



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

TEMA

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE
PRODUCTOS HOMEOPÁTICOS EN EL SECTOR NORTE DE GUAYAQUIL**

TUTOR

MBA. ECON. OSCAR MACHADO ALVAREZ

AUTORES

DANIEL ATILIO SORNOZA CARPIO

MIGUEL ALEJANDRO COBO DURAN

GUAYAQUIL

2016 - 2017

REPOSITORIO

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

Plan de negocio para la creación de una empresa comercializadora de productos homeopáticos en el sector norte de Guayaquil

AUTOR/ES: DANIEL ATILIO SORNOZA CARPIO; MIGUEL ALEJANDRO COBO DURAN

REVISORES: MBA. ECON. OSCAR MACHADO ALVAREZ

INSTITUCIÓN:

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

FACULTAD:

Administración

CARRERA:

Ingeniería Comercial

FECHA DE PUBLICACIÓN:
N. DE PAGS:

127

ÁREAS TEMÁTICAS:

Plan de Negocio

PALABRAS CLAVE:

Plan de Negocios, Estructura Organizacional, Estudio Financiero, Estudio de Mercado, Marco Legal, Mercado Meta.

RESUMEN:

La presente investigación fue realizada con el fin de crear un plan de negocios que nos permita comercializar productos homeopáticos en el sector norte de Guayaquil, basado en modificar los hábitos de consumo de medicina tradicional y buscar otras alternativas como lo es la medicina homeopática y dar a conocer los beneficios de consumirla con el fin de alcanzar un posicionamiento de mercado.

N. DE REGISTRO (en base de datos):

N. DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):

ADJUNTO URL (tesis en la web):

ADJUNTO PDF:

SI

NO

CONTACTO CON AUTORES/ES:

DANIEL ATILIO SORNOZA CARPIO
MIGUEL ALEJANDRO COBO DURAN

Teléfono:

0985117403
0988078476

E-mail:

danielsornoza1985@gmail.com
cobom@produbanco.com

CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:

Ing. Com. Darwin Daniel Ordonez Iturralde Mg. Decano
Teléfono: 2596500 EXT. 201 DECANATO
E-mail: rhinojosal@ulvr.edu.ec
MBA. Econ. Oscar Machado Álvarez
Telefono: 2596500
Correo electrónico: omachadoa@ulvr.edu.ec

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los estudiantes/egresados DANIEL ATILIO SORNOZA CARPIO; MIGUEL ALEJANDRO COBO DURAN, declaran bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestro derecho patrimonial y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito del **“Plan de negocio para la creación de una empresa comercializadora de productos homeopáticos en el sector norte de Guayaquil”**

AUTORES

DANIEL SORNOZA CARPIO
C.I. 0921683140

MIGUEL COBO DURAN
C.I. 0925630071

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor(a) del Proyecto de Investigación “Plan de negocio para la creación de una empresa comercializadora de productos homeopáticos en el sector norte de Guayaquil” nombrado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

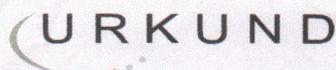
Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **“Plan de negocio para la creación de una empresa comercializadora de productos homeopáticos en el sector norte de Guayaquil”** presentado por los estudiantes DANIEL ATILIO SORNOZA CARPIO: MIGUEL ALEJANDRO COBO DURAN como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de Ingeniero Comercial encontrándose apto para su sustentación

Atentamente,

MBA. ECON. OSCAR MACHADO ALVAREZ

C.I. 0916069818

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS COBO SORNOZA 02-03-2017.docx (D26279402)
Submitted: 2017-03-09 16:02:00
Submitted By: omachadoa@ulvr.edu.ec
Significance: 7 %

Sources included in the report:

CAPITULO 1-2-3 24-MARZO-2015.docx (D13715272)
Empresa.pptx (D15072978)
<http://naturpharma.ec/es/guna-arthro>
http://www.iesbinefar.es/spipagora/IMG/article_PDF_article_192.pdf
<http://www.bionatural.es/2010/05/caracteristicas-usos-homeopatia.html>
<http://www.definicionabc.com/salud/medicina-alternativa.php>
<http://www.elcorreodelsol.com/articulo/el-descubridor-del-vih-y-premio-nobel-luc-montagnier-acudira-un-congreso-de-homeopatia>
<http://emhe.edu.ec/la-medicina-homeopatica-unicista-en-el-ecuador/>
http://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html
<http://pyme.lavoztx.com/cul-es-el-significado-de-estructura-organizacional-4749.html>
<http://emhe.edu.ec/preguntas-frecuentes-al-medico-homeopata/>
<http://www.guiadelahomeopatia.com/>
<http://www.homeounicista.com.ar/principal/la%20homeopatia%20en%20el%20mundo.htm>
<https://sites.google.com/site/jojoaa/marketing---definicion/potencial-de-mercado>
<http://homeopata.org/generalidades/historia/>
http://instituciones.msp.gob.ec/dps/santo_domingo/images/stories/guia_para_farmacias_sto-dgo.pdf
<http://www.salud.gob.ec/msp-promueve-estilo-de-vida-saludable-para-combatir-la-hipertension-en-guayaquil/>
<http://apps.who.int/medicinedocs/documents/s21201es/s21201es.pdf>
<http://www.monografias.com/trabajos102/metodologia-investigacion-procedimiento/metodologia-investigacion-procedimiento2.shtml>
<http://www.saludymedicinas.com.mx/centros-de-salud/homeopatia/articulos/asi-se-elabora-un-medicamento-homeopatico.html>
<http://www.monografias.com/trabajos89/plan-negocio-y-sus-componentes/plan-negocio-y-sus-componentes.shtml>
<http://www.monografias.com/trabajos72/metodologia-investigacion/metodologia-investigacion2.shtml>
<http://e.se-todo.com/doc/35810/index.html>

Instances where selected sources appear:

46

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a todos mis maestros ya que ellos me enseñaron a valorar los estudios y a superarme cada día, también agradezco a mis padres porque ellos estuvieron en los días más difíciles de mi vida como estudiante.

Al MBA. Econ. Oscar Machado Álvarez por brindarme su ayuda en todo este período como tutor del proyecto de investigación, quien ha sabido guiarme de manera correcta.

Todo sacrificio tiene su recompensa, quiero agradecer a todas las personas que directa o indirectamente ayudaron a que este proyecto se cumpla con éxito.

Miguel Alejandro Cobo Duran

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres y familiares porque me brindaron su apoyo tanto moral y económicamente para seguir estudiando y lograr el objetivo trazado para un futuro mejor y ser el orgullo para ellos y de toda mi familia.

De igual manera a mi tutor el MBA. Econ. Oscar Machado Álvarez quien me guió en la elaboración del presente trabajo.

Daniel Atilio Sornoza Carpio

DEDICATORIA

Quiero dedicar el presente trabajo en primer lugar a Dios, así mismo a las personas que han contribuido en que una nueva meta sea cumplida en mi trayectoria profesional, por lo que dedico a ellos el presente trabajo de investigación.

Miguel Alejandro Cobo Duran

DEDICATORIA

La presente tesis se la dedico a mis padres por brindarme los recursos necesarios y estar a mi lado apoyándome y aconsejándome siempre; así mismo a mi familia que gracias a su apoyo pude concluir mi carrera.; y a mi novia por brindarme su apoyo y confianza en todo lo necesario para cumplir mis objetivos como persona y estudiante.

Daniel Atilio Sornoza Carpio

Contenido

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I: DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	2
1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN	2
1.2 DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	2
1.3 HIPÓTESIS GENERAL.....	3
1.4 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.....	3
1.5 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.6 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.7 OBJETIVO	4
1.7.1 GENERAL	4
1.7.2 ESPECÍFICO	4
1.8 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.9 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	5
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	7
2.1 FUNDAMENTACIÓN TEORICA.....	7
2.1.1 HISTORIA DE LA HOMEOPATIA	7
2.1.1.1 LA HOMEOPATÍA EN EL MUNDO	8
2.1.1.2 LA HOMEOPATÍA EN EL ECUADOR.....	10
2.1.1.3 ¿QUE ES LA HOMEOPATÍA?.....	11

2.1.1.4	DIFERENCIAS ENTRE LA MEDICINA COMPLEMENTARIA, TRADICIONAL Y ALTERNATIVA	12
2.1.1.5	CARACTERÍSTICAS Y USOS DE LA HOMEOPATÍA.....	14
2.1.1.6	PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA MEDICINA HOMEOPÁTICA.....	15
2.1.2	ESTUDIO DE MERCADO	17
2.1.2.1	DETERMINACION DEL MERCADO POTENCIAL.....	19
2.1.2.2	DETERMINAR LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	19
2.1.2.3	PRINCIPIOS DE UNA ORGANIZACIÓN.....	20
2.1.2.4	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA FORMAL.....	20
2.1.3	ESTUDIO FINANCIERO.....	21
2.1.4	PLAN DE NEGOCIOS	22
2.2	MARCO CONCEPTUAL	31
2.3	MARCO LEGAL	33
2.3.1	PROCESO PARA CONSTITUIR LA EMPRESA	33
2.3.1.1	SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS.....	33
2.3.1.2	CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA	34
2.3.1.3	REGISTRO MERCATIL.....	34
2.3.1.4	SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS	34
2.3.1.5	REGISTRO UNICO DE COMTRIBUYENTES.....	34
2.3.2	LEY ORGÁNICA DE SALUD	35
2.4	VARIABLES DE LA INVESTIGACION	36

2.4.1	VARIABLE INDEPENDIENTE.....	36
2.4.2	VARIABLE DEPENDIENTE	36
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		37
3.1	METODOLOGÍA.....	37
3.1.1	TIPO DE INVESTIGACIÓN	38
3.1.1.1	INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA.....	38
3.1.1.2	INVESTIGACIÓN CONCLUYENTE	38
3.1.2	ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	39
3.1.3	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	39
3.2	POBLACIÓN Y MUESTRA	40
3.3	PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	42
3.3.1	RESULTADOS DE ENTREVISTAS	42
3.3.1.1	CONCLUSIÓN ENTREVISTAS	52
3.3.2	RESULTADOS DE ENCUESTAS	54
3.3.2.1	CONCLUSIÓN ENCUESTAS	67
CAPÍTULO IV: PROPUESTA.....		68
4.1	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	68
4.2	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	68
4.3	MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS Y METAS	71
4.4	ANÁLISIS FODA.....	72
4.5	ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER	73

4.6 COMPETENCIA	74
4.7 SISTEMA DE MERCADOTECNIA	74
4.7.1 EVALUACIÓN DEL SECTOR.....	74
4.7.2 MERCADO META Y POSICIONAMIENTO.....	74
4.7.3 PROGRAMA DE MARKETING.....	75
4.8 SISTEMA ORGANIZACIONAL.....	79
4.8.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	79
4.8.2 RESPONSABILIDADES Y PERFILES DE LOS CARGOS.....	80
4.9 ESTUDIO FINANCIERO.....	88
4.9.1 INVERSIÓN INICIAL.....	88
4.9.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	90
4.9.3 PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS.....	91
4.9.4 AMORTIZACIÓN.....	93
4.9.5 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	95
4.9.6 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.....	96
4.9.7 FLUJO DE CAJA PROYECTADO Y PERÍODO DE RECUPERACIÓN.....	97
4.9.8 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	97
4.9.9 CAPM.....	99
4.9.10 FACTIBILIDAD DEL PROYECTO.....	100
CONCLUSIONES	101
RECOMENDACIONES	103

REFERENCIAS 104

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Conocimiento de la medicina homeopática	54
Tabla 2: Información medicina homeopática	55
Tabla 3: Que cree usted que es la medicina homeopática?	56
Tabla 4: Ha utilizado medicamentos homeopáticos?	57
Tabla 5: Medicina que usa en la actualidad.	58
Tabla 6: Remedios homeopáticos tienen base de componentes naturales.	59
Tabla 7: Ha recibido tratamiento con medicina homeopática?	60
Tabla 8: Recomendaría un tratamiento con medicina homeopática?	61
Tabla 9: Experiencia de familiar o conocido con tratamiento en medicina homeopática.	62
Tabla 10: Es usted disciplinado con cualquier tratamiento médico?	63
Tabla 11: Tipo de medicina alternativa que conoce.	64
Tabla 12: Usted tuvo un resultado positivo con un tratamiento homeopático?	65
Tabla 13: Conoce centros de medicina homeopática dentro de la ciudad de Guayaquil?	66
Tabla 14. Precios productos 1.	76
Tabla 15. Precios productos 2.	77
Tabla 16. Activos fijos e intangibles.	89
Tabla 17. Gastos generales.	89
Tabla 18. Gastos de ventas.	90
Tabla 19. Capital de trabajo.	90
Tabla 20. Inversión inicial.	90
Tabla 21. Proyección de ingresos.	91
Tabla 22. Costos directos.	91
Tabla 23. Gastos generales.	92
Tabla 24. Gastos de ventas.	93
Tabla 25. Gastos de financiamiento.	93
Tabla 26. Financiamiento.	93
Tabla 27. Información general de la simulación de crédito.	93
Tabla 28. Amortización.	94
Tabla 29. Continuación amortización.	95
Tabla 30. Estado de resultados.	96
Tabla 31. Estado de situación inicial.	96

Tabla 32. Flujo de caja proyectado.	97
Tabla 33. Punto de equilibrio.	98
Tabla 34. Punto de equilibrio desglosado.	98

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1: Yoga.....	13
Grafico 2: Acupuntura.....	13
Grafico 3: Masajes	13
Grafico 4: Estudio de mercado.....	18
Grafico 5: Requisitos del Ruc	35
Grafico 6: Dr. José Miguel Delpino	42
Grafico 7: Dra. Amparo Nathaly Galeano.....	45
Grafico 8: Dr. Arturo Arroba Rizzo	48
Grafico 9: Dr. Raúl X. Thoret Alemán.....	50
Grafico 10: Conocimiento de la medicina homeopática.	54
Grafico 11: Información medicina homeopática.....	55
Grafico 12: Que cree usted que es la medicina homeopática?.....	56
Grafico 13: Ha utilizado medicamentos homeopáticos?.....	57
Grafico 14: Medicina que usa en la actualidad.	58
Grafico 15: Remedios homeopáticos tienen base de componentes naturales.	59
Grafico 16: Ha recibido tratamiento con medicina homeopática?.....	60
Grafico 17: Recomendaría un tratamiento con medicina homeopática?.....	61
Grafico 18: Ha tenido alguna experiencia con familiar o conocido con tratamiento en medicina homeopática?.....	62
Grafico 19: Es usted disciplinado con cualquier tratamiento médico?	63
Grafico 20: Tipo de medicina alternativa que conoce.....	64
Grafico 21: Usted tuvo un resultado positivo con un tratamiento homeopático?	65
Grafico 22: Conoce centros de medicina homeopática dentro de la ciudad de Guayaquil?	66
Grafico 23: Organigrama HOMMED	79
Grafico 24: Gráfico Punto de Equilibrio	99

INTRODUCCIÓN

El plan de negocios tiene como objetivo principal la creación de un proyecto que evalúe todos los aspectos de factibilidad económica de la iniciativa para el desarrollo de un plan de negocios para constituir una compañía que distribuya productos homeopáticos en la ciudadela Samanes sector norte de Guayaquil, el punto de partida de la elaboración del plan de negocios radica en modificar los hábitos de consumo de medicina tradicional y buscar otras alternativas como lo es la medicina homeopática. El proyecto busca dar una alternativa a la población en cuanto a medicina que está hecha a base de productos naturales de características provechosas para la salud y de calidad garantizada. El estudio técnico se realizó con el propósito de obtener alta calidad en el producto para contribuir a mejorar la salud de los consumidores, y obtener ventajas competitivas. Se diseña el sistema de distribución y expendió apropiado para el negocio de productos Homeopáticos, a partir del cual se determinan las necesidades de los recursos (personal administrativo, mobiliario y productos homeopáticos, etc.), los cuales son presentados en el estudio financiero. Se espera que el plan de negocios genere una cultura de consumo de medicina homeopática para llevar una vida sana.

CAPITULO I: DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN

“Plan de negocio para la creación de una empresa comercializadora de productos homeopáticos en el sector Norte de Guayaquil.”

1.2 DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En consideración de la creciente demanda de llevar una vida saludable, basados en el objetivo 3 del Plan Nacional del Buen Vivir (SENPLADES) en la mejora de la calidad de vida de la población.

El Ministerio de Salud Pública, *MSP*, realizó una casa abierta, dentro de otros temas informaron sobre un diario buen vivir. Se informó a la ciudadanía sobre la nutrición en pacientes hipertensos, definición, síntomas, medidas de prevención, complicaciones, tratamiento a seguir, entre otros. Esto con el objetivo de crear conciencia sobre la importancia de mantener un estilo de vida saludable (*MSP*, 2015).

En vista de la demanda de personas descontentas por la medicina tradicional utilizada y manifestando efectos secundarios, en instituciones públicas que no cubren la necesidad tanto en asistencia como en medicina, manifestando preocupación y desesperación por su estado de salud, cayendo en depresión a causa de una enfermedad. Es así que estas personas acuden a buscar nuevas alternativas en medicina, ya que han escuchado por medio de familiares y conocidos que existen resultados óptimos en cuanto a la salud, a su variedad de productos tanto en costos como en calidad. De acuerdo a esta problemática se crea la necesidad de elaborar un plan de negocio para la creación de una empresa que distribuya este tipo de productos homeopáticos para mejorar la calidad de vida del consumidor.

En Guayaquil existen 26 empresas dedicadas a la comercialización de medicina homeopática según informes de la Superintendencia de Compañías hasta el año 2015 de las cuales el 65% en el sector norte en áreas como Urdesa, Kennedy Norte, Alborada, Sauces y Guayacanes. En el sector de Samanes el número de habitantes es de 12,525 (ESPOL, 2011); siendo este un mercado desatendido donde se sospecha la demanda insatisfecha de los productos que la empresa desea comercializar. Por esta razón, la creación de una empresa que sirva para la comercialización de los productos médicos homeopáticos es una oportunidad emprendedora de posicionar en el mercado un negocio rentable.

1.3 HIPÓTESIS GENERAL

Establecer un plan de negocios proporcionará los requerimientos mínimos para la creación de una empresa dedicada a la distribución de medicina homeopática.

1.4 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

Será posible determinar la demanda y delinear las estrategias por medio del estudio de mercado del negocio.

El estudio organizacional determinara la estructura que demanda una empresa comercializadora de productos homeopáticos.

El estudio financiero determinara la inversión que se necesita para la creación de una empresa comercializadora de productos homeopáticos.

1.5 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Por lo tanto la pregunta que sugiere este problema es: ¿Cuáles son los instrumentos necesarios para poder crear una empresa comercializadora de productos homeopáticos?

1.6 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son las normas y regulaciones que se deben seguir para comercializar productos homeopáticos en la ciudad de Guayaquil?

¿Cómo medir la demanda de los productos homeopáticos en la ciudad de Guayaquil?

¿Cuál es la estructura organizacional necesaria en una compañía comercializadora de productos homeopáticos?

¿Cuál es la viabilidad de la creación de una empresa distribuidora de productos homeopáticos desde el punto de vista financiero?

1.7 OBJETIVO

1.7.1 GENERAL

Diseñar un Plan de negocio para la creación de una empresa comercializadora de productos homeopáticos en la ciudad de Guayaquil.

1.7.2 ESPECÍFICO

- Realizar un estudio de mercado que permita conocer la aceptación de la propuesta.
 - Definir el marco legal para la constitución de una compañía comercializadora de productos homeopáticos.
 - Determinar la estructura organizacional correcta para la empresa comercializadora de productos homeopáticos.
 - Realizar una evaluación financiera proyectada para comprobar la factibilidad del negocio.

1.8 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

El presente proyecto de investigación, se realizó en la ciudad de Guayaquil, sector norte, específicamente en Samanes 6, durante los meses de Abril, Mayo, Junio, Julio, Agosto, Septiembre y Octubre del 2016.

1.9 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El enfoque del proyecto tiene como finalidad crear un plan de negocio para comercializar productos homeopáticos. Esto beneficiará en su gran mayoría a pacientes que buscan alternativas en medicina, ya que la medicina convencional no cumple con sus expectativas, esto es; citas médicas con un periodo de atención lejano, costos altos en medicación y por ultimo no obtener los resultados deseados.

Con este plan de negocio se espera crear una empresa comercializadora de productos homeopáticos para tener una directriz a seguir y un enfoque claro de a donde se quiere llegar a través de estrategias en ámbito financieros, estudios de mercado y estructura organizacional , teniendo en cuenta la problemática expuesta, el presente plan de negocios busca aprovechar la oportunidad identificada en el mercado mediante la comercialización de medicina de excelente calidad y con la asesoría de expertos, los cuales ayudan a cumplir con las necesidades para todo tipo de personas y dará un conocimiento real de la rentabilidad del negocio, factor vital en el emprendimiento de todo proyecto con la finalidad de tener conciencia sobre las decisiones a tomar, enmarcando una ruta de trabajo y de esta manera reducir riesgos y prever viabilidad que existe en la inversión.

Por lo tanto esta empresa generará plazas de trabajo beneficiando a la economía del país como La Constitución de la República lo establece:

Art 3, numeral 4, del mismo cuerpo legal, establece como un deber del estado “preservar el crecimiento sustentable de la economía, y el desarrollo equilibrado y equitativo en beneficio colectivo”. En el mismo sentido el numeral 5 indica como objetivo del Estado “erradicar la pobreza y promover el progreso económico, social y cultural de sus habitantes”.

Desde el punto de vista social, el proyecto tiene como objeto ayudar a las personas a obtener medicina alternativa a costos accesibles, brindando productos y servicios especializados, por lo cual se mejoraría el bienestar del individuo y optimizaría el desempeño en sus actividades. Igualmente, ser ejemplo de emprendimiento ante la sociedad, demostrando las ganas de salir adelante y brindando siempre la mejor atención a los clientes.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 FUNDAMENTACIÓN TEORICA

2.1.1 HISTORIA DE LA HOMEOPATIA

El fundador de la homeopatía, Christian Friederich Samuel Hahnemann nació en Alemania en 1755, el termino Homeopatía fue originado a fines del siglo XVIII (del griego homeios= semejante y pathos= enfermedad) se define como el sistema médico basado en el uso de cantidades diminutas de sustancias en grandes dosis producirían síntomas parecidos a los de la enfermedad que está siendo tratada, partiendo de la hipótesis de que una sustancia es capaz de curar una enfermedad si ella misma es capaz de provocarla en una persona sana, quiso comprobar si esto ocurría también con otras sustancias, por lo que inició un trabajo de 'experimentación' que consistió en administrar las sustancias medicinales que se utilizaban en aquella época como la Belladona, la Digital, el Acónito, el Arsénico, el Phosphoro etc.. A personas sanas y recoger todos los síntomas y signos que iban apareciendo, valorando todos los factores que modificaban para bien o para mal los diferentes síntomas. De esta forma consiguió conocer con todo detalle los cambios que una sustancia es capaz de provocar en un organismo sano (Sociedad Española de Medicina Homeopática).

Después de haber observado los efectos provocados por diversas sustancias, el médico alemán pudo determinar con certeza que los medicamentos homeopáticos estaban en condiciones de curar una multitud de enfermedades. En suma, el principio de similitud recuerda enormemente al de la vacunación, ya que en ambos casos se trata de inocular a un individuo una sustancia que le permitirá luchar contra la enfermedad y desarrollar una inmunidad para curarse (Homeopatía, 2014).

Gracias a los medicamentos homeopáticos, el organismo se inmuniza de manera totalmente natural, lo que le permite curarse solo, sin recurrir a los tratamientos químicos. Sin

embargo, para evitar cualquier peligro es importante garantizar que estos medicamentos no sean tóxicos y que las dosis administradas sean pequeñas (Homeopatía, 2014).

Samuel escribió en 1976 su primer trabajo sobre Homeopatía luego de seis años de haber comprobado la eficacia de sus tratamientos bajo el principio terapéutico basado en la Ley de la Similitud, la primera *Materia Medica Pura* la publica en 1804 con la descripción de 27 medicamentos experimentados por él y su grupo de experimentadores; su obra magistral *Órganon de la Medicina* la publica en 1810, la misma que establece las reglas y principios de la nueva medicina y fue pulida a los largo de sus seis ediciones (Granja).

En Junio del 2015, LucMontagnier, descubridor del virus de Inmunodeficiencia Humana, *VIH*, asistió al congreso organizado en Skoura, Marruecos, apoyando a los Homeópatas sin fronteras, La Asociación para la Promoción de la medicina Homeopática y la Asociación Albisher (El Correo del Sol, 2014).

