

UNIVERSIDAD PANAMERICANA
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas



**Creación de Centro Naturista Madre Tierra, en el municipio
de San Antonio Huista, departamento de Huehuetenango.**
(Práctica Empresarial Dirigida -PED-)

Elia Isabel López Xutuc

Jacaltenango, octubre 2013

**Creación de Centro Naturista Madre Tierra, en el municipio
de San Antonio Huista, departamento de Huehuetenango.**
(Práctica Empresarial Dirigida -PED-)

Elia Isabel López Xutuc

Lic. Reyes Israel López Samayoa (Asesor)

Ing. Mynor de León Sánchez (Revisor)

Jacaltenango, octubre 2013

Autoridades de Universidad Panamericana

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

M. Sc. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica y Secretaria General

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

Autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Decano

Lic. Ely Obed Vivas Pérez

Coordinador Regional II, Huehuetenango

Lic. Domingo Ursulo Hernández Montejo

Coordinador de sede

**Tribunal que practicó el examen general de la
Práctica Empresarial Dirigida -PED-**

Lic. Carlos Huberto López Ovalle
Examinador

Licda. Siomara Alenadrina del Valle Cano
Examinadora

Lic. Jhovany Baltazar Montejo Cárdenas
Examinador

Lic. Reyes Israel López Samayoa
Asesor

M.A. Maynor de León Sánchez
Revisor

REF.:C.C.E.E.0157-2013

LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.

GUATEMALA, 24 DE JULIO DEL 2013

SEDE JACALTENANGO, HUEHUETENANGO

De acuerdo al dictamen rendido por el Licenciado Israel López Samayoa, tutor e Ingeniero Maynor de León Sánchez, revisor de la Práctica Empresarial Dirigida, proyecto –PED- titulada “Creación del Centro Naturista Madre Tierra.”, Presentado por él (la) estudiante Elia Isabel López Xutuc, y la aprobación del Examen Técnico Profesional, según consta en el Acta No.729, de fecha 25 de mayo del 2013; **AUTORIZA LA IMPRESIÓN**, previo a conferirle el título de Administradora de Empresas, en el grado académico de Licenciada.

Lic. César Augusto Custodio Cobar
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas.



Nombre completo: Lic. Reyes Israel López Samayoa
Titulo: Licenciado en Ciencias de la Administración

Dirección: Sexta Avenida 3-32 Zona 5, Chiantla
No. Teléfono Of.: 77659052
No. Teléfono Cel.:53397583
No. De fax ext.: - - - - -
E-mail: joyaderey@hotmail.com

Huehuetenango, mayo 28 del 2012.

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
- Universidad Panamericana
Ciudad

Estimados Señores:

En relación al trabajo de asesoría Practica Empresarial Dirigida (PED), del tema "**Creación del Centro Naturista Madre tierra**" realizado por Elia Isabel López Xutuc, estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas; he procedido a la asesoría de la misma, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de la Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, considero que la misma cumple con los requerimientos para ser sometida al Examen Privado Técnico Profesional (EPTP), por lo tanto doy el dictamen de aprobado al tema desarrollado en la Practica Empresarial Dirigida con la nota de **noventa y cinco puntos (95)**.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.


Lic. Reyes Israel López Samayoa

Jacaltenango, 15 de octubre de 2012.

M.A. César Custodio
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana

Honorable Señor Decano:

En relación al Trabajo de Práctica Empresarial Dirigida (PED), del tema **Creación del Centro Naturista Madre Tierra**, realizado por el (la) practicante **Elia Isabel López Xutuc**, carné No. 0703868, estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la revisión del informe de la misma, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la Reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo a lo anterior, considero que el (la) practicante puede sustentar Examen Técnico Privado Profesional (ETPP), por lo tanto doy el dictamen de aprobación al tema desarrollado en dicha Práctica Empresarial Dirigida.

Al ponerme a la orden para cualquier aclaración adicional, me suscribo atentamente:

f. _____

Ing. Maynor de León Sánchez

Revisor



UNIVERSIDAD
PANAMERICANA

"Sabiduría ante todo, adquiere sabiduría"

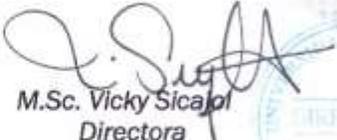
REGISTRO Y CONTROL ACADÉMICO

REF.: UPANA: RYCA: 0904.2013

La infrascrita Secretaria General M.Sc. Alba de González y la Directora de Registro y Control Académico M.Sc. Vicky Sicajol, hacen constar que la estudiante López Xutuc, Elia Isabel con número de carné 0703868 aprobó con **83 puntos** el Examen Técnico Profesional, de la Licenciatura en Administración de Empresas, en la Facultad de Ciencias Económicas el veinticinco de mayo del dos mil trece.

Para los usos que la interesada estime convenientes se extiende la presente en hoja membretada a los trece días del mes de septiembre del año dos mil trece.

Atentamente,


M.Sc. Vicky Sicajol
Directora
Registro y Control Académico




Vr.Bo. M.Sc. Alba de González
Secretaria General



Karen Coronado
cc.Archivo,

Índice

Resumen	i
Introducción	iii
Capítulo 1	1
Marco Teórico	1
1.1 Antecedentes	1
1.1.1 Medicina naturista	1
1.2 Historia de la medicina natural.	2
1.2.1 Origen de la demanda por la medicina naturista	2
1.3 La medicina natural en Centro América	3
1.4 La homeopatía, desde sus comienzos hasta la actualidad	4
1.4.1 Precursores	4
1.4.2 Actualidad de la homeopatía en el mundo	5
1.5 Actualidad de la homeopatía en Guatemala	6
1.5.1 Regulación de medicamentos	6
Capítulo 2	8
Selección y presentación de la idea de la empresa	8
2.1 Descripción de la empresa	8
2.1.1 Denominación o nombre de la Empresa	8
2.1.2 Eslogan	8
2.1.3 Tamaño	8
2.1.4 Mercado Objetivo	8
2.1.5 Producto	9
2.1.6 Servicio	10

2.1.7	Diferenciación	10
2.1.8	Presentación de la Idea	11
Capítulo 3		13
Estrategia competitiva		13
3.1	Competidores	13
3.2	Análisis de mercado	14
3.3	Estrategia competitiva	22
3.3.1	Objetivo	22
3.3.2	Precio	22
3.3.3	Estructura de capital	23
3.3.4	Ubicación	25
Capítulo 4		26
Análisis del Entorno		26
4.1	Análisis F.O.D.A.	26
4.2	Análisis de Porter:	28
4.2.1	Sustitutos y competidores	28
4.2.2	Poder de negociación	29
4.2.3	Proveedores	29
4.2.4	Compradores	29
4.2.5	Rivalidad	30
Capítulo 5		31
Definición de la Empresa		31
5.1	Nombre comercial	31
5.2	Logotipo	31

5.3	Marca	32
5.4	Aspectos legales: Legalización de la Empresa	32
5.4.1	Procedimientos de inscripción	32
5.5	Localización	35
5.5.1	Ubicación del Departamento de Huehuetenango	35
5.5.2	Municipio de San Antonio Huista	38
5.6	Misión	41
5.7	Visión	41
5.8	Metas	41
5.9	Objetivos	41
5.10	Valores	41
	Capítulo 6	43
	Área de organización y recursos humanos	43
6.1	Estructura Organizacional	43
6.2	Organización del Recurso Humano	44
6.3	Descripción y especificación de puestos	44
6.3.1	Área Administrativa:	45
6.3.2	Departamento de Producción	49
6.3.3	Departamento de mercadotecnia	54
6.3.4	Departamento de Finanzas	56
	Capítulo 7	59
	Área de comercialización	59
7.1	Plan de mercadotecnia	59
7.1.1	Productos y Servicios	59

7.1.2	Precio	61
7.1.3	Plaza	62
7.1.4	Promoción	63
7.2	Estrategias de comunicación	65
Capítulo 8		68
Área de aprovisionamiento e insumos		68
8.1	Proveedores	68
8.2	Procedimientos	68
Capítulo 9		76
Estudio económico-financiero		76
9.1	Estimación Inversión Inicial o Plan de Inversión	76
9.2	Crecimiento anual	77
9.3	Estados financieros	77
9.3.1	Estado de resultados	78
9.3.2	Balance general	79
9.3.3	Flujo de caja	80
9.4	Razones Financieras	81
9.4.1	Tiempo de retorno de capital	81
9.4.2	Relación costo beneficio	82
9.4.3	Valor actual neto	82
9.4.4	Tasa interna de retorno	82
Capítulo 10		83
Viabilidad del proyecto		83
10.1	Conceptual	83

10.2	Operacional	83
10.3	De Mercado	84
10.4	Económica	84
	Conclusiones	86
	Recomendaciones	87
	Bibliografía	88
	E-grafías	89
	Anexos	91

Índice de Tabla

Tabla No. 1 Resumen con datos oficiales de países del continente Americano.	5
Tabla No. 2 Competidores Nacionales	13
Tabla No. 3 Competidores Regionales	14
Tabla No. 4 Enfermedades Comunes de la Región Huista.	15
Tabla No. 5 Plantas medicinales a cultivar en el Centro Naturista “Madre Tierra”	21
Tabla No. 6 Precios de productos naturales	23
Tabla No. 7 Estructura de Capital	24
Tabla No. 8 Extensión Territorial Región Huista .	37
Tabla No. 9 Distancia entre municipios de Región Huista.	38
Tabla No. 10 Comunidades del Municipio de San Antonio Huista.	40
Tabla No. 12 Establecimiento de Precios de Productos Naturales	62
Tabla No. 13 Presupuesto de publicidad para el primer trimestre	66
Tabla No. 14 Presupuesto de centro naturista "Madre Tierra"	71
Tabla No. 15 presupuesto de ventas	75
Tabla No. 16 Inversión Inicial	77

Índice de Graficas

Grafica No. 1	16
Grafica No. 2	16
Grafica No. 3	17
Grafica No. 4	19
Grafica No. 5	20
Grafica No. 6	20
Grafica No. 7 Análisis Porter.	28
Grafica No. 8 Mapa de Huehuetenango	36
Grafica No. 9 Extensión Nacional	37
Grafica No. 10 Mapa de San Antonio Huista.	39
Grafica No. 11	63
Grafica No. 12	63

Índice de Anexos

Anexo 1. Patente de comercio	91
Anexo 2. Formulario de Registro Mercantil	92
Anexo 3. Formularios de la Superintendencia de Administración Tributaria (Inscripción de la empresa)	93
Anexo 4 Contribuyentes en el Registro Tributario Unificado SAT-No.00014	94
Anexo 5 Formulario para habilitación de libros	96
Anexo 6 Licencia Sanitaria	97
Anexo 7 Análisis e Interpretación de las encuestas	98
Anexo 8 Encuesta dirigida a clientes	99
Anexo 9 Encuesta dirigida a Farmacias	101

Resumen

El cambio constante del mundo actual, con productos químicos y sintéticos, hacen que la salud del ser humano se deteriore cada vez más, como causa de consumo excesivo de medicamentos químicos, por esta razón se hace una investigación para la implementación de un centro que permita la implementación de productos naturales para la población en general.

En este sentido, la medicina natural ha adquirido importancia en los últimos años debido a los resultados que se han obtenido al hacer uso de las mismas y de los tratamientos alternativos, cuyo objeto es mantener el equilibrio del cuerpo y por lo mismo mantenerlo sano.

La medicina natural y terapias alternativas son procedimientos que se utilizan, tomando nutrientes y sustancias que ayudan a prevenir enfermedades y si estas ya se han presentado se pueden encontrar tratamientos y medicamentos curativos para terminar con los padecimientos.

De esta manera la medicina natural se ha convertido en una terapia alternativa utilizada por especialistas y además por personas que no poseen la capacidad económica de adquirir productos convencionales, permitiendo tener una oportunidad de sanar enfermedades más comunes.

Los tratamientos alternativos tienen como objetivo proveer una vida más saludable, concientizar a las personas para adoptar buenos hábitos de alimentación e higiene, previniendo enfermedades y padecimientos.

El objetivo del presente trabajo es dar a conocer la creación de la empresa denominada Centro Naturista “Madre Tierra”, que debido a la necesidad de la Región Huista de mantener una dieta más saludable y mejorar la calidad de vida de los habitantes de la misma, surge la idea de producir medicamentos y cosmética natural al hacer una análisis (ANEXO 7) que demuestra que este servicio no está disponible.

Se analizaron las estrategias de penetración en el mercado tomando como segmento de mercado los municipios que comprenden a la Región Huista.

La empresa cuenta con visión, misión, valores, metas, objetivos y un sistema organizacional funcional para operar de manera eficiente.

Con el plan de mercadotecnia que se realizó se pudo observar cuales son las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades de igual forma definir objetivos, analizar la competencia y segmentar el mercado, técnicas de ventas y lograr un incremento en las mismas.

Se realizó un análisis económico para determinar la viabilidad del proyecto para que de esta manera no se corran riesgos en la inversión.

Introducción

El uso de algunas plantas medicinales viene inmerso en leyendas que indican que el hombre ha aprendido de los animales el uso de las mismas, siendo por lo tanto la medicina empírica producto de la observación de la medicina animal, como la medicina científica es producto de la empírica.

La homeopatía es un método para alcanzar la curación de enfermedades, utilizando (para obtener este objetivo) compuestos provenientes de plantas, minerales, animales, y hasta del mismo hombre. Se basa principalmente en dos principios, el de similitud y el de contrarios. También utiliza el principio de las cantidades microscópicas, la cantidad de medicamento utilizada en el tratamiento es básico en la homeopatía.

El Centro Naturista “Madre Tierra” que proporcionará productos de origen 100% natural, brindará el servicio de información y de orientación acerca de la utilización de los mismos.

En Guatemala existe cerca de 200 publicaciones sobre medicamentos de origen natural, entre tesis de grado, artículos publicados en revistas locales e internacionales y libros de referencia. Sin embargo, la especialidad de la homeopatía no está bien definida ni legislada, y la regulación de los medicamentos a través del Ministerio de Salud es reciente.

Para satisfacer las necesidades existentes se consideró la idea de crear el centro naturista Madre Tierra que brinde productos naturales al alcance de todo público, la teoría y los conceptos son necesarios para fundamentar las decisiones haciendo referencia a ello el capítulo 1 Marco Teórico; por ello se incluye las definiciones de medicina, medicina natural y los principales precursores de este tipo de terapia.

El capítulo 2 Selección y presentación de la idea de la empresa

Dando a conocer las características con las que contará la empresa teniendo presentando objetivos metas y los productos que se venderán y distribuirán.

Así como también el capítulo 3 hace referencia a la estrategia competitiva, análisis de mercado, competidores en San Antonio Huista, y Santa Ana Huista.

En el capítulo 4 se hace un análisis del entorno, Análisis Foda, Análisis Porter Analizando los productos sustitutos y competidores, poder de negociación, proveedores, competidores, y la rivalidad existente.

En el capítulo 5 la definición de la empresa a crearse, tomando en cuenta los factores del nombre comercial, logotipo a utilizar, el tipo de eslogan y la marca que lo identificará en el medio comercial, así como también la forma de constituirse en los aspectos legales, la misión y visión, metas y objetivos plasmados.

En el capítulo 6 se plantea la organización de la empresa, dando a conocer el organigrama y la definición y descripción de puestos.

En el capítulo 7 la comercialización del producto haciendo mención sobre el plan de mercadotecnia y las estrategias de comunicación.

En el capítulo 8 el área de aprovisionamiento, los proveedores que se tendrán.

En el capítulo 9 Área económica- financiera, tomando como base los presupuestos de inversión, estados financieros y las razones financieras.

En el capítulo 10 la viabilidad del proyecto es la base fundamental del proyecto, analizando la logística operacional de procesos en la comercialización del producto, la estructura y cobertura del mercado y la factibilidad del proyecto en base a los indicadores financieros y económicos.

Capítulo 1

Marco Teórico

1.1 Antecedentes

1.1.1 Medicina naturista

Diccionario de la Real Academia define como naturismo la “doctrina que preconiza el empleo de los agentes naturales para la conservación de la salud y el tratamiento de las enfermedades”.

Una definición más amplia y de los doctores Malte B. y Pablo S. (1998) define que medicina naturista. “Es la ciencia que aborda la capacidad curativa de nuestro propio organismo, el uso terapéutico de las sustancias y elementos naturales de nuestro entorno, y la aplicación de los procesos naturales y actividades fisiológicas con fines terapéuticos”. La naturaleza proporciona una gran cantidad de alimentos que contienen propiedades curativas para minimizar las enfermedades; al momento que aparezca un desequilibrio en la buena salud se debe buscar en las plantas ya que estas contienen los medicamentos y los tratamientos curativos para acabar con los padecimientos. Sin embargo, la vida moderna hace que fácilmente se olvide que se forma parte de la naturaleza y por qué se debe vivir dentro de sus reglas.

La medicina fabricada por la naturaleza y diseñada por el creador de la naturaleza, será siempre mucho más compleja y avanzada que la inventada por el hombre, pero el trabajo para realmente sacarle provecho consiste en estudiarla, investigarla y utilizarla a la altura de la capacidad científica. Actualmente menos del 1% de los recursos dedicados a la investigación médica se destina a la medicina natural. A pesar de esto, los avances han sido espectaculares y la opción natural crece continua e irreversiblemente, siendo este crecimiento mayor en los países médicamente más avanzados.

La medicina natural se utilizará siempre de forma masiva por la simple razón de que funciona,

pero cuando se practica con apoyo profesional e institucional, los resultados superan cualquier expectativa. (Alvarado, R. 2000).

1.2 Historia de la medicina natural.

Antiguamente la sabiduría estaba monopolizada por los sacerdotes y es precisamente en los santuarios chinos, hindúes, caldeos y egipcios, donde se practicaba naturismo médico. Se administraba a los enfermos baños de sol, de aire, de agua, arena, barro y muy especialmente regímenes dietéticos cuya importancia ya se conocía en aquellos tiempos remotos. El naturismo siguió los vaivenes que los acontecimientos históricos imprimieron a los pueblos, alcanzando su máximo esplendor en Grecia y Roma antiguas. (Alvarado, R. 2000)

Los precursores del naturismo contemporáneo han sido en su mayoría personas humildes, a veces sin instrucción, simples artesanos o campesinos, pero a cambio tenían grandes dotes de observación, cosa esencial en la medicina. Como su mente no estaba oscurecida por los prejuicios de la escolástica, podían reflexionar libremente en presencia de los fenómenos naturales.

A principios de los años 70, Gene Hughes, un maestro de escuela de Utah, comenzó a sentir un malestar por una condición estomacal. Él siguió el consejo de un vecino, quién sugirió usar la cayena para dicha incomodidad ¡Y funcionó! Pronto Gene se sintió mucho mejor, pero el ingerir una cucharada de cayena era horrible. Fue allí que, Kristine, su esposa, sugirió ponerla en cápsulas de gelatina para pasarlas fácilmente. ¡Fue una idea revolucionaria! Gene y Kristine juntaron a la familia—Dick, Pauline Hughes y Jay y Arva Hughes—para comenzar un pequeño negocio familiar, vendiendo cayena encapsulada y otras hierbas en tiendas naturistas. (Alvarado, R. 2000)

1.2.1 Origen de la demanda por la medicina naturista

Desde la década de los ochenta, la Medicina Natural, ha ganado mucho terreno, igual que la alimentación y cosmética biológica. La mayoría de los usuarios de las terapias y medicinas alternativas, se han volcado a ellas, porque se han sentido desengañados con la medicina

ortodoxa o alopática. En la Comunidad Europea, la seguridad social de los países miembros, es muy buena con relación a otros países como EE.UU. o Sudamérica y Centro América.

En la década de los cincuenta, existía el médico rural o de familia. Era un amigo, casi el confesor de la familia. Hoy en día todos desearían ser atendidos como en aquella época, pero no es posible por el germen de la sociedad moderna. Eso hace que mucha gente sienta la necesidad de probar otras terapias y volver a las fuentes de la medicina, que no es otra que la medicina natural tradicional. Es tan importante el crecimiento de la medicina natural, que los más importantes laboratorios de especialidades medicinales han creado otras divisiones de productos naturales, en la rama de la salud y cosmética.

Muchas de las entidades dedicadas a la venta de medicina naturista, utilizan una muy buena promoción que poco a poco atraen a más consumidores. Algunos de las empresas señalan que la medicina naturista ayuda a prevenir el cáncer, a evitar el envejecimiento, las arrugas, la celulitis, la pérdida de el cabello y claro está no podía faltar el devolverle a el hombre la potencia sexual. Cosas que la medicina tradicional nunca podría alegar en un solo producto. (José H. 2006)

1.3 La medicina natural en Centro América

Los Mayas fueron pioneros en investigaciones sobre diversas formas de curar enfermedades, haciendo uso de los medios disponibles dentro de la naturaleza, con ello surgen los primeros curanderos y médicos sacerdotes, quienes no solo tenían a su cargo el manejo de los problemas de salud de sus comunidades, sino también ayudar a conseguir la paz espiritual.

