

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA DE FORMACION PROFESIONAL DE ENFERMERÍA



TESIS

**Comercialización de productos naturales para la resolución de
problemas respiratorios - Cerro de Pasco 2018**

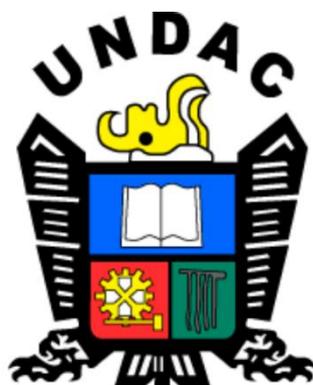
**Para optar el título profesional de:
Licenciada en Enfermería**

Autor: Bach. Deysi Gisselle SEGUIL GUTIERREZ

Asesor. Mg. Hans Nicolas HUAMAN LOPEZ

Cerro de Pasco – Perú - 2021

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA DE FORMACION PROFESIONAL DE ENFERMERÍA



TESIS

**Comercialización de productos naturales para la resolución de
problemas respiratorios - Cerro de Pasco 2018**

sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:

Dr. Raúl Ricardo CARHUAPOMA NICOLÁS

PRESIDENTE

Mg. Sonia ROBLES CHAMORRO

MIEMBRO

Mg. Samuel Eusebio ROJAS CHIPANA
MIEMBRO

DEDICATORIA

Con mi sincero aprecio a mis Padres. Por enseñarme, deseos de superación y amor a la humanidad

RECONOCIMIENTO

A la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión,
Facultad de Ciencias de la Salud, Escuela de
Enfermería; porque sus docentes, trabajadores y
estudiantes compartieron aprendizajes, que
sirvieron para hacer realidad mi profesión.

RESUMEN

Los problemas respiratorios, son afectaciones de salud pública, relacionados con el contexto climatológico, presencia de microorganismos, situación alimentaria y características de los servicios sanitarios. Constituye la principal causa de morbilidad por etapas de vida en la región Pasco 2017 (1).

Así, el consumo de productos naturales, para resolver los problemas de salud respiratoria, constituye prácticas que las personas realizan para prevenir o tratarlos; haciendo uso de conocimientos, provenientes de fuentes distintas al sistema de salud establecido.

Por lo que en respuesta a la pregunta: ¿Qué características tiene la comercialización de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, Cerro de Pasco 2018?, utilizando metodologías descriptivas se encontró que; mayormente se intercambian productos sin procesar, solo una cuarta de parte ofrece productos procesados, se expenden a demanda de los consumidores, los principales proveedores son los productores y/o recolectores, los clientes preferentes son adultos mayores de sexo masculino. Menos de la tercera parte de los negocios son tiendas, la mitad en quioscos y los demás puestos ambulantes, la forma de presentación son atados de hierbas y cortezas.

Palabras clave: Comercialización, productos naturales, problemas respiratorios.

ABSTRACT

Respiratory problems are public health conditions, related to the weather context, presence of microorganisms, food situation and characteristics of health services. It is the main cause of morbidity by stages of life in the Pasco region 2017 (1).

Thus, the consumption of natural products, to solve respiratory health problems, constitutes practices that people perform to prevent or treat them; making use of knowledge, from sources other than the established health system.

So, in response to the question: What are the characteristics of the identification of natural products for the resolution of respiratory problems, Cerro de Pasco 2018? Using descriptive methodologies were found that; mostly unprocessed products are exchanged, only a quarter of offers processed products, consumer demand is spent, the main suppliers are producers and / or collectors, preferential customers are older adults of male sex. Less than a third of the businesses are stores, half in kiosks and the other street stalls, the form of presentation is tied with herbs and barks.

Keywords: Marketing, natural products, respiratory problems.

INTRODUCCIÓN

Los problemas respiratorios, son un problema de salud pública por el contexto climatológico, Virus, alimentación y fallas en los servicios sanitarios. La organización mundial de salud (OMS) estimó que la mortalidad por infecciones respiratorias agudas (IRA) tienen como principal responsable al Estreptococos, perteneciente a la familia Streptococcaceae. Se trata de anaeróbicos facultativos, que con tinción de Gram aparecen como cocos grampositivos, por lo general en pares, pero también solos o en cadenas cortas, o se observan elongados o puntiformes (2)

Las alteraciones de las vías respiratorias altas (VRA) hacen referencia a un grupo de alteraciones que se produce en cada uno de los órganos que intervienen en este tracto anatómico superior (boca, nariz, faringe, laringe) y que van a tener etiología, clínica y diferentes cuidados (3)

El contagio se da mediante ingestión o inhalación directa, tras picaduras de insectos o parásitos, por lo general las infecciones respiratorias agudas afectan la nariz, garganta y las vías respiratorias superiores.

Los virus son organismos infecciosos diminutos, mucho más pequeños que un hongo o una bacteria, que necesita invadir una célula para reproducirse (replegarse). El virus se adhiere a una célula, penetra en ella y libera su ADN o ARN del virus es el material genético que contiene la información necesaria para replegarla. Por lo general la célula infectada muere dado que el virus le impide realizar sus funciones normales. Antes de morir, sin embargo, la célula libera nuevos virus que infectaran otras células (4)

INDICE

DEDICATORIA	
RECONOCIMIENTO	
RESUMEN	
ABSTRACT	
INTRODUCCIÓN	
INDICE	

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1.	Identificación y determinación del problema	1
1.2.	Delimitación de la Investigación	4
1.3.	Formulación del Problema.....	5
1.3.1.	Problema principal.....	5
1.3.2.	Problemas específicos.....	5
1.4.	Formulación de objetivos	5
1.4.1.	Objetivo general.....	5
1.4.2.	Objetivos específicos	5
1.5.	Justificación de la investigación	6
1.6.	Limitaciones de la investigación.....	7

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1.	Antecedentes de estudio	8
2.2.	Bases teóricas – científicas	11
2.3.	Definición de términos básicos.....	25
2.4.	Formulación de hipótesis	25
2.4.1.	Hipótesis general	25
2.4.2.	Hipótesis específicas.....	26
2.5.	Identificación de Variables	26
2.6.	Definición operacionalización de variables e indicadores.....	26