2.1.1.1 LA HOMEOPATÍA EN EL MUNDO

La homeopatía es utilizada principalmente en Europa y está extendida en otros países de América del Sur y del norte. En el Reino Unido las visitas a médicos homeópatas se incrementa un 39% al año, es decir que el 80% de la población recurre a métodos de medicina no tradicional, se demostró mediante una investigación por el *British Medical Journal* (*British Medical Journal*), que el 42% de los médicos remiten a médicos homeópatas a sus pacientes.

En España el interés por la homeopatía va en aumento, siendo cada vez más los médicos interesados en conocerla, además su enseñanza es impartida por muchas universidades, como diplomas posgrados o masters, entre ellas las de Valladolid, Barcelona, Alicante, Zaragoza y otras más. Según datos de la revista *FDA consumer* (FDA).

En 1844 se fundó la primera asociación médica en Estados Unidos, el “American Institute of Homeopathy” teniendo como presidente al Dr. Constantino Hering y el 7 de Mayo de 1847 se funda la *American Medical Association, AMA* por el Nathan Smith Davis (Matuk Villazón & Matuk Kanan).

En 1938 Estados Unidos oficializo la medicina homeopática, solo en 11 de los 50 estados los médicos naturópatas no especializados, están legalmente autorizados para recetar medicamentos homeopáticos. Francia es uno de los países que ocupan los primeros puestos por consumir medicina homeopática, siendo el 74% de los pacientes en general los que están dispuestos a tratarse con ella. Alemania de un total de 258,000 médicos 3,500 recetan tratamientos de homeopatía y España un total de 1,200 médicos. En India casi el 10% de la población recurre a la homeopatía inscrita en el sistema nacional de sanidad indio con más de 250,000 médicos homeópatas, de igual manera en Inglaterra el 10 % de la población consulta con los 1,300 médicos diplomados en la universidad de homeopatía de Londres. En Italia 7,000 médicos recetan tratamientos homeopáticos mientras que en Rusia son 10,000 de un total de 565,000 colegiados. En México en 1849 arribaron los Drs. Cornelio Andrade y Baz de nacionalidad cubana a las costas mexicanas introduciendo y practicando la medicina homeopática en el país, hoy están reconocidos 4,000 médicos homeópatas de un total de 92,000 colegiados (Homeopatía Unicista).

Actualmente forma parte del sistema Nacional de salud el Hospital Nacional Homeopático fundado el 15 de Julio de 1894 por los Dres. Joaquín Segura, Ignacio Fernández, Ignacio maría Montaña y Fernando Gómez Suarez (Matuk Villazón & Matuk Kanan).

El 31 de Julio de 1895 bajo un decreto presidencial del Gral. Porfirio Díaz se oficializa la medicina Homeopática en México y el 12 de Octubre de 1912 el Dr. Higinio G. Pérez fundó la Escuela libre de Homeopatía (Wikipedia, 2015).

2.1.1.2 LA HOMEOPATÍA EN EL ECUADOR

En el Ecuador nace hace 33 años la *SOMHE*, Sociedad Medica Homeopática Ecuatoriana el 24 de Febrero de 1983, mediante acuerdo ministerial 564 publicado en el Registro Oficial del Gobierno del Ecuador (Escuela Médica Homeopática Ecuador).

La reglamentación de la Escuela Medica Homeopática Ecuatoriana en la asamblea General extraordinaria del día 22 de Enero de 1985, estructura un grupo de jóvenes con estudios de homeopatía traída desde el exterior, especialmente Argentina, *Dr. Alberto Granja*, y de México, *Dr. Edgar Godoy* (Escuela Médica Homeopática Ecuador).

Se decide crear en 1990 la *EMHE*, Escuela Medica Homeopática del Ecuador, la cual imparte procesos exclusivamente de la medicina homeopática unicista, según los preceptos de la doctrina, filosofía y materia medica enseñada por el creador hace 200 años el Dr. Samuel Hahnemann. En sus 26 años lleva graduada 10 promociones de médicos Homeópatas, la misma dicta cursos de postgrado con duración de 6 semestres, *3 años*, de estudio y es exclusiva solo para médicos graduados (Escuela Médica Homeopática Ecuador).

El 4 de Abril de 1988 mediante el oficio No 121 C.E.Q. la Federación Médica Ecuatoriana, resolvió reconocer a la Homeopatía Unicista como una especialidad médica en base a la revisión de documentación y testimonios clínicos. El 7 de Octubre de 1998 mediante oficio No 761 CMP-98 el Colegio Médico de Pichincha resolvió también reconocer a la Homeopatía Unicista como Especialidad Médica presentando la documentación y argumentación respectivas. (Escuela Médica Homeopática Ecuador).

En Guayaquil existen 26 empresas dedicadas a la comercialización de medicina homeopática según informes de la Superintendencia de Compañías hasta el año 2015 de las cuales el 65% en el sector norte en áreas como Urdesa , Kennedy Norte , Alborada , Sauces y Guayacanes (Supercías). El Ministerio de Salud Pública tiene 5 centros de salud especializados en Homeopatía donde se la entrega de manera gratuita bajo receta médica de los especialistas.

2.1.1.3 ¿QUE ES LA HOMEOPATÍA?

Según Samuel Christian Hanhnmann: “La homeopatía es un método terapéutico que consiste en dar al enfermo, como medicamento, y a dosis muy bajas, la sustancia provocaría los mismos síntomas (o una enfermedad semejante) en un sujeto sano a dosis altas” (Sociedad Española de Medicina Homeopática, p. 1).

Según Herrera (2012):

La palabra homeopatía se deriva de una palabra griega que significa “similar”. La homeopatía son remedios que se derivan de sustancias naturales de las plantas, de minerales y de animales. Se ha usado por más de 200 años y ha probado ser muy efectiva para tratar enfermedades donde la medicina convencional tiene muy poco que ofrecer. (Herrera, 2012, p. 180)

Tal como lo indica la autora, el término homeopatía deriva de un término griego el cual significa “similar”, ya que la homeopatía se refiere a un proceso de curación de acuerdo en el principio de similitud, en el cual el terapeuta compara los síntomas que produce un fármaco para una persona normal, con los síntomas de un paciente que padece algún tipo de enfermedad, lo que según la homeopatía puede curar los síntomas de un paciente de mejor manera.

2.1.1.4 DIFERENCIAS ENTRE LA MEDICINA COMPLEMENTARIA, TRADICIONAL Y ALTERNATIVA

Medicina tradicional

Es la suma total de los conocimientos, capacidades y prácticas basados en las teorías, creencias y experiencias propias de diferentes culturas, bien sean explicables o no, utilizadas para mantener la salud y prevenir, diagnosticar, mejorar o tratar enfermedades físicas y mentales (OMS, 2013, p. 14).

La medicina tradicional es a veces acusada de alejarse de lo *natural*, y preferir drogas o productos químicos como herramientas para curar, olvidando que los remedios se encuentran en la naturaleza, como sostienen las medicinas alternativas, pero esa creencia no es totalmente cierta. En verdad, la medicina tradicional aprovecha todo el poder de la naturaleza al extraer de ella los llamados principios activos, que son las sustancias que realmente tienen un efecto sobre la salud. Los principios activos son tratados o sintetizados en los laboratorios para su consumo (Ágora, 2010).

Medicina complementaria

Los términos “medicina complementaria” o “medicina integral” aluden a un amplio conjunto de prácticas de atención de salud que no forman parte de la tradición ni de la medicina convencional de un país dado ni están totalmente integradas en el sistema de salud predominante. (OMS, 2013, p. 14).

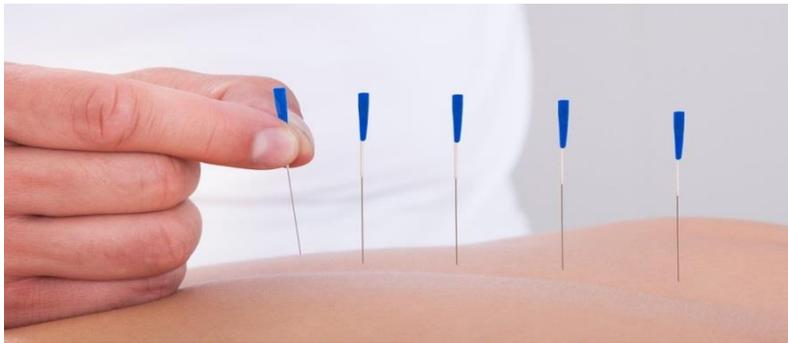
La medicina complementaria, basa sus conceptos en una alternativa junto a la medicación, es decir, son un complemento de lo que se conoce como medicina convencional. Este tipo de nuevas estrategias se enfocan más en cómo afecta las enfermedades a toda la persona, es decir, emocionalmente, físicamente y espiritualmente, de ahí que algunos de sus tratamientos son:

Grafico 1: Yoga



Fuente: (Nilplan)

Grafico 2: Acupuntura



Fuente: (Terapias corporales)

Grafico 3: Masajes



Fuente: (Avantia)

Medicina alternativa

La medicina alternativa son aquellas prácticas medicinales que quedan por fuera o que no son reconocidas por la medicina occidental, son tratamientos considerados más naturales y sanos que dependen de los elementos de la naturaleza. Normalmente la medicina alternativa se basa en dos pilares fundamentales: Uso de componentes naturales que se obtiene de la naturaleza y que puestos en combinación resultan en varios medicamentos que se consiguen en diferentes formatos, *gotas, aerosoles, cremas, unguentos e incluso pastillas o píldoras*. Por otro lado la medicina alternativa también recurre a tratamientos no invasivos que se estructuran alrededor de sistemas de meditación y relajación (Definición ABC).

La homeopatía se encuentra dentro de lo que se denomina medicina alternativa, y aunque doctores, farmacólogos y científicos digan que esta medicina no es del todo efectiva, el comienzo de la historia medicinal se basó en medicina homeopática. En la prehistoria no existía la farmacología y sus curaciones se basaban en plantas minerales y animales.

2.1.1.5 CARACTERÍSTICAS Y USOS DE LA HOMEOPATÍA

La homeopatía es una medicina alternativa usado en el tratamiento de múltiples dolencias crónicas o agudas como un método terapéutico que ofrece ventajas sobre la medicina convencional, entre ellas carente de efectos secundarios, nula toxicidad y que no provoca alergias. La forma de acción de la Homeopatía es estimular las defensas propias del organismo, asegurando:

La homeopatía no es toxica y no provoca reacciones alérgicas, es capaz de curar y mejorar el cuerpo sin agredirlo (Bionatural).

El tratamiento más efectivo se decidirá mediante la exploración a nivel físico y psíquico del homeópata. La forma más común del medicamento es en gránulos, depositándolos bajo la lengua hasta hacerse deshecho, evitando tragarlos o masticarlos.

Se deberá consultar con el especialista antes de consumir mentol, café y alimentos especiados o aromáticos, podrían interferir en la actividad del fármaco.

Cada remedio se formula según las características y el diagnóstico del individuo enfermo. La homeopatía individualiza los casos e indica que no existen dos enfermedades iguales, tomando en cuenta la constitución, características de un individuo, es lo que se llama HOMEOTIPO.

Desde el punto de vista de la salud la personas con temperamento claro y decidido es de tipo *carbónico*, se muestran resistentes frente a cualquier trastorno, pero caen víctimas de cualquier enfermedad si pierden la salud. El individuo *fosfórico* generalmente son las personas invadidas por repentinos accesos de entusiasmo y desilusión, se expone a trastornos neurofuncionales y a fenómenos infecciosos de distinta naturaleza. El tipo *fluórico* es inestable en términos generales. Se define como una persona carente de equilibrio desde el punto de vista físico y con carencias minerales (Donato).

2.1.1.6 PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA MEDICINA HOMEOPÁTICA.

La homeopatía se basa en principios fundamentales para desarrollar los recursos dirigidos al tratamiento de una variedad de enfermedades. Estos principios hacen que su práctica sea una alternativa de tratamiento. Estos son algunos de sus principios básicos (Salud 180).

Ley de lo semejante

Los médicos homeópatas son capaces de encontrar un remedio verificando los síntomas que presentan o desarrollan las diferentes enfermedades, por eso la base principal de la homeopatía es que los síntomas similares causados por sustancias asociadas con ciertas enfermedades, pueden ser eficaces para su tratamiento (Salud 180).

El Poder curativo de la Vida

El principio de esta medicina es liberar el poder curativo de las sustancias que se encuentran en la naturaleza basados en la filosofía de la vida por sí misma (Salud 180).

La energía como medicina

En la filosofía homeopática la vida se considera como una fuerza vital que tiene su propia energía inherente. Los remedios homeopáticos tienen por objeto restablecer el equilibrio de la fuerza vital que es la vida. Todo lo que vive tiene su propia energía y esta existe en equilibrio y armonía en la naturaleza. Sin embargo, determinadas circunstancias dan lugar a ciertos desequilibrios que pueden perturbar esa armonía (Salud 180).

Menos es más

Esto se basa en la creencia de que la menor acción puede ser suficiente para provocar un cambio en la naturaleza. La medicina homeopática también se rige por el principio de la mínima dosis. A través de este principio, los remedios homeopáticos se elaboran mediante la dilución de las sustancias, de tal manera que sus efectos beneficiosos aún permanezcan, mientras se eliminan otros efectos dañinos asociados con la sustancia (Salud 180).

Individualismo

La práctica de la homeopatía se basa en el hecho de que cada persona es única, Los tratamientos homeopáticos toman en cuenta de manera integral a cada individuo, su desarrollo

físico, emocional, espiritual y mental. Esto conduce al desarrollo de los recursos de forma distinta y única para cada uno (Salud 180).

Eliminación de los obstáculos

La práctica de la homeopatía también se ocupa de tratar de eliminar los obstáculos en el proceso de curación. Estos pueden ser drogas, estrés, la dieta, así como otros factores ambientales, espirituales o emocionales. Dado que las enfermedades son causadas por ciertos desequilibrios y falta de armonía en la fuerza vital, corresponde a los médicos homeópatas ayudar a la gente para tratar de determinar e identificar estos obstáculos (Salud 180).

2.1.2 ESTUDIO DE MERCADO

Es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber respuestas del mercado ante un producto o servicio. Se analiza oferta y demanda, así como precios y canales de distribución. El objetivo ha de ser terminar teniendo una visión clara de las características del producto o servicio que se va a introducir en el mercado, y un conocimiento completo de los oyentes del sector. Con el conocimiento necesario para una política de precios y de comercialización. Realizando un buen estudio de mercado podríamos dejar claro la distribución geográfica y temporal del mercado de demanda cual sería el perfil con el target más completo, *edad, preferencias, sexo, etc.*, en el tiempo cual ha sido el comportamiento de la demanda y que proyección se espera, si sus productos o servicios vienen a aportar valores añadidos y ventajas competitivas (Estudio de mercado).

Analizar los precios y la evolución de los otros competidores o demarcaciones geográficas

En base a la competencia, se necesitara un mínimo de datos, y por cada uno volúmenes de facturación, evolución, empleados, cuota de mercado, costes de producción, etc.

Los tres puntos claves a tener en cuenta a la hora de elaborar un estudio de mercado:

- Investigar y tener siempre claro cómo se comportarán los mercados en los que se introducirá nuestro producto o servicio.
- Evaluar el efecto que tendrá nuestro producto o servicio en el mercado.
- Valorar cuáles son los costos y los beneficios que se pueden obtener. (Startups

Mentor, pág. 1)

Grafico 4: Estudio de mercado



Fuente: (Castillo)

2.1.2.1 DETERMINACION DEL MERCADO POTENCIAL

Un mercado potencial es una estimación de lo que se va a consumir de un producto x en un mes y localidad determinados.

Q= npq= POTENCIAL TOTAL DE MERCADO

n= NUMERO DE COMPRADORES POSIBLES

p= PRECIO PROMEDIO DEL PRODUCTO EN EL MERCADO

q= CANTIDAD PROMEDIO DE CONSUMO

1. Se calcula la estimación de consumo anual del mercado de un producto x de una localidad determinada mediante el siguiente procedimiento:

Consumo anual del mercado = consumo anual de producto x por familia x cantidad de familias.

Consumo anual de producto x por familia = flujo de dinero anual por familia x propensión al consumo.

Flujo de dinero anual por familia= sueldo promedio x 13.

Cantidad de familias = cantidad de habitantes / 4

Aclaración: el sueldo promedio se multiplica por 13, ya que 12 son los meses del año y 1 sueldo más que se trata del décimo tercer sueldo y bonificación complementaria (Jojoa, p. 1).

2.1.2.2 DETERMINAR LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Dos definiciones de estructura organizacional:

Mintzberg: (1984) Estructura organizacional es el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas y la posterior coordinación de las mismas.

Strategor: (1988) Estructura organizacional es el conjunto de las funciones y de las relaciones que determinan formalmente las funciones que cada unidad deber cumplir y el modo de comunicación entre cada unidad (Gestiopolis, p. 1).

Elementos de la organización: (requerimientos)

Los objetivos deben ser verificables, precisos y realizables. Para que sean precisos deben ser cuantitativos y para ser verificables deben ser cualitativos. Tiene que haber una clara definición de los deberes, derechos y actividad de cada persona. Se tiene que fijar el área de autoridad de cada persona, lo que cada uno debe hacer para alcanzar las metas. Saber cómo y dónde obtener la información necesaria para cada actividad. Cada persona debe saber dónde conseguir la información y le debe ser facilitada (Gestiopolis).

2.1.2.3 PRINCIPIOS DE UNA ORGANIZACIÓN

Eficiencia: La estructura organizativa es eficiente si facilita la obtención de los objetivos deseados con el mínimo costo posible (Gestiopolis).

Eficacia: La estructura organizativa es eficaz si permite la contribución de cada individuo al logro de los objetivos de la empresa (Gestiopolis).

La organización formal: Es el modo de agrupamiento social que se establece de forma elaborada y con el propósito de establecer un objetivo específico. Se caracteriza por las reglas, procedimientos y estructura jerárquica que ordenan las relaciones entre sus miembros (Gestiopolis).

La organización informal: Son las relaciones sociales que surgen de forma espontánea entre el personal de una empresa. La organización informal es un complemento a la formal si los directores saben y pueden controlarla con habilidad (Gestiopolis).

2.1.2.4 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA FORMAL

CARACTERÍSTICAS

Especialización: Forma según la cual se divide el trabajo en tareas más simples y cómo estas son agrupadas en unidades organizativas (Gestiopolis).

Coordinación y áreas de mando: Hay determinados grupos bajo el mando de un supervisor (Gestiopolis).

Formalización: Grado de estandarización de las actividades y la existencia de normas, procedimientos escritos y la burocratización (Gestiopolis).

2.1.3 ESTUDIO FINANCIERO

Es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión, el cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción (Zona Económica).

Para realizar el estudio se utiliza información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, etc. (Zona Económica).

La viabilidad de una organización consiste en su capacidad para mantenerse operando en el tiempo. En las empresas la viabilidad está íntimamente ligada con su rentabilidad. Hablamos de rentabilidad a largo plazo, dado que la viabilidad no necesariamente implica que siempre sea rentable (Zona Económica).

Usualmente hay períodos de tiempo en los que las empresas no son rentables, en los períodos iniciales de un emprendimiento, la empresa debe incurrir en costos que otorgan beneficios en el futuro, como la publicidad, costos de organización, compra de stock de materiales, etc. pero debe haber una expectativa de obtener beneficios en el futuro, en este caso, el estudio financiero deberá establecer si la empresa será capaz de sortear los períodos de rentabilidad negativa sin incurrir en cesación de pagos, y estimar en qué momento la

rentabilidad será positiva y la relación entre la rentabilidad y el capital invertido o los activos (Zona Económica).

Una parte importante es la capacidad de financiación de que dispone la empresa y el costo de la misma. ¿Cómo puede obtener capital una empresa? algunas formas pueden ser (Zona Económica):

- Ingresos netos por operaciones.
- Aportes de capital de los socios.
- Incorporación de nuevos socios.
- Disponibilidad de capital por aportes iniciales.
- Disponibilidad de fondos por resultados acumulados.
- Préstamos bancarios.
- Préstamos gubernamentales.
- Liquidación de activos.
- Créditos de proveedores.

2.1.4 PLAN DE NEGOCIOS

Según Thomsen (2009) “un plan de negocios es una descripción del negocio que usted quiere iniciar. También es una planificación de cómo piensa operarlo y desarrollarlo.” (p. 7)

Entonces, de acuerdo a lo indicado por Thomsen, en plan de negocios se refiere a la delineación total del negocio, lo que además es planificación estudiada y probada de cómo la empresa va a desarrollar el plan a futuro. Básicamente un plan de negocios es un documento de trabajo que incluye todos los objetivos y estrategias de una empresa con los requisitos básicos, proyectos y operaciones para un período de tiempo específico. En el curso de acción

de un plan de negocios, debe existir una gestión de los procesos con el fin de que todas las eventualidades sean consideradas antes, durante y después del desarrollo de un plan.

El diseño de un plan de negocios proporciona las pautas básicas sobre las cuales se va a desarrollar un negocio, y representa una base consistente para que sus resultados puedan ser comparados utilizando diferentes criterios. Si una empresa tiene pérdidas y se encuentra apegada a un plan de negocios, entonces tendrá que revisar su plan y mejorarlo.

Cuando una empresa no cuenta con un plan, no tiene ninguna idea real de lo que está causando sus pérdidas, ya que no se basa en nada más que en especulaciones en el momento de la operación. Establecer un plan de negocios le ahorrará tiempo y dinero a medida que se desarrollen las actividades de la empresa.

Según Jack Fleitman en su estudio del 2010, un plan de negocios se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa. Así como una guía que facilita la creación o el crecimiento de una empresa (Santiesteban).

El profesor Ignacio de la Vega García pastor del Instituto de la Empresa en el 2008 afirma que un plan de negocios identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, sosteniendo que es una herramienta fundamental para el desarrollo de una empresa. Examina su viabilidad tanto técnica, económica y financiera (Santiesteban).

2.1.4.1 LA ESTRUCTURA PLAN DE NEGOCIO

Metodología plan de negocios (Buendía, 2005)

De acuerdo con la metodología del profesor Buendía un plan de negocios debe integrar todos los factores que influyen en el éxito de la empresa. Dicho modelo engloba las

teorías de Andrews 1970, Porter1980yBrandenburger y Nalebuff1996 (Universidad de las Américas Puebla).

La metodología está definida en 7 puntos:

- 1.- Descripción del negocio.
- 2.- Descripción del producto.
- 3.- Misión, Visión Objetivos y metas.
- 4.- Análisis FODA.
- 5.- Fuerzas de Porter.
- 6.- Competencia.
- 7.- Sistema de mercadotecnia.
- 8.- Sistema organizacional.

2.1.4.1.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Es la descripción de todos los componentes que conforman a la empresa para la adecuada implementación y funcionamiento, sirve como parte para la realización del análisis financiero y resumen ejecutivo por esta razón es la sección, más importante del plan de negocios (Universidad de las Américas Puebla).

2.1.4.1.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Características del producto que se va a ofrecer.

La materia prima usada para la elaboración de medicamento homeopático son de origen, vegetal, animal, mineral o de síntesis siendo a partir de las primeras de las que mayor aportación de cepas se obtiene.

Las materias primas vegetales son principalmente plantas o partes de plantas enteras, fragmentadas o cortadas, que se utilizan de forma fresca o seca. Las plantas se recogen de su hábitat natural, siempre que estén alejadas de fuentes de contaminación y respetando los ecosistemas, los ensayos garantizan que su calidad es acorde a lo establecido.

Las materias primas de origen animal, se toman las medidas para minimizar el riesgo de agentes infecciosos en las preparaciones homeopáticas.

La materia prima de origen mineral debe apegarse a las especificaciones de la farmacopea nacional *FEUM* o a la de Estados Unidos *USP* para que sean susceptibles de usarse en humanos (Salud y medicinas).

2.1.4.1.3 LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

- La amenaza de los nuevos competidores.
- Grado de rivalidad entre competidores.
- Poder de negociación de los proveedores.
- Poder de negociación de los clientes.
- Amenazas de productos sustitutos.

2.1.4.1.4 SISTEMA DE MERCADOTECNIA

Estudio de mercado

- Para Kotler, Bloom y Hayes, el estudio de mercado "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización" (Thompson).

- Randall, define el estudio de mercado de la siguiente manera: "La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing" (Thompson).

- Según Malhotra, el estudio de mercado "describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor" (Thompson).

Análisis previo de la situación actual

Inicialmente la empresa cuenta con aporte de capital social, pues se iniciará con tres modelos de prueba para la promoción y propuesta comercial; se manejará un local ubicado en el norte de la ciudad específicamente Samanes 6 que será el centro de negocios.

Análisis interno

El análisis interno se realiza con el fin de conocer la capacidad con la que cuenta la empresa, evaluando todos los recursos que ésta tiene: gente, instalaciones, equipos, procedimientos, sistemas, etc. Y lo importante de esto es definir si cada uno de ellos para la empresa representa una fortaleza o una debilidad, y por qué se considera de esta manera. Estos dos últimos puntos tienen que ser elaborados de una manera exhaustiva y con un completo análisis, ya que indican claramente la posición actual de la empresa, y ayudan a fundamentar de mejor manera la generación de estrategias.

