7573909,-74.0393227],[4.5796493,-74.1354223]];tbs:lrf:!1m4!1u3!2m2!3m1!1e1!2m1!1e3!2m4!1e17!4m2!17m1!1e2!3sIAE,lf:1,lf_ui:2)

## **4. SEGUIMIENTO**

### **4.1 Cumplimiento de Actividades**

Durante las prácticas desarrolladas en el año 2021-1 se realizaron actividades tales como generación de informes en gestión, control de presupuesto, contactos comerciales vía correo electrónico con el exterior, seguimiento de pedidos e importación, supervisión y control de documentos de importación, asistencia comercial a clientes nacionales y desarrollo plan de mejoramiento de procesos e innovación. Estas funciones se realizaron con el fin de apoyar en el área comercial a la compañía IMAPACK E.U brindando esta asistencia durante las prácticas.

En las prácticas laborales se habló con el supervisor de la empresa para la realización de la propuesta de mejoramiento como se ha planteado a lo largo de este documento, el cual fue aprobado y avalado por ambas partes para la realización de este plan de mejoramiento.

#### **4.1.1 Cumplimiento de Objetivos**

##### **4.1.1.1 Ciclo 1**

Este primer ciclo va comprendido desde el primero de febrero hasta el primero de marzo, aquí se realizaron actividades tales como el reconocimiento de las funciones establecidas por parte de la empresa durante el tiempo de práctica, asistencia a clientes nacionales para dar información y definir posibles negociaciones con estos, reconocimiento del catálogo de máquinas.

Los logros alcanzados radicaron en delimitación satisfactoria de todas las actividades a realizar durante el periodo de práctica, así como una posible idea para realizar el plan de mejoramiento de la compañía que sea beneficiosa para esta. Por otro lado, una dificultad que se presentó durante este primer ciclo fue realizar los primeros contactos, vía telefónica, dada la complejidad de términos técnicos que se pueden llegar durante estas conversaciones.

#### **4.1.1.2 Ciclo 2**

Este segundo ciclo estuvo comprendido desde 2 de marzo hasta 1 de abril, en este periodo se continuó con la realización de las actividades mencionadas en el ciclo 1 pero aquí se añadieron más responsabilidades como el planteamiento formal del plan de mejoramiento para la compañía, seguimiento de pedidos de importación y contacto vía telefónica o email para seguimiento de proyectos.

Los objetivos que se cumplieron en este ciclo radicaron en la aprobación por parte de la empresa acerca del plan de mejora además se enriqueció el conocimiento sobre el área comercial y así se llegó a una mejor condición al momento de hablar con los clientes por lo cual hubo una mejora de las respuestas a sus preguntas, lo cual estableció un perfeccionamiento en esta habilidad con el cliente y empresas.

Las propuestas comerciales deben ser presentadas con uno parámetros ya establecidos por parte de la empresa, para así poder ser enviadas, esto representaba una dificultad dado que su formalidad e importancia implican ser muy preciso y claro en su redacción para que así el cliente

tenga toda la información necesaria y precisa, aquí se generó una complejidad dado que el estudiante no estaba necesariamente entrenado para este tipo de comunicación.

#### **4.1.1.3 Ciclo 3**

Este ciclo radica desde el 2 de abril hasta el 3 de mayo, en este periodo se realizaron actividades relacionadas con el plan de mejoramiento, aquí se tomaron en cuenta parámetros como espacio para la elaboración del laboratorio, adecuación del espacio, disponibilidad de las máquinas a utilizar, búsqueda de la documentación y permisos correspondientes.

Aquí los objetivos alcanzados fueron revisión satisfactoria de la información brindada sobre los aspectos a considerar en la elaboración del laboratorio y reconocimiento de los recursos disponibles para este proyecto. Las dificultades fueron los trámites y verificaciones legales que se deben seguir para la construcción del laboratorio los cuales deben seguirse al pie de la letra, pero estos toman tiempo dado los parámetros y además el momento de pandemia por el cual, todavía, se está atravesando.

#### **4.1.1.4 Ciclo 4**

Este último ciclo inició el 4 de mayo hasta primero de julio, en el cual se realizaron las actividades mencionadas en los ciclos anteriores con la suma de control de presupuestos y de documentación de las importaciones de las máquinas, en estas últimas se debía estar sumamente pendiente sobre la información dada por parte de las empresas importadoras acerca de las máquinas en los puertos correspondientes además se tuvo la entrega de una máquina a la cual se tuvo que tener una supervisión especial al momento de ponerla en su respectivo guacal para su

transporte a la ciudad de Barranquilla además se tuvo que estar en contacto con el transportador y operario de la empresa que la recibió para su posterior instalación.

La dificultad en este periodo fue lidiar con las distintas variables externas que podían llegar a afectar el proceso de envío de la máquina, tales como ubicar de manera correcta la maquinaria dentro del guacal, proceso de montacargas en el cual es importante que sea bien ejecutado para que el producto no se vea afectado dado su peso en este proceso, además que el transportador tenga el cuidado durante el trayecto y situaciones externas como el clima, problemas en la vía de orden público y finalmente que el proceso de recepción sea el adecuado y estrictamente cuidadoso como lo fue en el inicio del envío.

En esta última parte el objetivo cumplido fue que todo el proceso de envío de la maquinaria desde el inicio y hasta su finalización fue exitoso ya que no ocurrió ningún inconveniente de mayor relevancia y para el día 18 al 19 de octubre del presente año se hará la instalación correspondiente en la ciudad de Barranquilla.