Los productos naturales son una buena alternativa, pues el tratamiento inofensivo de los remedios y sustancias naturales no afectan el organismo, no produce efectos colaterales razón suficiente para volver a lo natural, pues sólo la naturaleza cura, gracias a ello el organismo se fortalece para luchar por si mismo contra la enfermedad. Por eso es importante y necesario consumir productos naturales de alta calidad.

1.4 La homeopatía, desde sus comienzos hasta la actualidad

A continuación se encuentra una breve historia de la homeopatía, desde sus precursores hasta los días actuales.

1.4.1 Precursores

Desde el siglo V antes de Cristo, Hipócrates y sus discípulos utilizan las plantas en su forma pura como medicamento, la experiencia adquirida por su uso, es transmitida por medio de los herbarios, tanto en su manufactura como en el uso terapéutico.

Hipócrates (siglo V a C), Roa Tro médico chino del siglo II A.C, Paracelso, en el siglo XVI exponen dos vías posibles para llegar a la curación, una de ellas es el tratamiento de los enfermos conforme al principio de los contrarios, propagado como único método por Galeno, es decir, contraria *contrariisoponenda*. Este supone la administración de un agente de acción opuesta a la manifestación, tal como se está expresando en la enfermedad. El otro método es la utilización del principio de los semejantes, esto es *simillasimilibuscurantur*. Este principio, aunque no es ampliamente desarrollado por Hipócrates en sus tratados, lo indica mediante algunos ejemplos: el eléboro blanco llega a producir diarreas y en dosis mínimas eliminan estas irritaciones tipo cistitis. (Alvarado, R. 2000)

En 1763 Antonio Store, médico de la corte vienesa, escribe “Si el estramonio vuelve locas a las personas que gozan de buena salud, turbándoles el espíritu, se pueden realizar experiencias para descubrir si esta planta no hace recuperar el estado de salud del espíritu a aquellos que se encuentran alterados y que están locos” Esta idea aunque parece muy lejana, no ha dejado de estar justificada gracias a sus buenos resultados.

El concepto de medicina holística moderna nace en 1782, cuando el doctor Christian Friedrich Samuel Hahnemann publica el ensayo sobre un nuevo principio para descubrir las virtudes curativas de las sustancias medicinales, seguido de algunas apreciaciones sobre los principios admitidos hasta nuestros días, para dar a conocer su nuevo sistema, denominado Homeopatía.

La primera obra que de esta naturaleza aparece en América, fue escrita por Juan de la Cruz en 1552. Se trata de una obra ilustrada, donde se mencionan 251 plantas, y 185 están representadas en imágenes, actualmente, la obra original es propiedad de la biblioteca del Vaticano. En 1755 nace el Dr. Christian Friedrich Samuel Hahnemann (1755-1843), médico alemán creador de la homeopatía. (Alvarado, R. 2000)

1.4.2 Actualidad de la homeopatía en el mundo

Actualmente la homeopatía se practica en diferentes países del mundo.

En el continente Americano países como: Nicaragua, Cuba, Estados Unidos, Canadá, Argentina y Brasil cuentan con una ley que regula los medicamentos homeopáticos que se comercializan.

Tabla No. 1 Resumen con datos oficiales de países del continente Americano.

Aspectos	Nicaragua	Cuba	Estados Unidos	Canadá	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Guatemala
Existencia de leyes	√	√	√	√			√	√	√
Profesionalización	√	√	√	√			√		
Regulación de medicamentos	√	√	√	√	√	√			√
Farmacopea			√		√	√			
Integración al Sistema Nacional de salud		√	√				√		
Programas de M.A.		√	√	√					
Investigación		√	√	√					

Fuente: Aviles, J. (2004) Aspectos Legales de la Homeopatía. España: EDAF, S.A.

En Estados Unidos, Canadá, Chile, Cuba y Nicaragua existe una ley de profesionalización para los médicos que practican la medicina homeopática.

Cuba, Estados Unidos y Canadá son los únicos países del continente en los que existe un programa de medicina tradicional, en la que se incluye la homeopatía y este programa está

integrado a los sistemas de salud nacional, lo que significa que las instituciones de Seguro Social pueden brindarla, o bien que las aseguradoras locales reembolsan un porcentaje del costo de estos tratamientos a sus afiliados.

Para los productos de origen vegetal que se cultivan y procesan en Guatemala, el Ministerio de Salud Pública y Asistencia social de la República, a través de la Dirección General de Regulación, Vigilancia y control de la salud, y el departamento de regulación y control de productos farmacéuticos y afines, emitió en junio de 2003 el reglamento de buenas prácticas de manufactura para laboratorios de productos fitoterapéuticos por medio de un programa de mejoramiento de los servicios de salud II. Fortalecimiento institucional. En este documento aparecen los reglamentos de buenas prácticas de manufactura para los laboratorios de productos fitoterapéuticos. La mayoría de los productos de medicina alternativa y/o complementaria se venden con o sin receta, en Guatemala se encuentra más difundida la fitoterapia (medicamentos extraídos de plantas)

1.5 Actualidad de la homeopatía en Guatemala

En Guatemala, por razones culturales, el uso de la Medicina Alternativa se encuentra difundido. Al igual que en algunos países de América, Guatemala cuenta con elementos que sirven de apoyo y regulación para el ejercicio de la Medicina Alternativa en forma profesional.

1.5.1 Regulación de medicamentos

La regulación de los medicamentos de Medicina Alternativa y/o Medicina Complementaria Alternativa, lo hace el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social a través de la Dirección General de Regulación, Vigilancia y Control de la Salud y el Departamento de Regulación y Control de productos Farmacéuticos y Afines, donde aparecen los requisitos para el registro sanitario de productos Homeopáticos, solicitados por el laboratorio Nacional de salud, entidad encargada de la vigilancia de la calidad de los productos de consumo humano que se comercializan en Guatemala.

Esta solicitud debe estar respaldada por un profesional Químico Farmacéutico; en el expediente debe aparecer la composición del producto, con el nombre común y científico, indicando la parte de la planta o producto natural utilizado.

En el caso que el producto sea procesado o sea originario de otro país (producto de importación), esta solicitud debe ser acompañada por el certificado de comercialización de productos farmacéuticos del país de origen, emitido por la autoridad competente.

También deben presentarse estudios de estabilidad, acompañado de muestras selladas, muestras de la tintura madre y la respectiva monografía.

Capítulo 2

Selección y presentación de la idea de la empresa

2.1 Descripción de la empresa

2.1.1 Denominación o nombre de la Empresa

Centro Naturista “Madre Tierra” San Antonio Huista, departamento de Huehuetenango.

2.1.2 Eslogan

La Naturaleza al cuidado de su salud y belleza.

Acudiendo a los múltiples beneficios de los medicamentos naturales ya que con ellos se puede mejorar la salud y al mismo tiempo hacer que las personas se vean mejor y se sientan bien, teniendo una calidad de vida más saludable.

2.1.3 Tamaño

Inicialmente se contempla una empresa pequeña dedicada al cultivo de plantas medicinales, procesamiento, envasado, y venta de los medicamentos naturales elaborados, con proyección a mediano plazo (cinco años) de crecer y convertirse en una empresa comercializadora de estos productos en el departamento de Huehuetenango, ampliando además los servicios a prestar como: consultas, quiroprácticas, acupuntura, flores de Bach, masajes, tratamientos de belleza, etc.

2.1.4 Mercado Objetivo

Personas que residan en la Región Huista¹ y municipios aledaños², que deseen cuidar de su salud o que tengan padecimientos o enfermedades que necesiten un tratamiento para sanarse. El Centro Naturista estará orientado especialmente a todas aquellas personas que deseen hacer uso de estos medicamentos, ya que en el medio son muy factibles y económicos.

¹ San Antonio Huista, Jacaltenango, Concepción Huista, Nentón, Santa Ana Huista, Unión Cantinil.

² Democracia, San Mateo, San Pedro Necta, Todos Santos.

2.1.5 Producto

El Centro Naturista ofrecerá los siguientes productos.

a) Medicina Natural

- Herbolaria
- Medicina Homeopática
- Tés o infusiones
- Jarabe para la tos a base de miel.
- Jarabe para la tos a base de extracto de morro.
- Plantas deshidratadas.
- Depurativos orgánicos.
- Tinturas de albahaca, para los nervios.
- Tinturas de altamisa y te ruso para cólicos
- Tés calmar dolores abdominales, combatir el insomnio, dolores estomacales, relajantes, para los nervios.
- Cápsulas para combatir infecciones de hígado, urinaria, próstatas, páncreas.
- Compuestos de plantas medicinales

b) Productos de Belleza

- Shampoo para combatir la caída y fortalecer el cuero cabelludo.
 - sábila,
 - manzanilla,
 - hiedra
- Jabones para baño
 - Aromáticos
 - Jabón de Lavanda, relajante corporal.
 - Jabón de Rosas, corporal y aromatizante.
 - Medicinales
 - Jabón de Árnica, cicatrizante.
 - Jabón de Sábila, Piel seca y elimina barros
 - Jabón de Manzanilla, infecciones de la piel.
- Tradicionales

- Jabón de Miel, piel sensible y delicada
- Jabón de Avena, cutis graso.
- Pomadas cicatrizantes y que eliminan granos, espinillas y barros.
- Cremas para uso cotidiano.

2.1.6 Servicio

Además ofrecerá los siguientes servicios.

- Atención al cliente
- Asesorías en normas de higiene y salud
- Orientación sobre uso de productos naturales
- Consultas de diagnóstico
- Masajes terapéuticos

2.1.7 Diferenciación

El Centro Neurópata, ubicado en el Centro de Capacitación Arturo Melville, en el cantón Reforma, San Antonio Huista, será el primero en tener una farmacia especializada en medicina natural, no solo será la venta de estos medicamentos sino también se cultivarán las plantas, se procesarán, se envasarán y se venderán. El proceso por el cual pasarán las plantas es lo más artesanalmente posible, para que no contengan químicos que dañen la salud del consumidor. El cliente preferirá este producto porque contribuirá a mantener una vida más sana, cambiando hábitos alimenticios con productos naturales.

- La diferenciación del producto: El producto de la farmacia homeopática o de medicina natural será diferente al de la competencia, no solo será procesado natural y artesanalmente, sino también se cultivarán las plantas para poder ofrecer mejores precios.
- La diferenciación de los servicios: La farmacia distribuirá los productos, además de ofrecer servicio de asesoría y ventas personales como también institucionales, mediante charlas, talleres, etc.

- La diferenciación del personal: El personal será seleccionado minuciosamente, ya que se trata de manipular medicamentos naturales lo más higiénicamente posible y con exactitud y recibirá capacitaciones constantes, para mejorar su desempeño.

- La diferenciación de la imagen: La farmacia contará con una imagen que la distinga de las demás, por demostrar lo natural del producto y por su slogan La Naturaleza al cuidado de su salud y belleza, al mismo tiempo de ser el primer Centro Neurópata de la Región Huista.

2.1.8 Presentación de la Idea

El centro naturista está situado en el municipio de San Antonio Huista que es el centro del comercio de la Región Huista, siendo este un mercado con demanda insatisfecha que se tratarán de cubrir las necesidades que se presenten.

En un principio el centro naturista será una empresa pequeña con proyección a crecer en un término de 5 años convirtiéndose en mediana empresa. El mercado posee la capacidad de adquirir los productos que se tendrán en el centro naturista ya que serán de bajos precios y de buena calidad.

Análisis realizados en la Región Huista demuestran que existe una gran cantidad de personas que no cuentan con los recursos necesarios para adquirir un servicio en salud de calidad que permita combatir las enfermedades más comunes que afectan a las comunidades marginadas y que no cuentan con acceso a medicamentos ya que estos son de precios muy elevados. Además de que se necesita una fuente de ingresos para el auto sostenimiento del Centro de Capacitaciones y contar con lo necesario para cubrir las necesidades básicas del personal.

Surge la iniciativa de crear un centro Naturista que tenga como objetivo cubrir las principales necesidades de la población de Región Huista, que se especializara en los medicamentos naturales y terapias alternativas, también contará con un servicio de orientación, explicando el uso correcto de los medicamento y la dosis recomendada. También será una empresa integral ya

que no solamente se venderán los productos, sino también se cultivaran las plantas y se prepararan los medicamentos para envasarlos y colocarlos a la venta. El Centro Naturista Madre Tierra, estará ubicado en San Antonio Huista el Centro de la Región Huista.

Capítulo 3

Estrategia competitiva

3.1 Competidores

En Guatemala existen diversos centros que distribuyen Medicina Natural, que se encuentran ubicados principalmente en la ciudad capital, de acuerdo a los resultados de la investigación realizada se ha determinado que las siguientes empresas serían los competidores más grandes.

Tabla No. 2 Competidores Nacionales

No	Nombre	Servicios y Productos que Ofrece	Localización	Capacidad Instalada	Área de Comercialización o Cobertura
1	Intemsa	Productos naturales sobre Salud y Belleza	3 C. 6-75 Blvd. San Cristóbal Sect. A6 Z.8, Mixco Guatemala	Financieramente e Infraestructura en totalidad	Municipio de Mixco
2	Bioenergética y Radiestesia	Medicina Alternativa Natural con especialidad en Medicinas Bioenergéticas	Guatemala, Guatemala	Financieramente e infraestructura, producción de materia prima en totalidad	Ciudad Capital y Departamentos de la Costa Atlántica
3	Centro Naturista y Espiritual la Fuente de la Vida	Productos naturales sobre Salud y Belleza	2 Av. 1-07 Z.2 Salamá, Baja Verapaz	Económica e Infraestructura	Departamentos de Baja y Alta Verapaz
4	Nature's Sunshine	Productos naturales sobre Salud y Belleza	19 C. 17-77 Z.10, Guatemala	Económica e Infraestructura	Guatemala, Peten y Costa Pacifica
5	Bionat Centro Naturista	Productos naturales sobre, masajes, Salud y Belleza	20 C 6-70 Z-11 Col Mariscal, Guatemala	Financieramente e infraestructura, producción de materia prima en totalidad	Guatemala, Chiquimula, Sacatepéquez y Chiquimula
6	Casa del Naturista	Productos naturales sobre Salud y Belleza	5 Av 9-40 Z-1, Guatemala	Económica e Infraestructura	Guatemala y Chimaltenango
7	Centro De Acupuntura Y Medicina Alternativa Hindú	Productos naturales sobre, Acupuntura, Holística Salud y Belleza	Amatitlán 8 Av 11-09 Valle Mariposa, Guatemala	Financieramente e infraestructura, producción de materia prima en totalidad	Amatitlán, Guatemala, Escuintla y Rethauleu
8	Centro Naturista	Productos naturales sobre Salud y Belleza	CzABatres 3-17 Z-12, Guatemala	Económica e Infraestructura	Guatemala, Santa Rosa, Izabal y Chiquimula
9	Centro Naturista El Edén	Productos naturales sobre Salud y Belleza	13 Av 4-65 Z-1, Guatemala	Financieramente e infraestructura, producción de materia prima en totalidad	Guatemala, Quiche, Petén, Huehuetenango, Baja y Alta Verapaz
10	Centro Naturista La Fuente De La Vida	Productos naturales sobre Salud y Belleza	12 AV. 5-40 Z-1 EDIFGASTON LOCAL 4, Guatemala	Financieramente e infraestructura, producción de materia prima en totalidad	Guatemala, Quiche, Petén, Huehuetenango, Baja y Alta Verapaz

Fuente: elaboración propia

Tabla No. 3 Competidores Regionales

No.	Nombre	Servicios y Productos que Ofrece	Localización	Fortalezas	Debilidades
1	Centro Naturista En Huehuetenango	Productos Naturales para la Salud y Belleza	1 avenida zona 4 Santa Cruz Barillas	Estabilidad en el mercado	Poca Cobertura
2	Centro Naturista Girasol	Productos Naturales para la Salud y Belleza	9 C 1-20 Z-5, Huehuetenango	Lugar estratégico para la comercialización del producto	Falta de canales de distribución, para acaparar varios municipios
3	Distribuidor independiente	Productos Naturales para la Salud y Belleza	Aldea Monajil, Santa Ana Huista	Único en la región	Producción de manera artesanal

Fuente: elaboración propia 2012

La gran mayoría de los centros especializados en medicina naturista se encuentran ubicados en la ciudad capital a una distancia aproximada de 377 km., unos pocos se encuentran en la cabecera departamental a una distancia aproximada de 108 km., por lo que para la mayoría de la población se le dificulta viajar hasta allí para poder adquirir cualquiera de los productos y servicios que ofrece un centro de esta naturaleza. Existen vendedores ambulantes que ofrecen productos de origen natural, sin embargo, no cuentan con instalaciones adecuadas para ofrecer un servicio de calidad y permanente en la Región Huista, por lo tanto no satisface la necesidad del consumidor.

Pensando en esto es que se plantea la idea de constituir un Centro Naturista en el que se preste este tipo de servicios y una distribución de productos naturales que estarán al alcance económico de los consumidores.

3.2 Análisis de mercado

En la Región Huista, como en cualquier otro lugar, se padecen de enfermedades comunes de las cuales la mayoría son atendidas en casa debido a diversos factores, siendo el principal el recurso económico necesario para adquirir un servicio más sofisticado. Por tal razón durante los últimos 5

años se ha incrementado la demanda de medicamentos en la mayor parte del país, especialmente se hace mención a la necesidad que se observa en la Región Huista, Huehuetenango.

Tabla No. 4 Enfermedades Comunes de la Región Huista.

Causa	Masculino	%	Femenino	%	Total
Resfrío común	2,302	48	2,541	52	4,843
Amigdalitis	1,379	46	1,619	54	2,998
Síndrome diarreico A	1,093	49	1,151	51	2,244
Parasitismo intestinal	804	46	939	54	1,743
Enfermedad péptica	460	29	1,135	71	1,595
Amebiasis	612	45	743	55	1,355
Infección intestinal	356	29	863	71	1,219
Infección urinaria	187	21	684	79	871
Otitis	281	46	329	54	610
Dermatitis	232	44	293	56	525
Resto de causas	11,538	62	7,125	38	18,663
Totales	19,944	52	17,422	48	36,666

Fuente: Elaboración propia, con base en Estadísticas Mensuales de la Dirección Área de Salud, Ministerio de Salud 2010.

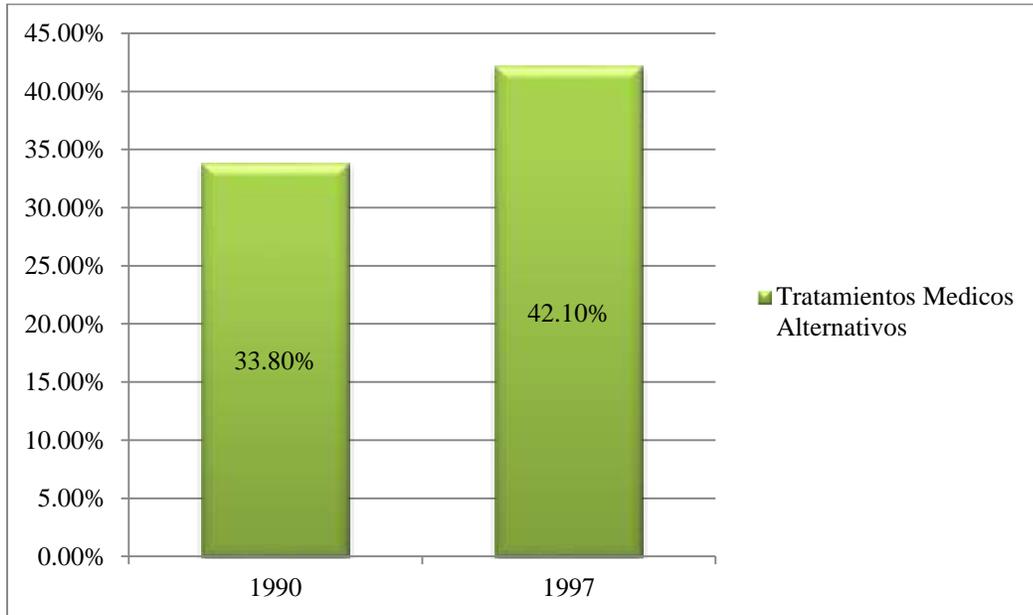
Al realizar un análisis de la situación, se ha podido observar que la Región cuenta con una amplia variedad de plantas medicinales, sin embargo, la mayoría de personas no tiene conocimiento de los beneficios que poseen. Por tal situación, surge la idea de implementar un Centro Naturista, donde se distribuirán medicamentos naturales cultivados y procesados por la asociación que constituirá el centro de medicina natural.