Se lo realizara mediante 2 puntos:

- La determinación de un mercado potencial: Un mercado potencial es una estimación de lo que se va a consumir de un producto x en un mes y localidad determinados.

- Marketing mix: Consiste en concretar las estrategias diseñadas en la primera fase, especificando las acciones que se van a seguir para lograr los objetivos planteados. Para ello

se detallan más los objetivos comerciales y se formulan las opciones y estrategias comerciales que va a tomar la empresa, es decir: qué productos vamos a ofrecer (muchos o pocos, sofisticados o sencillos), a qué precio (caros, baratos, con ofertas), a través de qué canales se va a distribuir (por correo, en grandes superficies, por Internet) y, por último, cómo vamos a promocionar (anuncios televisivos, de radio, prensa general, especializada, envíos de correo) (Se-Todo.com).

Conceptos de comercialización

- Según Jerome Mc. Carthy define que “la comercialización es la realización de las actividades comerciales que orientan el flujo de bienes y servicios del productor al consumidor o usuario con el fin de satisfacer a los clientes y realizar los objetivos de la empresa” (McCarthy, 1978, p. 19).

La comercialización debe comenzar con el cliente y no con la producción, debe determinar si fabricaran, incluyendo las decisiones acerca del desarrollo, el diseño y el envasado del producto; que precios se cobraran, así como las políticas de crédito y cobranzas donde y como se hará la publicidad de los productos y se los venderá (Universidad Francisco Gavidia).

- Según Philip Kotler el proceso de comercialización incluye cuatro aspectos fundamentales: ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿a quién? y ¿cómo? En el primero, el autor se refiere al momento preciso de llevarlo a efecto; en el segundo aspecto, a la estrategia geográfica; el tercero, a la definición del público objetivo y finalmente, se hace una referencia a la estrategia a seguir para la introducción del producto al mercado.

2.1.4.1.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Es un sistema utilizado para definir una jerarquía dentro de una organización. Identifica cada puesto, su función y dónde se reporta dentro de la organización (Friend).

Gerente general

La función principal del gerente general es establecer los lineamientos generales de la empresa; Henry Fayol, estableció cinco funciones administrativas: planificar, organizar, dirigir, ejecutar y controlar; sus decisiones están centradas en la inversión y en la rentabilidad económica y social de la empresa.

El perfil del gerente general será el siguiente: capacidad de análisis, síntesis y comunicación, dotes de mando, perseverancia y constancia, fortaleza mental y física, capacidad de liderazgo e integridad moral y ética.

Las competencias que debe poseer son: Orientación al logro, asertividad y uso del poder posicional, liderazgo en equipo y pensamiento analítico, crítico y conceptual.

Coordinador de marketing

Es el encargado de supervisar el proceso de comercialización, desde la negociación, pasando por las ventas y promoción. Realizará seguimientos de postventas, ayudando a incrementar la participación en el mercado, es quien va a conseguir y mantener a los clientes satisfechos.

El perfil del Coordinador de Mercadeo es: Capacidad de análisis y síntesis, capacidad de comunicación, capacidad de crear relaciones comerciales, fortaleza mental y física, capacidad de liderazgo e integridad moral y ética.

Las competencias de en este puesto, son: Capacidad de comunicación, escrita, verbales y de presentación, escucha activa, uso lógico para identificar fortalezas, debilidades y soluciones, orientación de servicio al cliente, trabajo en equipo y cooperación.

Coordinador financiero

Es la persona que velará por el eficaz y correcto manejo financiero, planteando alternativas para mejoramiento y retroalimentación al gerente general brindando oportunamente toda la información de indicadores y análisis financieros para facilitar la toma de decisiones.

El Coordinador Financiero debe poseer el siguiente perfil: Capacidad de análisis y síntesis, conocimiento del negocio, toma de decisiones, perseverancia y constancia, fortaleza mental y física e integridad moral y ética.

Las competencias son las siguientes para este cargo: orientación al resultado, transparencia, orientación al usuario, compromiso con la organización, búsqueda de la información.

Coordinador de operaciones

Es quien se encarga de la logística del servicio, velando por que se cumplan los procesos optimizados para el cliente interno y externo.

El perfil del Coordinador de Operaciones se detalla a continuación: Capacidad analítica y de comunicación, compromiso con la empresa, responsabilidad, dinamismo y honradez; poseer empatía; generar relaciones idóneas con los clientes internos y externos.

Mientras que las competencias son las siguientes: aseguras el desarrollo operacional de la actividad de la empresa, administra los recursos internos de la producción,

administración y recursos humanos, establece la estrategia de desarrollo de productos y servicios, Manejo de Investigación de Operaciones, Autoconfianza y autocontrol.

Especialista homeopático

Es el profesional de la salud que se encargara que analizar el estado de los pacientes o posibles clientes, brindando la información de los beneficios y usos de nuestra medicina.

El perfil de este cargo es: generar conocimientos para comprensión y solución de las necesidades y problemas de salud individual, desempeñarse con compromiso y responsabilidad ética y social, actuar profesionalmente en coherencia de las necesidades de la población.

Competencias que el cargo establece son: establecer comunicación asertiva con los individuos, gestiona eficientemente la información, propicia y propone cambios que impacten de manera positiva la calidad de vida de las individuos.

Auxiliar general

Es la persona encargada de manejar el vehículo que designa la empresa para transportar la carga a los diferentes destinos, además de realizar labores de carga de gasolina, revisión y regulación de mantenimiento y buen estado de los vehículos de la empresa; así como, trámites en los lugares de carga y descarga. Adicional de realizar el aseo del área de trabajo.

El perfil para este cargo es: Persona responsable, cortés y seria, con disponibilidad de tiempo para horarios rotativos, facilidad de expresión verbal y escrita, persona proactiva y organizada y capacidad para trabajar en equipo y bajo presión.

Las competencias son los siguientes: Conocimiento de leyes de tránsito, disciplina y respeto de disposiciones de la empresa en el manejo de carga, capacidad de conducción en carreteras, pensamiento analítico, compromiso organizacional y buenas relaciones interpersonales.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

En el desarrollo del presente trabajo de investigación se utilizarán algunos términos, de los cuales es necesario conocer su significado. A continuación su detalle:

Homeopatía: La homeopatía es un sistema curativo que se ubica dentro de lo que se denomina medicina alternativa y que se caracteriza especialmente por el uso de remedios carentes de ingredientes químicamente activos.

Plan de Negocios: Un plan de negocios es una guía para el emprendedor o empresario. Se trata de un documento donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias que serán implementadas.

Estrategia: La estrategia de una organización tiene que ver con cómo hacer realidad la visión estratégica de la administración de la empresa, representa el plan de acción para llevar a la compañía a una posición de negocios atractiva y para lograr una ventaja competitiva sustentable

Planeación Estratégica: Consiste en diseñar, desarrollar y poner en marcha diferentes planes operativos por parte de las organizaciones, con el fin de garantizar la consecución de los objetivos planteados. Se enfoca en crear y mantener alineación entre dichos objetivos, sus recursos y las diferentes oportunidades del mercado para garantizar su consecución en el largo plazo.

Objetivos: Se refiere a los compromisos que tiene la administración de una compañía para lograr tareas específicas de desempeño en un tiempo determinado. La obtención de sus resultados están directamente relacionadas con la visión y misión estratégicas de la organización.

Ventajas Competitivas: De acuerdo a Porter, las ventajas competitivas son las acciones ofensivas o defensivas de una empresa para crear una posición defendible dentro de una industria. Porter identificó tres estrategias genéricas que podían usarse individualmente o en conjunto, para crear en el largo plazo esa posición defendible que sobrepasara el desempeño de los competidores en una industria: El liderazgo en costes totales bajos, la diferenciación y el enfoque.

Presupuesto: Es una de las maneras en que podemos planear nuestra empresa y su movimiento en el futuro. El presupuesto es la guía del administrador donde planifica la cantidad de gastos y ventas necesarias para que la empresa mantenga su giro del negocio

Presupuesto de inversión: Está compuesto por la cantidad de recursos que serán necesarios para la puesta en marcha de un plan de acción. Se debe cumplir en un tiempo determinado y se debe expresar en valores

Activos fijos: La duración de la vida útil de los activos fijos depende del ciclo de explotación de la empresa

Las depreciaciones de los activos fijos se calcularán en base a los porcentajes determinados del art 28 del arreglo para la aplicación de la ley orgánica del régimen tributario interno.

Costo de capital: El costo de capital es el rendimiento que una empresa debe obtener sobre las inversiones que ha realizado con el claro objetivo de que esta manera pueda mantener, de forma inalterable, su valor en el mercado financiero.

Evaluación financiera: El proceso de evaluación consiste en justificar la inversión por efecto de los resultados que se esperan obtener al confrontar los gastos con los ingresos y se orienta a determinar la rentabilidad de la inversión.

Valor actual neto: Es el indicador que permitirá determinar la viabilidad de un proyecto. Si el VAN es positivo, se acepta el proyecto, si el VAN es negativo, no se acepta el proyecto.

Tasa interna de retorno: Es un plan de rendimiento futuros esperados de dicha inversión y que implica una oportunidad para reinvertir.

Relación beneficio / costo: Permite determinar si los beneficios del proyecto son mayores que sus costos, si el resultado es mayor a uno se acepta el proyecto, si el resultado es menor o igual a uno, se debe rechazar el proyecto.

2.3 MARCO LEGAL

2.3.1 PROCESO PARA CONSTITUIR LA EMPRESA

2.3.1.1 SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS.

Se selecciona el nombre de la compañía, y se confirma si está ocupado o libre para reservarlo en un plazo de 30 días, si se necesita se puede ampliar este plazo haciendo una petición expresa de más tiempo. Después se tiene que acercarse a cualquier banco para abrir una Cuenta de Integración de Capital, con un mínimo de 200 dólares para cualquier tipo de negocio (El Emprendedor, 2012).

2.3.1.2 CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA

La escritura de constitución de la compañía lo debe redactar un abogado, por su alto contenido de información detallada. Luego de eso, tiene que ser elevado a instrumento público para que sea inscrito en una notaría (El Emprendedor, 2012).

2.3.1.3 REGISTRO MERCATIL

Cuando ya esté aprobada la Constitución de la Compañía esta debe ser ingresada a la Súper Intendencia de Compañías, que la revisará mediante su departamento jurídico. En caso de que exista algún error, será devuelta para realizar las correcciones correspondientes. De ser aprobado, el documento debe pasar al Registro Mercantil junto a una carta en la que se especifique el nombre del representante legal de la empresa. Al momento de estar inscrita en esta dependencia la compañía ya habrá nacido legalmente (El Emprendedor, 2012).

2.3.1.4 SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS

Una vez inscrita la constitución de la compañía en el Registro Mercantil los papeles deben regresar a la Súper Intendencia de Compañías, para que la inscriban en su libro de registro (El Emprendedor, 2012).

2.3.1.5 REGISTRO UNICO DE COMTRIBUYENTES

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos (SRI).

Es así que se propone constituir una Compañía en Sociedad Anónima, integrada por DANIEL ATILIO SORNOZA CARPIO; MIGUEL ALEJANDRO COBO DURAN como socios igualitarios, aportando un capital inicial de tres mil dólares cada uno.

Grafico 5: Requisitos del Ruc

Requisitos:

PERSONAS NATURALES

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

SOCIEDADES

- Formulario 01A y 01B
- Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención
- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

Procedimiento:

El contribuyente se acerca a cualquier ventanillas de atención al contribuyente del Servicio de Rentas Internas a nivel nacional portando los requisitos antes mencionados e inscribe el Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Costo:

Sin costo directo para el contribuyente

Fuente: <http://www.sri.gob.ec/web/10138/219>

2.3.2 LEY ORGÁNICA DE SALUD

El congreso nacional

Considerando: Que es obligación constitucional del Estado el derecho a la salud; Que es deber del Estado velar por la calidad, seguridad y eficacia de los medicamentos, así como procurar que lleguen a la población a bajo costo. Que es indispensable establecer los mecanismos de protección real y eficaz al consumidor para impedir abusos. Que el Estado debe promover el desarrollo de un mercado de medicamentos genéricos así como su promoción en la población ecuatoriana. Que debe establecerse en el país un mecanismo seguro para la concesión de los certificados de homologación del registro sanitario de medicamentos genéricos drogas, insumos o dispositivos médicos producidos en el exterior; y,

En ejercicio de sus atribuciones constitucionales expide Los artículos que pueden ser visualizados en los anexos (Ministerio de Salud Pública, 2006).

2.4 VARIABLES DE LA INVESTIGACION

2.4.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

Plan de negocios.

2.4.2 VARIABLE DEPENDIENTE

Creación de una empresa dedicada a la distribución de medicina homeopática

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 METODOLOGÍA

Es el conocimiento del método, mientras que el método es la sucesión de pasos que se deben dar para descubrir conocimientos, la metodología es el conocimiento de esos pasos.

Método Analítico.- Es el método que separa los elementos de un fenómeno y los revisa ordenadamente cada uno de ellos por separado.

Este método se empleará para analizar cada una de las preguntas planteadas en el cuestionario y establecer conclusiones del estudio realizado.

Método científico.- Son una serie de pasos sistemáticos e instrumentos que nos lleva a un conocimiento científico. Estos pasos nos permiten llevar a cabo una investigación. Es concebido como una receta aplicada a cualquier problema, trabajan de acuerdo a reglas generales, que a través de la experiencia han demostrado ser útiles.

Se emplea en el desarrollo del presente trabajo, desde su inicio hasta el final, recaba la información que se convierte en conocimientos necesarios para cumplir con los objetivos planteados y que sirven como herramienta para la correcta toma de decisiones por parte de los directivos.

Método inductivo.- Este método plantea establecer enunciados universales a ciertos a partir de la experiencia, esto es, ir de lo específico a lo general ascendiendo desde la observación de los fenómenos o hechos de la realidad a la ley universal que los contiene.

El método inductivo que seleccionamos es el incompleto ya que se recurrió a tomar una muestra representativa al tener un elemento de estudio casi infinito para establecer criterios a los que se llegara después de analizar la información obtenida.

3.1.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.1.1.1 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

La investigación descriptiva, también conocida como la investigación estadística, describe los datos y este debe tener un impacto en las vidas de la gente que le rodea.

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

Este trabajo de investigación utilizará como aspecto metodológico las técnicas para la recolección de información, el tratamiento de la información; mediante la observación, las entrevistas, las encuestas, así mismo se obtendrá la muestra para obtener resultados eficaces.

3.1.1.2 INVESTIGACIÓN CONCLUYENTE

La investigación concluyente suministra información que ayuda al gerente a evaluar y seleccionar un curso de acción. Se caracteriza por procedimientos formales de investigación. Esto comprende los objetivos de la investigación y necesidades de información claramente definidos.

El tipo de investigación concluyente nos servirá a la empresa para que tome decisiones acerca del tema de investigación que es un plan de negocios para la creación de una empresa comercializadora de productos homeopáticos.

Los posibles enfoques de investigación incluyen encuestas, Experimentos, observaciones y simulación.

3.1.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo presenta un enfoque cuantitativo que utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar las hipótesis previamente hechas, confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población (Universidad de las Américas Puebla).

Asimismo, tiene un enfoque cualitativo, ya que recolecto datos sin medición numérica por medio de la observación y las entrevistas no estructuradas realizadas a médicos homeópatas y a los usuarios de la medicina en general.

3.1.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

La técnica es indispensable en el proceso de la investigación, ya que integra la estructura que organiza la investigación.

Técnica Documental.- Permite la recopilación de información para enunciar las teorías que sustentan el estudio de los fenómenos y procesos. Incluye el uso de instrumentos definidos según la fuente documental a que hacen referencia (Santil).

Técnica de campo.- Permite la observación con objeto de estudio en contacto directo, y los testimonios que permitan confrontar la teoría con la práctica en búsqueda de la verdad objetiva (Santil).

Las técnicas de investigación permiten diferentes procedimientos que permiten que se detallen a continuación:

La entrevista: Es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se

investiga, los resultados dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes de la misma (Ramos).

La entrevista que se realizará será de tipo no estructurada como una conversación normal para obtener información sobre la marcha sin una guía.

La encuesta: Es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión y la valoración de una muestra sobre un tema determinado y de interés para el investigador (Ramos)

La técnica de investigación que se utilizara en el presente estudio es la encuesta personal, en los alrededores de la Cdla Samanes VI, orientado a tener información de los posibles clientes potenciales.

El formato de encuesta se podrá visualizar en los anexos.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

Población.- la población identificada como universo comprende la población económicamente activa de la Ciudad de Guayaquil en el sector de Samanes basados en las estadísticas elaboradas por la ESPOL el número de habitantes es de 12,525 (ESPOL, 2011).

Muestra.- Es una parte de la población o un conjunto de unidades, que es obtenida mediante un proceso con el objetivo de investigar las propiedades de la población o conjunto original.

Tamaño de la muestra

En el presente trabajo se utilizara el muestreo estratificado, con el principal objetivo de lograr un mejor grado de representatividad en la muestra, disminuyendo las posibilidades de error.

Cálculo de la muestra

Para el cálculo del tamaño de la muestra se va a utilizar la formula universal:

$$n = \frac{z^2 Npq}{e^2(N - 1) + z^2 pq}$$

Dónde:

n =? (Tamaño de la muestra)

N= 12,525 (Población)

z = 1.96 (nivel de confianza)

e = 0.05 (nivel de error)

p = 0.90 (Probabilidad de éxito)

q = 0.10 (Probabilidad de fracaso)

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50)(12,525)}{(0.05)^2(12,525 - 1) + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

n = 373 encuestas.

3.3 PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

3.3.1 RESULTADOS DE ENTREVISTAS

Se entrevistó al Dr. José Miguel Delpino Jaramillo y a la Dra. Amparo Nathaly Galeano especialistas en medicina tradicional, es crucial conocer su postura ante la aparición de esta nueva forma de medicina basada en un método terapéutico que consiste en dar al enfermo, como medicamento, y a dosis muy bajas, la sustancia provocaría los mismos síntomas (o una enfermedad semejante) en un sujeto sano a dosis altas.

Grafico 6: Dr. José Miguel Delpino



“El doctor José Miguel Delpino declaró conocer la Medicina Homeopática y sus beneficios”.
(J. Delpino, comunicación personal).

1. ¿Por qué ejerce la medicina tradicional?

Toda mi formación profesional se ha basado en la medicina alopática, que significa proporcionar lo contrario a la sintomatología del paciente.

La practico porque está demostrado científicamente su aporte, y la evidencia de curación en muchas patologías.

2. ¿Cuánto tiempo tiene de ejercer como Medico?

Dos años

3. ¿Cuál es su especialidad médica?

Médico General

4. ¿La medicina tradicional está en crisis?

Al hablar de medicina tradicional, se está mencionando la medicina ancestral, no podría decir si se encuentra en crisis porque no tengo un registro del porcentaje de personas que la practicaban antes y ahora, pero si puedo afirmar que cada vez es menos el uso de este tipo de medicinas alternativas debido al surgimiento de la tecnología, el avance y culturalización de los pueblos.

5. Según su experiencia ¿Qué porcentaje de personas confía en la medicina homeopática?

Dentro del universo de pacientes que he atendido, puedo concluir que alrededor de un 30 % usa o ha usado algún tipo de tratamiento homeopático, de los cuales muchos de ellos afirman tener una gran mejoría.

6. ¿Qué lleva a las personas a las medicinas alternativas?

La gran mayoría busca medicinas alternativas porque la medicina alopática usa sustancias que tienen algún efecto benéfico en el cuerpo, pero a su vez algunos efectos adversos y no existe ningún medicamento libre de esto.

También es muy buscada en personas que sufren alguna enfermedad crónica y en enfermedades catastróficas donde la medicina no ofrece curación por la falta de avances en determinadas patologías, siempre llevado por el deseo del ser humano de seguir viviendo.

7. ¿Qué diferencias hay entre la medicina tradicional y las demás?

Definitivamente hay muchas diferencias desde muchos puntos de vista desde los tratamientos, abordajes terapéuticos, fármacos usados

Sin embargo la medicina tradicional es la más buscada por que es la que ofrece mayores garantías de curación.

8. ¿No será que hay una conspiración de la medicina tradicional contra las otras?

Definitivamente no, las personas (pacientes) son libres de tomar el tipo de terapia que más le garantice éxitos y curación

Creo que la medicina alternativa es un buen complemento a la medicina tradicional.

9. ¿Toda enfermedad se debe tratar con medicamentos?

No, definitivamente no toda patología debe ser tratada con medicamentos, lastimosamente vivimos en un mundo comercial y monetario donde esto prima más que la salud de las personas.

10. ¿Por qué la gente desconfía de la medicina convencional?

La medicina es una ciencia que no es exacta , donde hay muchos factores que pueden complicar un cuadro, en donde cada ser humano es un caso complejo, diferente y a la vez agregar el componente humano que puede cometer un error, esto puedo producir cierta desconfianza .

Grafico 7: Dra. Amparo Nathaly Galeano



“La doctora Amparo Nathaly Galeano declaró conocer la Medicina Homeopática y sus beneficios”. (A. Galeano, comunicación personal).

1. ¿Por qué ejerce la medicina tradicional?

La medicina tradicional es la más usada en nuestro medio. Está demostrado científicamente con sus resultados, al contrario de la medicina complementaria no tiene mucha acogida en nuestro país.

2. ¿Cuánto tiempo tiene de ejercer como Medico?

Cinco años

3. ¿Cuál es su especialidad médica?

Médico General

4. ¿La medicina tradicional está en crisis?

A mi parecer si se encuentra en crisis, por los avances tecnológicos y la falta de conocimiento de las nuevas generaciones de otras alternativas en medicina. Se ha ido perdiendo la medicina tradicional porque desafortunadamente en el sector salud, los programas institucionales han opacado a los médicos tradicionales, porque no les permiten ejercer como debe ser, todas las familias en las comunidades, tienen que ir al centro de salud para calificarlos que están cumpliendo con el programa, y en base a ello ya no utilizan la medicina tradicional porque forzosamente tienen que ir a la clínica a sus revisiones.

5. Según su experiencia ¿Qué porcentaje de personas confía en la medicina homeopática?

En mis años de experiencia y entre los pacientes que he atendido, puedo estimar que alrededor de un 20 % usa o ha usado algún tipo de tratamiento homeopático, de los cuales muchos de estos afirman tener una gran mejoría.

6. ¿Qué lleva a las personas a las medicinas alternativas?

Las personas que buscan esta alternativa comentan que la medicina tradicional muchas veces causa efectos secundarios. Curan por un tiempo la enfermedad por la que inicialmente acudieron a la medicina convencional y después aparece otro tipo de dolencia o enfermedad. Por esto buscan otras alternativas de curación, en estos casos las medicinas alternativas.

7. ¿Qué diferencias hay entre la medicina tradicional y las demás?

Son muchas las diferencias entre una y otra medicina, entre estas se encuentra los tipos de efectos que causan, además algunos tipos de medicinas son respaldadas por organismos científicos internacionales, los cuales inspiran más confianza en el paciente.

8. ¿No será que hay una conspiración de la medicina tradicional contra las otras?

No creo que haya algún tipo de conspiración, las personas escogen con qué tipo de medicina tratarse, nadie las obliga a tratarse con un tipo de medicina específico. Siempre los pacientes se tratan con un tipo de medicina que tenga una buena referencia de curación rápida.

9. ¿Toda enfermedad se debe tratar con medicamentos?

No siempre. Pero en la actualidad las personas tienen un concepto errado de la medicina, creen que mientras más caro sea el producto más rápido los va a curar. La medicina se ha vuelto un negocio lucrativo en las grandes corporaciones farmacéuticas, dejando de lado que existen varias alternativas de curación.

10. ¿Por qué la gente desconfía de la medicina convencional?

Actualmente los pacientes desconfían mucho de la medicina por el tema económico, creen que todo se basa en obtener una ganancia y no salvar una vida, que es el principio de la medicina en realidad.

Se entrevistó al Dr. Arturo Arroba Rizo y al Dr. Raúl X. Thoret Alemán especialistas en Medicina Homeopática que nos permitirá analizar sus testimonios del comportamiento de los pacientes enfocados hacia esta medicina.

Grafico 8: Dr. Arturo Arroba Rizzo



“El doctor Arturo Arroba Rizzo declaró ejercer la Medicina Homeopática y sus beneficios”.

(A. Arroba, comunicación personal).

1. ¿A partir de qué año la homeopatía empezó a tener auge?

A partir de los años 1980 en el Ecuador empezó a darse a conocer.

2. ¿Para qué sirve esta medicina?