CAPITULO III

METODOLOGÍA Y TECNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1.	Tipo de investigación:.....	28
3.2.	Métodos de investigación:	28
3.3.	Diseño de investigación:.....	29
3.4.	Población y muestra:.....	29
3.5.	Técnicas e instrumentos de recolección ee datos:.....	29

3.5.1.	Técnicas	29
3.5.2.	Instrumentos	29
3.5.3.	Recolección De Datos:	30
3.6.	Técnicas de procesamiento y análisis de datos	30
3.7.	Tratamiento estadístico:	31
3.8.	Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación	33
3.9.	Orientación ética	33

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1	Descripción del trabajo de campo.....	34
4.2	Presentación, analisis e interpretación de resultados	34
4.3	Prueba de hipótesis	68
4.4	Discusión de resultados	68

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

Anexo 01

Matriz De Consistencia

Anexo 02

Instrumento

INDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1: Edad y Sexo de los comercializadores de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios	35
CUADRO N° 2: Grado de Instrucción y Propiedad del Negocio de los.....	38
CUADRO N° 3: ANTIGÜEDAD DEL NEGOCIO Y NUMERO DE TRABAJADORES COMERCIALIZADORES DE PRODUCTOS NATURALES PARA LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS RESPIRATORIOS	41
CUADRO N° 4: Grupo Etario Y Sexo De Los Que Adquieren Productos Naturales Para La Resolución De Problemas Respiratorios.....	44
CUADRO N° 5: PROVEEDORES DE PRODUCTOS NATURALES PARA LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS RESPIRATORIOS Cerro de Pasco 2018	47
CUADRO N° 6: AUTORIZACION Y ANTIGÜEDAD DEL NEGOCIO DE COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS NATURALES PARA LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS RESPIRATORIOS	49
CUADRO N° 7: AUTORIZACION DE LOS PRODUCTOS NATURALES Y ANTIGÜEDAD DEL NEGOCIO COMERCIALIZADOR DE PRODUCTOS NATURALES Cerro de Pasco 2018.....	52
CUADRO N° 8: AUTORIZACION DEL NEGOCIO Y TIPO DE PRODUCTOS NATURALES QUE COMERCIALIZAN	55
CUADRO N° 9: ORIGEN DEL CAPITAL Y RAZONES PARA LA OFERTA DE LOS PRODUCTOS QUE COMERCIALIZAN LOS NEGOCIOS DE PRODUCTOS NATURALES	58
CUADRO N° 10: MOTIVO DE LA VENTA Y TIPO DE PRODUCTOS NATURALES QUE COMERCIALIZAN LOS NEGOCIOS DE PRODUCTOS NATURALES	61
CUADRO N° 11: PRODUCTOS NATURALES PARA LA RESOLUCION DE PROBLEMAS RESPIRATORIOS.....	64
CUADRO N° 12: PRESENTACIÓN Y TIPO DE PRODUCTO QUE SE COMERCIALIZA EN LOS NEGOCIOS DE PRODUCTOS NATURALES	65

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico N° 1: Edad y Sexo de los comercializadores de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios	37
Gráfico N° 2: Grado De Intrucción Propiedad Del Negocio De Los Comercializadores De Productos Natural Para La Resoloción De Problemas Respiratorios.	40
Gráfico N° 3: Antigüedad Del Negocio Y Número De Trabajadores Comercializadores De Productos Naturales Para La Resolución De Problemas Respiratorios	43
Gráfico N° 4: Grupo Etareo Y Sexo De Los Que Adquieren Productos Naturales Para La Resolución De Problemas Respiratorios	46
Gráfico N° 5 Proveedores De Productos Naturales Para La Resolución De Problemas Respiratorios	48
Gráfico N° 6 Autorización Y Antigüedad Del Negocio De Comercialización De Productos Naturales Para La Resolución De Problemas Respiratorios	51
Gráfico N° 7: Autorización De Los Productos Naturales Y Antigüedad Del Negocio Comercializador De Productos Naturales	54
Gráfico N° 8: Autorización Del Negocio Y Tipo De Productos Naturales Que Comercializan	57
Gráfico N° 9: Capital Del Negocio Y Razones Para La Oferta De Los Productos Que Comercializan Los Negocios De Productos Naturales	60
Gráfico N° 10: Motivo De La Venta Y Tipo De Productos Naturales Que Comercializan Los Negocios De Productos Naturales	63
Gráfico N° 12: Presentación Y Tipo De Producto Que Se Comercializa En Los Negocios De Productos Naturales	67

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1. Identificación y determinación del problema

Los problemas respiratorios, son un problema de salud pública por el contexto climatológico, Virus, alimentación y fallas en los servicios sanitarios. La organización mundial de salud (OMS) estimó que la mortalidad por infecciones respiratorias agudas (IRA) tienen como principal responsable al Streptococcus, perteneciente a la familia Streptococcaceae. Se trata de anaeróbicos facultativos, que con tinción de Gram aparecen como cocos grampositivos, por lo general en pares, pero también solos o en cadenas cortas, o se observan elongados o puntiformes (2)