Mediante estudios realizados, se ha llegado a la conclusión de que muchas personas prefieren complementar con medicinas naturales los tratamientos convencionales, ya que estas son mejores para la salud, de igual manera se estarían aprovechando los recursos que provee la naturaleza.

La mayoría de los productos de medicina alternativa y/o complementaria se venden con o sin receta, en Guatemala se encuentra más difundida la fitoterapia³, que los productos Homeopáticos propiamente dichos.

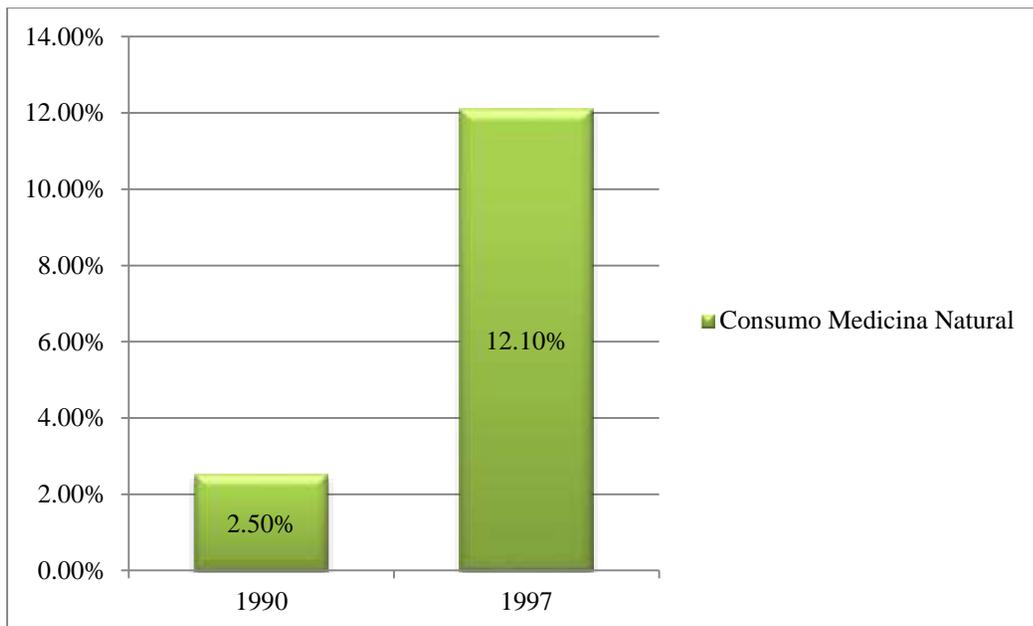
³Fitoterapia: medicamentos extraídos de plantas

Grafica No. 1
Tratamientos médicos alternativos



Fuente: Aviles, J. (2004) Aspectos Legales de la Homeopatía.

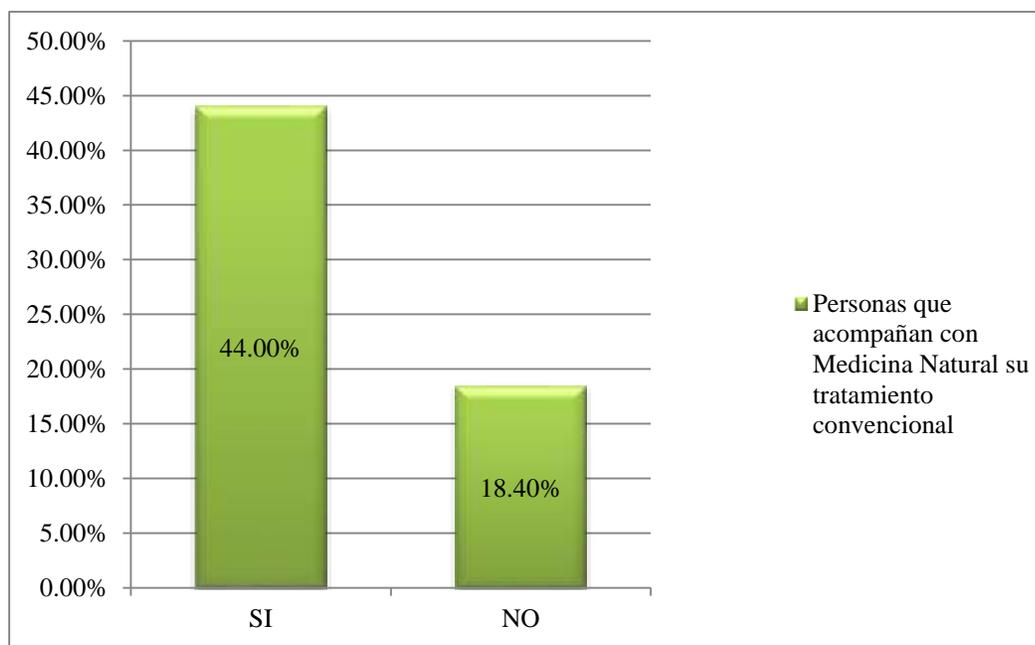
Grafica No. 2
Consumo medicina natural



Fuente: Aviles, J. (2004) Aspectos Legales de la Homeopatía.

Grafica No. 3

Personas que acompañan con medicina natural su tratamiento convencional



Fuente: Aviles, J. (2004) Aspectos Legales de la Homeopatía.

La importancia en la actualidad de la Medicina Natural se evidencia por el alto consumo de los productos recomendados por esta alternativa para el manejo de las enfermedades. En los Estados Unidos un estudio mostró un aumento significativo de los tratamientos médicos alternativos, pasando de un 33.8% en 1990 a un 42.1% en 1997. El aumento más dramático en ese mismo país se dio con el uso de las hierbas medicinales, cuya utilización pasó de 2.5% en 1990 a un 12.1% en 1997. Otro dato encontrado revela que dentro del 44% de los adultos que reportó el uso regular de medicamentos prescritos por el médico, se encontró que el 18.4% también utilizaba, al menos, un producto de la medicina herbaria. *Natural Medicine online. Noviembre 2000. En: <http://www.nat-med.com>*

En Inglaterra, un sondeo efectuado por una organización de 28.000 consumidores, descubrió que 80 personas de cada 100 habían recurrido a alguna forma de medicina complementaria. Por otra parte las consultas con médicos homeópatas está aumentando a un ritmo de un 39% al año y el

42% de médicos entrevistados, según el *British Medical Journal*, remitían sus pacientes a médicos homeópatas. *Natural Medicine online*. Noviembre 2000. En: <http://www.nat-med.com>

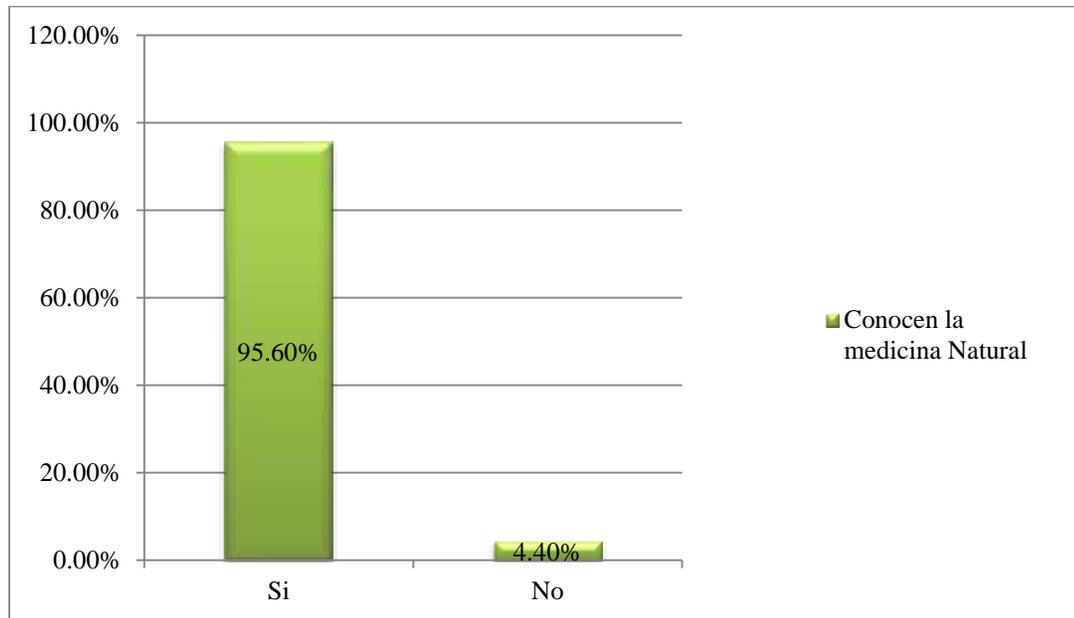
En Francia aproximadamente 11.000 médicos y 20.000 farmacias ofrecen tratamiento homeopático y el 25% de la población recurre a esta medicina. En Estados Unidos se incrementaron las ventas de medicamentos homeopáticos en 1.000% entre finales de los años setenta y principio de los ochenta y una investigación publicada por el *Western Journal of Medicine*, reveló que los pacientes homeopáticos están mejor educados que el estadounidense promedio. *Natural Medicine online*. Noviembre 2000. En: <http://www.nat-med.com>

En Guatemala la medicina natural ha estado presente desde tiempos antiguos, se conoce por la historia que los mayas eran personas que hacían buen uso de estas prácticas. Cada vez es más alto el porcentaje de personas que usan medicinas naturales o cualquier otro tipo de terapia natural. *Aviles, J. (2004) Aspectos Legales de la Homeopatía.*

El estudio de mercado realizado demuestra que en la región Huista es muy común el uso de medicamentos naturales, pero las personas en su mayoría no conocen la forma adecuada de preparar los medicamentos por lo que están muy interesados en tener un lugar adecuado para adquirirlas y tener información acerca del modo de emplearlas. Este análisis da como resultado la siguiente información.

Grafica No. 4

Personas que conocen la medicina natural y la han consumido



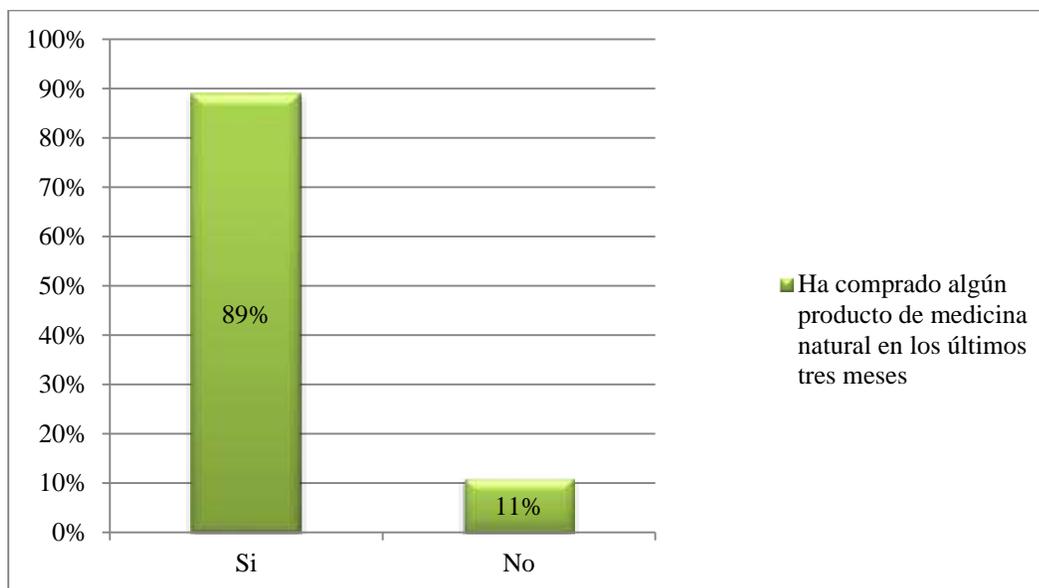
Fuente: Elaboración propia 2012

En un 95.60% las personas conocen las medicinas naturales y están de acuerdo en el uso de las mismas. También están de acuerdo en tener un lugar especializado al cual puedan acudir para hacer sus compras ya que en la región únicamente se pueden adquirir algunas plantas medicinales y productos que distribuyen los vendedores ambulantes.

La gran mayoría de personas no tiene la posibilidad de acudir a un centro naturista dedicado a la medicina natural, por lo que la mayoría de personas adquieren el producto con vendedores ambulantes o en algunos hogares donde las personas cultivan sus propias plantas aunque en menor variedad.

Grafica No. 5

Personas que han adquirido un producto natural

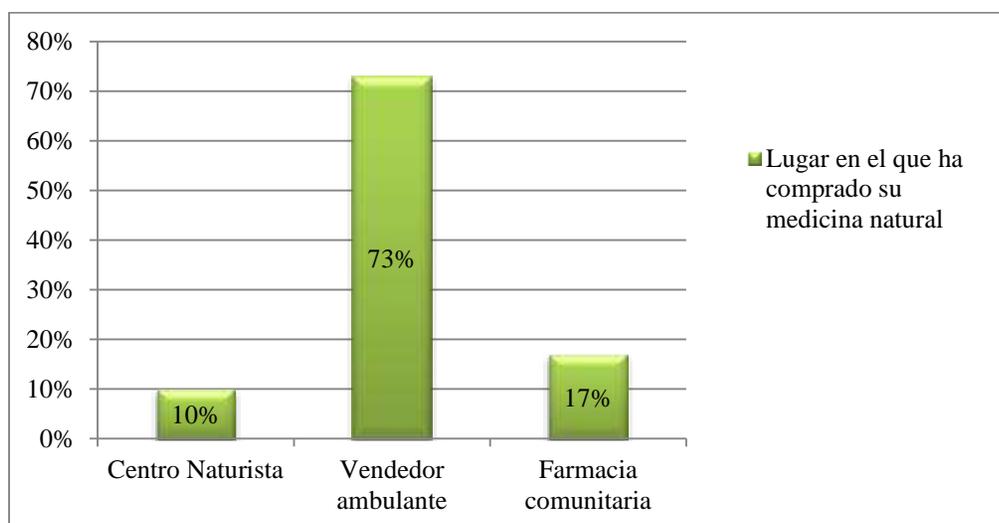


Fuente: Elaboración propia 2012

De las personas encuestadas el 89% afirman haber adquirido algún tipo de medicina natural en los últimos tres meses y además están dispuestos a adquirir otros de acuerdo a sus necesidades.

Grafica No. 6

Lugar en el que ha comprado su medicina natural



Fuente: Elaboración propia 2012

El 73% de las personas encuestadas ha expresado haber comprado sus medicinas naturales con vendedores ambulantes ya que no se cuenta con un lugar especializado en la Región Huista.

En la Región Huista se producen muchas de las plantas necesarias para la preparación de medicamentos para las enfermedades más comunes y algunos tratamientos, a continuación se describen varias de ellas y la cantidad necesaria para una producción anual.

Tabla No. 5 Plantas medicinales a cultivar en el Centro Naturista “Madre Tierra”

No.	Nombre	Cantidad	Unidad de medida	Área a cultivar en cuerdas	Área a cultivar en metros
1.	Albahaca	250	Plantas	1/2 cuerda	220 metros ² .
2.	Ruda	100	Plantas	1/8 de cuerda	5 X 10 metros.
3.	Sábila	100	Plantas	1/8 de cuerda	5 X 10 metros.
4.	Tomillo	600	Plantas	1/8 de cuerda	5 X 10 metros.
5.	Te de limón	100	Plantas	1/4 de cuerda	10 X 10 metros.
6.	Higo	10	Plantas	1/4 de cuerda	10 X 10 metros.
7.	Buganvilia	5	Plantas	1/4 de cuerda	10 X 10 metros.
8.	Hinojo	200	Plantas	1/4 de cuerda	10 X 10 metros.
9.	Apasote	300	Plantas	1/4 de cuerda	10 X 10 metros.
10.	Orozuz	150	Plantas	1/8 de cuerda	5 X 10 metros.
11.	Yanten	300	Plantas	1/8 de cuerda	5 X 10 metros.
12.	Romero	150	Plantas	1/4 de cuerda	10 X 10 metros.
13.	Té verde	500	Plantas	1/8 de cuerda	5 X 10 metros.
14.	Total	2765			

Fuente: Elaboración propia 2012

La segmentación del mercado estará representado de la siguiente manera: la Región Huista se encuentra ubicada al Noroccidente del departamento de Huehuetenango, adyacente a la frontera con México en el Estado de Chiapas. La integran seis municipios: Nentón, Jacaltenango, Concepción Huista, San Antonio Huista, Santa Ana Huista y La Unión Cantinil. Constituye en sí una unidad territorial, cultural y lingüística en que sus habitantes comparten elementos históricos, geográficos, políticos, económicos, sociales, culturales y ambientales. La mayoría de sus habitantes pertenecen a la etnia Jakalteca y hablan el idioma maya Poptí, aunque también se hablan otros idiomas como: Castellano, Mam, Akateco, Q’anjob’al, Chuj y Quiché.

Figura No. 1 Mapa de la Región Huista



Fuente: Monografía de la Región Huista

3.3 Estrategia competitiva

Implementación de un Centro naturista que distribuya productos naturales de fácil acceso a la población en general de la Región Huista, ofreciendo un canal de distribución directo, además de la estrategia de penetración en el mercado tomando como base los municipios de la región antes mencionada.

Estableciendo como nicho de mercado la fitoterapia (Tratamiento de las enfermedades mediante plantas o sustancias vegetales) que es lo más utilizado por los pobladores de la Región Huista.

3.3.1 Objetivo

Satisfacer las necesidades de la población de la Región Huista, proveyendo productos naturales de buena calidad, de fácil acceso, al alcance económico de las familias de las áreas marginadas de los municipios que conforman la región, llegando a ser el mayor distribuidor de los productos a nivel regional y nacional.

3.3.2 Precio

El precio será establecido en función del costo de producción y un margen razonable de ganancia, ya que la estrategia propuesta es de competir, en precios y calidad.

Tabla No. 6 Precios de productos naturales

No.	Nombre	Presentación	Precio Unitario
1)	Tinturas.	150 ml.	Q 25.00
2)	Shampoo	1 lt.	Q25.00
3)	Jarabes.	150 ml	Q20.00
4)	Pomadas.	50 gr.	Q10.00
5)	Té.	20 unidades c/u de 10 gr	Q10.00
6)	Capsulas.	1000	Q 1.00
7)	Jabones	100 gr	Q15.00
8)	Cremas	200 gr	Q25.00
9)	Plantas deshidratadas	150 gr	Q50.00
10)	Depurativos orgánicos	150 gr	Q50.00
11)	Compuestos de plantas medicinales	150 gr	Q50.00

Fuente: elaboración propia 2012

3.3.3 Estructura de capital

Los fondos requeridos para la creación del Centro Naturista “Madre Tierra”, serán solicitados a una agencia de cooperación internacional española. Los cuáles serán distribuidos de la siguiente manera.

Tabla No. 7 Estructura de Capital

Detalle de la Inversión	
Inversión Fija	Monto
Alquileres	Q 34,800.00
Mobiliario y Equipo	Q 22,950.00
Equipo de Computación	Q 32,440.00
Maquinaria	Q 1,500.00
Herramientas	Q 32,133.76
Materia prima	Q 41,260.80
Salarios	Q 311,400.00
Vehículos	Q 61,050.00
Publicidad	Q 30,000.00
Gastos Varios (papelería y material de empaque)	Q 26,200.00
Total de inversión fija	Q 593,734.56
Inversión Diferida	
Gastos de Instalación	Q 2,980.00
Gastos de Constitución	Q 3,200.00
Total de la Inversión diferida	Q 6,180.00
Total de la inversión Fija y Diferida	Q 599,914.56

Fuente: elaboración propia 2012

En caso de no ser aprobado el proyecto se buscará financiamiento en una agencia bancaria de las cuales se tomará en cuenta la que ofrezca una tasa de interés más conveniente para el centro naturista.

a) Banco Industrial

Tipo de préstamo: Hipotecario

Tasa de interés: 18% anual

Plazo: 5 años

b) Banco G&T

Tipo de préstamo: Hipotecario

Tasa de interés: 18% variable

Plazo: 4 años

3.3.4 Ubicación

El Centro Naturista “Madre Tierra” estará ubicado en el Centro de Capacitación Técnica y Agroecología “Arturo Melville” municipio de San Antonio Huista, departamento de Huehuetenango, Guatemala.