Para curar y prevenir enfermedades, es un beneficio para el futuro que nos asegura estar sanos.

3. ¿En qué enfermedades es más seguro o confiable el tratamiento de productos homeopáticos?

Trata todo tipo de enfermedades, crónicas y agudas porque se centra en encontrar el origen de la enfermedad.

4. ¿Quiénes pueden practicarlas?

Médicos formados en universidades con postgrados o médicos cirujanos homeópatas.

5. ¿Cuáles son los tratamientos?

Naturales, nada de químicos o fármacos realizan un proceso para retirar lo tóxico y solo se deja el azúcar sana de los mismos.

6. ¿En qué se diferencian médicos homeópatas de los alópatas?

Los alópatas buscan lo contrario al síntoma para buscar su cura y tratarlo, mientras que los médicos homeopáticos investigan el similar de la enfermedad para contrarrestar el síntoma.

7. ¿Cuánto es el tiempo promedio y el costo de una consulta Homeopática?

Normalmente atiendo un promedio de 24 pacientes al día, cada una de las consultas demora 20 minutos aproximadamente y tienen un costo de 15 dólares americanos.

8. ¿Cuánto es el costo promedio de los productos homeopáticos y el promedio de su venta diaria?

En base a mi experiencia en la rama de la medicina homeopática cada uno de mis pacientes se le receta al menos de 3 a 5 productos por consulta. Tomando en consideración que el costo promedio de un producto homeopático es de 20 dólares americanos.

9. ¿Cómo preparan los medicamentos?

La fuente son los reinos de la naturaleza reinos animal, vegetal y mineral porque son medicamentos totalmente naturales.

10. ¿Cuándo es recomendable asistir a un médico homeópata?

Siempre que el paciente tenga una cultura de mantenerse sano se recomienda se lo realice como prevención.

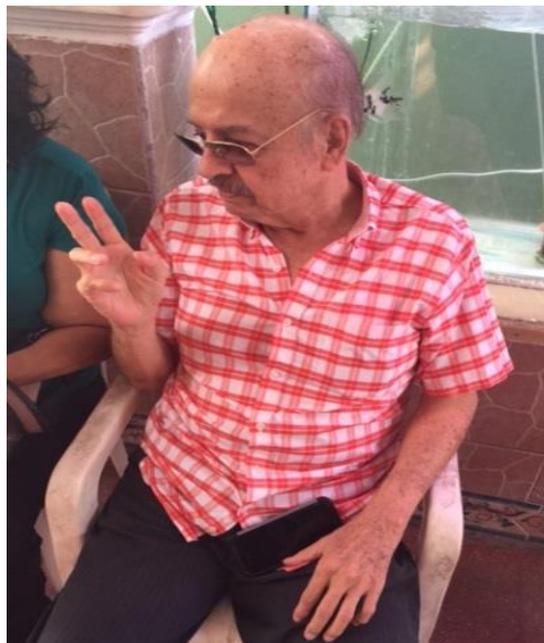
11. ¿Cómo se realiza seguimiento al paciente?

En la medicina homeopática ortodoxa se lo realiza por medio de un solo tratamiento en un solo medicamento.

12. ¿Cuánto puede durar un tratamiento?

Todo se maneja dosis / respuesta no es exacto el tiempo de reacción del tratamiento, son individuales un caso diferente para cada paciente.

Grafico 9: Dr. Raúl X. Thoret Alemán



“El doctor Raúl X. Thoret Alemán declaró ejercer la Medicina Homeopática y sus beneficios”. (R. Thoret, comunicación personal).

1. ¿A partir de qué año la homeopatía empezó a tener auge?

En el Ecuador la homeopatía empezó a darse a conocer a partir del año 1990 como una ciencia que se oficializo `para comercializarse.

2. ¿Para qué sirve esta medicina?

Básicamente para prevenir síntomas y enfermedades en pacientes, se recomienda usarla desde que la mujer está embarazada para asegurar la salud de las personas.

3. ¿En qué enfermedades es más seguro o confiable el tratamiento de productos homeopáticos?

Las más conocidas son el cáncer y la glaucoma por los efectos de mejora en los pacientes, no se comprueba una cura por completo.

4. ¿Quiénes pueden practicarlas?

Las personas con un estudio de al menos 3 años de especialización en institutos reconocidos en el país o el exterior, se recomienda sean especialistas en otras ramas de la medicina.

5. ¿Cuáles son los tratamientos?

Uno de los primeros tratamientos la quinida para el paludismo.

6. ¿En qué se diferencian médicos homeópatas de los alópatas?

Los homeópatas siempre estudian lo semejante, son formulas con sustancias activas en cantidades mínimas que tomadas en dosis excesivas causan síntomas semejantes que la enfermedad del paciente; la alopáticas busca prevenir, curar y tratar las enfermedades mediante formulas diferentes.

7. ¿Cuánto es el tiempo promedio y el costo de una consulta Homeopática?

Mis consultas tardan entre 20 y 25 minutos, y tienen un costo de 20 dólares.

8. ¿Cuánto es el costo promedio de los productos homeopáticos y el promedio de su venta diaria?

Dentro de los casos de mis pacientes los tratamientos más recetados están asociados con el cáncer, el promedio del costo de una receta es de 60 dólares por 3 productos homeopáticos.

9. ¿Cómo preparan los medicamentos?

Los minerales homeopatizan las sustancias. Azufre o ácido nítrico. Para una sustancia convertirse en homeopatía necesita dilución.

10. ¿Cuándo es recomendable asistir a un médico homeópata?

En el momento que el paciente lo encuentre permitente ya que el mismo es preventivo y curativo en enfermedades avanzadas o agudas.

11. ¿Cómo se realiza seguimiento al paciente?

El seguimiento se realiza mediante diagnósticos programados en base a la medicina entregada al paciente.

12. ¿Cuánto puede durar un tratamiento?

El tratamiento tarda según el paciente ellos se considera universos independientes y cada caso es único. Todo se lo define según la respuesta del organismo del paciente hacia la enfermedad.

3.3.1.1 CONCLUSIÓN ENTREVISTAS

En base a las entrevistas realizadas a los medios generales conocemos que los pacientes buscan otras alternativas de curación, en estos casos la medicina homeopática, afirman que las personas que buscan esta alternativa comentan que la medicina tradicional muchas veces causa efectos secundarios. Curan por un tiempo la enfermedad por la que

inicialmente acudieron a la medicina convencional y después aparece otro tipo de dolencia. Ellos estiman que entre un 20% y 30% de sus pacientes han utilizado medicina homeopática afirmando que han tenido una gran mejoría.

De la información obtenida en base a las entrevista a los médicos homeópatas tenemos como resultado que nuestros cliente potenciales son pacientes que reciban tratamiento curativos en enfermedades agudas, pero a su vez también está dirigido a pacientes que deseen recibir tratamientos preventivos, esto aumenta nuestro nicho de mercado, ya que no solo se venderán nuestros productos a personas con enfermedades diagnosticadas, si no a personas que quieran prevenir dichas enfermedades a futuro, como por ejemplo las mujeres en estado de gestación. Adicional se consultó a los médicos homeópatas el tiempo promedio y el costo de las consultas, información relevante para el enfoque de nuestro plan de negocios, y obtuvimos como respuesta que estos atienden un promedio de 24 pacientes al día con un tiempo aproximado de 20 minutos por paciente.

3.3.2 RESULTADOS DE ENCUESTAS

Las encuestas dirigidas a 373 adultos residentes en la Ciudad de Guayaquil residentes en los alrededores de la ciudadela Samanes tuvieron el objetivo de tratar de aclarar la aceptación que tiene actualmente la medicina homeopática.

1.- ¿Conoce usted sobre la medicina homeopática?

Grafico 10: Conocimiento de la medicina homeopática.

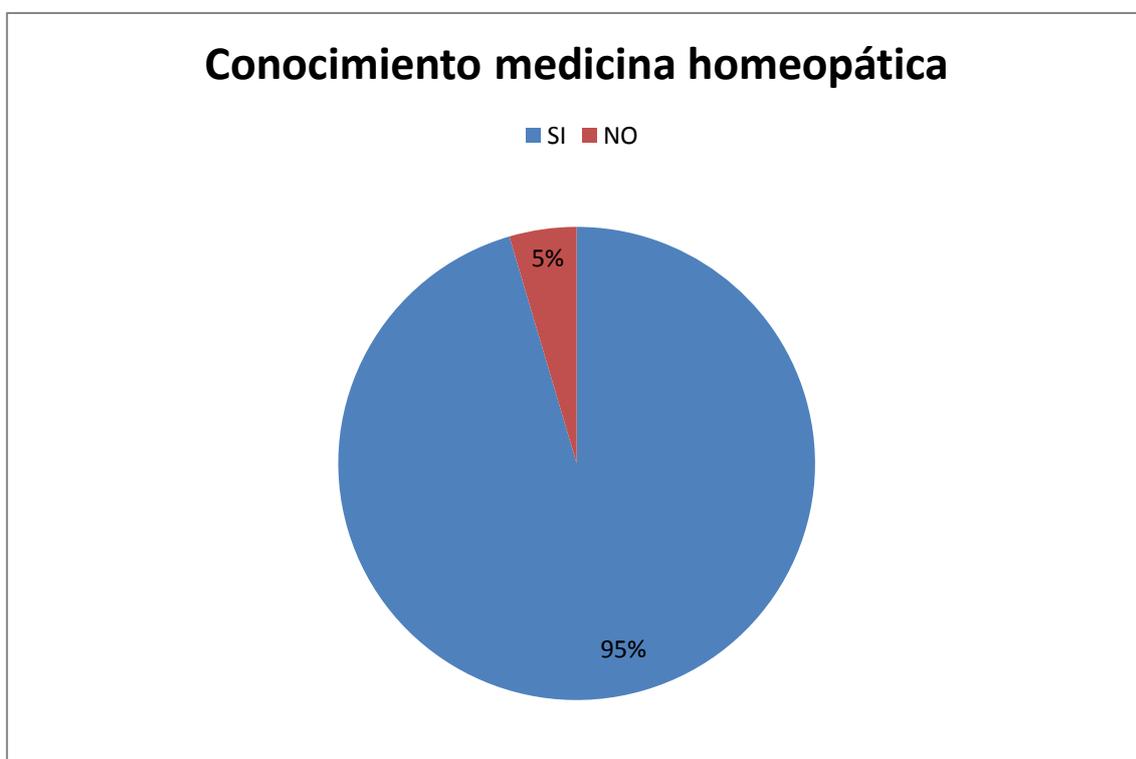


Tabla 1: Conocimiento de la medicina homeopática

DETALLES	DATOS	PORCENTAJE
SI	356	95%
NO	17	5%
TOTAL	373	100%

Elaboración: Los autores

La mayoría de las personas encuestadas en el sector de Samanes indican que conocen sobre la existencia de tratamientos Homeopáticos.

2.- ¿Donde usted adquirió información sobre la medicina Homeopática?

Grafico 11: Información medicina homeopática.

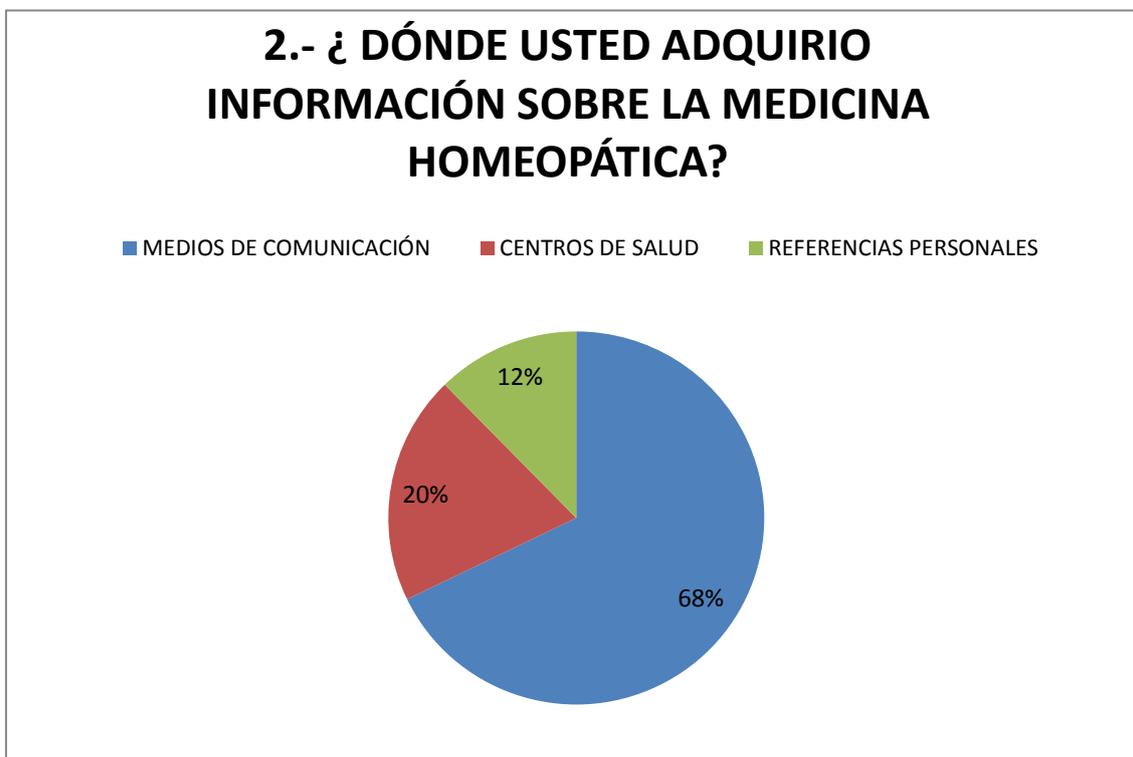


Tabla 2: Información medicina homeopática

DETALLES	DATOS	PORCENTAJE
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	253	68%
CENTROS DE SALUD	74	20%
REFERENCIAS PERSONALES	46	12%
TOTAL	373	100%

Elaboración: Los autores

La mayor parte de la población nos indicó que adquirió información de la medicina Homeopática por medios de comunicación y una mínima cantidad en centros de la salud. En similar proporción un poco menos de la quinta parte la obtuvo de referencias personales.

3.- ¿Qué cree usted que es la medicina homeopática?

Grafico 12: Que cree usted que es la medicina homeopática?

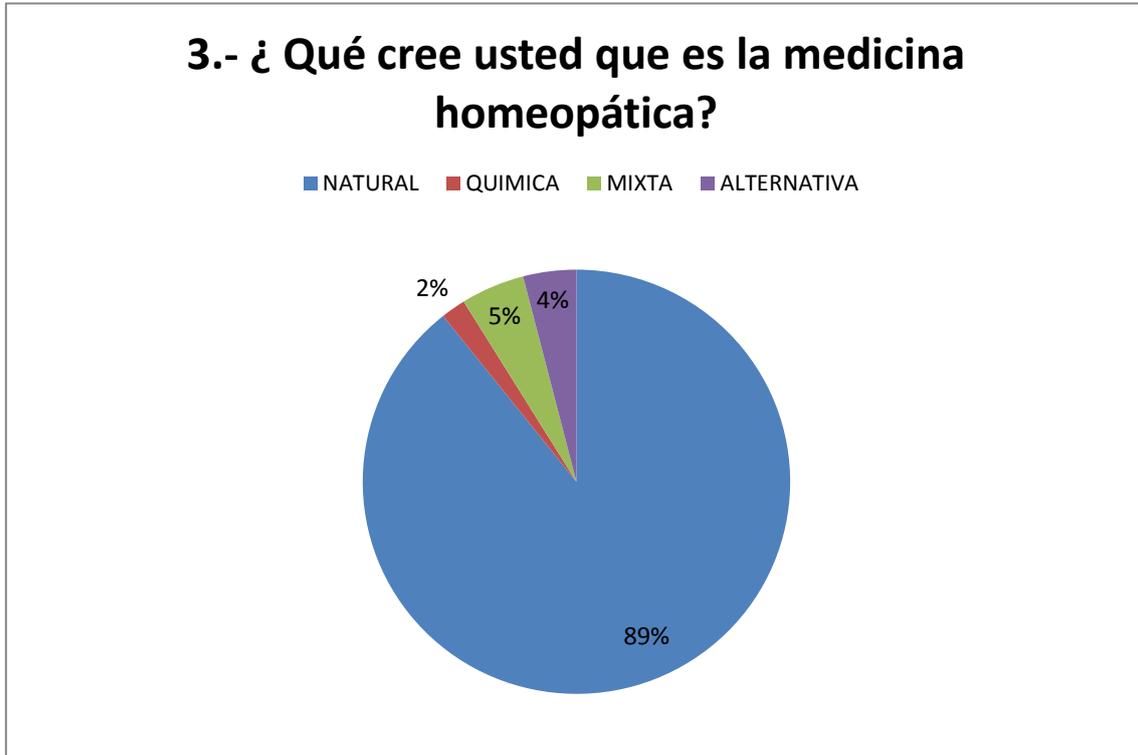


Tabla 3: Que cree usted que es la medicina homeopática?

DETALLES	DATOS	PORCENTAJE
NATURAL	333	89%
QUÍMICA	7	2%
MIXTA	18	5%
ALTERNATIVA	15	4%
TOTAL	373	100%

Elaboración: Los autores

Un poco más de la décima parte opino que lo que ellos creen que es la medicina Homeopática es la medicina química, mixta o alternativa y la mayor cantidad de personas expresaron que consideran que es la medicina natural.

4.- ¿Ha utilizado medicamentos Homeopáticos?

Grafico 13: Ha utilizado medicamentos homeopáticos?

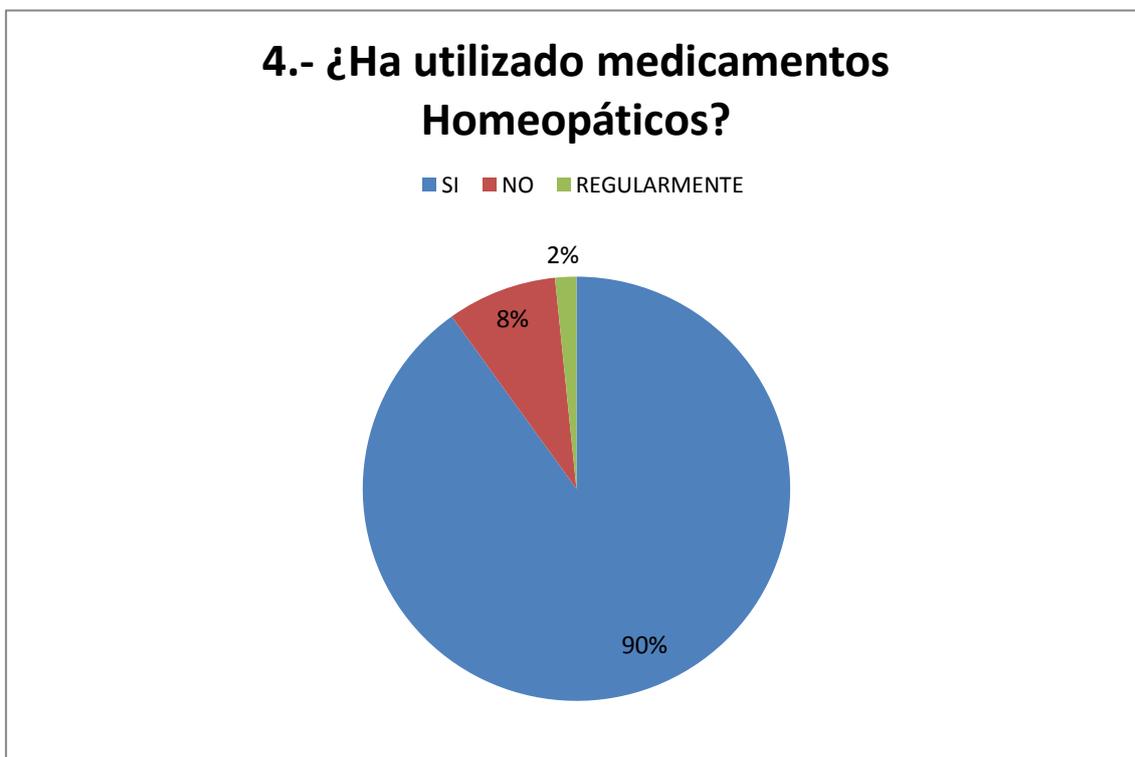


Tabla 4: Ha utilizado medicamentos homeopáticos?

DETALLES	DATOS	PORCENTAJE
SI	336	90%
NO	31	8%
REGULARMENTE	6	2%
TOTAL	373	100%

Elaboración: Los autores

La mayoría de personas que conocen de la medicina homeopática indican haberla utilizado solo un décima parte de la población no la ha utilizado hasta el momento.

5.- ¿Qué tipo de medicina utiliza en la actualidad?

Grafico 14: Medicina que usa en la actualidad.

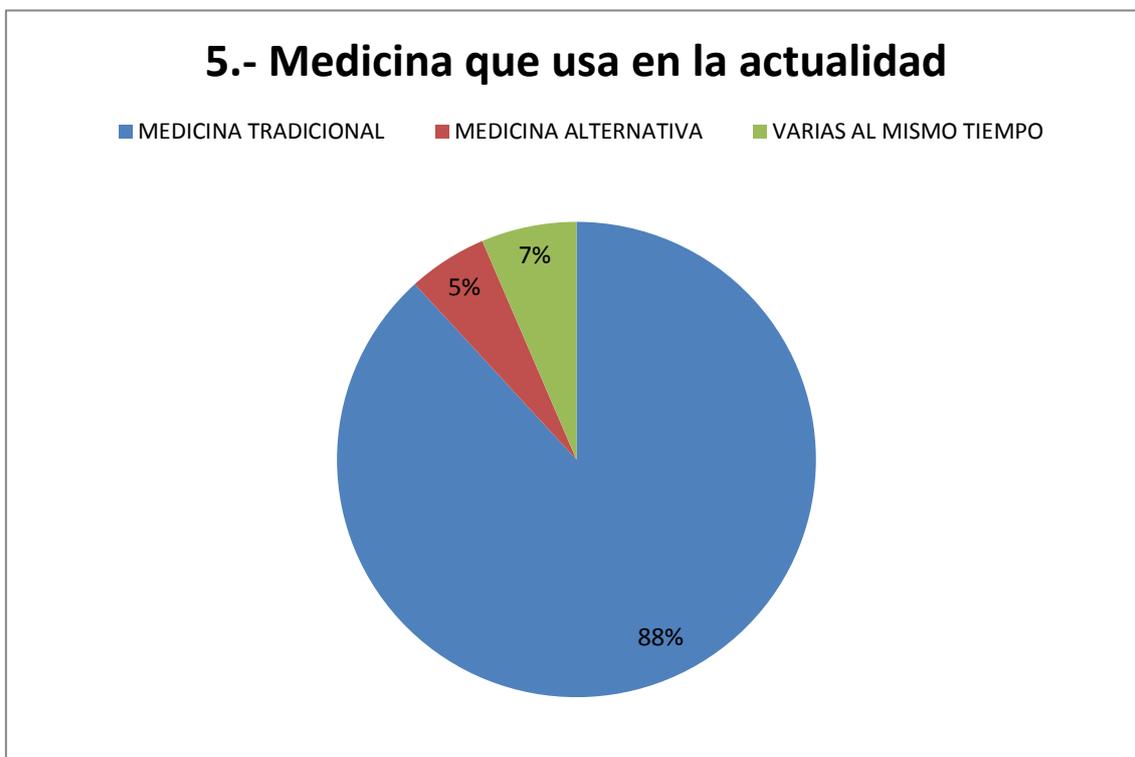


Tabla 5: Medicina que usa en la actualidad.

DETALLES	DATOS	PORCENTAJE
TRADICIONAL	329	88%
ALTERNATIVA	20	5%
VARIAS	24	6%
TOTAL	373	100%

Elaboración: Los autores

De las 373 personas encuestadas el 88% nos indicó que utiliza actualmente medicina tradicional, y una mínima cantidad utiliza medicina alternativa y varias medicinas en conjunto, este resultado nos permite identificar una oportunidad de negocio reforzando en una estrategia de marketing ya que el 90% de los encuestados han utilizado al menos una vez la medicina homeopática.

6.- ¿Sabía usted que los remedios homeopáticos son hechos a base de componentes naturales?

Grafico 15: Remedios homeopáticos tienen base de componentes naturales.