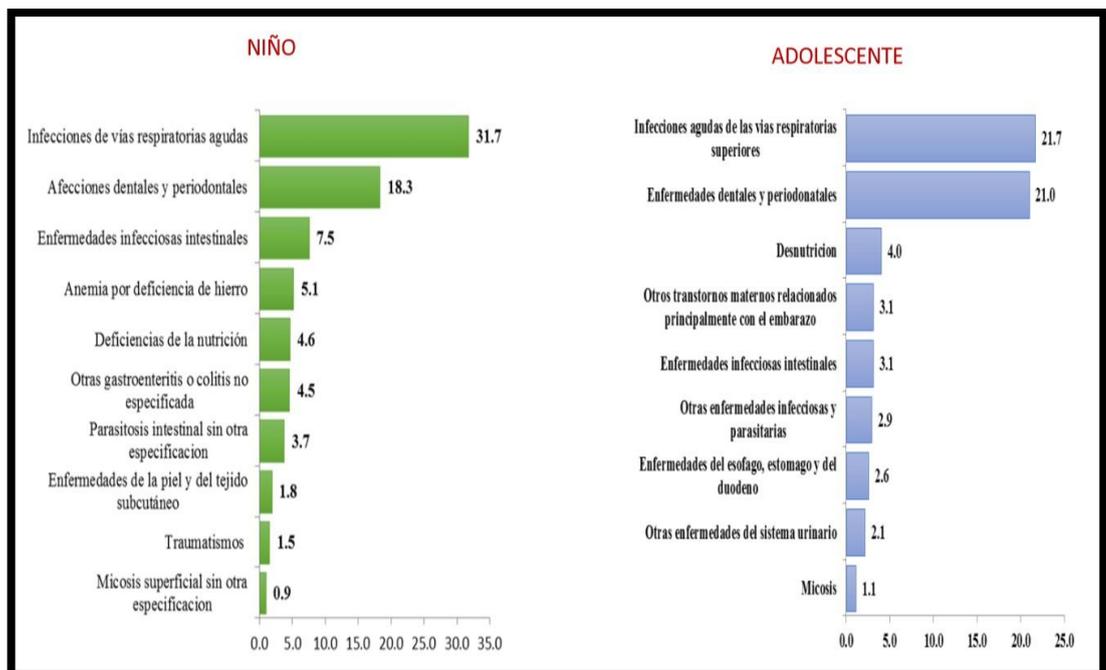
Las alteraciones de las vías respiratorias altas (VRA) hacen referencia a un grupo de alteraciones que se produce en cada uno de los órganos que intervienen en este tracto anatómico superior (boca, nariz, faringe, laringe) y que van a tener etiología, clínica y diferentes cuidados (3)

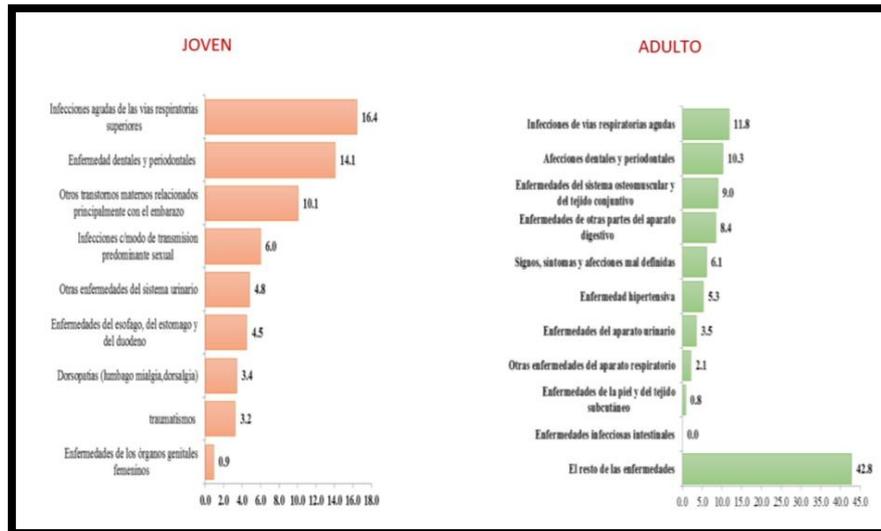
El contagio se da mediante ingestión o inhalación directa, tras picaduras de insectos o parásitos, por lo general las infecciones respiratorias agudas afectan la nariz, garganta y las vías respiratorias superiores.

Los virus son organismos infecciosos diminutos, mucho más pequeños que un

hongo o una bacteria, que necesita invadir una célula para reproducirse (replegarse). El virus se adhiere a una célula, penetra en ella y libera su ADN o ARN del virus es el material genético que contiene la información necesaria para replegarla. Por lo general la célula infectada muere dado que el virus le impide realizar sus funciones normales. Antes de morir, sin embargo, la célula libera nuevos virus que infectaran otras células (4)

El Análisis de la Situación de Salud Regional, refiere las infecciones respiratorias agudas como principales causas de morbilidad por etapas de vida departamento Pasco 2017





Se considera patrimonio cultural al uso de la medicina tradicional ya que constituye una herencia para las futuras generaciones, para que ellas puedan aprender, maravillarse y disfrutar de dicho patrimonio. Otros piensan que se trata de símbolos sagrados basados en una visión acerca del mundo; una forma de pensamiento colectivo y de relaciones que se expresa mediante valores, tradicionales, costumbres

y saberes. También están quienes sostienen que el patrimonio está representado por los lugares, las construcciones arquitectónicas mobiliarias e inmobiliarias y los objetivos que acompañan a individuos y comunidades, que poseen un valor especial por haberlo heredado de sus padres o por estar relacionado con sus creencias o principios (5).

Así existen distintas maneras, que las personas tienen para comprender las cosas, entre ellas la salud en general y la salud respiratoria en específico; con prácticas diversas para prevenir, curar y cuidar las enfermedades y la salud.

La Organización Mundial de la Salud asigna protagonismo al uso y utilización de las plantas medicinales en la “Atención Primaria de la Salud”, puesto que se estima que casi el 80% de todos los habitantes de la tierra los usan para resolver sus principales problemas de salud (6).

El crecimiento de su consumo está mayormente ligado a factores de índole cultural y socio económico, debido a esto, se ha venido registrando un aumento significativo en la demanda de estos productos y, como consecuencia, la oferta de los mismos. En el año 2003 el Perú exportó cerca de siete millones en dólares, en valor FOB (7).

1.2. Delimitación de la investigación

Así, el consumo de productos naturales, constituye una práctica que las personas realizan cuando se trata de prevenir o tratar un problema de salud, haciendo uso de conocimientos transmitidos de generación en generación o provenientes de fuentes distintas al sistema de salud establecido.

Un área poco estudiada es el sistema de comercialización de estos productos; Por lo cual existe la motivación de estudiar las características que tiene la comercialización de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios en Cerro de Pasco.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema principal

¿Qué características tiene la comercialización de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, Cerro de Pasco 2018?

1.3.2. Problemas específicos

¿Qué características personales e institucionales tienen los comercializadores de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, Cerro de Pasco 2018?

¿Cuál es el marco legal de la comercialización de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, Cerro de Pasco 2018?

¿Qué sistema de distribución tienen los productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, que se comercializan en Cerro de Pasco 2018?