Capítulo 4

Análisis del Entorno

4.1 Análisis F.O.D.A.

Luego de analizar el mercado y las estrategias que seguirá el Centro Naturista “Madre Tierra”, se elabora un análisis FODA donde se muestran -Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas- que pueden influir en la apertura de un centro naturista y en la prestación de servicio de orientación acerca de los mismos. Se pueden definir los aspectos siguientes:

<p style="text-align: center;">Factores Externos</p> <p style="text-align: center;">Factores Internos</p>	<p>Fortalezas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Personal con experiencia 2. Instalaciones propias 3. Cumplimiento de estándares de calidad 4. Productos Naturales elaborados artesanalmente 5. Acceso inmediato de materia prima 6. Bajo costo de medicamentos 7. Los servicios que presta son económicos 	<p>Debilidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gastos iniciales de operación 2. Carencias del proceso administrativo 3. Falta de control de calidad
<p>Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento del centro naturista en la región Huista 2. Crecimiento de la población 3. Costo elevado en medicina convencional, 4. Preferencia en medicamentos naturales 5. Materia prima accesible 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proveerle al consumidor un producto de calidad y de precios accesibles. 2. Producción de materia prima que cubran las necesidades básicas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitación y educación a la población para que tengan conocimiento de los productos naturales. 2. Medicina natural a bajos al alcance de todo público.
<p>Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Competencia de Vendedores ambulantes de medicina natural 2. Mayor acceso a medicamentos convencionales 3. Surgimiento de empresas similares en la región 4. Personas no abiertas a productos naturales 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Implementación de un sistema de ventas a domicilio. 2. Presentación de productos naturales que satisfagan las necesidades del cliente. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Creación de un centro naturista que proporcione productos naturales a la Región Huista. 2. Adquisición de materia prima de los pequeños productores de la Región Huista.

Fuente: Elaboración propia 2012

4.2 Análisis de Porter:

El sector de la medicina natural se puede encontrar en una gran variedad de productos, algunos son 100% natural mientras que otros ya están alterados, en relación a esto se puede hacer un análisis Porter con la información obtenida de la Región Huista, especialmente.

Grafica No. 7 Análisis Porter.



Fuente: elaboración propia

4.2.1 Sustitutos y competidores

En este caso de los competidores se tiene información de algunos distribuidores independiente de medicina y tratamientos naturales en el municipio de San Antonio Huista, tal es el caso de:

- Vendedores ambulantes en el mercado municipal de San Antonio Huista los días de plaza.
- Distribuidor Independiente en la Aldea Monajil de Santa Ana Huista.
- Tienda las Especies, Cantón Central de San Antonio Huista.

Dentro de los productos sustitutos se pueden encontrar una amplia variedad de productos farmacéuticos que por ser lo más utilizado, puede generar rechazo hacia los productos naturales, siendo estos los que los médicos recomiendan. Algunas de las farmacias de mayor tamaño y variedad de productos en el municipio de San Antonio Huista podrían ser las siguientes:

- Farmacia Victoria, Cantón Central, San Antonio Huista.

- Farmacia Doña Alsy, Cantón Central San Antonio Huista.
- Farmacia de la Parroquia, Cantón Central San Antonio Huista.

Se debe tomar en cuenta que existen varias farmacias pequeñas que no se encuentran registradas lo que puede influir en la introducción de los productos naturales que se pretenden introducir al mercado de la Región Huista.

Por tal razón se implementará una publicidad de conciencia sobre los medicamentos naturales y sus propiedades preventivas sobre la salud familiar.

4.2.2 Poder de negociación

En este caso el cliente tiene cierto grado de negociación ya que hay una gran variedad de productos de diferente rama que se estarán ofreciendo, se puede tomar en cuenta que este tipo de producto no se ofrece formalmente en la Región Huista. El producto estará diferenciado de los demás, debido a la calidad con la que se prepararan los productos y la calidad de materia prima.

4.2.3 Proveedores

En este caso los proveedores tienen gran importancia ya que estos serán campesinos productores de la Región Huista que se estarán tomando en cuenta para adquirir la materia prima que se utilizará en la elaboración de los productos naturales, esta deberá contar con ciertos estándares de calidad ya que se debe cumplir con una producción ecológica.

4.2.4 Compradores

En este caso de competencias monopolística las barreras de entrada al mercado son débiles por lo que permite una mejor aceptación y adquisición de estos productos naturistas. Los productos son muy similares a los de la competencia informal, por lo que se destacará mediante la diferenciación de los productos ya que estos serán 100% naturales, por lo que se enfatizará este aspecto en la publicidad que se maneje. Las barreras de entrada son:

- La ventajas de costos de las empresas instaladas
- La diferencia constante de los productos y posteriores servicios
- Las economías de escala

4.2.5 Rivalidad

El Centro Naturista “Madre Tierra”, cuenta con una competencia informal ya que únicamente se tiene presencia de vendedores ambulantes los días con más afluencia de personas, en este caso el día de plaza. Al no contar con un lugar especializado la población no se siente cómoda comprando en la calle con personas que no aparentan tener productos avalados por el ministerio de salud pública por lo que no inspiran mucha confianza en los clientes.

El Centro Naturista resaltará la diferencia de los productos, enfatizando la calidad de los productos 100% naturales, y que además serán preparados artesanalmente preparando las plantas con utensilios sencillos y de uso cotidiano, prepara las mezclas haciendo los cálculos de las cantidades y no se hará uso de procedimientos sofisticados ni complicados, lo naturalmente posible para conservar las propiedades de las plantas.

Capítulo 5

Definición de la Empresa

5.1 Nombre comercial

Centro Naturista “Madre Tierra”

Se le dio el nombre de Centro Naturista por ser un lugar donde se concentran tratamientos alternativos y medicamentos naturales, y madre tierra porque la tierra misma provee lo necesario para conservar una buena salud. Dando la impresión de que es una empresa dedicada a la implementación de terapias alternativas y a la distribución de productos naturales.

5.2 Logotipo



Este logotipo representa lo que la naturaleza ofrece, sabiendo cómo utilizarlo de una buena manera, se aprovecharían al máximo esos recursos.

El tamaño es para lograr una mejor identificación de los distintivos y nombres que se colocan en el mismo.

Los colores que posee representan la naturaleza y la esperanza, además de una buena combinación, el mortero representa el modo de preparación de los medicamentos, artesanalmente.

5.3 Marca

Se determinó una marca que dé la impresión de lo que se pretende vender al cliente, que se tenga la idea que son productos naturales que favorecen al organismo y mejoran la salud por lo que será el logotipo del centro naturista Madre tierra.

5.4 Aspectos legales: Legalización de la Empresa

Para los productos de origen vegetal que se cultivan y procesan en Guatemala, el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social de la República, a través de la Dirección General de Regulación, Vigilancia y Control de la Salud, y el Departamento de Regulación y Control de Productos Farmacéuticos y afines, emitió en junio de 2003, el reglamento de buenas prácticas de manufactura para laboratorios de productos fitoterapéuticos por medio de un programa de mejoramiento de los servicios de salud II “Fortalecimiento institucional”; en este documento aparecen los reglamentos de buenas prácticas de manufactura para los laboratorios de productos fitoterapéuticos.

5.4.1 Procedimientos de inscripción

El interesado en inscribir una Farmacia, debe solicitar un inspector sanitario para revisar que se cumpla con los siguientes requisitos:

- Contar con un local que tenga servicios sanitarios y en buen estado
- Estantería y mostradores ya instalados
- Contar con personal profesionalizados en farmacología
- Tramitar la Licencia Sanitaria
- Tramitar ante el Registro Mercantil la patente de comercio
- Tramitar la autorización de caja registradora en la Superintendencia de Administración Tributaria SAT
- Contar con empleados que posean la tarjeta de salud, extendida por el Centro de Salud.

- Contar con resolución ambiental.

Para solicitar la Tarjeta de Salud, extendida por el Centro de Salud, deberá de llenar los siguientes requisitos:

- Presentar su Tarjeta de Pulmones,
- Una (1) fotografía tamaño cédula,
- Cédula de vecindad en buen estado o DPI,
- Presentarse en ayunas para examen de sangre al Centro de Salud a las 05:00 AM,
- Comprar una jeringa de 5 c.c. y entregarla para el examen de sangre.
- Deberá llevar al Centro de Salud una muestra de heces fecales, en un frasco (tamaño de compota), debidamente rotulado con su nombre.
- Deberá dar un donativo de Q20.00 y
- Recoger la Tarjeta de Salud, 24 horas después.

Requisitos para inscribirse en la Superintendencia de Administración Tributaria –SAT-

- Presentar el Formulario Sat. No. 0014 Con los datos que se le piden
- Original y fotocopia del documento de identificación (Cédula de Vecindad, DPI o Pasaporte, en caso de ser extranjero).
- Original y fotocopia simple de la última factura por servicios recibidos de energía eléctrica, agua potable o teléfono (línea fija).
- Boleto de Ornato del año en curso
- Constancia de residencia Municipal
- Fotocopia del Nit
- Posteriormente presentar el formulario Sat. No. 22 Habilidadación de Libros
- Presentar formulario Sat. No. 162 Acreditación a imprenta (para las facturas habilitadas)

Requisitos para registro en el Registro Mercantil

- Comprar un formulario de solicitud de inscripción de comerciante y de empresa mercantil. Tiene un valor de Q 2.00.
- Pedir una orden de pago y cancelarla en el banco

- Q75.00 para inscripción como Comerciante
- Q100.00 para la inscripción de Empresa.
- Con la orden de pago ya cancelada, presentar expediente en las ventanillas receptoras de documentos en un fólder tamaño oficio con pestaña. El expediente debe contener:
 - Formulario correspondiente con firma autenticada de propietario.
 - Cédula de vecindad o D.P.I.
 - El expediente es calificado por el departamento de empresa. El expediente puede ser rechazado por varios motivos, los más comunes son los siguientes:
 - El formulario debe ser llenado a máquina.
 - La certificación contable debe contener nombre de la empresa, el capital, nombre del propietario y dirección.
 - La fecha de la auténtica debe coincidir con la fecha del formulario.
 - Ausencia de categoría.
 - No se especifica el régimen matrimonial o estado civil.
 - No se especifica el municipio o el departamento en la dirección.
 - Luego de realizados todos los tramites, puede pasar a recoger su expediente a la ventanilla de entrega de documentos. Cuando pase a recoger su expediente
 - Revise cuidadosamente su patente.
 - Si fuera el caso, revise que el razonamiento en su cedula este correcto.
 - Colocar Q 50.00 de timbres fiscales a la patente.

Procedimiento de inscripción al I.G.S.S. (Instituto Guatemalteco de Seguridad Social)

- Copia del primer testimonio de constitución.
- Copia de patente de empresa.
- Copia de acta notarial de Nombramiento de representante legal.
- Copia de constancia de NIT.
- Constanza extendida por un perito contador, en la cual se indique:
 - Fecha en que se llegó al mínimo de trabajadores que obliga al patrono a inscribirse.
 - Total de trabajadores con los cuales se dio la obligación en la fecha señalada.

- Monto devengado de salarios por el total de trabajadores indicados, en el periodo base de la inscripción.
- Nómina de salarios de los trabajadores en el periodo de inscripción.

Procedimiento de inscripción al I.R.T.R.A.

- Constancia de inscripción en el IGSS.
- Copia de Nombramiento de Representante Legal.
- Planilla con recibos de los primeros tres meses de pagos.

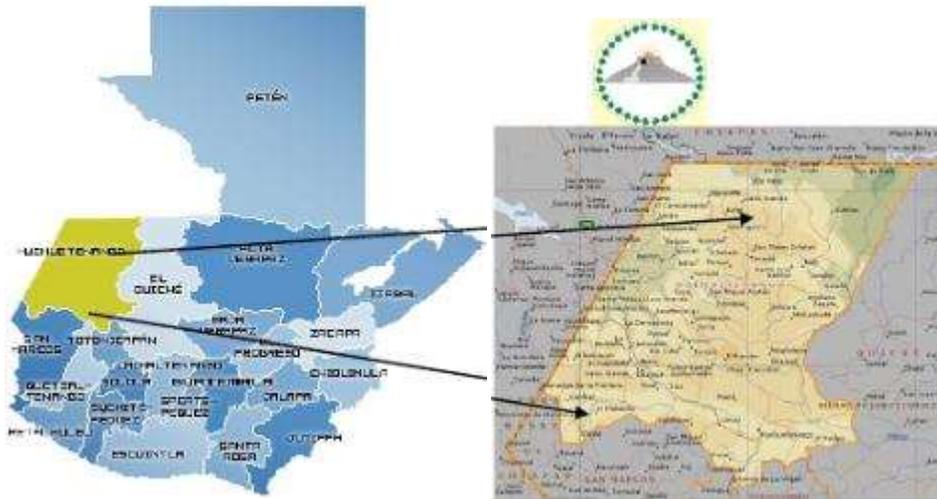
5.5 Localización

El Centro Naturista, estará ubicado en el cantón Reforma del municipio de San Antonio Huista, departamento de Huehuetenango, siendo este el centro de la Región Huista, además de ser un municipio de alto grado comercial.

5.5.1 Ubicación del Departamento de Huehuetenango

El departamento de Huehuetenango se encuentra situado en la región VII o región Noroccidental de Guatemala, según lo establece el decreto 70-86, Ley Preliminar de Regionalización; su Cabecera Departamental es Huehuetenango, limita al Norte y Oeste con la República de México; al Sur con los departamentos de San Marcos, Quetzaltenango y Totonicapán; y al Este con el departamento de El Quiché. Se ubica en la latitud 15° 19' 14" y longitud 91° 28' 13", cuenta con una extensión territorial de 7,403 kilómetros cuadrados; su topografía es en extremo variada, con montañas y cimas que exceden de 3,000 metros de elevación y tierras bajas que descienden hasta unos 300 metros sobre el nivel del mar; en relación a la elevación y sinuosidades del terreno su clima es forzosamente variado. La Cabecera Departamental de Huehuetenango se encuentra a una distancia de 269 kilómetros aproximadamente de la ciudad capital.

Grafica No. 8 Mapa de Huehuetenango



Huehuetenango,
 Chiantla,
 Malacatancito,
 San Pedro Necta,
 Cuilco,
 Nentón,
 Jacaltenango,
 San Pedro Soloma,
 San Ildefonso Ixtahuacán,
 Santa Bárbara,

La Libertad,
 La Democracia,
 San Miguel Acatán,
 San Rafael la Independencia,
 Todos Santos Cuchumatán,
 San Juan Atitán,
 Santa Eulalia,
 San Mateo Ixtatán,
 Colotenango,
 San Sebastián Huehuetenango
 Tectitán,

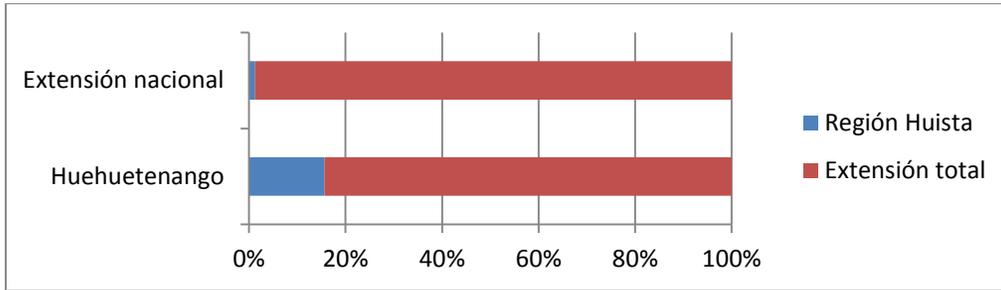
Concepción Huista,
 San Juan Ixcay,
 San Antonio Huista,
 San Sebastián Coatán,
 Santa Cruz Barillas,
 Aguacatán,
 San Rafael Petzal,
 San Gaspar Ixchil,
 Santiago Chimaltenango,
 Santa Ana Huista, y,
 La Unión Cantinil.

Fuente: monografía de la Región Huista

Ubicación geográfica y descripción territorial

La región de los Huista, cuenta con una extensión territorial de 1,368.13 kilómetros cuadrados, que representa el 18.48% del territorio a nivel del Departamento de Huehuetenango, y 1.25% del territorio nacional. El equivalente en hectáreas del territorio de la región es de 136,811.73.

Grafica No. 9 Extensión Nacional



Fuente: Monografía de la Región Huista

El siguiente cuadro describe la extensión territorial y porcentaje de territorio que ocupa cada municipio a nivel de la región:

Tabla No. 8 Extensión Territorial Región Huista .

Nº	Municipio	Área Km ²	Área Hectáreas	% Territorio Región
1	Nentón	767.00	76,729.81	56.09 %
2	Jacaltenango	269.00	26,915.75	19.67 %
3	Concepción Huista	104.00	10,403.65	7.61 %
4	San Antonio Huista	64.65	6,464.81	4.73 %
5	Santa Ana Huista	116.62	11,692.07	8.53 %
6	La Unión Cantinil	46.06	4,605.63	3.37 %
Total		1368,13	136,811.73	100%

Fuente: Monografía de la Región Huista

En el siguiente cuadro se identifica la distancia en kilómetros que existe de cada municipio a la cabecera departamental por cada una de las dos carreteras de acceso que los comunican:

Tabla No. 9 Distancia entre municipios de Región Huista.

Nº	Municipio	Distancia a cabecera departamental vía Carretera Interamericana	Distancia a cabecera departamental Vía Todos Santos Cuchumatán
1	Nentón	116 km	142 km.
2	Jacaltenango	123 km.	83 km.
3	Concepción Huista	135 km.	71 km.
4	San Antonio Huista	108 km.	98 km.
5	Santa Ana Huista	95 km.	112 km.
6	La Unión Cantinil	120 km	80 km

Fuente: Monografía de la Región Huista

5.5.2 Municipio de San Antonio Huista

El municipio de San Antonio Huista, se encuentra ubicado en la parte Oeste del departamento de Huehuetenango en la Región VII o Región Noroccidental, colinda al Norte y Oriente con el municipio de Jacaltenango, al Este con el municipio de Concepción Huista, al Sur con los municipios de La Unión Cantinil, San Pedro Necta y La Democracia, y al Oeste con el municipio de Santa Ana Huista.

Cuenta con una extensión territorial de 64.65 kilómetros cuadrados, que equivale al 5% del territorio total de la Región Huista y a un total de 6,464.81 hectáreas; la cabecera municipal se encuentra a una altura de 1,230 metros sobre el nivel del mar, por lo que su clima es templado.

El total de población del municipio es de 13,968 habitantes⁴, de los cuales 6,825 son hombres y 7,143 son mujeres. Del total poblacional, 5,525 habitan en el área urbana que equivale al 39.55%, y 8,443 habitan en el área rural, que equivale al 60.44%. Del total de sus habitantes 9,008 se identifican como población no indígena o mestiza (64.49%), y 4,960 como población indígena

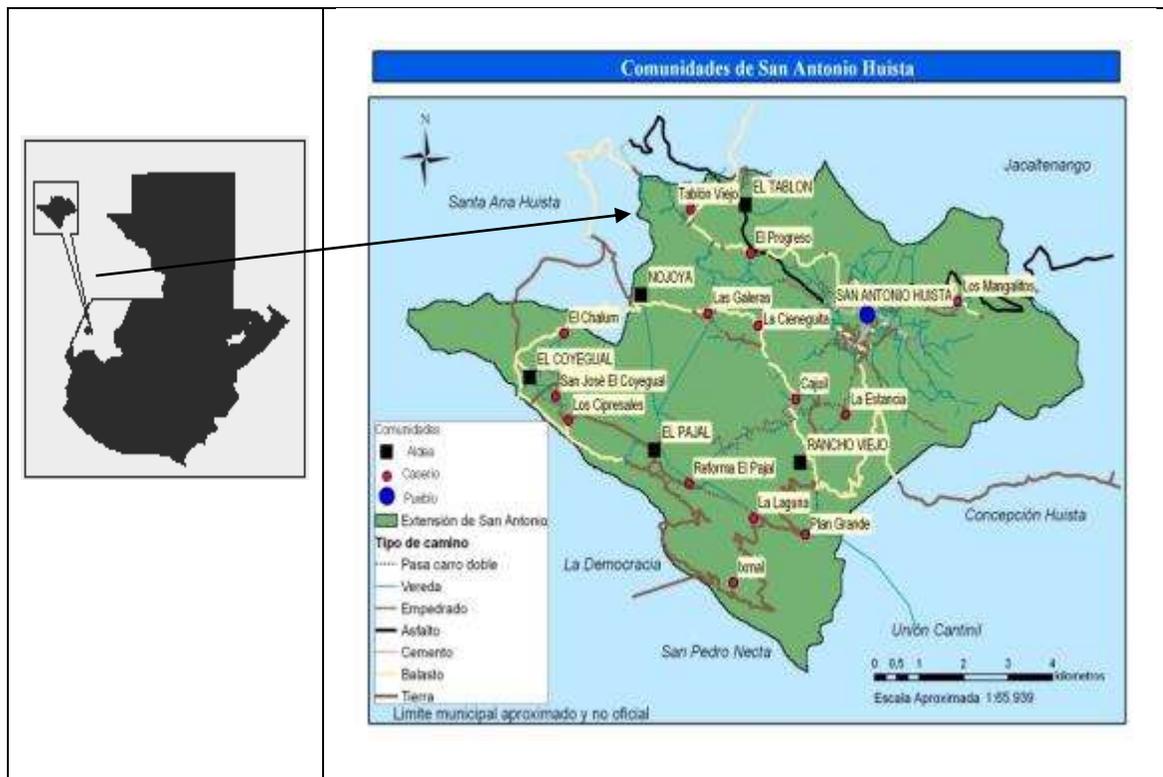
⁴ Según censo realizado en septiembre de 2010

(35.50%). En este municipio conviven: Mestizos 10,744; Mam 2,718; Poptí 184; Akateco 140, Q'anjob'al 43; Quiché 20, que no hablan ningún idioma (niños-as menores de 1 año) 106 y 13 personas no identificadas.