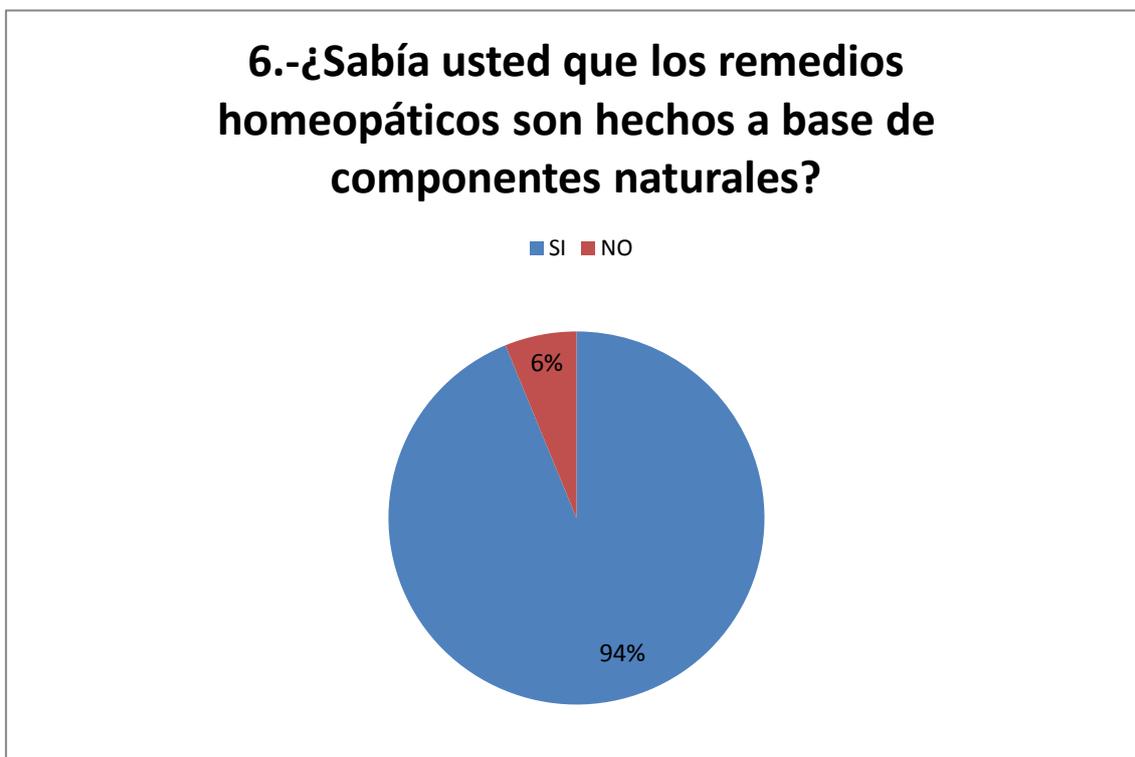


Tabla 6: Remedios homeopáticos tienen base de componentes naturales.

DETALLES	DATOS	PORCENTAJE
SI	350	94%
NO	23	6%
TOTAL	373	100%

Elaboración Los autores

Según se puede visualizar en gráficos anteriores, además de las manifestaciones verbales de la mayor parte de los encuestados indican que creen que la medicina homeopática es medicina natural.

7.- Usted ha recibido alguna vez un tratamiento con medicina homeopática?

Grafico 16: Ha recibido tratamiento con medicina homeopática?

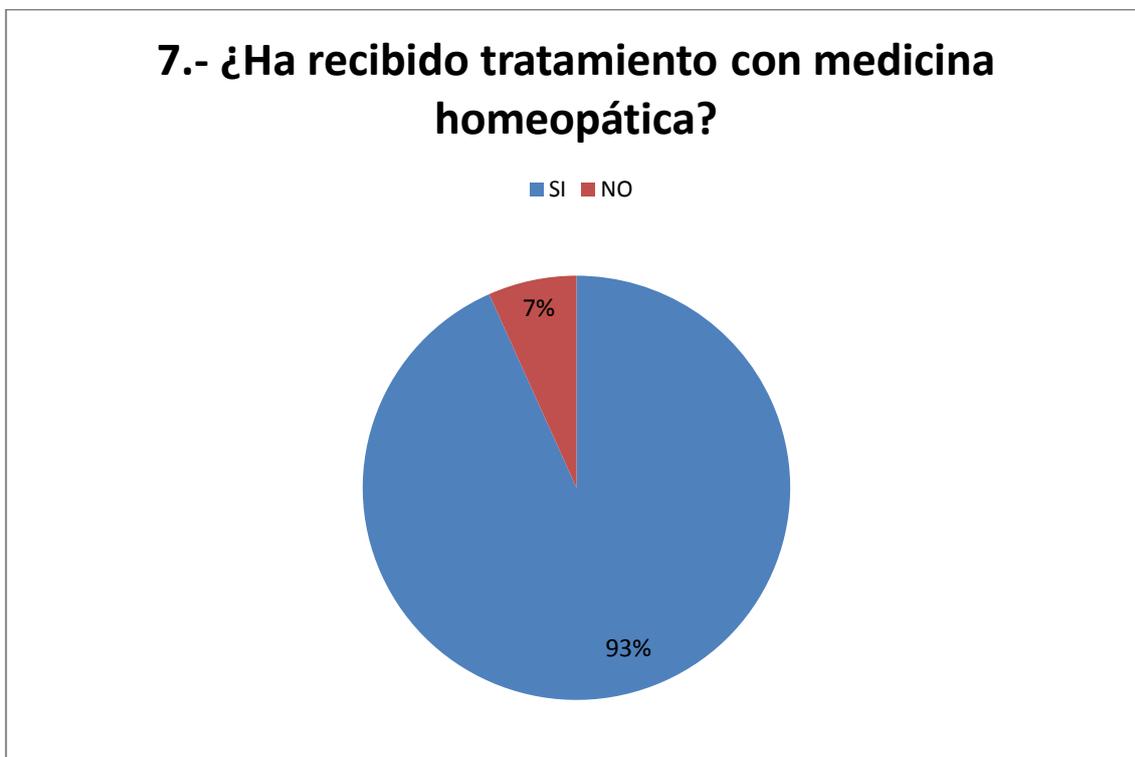


Tabla 7: Ha recibido tratamiento con medicina homeopática?

DETALLES	DATOS	PORCENTAJE
SI	348	93%
NO	25	7%
TOTAL	373	100%

Elaboración Los autores

Para objeto del estudio que se está realizando se considerarán las personas que afirmaron conocer información de la medicina homeopática, tomando como resultado que un 93% de la población posiblemente serían nuestros clientes potenciales.

8.- ¿Recomendaría un tratamiento con medicina homeopática?

Grafico 17: Recomendaría un tratamiento con medicina homeopática?

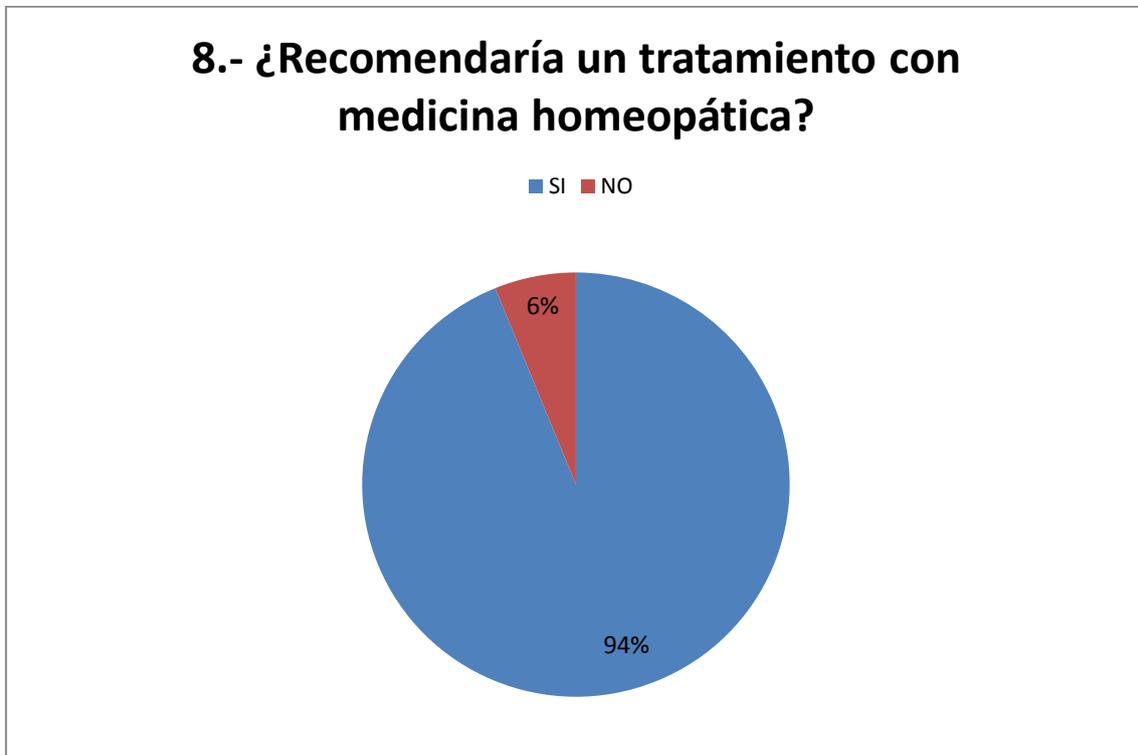


Tabla 8: Recomendaría un tratamiento con medicina homeopática?

DETALLES	DATOS	PORCENTAJE
SI	350	94%
NO	23	6%
TOTAL	373	100%

Elaboración Los autores

La mayor cantidad de personas indicaron que sustentarían un tratamiento de medicina homeopática al ser elaborados con productos naturales que no tienen gran cantidad de efectos secundarios como la medicina convencional.

9.- ¿Ha tenido alguna experiencia con familiar o conocido con tratamiento en medicina homeopática?

Grafico 18: Experiencia de familiar o conocido con tratamiento en medicina homeopática.

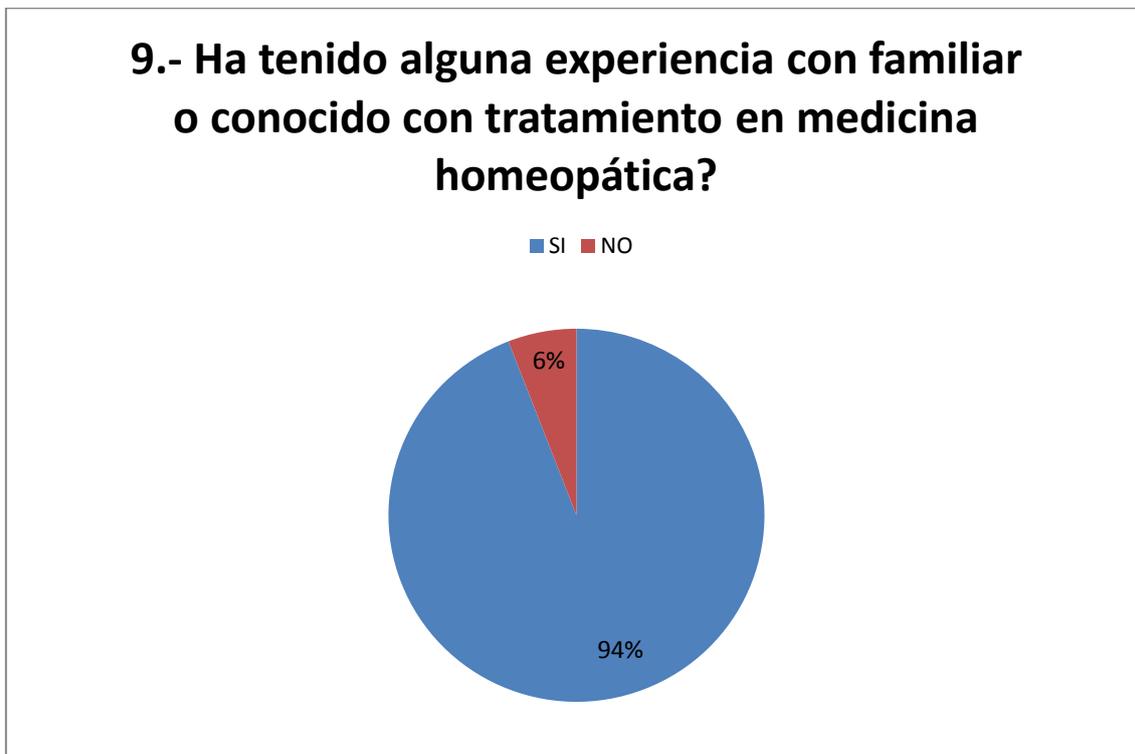


Tabla 9: Experiencia de familiar o conocido con tratamiento en medicina homeopática.

DETALLES	DATOS	PORCENTAJE
SI	351	94%
NO	22	6%
TOTAL	373	100%

Elaboración Los autores

El 94% de los encuestados expresaron que al menos un conocido o familiar les ha transmitido sus experiencias con la medicina homeopática para distintos tipos de enfermedades siendo la más común la gripe.

10.- ¿Es usted disciplinado con cualquier tratamiento médico?

Grafico 19: Es usted disciplinado con cualquier tratamiento médico?

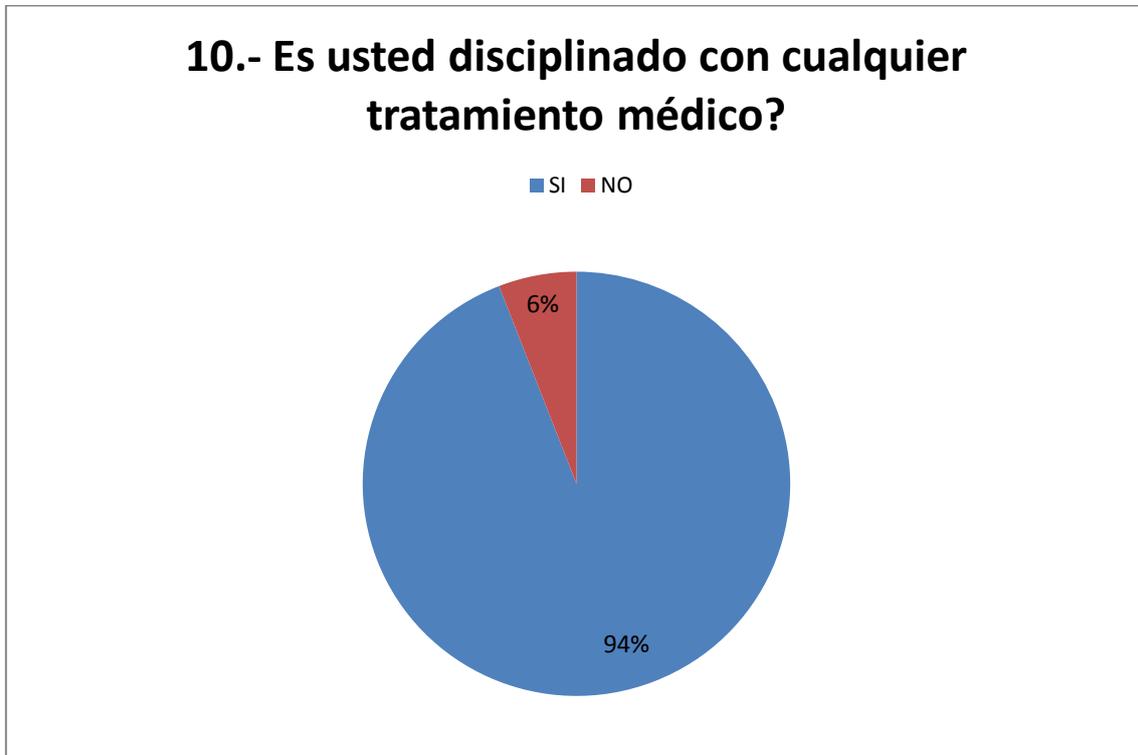


Tabla 10: Es usted disciplinado con cualquier tratamiento médico?

DETALLES	DATOS	PORCENTAJE
SI	351	94%
NO	22	6%
TOTAL	373	100%

Elaboración Los autores

Del total de personas encuestadas 351 nos expresaron que son cautelosos con sus tratamientos médicos, se consideran precavidos y consientes que la salud es primordial en los seres humanos.

11.- ¿Qué tipo de medicina alternativa usted conoce?

Grafico 20: Tipo de medicina alternativa que conoce.

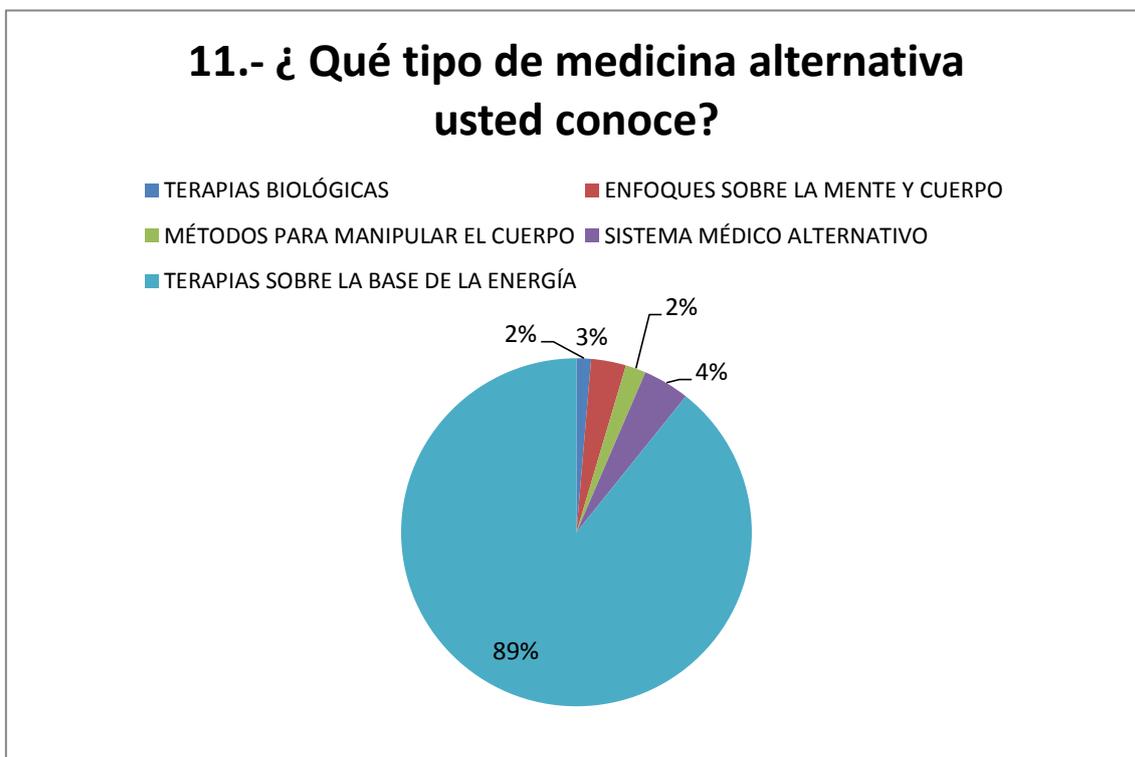


Tabla 11: Tipo de medicina alternativa que conoce.

DETALLES	DATOS	PORCENTAJE
TERAPIAS BIOLÓGICAS	5	1%
MENTE Y CUERPO	12	3%
MANIPULAR CUERPO	7	2%
MÉDICO ALTERNATIVO	16	4%
BASE ENERGÍA	333	89%
TOTAL	373	100%

Elaboración Los autores

De las experiencias por uso de medicina homeopáticas evidenciadas en preguntas anteriores solo una décima partes repartida en partes similares ha utilizado la medicina en base a terapias biológicas, terapias de mente y cuerpo, manipulación del cuerpo o medico alternativas, el 89% considera que han usado más la base en la energía.

12.- ¿Usted tuvo un resultado positivo con un tratamiento homeopático?

Grafico 21: Usted tuvo un resultado positivo con un tratamiento homeopático?

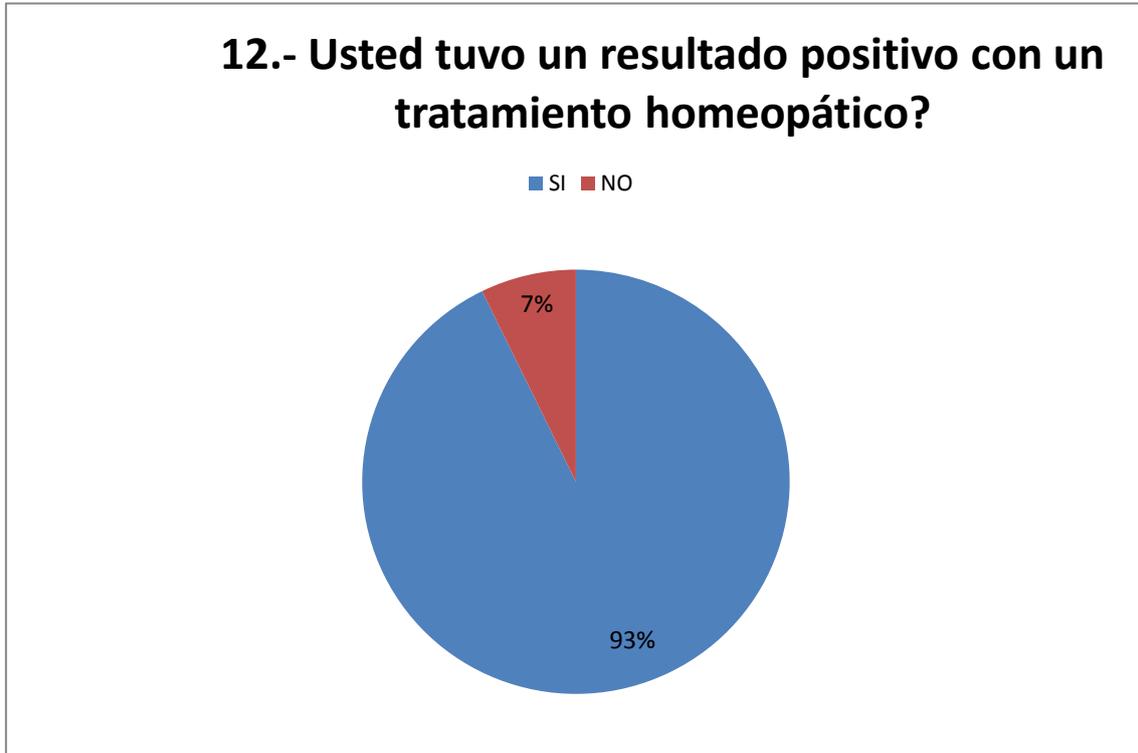


Tabla 12: Usted tuvo un resultado positivo con un tratamiento homeopático?

DETALLES	DATOS	PORCENTAJE
SI	346	93%
NO	27	7%
TOTAL	373	100%

Elaboración Los autores

Las personas que expresaron haber probado la medicina homeopática enfatizaron que lo usaron posterior a probar la medicina tradicional donde no apreciaron resultados inmediatos a su enfermedad, por lo tanto el 93% que la usaron se refirieron a una medicina homeopática eficiente por los óptimos resultados en su mejoría.

13.- ¿Conoce algún centro de medicina homeopática dentro de la ciudad de Guayaquil?

Grafico 22: Conoce centros de medicina homeopática dentro de la ciudad de Guayaquil?

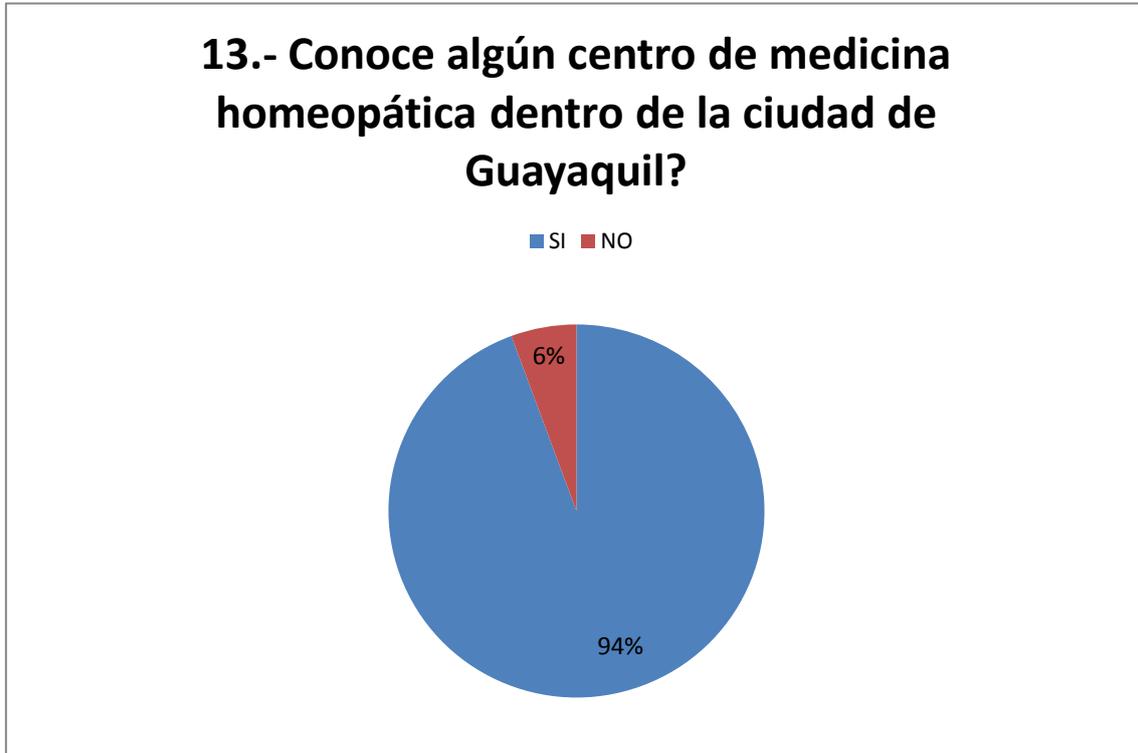


Tabla 13: Conoce centros de medicina homeopática dentro de la ciudad de Guayaquil?