¿Qué productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, se comercializan en Cerro de Pasco 2018?

¿Qué formas de presentación tienen los productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, que se comercializan en Cerro de Pasco 2018?

1.4. Formulación de objetivos

1.4.1. Objetivo general

Describir las características de la comercialización de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, Cerro de Pasco 2018

1.4.2. Objetivos específicos

- Caracterizar los indicadores personales e institucionales de los comercializadores de productos naturales para la resolución de

problemas respiratorios, Cerro de Pasco 2018

- Identificar el marco legal de la comercialización de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, Cerro de Pasco 2018
- Detallar el sistema de distribución de los productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, que se comercializan en Cerro de Pasco 2018
- Identificar los productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, que se comercializan en Cerro de Pasco 2018
- Reseñar las formas de presentación que tienen los productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, que se comercializan en Cerro de Pasco 2018

1.5. Justificación de la investigación

Potenciar la imagen de Enfermería como Ciencia del Cuidado y mejorar las interacciones e interrelaciones entre los sujetos del cuidado Enfermero.

Ampliar la base de conocimientos del profesional enfermero acerca de las características del uso de productos naturales, para emplearlos como parte de los cuidados y autocuidados que realizan las personas ante los problemas de salud respiratoria.

Redimensionar las capacidades de las personas para cuidar su propia salud disminuyendo vulnerabilidades orgánicas, psicológicas y sociales.

Implementar sistemas de cuidado personalizado, garantizando la atención de las personas de manera cercana, obligando de esta manera al personal de enfermería a mejorar los cuidados y la educación en salud; asumiendo las expectativas y necesidades físicas, fisiológicas, psicológicas, sociales, ecológicas y espirituales.

Promover en las personas el mantenimiento de su propia vida, salud y bienestar

manteniendo la capacidad para cuidarse asimismo a lo largo de la vida; considerando aprendizajes interpersonales y de los sistemas formales de educación y comunicación.

1.6. Limitaciones de la investigación

El siguiente proyecto de investigación se limita en la elaboración del registro para aplicar la Técnica: encuesta cuestionario con registro de la respuesta de parte del encuestador por consiguiente forma barreras de comunicación, existiendo el vacío de interpretación de las preguntas y respuestas.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes de estudio

En el año 2005, se realiza el estudio: Comercialización de los productos naturales en Lima Metropolitana (3), teniendo como objetivo, describir las características y aspectos relacionados a la comercialización de los productos naturales en Lima Metropolitana, Perú. Mediante un estudio descriptivo transversal, en base a encuestas estructuradas, concluye: Uno de cada tres productos son solicitados en la forma de cápsulas; seguido por otras presentaciones como jarabes y polvos. Sólo el 44% registros sanitarios, aquellos que son autorizados como suplementos alimenticios son expendidos con múltiples atribuciones terapéuticas. A más de la mitad se les atribuye propiedades terapéuticas, preferentemente en el estrato CD y E, en el estrato AB se consideran suplementos alimenticios. Uno de cada diez expendedores de productos naturales son profesionales de salud, el 55% no tienen formación profesional. El 96% refiere haber recibido capacitaciones (seminarios, talleres, especializaciones y otros eventos de carácter informativo); sin embargo, 79% de las instituciones que capacitan no tienen carácter académico (ONGs, laboratorios, distribuidoras, asociaciones, agentes tradicionales). La promoción de

los productos naturales en los medios televisivos y radiales, está orientada principalmente a maximizar los beneficios económicos de las empresas. Conclusión: La comercialización de los productos naturales en Lima Metropolitana se desarrolla en sentido creciente sin importar el poder adquisitivo de la población usuaria, atribuyendo múltiples propiedades (terapéuticos y nutricionales) a un producto natural que no corresponde. Se recomienda desarrollar acciones de control de calidad que garanticen la eficacia y seguridad de estos productos; así como hacer cumplir criterios éticos de difusión.

Con el título; Análisis del uso de plantas medicinales en mercados de abastos del distrito de Ventanilla-Callao, en el 2007 Gumerindo Raúl Vila Porras, sustenta su tesis conducente al título profesional de Químico Farmacéutico (4) siendo sus principales hallazgos: En los usuarios de plantas medicinales, la necesidad de orientación y educación profesional sobre el uso de plantas medicinales; en los vendedores de plantas se ha determinado que no tienen una formación académica sobre el uso de plantas medicinales, por lo que propone una serie de herramientas técnicas en Consejería Farmacéutica de plantas medicinales en los establecimientos farmacéuticos como farmacias y boticas.

RENGIFO, Elsa; el año 2009, publica el artículo Legislación de Fitofármacos en el Perú (2), cuyo resumen consigna: El Perú es uno de los doce países megadiversos del mundo, esta situación se encuentra relacionada con una realidad pasada y presente igualmente diversa. El valor de lo cultural no se limita solamente a la herencia del pasado, sino que se expresa en una capacidad creativa que ha dado como consecuencia la incorporación de nuevos productos y técnicas, entre ellas las relacionadas a las plantas medicinales, lográndose de esta manera la identificación de su valor curativo, la misma que proviene generalmente de la información

proporcionada por el saber curativo tradicional, que ha sido la fuente para la investigación fitoquímica, la identificación de los principios activos, y en algunos casos, el desarrollo de nuevas drogas. Sin embargo, surge la necesidad de que se realicen estudios minuciosos de las plantas, para determinar su composición química, actividad biológica, farmacocinética, farmacodinámica y toxicológica, así como los estudios preclínicos y clínicos a fin de validar científicamente este conocimiento tradicional. Es en este contexto que el estado, ha construido un marco institucional y normativo para salvaguardar la salud de la población, así como regular los procesos de investigación y producción de fitofármacos.

Actualmente se cuenta con 11 leyes, cuatro decretos supremos, dos resoluciones ministeriales y una decisión de la CAN.

En lo referente a la gestión de la calidad bajo el modelo de marketing multinivel en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro otros tipos de venta por menor (productos naturales) en el distrito de Huaraz, 2015 (5) después de aplicar aplicó un cuestionario con escala Likert, por medio de la encuesta; se obtuvo los siguientes resultados: un gran porcentaje de los gerentes no tienen un buen sistema distribución de sus productos, así también carecen de recursos para poder llegar a más mercados y poder hacer sentir su existencia, cabe resaltar que dejan de lado al cliente, puesto que solo se dedican a vender y no a establecer una relación más cordial y duradera.