La densidad poblacional es de 216 habitantes por kilómetro cuadrado.

San Antonio Huista se localiza a 108 km de la cabecera departamental por la Carretera Interamericana, y a 98 kilómetros por la carretera Vía Todos Santos Cuchumatán. *Monografía de la Región Huista.*

Grafica No. 10 Mapa de San Antonio Huista.



Fuente: Monografía de la Región Huista

La cabecera municipal de San Antonio Huista está dividida en 6 cantones, 5 Aldeas, 14 Caseríos y 5 Parajes.

Tabla No. 10 Comunidades del Municipio de San Antonio Huista.

Nº	Comunidad	Categoría	Tipo de Camino	Distancia a la cabecera	Tiempo en vehículo
1	San Antonio Huista	Pueblo	Pavimento	0	0 minutos
1.1	Cantón Central	Cantón	Pavimento	0	0 minutos
1.2	Cantón		Pavimento	1	5 minutos
1.3	Cantón Recreo		Pavimento	1	5 minutos
1.4	Cantón Esquipulas		Pavimento	0.5	2.5 minutos
1.5	Cantón Norte		Pavimento	0.5	2.5 minutos
1.6	Cantón Reforma		Asfalto	1	5 minutos
1	El Tablón	Aldea	Asfalto	5	10 minutos
2	Rancho Viejo		Terracería	7	30 minutos
3	Nojoyá		Terracería	14	1 hora
4	El Coyegual		Terracería	18	1.30 minutos
5	El Pajal		Terracería	23	2 horas
1	Cipresales	Caserío	Terracería	23.5	1.15 minutos
2	Reforma El Pajal		Terracería	23	2 horas
3	El Chalum		Terracería	16	1.15 minutos
4	Ixmál		Terracería	14	1.30 minutos
5	La Laguna		Terracería	11	1 hora
6	Plan Grande		Terracería	10	45 minutos
7	El Progreso		Asfalto	3	5 minutos
8	El Tablón Viejo		Asfalto/terracería	5	7 minutos
9	Las Galeras		Terracería	12	45 minutos
10	La Cieneguita		Terracería	11	45 minutos
11	Los Mangalitos		Asfalto/terracería	2	10 minutos
12	Cajuil		Terracería	9	45 minutos
13	La Estancia		Terracería	3	20 minutos
14	San José	Terracería	19	1.30 minutos	
1	Yulmuc	Paraje	Terracería	15	1.30 minutos
2	Chapac		Terracería	2.5	5 minutos
3	Huihuitz		Terracería/herradur	5	1.15 minutos
4	Yultzán		Terracería/herradur	4	1 hora
5	Fierruchen		Terracería	3	7 minutos

Fuente: Monografía de la Región Huista

El centro naturista se ubicará en Centro de Capacitación Técnica y Agroecología “Arturo Melville”, en Yalancú, Cantón Reforma, San Antonio Huista, Huehuetenango, Guatemala.

5.6 Misión

Somos una empresa dedicada al mejoramiento de la calidad de vida de la población marginada, cuidando la salud y bienestar de las personas, utilizando métodos naturales de curación.

5.7 Visión

Ser una empresa líder en distribución de productos de origen natural y reconocida en la Región Huista y a nivel nacional.

5.8 Metas

- Incrementar las ventas en el segundo año con un 20%.
- Ampliar la línea de producción en el segundo año de funcionamiento del Centro Naturista.
- Agregar servicios de fisioterapia y flores de Bach en el tercer año.

5.9 Objetivos

- **General**
 - Cultivar, Procesar, y comercializar producto cien por ciento natural, en la Región Huista.
- **Específicos**
 - Elaborar medicamentos naturales artesanalmente.
 - Mejorar la calidad de vida de los clientes.
 - Generar fuentes de trabajo.

5.10 Valores

- **Trabajo:** esforzarse por realizar las cosas de la mejor manera posible.

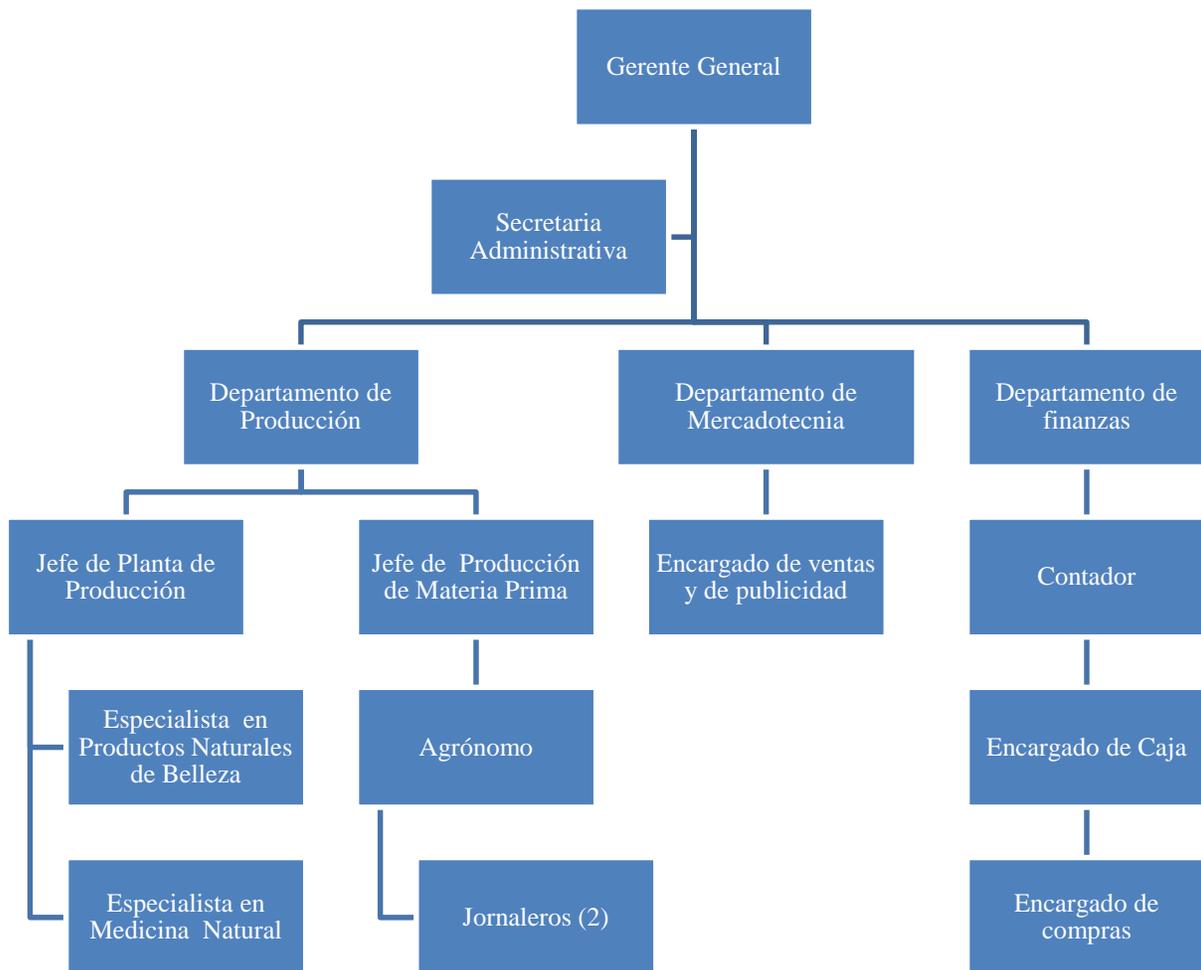
- **Honradez:** en todo lo que se realiza en la empresa respetando los recursos de la misma.
- **Ética:** discreción en las actividades de la empresa como en los clientes.
- **Profesionalismo:** hacer las tareas correspondientes demostrando la capacidad que se tiene para llevarlo a cabo.
- **Respeto:** aceptar las diferencias de las personas con las que se relaciona en el área de trabajo.
- **Honestidad:** llevar a cabo las actividades que le corresponden comprometiéndose con lo que se hace.
- **Trabajo en Equipo:** voluntad de convivir y trabajar con los compañeros de trabajo para alcanzar las metas propuestas.
- **Eficiencia:** tener la capacidad de hacer más con menos, aprendiendo a no desperdiciar y a aprovechar todo lo que se pueda.
- **Limpieza:** la higiene en el trabajo es muy importante ya que se manipularán medicamentos naturales.
- **Responsabilidad:** persona comprometida con las tareas que se han encomendado, toma en cuenta las reglas y normas establecidas en el trabajo.
- **Integridad:** actuar de acuerdo con lo que se dice y con lo que se considera importante, comunicar las intenciones, ideas y sentimiento de forma directa y estar dispuesto a actuar con honestidad.
- **Lealtad:** guardar la debida fidelidad a la empresa, no deben ser incapaces de traicionar. Deben sentir como propios los objetivos de la organización y estar orgullosos e identificados con el trabajo que realizan.

Capítulo 6

Área de organización y recursos humanos

6.1 Estructura Organizacional

El centro naturista “Madre Tierra”, contará con una estructura organizacional propia estando dentro del Organigrama de la Asociación para el desarrollo sostenible de la Mancomunidad Huista, de la cual depende.



Fuente: elaboración propia 2012

6.2 Organización del Recurso Humano

La organización del recurso humano de la empresa estará conformada como se detalla en el organigrama anterior.

Gerente General: Será el responsable de guiar la empresa para alcanzar el cumplimiento de las metas y objetivos fijados.

Secretaria Administrativa: Persona encargada de facilitar información, organizar eventos que se orienten al cumplimiento de las metas y objetivos del centro.

Departamento de producción: en este se llevarán a cabo la selección de la materia prima, procesamiento de la misma, hasta llegar al producto final.

Departamento de Mercadotecnia: será responsable de las ventas del producto y además de la campaña publicitaria del mismo.

Departamento de Finanzas: responsable de los estados financieros de la empresa, y del buen manejo de los recursos.

6.3 Descripción y especificación de puestos

Los puestos que se implementarán en el Centro Naturista “Madre Tierra”, quedarán de la siguiente manera.

6.3.1 Área Administrativa:

Nombre del Puesto:	Gerente General
Descripción del puesto	Ejecutar la función de dirección administrativa, económica y financiera del centro Naturista de conformidad con los objetivos, estrategias, políticas, y normas establecidas para el desempeño eficiente de la misma.
Subordinados	<ul style="list-style-type: none"> • Secretaria Administrativa • Jefe de Planta de Producción • Jefe de Producción de Materia Prima • Departamento de Mercadotecnia • Departamento de finanzas
Rango de Edad	25-30 años
Funciones del Puesto:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Determinar cada una de las funciones del personal a su cargo. 2. Hacer uso del proceso de reclutamiento, selección e inducción del personal. 3. Realizar evaluaciones periódicas sobre cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos. 4. Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo. 5. Coordinar con los departamentos para asegurar que los registros y sus análisis se están llevando correctamente. 6. Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa. 7. Motivar a los empleados a realizar las actividades con eficiencia y eficacia. 8. Desarrollar estrategias que lleven al cumplimiento de los objetivos de la empresa. 9. Buscar, seleccionar y mantener proveedores competentes.

Perfil del puesto:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mínimo tres semestres en Licenciatura en Administración de Empresas, ingeniero Industrial o carrera a Fin. 2.Experiencia mínima de 3 años comprobables en puesto similar 3.Características de Líder, capacitado para el manejo de personal. 4.Capacidad de tomar decisiones y resolver conflictos dentro de la empresa. 5.Buenas Relaciones interpersonales. 6.Acostumbrado a trabajar bajo presión.
Horarios de trabajo	De 8:00a.m a 1:00p.m y de 2:00p.m a 4:00p.m
Salario	Q4,000.00
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> - Adaptabilidad - Planificación y Organización - Orientación hacia el logro - Análisis de problemas - Comunicación escrita y oral - Trabajo en equipo - Buenas relaciones humanas - Identificación Directiva - Trabajo en equipo Resolución - Sentido urgencia - Creatividad - Disciplina - Iniciativa - Integridad - Auto organización - Servicio al cliente - Toma de riesgos - Juicio

Nombre del Puesto:	Secretaria Administrativa
Descripción del puesto	Este es un puesto de carácter técnico-operativo de gestión y control administrativo, cuya función básica es brindar una excelente atención y servicio al cliente interno y externo, especialmente asistir administrativamente al Gerente General, Junta Directiva y Responsables de los Departamentos de la Organización, con relación a servicios secretariales en general, así como la recepción y transferencia de llamadas telefónicas y fax; entre otras relacionadas al puesto
Jefe Inmediato	Gerente General
Rango de Edad	20-25 años
Funciones del Puesto:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contribuir conjuntamente con el gerente en el proceso de planeación, organización, dirección y control de los servicios administrativos. 2. Optimizar los recursos humanos, técnicos, y materiales, por medio del uso de estrategias administrativas sin perder de vista los lineamientos establecidos por la administración central. 3. Llevar estrictos controles y registros de las actividades relevantes y con la información que se maneja dentro de la empresa. 4. Informar al Gerente de manera periódica de los avances del cumplimiento de los objetivos y metas propuestas. 5. Supervisar el pago de nómina. 6. Supervisar la elaboración de informes presupuestales y la entrega de los mismos. 7. Coordinar las actividades inherentes a la recepción, control y vigilancia de la correspondencia. <p>Coordinar la comisión de Higiene y seguridad.</p>
Perfil del puesto:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Secretaria oficinista. 2. Personalidad equilibrada y proactiva.

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Capacidad de adaptación a los cambios 4. Espíritu de superación. 5. Manejo del paquete Office. 6. Digitación o mecanografía. 7. Uso apropiado del teléfono. 8. Manejo y organización de la agenda.
Horarios de trabajo	De 8:00a.m a 1:00p.m y de 2:00p.m a 4:00p.m
Salario	Q 2,200.00
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> - Aprendizaje - Habilidad para trabajar bajo presión - Ética y moral íntegra - Servicio al Cliente - Trabajo en equipo - Creatividad - Auto organización - Comunicación escrita y oral - Atención al detalle

6.3.2 Departamento de Producción

6.3.2.1 Planta de Producción

Nombre del Puesto:	Especialista en Productos Naturales de Belleza.
Descripción del puesto	Encargado de supervisar la elaboración de productos naturales de belleza.
Jefe Inmediato	Gerente General
Rango de Edad	25-30 años
Funciones del Puesto:	<ol style="list-style-type: none">1. Elaboración de productos naturales de belleza.2. Supervisar los procesos de producción.3. Seleccionar la materia prima para la elaboración de los productos de belleza.4. Establecer estándares de calidad.5. Indicar las fechas de caducidad de los productos, en los empaques.
Perfil del puesto:	<ol style="list-style-type: none">1. Técnico Naturista o carrera afín.2. Experiencia en la elaboración de productos naturales de belleza.3. Buenas relaciones interpersonales.4. Disponibilidad de horario.5. Dispuesto a trabajar bajo presión.
Horarios de trabajo	De 8:00a.m a 1:00p.m y de 2:00p.m a 4:00p.m
Salario	Q3,000.00
Competencias	<ul style="list-style-type: none">- Habilidad para trabajar bajo presión- Ética y moral íntegra- Servicio al Cliente- Trabajo en equipo- Creatividad- Auto organización- Comunicación escrita y oral- Atención al detalle

Nombre del Puesto:	Especialista en Medicina Natural.
Descripción del puesto	Encargado de la supervisión de la elaboración de la medicina natural.
Jefe Inmediato	Gerente General
Rango de Edad	25-30 años
Funciones del Puesto:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Medición del trabajo. 2. Seleccionar el método adecuado para llevar a cabo el trabajo de manera adecuada. 3. Supervisar al personal bajo su mando. 4. Seleccionar la materia prima para el proceso de la elaboración de la medicina natural. 5. Responsable de llevar a cabo los procesos para la elaboración de la medicina natural. 6. Inspeccionar el área donde se elaboran los medicamentos, para que cumpla los estándares de higiene y seguridad.
Perfil del puesto:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Técnico Naturista, Naturopata o carrera afín. 2. Experiencia en preparación y elaboración de medicamentos naturales. 3. Dar orientación a las personas en cuanto a los hábitos alimenticios se refiere. 4. Buenas relaciones interpersonales. 5. Proactivo.
Horarios de trabajo	De 8:00a.m a 1:00p.m y de 2:00p.m a 4:00p.m
Salario	Q 3,000.00
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> - Aprendizaje - Trabajar bajo presión - Ética y moral íntegra - Servicio al Cliente - Trabajo en equipo - Creatividad - Auto organización - Comunicación escrita y oral - Atención al detalle

6.3.2.2 Producción de Materia Prima.

Nombre del Puesto:	Agrónomo.
Descripción del puesto	Persona encargada de los sistemas de producción.
Jefe Inmediato	Gerente General
Rango de Edad	25-30 años
Funciones del Puesto:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender y dirigir el diseño, mejoramiento, innovación y la operación de los sistemas de producción agropecuarios y forestales. 2. Evaluar, planificar y administrar sistemas agropecuarios con criterios de sustentabilidad y de competitividad. 3. Responsable de mantener la materia prima a tiempo para la elaboración de medicamentos. 4. Supervisar los cultivos de los asociados de ADSOSMHU, para que cumplan con los estándares establecidos. 5. Capacitar a los empleados de la asociación y a los beneficiarios acerca de los cuidados que se le debe dar a los cultivos.
Perfil del puesto:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perito o estudiante de ingeniería en agronomía. 2. Experiencia en el cuidado y tratamiento orgánico a los cultivos. 3. Disponibilidad de horario. 4. Buenas relaciones interpersonales. 5. Disponibilidad de viajar a las comunidades. 6. Licencia de conducir. 7. Disponibilidad para enseñar a los beneficiarios.
Horarios de trabajo	De 8:00a.m a 1:00p.m y de 2:00p.m a 4:00p.m
Salario	Q 3,200.00
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> - Aprendizaje - Habilidad para trabajar bajo presión

	<ul style="list-style-type: none">- Ética y moral íntegra- Servicio al Cliente- Trabajo en equipo- Creatividad- Auto organización- Comunicación escrita y oral- Atención al detalle
--	---

Nombre del Puesto:	Jornaleros
Descripción del puesto	Llevar a cabo actividades de campo siguiendo instrucciones
Jefe Inmediato	Técnico Agrónomo
Rango de Edad	Ninguno
Funciones del Puesto:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Darle mantenimiento al cultivo. 2. Velar por el buen funcionamiento del equipo que se utilizará en el desarrollo de las actividades. 3. Seguir las instrucciones del encargado.
Perfil del puesto:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Experiencia en el trabajo agroecológico. 2. Disponibilidad de horario. 3. Estar sujeto a las órdenes del encargado de realizar los trabajos.
Horarios de trabajo	De 8:00a.m a 1:00p.m y de 2:00p.m a 4:00p.m
Salario	Q 1,600.00
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> - Aprendizaje - Habilidad para trabajar bajo presión - Ética y moral íntegra - Trabajo en equipo - Creatividad - Atención al detalle