DETALLES	DATOS	PORCENTAJE
SI	352	94%
NO	21	6%
TOTAL	373	100%

Elaboración Los autores

En el área de Samanes el 94% de los encuestados indico conocer al menos un establecimiento de medicina homeopática o un médico especialista que expenda la misma.

3.3.2.1 CONCLUSIÓN ENCUESTAS

Después de haber realizado el estudio de mercado en la ciudad de Guayaquil sector Samanes, se puede elaborar la siguiente conclusión:

La mayoría de las personas encuestadas indicaron tener conocimiento de la medicina homeopática, la tercera parte de la población reveló a ver adquirido la información por medios de comunicación, sin embargo en la actualidad una mínima parte está utilizando actualmente tratamientos con medicina alternativa, a pesar de habernos expresado que consideran que la medicina homeopática está hecha a base de componentes naturales. Las personas que dijeron conocer la medicina homeopática al menos una vez han escuchado alguna experiencia de un familiar, conocido o experimentado personalmente con la misma, indicando que recomendarían utilizar un tratamiento de medicina homeopática posterior a tener un resultado positivo.

CAPÍTULO IV: PROPUESTA

4.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Empresa dedicada a la comercialización de productos derivados de la naturaleza conocidos como medicina homeopática.

4.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Productos para regulación fisiológica:

- GUNA Calming (Kit): Ansiedad, nerviosismo, patrones de sueño, estrés, anti-edad. El kit se compone de GUNA Mood, GUNA Sleep y GUNA Antiage Stress.

- GUNA Detox-3 (Kit): Regulación intestinal, renal y hepática; desintoxicación digestiva, renal y hepática. El kit se compone de GUNA Bowel, GUNA Kidney y GUNA Liver.

- GUNA DTX (Kit): Anti-edad, antioxidante, circulación, Sistema linfático. El kit se compone de GUNA Matrix, GUNA Cell y GUNA Lympho.

- GUNA Allergy-Treat (gotas 30 ml): Rinitis alérgica, asma alérgica, rinoconjuntivitis alérgica.

- GUNA Arthro (gotas 30 ml): “Artrosis, artritis, dolores musculares, dolores articulares. Procesos osteoarticulares degenerativos de articulaciones pequeñas y grandes: Gonartrosis; coxartrosis; espondilartrosis; y poliartrosis” (Naturpharma, pág. 1)

- GUNA Bowel (gotas 30 ml): Estreñimiento, regulador intestinal, sistema digestivo.

- GUNA Cell (gotas 30 ml): Debilitamiento, envejecimiento, regulador del metabolismo.

- GUNA Fem (gotas 30 ml): Regulación ciclo menstrual, rendimiento sexual, mal humor, estrés en las mujeres.

- GUNA Flam (gotas 30 ml): Inflamaciones.
- GUNA Geriatrics (gotas 30 ml): Concentración, memoria, Alzheimer.
- GUNA Kidney (gotas 30 ml): Sistema urinario y renal.
- GUNA Lympho (gotas 30 ml): Sistema linfático.
- GUNA Male (gotas 30 ml): Andropausia, impotencia, mal humor, estrés en los

hombres.

- GUNA Matrix (gotas 30 ml): Desintoxica y drena la matrix extracelular.
- GUNA Mood (gotas 30 ml): Depresión, trastornos alimentarios, menopausia.
- GUNA Prostate (gotas 30 ml): Sistema prostático.
- GUNA Sleep (gotas 30 ml): Problemas de sueño.
- GUNA Trauma (gotas 30 ml): Traumas musculares, golpes, heridas, hematomas, etc.
- GUNA SinusNose (Spray 30 ml): Sinusitis y derivados.
- GUNA Anti Age Stress (Glóbulos): Estrés, insomnio y derivados.
- GUNA Citomix (Glóbulos): Sistema inmunológico, problemas con la piel.
- GUNA Flu (Glóbulos): Gripe y síntomas de esta.
- GUNA Liver (Glóbulos): Problemas hepáticos.
- GUNA Stomach (Glóbulos): Gastritis y derivados.

Productos para terapia del dolor:

- GUNA Ischial (ampollas 2 ml): Ciática.
- GUNA Lumbar (amp 2 ml): Zona lumbar.
- GUNA Muscle (amp 2 ml): Músculo.
- GUNA Neck (amp 2 ml): Cuello.
- GUNA Neural (amp 2 ml): Nervios periféricos.
- SIMILDIET Condrotrofin (amp 2 ml): Artrosis, articulaciones, procesos reumáticos y

traumáticos.

- Biofreeze (Gel 4-16 oz, Spray 4-16oz, sachet 5 gr, roll on 3 oz): Dolores musculares, torceduras, esguinces.

- Wobenzym N (100 – 800 grageas): Procesos inflamatorios crónicos.

Productos fitoterapéuticos:

- Rowachol (50 cap): Desórdenes hepatobiliares, cálculos vesiculares.

- Rowatinex (50 cap): Desórdenes del tracto renal y urinario, cálculos renales.

Productos de enzimas:

- Wobenzym N (100 – 800 grageas).

Productos para deporte:

- Biofreeze, Wobenzym N y SIMILDIET ampollas.

Productos de estética:

- GUNA Colágeno (Amp 2 ml): Tratamiento antiarrugas, líneas de expresión.

- GUNA Made (Amp 2 ml): Líneas de expresión.

- GUNA Omeofórmula 1 (Amp 2 ml): Adiposidad localizada.

- GUNA Omeofórmula 2 (Amp 2 ml): Celulitis.

- GUNA Omeofórmula 3 (Amp 2 ml): Tonificador muscular.

- GUNA Natur 3 (75 gr): Reafirmante del busto.

- GUNA Natur 4 (75 gr): Crema para cara y cuerpo.

- GUNA Natur 5 (75 gr): Crema para várices, circulación.

- SIMILDIET Basic Face Antiaging (amp 5 ml): Rejuvenecimiento facial.

- SIMILDIET Lipotrofin (amp 2 ml): Celulitis con componente graso.

- SIMILDIET Metabolites (amp 2 ml): celulitis, obesidad.

- SIMILDIET Muscle Big (amp 2 ml): Traumatología, gerontología y medicina deportiva.

Productos probióticos:

- LACTOBACT Restore (10 cap): Restablece la flora intestinal, diarrea, colitis y derivados.

4.3 MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS Y METAS

Misión

La misión de *HOMMED* es ser la mejor alternativa en medicamentos homeopáticos, ofreciendo a sus clientes productos con la mayor calidad, contando con un equipo humano comprometido y siempre cerca del cliente para lograr que los consumidores obtengan resultados superiores a los tradicionales.

Visión

En 5 años llegar a ser una de las compañías más reconocidas y competitivas por su dinamismo al ofrecer medicamentos homeopáticos que superen las expectativas de los clientes y consumidores de los distintos mercados.

Objetivos

Crear una empresa en Ecuador que comercialice productos homeopáticos de calidad con el compromiso de servirles a los usuarios en todo lo relacionado con salud.

Metas

Convertir los contactos en clientes en los próximos 12 meses, para aumentar la rentabilidad y productividad.

Mantener la calidad total de los productos, considerando al talento humano como el recurso más importante, manteniendo programas de capacitación orientados a la calidad, el mejoramiento continuo y concientización sobre la competencia en el mercado.

4.4 ANÁLISIS FODA

Fortalezas

La ubicación de la comercializadora HOMMED está pensada en el consumidor, en un lugar periférico con todas las comodidades para facilitar la experiencia de compra de los clientes.

Oportunidades

Sector de emprendimiento en etapa de madurez que permite abrir nuevos nichos de mercado, ya que nuestro país cuenta con instituciones con programas de financiamiento para las personas que desean emprender su negocio.

El mejoramiento de las expectativas de vida de las personas inspirados en mejorar su calidad de vida, logra que nuestro mercado se a más interesante para la empresa.

Debilidades

La falta de información al cliente, con respecto a la atención personalizada de un Médico Homeópata permanente en el local, para la atención de dudas y consultas referentes a los medicamentos y tratamientos.

Amenazas

La medicina convencional en general posee un lugar marcado en la mente de los consumidores.

La publicidad agresiva de farmacias y hospitales que ofrecen medicina convencional genera duda sobre la comercialización de medicina alternativa.

4.5 ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER

La amenaza de los nuevos competidores: La medicina homeopática aún no está masificada en el Ecuador y la posibilidad de nuevos entrantes es alta, debido a la aceptación de las personas a las medicinas alternativa. Se prevé que en los próximos años haya más competencia en el sector.

Grado de rivalidad entre competidores: El grado de rivalidad es bajo ya que no hay mucha competencia actualmente en el sector de la homeopatía; la mayor competencia es contra la medicina tradicional. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que los puntos de venta de Naturpharma y demás distribuidores a precios más asequibles provocan que la gente pueda decidirse en comprar la medicina en estos puntos de venta.

Poder de negociación de los proveedores: Los proveedores tienen un poder de negociación medio ya que existen algunos distribuidores de diferentes marcas homeopáticas en el Ecuador; además estos se rigen al precio de la medicina tradicional, ya que elevar mucho el precio provocará que las personas prefieran la medicina alopática.

Poder de negociación de los clientes: El poder de negociación de los clientes es medio, ya que los precios de medicina homeopática son similares con cualquier distribuidor; no obstante, pueden pedir rebajas comparando el precio con la medicina tradicional, sin embargo, la efectividad de la homeopatía permite equilibrar la fuerza.

Amenazas de productos sustitutivos: La aparición de nuevas técnicas y tipos de medicina alternativa genera una amenaza de sustitutivos alta; cuando las personas se

enfrentan a problemas de salud tienen un gran abanico de opciones de curación que hace que la amenaza de sustitutos sea alta.

4.6 COMPETENCIA

La empresa comercializadora de productos homeopáticos va a tener un elemento diferenciador en todos los productos que expenda, ya sea en términos de entrega, precio y calidad de la medicina. Se va a contar con un seguimiento médico después de la venta de los productos, lo que diferenciará a la empresa de la competencia.

4.7 SISTEMA DE MERCADOTECNIA

4.7.1 EVALUACIÓN DEL SECTOR.

Las encuestas demostraron que la gran mayoría de personas conocen sobre medicina homeopática y la escucharon a través de medios de comunicación; las personas saben que se trata de una medicina natural. El 90% afirmó haber utilizado medicamentos homeopáticos, mientras que sólo el 12% consume medicina no tradicional.

En las entrevistas se pudo determinar que la aceptación de las personas a la medicina homeopática está entre un 20 a 30%, en donde afirman haber escuchado sobre ella y otros haberla utilizado con resultados. El producto tiene mayor aceptación entre las personas con enfermedades crónicas y catastróficas; los pacientes que más buscan la homeopatía son aquellos con cáncer y glaucoma. En la entrevista se determinó que en el día aproximadamente se reciben de 10 a 20 consultas y que la venta diaria en farmacias homeopáticas medianas están entre los \$1,200 a \$2,200.

4.7.2 MERCADO META Y POSICIONAMIENTO.

El mercado meta son las 12,525 familias que habitan en el sector de Los Samanes; debido a que el sector es considerado de clase media en la ciudad de Guayaquil, sus habitantes tienen el poder adquisitivo para comprar medicina homeopática. El enfoque del plan de

marketing está en dar a conocer con una publicidad constante las bondades de la medicina homeopática, se debe hacer énfasis en el servicio posventa brindado por el doctor de planta y el coordinador de marketing. El posicionamiento en la mente del consumidor será el que la empresa HOMMED ofrece productos homeopáticos de altísima calidad, previamente certificado por el MINISTERIO DE SALUD PUBLICA, con resultados comprobados y asesoría médica garantizada a un costo asequible; los productos que se van a comercializar pertenecen a uno de los fabricantes más grandes de medicina homeopática en el Ecuador como es Naturpharma que posee una gama completa de productos para combatir distintos grupos de enfermedades.

4.7.3 PROGRAMA DE MARKETING.

4.7.3.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO Y SERVICIO.

Los productos tienen su propio empaque y presentación ya que se comercializan los productos importados por Naturpharma (Naturpharma). Los laboratorios que representa esta empresa en el Ecuador son HLH, GUNA, ROWA, SIMILDIET, MUCOSPHARMA y Performance Health, los cuales son referentes mundiales en homeopatía, se tendrá 7 grupos de productos que se dividen en: regulación fisiológica, terapia del dolor, fitoterapéuticos, enzimas, deporte, estética y probióticos.

4.7.3.2 ESTRATEGIA DE FIJACIÓN DE PRECIOS.

La importadora Naturpharma tiene precios para farmacias, doctores, distribuidores y para el público general. HOMMED pretende ser referente en este tipo de medicina ya que aún no es muy conocida en Guayaquil como se observó en la encuesta. Los costos que ofrece Naturpharma son un poco más elevados que la competencia, pero sus productos son superiores a los demás del mercado; ya que cuenta con una alta calidad y gama completa en

sus productos. Debido a los costos del producto en percha la estrategia de fijación de precios será basada en el costo y la competencia, ya que si se elevan mucho los precios, las personas preferirán cambiarse de empresa o buscar la medicina tradicional. A continuación se muestran los costos y precios al público de los distintos productos:

Tabla 14. Precios productos 1.

Producto	Presentación	Precio al público de Naturpharma	Precio al público de HOMMED (+10%)
GUNA Calming	Kit	45,00	49,50
GUNA Detox-3	Kit	42,40	46,64
GUNA Dtx	Kit	42,40	46,64
GUNA Allergy-Treat	Gotas - 30 ml	16,75	18,43
GUNA Arthro	Gotas - 30 ml	17,80	19,58
GUNA Bowel	Gotas - 30 ml	17,80	19,58
GUNA Cell	Gotas - 30 ml	18,50	20,35
GUNA Fem	Gotas - 30 ml	19,00	20,90
GUNA Flam	Gotas - 30 ml	16,80	18,48
GUNA Geriatrics	Gotas - 30 ml	19,00	20,90
GUNA Kidney	Gotas - 30 ml	17,20	18,92
GUNA Lympho	Gotas - 30 ml	17,30	19,03
GUNA Male	Gotas - 30 ml	19,00	20,90
GUNA Matrix	Gotas - 30 ml	18,00	19,80
GUNA Mood	Gotas - 30 ml	17,80	19,58
GUNA Prostate	Gotas - 30 ml	19,00	20,90
GUNA Sleep	Gotas - 30 ml	18,50	20,35
GUNA Trauma	Gotas - 30 ml	17,00	18,70
GUNA Sinus Nose	Spray - 30 ml	17,30	19,03
GUNA Antiage Stress	Glóbulos - 2 tubos	18,90	20,79
GUNA Citomix	Glóbulos - 2 tubos	19,00	20,90
GUNA Flu	Glóbulos - 6 tubos	16,20	17,82
GUNA Liver	Glóbulos - 2 tubos	18,90	20,79
GUNA Stomach	Glóbulos - 2 tubos	17,40	19,14

Tabla 15. Precios productos 2.

Producto	Presentación	Precio al público de Naturpharma	Precio al público de HOMMED [+10%]
GUNA Ischial	5 amp - 2 ml	5,25	5,78
GUNA Lumbar	5 amp - 2 ml	5,25	5,78
GUNA Muscle	5 amp - 2 ml	5,25	5,78
GUNA Neck	5 amp - 2 ml	5,25	5,78
GUNA Neural	5 amp - 2 ml	5,25	5,78
SIMILDIET Condrotrofin	1 amp - 2 ml	6,30	6,93
Biofreeze	Gel 4 oz	12,00	13,20
Biofreeze	Gel 16 oz	39,00	42,90
Biofreeze	Spray 4 oz	12,50	13,75
Biofreeze	Spray 16 oz	41,00	45,10
Biofreeze	Sachet 5 gr x 100	63,00	69,30
Biofreeze	Roll on 3 oz	11,00	12,10
Wobenzym N	100 grageas	45,00	49,50
Wobenzym N	800 grageas	270,00	297,00
Rowachol	50 cap	17,30	19,03
Rowatinex	50 cap	17,30	19,03
GUNA Colágeno	1 amp - 2 ml	5,80	6,38
GUNA Made	1 amp - 2 ml	5,80	6,38
GUNA Omeofórmula 1	1 amp - 2 ml	5,80	6,38
GUNA Omeofórmula 2	1 amp - 2 ml	5,80	6,38
GUNA Omeofórmula 3	1 amp - 2 ml	5,80	6,38
GUNA Natur 3	Crema 75 gr	24,17	26,59
GUNA Natur 4	Crema 75 gr	28,50	31,35
GUNA Natur 5	Crema 75 gr	23,94	26,33
SIMILDIET Basic Face Antiagi	1 amp - 2 ml	30,54	33,59
SIMILDIET Lipotrofin	1 amp - 2 ml	4,90	5,39
SIMILDIET Metabolites	1 amp - 2 ml	7,02	7,72
SIMILDIET Muscle Big	1 amp - 2 ml	5,80	6,38
LACTOBACT Restore	10 cap	12,00	13,20

4.7.3.3 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN.

HOMMED será una empresa comercializadora con consultorio propio. Naturpharma tiene sus propios visitadores médicos que actúan como vendedores, ellos promocionan sus productos en todo el Ecuador, y los médicos que deciden recetar sus productos llevan una comisión. Los productos que se ofertarán ya existen en el mercado pero son limitados; en el área de Samanes y sus alrededores como Guayacanes, Sauces 5, Sauces6, Sauces 8, Orquídeas, Mucho Lote, Los Rosales, entre otros, de acuerdo a la investigación de campo y a la base de datos proporcionada por el MINISTERIO DE SALUD PUBLICA, no existe ninguna tienda que comercialice productos homeopáticos lo cual brinda una gran oportunidad para el negocio.

El abastecimiento de medicamentos se realizará en base a las políticas de pago, entrega y devoluciones que maneja el importador. El pago se realizará por medio de cheque a una de las cuentas de Naturpharma, del Banco Pichincha con la información: NATURPHARMA SA Cta. Cte. 3130820204. Los cheques sólo serán girados a este nombre, y no se debe entregar dinero a ningún asesor comercial del importador. La entrega demora dos días laborables. Existe devolución en caso de que se haya despachado diferente a lo que dice la factura o si un producto se encuentra en mal estado, esta solicitud de devoluciones debe realizarse máximo dos días después de la emisión de la factura. Sin embargo, se debe tener cuidado al firmar la guía de despacho, y revisar la mercadería apenas llega, ya que la importadora solo hace devoluciones en casos muy especiales.

4.7.3.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN.

La promoción y publicidad es una parte muy importante del negocio, ya que sin ésta, las personas no conocerán de las bondades de la homeopatía y no podrán recibir el servicio diferenciado que ofrecerá la empresa. Entre los objetivos de la estrategia de promoción están el atraer visitantes y fidelizar a los clientes. Para que se cumplan estos objetivos es necesario que toda la cadena de valor de la empresa brinde un servicio eficiente, para así poderlo comunicar a través de la publicidad. A continuación se muestran las estrategias de promoción a seguir:

- Crear la página web www.hommed.ec por medio de la proveedora de servicios de marketing digital BrunbracCompany (Brunbrac).
- Realizar publicidad pactada en Facebook sectorizada a los alrededores de Samanes mensualmente con alcance a 5000 personas.
- Realizar 3 contenidos semanales en las redes sociales Facebook, Twitter, Instagram, OlxyMercado Libre.

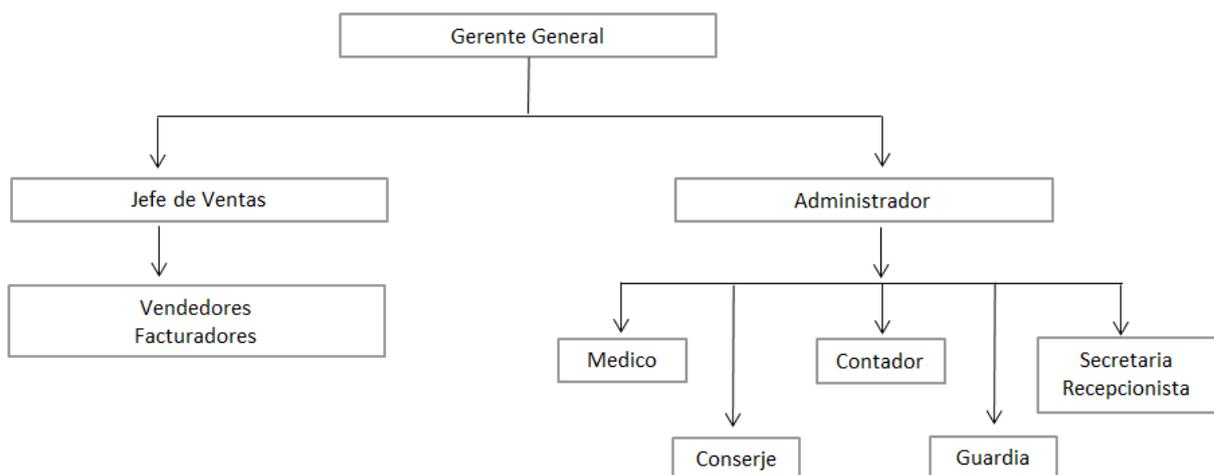
- Repartir material publicitario a los padres de familia a la salida de colegios, iglesias y demás lugares de concentración de personas adultas que se detecten en las zonas aledañas a Los Samanes.
- Presentar un letrero principal iluminado donde se distinga HOMMED y que diga medicina biológica efectiva.
- Presentar trípticos a todas las personas que pasen por la comercializadora para que conozcan la efectividad de la homeopatía.
- Decorar el lugar con material publicitario que comunique a las personas todas las ventajas y efectividad de la medicina homeopática.
- Contratar un spot radial las primeras semanas de cada mes para dar a conocer el lugar a personas de otros lugares también.

4.8 SISTEMA ORGANIZACIONAL.

4.8.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

HOMMED contará con un gerente general, dos cajeras, un médico de planta, coordinador de marketing y ventas, administrador de local, contador, conserje y un guardia. Su estructura organizacional queda de la siguiente forma:

Grafico 23: Organigrama HOMMED



4.8.2 RESPONSABILIDADES Y PERFILES DE LOS CARGOS.

A continuación se muestran las responsabilidades y perfiles de los cargos:

Cargo: Gerente general.

Jefe superior: Dueños de la empresa.

Título académico: Ingeniero comercial, en marketing, negocios o similares.

Estudios adicionales:

- Cursos de marketing, servicio al cliente, investigación de mercado.
- Cursos de finanzas, contabilidad y presupuestos.
- Cursos sobre manejo de los recursos humanos.
- Cursos sobre administración de la salud (opcional).

Experiencia:

- Administración de farmacias, clínicas, consultorios o similares de al menos 1 año.
- Gerencia o administración de negocios de al menos 7 empleados en nómina.

Responsabilidades:

- Realizar una planeación estratégica en el mediano y largo plazo.
- Monitorear constantemente a la competencia.
- Evaluar los objetivos estratégicos planteados.
- Realizar charlas todos los lunes a las 8:30 AM con los empleados para escuchar sugerencias, novedades y motivarlos.
- Diseñar planes de capacitación para sus empleados.
- Elaborar reportes quincenales para los accionistas.
- Diseñar y evaluar políticas de calidad en el servicio al cliente trimestralmente.
- Diseñar y evaluar políticas de inventarios más eficientes trimestralmente.
- Desarrollar estrategias para obtener retroalimentación de parte de los clientes sin manipulación de los empleados.

- Desarrollar indicadores de gestión para evaluar la estrategia y rendimiento del personal.

Habilidades:

- Dominio del idioma inglés.
- Dominio de los utilitarios de Office, en especial de Excel.
- Liderazgo.
- Enfoque a consecución de objetivos.
- Planificador y estratega.
- Organizado y excelente gestión del tiempo.
- Trabajo bajo presión.
- Facilidad para cálculos matemáticos.
- Fluidez de comunicación.