En lo referente a la Formación académica de capital humano para el posicionamiento de la medicina natural y tradicional, el estudio realizado en la Escuela Nacional de Salud Pública (ENSAP). La Habana, Cuba, publicado el 2016 (6). Considera que la realización de modalidades capacitantes vinculándose a la teoría con la formación de competencias, ha permitido que los prescriptores que la cursan se interesen y se

apropien de la mercadotecnia como una herramienta para el posicionamiento de la Medicina Natural Tradicional. El conocimiento de la mercadotecnia y sus posibilidades de aplicación, por los profesionales, amplía la visión de los mismos en el afrontamiento y solución de los problemas de la salud pública desde una perspectiva social.

Ante la pregunta: Investigación científica basada en la medicina tradicional ¿Expectativa o realidad? Yenddy CARRERO (7) considera la existencia de interés mundial por la investigación en el área; citando el caso de la Universidad Técnica de Ambato que cuenta en su haber con múltiples proyectos fundamentados en la etnobotánica, con el propósito de proporcionar evidencia científica de plantas empleadas en la medicina ancestral, considerando que generaría un entendimiento de los mecanismos implícitos en su uso para el tratamiento de diferentes patologías prevalentes.

De manera que el análisis de los antecedentes establece que la comercialización de los productos naturales con fines medicinales en general, representa retos y posibilidades sugerentes. Puesto que está en proceso de crecimiento y representa un reto incorporar un cuerpo de conocimientos que lo respalde.

2.2. Bases teóricas – científicas

COMERCIALIZACIÓN:

Es el intercambio que se aplica al adquirir un producto y a cambio entrega una cantidad de dinero, un producto social y de las relaciones sociales establecidas con este propósito.

Dentro de este sistema se pueden identificar dos niveles que se caracterizan debido a su alcance, estos son:

La micro comercialización. - Son las actividades que realiza una empresa con la

finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes y a su vez establece el intercambio de bienes y servicios con fluidez entre el cliente y el producto.

Es un tipo de comercialización que se puede impartir en las empresas con o sin fines de lucro y las ganancias son el objetivo fundamental de las mismas.

La macro comercialización. - Se refiere al proceso que facilita la demanda y la oferta tanto de los consumidores como de los productores, donde los resultados se manifiestan por medio del mercado interno de una determinada sociedad, de igual forma, cuenta con una similitud entre el producto y el consumo.

Funciones de la comercialización:

Las funciones de este sistema son realizadas por los especialistas, productores y consumidores. Dentro de su ejecución se debe financiar, correr riesgos, clasificar, obtener información del mercado, almacenar, transportar y vender, por lo tanto, es un intercambio de compra y venta de productos y servicios. Entre las funciones más resaltantes, se encuentran:

Venta. - Se enfoca en la promoción de los productos con la finalidad de recuperar toda la inversión posible para lograr obtener las ganancias deseadas.

Compra. - Se refiere a la búsqueda y evaluación de los bienes y servicios que eligen los clientes para adquirir beneficios.

Transporte. - Se trata del traslado de los bienes y servicios que se necesitan para promover la compra o venta de los mismos.

Financiación. - Facilita el efectivo y crédito que necesita la empresa para poder operar.

Los negocios que ofrecen productos a los consumidores que buscan con frecuencia de forma eficiente, pueden tener la seguridad que han ganado un cliente que volverá por más. La mayoría de los dueños de pequeños negocios, buscan el servicio de los

profesionales de comercialización visual para que les decoren vitrinas para que sean mucho más atractivas para los clientes.

Sin embargo, la comercialización no se trata únicamente de colocar el inventario por todo el negocio, ni tampoco organizar en donde debe ir cada producto. Para que sea mucho más efectiva, se debe tener en cuenta:

Reponer el inventario de forma más rápida.

Mantener a los consumidores satisfechos.

Realizar mayores ventas.

Ganar mayor lealtad.

Atraer compradores que pasen mayor tiempo en el negocio.

COMERCIO DE PLANTAS MEDICINALES

El mercado mundial de plantas medicinales (extractos y Fito terapéuticos) ascendió durante el año 2002, aproximadamente, a 14.000 millones de dólares anuales. Entre los principales países consumidores se cuentan los Estados Unidos, Alemania, la China, el Japón, Francia, Italia, el Reino Unido y España. En 2004, se comercializaron en Europa alrededor de dos mil especies de plantas medicinales y aromáticas. Dicha cifra es un importante aliciente para el desarrollo de las cadenas productivas de este tipo de plantas; muestra un interesante crecimiento. Según datos del Centro de Comercio Internacional (UNCTAD/OMC), la tasa anual de 1994 a 2006 fue de entre el 10% y el 20%. (8).

La cadena productiva de las plantas medicinales en la región andina se basa más en la recolección silvestre que en el cultivo. A ello se debe que escaseen datos de producción oficiales y confiables.

La mayor dificultad a la hora de recoger información estriba principalmente en que se basa en las declaraciones de los transportistas o el registro de los agentes de

control vial. A ello se suma que se consignan los nombres vulgares en vez de los botánicos, sin mención del estado físico (fresco o seco), ni de la parte de la planta de que se trata. Estas deficiencias impiden una sistematización adecuada, ya que el mismo producto puede consignarse con diferentes ortografías (“campuri” y “hercampuri”, “sen” y “zen”, “sarparrilla” y “zarzaparrilla”) o incluso nombre, como en el caso del *Desmodium molliculum*, llamado “manayupa”, “manito de ratón” o “pie de perro”, o la *Bursera graveolens*, llamada también “palo santo” o “sahumerio” (8).