6.3.3 Departamento de mercadotecnia

Nombre del Puesto:	Encargado de Ventas y publicidad.
Descripción del puesto	Encargado de las ventas de la medicina natural y la cosmética natural
Jefe Inmediato	Gerente General
Rango de Edad	25-30 años
Funciones del Puesto:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mantener surtido el centro naturista de medicina natural 2. Informar a los clientes sobre los beneficios de la medicina natural. 3. Orientar a los clientes sobre que medicamentos deberán consumir. 4. Especificar la dosificación de los medicamentos. 5. Atender al cliente. 6. Impactar en el mercado a través de medios publicitarios. 7. Manejo de propaganda en medios impresos. 8. Manejo de propaganda en medios radiofónicos. 9. Manejo de campañas en medios televisivos 10. Realizar plan presupuestal del medio de difusión a contratar. 11. Contratación de nuevos medios publicitarios.
Perfil del puesto:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Graduado a nivel medio. 2. Estudios universitarios en mercadotecnia, administración o carrera a fin. 3. Experiencia en puesto similar. 4. Buenas relaciones interpersonales. 5. Responsable. 6. disponibilidad de horario.
Horarios de trabajo	De 8:00a.m a 1:00p.m y de 2:00p.m a 4:00p.m
Salario	Q 2,900.00
Competencias	- Aprendizaje

	<ul style="list-style-type: none">- Habilidad para trabajar bajo presión- Ética y moral íntegra- Servicio al Cliente- Trabajo en equipo- Creatividad- Auto organización- Comunicación escrita y oral- Atención al detalle
--	--

6.3.4 Departamento de Finanzas

Nombre del Puesto:	Contador.
Descripción del puesto	Llevar el control financiero del Centro Naturista
Jefe Inmediato	Gerente General
Rango de Edad	25-30 años
Funciones del Puesto:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisión de los movimientos contables. 2. Elaboración de estados financieros periódicos. 3. Elaboración de informes contables. 4. Supervisar y controlar todas las operaciones contables.
Perfil del puesto:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perito contador 2. Experiencia comprobable en puesto similar. 3. Disponibilidad de horario. 4. Acostumbrado a trabajar bajo presión. 5. Buenas relaciones interpersonales.
Horarios de trabajo	De 8:00a.m a 1:00p.m y de 2:00p.m a 4:00p.m
Salario	Q 2,500.00
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> - Aprendizaje - Habilidad para trabajar bajo presión - Ética y moral íntegra - Servicio al Cliente - Trabajo en equipo - Creatividad - Auto organización - Comunicación escrita y oral - Atención al detalle

Nombre del Puesto:	Encargado de Caja y compras.
Descripción del puesto	Encargado de llevar un registro de las ventas diarias realizadas y de realizar las compras de los insumos necesarios y hacer cotizaciones para adquirirlos a los mejores precios
Jefe Inmediato	Contador
Rango de Edad	20-25 años
Funciones del Puesto:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Responsable del manejo de la caja. 2. Atender a los clientes cuando deseen cancelar la cuenta por compra. 3. Reportar al contador los movimientos diarios. 4. Mantener comunicación con el personal. 5. Encargarse de la adquisición, manejo y almacenamiento de los insumos. 6. Controlar que las áreas de almacenamiento estén bien ubicadas, limpias y ordenadas. 7. Velar por el abastecimiento de materia prima a las. 8. Proponer e implementar procedimientos para la realización de compras. 9. Realizar localización de nuevos productos, materiales y fuentes de suministros. 10. Velar por que se paguen los precios justos por la materia prima sin afectar la calidad de la misma. 11. Velar por la adecuada realización de inventarios y control de los mismos. 12. Mantener actualizado el registro de proveedores y las condiciones de venta de cada uno. 13. Generar y controlar el presupuesto designado a su área.
Perfil del puesto:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perito contador 2. Experiencia comprobable en puesto similar. 3. Disponibilidad de horario.

	<p>4. Acostumbrado a trabajar bajo presión.</p> <p>5. Buenas relaciones interpersonales</p>
Horarios de trabajo	De 8:00a.m a 1:00p.m y de 2:00p.m a 4:00p.m
Salario	Q 2,500.00
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> - Aprendizaje - Habilidad para trabajar bajo presión - Ética y moral íntegra - Servicio al Cliente - Trabajo en equipo - Creatividad - Auto organización - Comunicación escrita y oral - Atención al detalle

Capítulo 7

Área de comercialización

7.1 Plan de mercadotecnia

En este plan de mercadotecnia se darán a conocer los principales productos con los cuales contará el Centro Naturista “Madre Tierra”, estarán divididos en dos líneas de productos Medicina Natural y Cosmética Natural.

7.1.1 Productos y Servicios

Los productos del Centro Naturista “Madre Tierra” serán diferentes y únicos ya que se elaborarán con ingredientes 100% naturales, las plantas que se utilizarán para la elaboración de los productos serán cultivadas orgánicamente y el proceso por medio del cual se elaborarán será artesanal.

A continuación se enumera cada uno de los productos con sus características, propiedades y beneficios que contienen.

Tabla No. 11 Medicina Natural y Cosmética Natural

Productos		Características	Beneficios
Medicina Natural	Té	Plantas deshidratadas	Tratamientos relajantes
	Jarabe	Líquido bebible	Tratamientos para la tos
	Tintura	Uso externo únicamente	Curaciones
	Capsulas	Recubiertas para ingerirlas	Tratar infecciones hígado, urinarias, próstata y páncreas
	Compuestos	Plantas variadas según padecimiento	Tratar más de un padecimiento a la vez
	Infusiones	De diferentes plantas según el problema	Combatir dolores abdominales, insomnio, relajantes, cólicos, etc.
Productos de Belleza	Shampoo	Líquido de uso externo	Combatir la caída y fortalecimiento del cabello
	Jabones	c) Aromáticos <ul style="list-style-type: none"> ➤ Jabón de Lavanda ➤ Jabón de Rosas d) Medicinales <ul style="list-style-type: none"> ➤ Jabón de Árnica ➤ Jabón de Sábila ➤ Jabón de Manzanilla e) Tradicionales <ul style="list-style-type: none"> ➤ Jabón de Miel ➤ Jabón de Avena 	Relajante corporal Aromatizante cicatrizante Piel seca y elimina barros Infecciones de la piel. Piel sensible y delicada Cutis graso.
	Pomadas	Uso externo	Cicatrizantes
	Cremas	Uso externo y aroma natural	Hidratación y humectación de la piel

Fuente: elaboración propia 2012

7.1.2 Precio

(Kotler y Armstrong, 2003) Para fijar los precios de los productos ya terminados se empleará la formula siguiente: **Formula PV = CP + MAE**

Simbología

PV = precio de venta

CP = costo del producto (precio unitario + costos fijos + costos variables)

MAE = margen adicional estándar (utilidad + costo de operación en la tienda)

Tomándose en cuenta los gastos de producción y operación, además se tomarán en cuenta los precios que maneja la competencia para que estos no sean muy elevados y que los clientes los puedan adquirir.

Aplicación de la formula a 4 productos sobresalientes:

f) Plantas deshidratadas

Formula PV = CP + MAE

$$PV = Q32.00 + Q18.00 = Q50.00$$

g) Jarabe

Formula PV = CP + MAE

$$PV = Q16.00 + Q4.00 = Q20.00$$

h) Shampoo

Formula PV = CP + MAE

$$PV = Q19.00 + Q6.00 = Q25.00$$

i) Jabones

Formula PV = CP + MAE

$$PV = Q10.00 + Q5.00 = Q15.00$$

Se proponen los siguientes precios:

Tabla No. 12 Establecimiento de Precios de Productos Naturales

No.	Nombre	Presentación	Precio Unitario
1.	Tinturas.	150 ml.	Q 25.00
2.	Shampoo	1 lt.	Q25.00
3.	Jarabes.	150 ml	Q20.00
4.	Pomadas.	50 gr.	Q10.00
5.	Té.	20 unidades c/u de 10 gr	Q10.00
6.	Capsulas.	unidad	Q 1.00
7.	Jabones	100 gr	Q15.00
8.	Cremas	200 gr	Q25.00
9.	Plantas deshidratadas	150 gr	Q50.00
10.	Depurativos orgánicos	150 gr	Q50.00
11.	Compuestos de plantas medicinales	150 gr	Q50.00

Fuente: elaboración propia 2012

7.1.3 Plaza

La estrategia de mercado estará orientada a la siguiente segmentación de mercado:

Segmentación cuantitativa

Demográfica: Personas de la Región Huista que tengan poder adquisitivo jóvenes, adultos ambos géneros que requieran de tratamiento medicinal natural o tratamiento de belleza.

Geográficos: La Región Huista comprendida por los municipios de San Antonio Huista, Nentón, Concepción Huista, Santa Ana Huista, Jacaltenango y Unión Cantinil.

Socioeconómico: Nivel socioeconómico medio y bajo.

Canales de Distribución

Canal Directo: De la empresa a la clientela

Grafica No. 11

Canal de distribución de productos naturales y servicios del Centro Naturista Madre Tierra.



Canal Indirecto:

- Tipo I

Grafica No. 12

Canal de distribución de productos naturales y servicios del Centro Naturista Madre Tierra.



Para la distribución de producto se establecen dos canales que serían el canal directo y el canal minorista o detallista ya que estos se adecuan a las necesidades observadas en la población y en el centro naturista.

7.1.4 Promoción

El tipo de promoción que se empleará será la fuerza de ventas, clientes minoristas, y los consumidores.

Objetivo

Efectuar promociones para incentivar el consumo del producto y fomentar la fidelidad del consumidor.

Promociones a clientes

- Obsequiar una muestra gratis de crema corporal de 50gr en la compra de cualquier producto del Centro Naturista.
- A los clientes actuales se les proporcionarán vales de descuento del 10% en su próxima compra por una persona que acerquen al Centro Naturista.
- Venta de producto al 2x1 en introducción del producto.
- Ofrecer descuentos especiales a clientes frecuentes del servicio de fisioterapia.

Promociones para clientes detallista

Descuentos.

Publicidad gratuita.

Transporte a lugares cercanos.

Servicio postventa.

Estrategias

- Implementación de talleres a los vendedores y usuarios acerca de la preparación y el uso de los productos que el centro Naturista estará ofreciendo.
- Colocar vallas publicitarias en lugares estratégicos tales como la salida de Jacaltenango a Concepción, en la entrada al centro naturista en San Antonio Huista, la salida de Jacaltenango a San Antonio Huista, En Cuatro Caminos y en la entrada de Nentón,
- Repartir volantes dando a conocer los productos y la ubicación del centro Naturista, antes de la gran apertura y durante el primer semestre de funcionamiento del centro y a finales del segundo semestre de funcionamiento.

- Seleccionar vendedores detallistas para distribuir el producto por toda la Región Huista de preferencia que cuenten con negocio propio, tiempo para atender a los clientes, facilidades para viajar a los talleres que se impartirán en el centro de centro naturista.

Publicidad

El tipo de publicidad que se empleara será la informática y persuasiva ya que lo que se pretende es dar a conocer el Centro Naturista y los productos que éste ofrecerá.

- Transmisión de spot publicitario en las radios locales de mayor cobertura y en la televisión del área local.
- Señalización para la rápida ubicación del Centro Naturista.
- Circulación de volantes con la información referente al Centro Naturista.

7.2 Estrategias de comunicación

Para empezar una publicidad dentro de cada uno de los municipios de la Región Huista, se tomara en cuenta el medio más escuchado por los pobladores de la Región que es radial, ya que este es el medio que más audiencia tiene. Y como segunda opción el diario, es un medio que todos tienen al alcance de la mano, al llegar al trabajo, pero tampoco hay que descartar los anuncios televisivos que abarcan gran parte de la población, teniendo en cuenta que tres de los municipios de la Región Huista tienen un canal local. También se entregarán volantes para dar a conocer el negocio.

Por ende para dar a conocer el centro naturista se utilizarán los siguientes métodos:

- j) Publicidad por radios locales: se enfocarán en la radio los productos que se estarán proporcionando y los beneficios de la medicina natural como introducción para atraer a los consumidores, seguidamente se hará una campaña de mantenimiento para reforzar mediante los medios impresos como prensas.

- k) Mantas vinílicas en lugares estratégicos del municipio anunciando la apertura del nuevo Centro Naturista de la Región.
- l) Volantes.
- m) Publicidad por medios televisivos

Tabla No. 13 Presupuesto de publicidad para el primer trimestre

Medios publicitario	Herramienta	cantidades	Menciones al día	Costo Unitario (Q)	Total
Escrito	Volantes	500		Q 500.00	Q 500.00
	Mantas Vinílicas	4		Q 300.00	Q 1,200.00
	Vallas publicitarias	5		Q 2,000.00	Q 10,000.00
Radial	Spot	1	10	Q 200.00	Q 200.00
Televisivo	Spot	1	6	Q 400.00	Q 400.00
Total	Total			Q 5,100.00	Q 12,300.00

Fuente: elaboración propia 2012

Al inicio de todo negocio lo importante es darse a conocer, atraer a los clientes al local. Para ello, deben tenerse en cuenta distintas variables:

- El local debe tener una imagen tal que el cliente se sienta atraído y pase al interior. Debe cuidarse la decoración, limpieza del establecimiento, comodidad del mobiliario, etc.
- Es fundamental que el personal tenga cualidades para el trato con los clientes, la atención es un elemento clave en este tipo de negocio.

Otro medio muy utilizado es la publicidad en prensa local y las colaboraciones en guías o revistas especializadas en medicina Naturista. Actualmente también es posible promocionarse a través de internet. Otros medios publicitarios como anuncios en vallas publicitarias, paradas de autobuses, cuñas de radio, folletos.

El “boca a boca” es la más efectiva y gratuita. Los clientes que queden satisfechos con el producto y el servicio recibido, repetirán la visita al establecimiento y además lo comunicarán a sus conocidos atrayendo más clientes para que adquieran los productos que se ofrecen.

El uso de merchandising exponiendo los productos naturales en el punto de plaza los días de más afluencia de personas en cada cabecera municipal.

Haciendo uso de las redes sociales dando a conocer los productos que se ofrecerán y resolviendo dudas que los posibles clientes tengan acerca de los mismos, ya que este medio es muy útil y a la vez muy económico para el centro naturista.

Capítulo 8

Área de aprovisionamiento e insumos

La imagen que manejará el Centro Naturista Madre Tierra, será 100% natural, por lo que la materia prima que se utilizará será provista por los beneficiarios de la asociación, quienes obtendrán una recompensa por su trabajo arduo con la misma. Tomando en cuenta estos aspectos y tratando de no contaminar el ambiente se plantea colocar el producto en envases ecológicos o reciclables.

El centro Naturista debe contar con los siguientes insumos:

- Mobiliario y equipo
- Equipo de computo
- Herramientas
- Insumos de limpieza
- Terreno
- Vehículo
- Equipo y Materiales para la elaboración de medicamentos naturales
- Insumos para elaboración de medicina natural

8.1 Proveedores

- ✓ Los principales proveedores de materia prima serán los asociados de la Asociación para el Desarrollo Sostenible de la Mancomunidad Huista (ADSOSMHU), además de la que se producirá dentro de la asociación.
- ✓ Se solicitarán a empresas distribuidoras de los materiales para empacar la medicina natural y ponerla a la venta.
- ✓ Personas que ponen en práctica el acto de reciclar.
- ✓ Los principales productores de la Región Huista.
- ✓ Empresa guatemalteca de productos de envasado.

8.2 Procedimientos

Para obtener un producto final se debe llevar un proceso largo, el cual se enumera en seguida:

Simbología del Flujo grama:



Proceso



Inspección



Almacenamiento

n) Cultivo de plantas.

Diagrama de flujo		
Símbolo	Proceso	Tiempo
	Preparación de la tierra	
	Sembrar las plantas	0.25 min por planta
	Limpiar las plantas	1 min por planta
	Fertilizar orgánicamente las plantas	0.50 min por planta
	Cultivar las plantas	0.50 min por planta

Fuente: elaboración propia 2012

o) Obtención de materia prima.

Diagrama de flujo		
Símbolo	Proceso	Tiempo
	Cultivo de las plantas	0.50 min por planta
	Inspección y selección de la materia prima	1 min por planta
	Deshidratación de las plantas	36 horas
	Almacenar la materia prima	

Fuente: elaboración propia 2012

p) Preparación de las plantas.

Diagrama de flujo		
Símbolo	Proceso	Tiempo
	Limpiar las plantas	0.25 min por planta
	Deshidratar las plantas para compuestos	36 horas
	Moler las plantas para los jarabes	1 hora

Fuente: elaboración propia 2012

q) Elaboración del producto.

Diagrama de flujo elaboración de jarabe		
Símbolo	Proceso	Tiempo
	Preparación de las plantas	
	Cocción del preparado	1 hora
	Enfriamiento del jarabe	6 horas

r) Envasado de productos.

Diagrama de flujo		
Símbolo	Proceso	Tiempo
	Colocar el jarabe	20 min
	Envasar el producto	1 hora
	Etiquetar el producto con la fecha de fabricación	15 min

Fuente: elaboración propia 2012

s) Venta del producto.

Diagrama de flujo		
Símbolo	Proceso	Tiempo
	Exhibición del producto	
	Revisar el tiempo de vida del producto	
	Almacenar el producto ya terminado	72 horas

Fuente: elaboración propia 2012

Para realizar este proceso se incurrirá en una serie de gastos, los cuales se verán reflejados en el siguiente cuadro.

Tabla No. 14 Presupuesto de centro naturista "Madre Tierra"

Mobiliario Y Equipo			
No	Descripción	Precio Unitario (Q)	Total (Q)
9	Escritorios secretariales	Q 600.00	Q 5,400.00
8	Sillas Giratorias	Q 350.00	Q 2,800.00
3	Mesas de madera de 2m X 1 m	Q 400.00	Q 1,200.00
1	Pizarrón	Q 1,000.00	Q 1,000.00
30	Sillas plásticas	Q 45.00	Q 1,350.00
4	Archivos de metal de 4 gabetas	Q 800.00	Q 3,200.00
3	Estantes de madera cinco niveles	Q 500.00	Q 1,500.00
3	Vitrinas de 1mts X 80 cm.	Q 1,500.00	Q 4,500.00
2	Exhibidores de 2 mts X 60 cm.	Q 1,000.00	Q 2,000.00
	TOTAL		Q 22,950.00
Equipo De Computación			
8	Computadoras de escritorio, de 80 GB disco duro, procesador duo core 1.2, memoria ram de 1 GB	Q 3,000.00	Q 24,000.00
8	Impresoras marca Cannon IP 2700	Q 280.00	Q 2,240.00
1	Fotocopiadora	Q 3,500.00	Q 3,500.00
2	Scaneres marca Cannon	Q 700.00	Q 1,400.00
1	Instalaciones de redes	Q 800.00	Q 800.00

1	Insumos para instalar redes	Q 500.00	Q 500.00	
	TOTAL		Q 32,440.00	
Maquinaria				
1	Selladora para bolsas	Q 1,500.00	Q 1,500.00	
	TOTAL		Q 1,500.00	
Materia Prima				
No	Descripción	Precio Unitario	Trimestral	Anual
1	Azúcar morena (quintal)	Q 320.00	Q 320.00	Q 1,280.00
12	Albahaca (libs)	Q 23.00	Q 276.00	Q 1,104.00
12	Apazote (Libs)	Q 23.00	Q 276.00	Q 1,104.00
2	Alcanfor (cajas)	Q 235.00	Q 470.00	Q 1,880.00
12	Canela (libs)	Q 23.00	Q 276.00	Q 1,104.00
12	Cola de caballo (libs)	Q 23.00	Q 276.00	Q 1,104.00
12	Flor de muerto (libs)	Q 23.00	Q 276.00	Q 1,104.00
12	Flores de buganvilia (libs)	Q 23.00	Q 276.00	Q 1,104.00
12	Hojas de higo (libs)	Q 23.00	Q 276.00	Q 1,104.00
12	Hojas de eucalipto (libs)	Q 23.00	Q 276.00	Q 1,104.00
12	Hojas de nance (libs)	Q 23.00	Q 276.00	Q 1,104.00
12	Incienso (libs)	Q 23.00	Q 276.00	Q 1,104.00
12	Manzanilla (libs)	Q 22.00	Q 264.00	Q 1,056.00
24	Morros chiquitos (unidades)	Q 2.30	Q 55.20	Q 220.80
2	Mentol cristalizado (cajas)	Q 235.00	Q 470.00	Q 1,880.00
12	Orozuz (libs)	Q 22.00	Q 264.00	Q 1,056.00
12	Pétalo de rosa (libs)	Q 23.00	Q 276.00	Q 1,104.00
12	Romero (libs)	Q 21.00	Q 252.00	Q 1,008.00
12	Sábila (libs)	Q 20.00	Q 240.00	Q 960.00
12	Semilla de ciprés (libs)	Q 25.00	Q 300.00	Q 1,200.00
12	Te ruso (libs)	Q 232.00	Q 2,784.00	Q 11,136.00
12	Toronjil (libs)	Q 22.00	Q 264.00	Q 1,056.00
12	Tomillo (libs)	Q 22.00	Q 264.00	Q 1,056.00
12	Trementina de ocote (libs)	Q 21.00	Q 252.00	Q 1,008.00
12	Te de limón (libs)	Q 22.00	Q 264.00	Q 1,056.00
24	Vaselina blanca (libs)	Q 23.00	Q 552.00	Q 2,208.00
12	Yanten (libs)	Q 22.00	Q 264.00	Q 1,056.00
	TOTAL	Q 1,519.30	Q 10,315.20	Q 41,260.80
Salarios				
No.	Descripción	Mensual	Anual	
	Salario de personal Administrativo	Q 22,750.00	Q 273,000.00	