Cargo: Jefe de ventas.

Jefe superior: Gerente general.

Título académico: Estudios parciales o completos en marketing, administración de empresas o afines.

Estudios adicionales:

- Cursos sobre marketing, logística, proveedores, investigación de mercados, ventas, publicidad.

Experiencia:

- Manejo de inventarios en empresa farmacéutica o similares.
- Administración de local de empresa del sector de medicina o similar.

Responsabilidades:

- Coordinar con el asesor comercial de Naturpharma para el abastecimiento de medicina.
- Controlar el nivel de pedidos que se hace por medio de un registro de ventas.
- Manejar la base de datos de clientes y diseñar estrategias promocionales para retenerlos.
- Proponer planes de acción al gerente general para conseguir y retener clientes.
- Organizar el material publicitario en el local para que las personas observen más lo que se desea.
- Establecer qué se desea comunicar al cliente con mayor énfasis y desarrollar nuevas estrategias para lograrlo.
- Proponer al gerente general nuevos indicadores de gestión para poder controlar la calidad y rapidez del servicio.
- Gestionar los problemas con el abastecimiento de los productos.
- Realizar negociaciones con el importador para obtener descuentos en ciertos productos.
- Elaborar reportes semanales de ventas y novedades al gerente general.

Habilidades:

- Liderazgo.
- Fluidez de comunicación.
- Poder de negociación.
- Conocimiento de utilitarios de Office, especialmente Excel.
- Trabajo bajo presión.
- Orientación a resultados.
- Planificador y estratega.

Cargo: Administrador

Jefe superior: Gerente general.

Título académico: Estudios parciales o completos en carreras afines a la administración de empresas.

Estudios adicionales:

- Cursos sobre administración o similares.

Experiencia:

- Administración de local comercial, de preferencia orientada a la salud.

Responsabilidades:

- Mantener el orden y el aseo en el negocio.
- Supervisar el cumplimiento de las labores de los empleados.
- Realizar órdenes especiales que delegue el gerente general.
- Elaborar informes sobre novedades diarias al coordinador de marketing y ventas.
- Velar por la entera satisfacción de los clientes.
- Controlar los turnos junto a las cajeras.
- Atender reclamos de los clientes.
- Elaborar un cronograma de trabajo para el conserje.

Habilidades:

- Fluidez de comunicación.
- Liderazgo.
- Conocimiento de utilitarios de Office, especialmente de Excel.
- Trabajo bajo presión.
- Orientación a resultados.
- Organizado.

Cargo: Médico

Jefe superior: Gerente general.

Título académico: Médico Homeópata

Estudios adicionales:

- Cursos de homeopatía, medicina natural, medicinas alternativas y similares.

Experiencia:

- Requisito fundamental, conocimiento y manejo de productos homeopáticos.

Responsabilidades:

- Atender y diagnosticar a los pacientes.
- Recetar a los pacientes con base a la medicina homeopática.
- Brindar un excelente servicio al cliente.
- Llevar un registro de los pacientes con su historial clínico.
- Comunicar a los pacientes las ventajas de utilizar medicina homeopática.
- Sugerir al gerente general y coordinador de marketing y ventas acciones a tomar en

base a la experiencia diaria con los pacientes.

Habilidades:

- Fluidez de comunicación.
- Trabajo bajo presión.
- Orientación a resultados.
- Observador y detallista.
- Organizado.

Cargo: Contador.

Jefe superior: Gerente general.

Título académico: C.P.A.

Estudios adicionales:

- Cursos de contabilidad, finanzas, tributación y afines.

Experiencia:

- Experiencia contable con otras empresas de preferencia del área de la salud.

Responsabilidades:

- Llevar el registro contable de la empresa.
- Sugerir estrategias financieras y contables al gerente general.
- Mantener ordenados los documentos de la empresa.

Habilidades:

- Conocimiento de Excel.
- Orientación a resultados.
- Planificador y estratega.
- Organizado.
- Trabajo bajo presión.

Cargo: Vendedores/Facturadores

Jefe superior: Administrador.

Título académico: Bachiller en contabilidad o afines.

Estudios adicionales:

- Cursos de caja, Microsoft Office, servicio al cliente y afines.

Experiencia:

- Cargos de caja o afines en otra institución, de preferencia en el área de la salud.

Responsabilidades:

- Recolectar los pagos del cliente para consultas médicas.
- Despachar los productos homeopáticos que deseen los clientes.
- Conocer toda la gama de productos, su dosis, utilidad, etc.
- Recetar medicina para casos que no sean graves.

- Elaborar informe sobre novedades al administrador del local.
- Elaborar las facturas para los clientes.
- Ingresar los datos de todos los clientes para la base de datos de los mismos.

Habilidades:

- Fluidez de comunicación.
- Vocación al cliente.
- Orientación a resultados.
- Organizada.
- Orientación a resultados.
- Conocimiento de los utilitarios de Office.

Cargo: Secretaria recepcionista.

Jefe superior: Administrador.

Título académico: Bachiller en contabilidad o afines.

Estudios adicionales:

- Cursos de secretariado, Microsoft Office, redacción y afines.

Experiencia:

- Cargos de secretaria o afines en otra institución, de preferencia en el área de la salud.

Responsabilidades:

- Elaborar informes del gerente general y coordinador de marketing y ventas.
- Mantener una comunicación constante con el administrador del local por

eventualidades en el negocio.

Habilidades:

- Fluidez de comunicación.
- Vocación al cliente.
- Orientación a resultados.

- Organizada.
- Orientación a resultados.
- Conocimiento de los utilitarios de Office.

Cargo: Conserje.

Jefe superior: Administrador.

Título académico: Bachiller.

Estudios adicionales:

- Ninguno.

Experiencia:

- Trabajo en el área de aseo en otras instituciones.

Responsabilidades:

- Mantener el aseo en el local conforme a las disposiciones del administrador del local.

Habilidades:

- Vocación al cliente.
- Detallista.
- Orientación a resultados.
- Trabajo bajo presión.

Cargo: Guardia.

Jefe superior: Administrador.

Título académico: Bachiller.

Estudios adicionales:

- Cursos de guardianía por empresas o instituciones certificadas.

Experiencia:

- Cargos de guardianía en otras instituciones.

Responsabilidades:

- Velar por la seguridad y orden del local.

Habilidades:

- Vocación al cliente.
- Fluidez de comunicación.
- Organizado.
- Detallista.
- Observador.

4.9 ESTUDIO FINANCIERO.

4.9.1 INVERSIÓN INICIAL.

La inversión inicial consta de los activos fijos e intangibles necesarios. Los muebles y enseres constan de muebles para la espera \$3.000, 8 sillas ergonómicas para los empleados y dos para los pacientes con el médico \$3.000, 8 escritorios de distintos tamaños \$3.000, 1 archivador \$140, 8 teléfonos IP \$400, demás adecuaciones para el local \$5.000; los equipos de oficina de 8 computadoras \$4.000, equipos de redes, 1.000 y 3 impresoras \$900; sistema informático por \$1.500; equipos médicos básicos por \$3.000, los cuales incluyen la camilla de atención, estetoscopio, linterna para revisión de ojos y demás implementos necesarios para una consulta básica. Para hallar el valor de la inversión inicial primero se calculan los activos fijos e intangibles.

Tabla 16. Activos fijos e intangibles.

Activos fijos e intangibles	
Muebles y enseres	14,540.00
Equipos de oficina	5,900.00
Sistema informático	1,500.00
Equipos médicos básicos	3,000.00
Constitución de la Cía.	1,000.00
	25,940.00

Los activos fijos e intangibles se resumieron en muebles y enseres, equipos de oficina, sistema informático, equipos médicos básicos y la constitución de la compañía, su valor fue de \$25.940. El siguiente valor a calcular es el capital de trabajo que consiste en los gastos administrativos y de ventas antes de empezar a generar ingresos. En la etapa de adecuación del local se realizará una campaña de promoción previa para generar expectativa, la cual durará un mes, y lograr la mayor cantidad de clientes apenas abra el lugar. El dueño del local dio un tiempo de gracia de 15 días para adecuar el lugar sin costo, con lo que el alquiler de \$2,000 y el depósito se lo cancela apenas se empiece a generar ingresos.

Tabla 17. Gastos generales.

Gastos generales	
Alquiler	2,000.00
Depósito de garantía	2,000.00
	4,000.00

El servicio completo de marketing digital consiste en la creación de una página web, su mantenimiento, creación y mantenimiento de todas las redes sociales. El contrato anual establece un gasto de \$300 mensuales para acceder a todos estos servicios. Las volantes se repartirán 4 semanas antes de la apertura y se le cancelará \$10 diarios al repartidor, con lo que mensualmente los dos valores ascienden a \$200 cada uno. El letrero de inauguración consiste en un anuncio de la fecha de apertura, con el nombre de la empresa y el slogan *Medicina biológica efectiva*.

Tabla 18. Gastos de ventas.

Gastos de ventas	
Volantes	200.00
Pago de repartidor de volantes	200.00
Servicio completo de marketing digital	300.00
Letrero de inauguración	60.00
	760.00

El valor del gasto inicial de venta es de \$760. El capital de trabajo se calcula sumando los gastos generales y los gastos de ventas antes de generar ingresos, con lo que el capital de trabajo queda como a continuación:

Tabla 19. Capital de trabajo.

Capital de trabajo	
Gastos generales	4,000.00
Gastos de ventas	760.00
	4,760.00

El capital de trabajo fue de \$4.760. Para calcular la inversión inicial se debe sumar la inversión en activos fijos e intangibles más el capital de trabajo.

Tabla 20. Inversión inicial.

Inversión inicial	
Activos fijos e intangibles	25,940.00
Capital de trabajo	4,760.00
	30,700.00

El valor de la inversión inicial es de \$30.700.

4.9.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.

Gracias a la investigación de mercado, a las entrevistas realizadas a los doctores homeopáticos y a las encuestas se pudo determinar que la demanda proyectada es de 80 productos diarios. El precio promedio de todos los productos ofertados a excepción del Wobenzym N de 800 grageas que tiene un precio de \$297, con la finalidad que no distorsione el promedio, fue de \$20.58; cabe recalcar que la empresa trabajará 6 días a la semana con

descanso los domingos, por lo que los días trabajados en el mes ascienden a 26 días en promedio, también hay que indicar que el precio de la consulta al público es de \$15.00.

Tabla 21. Proyección de ingresos.

	Cantidad de ventas	Ingresos diarios	Ingresos mensuales	Ingresos anuales
Venta de productos	80	1,646.80	42,816.72	513,800.63
Consultas médicas	24	360.00	9,360.00	112,320.00
		2,006.80	52,176.72	626,120.63

Los ingresos diarios proyectados fueron de \$2.006.80, los mensuales de \$52.176,72 y los anuales de \$626.120,63.

4.9.3 PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS.

Para realizar la proyección de costos se dividió el precio al público de HOMMED para el costo para comercializadores, con lo que se obtuvo un margen de ganancia del 32%. Con este margen se puede conocer a partir de los ingresos por ventas de productos, cuánto fue el costo aproximado de los mismos; los ingresos por venta de productos proyectados para el primer año fueron de \$626.120,63, por lo que este valor dividido para 1.32 da como resultado \$474.333,81 de costos para este período.

Tabla 22. Costos directos.

Concepto	Año 1
Costos directos	
Productos	474,333.81

La proyección de gastos se realizó para los tres rubros que componen el estado de resultados, es decir los gastos generales, gastos de ventas y gastos de financiamiento. A continuación se muestran los gastos detallados:

Tabla 23. Gastos generales.

Concepto	Mensual	Año 1
Gastos generales		
Alquiler	2,000.00	24,000.00
Sueldos	6,570.00	78,840.00
Luz	120.00	1,440.00
Agua	50.00	600.00
Teléfono	50.00	600.00
Internet	110.00	1,320.00
Suministros	40.00	480.00
Mantenimiento equipos	150.00	1,800.00
Depreciación	390.67	4,688.00
	9,480.67	113,768.00

Los sueldos especificados en el gasto general son:

- Gerente general: \$1.300.
- Coordinador de marketing y ventas: \$900.
- Administrador de local: \$600.
- Médico de planta: \$1.200.
- Contador: \$600.
- Cajeras: \$400 c/u.
- Secretaria recepcionista: \$400.
- Conserje: \$370.
- Guardia: \$400.

El total de los sueldos es de \$6.570. El mantenimiento de los equipos incluye los aires acondicionados y las computadoras. La depreciación es lineal a 5 años y se tomó en cuenta a los muebles y enseres, equipos de oficina y equipos médicos básicos los cuales tienen un valor de \$23.440, por lo que su depreciación anual es de \$4.688. Los gastos generales ascienden a \$113.768. Los gastos de ventas se componen de publicidad impresa, que incluyen volantes y pago al repartidos de volantes en los lugares estratégicos, la publicidad en el local son los trípticos de información y todo material visual que se renovará mensualmente, el

marketing digital es el pago mensual que se realizará a la empresa Brunbrac por sus servicios especializados.

Tabla 24. Gastos de ventas.

Concepto	Mensual	Año 1
Gastos de ventas		
Publicidad impresa	400.00	4,800.00
Publicidad en el local	150.00	1,800.00
Maketing digital	300.00	3,600.00
	850.00	10,200.00

Los gastos de ventas proyectados son de \$10.200; el gasto de financiamiento se muestra a continuación y son los intereses de la tabla de amortización.

Tabla 25. Gastos de financiamiento.

Concepto	Año 1
Gastos de financiamiento	
Intereses	\$1,091.70

4.9.4 AMORTIZACIÓN.

El financiamiento se realizará con el Banco del Pacífico a una tasa de interés del 11.23% a un plazo de 60 meses con la amortización de tipo alemana.

Tabla 26. Financiamiento.

Financiamiento - Banco Pacífico		
Inversión inicial	30,700.00	%
Capital accionistas	20,000.00	65.1%
Financiamiento bancario	10,700.00	34.9%

A continuación se muestran detalles del financiamiento por medio del simulador de créditos del Banco del Pacífico:

Tabla 27. Información general de la simulación de crédito.

Información General De La Simulación		
Segmento: COMERCIAL	Tasa de interés: 11.23	Moneda: DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA
Producto: PYME PACIFICO	Plazo (meses): 60	
Monto Solicitado: 10700.00	Fecha de simulación: 2016/09/28	
Sistema de Amortización: Alemán	Fecha de vencimiento: 2021/09/02	

A continuación se muestra la tabla de amortización:

Tabla 28. Amortización.

Cuota	Fecha	Capital inicial	Amortización mensual de capital	Interés mensual	Total cuota financiera	Saldo Capital	Total a pagar
1	10/28/2016	\$10,700.00	\$178.33	\$100.20	\$278.53	\$10,521.67	\$278.53
2	11/27/2016	\$10,521.67	\$178.33	\$98.40	\$276.73	\$10,343.34	\$276.73
3	12/27/2016	\$10,343.34	\$178.33	\$96.90	\$275.23	\$10,165.01	\$275.23
4	1/26/2017	\$10,165.01	\$178.33	\$95.10	\$273.43	\$9,986.68	\$273.43
5	2/25/2017	\$9,986.68	\$178.33	\$93.60	\$271.93	\$9,808.35	\$271.93
6	3/27/2017	\$9,808.35	\$178.33	\$91.80	\$270.13	\$9,630.02	\$270.13
7	4/26/2017	\$9,630.02	\$178.33	\$90.00	\$268.33	\$9,451.69	\$268.33
8	5/26/2017	\$9,451.69	\$178.33	\$88.50	\$266.83	\$9,273.36	\$266.83
9	6/25/2017	\$9,273.36	\$178.33	\$86.70	\$265.03	\$9,095.03	\$265.03
10	7/25/2017	\$9,095.03	\$178.33	\$85.20	\$263.53	\$8,916.70	\$263.53
11	8/24/2017	\$8,916.70	\$178.33	\$83.40	\$261.73	\$8,738.37	\$261.73
12	9/23/2017	\$8,738.37	\$178.33	\$81.90	\$260.23	\$8,560.04	\$260.23
13	10/23/2017	\$8,560.04	\$178.33	\$80.10	\$258.43	\$8,381.71	\$258.43
14	11/22/2017	\$8,381.71	\$178.33	\$78.60	\$256.93	\$8,203.38	\$256.93
15	12/22/2017	\$8,203.38	\$178.33	\$76.80	\$255.13	\$8,025.05	\$255.13
16	1/21/2018	\$8,025.05	\$178.33	\$75.00	\$253.33	\$7,846.72	\$253.33
17	2/20/2018	\$7,846.72	\$178.33	\$73.50	\$251.83	\$7,668.39	\$251.83
18	3/22/2018	\$7,668.39	\$178.33	\$71.70	\$250.03	\$7,490.06	\$250.03
19	4/21/2018	\$7,490.06	\$178.33	\$70.20	\$248.53	\$7,311.73	\$248.53
20	5/21/2018	\$7,311.73	\$178.33	\$68.40	\$246.73	\$7,133.40	\$246.73
21	6/20/2018	\$7,133.40	\$178.33	\$66.90	\$245.23	\$6,955.07	\$245.23
22	7/20/2018	\$6,955.07	\$178.33	\$65.10	\$243.43	\$6,776.74	\$243.43
23	8/19/2018	\$6,776.74	\$178.33	\$63.30	\$241.63	\$6,598.41	\$241.63
24	9/18/2018	\$6,598.41	\$178.33	\$61.80	\$240.13	\$6,420.08	\$240.13
25	10/18/2018	\$6,420.08	\$178.33	\$60.00	\$238.33	\$6,241.75	\$238.33
26	11/17/2018	\$6,241.75	\$178.33	\$58.50	\$236.83	\$6,063.42	\$236.83

Tabla 29. Continuación amortización.

27	12/17/2018	\$6,063.42	\$178.33	\$56.70	\$235.03	\$5,885.09	\$235.03
28	1/16/2019	\$5,885.09	\$178.33	\$55.20	\$233.53	\$5,706.76	\$233.53
29	2/15/2019	\$5,706.76	\$178.33	\$53.40	\$231.73	\$5,528.43	\$231.73
30	3/17/2019	\$5,528.43	\$178.33	\$51.90	\$230.23	\$5,350.10	\$230.23
31	4/16/2019	\$5,350.10	\$178.33	\$50.10	\$228.43	\$5,171.77	\$228.43
32	5/16/2019	\$5,171.77	\$178.33	\$48.30	\$226.63	\$4,993.44	\$226.63
33	6/15/2019	\$4,993.44	\$178.33	\$46.80	\$225.13	\$4,815.11	\$225.13
34	7/15/2019	\$4,815.11	\$178.33	\$45.00	\$223.33	\$4,636.78	\$223.33
35	8/14/2019	\$4,636.78	\$178.33	\$43.50	\$221.83	\$4,458.45	\$221.83
36	9/13/2019	\$4,458.45	\$178.33	\$41.70	\$220.03	\$4,280.12	\$220.03
37	10/13/2019	\$4,280.12	\$178.33	\$40.20	\$218.53	\$4,101.79	\$218.53
38	11/12/2019	\$4,101.79	\$178.33	\$38.40	\$216.73	\$3,923.46	\$216.73
39	12/12/2019	\$3,923.46	\$178.33	\$36.60	\$214.93	\$3,745.13	\$214.93
40	1/11/2020	\$3,745.13	\$178.33	\$35.10	\$213.43	\$3,566.80	\$213.43
41	2/10/2020	\$3,566.80	\$178.33	\$33.30	\$211.63	\$3,388.47	\$211.63
42	3/11/2020	\$3,388.47	\$178.33	\$31.80	\$210.13	\$3,210.14	\$210.13
43	4/10/2020	\$3,210.14	\$178.33	\$30.00	\$208.33	\$3,031.81	\$208.33
44	5/10/2020	\$3,031.81	\$178.33	\$28.50	\$206.83	\$2,853.48	\$206.83
45	6/9/2020	\$2,853.48	\$178.33	\$26.70	\$205.03	\$2,675.15	\$205.03
46	7/9/2020	\$2,675.15	\$178.33	\$24.90	\$203.23	\$2,496.82	\$203.23
47	8/8/2020	\$2,496.82	\$178.33	\$23.40	\$201.73	\$2,318.49	\$201.73
48	9/7/2020	\$2,318.49	\$178.33	\$21.60	\$199.93	\$2,140.16	\$199.93
49	10/7/2020	\$2,140.16	\$178.33	\$20.10	\$198.43	\$1,961.83	\$198.43
50	11/6/2020	\$1,961.83	\$178.33	\$18.30	\$196.63	\$1,783.50	\$196.63
51	12/6/2020	\$1,783.50	\$178.33	\$16.80	\$195.13	\$1,605.17	\$195.13
52	1/5/2021	\$1,605.17	\$178.33	\$15.00	\$193.33	\$1,426.84	\$193.33
53	2/4/2021	\$1,426.84	\$178.33	\$13.50	\$191.83	\$1,248.51	\$191.83
54	3/6/2021	\$1,248.51	\$178.33	\$11.70	\$190.03	\$1,070.18	\$190.03
55	4/5/2021	\$1,070.18	\$178.33	\$9.90	\$188.23	\$891.85	\$188.23
56	5/5/2021	\$891.85	\$178.33	\$8.40	\$186.73	\$713.52	\$186.73
57	6/4/2021	\$713.52	\$178.33	\$6.60	\$184.93	\$535.19	\$184.93
58	7/4/2021	\$535.19	\$178.33	\$5.10	\$183.43	\$356.86	\$183.43
59	8/3/2021	\$356.86	\$178.33	\$3.30	\$181.63	\$178.53	\$181.63
60	9/2/2021	\$178.53	\$178.53	\$1.80	\$180.33	\$0.00	\$180.33

4.9.5 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

El estado de pérdidas y ganancias o estado de resultados sirve para poder observar los ingresos, costos de venta, gastos generales, de venta, de financiamiento, pagos de impuestos y utilidad neta.

Tabla 30. Estado de resultados.

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos (+5%)	626,120.63	657,426.67	690,298.00	724,812.90	761,053.54
(-) Costo de venta	(474,333.81)	(498,050.50)	(522,953.03)	(549,100.68)	(576,555.72)
Utilidad bruta	151,786.82	159,376.16	167,344.97	175,712.22	184,497.83
(-) Gastos generales	(113,768.00)	(119,456.40)	(125,429.22)	(131,700.68)	(138,285.72)
(-) Gastos de ventas	(10,200.00)	(10,710.00)	(11,245.50)	(11,807.78)	(12,398.16)
Utilidad operacional	27,818.82	29,209.76	30,670.25	32,203.76	33,813.95
(-) Gastos financieros	(1,091.70)	(851.40)	(611.10)	(370.50)	(130.50)
Utilidad antes de imp. y part.	26,727.12	28,358.36	30,059.15	31,833.26	33,683.45
(-) 15% part. de trabajadores	(4,009.07)	(4,253.75)	(4,508.87)	(4,774.99)	(5,052.52)
Utilidad antes de impuestos	22,718.05	24,104.61	25,550.28	27,058.27	28,630.93
(-) 22% impuesto a la renta	(4,997.97)	(5,303.01)	(5,621.06)	(5,952.82)	(6,298.81)
Utilidad neta	17,720.08	18,801.59	19,929.22	21,105.45	22,332.13

Se pronostica un crecimiento del 5% anual en base a la entrevista realizada al experto en el tema, los gastos financieros son los intereses pagados año a año. Se tomó en cuenta el 15% de la participación de trabajadores y el 22% de impuesto a la renta. La utilidad neta proyectada en el primer año es de \$17.720,08.

4.9.6 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.

A continuación se muestra el estado de situación inicial o balance general de la empresa HOMMED:

Tabla 31. Estado de situación inicial.

Activos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos corrientes						
Caja y bancos	4,760.00	(1,391.96)	(310.45)	817.18	1,993.41	3,220.09
Activos fijos	23,440.00	23,440.00	23,440.00	23,440.00	23,440.00	23,440.00
Activos intangibles	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00
(-) Depreciación		(4,688.00)	(4,688.00)	(4,688.00)	(4,688.00)	(4,688.00)
Total activos	30,700.00	19,860.04	20,941.55	22,069.18	23,245.41	24,472.09
Pasivos						
Pasivos corrientes	0	0	0	0	0	0
Pasivos a largo plazo	10,700.00	\$2,139.96	\$2,139.96	\$2,139.96	\$2,139.96	\$2,139.96
Total pasivo	10,700.00	2,139.96	2,139.96	2,139.96	2,139.96	2,139.96
Patrimonio						
Capital de accionistas	20,000.00					
Utilidad neta		17,720.08	18,801.59	19,929.22	21,105.45	22,332.13
Total patrimonio	20,000.00	17,720.08	18,801.59	19,929.22	21,105.45	22,332.13
Total pasivo + patrimonio	30,700.00	19,860.04	20,941.55	22,069.18	23,245.41	24,472.09

4.9.7 FLUJO DE CAJA PROYECTADO Y PERÍODO DE RECUPERACIÓN.

El flujo de caja proyectado permite a la empresa observar la cantidad de efectivo que mueve la empresa. En la siguiente tabla se muestra el flujo de caja para el presente proyecto:

Tabla 32. Flujo de caja proyectado.