Sin embargo, existen algunos datos que permiten una apreciación del panorama; así los datos de exportación de maca, yacón y tara se tiene:

Año	Valor FOB (\$ EE.UU.)	Volumen kg (bruto)	Valor unitario promedio (\$ EE.UU./kg)	Variación % Valor FOB
Maca y derivados				
1999	2 222 994	185 013	12,0	—
2000	1 427 115	95 106	15,0	-35,8
2001	1 700 660	188 515	9,0	19,2
2002	2 754 443	312 514	8,8	62
2003	3 316 428	308 241	10,8	20,4
2004	3 431 094	404 852	8,5	3,5
2005	2 917 366	331 789	8,8	-15
Yacón y derivados				
2001	20 386	3 772	5,4	—
2002	151 851	19 725	7,7	644,9
2003	30 275	2 319	13,1	-80,1
2004	117 589	15 696	7,5	288,4
2005	80 429	12 386	6,5	-31,6
Tara y derivados				
1999	2 498 816	3 308 758	0,8	—
2000	4 808 670	7 585 430	0,6	92,4
2001	7 575 811	9 570 503	0,8	57,5
2002	10 283 725	9 090 395	1,1	35,7
2003	10 488 337	9 572 357	1,1	2
2004	13 043 833	12 148 886	1,1	24,4
2005	12 295 224	10 645 812	1,2	-5,7

Fuente: BIOCOMERCIOPERU.

Los principales modos de presentación son:

Maca: cápsulas / tabletas, harina

Yacón: miel, hojuelas

Tara: harina, goma

En los países andinos el uso de medicamentos tradicionales es sumamente habitual y no se reduce a poblaciones indígenas. Es el caso, por ejemplo, de Bolivia, donde se extiende a los centros urbanos y es común entre las clases media y media alta.

Se estima que un 80% de la población de Bolivia y el Ecuador y al menos el 50% de la del Perú usan remedios tradicionales. A pesar de los niveles comparativamente bajos en este último caso, según un estudio especializado, el 82% de los peruanos estaría dispuesto a recibir este tipo de tratamiento, motivo por el cual se puso en marcha el Programa Nacional de Medicina Complementaria. Vemos, así como la aceptación y, sobre todo, la demanda de la medicina tradicional es extensa y crece. Su regulación e institucionalización es un factor fundamental de esta popularidad. Cabe mencionar en este sentido la Sociedad Boliviana de Medicina Tradicional (SOBOMETRA), que mantiene un registro de quienes la practican.

Es importante señalar que los factores socioeconómicos y culturales influyen en la elección del tipo de producto, siendo más probable que los consumidores de niveles más altos opten por productos elaborados, mientras que los de estratos más bajos recurren a plantas sin mayor valor agregado ni garantía de calidad.

Factores y tendencias que inciden en la demanda (8):

Medicina. Existe la tendencia de pasar gradualmente de la medicina alopática a la natural, con predominio de la prevención a través de productos “lo más naturales posible” o “enteramente naturales”. El interés mundial por productos naturales aumenta debido al creciente uso profiláctico y en vista de los efectos colaterales de los medicamentos sintéticos.

Calidad. Uno de los factores que inciden fuertemente en la demanda es que la buena calidad de estos productos es mundialmente reconocida por las empresas del sector.

Alimentación. También es un factor favorable la creciente preocupación de la sociedad por la calidad de los alimentos que ingiere. La nutrición adquiere una prioridad cada vez mayor para el consumidor, como lo reflejan la comercialización de alimentos orgánicos 100% naturales, la popularización del vegetarianismo o el rechazo por los productos genéticamente modificados. La imagen positiva de este tipo de alimentos para un consumidor típicamente joven compensa incluso su precio algo mayor.

Penetración en canales de comercialización convencionales. Los grandes centros comerciales y supermercados ofrecen cada vez más alimentos y medicinas naturales.

Creciente demanda de un comercio justo. Este es otro factor que impulsa la comercialización de estos productos en los mercados de los países desarrollados. Además de alimento saludable, el producto se ve como medio para apoyar al crecimiento de los países en desarrollo y garantizar una remuneración digna a los campesinos.

La historia detrás del producto. Los productores que contribuyen a transmitir los valores de un consumo consciente y que, además, han llegado a una relación recíprocamente beneficiosa con sus proveedores en los países de origen han descubierto en este aspecto una herramienta de comercialización.

Ética. Como no han sido ensayados en animales, los productos no se asocian con la crueldad. S

Exotismo. Es este otro factor del éxito de estos productos en los mercados de los países más desarrollados.

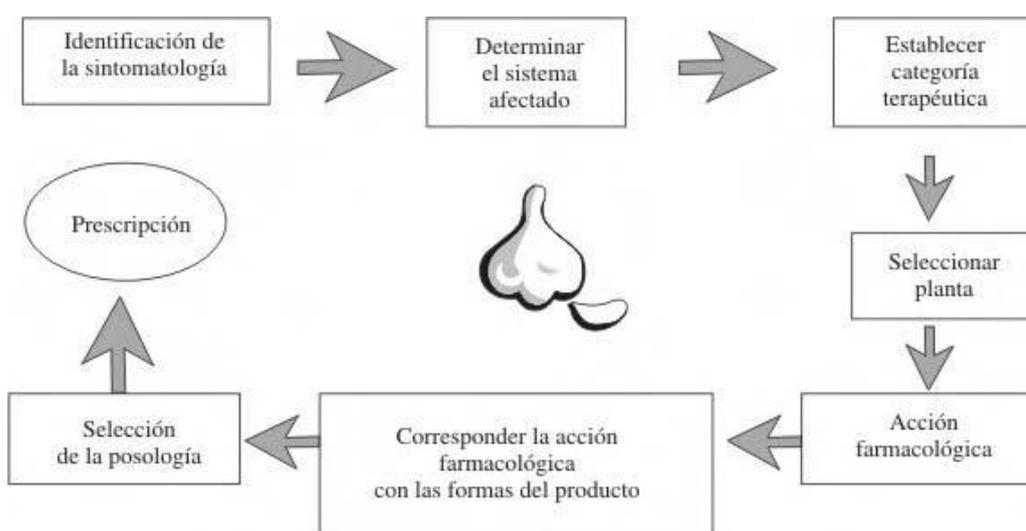
Producción sostenible. La conciencia ambiental del consumidor favorece la demanda de productos obtenidos de modo ecológicamente sostenible (por ejemplo, sin pesticidas). Cabe señalar que, dado que las especies son mayormente de origen

silvestre, es necesario garantizar mediante los mecanismos oportunos la sostenibilidad de su explotación.