	Salario de personal de Campo	Q 3,200.00	Q 38,400.00
	TOTAL		Q 311,400.00
PUBLICIDAD			
No.	Descripción	Mensual	Anual
	Enfocado a los gastos durante el primer año de la constitución de la empresa en el municipio de San Antonio Huista, haciendo una asignación presupuestaria de manera trimestral		Q 30,000.00
	TOTAL		Q 30,000.00
Gastos Varios			
No.	Descripción	Trimestral	Anual
	Papelería y Útiles	Q 1,900.00	Q 7,600.00
	Insumos de Limpieza	Q 500.00	Q 2,000.00
	Material de Empaque	Q 4,150.00	Q 16,600.00
	TOTAL		Q 26,200.00
Alquileres			
No	Descripción	Precio Mensual	Total Anual
1	Edificio para Áreas Administrativas y Procesamiento de la Materia Prima	Q 1,850.00	Q 22,200.00
1	Terreno de 7 cuerdas, para cultivo de M P	Q 1,050.00	Q 12,600.00
	TOTAL		Q 34,800.00
Vehículos			
No	Descripción		Total Anual
1	Vehículo cuatro por cuatro		Q 49,800.00
1	Motocicleta marca Honda, de 125 cc		Q 11,250.00
	TOTAL		Q 61,050.00
Herramientas (para producción de la materia prima)			
Producción			
No	Descripción	Precio	Total Anual
12	Machetes (Unidades)	Q 45.00	Q 540.00
12	Azadones (unidades)	Q 45.00	Q 540.00
12	Piochas (unidades)	Q 45.00	Q 540.00

12	Limas de afilar (unidades)	Q	17.50	Q	210.00
12	Regaderas (unidades)	Q	75.00	Q	900.00
220	Abono orgánico (quintales)	Q	45.00	Q	9,900.00
22	Plaguicida natural (2 galones x huerto) (galones)	Q	25.00	Q	550.00
3	Bolsas polietileno para almácigo (millares)	Q	100.00	Q	300.00
1250	Plántulas medicinales 25 especies x 5 de c/u (unidades)	Q	5.00	Q	6,250.00
	TOTAL			Q	19,730.00
Procesamiento de Materia Prima					
No	Descripción		Precio		Total Anual
12	Ollas medianas de peltre (unidades)	Q	124.96	Q	1,499.52
12	Jarra de peltre o pichel (unidades)	Q	75.00	Q	900.00
12	Papel filtro (royos)	Q	9.90	Q	118.80
12	Colador de metal (unidades)	Q	29.92	Q	359.04
12	Paletas de madera (unidades)	Q	9.90	Q	118.80
24	Embudos para envasar medicamentos (unidades)	Q	25.00	Q	600.00
550	Envases oscuros de vidrio o plástico (frascos)	Q	5.00	Q	2,750.00
550	Envases de vidrio o plásticos (frascos)	Q	5.00	Q	2,750.00
24	Toallas o franelas para limpieza (unidades)	Q	5.00	Q	120.00
12	Cuchara grande de peltre (unidades)	Q	25.00	Q	300.00
200	Papel toilette para limpieza (rollos)	Q	1.25	Q	250.00
24	Masking tape (rollos)	Q	9.90	Q	237.60
24	Alcohol de 60 grados (galones)	Q	100.00	Q	2,400.00
	TOTAL			Q	12,403.76
	TOTAL			Q	32,133.76
Gastos de instalación					
				Q	2,980.00
Gastos de constitución					
				Q	3,200.00
Sumas totales					
				Q	599,914.56

Fuente: elaboración propia 2012

Tabla No. 15 presupuesto de ventas

Centro Naturista Madre Tierra

Presupuesto de ventas

Proyectado para el primer trimestre

No	Nombre del producto	Presentación	Cantidad	Precio de compra	Ganancia	Precio de Venta	Total de Ventas
1	Tinturas	150 ml	360	Q 20.00	Q 5.00	Q 25.00	Q 9,000.00
2	Tinturas	100 ml	240	Q 20.00	Q 5.00	Q 25.00	Q 6,000.00
3	Shampo	Litro	720	Q 20.00	Q 5.00	Q 25.00	Q 18,000.00
4	Shampo	Medio Litro	450	Q 8.00	Q 2.00	Q 10.00	Q 4,500.00
5	Jarabes	150 ml	450	Q 16.00	Q 4.00	Q 20.00	Q 9,000.00
6	Jarabes	100 ml	270	Q 12.00	Q 3.00	Q 15.00	Q 4,050.00
7	Pomadas	50 ml	850	Q 8.00	Q 2.00	Q 10.00	Q 8,500.00
8	Pomadas	100 ml	396	Q 12.00	Q 3.00	Q 15.00	Q 5,940.00
9	Té (cajas)	cajas	630	Q 8.00	Q 2.00	Q 10.00	Q 6,300.00
10	Té (cajas)	cajas (20)	180	Q 12.00	Q 3.00	Q 15.00	Q 2,700.00
11	Cápsulas	unidad	2300	Q 0.80	Q 0.20	Q 1.00	Q 2,300.00
12	Javones	100 gr	450	Q 12.00	Q 3.00	Q 15.00	Q 6,750.00
13	Creemas	200 gr	395	Q 20.00	Q 5.00	Q 25.00	Q 9,875.00
14	Plantas deshidratadas	150 mgr	180	Q 40.00	Q 10.00	Q 50.00	Q 9,000.00
15	Plantas deshidratadas	100 mgr	75	Q 24.00	Q 6.00	Q 30.00	Q 2,250.00
16	Depurativos organicos	150 gr	160	Q 40.00	Q 10.00	Q 50.00	Q 8,000.00
17	Depurativos organicos	100 gr	117	Q 24.00	Q 6.00	Q 30.00	Q 3,510.00
18	Compuesto de plantas	150 gr	198	Q 40.00	Q 10.00	Q 50.00	Q 9,900.00
19	Compuesto de plantas	100 gr	200	Q 24.00	Q 6.00	Q 30.00	Q 6,000.00
	TOTAL						Q 125,575.00

Fuente: elaboración propia

Capítulo 9

Estudio económico-financiero

Al momento de finalizar el proyecto será presentado ante un donante de la Cooperación Internacional, para que se pueda ejecutar todo lo propuesto, producir fondos y lograr la auto sostenibilidad del Centro de Capacitación Técnica y Agroecología “Arturo Melville”, de la Asociación para el Desarrollo Sostenible de la Mancomunidad Huista, ADSOSMHU A.C., San Antonio Huista, Huehuetenango.

Para este caso algunos miembros de la Asociación asumirán algunos puestos de trabajo como aporte propio para darle inicio a la empresa, cuando esta tenga más capacidad, se integrarán a ella nuevas personas para que cubran dichos puestos. A continuación se detallan los puestos que se deben cubrir y que ADSOSMHU no puede asumir:

9.1 Estimación Inversión Inicial o Plan de Inversión

Para implementar el Centro Naturista “Madre Tierra”, se hará la presentación del proyecto cuando haya una convocatoria abierta y se enviará para ser evaluada; si cumple con los requisitos este será aprobado, pudiendo con ello iniciar a trabajar para que el centro inicie sus funciones, al momento de que los fondos sean reintegrados o en este caso se recupere la inversión, será utilizada en un proyecto diferente o bien sea para las mejoras que sean necesarias.

Tabla No. 16 Inversión Inicial

Detalle de la Inversión	
Inversión Fija	Monto
Alquileres	Q 34,800.00
Mobiliario y Equipo	Q 22,950.00
Equipo de Computación	Q 32,440.00
Maquinaria	Q 1,500.00
Herramientas	Q 32,133.76
Materia prima	Q 41,260.80
Salarios	Q 311,400.00
Vehículos	Q 61,050.00
Publicidad	Q 30,000.00
Gastos Varios (papelería y material de empaque)	Q 26,200.00
Total de inversión fija	Q 593,734.56
Inversión Diferida	
Gastos de Instalación	Q 2,980.00
Gastos de Constitución	Q 3,200.00
Total de la Inversión diferida	Q 6,180.00
Total de la inversión Fija y Diferida	Q 599,914.56

Fuente: elaboración propia 2012

9.2 Crecimiento anual

Se tiene una estimación de una tasa de crecimiento anual de 10% en la producción que a su vez se empleará en el ingreso de las utilidades, tratando siempre de reducir costos para mejorar la empresa y lograr su crecimiento implementando otras áreas de la medicina naturistas.

9.3 Estados financieros

Esta sección mostrará la factibilidad económica del proyecto, mostrando lo que se obtendrá en él, saber cuándo se recuperará lo invertido, así también las utilidades que se obtendrán.

9.3.1 Estado de resultados

Se espera que para el primer año se obtenga una utilidad de Q 199,354.00, además se debe tomar en cuenta que una parte del personal será pagado por la asociación hasta que la situación de la empresa sea estable, en el tercer año hay un aumento en los salarios porque se incluirá nuevo personal, ya que se tiene planificado agregar otras áreas de la medicina natural.

Estado de resultados proyectados para 5 años
Proyecto creación de centro naturista "Madre Tierra"

Cuentas de Resultados	Años									
	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Ventas Netas	Q	502,300.00	Q	602,760.00	Q	723,312.00	Q	867,974.40	Q	1,041,569.28
Total de Ingresos	Q	502,300.00	Q	602,760.00	Q	723,312.00	Q	867,974.40	Q	1,041,569.28
COSTOS										
Compra de Materia Prima	Q	41,260.80	Q	48,275.14	Q	57,930.16	Q	67,778.29	Q	79,300.60
Inventario Inicial de Materia Prima	Q	10,315.20	Q	30,715.50	Q	38,206.36	Q	40,551.11	Q	47,444.80
Inventario Final	Q	-30,715.50	Q	-39,206.36	Q	-40,551.11	Q	-47,444.80	Q	-55,510.42
Total de Costos	Q	20,860.50	Q	39,784.28	Q	55,585.41	Q	60,884.60	Q	71,234.98
GASTOS DE OPE.										
Salarios	Q	311,400.00	Q	311,400.00	Q	373,680.00	Q	448,416.00	Q	538,099.20
Bonificación 37-2001	Q	-	Q	28,000.00	Q	35,000.00	Q	35,000.00	Q	40,000.00
Bono 14	Q	-	Q	26,000.00	Q	30,000.00	Q	38,000.00	Q	40,000.00
Aguinaldo	Q	-	Q	26,000.00	Q	30,000.00	Q	38,000.00	Q	40,000.00
Alquileres	Q	34,800.00	Q	34,800.00	Q	34,800.00	Q	34,800.00	Q	34,800.00
Publicidad	Q	30,000.00	Q	27,000.00	Q	35,000.00	Q	36,000.00	Q	40,000.00
Gastos Varios	Q	26,200.00	Q	27,050.00	Q	29,755.00	Q	32,730.50	Q	36,003.55
Total de Gastos	Q	402,400.00	Q	480,250.00	Q	568,235.00	Q	662,946.50	Q	768,902.75
Total de Costos y Gastos	Q	423,260.50	Q	520,034.28	Q	623,820.41	Q	723,831.10	Q	840,137.73
Utilidad Neta	Q	79,039.50	Q	82,725.72	Q	99,491.59	Q	144,143.30	Q	201,431.55

9.3.2 Balance general

Balance general proyectados para 5 años

Proyecto creación de centro naturista "Madre Tierra"

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo Corriente	Q 79,039.50	Q 310,400.00	Q 372,480.00	Q 447,166.00	Q 537,799.20
Caja	Q 1,000.00				
Bancos	Q 78,039.50	Q 309,400.00	Q 371,480.00	Q 446,166.00	Q 536,799.20
No Corriente	Q 119,072.07	Q 81,890.38	Q 44,705.44	Q 18,336.00	Q -
Mobiliario y equipo	Q 22,950.00	Q 18,360.00	Q 13,770.00	Q 9,180.00	Q 4,590.00
(-) Depreciación Acumulada	Q 4,590.00				
Herramientas	Q 32,133.76	Q 24,100.32	Q 16,066.88	Q 8,033.44	Q -
(-) Depreciación Acumulada	Q 8,033.44	Q 8,033.44	Q 8,033.44	Q 8,033.44	Q -
Maquinaria	Q 1,500.00	Q 1,200.00	Q 900.00	Q 600.00	Q 300.00
(-) Depreciación Acumulada	Q 300.00				
Equipo de Computo	Q 32,440.00	Q 21,627.75	Q 10,815.50	Q -	Q -
(-) Depreciación Acumulada	Q 10,812.25	Q 10,812.25	Q 10,815.50	Q -	Q -
Vehículo	Q 61,050.00	Q 48,840.00	Q 36,630.00	Q 24,420.00	Q 12,210.00
(-) Depreciación Acumulada	Q 12,210.00				
Gastos de Constitución	Q 3,200.00	Q 2,560.00	Q 1,920.00	Q 1,280.00	Q 640.00
(-) Amortización Acumulada	Q 640.00				
Gastos de Instalación	Q 2,980.00	Q 2,384.00	Q 1,788.00	Q 1,192.00	Q 596.00
(-) Amortización Acumulada	Q 596.00				
Total Activo	Q 198,111.57	Q 392,290.38	Q 417,185.44	Q 465,502.00	Q 537,799.20
Pasivo Corriente					
Acreedores	Q 18,000.00	Q 23,500.00	Q 30,000.00	Q 35,000.00	Q 40,000.00
Total Pasivo	Q 18,000.00	Q 23,500.00	Q 30,000.00	Q 35,000.00	Q 40,000.00
Capital y Patrimonio					
Capital	Q 180,111.57	Q 368,790.38	Q 387,185.44	Q 430,502.00	Q 497,799.20
Total Pasivo y Capital	Q 198,111.57	Q 392,290.38	Q 417,185.44	Q 465,502.00	Q 537,799.20

9.3.3 Flujo de caja

Flujos de efectivos proyectados para 5 años
Proyecto creación de la empresa centro naturista "madre tierra"
en quetzales

INGRESOS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos	Q502,300.00	Q602,760.00	Q723,312.00	Q867,974.40	Q1,041,569.28
(-) Gastos y costos					
(-) Costos de ventas	Q 20,860.50	Q 39,784.28	Q 55,585.41	Q 60,884.60	Q 71,234.98
(-) Salarios	Q 311,400.00	Q 311,400.00	Q373,680.00	Q448,416.00	Q 538,099.20
Bonificación 37-2001	Q -	Q 28,000.00	Q 35,000.00	Q 35,000.00	Q 40,000.00
Bono 14	Q -	Q 26,000.00	Q 30,000.00	Q 38,000.00	Q 40,000.00
Aguinaldo	Q -	Q 26,000.00	Q 30,000.00	Q 38,000.00	Q 40,000.00
Alquileres	Q 34,800.00				
Publicidad	Q 30,000.00	Q 27,000.00	Q 35,000.00	Q 36,000.00	Q 40,000.00
Gastos Varios	Q 26,200.00	Q 27,050.00	Q 29,755.00	Q 32,730.50	Q 36,003.55
Utilidad Bruta	Q 79,039.50	Q 82,725.72	Q 99,491.59	Q144,143.30	Q 201,431.55
(-) Depreciaciones	Q 35,945.69	Q 35,945.69	Q 35,948.94	Q 25,133.44	Q 17,100.00
(-) Amortizaciones	Q 1,236.00				
Utilidad Neta	Q 41,857.81	Q 45,544.03	Q 62,306.65	Q117,773.86	Q 183,095.55
(+) Depreciaciones	Q 35,945.69	Q 35,945.69	Q 35,948.94	Q 25,133.44	Q 17,100.00
(+) Amortizaciones	Q 1,236.00				
Flujo de Efectivo	Q 79,039.50	Q 82,725.72	Q 99,491.59	Q144,143.30	Q 201,431.55

9.4 Razones Financieras

Esta es una herramienta que se utilizará para evaluar la situación financiera de la empresa, permitiendo ampliar el conocimiento de los estados financieros de dicha organización, demostrar la viabilidad que tiene el proyecto si se pone en práctica. *Guia para la preparación y evaluación de proyectos, con un enfoque administrativo, 2004.*

Razones de Liquidez

$$1) \text{ Razón circulante} = \frac{\text{Activo circulante}}{\text{pasivo circulante}} = \frac{Q \quad 79,039.50}{Q \quad 18,000.00} \quad \mathbf{Q \quad 4.39}$$

Esta razón, indica que en el primer año se tiene cuatro quetzales y treinta y nueve centavos. Para cancelar la deuda a corto plazo.

$$2) \text{ Prueba de Acido} \quad \frac{\text{activo circulante} - \text{inventario}}{\text{pasivo circulante}} = \frac{Q \quad 68,724.30}{Q \quad 20,252.70} \quad \mathbf{Q \quad 3.39}$$

La empresa posee la capacidad para pagar las obligaciones a corto plazo sin necesidad de recurrir a la venta del inventario

$$3) \text{ periodo de Recuperación de la inversión} = \frac{\text{total inversión}}{\text{utilidad neta}} = \frac{Q \quad 599,914.56}{Q \quad 79,039.50} \quad \mathbf{7.59}$$

La empresa contara con 7 años, seis meses y veintiún días para poder recuperar lo invertido

Tasa de Actividad

$$1) \text{ rotación de inventario} = \frac{\text{ventas}}{\text{inventarios}} = \frac{Q \quad 502,300.00}{Q \quad 30,860.50} \quad \mathbf{16.28}$$

Refleja las dieciséis veces que nuestro inventario va a rotar durante el año

$$2) \text{ rotación de activos totales} = \frac{\text{ventas anuales}}{\text{activos totales}} = \frac{Q \quad 502,300.00}{Q \quad 198,111.57} \quad \mathbf{Q \quad 2.54}$$

La empresa posee la tasa favorable al final de la actividad de la rotación de todos los activos

9.4.1 Tiempo de retorno de capital

Aquí se determinará el tiempo de retorno del capital, siendo este la inversión inicial que se realizará. En este caso no se tendrá ningún tipo de préstamo, la inversión será una donación

de la cooperación internacional, aunque los fondos tendrán que ser retribuidos para implementar nuevos proyecto.

$$\text{TRC} = \frac{\text{Inversión total}}{\text{Ganancia Neta}}$$

$$\text{TRC} = \frac{Q \ 599,914.56}{Q \ 79,039.50} = \mathbf{7.59}$$

La recuperación de la inversión tendrá lugar en 7 años, seis meses y veintiún días.

9.4.2 Relación costo beneficio

$$\text{RBC} = \frac{\text{Beneficios Actualizados}}{\text{Costos Actualizados}}$$

$$\text{RBC} = \frac{119,989.41}{599,914.56} = \mathbf{0.20}$$

El promedio de retorno es Q0.20 por cada unidad monetaria invertida.

9.4.3 Valor actual neto

$$\text{VAN} = \text{Beneficios Actualizados}$$

(-) Costos Actualizados

$$\text{VAN} = \frac{119,989.41}{599,914.56} = \mathbf{(479,925.15)}$$

Se recupera la inversión y además no se obtiene una ganancia de Q 479,925.15 en el primer año de ejecución.

9.4.4 Tasa interna de retorno

El análisis realizado demuestra que la tasa interna de retorno será del 0% a 5 años siendo esta cifra aceptable para este negocio que se plantea.

Capítulo 10

Viabilidad del proyecto

10.1 Conceptual

Tomado en cuenta el análisis FODA que se realizó para determinar cuáles son las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para el Centro Naturista “Madre Tierra”, se demuestra que es una gran oportunidad tener un centro especializado en naturismo ya que en la Región Huista no se cuenta con este servicio, únicamente se puede apreciar a vendedores ambulantes y personas particulares que venden algunos medicamentos naturales, no obstante se necesita que personas capacitadas y especializadas se pongan a la disposición de la población, para brindar productos de calidad respaldada por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

Se requiere que las personas tomen en cuenta que la salud es lo primero, por ello se debe tener los mejores conocimientos para la preparación de medicamentos naturales, además de saber que es mejor prevenir las enfermedades por lo que también se debe concientizar a la población sobre el consumo de productos naturales que mejoran las condiciones de vida.

Los centros especializados en productos naturales y terapias alternativas no son comunes en el medio, lo más cercano es la Cabecera Departamental de Huehuetenango y no todos cuentan con las posibilidades de acudir a un lugar lejano.