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		626,120.63	657,426.67	690,298.00	724,812.90	761,053.54
(-) Costo de venta		(474,333.81)	(498,050.50)	(522,953.03)	(549,100.68)	(576,555.72)
(-) Gastos generales		(113,768.00)	(119,456.40)	(125,429.22)	(131,700.68)	(138,285.72)
(-) Gastos de ventas		(10,200.00)	(10,710.00)	(11,245.50)	(11,807.78)	(12,398.16)
(-) Depreciación		(4,688.00)	(4,688.00)	(4,688.00)	(4,688.00)	(4,688.00)
(-) Gastos financieros		(1,091.70)	(851.40)	(611.10)	(370.50)	(130.50)
Util. antes de part. e imp.		22,039.12	23,670.36	25,371.15	27,145.26	28,995.45
(-) 15% part. Trabajadores		(3,305.87)	(3,550.55)	(3,805.67)	(4,071.79)	(4,349.32)
Utilidad antes de impuestos		18,733.25	20,119.81	21,565.48	23,073.47	24,646.13
(-) 22% impuesto a la renta		(4,121.32)	(4,426.36)	(4,744.40)	(5,076.16)	(5,422.15)
Utilidad neta		14,611.94	15,693.45	16,821.07	17,997.31	19,223.98
(+) Depreciación		4,688.00	4,688.00	4,688.00	4,688.00	4,688.00
(-) Amortización		(2,139.96)	(2,139.96)	(2,139.96)	(2,139.96)	(2,139.96)
Inversión inicial						
(-) Activo fijo e intangibles	(25,940.00)					
(-) Capital de trabajo	(4,760.00)					
Flujo de fondos	(30,700.00)	17,159.98	18,241.49	19,369.11	20,545.35	21,772.02

La inversión inicial significó un desembolso de \$30.700 de los cuales \$10.700 fueron gracias a un préstamo bancario. El flujo de efectivo proyectado tuvo un valor de \$17.159,98 en el primer año y llegó a los \$21.772,02 al quinto año. Luego del ingreso de efectivo en el primeraño queda un saldo de \$13.540,02 para recuperar la inversión. El período de recuperación se calcula dividiendo para los 12 meses el ingreso de efectivo del segundo año que fue de \$18.241,49, quedando un ingreso de \$1.520,12 por mes, hasta el mes 8 se habrá recuperado \$12.160,96, el saldo restante de \$1.379.06 se calcula por regla de tres simple, recuperando lo que falta de la inversión inicial en 28 días luego de los 8 meses, con lo cual el período de recuperación es de 1 año, 8 meses con 28 días.

4.9.8 PUNTO DE EQUILIBRIO.

Para hallar el punto de equilibrio se calculan los costos fijos los cuales son la suma del gasto general, de ventas y financiero del estado de resultados. El precio de \$20.58 representa

al precio promedio de los productos vendidos. El costo variable es el costo promedio de los productos. El punto de equilibrio es el costo fijo dividido para la diferencia entre el precio y el costo variable. A continuación se muestra una tabla desglosada con las unidades vendidas y se puede observar que el punto de equilibrio es de 25.064 unidades.

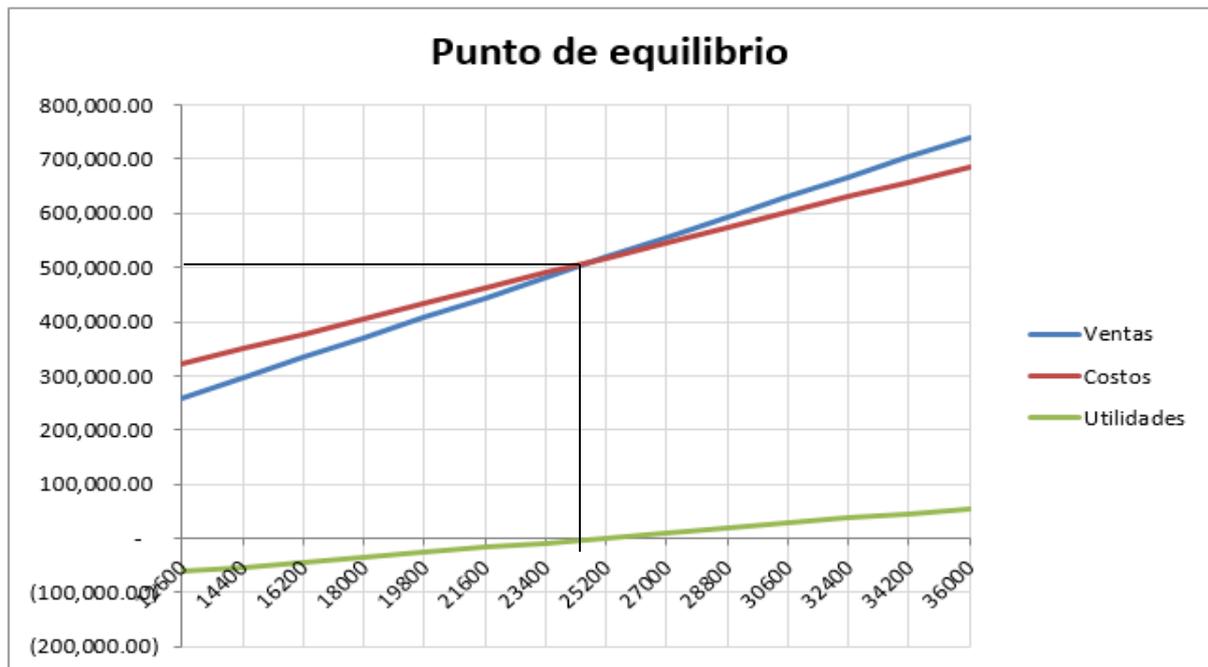
Tabla 33. Punto de equilibrio.

CF	125,059.70
Precio	20.58
CV	15.60
Punto de equilibrio (unidades)	25,064
Utilidades	0

Tabla 34. Punto de equilibrio desglosado.

Unidades	Ventas	Costos	Utilidades
17,500	54,317.80	91,990.47	(37,672.67)
20,000	62,077.49	94,207.52	(32,130.03)
22,500	69,837.18	96,424.58	(26,587.40)
25,000	77,596.86	98,641.63	(21,044.77)
27,500	85,356.55	100,858.68	(15,502.13)
30,000	93,116.23	103,075.74	(9,959.50)
32,500	100,875.92	105,292.79	(4,416.87)
35,000	108,635.61	107,509.84	1,125.76
37,500	116,395.29	109,726.90	6,668.40
40,000	124,154.98	111,943.95	12,211.03
42,500	131,914.67	114,161.00	17,753.66
45,000	139,674.35	116,378.06	23,296.30
47,500	147,434.04	118,595.11	28,838.93
50,000	155,193.72	120,812.16	34,381.56

Grafico 24: Gráfico Punto de Equilibrio



4.9.9 CAPM.

La tasa pasiva actual según el Banco Central del Ecuador es de 7.52% (BCE, 2016) y la tasa del bono del Tesoro estadounidense a 10 años es de 1.58% (Datos Macro, 2016). La fórmula del CAPM es la siguiente:

$$K_e = R_f + \beta \times (R_m - R_f)$$

K_e es la tasa mínima esperada de la inversión, R_f es la tasa de interés libre de riesgo que se considera a la tasa de interés del bono del Tesoro estadounidense a 10 años y R_m es el rendimiento del mercado, la cual se considera a la tasa pasiva del país, β es el coeficiente de sensibilidad con respecto al mercado, y en este caso se considera que es 1, ya que el negocio es igual de sensible en su rentabilidad con el rendimiento del país en general. Con los datos indicados el CAPM da como resultado:

$$K_e = 7.52\%$$

4.9.10 FACTIBILIDAD DEL PROYECTO.

Para determinar la factibilidad del proyecto se calcula el Valor Actual Neto o VAN y la Tasa Interna de Retorno o TIR de la inversión; para calcular el VAN se utiliza la tasa del CAPM y los valores del flujo de caja proyectado; mientras que para hallar el TIR se utilizan sólo los valores anuales del flujo de caja proyectado. A continuación se muestran los resultados del VAN y el TIR.

$$\text{VAN} = \$43.848,47.$$

$$\text{TIR} = 53\%.$$

Con los resultados mostrados anteriormente se considera al proyecto altamente rentable.

CONCLUSIONES

- Se desarrolló un plan de negocios para constituir una compañía que distribuya productos homeopáticos en la ciudadela Samanes, sector norte de Guayaquil, que consta de una descripción del negocio, descripción del producto, misión, visión, objetivos y metas, análisis FODA, fuerzas de Porter, análisis de la competencia; sistema de mercadotecnia que se dividió en evaluación del sector, mercado meta, posicionamiento y programa de marketing basado en las 4 Ps; sistema organizacional que se dividió en estructura, responsabilidades y perfil de los empleados; estudio financiero que se dividió en inversión inicial, proyección de la demanda, proyección de costos y gastos, amortización, estado de pérdidas y ganancias, estado de situación inicial, flujo de caja proyectado, punto de equilibrio, CAPM y factibilidad del proyecto.

- Se concluyó que para la constitución de la compañía se debe reservar el nombre, abrir una Cuenta de Integración de Capital con \$200 como mínimo, las escrituras las debe realizar un abogado, luego se eleva a instrumento público para inscribirlo en una notaría; posteriormente se inscribe en el Registro Mercantil. Se determinó una compañía en Sociedad Anónima compuesta por dos socios igualitarios; aportando un capital de \$3,000 cada uno. Asimismo se debe tramitar un permiso de parte del Ministerio de Salud Pública para poder atender pacientes y solicitar un permiso para la distribución de los productos homeopáticos que ya cuentan con permisos de venta a nivel nacional obtenidos por la importadora Naturpharma.

- La mayor parte de las personas tiene conocimiento sobre la medicina homeopática, los medios de comunicación son el principal medio de difusión, las personas creen que la medicina homeopática es natural, la mayor cantidad de encuestados ha utilizado

medicamentos homeopáticos, las personas prefieren la medicina tradicional, los encuestados recomendarían un tratamiento con medicina homeopática ya que han tenido experiencia con familiares o conocidos con este tipo de tratamientos, las personas tuvieron un resultado positivo con tratamientos homeopáticos, la mayoría conoce centros de medicina homeopática.

- La estructura organizacional consta de un gerente general, debajo de él estarán un jefe de ventas y un administrador; debajo del jefe de ventas estarán dos vendedores facturadores; mientras que debajo del administrador estarán el médico, el contador, una secretaria recepcionista, el conserje y el guardia de seguridad.

- La inversión inicial del proyecto es de \$30.700, los cuales \$20.000 serán financiados por los accionistas y \$10.700 por el Banco del Pacífico. Los ingresos proyectados para el primer año son de \$626.120,63, mientras que los costos y gastos proyectados para el mismo período fueron de \$599.393,51; dando una utilidad neta para el primer ejercicio de \$17.720,08. El flujo de caja proyectada dio resultados positivos, el VAN del proyecto es de \$43.848,47 y el TIR del 53% por lo que se considera al proyecto financieramente factible.

RECOMENDACIONES

- La homeopatía es una ciencia que aún no se encuentra consolidada en el Ecuador ni en el mundo, por lo que debe ser comunicada de manera eficiente y constante para que el público pueda confiar en ella, sin embargo se considera que tiene una buena reputación entre los ciudadanos por lo que se recomienda implementar el proyecto conforme a los resultados obtenidos en las proyecciones financieras.

- Se recomienda realizar la investigación en otras sectores de Guayaquil y en otros cantones y provincias, ya que existen países donde esta medicina tiene gran aceptación y puede ser que debido a factores demográficos exista incluso una mayor aceptación en otras zonas.

- Se recomienda analizar otras propuestas de proveedores de calidad, ya que los costos de las medicinas son aún muy elevados y eso puede causar problemas posteriores con falta de capacidad de pago.

- Cómo difundir o cambiar la idea de la gente para vencer la barrera del uso de medicina homeopática. La gente dice que los ha usado, que los conoce pero que hoy van por la medicina tradicional.

REFERENCIAS

- Ágora. (2010). *Medicina tradicional vs medicina alternativa*. Obtenido de http://www.iesbinefar.es/spipagora/IMG/article_PDF_article_192.pdf
- Asamblea Nacional. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Registro oficial No. 449. Montecristi. Recuperado de http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf.
- Avantia. (s.f.). *Avantia Masajes*. Obtenido de <http://www.centroavantia.com/my-product/avantia-masajes/>
- BCE. (2016). *Tasas de interés - septiembre de 2016*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Bionatural. (s.f.). *Las principales características y usos de la homeopatía, sus aplicaciones saludables*. Obtenido de <http://www.bionatural.es/2010/05/caracteristicas-usos-homeopatia.html>
- British Medical Journal. (s.f.). *British Medical Journal*. Obtenido de <http://www.bmj.com/>
- Brunbrac. (s.f.). *Sitios web*. Obtenido de <http://www.bemarketingnow.com/>
- Castillo, I. (s.f.). *Estudio de mercado. Evaluación de proyectos*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos98/estudio-mercado-evaluacion-proyectos/estudio-mercado-evaluacion-proyectos.shtml>

Datos Macro. (2016). *Bono de Estados Unidos a 10 años*. Obtenido de

<http://www.datosmacro.com/bono/usa>

Definición ABC. (s.f.). *Definición de Medicina Alternativa*. Obtenido de

<http://www.definicionabc.com/salud/medicina-alternativa.php>

Donato, A. (s.f.). *Homeopatía*. Obtenido de <http://salud.bioetica.org/homepatia.htm>

El Correo del Sol. (2014). *El descubridor del VIH y Premio Nobel Luc Montagnier acudirá a*

un congreso de homeopatía. Obtenido de <http://www.elcorreodelsol.com/articulo/el->

[descubridor-del-vih-y-premio-nobel-luc-montagnier-acudira-un-congreso-de-](http://www.elcorreodelsol.com/articulo/el-)

[homeopatia](http://www.elcorreodelsol.com/articulo/el-)

El Emprendedor. (2012). *Abrir una empresa en Ecuador, trámites legales*. Obtenido de

<http://www.elemprendedor.ec/tramites-abrir-empresa-en-ecuador/>

Escuela Médica Homeopática Ecuador. (s.f.). *La Medicina Homeopática Unicista en el*

Ecuador. Obtenido de <http://emhe.edu.ec/la-medicina-homeopatica-unicista-en-el->

[ecuador/](http://emhe.edu.ec/la-medicina-homeopatica-unicista-en-el-)

Escuela Médica Homeopática Ecuador. (s.f.). *Nuestra misión*. Obtenido de

<http://emhe.edu.ec/category/nuestra-mision/>

Escuela Médica Homeopática Ecuador. (s.f.). *Sitio web*. Obtenido de <http://emhe.edu.ec/>

ESPOL. (2011). *Sectores municipales*. Obtenido de

https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/5731/32/2_SECTORES%20M

[UNICIPALES.docx](https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/5731/32/2_SECTORES%20M)

Estudio de mercado. (s.f.). *Sepa qué es un estudio de mercado y para qué sirve*. Obtenido de

http://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html

FDA. (s.f.). *FDA Consumer*. Obtenido de <http://www.fda.gov/ForConsumers/>

Friend, L. (s.f.). *¿Cuál es el significado de estructura organizacional?* Obtenido de <http://pyme.lavoztx.com/cul-es-el-significado-de-estructura-organizacional-4749.html>

Gestiopolis. (s.f.). *La estructura organizacional*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/la-estructura-organizacional/>

Granja, A. (s.f.). *Preguntas frecuentes al médico homeópata*. Obtenido de <http://emhe.edu.ec/preguntas-frecuentes-al-medico-homeopata/>

Herrera, A. (2012). *Recupera Tu Salud Atravez de La Nutricion*. United States of America: AuthorHouse.

Homeopatía. (2014). *Homeopatía: Principios básicos*. Obtenido de <http://www.guiadelahomeopatia.com/>

Homeopatía Unicista. (s.f.). *La homeopatía en el mundo*. Obtenido de <http://www.homeounicista.com.ar/principal/la%20homeopatia%20en%20el%20mundo.htm>

Jojooa. (s.f.). *Definicion de Potencial de Mercado - ¿Como calcular el Potencial de mercado?* Obtenido de <https://sites.google.com/site/jojooa/marketing---definicion/potencial-de-mercado>

Matuk Villazón, J., & Matuk Kanan, J. (s.f.). *Historia homeopatía*. Obtenido de <http://homeopata.org/generalidades/historia/>

McCarthy, J. (1978). *Comercialización*. Buenos Aires: El Ateneo.

Ministerio de Salud Pública. (2006). *Ley Orgánica de la Salud, Ley No. 2006-67*. Obtenido de http://instituciones.msp.gob.ec/dps/santo_domingo/images/stories/guia_para_farmacias_sto-dgo.pdf

MSP. (2015). *MSP promueve estilo de vida saludable para combatir la hipertensión en Guayaquil*. Obtenido de <http://www.salud.gob.ec/msp-promueve-estilo-de-vida-saludable-para-combatir-la-hipertension-en-guayaquil/>

Naturpharma. (s.f.). *GUNA Arthro*. Obtenido de <http://naturpharma.ec/es/guna-arthro>

Naturpharma. (s.f.). *Sitio web*. Obtenido de <http://naturpharma.ec/>

Nilplan. (s.f.). *El yoga*. Obtenido de <http://www.nilplan.com/yoga>

OMS. (2013). *Estrategia de la OMS sobre medicina tradicional 2014 - 2023*. Obtenido de <http://www.who.int/medicines/areas/traditional/definitions/en/>

OMS. (2014). *Estrategia de la OMS sobre Medicina Tradicional*. Obtenido de <http://apps.who.int/medicinedocs/documents/s21201es/s21201es.pdf>

Ramos, E. (s.f.). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos102/metodologia-investigacion-procedimiento/metodologia-investigacion-procedimiento2.shtml>

Salud 180. (s.f.). *Algunos principios básicos de la homeopatía*. Obtenido de <http://www.salud180.com/salud-z/algunos-principios-basicos-de-la-homeopatia>

Salud y medicinas. (s.f.). *Así se elabora un medicamento homeopático*. Obtenido de <http://www.saludymedicinas.com.mx/centros-de-salud/homeopatia/articulos/asi-se-elabora-un-medicamento-homeopatico.html>

Santiesteban, D. (s.f.). *El Plan de Negocio y sus Componentes*. Obtenido de

<http://www.monografias.com/trabajos89/plan-negocio-y-sus-componentes/plan-negocio-y-sus-componentes.shtml>

Santil, J. (s.f.). *Metodología de Investigación*. Obtenido de

<http://www.monografias.com/trabajos72/metodologia-investigacion/metodologia-investigacion2.shtml>

SENPLADES. (s.f.). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Obtenido de

<http://www.buenvivir.gob.ec/>

Se-Todo.com. (s.f.). *El producto: la política de producto y el ciclo de vida del producto*.

Obtenido de <http://e.se-todo.com/doc/35810/index.html>

Sociedad Española de Medicina Homeopática. (s.f.). *Historia de la homeopatía*. Obtenido de

http://www.semh.org/index.php?option=com_content&view=article&id=45&itemid=54

SRI. (s.f.). *RUC*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>

Startups Mentor. (s.f.). *La importancia de realizar un estudio de mercado*. Obtenido de

<http://www.startupsmentor.com/es/blog/general/la-importancia-de-realizar-un-estudio-de-mercado>

Supercías. (s.f.). Obtenido de Sitio web: <http://www.supercias.gob.ec/portal/>

Terapias corporales. (s.f.). *Bases científicas de la acupuntura*. Obtenido de [http://terapias-](http://terapias-corporales.com/?p=675)

[corporales.com/?p=675](http://terapias-corporales.com/?p=675) Masajes

Thompson, I. (s.f.). *El Estudio de Mercado*. Obtenido de

<http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>

Thomsen, M. (2009). *El Plan de Negocios Dinámico*. Escandinavia: Thomsen Business Information.

Universidad de las Américas Puebla. (s.f.). *Metodología*. Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/blanco_s_nl/capitulo3.pdf

Universidad de las Américas Puebla. (s.f.). *Plan de negocios: Revisión de literatura de diversos autores y elección del enfoque de investigación*. Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/varela_b_r/capitulo2.pdf

Universidad Francisco Gavidia. (s.f.). *El proceso de comercialización de servicios*. Obtenido de <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7402/4/368.3-O77d-CAPITULO%20II.pdf>

Wikipedia. (2015). *Homeopatía en México*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Homeopat%C3%ADa_en_M%C3%A9xico

Zona Económica. (s.f.). *Estudio financiero*. Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

ANEXO 1. FORMATO DE LA ENCUESTA

Por favor dedique un momento para responder esta breve encuesta que tiene como propósito recabar información para el trabajo de titulación: "PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS HOMEOPÁTICOS EN EL SECTOR NORTE DE GUAYAQUIL". Se agradece su colaboración escogiendo una sola respuesta por cada pregunta.

Nombre: _____

1.- ¿Conoce usted sobre la medicina Homeopática?

- Si ()
No ()

2.- ¿Dónde usted a adquirido información sobre la medicina homeopática?

- Medios de comunicación ()
Centros de Salud ()
Referencias Personales ()

3.- ¿Qué cree usted que es la medicina homeopática?

- Natural ()
Química ()
Mixta ()
Alternativa ()

4.- ¿Ha utilizado medicamentos homeopáticos?

- Si ()
No ()
Regularmente ()

5.- ¿Qué tipo de medicina usted utiliza en la actualidad?

- Medicina Tradicional ()
Medicina Alternativa ()
Varias al mismo tiempo ()

6.- ¿Sabía usted que los remedios homeopáticos son hechos a base de componentes naturales?

- Si ()
No ()

7.- ¿Usted ha recibido alguna vez algún tratamiento con medicina homeopática?

Si ()

No ()

8.- ¿Recomendaría un tratamiento con medicina homeopática?

Si ()

No ()

9.- ¿Ha tenido alguna experiencia con un familiar o conocido con tratamiento en medicina homeopática?

Si ()

No ()

10.- ¿Es usted disciplinado con cualquier tipo de tratamiento médico?

Si ()

No ()

11.- ¿Qué tipo de medicina alternativa usted conoce?

12.- ¿Usted tuvo un resultado positivo con un tratamiento homeopático?

Si ()

No ()

13.- ¿Conoce algún centro de medicina homeopática dentro de la ciudad de Guayaquil?

Si ()

No ()

ANEXO 2. FORMATO DE ENTREVISTA

Entrevista: Médico General

Por favor dedique un momento para responder esta breve entrevista que tiene como propósito recabar información para el trabajo de titulación: " PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS HOMEOPÁTICOS EN EL SECTOR NORTE DE GUAYAQUIL". Se agradece su colaboración de antemano.

1. ¿Por qué ejerce la medicina tradicional?
2. ¿Cuánto tiempo tiene de ejercer como Médico?
3. ¿Cuál es su especialidad médica?
4. ¿La medicina tradicional está en crisis?
5. Según su experiencia ¿Qué porcentaje de personas confía en la medicina homeopática?
6. ¿Qué lleva a las personas a las medicinas alternativas?
7. ¿Qué diferencias hay entre la medicina tradicional y las demás?
8. ¿No será que hay una conspiración de la medicina tradicional contra las otras?
9. ¿Toda enfermedad se debe tratar con medicamentos?
10. ¿Por qué la gente desconfía de la medicina convencional?

Entrevista: Médico Homeópata

Por favor dedique un momento para responder esta breve entrevista que tiene como propósito recabar información para el trabajo de titulación: " PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS HOMEOPÁTICOS EN EL SECTOR NORTE DE GUAYAQUIL". Se agradece su colaboración de antemano.

1. ¿A partir de qué año la homeopatía empezó a tener auge?
2. ¿Para qué sirve esta medicina?
3. ¿En qué enfermedades es más seguro o confiable el tratamiento de productos homeopáticos?
4. ¿Quiénes pueden practicarlas?
5. ¿Cuáles son los tratamientos?
6. ¿En qué se diferencian médicos homeópatas de los alópatas?
7. ¿Cuánto es el tiempo promedio y el costo de una consulta Homeopática?
8. ¿Cuánto es el costo promedio de los productos homeopáticos y el promedio de su venta diaria?
9. ¿Cómo preparan los medicamentos?
10. ¿Cuándo es recomendable asistir a un médico homeópata?
11. ¿Cómo se realiza seguimiento al paciente?
12. ¿Cuánto puede durar un tratamiento?