Ancestralidad y conocimientos tradicionales sobre el uso y bondades de las plantas o sus derivados. Esta conciencia redonda en un apoyo indirecto a las poblaciones indígenas y a la conservación de su patrimonio cultural.

Concentración del procesamiento industrial. Otro importante factor que afecta a la demanda de plantas medicinales es la tendencia a la concentración de su procesamiento (dadas las dificultades y limitaciones tecnológicas para procesar extractos naturales que permitan productos sin efectos colaterales), la estandarización de las plantas y sus extractos y la falta de homogeneidad en la calidad de los productos. Una de las causas de la concentración de las industrias farmacéuticas es la introducción de nuevas metodologías de control y la necesidad de ensayos clínicos costosos previamente a la comercialización de nuevos productos e ingredientes.

FLUJOGRAMA DE PRESCRIPCIÓN DE UN PRODUCTO NATURAL



Nelson Melgarejo López, Guadalupe Álvarez Bustamante y Antonio Alonso Abad; Guía práctica para la prescripción Fito terapéutica, en la Atención Primaria de Salud.

PRODUCTOS NATURALES:

Son compuestos químicos producido por un organismo vivo en la naturaleza, mediante un proceso metabólico primario o secundario; entendiendo por metabolismo primario los procesos implicados en las funciones vitales de los organismos y metabolismo secundario al conjunto de reacciones bioquímicas destinadas a la protección contra condiciones de estrés ambiental (radiación, congelación, sequía y estrés salino), ataque de depredadores, patógenos o parásitos (como en el caso de fitotoxinas, antibióticos y fitoalexinas) y la comunicación intraespecífica e interespecífica (como en el caso de los pigmentos aposemáticos y los aleloquímicos). Siendo estos últimos, los responsables del uso en la prevención, tratamiento y recuperación de los problemas de salud, mientras que los primeros se constituyen como fuente de alimentos, de manera que tienen gran importancia económica para la humanidad.

Entre otras propiedades de los productos naturales, se ha descubierto plantas productoras de tóxicos que utilizadas en pequeñas dosis alivianan los dolores, mitigan la fatiga y contrarrestan los síntomas de muchas enfermedades. También aceites esenciales que se utilizan en los perfumes y en los saborizantes; resinas utilizadas como material impermeable, anticongelante, preservadores de la madera, tintes, etc.

Los Productos Naturales de Uso en Salud, son elaboraciones industriales simples o complejas, basadas en uno o varios recursos naturales, que utilizan las virtudes aisladas o sinérgicas de dichos recursos los mismos que tienen una historia ancestral de reconocimiento y uso entre las poblaciones indígenas de una o varias culturas tanto a nivel nacional como internacional. Éstas se expenden procesadas en diversas presentaciones, entre ellas las más usadas son tabletas, cápsulas, extractos, jarabes,

geles, cremas, entre otros (3).

Metabolitos secundarios y Productos naturales:

Las plantas, organismos autótrofos, además del metabolismo primario presente en todos los seres vivos tienen un metabolismo secundario que les permite producir y acumular compuestos de naturaleza química diversa. Estos compuestos derivados del metabolismo secundario se denominan metabolitos secundarios que se distribuyen diferencialmente entre grupos taxonómicos, presentan propiedades biológicas, muchos desempeñan funciones ecológicas y se caracterizan por sus diferentes usos y aplicaciones como medicamentos, insecticidas, herbicidas, perfumes o colorantes, entre otros (9). El metabolito secundario, generalmente se halla solo en una especie o en un grupo de especies taxonómicamente relacionadas. El metabolismo secundario se puede definir como la biosíntesis, la transformación y la degradación de compuestos endógenos mediante proteínas de especialización (10).

Muchos metabolitos secundarios están implicados en relaciones ecológicas, es decir, de la planta productora con los otros organismos de su medio natural. Ejemplos de ello son los pigmentos de las flores que atraen a los insectos polinizadores, y los compuestos que inhiben el crecimiento de otros organismos vegetales (sustancias alelopáticas), o que protegen a la planta productora de infecciones (fitoalexinas) o de los depredadores (disuasorios nutritivos o alimentarios). En general, puede afirmarse que los metabolitos secundarios constituyen el mundo de señales químicas a través del cual las plantas se relacionan con su entorno (10).

Gumercindo Vila (4), citando a varios autores, señala: La Organización Mundial de la Salud reconoce la importancia del rol que desempeña el uso y utilización de las plantas medicinales en la “Atención Primaria de la Salud”, recomienda y respalda su

integración en los sistemas nacionales de salud, quienes estiman que casi el 80% de todos los habitantes de la tierra los usan para resolver sus principales problemas de salud.

Para el año 2020 se estima que la población mundial será de 7500 millones de personas, de las cuales 75% corresponderán a países en desarrollo que consumirán sólo 15% de los medicamentos convencionales del mercado. Estos datos permiten predecir que la mayoría de la población dependerá de las plantas medicinales, principalmente por sus escasos efectos secundarios, amplio margen terapéutico y su utilidad en la mejora de la calidad de vida de quienes sufren enfermedades leves o determinadas enfermedades crónicas.

Un estudio (1) realizado por el Programa Nacional de Medicina Complementaria peruano, comparó las prácticas de la Medicina Complementaria Alternativa (MCA) y las prácticas de la medicina alopática, como se utiliza en clínicas y hospitales que operan dentro del sistema peruano de seguridad social (EsSalud).

La eficacia relativa de la MCA se valoró en términos de:

- ❖ eficacia clínica observada
- ❖ satisfacción del usuario/paciente
- ❖ reducción del riesgo médico futuro asociado con un cambio en el estilo de vida.

Se compararon los tratamientos para patologías seleccionadas, con el mismo grado de severidad registrado en la historia y/o ficha clínica. Para las siguientes patologías: osteoartritis leve-moderada; dorsalgia, neurosis de ansiedad; asma leve e intermitente; enfermedad de ácido péptica; cefalea tensional; obesidad exógena; y parálisis facial periférica.