10.2 Operacional

Para la implementación de este proyecto se tomaron aspectos que las personas manifestaron en las encuestas, contando con personal especializado en el ramo, brindando un servicio de orientación de calidad sobre medicina natural y técnicas de aplicación.

Considerando que en los municipios que conforman la Región Huista, se cuenta con personas que distribuyen medicamentos de origen natural pero no cuentan con el aval del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social por lo que no son confiables, según lo expresado por las personas encuestadas y por la información obtenida de fuentes confiables.

Al momento de la apertura del centro naturista se llevara a cabo una publicidad masiva para darse a conocer y tener los recursos necesarios para satisfacer las necesidades del mercado meta.

La adquisición de la materia prima se realizara con productores locales para complementar la materia prima que se producirá en el centro naturista ya que será suficiente para la producción en grandes cantidades.

Las instalaciones son acordes a lo que pretende la empresa realizar, la infraestructura será muy amplia pensada para cada necesidad. Para lograr que los productos sean de calidad se necesita procesar las plantas de forma natural y orgánica, por lo que se plantea una planta productora de forma artesanal, tratando de no contaminar el producto con químicos.

10.3 De Mercado

El centro naturista estará ubicado en el centro de la región Huista, por lo que es considerado un municipio de fácil acceso y muy comercial, por tal razón se considera adecuado para iniciar el trabajo en la introducción del naturismo en San Antonio Huista y en general en la región Huista.

Estos productos van dirigidos a personas que quieran gozar de buena salud, además de cuidar su cuerpo ingiriendo productos que no dañen el organismo, teniendo cuidados para la piel y el cabello de calidad para todos los días.

10.4 Económica

Los estudios muestran que el negocio será bastante rentable en el segundo año, ya ciertos gastos solo se harán una vez, por lo que las utilidades serán mayores, sin dejar de hacer publicidad para aumentar la afluencia de clientes al Centro Naturista llegando a las comunidades como una alternativa viable para mejorar la salud de las personas en comunidades alejadas de un servicio mucha más sofisticado.

Teniendo los resultados obtenidos por los estudios realizados se puede ver que el proyecto será viable y productivo ya que ofrece un producto natural y que no se tiene tanta competencia como en otros productos.

Conclusiones

- Con la investigación de mercado realizada se ha podido comprobar que los productos naturales son muy bien aceptados por los pobladores de la Región Huista, por los beneficios que han observado en el trabajo la Asociación para el Desarrollo Sostenible de la Mancomunidad Huista, ADSOSMHU desde hace seis años atrás.
- La creación del Centro naturista va a producir fuentes de ingresos a los campesinos que se dedican al cultivo de plantas medicinales orgánicas y además podrán adquirir productos naturales tales como: medicina, productos de belleza y orientación acerca del uso y preparación de los mismos.
- La implementación del Centro Naturista ayudará al auto sostenimiento del Centro de Capacitación Técnica y Agroecología “Arturo Melville” perteneciente a la Asociación para el Desarrollo Sostenible de la Mancomunidad Huista, ADSOSMHU, además que producirá fondos para implementar proyectos propios para los asociados y de la Asociación.
- En el municipio de San Antonio Huista existen vendedores ambulantes de productos naturales que no están avalados por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, únicamente el día de plaza (Domingo) lo que perjudicaría al Centro Naturista, pero se tendría como ventaja estar presente en el mismo lugar todos los días de la semana y prestar servicios adicionales a la venta de medicinas naturales.

Recomendaciones

- Se fomentará en la población el consumo de productos naturales y las buenas prácticas para prevenir las enfermedades más comunes que se padecen en la Región Huista, principalmente por falta de recursos económicos para solventar gastos en medicamentos caros y que además contribuyen al deterioro del organismo.
- Hacer énfasis en el consumo de productos de origen natural y cultivado ecológicamente para tener la confiabilidad necesaria para la distribución de los medicamentos y cosmética natural.
- Hacer publicidad el día de plaza para darse a conocer y promocionar los productos que se ofrecen en el centro naturista Madre Tierra.

Bibliografía

- Cotler, P. (2000). *Dirección de Marketing*. Estados Unidos. Prentice Hall
- García, S. (2002). *Delincuencia Organizada*. México: Editorial Porrúa
- Hernández, J. (2007). *Introducción a la Economía*. Guatemala: Servicios Profesionales
- Molina M. J. y Ernesto R. (1996). *Contabilidad de Sociedades Mercantiles*. Guatemala, C.A. Editores
- Perdomo S. y Lic. Mario L. (2007). *Análisis e Interpretación de Estados Financieros Parte I*. Guatemala: Ediciones Contables Administrativas (ECA).
- Perdomo S. y Lic. Mario L. (2002). *Problemas y Soluciones de Contabilidad II*. Guatemala: EDECA.
- Perdomo S. y Lic. Mario L. (2005). *Análisis e Interpretación de Estados Financieros Parte II*. Guatemala: Ediciones Contables Administrativas (ECA).
- Piloña O. y Gabriel A. (2007). *Microeconomía Análisis Económico I*. Guatemala: GP Editores.
- Robins y Coulter. (1996). *Administración General*. Estados Unidos. Universidad de Missouri

E-grafías

Reemplazo del médico tradicional. Medicina Natural. Recuperado: 24.01.2006
http://www.escepticospr.com/Archivos/medicina_alternativa.htm

La medicina natural está de moda. Medicina Natural. Recuperado: 24.01.2006
http://www.revistainterforum.com/espanol/articulos/artvegano_020501.html

Medicina alternativa y demanda en productos. Recuperado: 20.01.2006
http://www.mediks.com/saludyvida/chat/articulo.php?id=336&llave_seccion=19

Medicina natural y aplicaciones. Recuperado: 24.01.2006
<http://geosalud.com/medicinatural/Medicina%20Natural.htm>

Medicina naturista. Recuperado: 23.01.2006
<http://www.medicina-naturista.net/>

Natural Medicine online. Recuperado: 04.10.2006
<http://www.nat-med.com>

Resumen simposio naturista. Medicina Natural. Recuperado: 20.01.2006
<http://www.anme.info/spanisch/resumensimposio.pdf>

Santa Natura. Medicina Natural. Recuperado: 17.01.2006
<http://www.santanatura.com.pe/>

Anexos

Anexos

Anexo 1. Patente de comercio



Patente de Comercio de Empresa

**REGISTRO MERCANTIL DE LA REPUBLICA
GUATEMALA, C.A.**

E - G122/1

La Empresa Mercantil

Fue inscrita bajo el número de Registro _____ Folio _____ Libro _____ de Empresas Mercantiles.

Número de Expediente _____ Categoría UNICA

Dirección Comercial _____

Objeto LA REALIZACION DE TODA CLASE DE ACTIVIDADES COMERCIALES, INDUSTRIALES, AGRICOLAS Y GANADERAS, EN GENERAL Y LAS ACTIVIDADES DIRECTA O INDIRECTAMENTE RELACIONADAS CON TALES FINES PRINCIPALES.

Fecha de inscripción _____ de 05 de OCTUBRE de 2004

Nombre Propietario(s) _____

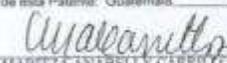
Nacionalidad GUATEMALTECA Documento de identificación _____ País _____

Extendida en _____ Departamento _____

Dirección de Propietario _____

Clase de Establecimiento SOCIEDAD MERCANTIL Representante ADMINISTRADORA UNICA

Fecha de emisión de esta Patente: Guatemala 05 de OCTUBRE de 2004

HECHO POR: 
MARITZA ANABELLY CARRILUZETINO


Sr. Leonel Enrique Chelillo Guevara
Registrador Mercantil General de la República - Semitar
Registrador Mercantil General de la República

NOTA: Esta patente deberá ser colocada en lugar visible.

CONTINUA IMPUESTO SOBRE LA RENTA (I.S.R.)											
RÉGIMEN GENERAL <input type="checkbox"/>		FORMAS DE PAGO: Artículo 44 <input type="checkbox"/> Artículo 44 "A" <input type="checkbox"/>						RÉGIMEN ASALARIADO <input type="checkbox"/>			
		RETENCIÓN DEFINITIVA <input type="checkbox"/>		IMPUESTO <input type="checkbox"/>		RETENCIÓN DEFINITIVA <input type="checkbox"/>					
70 RENTAS EXENTAS LEY O RESOLUCIÓN N.º: _____											
71 SISTEMA DE VALUACIÓN DE INVENTARIOS (ver instructivo)				72 SISTEMA CONTABLE: DEVENGADO <input type="checkbox"/> PERCIBIDO <input type="checkbox"/>				73 FECHA CAMBIO DE RÉGIMEN: DIA: [] [] MES: [] [] AÑO: [] [] []			
C. IMPUESTO EXTRAORDINARIO Y TEMPORAL DE APOYO A LOS ACUERDOS DE PAZ (ETAAP) (ver instructivo)											
74 FORMAS DE ACREDITAMIENTO: ISR ACREDITABLE AL ETAAP <input type="checkbox"/> ETAAP ACREDITABLE AL ISR <input type="checkbox"/>				75 EXENTO <input type="checkbox"/>				LEY O RESOLUCIÓN N.º: _____			
76 BASE IMPONIBLE INICIAL (ver instructivo)						77 FECHA CAMBIO DE FORMA DE ACREDITAMIENTO: DIA: [] [] MES: [] [] AÑO: [] [] []					
D. IMPUESTO SOBRE LA DISTRIBUCIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS DESTILADAS, CERVEZAS, OTRAS BEBIDAS FERMENTADAS, BEBIDAS GASEOSAS Y OTROS PRODUCTOS											
78 FABRICANTE <input type="checkbox"/>				IMPORTADOR <input type="checkbox"/>		FABRICANTE / IMPORTADOR <input type="checkbox"/>		FABRICANTE / EXPORTADOR <input type="checkbox"/>		79 FECHA DE CAMBIO: DIA: [] [] MES: [] [] AÑO: [] [] []	
E. IMPUESTO AL TABACO Y SUS PRODUCTOS											
80 RÉGIMEN: COSECHERO DE TABACO <input type="checkbox"/>		COMPRADOR DE TABACO Y FABRICANTE DE CIGARRILLOS A MÁQUINA <input type="checkbox"/>			COMPRADOR DE TABACO, FABRICANTE Y EXPORTADOR DE CIGARRILLOS A MÁQUINA <input type="checkbox"/>			COMPRADOR Y EXPORTADOR DE TABACO <input type="checkbox"/>			
IMPORTADOR DE CIGARRILLOS FABRICADOS A MÁQUINA <input type="checkbox"/>		FABRICANTE DE PURLOS <input type="checkbox"/>			81 FECHA CAMBIO DE RÉGIMEN: DIA: [] [] MES: [] [] AÑO: [] [] []						
F. IMPUESTO A LA DISTRIBUCIÓN DE PETRÓLEO CRUDO Y COMBUSTIBLES DERIVADOS DEL PETRÓLEO											
82 RÉGIMEN: DISTRIBUIDOR <input type="checkbox"/>				IMPORTADOR <input type="checkbox"/>		DISTRIBUIDOR E IMPORTADOR <input type="checkbox"/>				83 FECHA CAMBIO DE RÉGIMEN: DIA: [] [] MES: [] [] AÑO: [] [] []	
G. OTROS IMPUESTOS											
84 SOBRE PRODUCTOS FINANCIEROS <input type="checkbox"/>				SOBRE CIRCULACIÓN DE VEHÍCULOS <input type="checkbox"/>				DISTRIBUCIÓN DE CEMENTO <input type="checkbox"/>			
INSCRIPCIÓN O ACTUALIZACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO (datos generales)											
85 NOMBRE COMERCIAL: _____											
86 NÚMERO O NOMBRE DE CALLE O AVENIDA: _____		87 NÚMERO (interior): _____		88 APTO. O SIMILAR: _____		89 ZONA: _____		90 COLONIA O BARRIO: _____		91 DEPARTAMENTO: _____	
92 MUNICIPIO: _____			93 TELÉFONO: _____			94 FAX: _____			95 APODO. POSTAL: _____		
96 FECHA INICIO DE OPERACIONES: DIA: [] [] MES: [] [] AÑO: [] [] []				97 FECHA CAMBIO (planta/comercial): DIA: [] [] MES: [] [] AÑO: [] [] []				98 FECHA CAMBIO (planta/comercial): DIA: [] [] MES: [] [] AÑO: [] [] []			
99 EXENTO: <input type="checkbox"/>				100 ZONA FRANCA <input type="checkbox"/>		ZOLIC <input type="checkbox"/>		MAQUILA <input type="checkbox"/>		FUENTES NUEVAS RENOVABLES DE ENERGÍA <input type="checkbox"/>	
LEY O RESOLUCIÓN N.º: _____				RESOLUCIÓN N.º: _____				FECHA DE NOTIFICACIÓN: _____			
FECHA DE NOTIFICACIÓN O PUBLICACIÓN: _____				101 FECHA CAMBIO DE RÉGIMEN: DIA: [] [] MES: [] [] AÑO: [] [] []				102 FECHA CLAUSURA DEL ESTABLECIMIENTO: DIA: [] [] MES: [] [] AÑO: [] [] []			
DECLARO Y JURD QUE LOS DATOS CONSIGNADOS SON CIERTOS Y EXACTOS						PARA USO EXCLUSIVO DE LA SAT					
FIRMA: _____			CALIDAD CON QUE ACTÚA:			FECHA, FIRMA Y SELLO DE RECEPCIÓN:			FECHA, FIRMA Y SELLO DE GRABACIÓN:		
PROPIETARIO <input type="checkbox"/>			REP. LEGAL <input type="checkbox"/>								

Anexo 5 Formulario para habilitación de libros

 SOLICITUD DE HABILITACION DE LIBROS			
LUGAR Y FECHA DE PRESENTACION: DIA <input type="text"/> <input type="text"/> MES <input type="text"/> <input type="text"/> AÑO <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>			
SAT - No.0052			
DATOS DE IDENTIFICACION			
NUMERO DE IDENTIFICACION TRIBUTARIA (NIT): <input type="text"/> - <input type="text"/>			
ADMINISTRACION: <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>			
APELLIDOS Y NOMBRES O RAZON SOCIAL: _____			
NUMERO O NOMBRE DE CALLE O AVENIDA DEL DOMICILIO FISCAL: _____	NUMERO EDAS: _____		
MUNICIPIO: _____	APTO. O SIMILAR: _____		
TELEFONO: _____	ZONA: _____		
FAX: _____	COLONIA O BARRIO: _____		
ARDC. POSTAL: _____	DEPARTAMENTO: _____		
E-MAIL: _____			
ESTABLECIMIENTO PARA EL QUE SOLICITA LA AUTORIZACION (Unicamente Libros de Compras y Ventas)			
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO: _____ ESTABLECIMIENTO No. _____			
NUMERO O NOMBRE DE CALLE O AVENIDA: _____	ZONA: _____		
MUNICIPIO: _____	COLONIA, BARRIO, CASERIO, OTROS: _____		
DEPARTAMENTO: _____			
DETALLE DE LIBROS A UTILIZAR			
LIBRO DE	MARQUE CON "X" EL SISTEMA A UTILIZAR		CANTIDAD DE HOJAS
	MANUAL	COMPUTARIZADO	
COMPRAS Y VENTAS PEQUEÑO CONTRIBUYENTE			
COMPRAS			
VENTAS			
INVENTARIOS			
DIARIO			
MAYOR			
DE ESTADOS FINANCIEROS			
DIARIO MAYOR GENERAL			
OTROS, ESPECIFIQUE: _____			
FIRMA: _____ NOMBRE DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL	FECHA, FIRMA Y SELLO DE RECEPCION Y GRABACION: _____		

Solo Muestra

Anexo 6 Licencia Sanitaria

MINISTERIO DE SALUD PUBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL
DIRECCION GENERAL DE SERVICIOS DE SALUD
JEFATURA AREA DE SALUD HUEHUETENANGO
REGION VII
HUEHUETENANGO, GUATEMALA, C. A.

EL INFRASCRITO DIRECTOR DEL CENTRO DE SALUD No. _____ HACE CONSTAR QUE DE ACUERDO CON EL DICTAMEN DE LA SECCION DE SANEAMIENTO AMBIENTAL, _____ HA LLENADO TODOS LOS REQUISITOS QUE DETERMINA EL CODIGO DE SANIDAD Y EL REGLAMENTO DE LA MATERIA, PARA ESTABLECER EN

POR TANTO, SE EXTIENDE LA PRESENTE

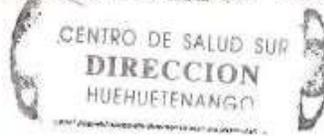
LICENCIA SANITARIA

QUEDANDO EL ESTABLECIMIENTO CLASIFICADO COMO DE _____ CLASE, TARIFA _____

DADO EN LA CIUDAD DE GUATEMALA, A LOS _____ DIAS DEL MES DE _____ DEL AÑO _____

REGISTRO No. _____

Mano de [Firma]
DIRECTOR DEL CENTRO DE SALUD



MANTENGASE A LA VISTA DEL PUBLICO
(LEASE RECOMENDACIONES DEL REVERSO)

Anexo 7 Análisis e Interpretación de las encuestas

Para determinar si el proyecto de creación del centro naturista Madre Tierra es viable y factible, se recurrió a utilizar un instrumento de investigación, la cual correspondió en la elaboración de una Encuesta, la cual consiste en conocer cómo se encuentra el mercado en relación a medicina natural. De esta manera para la investigación se obtuvieron resultados viables, utilizando una muestra del 10% de la totalidad de los asociados de cada comunidad correspondientes a 158 personas, los cuales integran la totalidad de beneficiarios de los servicios que presta la Asociación para el Desarrollo Sostenible de la Mancomunidad Huista.

Anexo 8 Encuesta dirigida a clientes

Universidad Panamericana
Facultad: Ciencias Económicas
Sección: Jacaltenango
Carrera: Licenciatura en Administración de Empresas
Práctica Empresarial Dirigida



Encuesta dirigida a Clientes.

Objetivo: Determinar el grado de demanda que tiene la medicina natural en los municipios que conforman la Región Huista.

Instrucciones: a continuación se le presenta una serie de preguntas a las cuales deberá responder según su criterio y con la mayor veracidad.

Edad: _____

Sexo: M F

Profesión: _____

1. ¿Conoce que es la Medicina Natural?

Si ___ No ___

2. ¿Qué tipo de medicina utiliza usted?

Natural _____ Convencional _____

3. ¿Ha comprado algún producto de medicina natural en los últimos tres meses?

Si ___ No ___ Cuáles _____

4. Si la respuesta anterior fue afirmativa, indique en qué lugar lo compró.

Vendedor ambulante _____

Centro naturista _____

Farmacia comunitaria _____

Otros _____

5. ¿Obtuvo los resultados que esperaba?

Si ___ No ___

6. Si ha adquirido medicina natural, indique quién ha influido en la compra.

_____ Otras personas a quienes les funciono el producto

_____ El vendedor del Centro Naturista

_____ El Médico Naturista

7. ¿Considera que la Medicina Natural?

_____ Cura totalmente una enfermedad

_____ Ayuda a aliviar dolencias

_____ No hace nada

Anexo 9 Encuesta dirigida a Farmacias

Universidad Panamericana
Facultad: Ciencias Económicas
Sección: Jacaltenango
Carrera: Licenciatura en Administración de Empresas
Curso: Seminario de Egreso II



Encuesta dirigida a Farmacias.

Objetivo: Determinar el grado de demanda que tiene la medicina natural en los municipios que conforman la Región Huista.

Instrucciones: a continuación se le presenta una serie de preguntas a las cuales deberá responder según su criterio.

Edad: _____

Sexo: M F

Profesión: _____

1. ¿Conoce que es la Medicina Natural?

Si ___ No ___ Porque _____

2. ¿Qué tipo de medicina vende o distribuye usted?

Natural _____ Alternativa _____ Genérica _____ Farmacológica _____

3. ¿Sabe lo que es la Medicina natural?

Si ___ No ___ Explique _____

4. ¿Le gustaría vender medicina natural en su negocio?

Si ___ No ___ Porque _____

5. Que productos considera que pueden distribuirse o venderse en este negocio? Señale los que a su criterio pueden tener mayor aceptación

_____ Jarabe para la tos	_____ Pomadas cicatrizantes
_____ Shampoo de sábila	_____ Tinturas
_____ Tés	_____ Capsulas
_____ Compuestos de plantas medicinales	_____ Jabones para baño
_____ Cremas para uso cotidiano	_____ Depurativos Orgánicos

6. ¿Cree que la Medicina Natural, sería aceptada por la población de la Región Huista?

Si ___ No ___ Porque _____