Las conclusiones indican:

1. La media global del coste directo utilizando la MCA fue inferior a la incurrida

utilizando la terapia convencional. (Se calculó y comparó para valorar el coste directo de ambos sistemas, costes actualmente incurridos durante el tratamiento de cada una de las patologías seleccionadas).

2. Para cada uno de los criterios evaluados — eficacia clínica, satisfacción del usuario y reducción de riesgos futuros — la eficacia de la MCA fue superior a la de los tratamientos convencionales, incluyendo:

- ❖ menores efectos secundarios
- ❖ mayor correlación entre percepción del paciente de la eficacia y observación clínica de la eficacia
- ❖ mayor reconocimiento entre los pacientes del papel desempeñado por los sistemas médicos a la hora de resolver problemas sanitarios.

3. El costo-efectividad general de la MCA fue entre un 53 y un 63% superior a la de los tratamientos convencionales para las patologías seleccionadas.

Dejando en evidencia el protagonismo que los productos naturales tienen alcanzado en la actualidad, en los sectores institucionalizados. Por lo que su posicionamiento es creciente, existiendo productos, presentaciones, entre otras características que a nivel general destacan.

El estudio realizado por Félix Valenzuela (3) considera los siguientes resultados:

Productos naturales más solicitados por nivel socioeconómico en Lima Metropolitana -2005

Orden de preferencia	Niveles A y B	Niveles C y D	Nivel E
1	Magnesol	Maca	Aceite de copaiba
2	B Complex	Achiocat	Achiocat
3	Herbal Pros	Adelgazante	Alcachofa
4	Propoleos	Sanogal-Y	Algarrobina
5	Sanogal-Y	Aceite de copaiba	Cartilago de tiburón
6	Algas	Alcachofa	Germen de trigo
7	Calcium Goo with vitamin D	Algarrobina	Uña de gato
8	Hercampure	Hercampure	Valeriana
9	Vitamina E	Salvado dulce	Alfalfa
10	Alfalfa	Soya lecithin	Algas
11	Cartilago de tiburón	Garlic oil 500	Calcio, magnesio y zinc
12	Garlic oil 500	Granola	Vinagre tónico de manzana
13	Noni	Magnesol	Aceite de oliva
14	Ovarios-f	Uña de gato	Jabón de sangre de grado
15	Potencyn 1000 (mujer)	Vitamina E	Levadura de cerveza
16	Prostaliviol	Aceite de oliva	Maca
17	Uña de gato	Algas	Magnesol
18	Universal amino 1900	Calcio, magnesio y zinc	Polen
19	Zinc 100	Cartilago de tiburón	Propoleos
20	Aceite de Copaiba	Diente de leon	Adelgazante
21	Body light	Flor de arena	Ajos
22	C 500	Ginkgo biloba	Crema de sabila
23	Chromny picolinate	Hiel de vaca	Hercampure
24	Copaiba eucalipto	Higa plus	Hiel de vaca
25	Energin with natural	Miss flor	Higa plus
26	Epa max	Multivitaminas y minerales	Sabila (shampoo)
27	Jalea real	Nerviosan	Sanogal-Y
28	Siete hierbas	Propoleos	Ginkgo biloba
29	Stress formula	Sen	Miel de abejas
30	Valeriana	Yacón	Té amargo

En lo referente al motivo de solicitud de productos naturales con fines terapéuticos es por contener propiedades antiinflamatorias (21%), analgésicas (13%), antibióticas (7%), anticancerígenas (7%), antipiréticas (4%), antitusígenas (3%) y antidiarreicas (2%); el 44% desconoce el motivo del uso.

PROBLEMAS DE SALUD RESPIRATORIA

Se relacionan con Infecciones del tracto respiratorio, afectan a las vías respiratorias, incluidas las vías nasales, los bronquios y los pulmones. Incluyen desde infecciones agudas como la neumonía y la bronquitis a enfermedades crónicas como el asma y la enfermedad pulmonar obstructiva crónica.

Representan más del 30% de la morbimortalidad en el Perú y se presenta con problemas para respirar, incomodidad para obtener el oxígeno, congestión nasal, dificultad para hacer ejercicio, etc.

Estas condiciones pueden presentarse por: Problemas de los pulmones como asma, enfisema o neumonía, problemas de su tráquea o en los bronquios, que son parte del sistema respiratorio, enfermedades cardíacas que pueden provocar falta de aire si el

corazón no puede bombear suficiente sangre para suministrarle oxígeno al cuerpo, ansiedad o ataque de pánico, alergias, etc.

Las enfermedades respiratorias imponen una inmensa carga sanitaria a nivel mundial, y cinco enfermedades respiratorias figuran entre las causas más comunes de muerte en todo el mundo, así citando a varios autores el foro de las sociedades respiratorias internacionales considera (11):

- Se estima que 65 millones de personas padecen de enfermedad pulmonar obstructiva crónica (EPOC) de moderada a grave, de los que aproximadamente tres millones mueren cada año, lo que la convierte en la tercera causa de muerte en todo el mundo; y los números están aumentando.
- Se calcula que 334 millones de personas sufren de asma, que es la enfermedad crónica más común de la infancia y que afecta al 14% de los niños en todo el mundo. La prevalencia del asma en los niños está aumentando.
- Durante décadas, las infecciones agudas de las vías respiratorias bajas se encontraron entre las tres principales causas de muerte y discapacidad entre niños y adultos. Aunque la carga es difícil de cuantificar, se estima que las infecciones respiratorias bajas causan casi 4 millones de muertes al año y es la causa principal de muertes entre niños menores de 5 años de edad (6). Además, las infecciones agudas del tracto respiratorio inferior en niños marcan el escenario para enfermedades respiratorias crónicas más tarde en la vida. Las infecciones del tracto respiratorio, causadas por la influenza, matan de 250.000 a 500.000 personas y cuestan entre 71 a 167 mil millones de dólares anuales.
- En 2015, 10,4 millones de personas desarrollaron tuberculosis y aproximadamente 1,4 millones de personas murieron a causa de esta infección.
- El cáncer letal más común en el mundo es el de pulmón, que mata a 1,6 millones

de personas cada año (9) y los números están creciendo.

Las causas comunes, suelen ser:

Fumar.

Contaminación del aire en espacios cerrados, por ejemplo, la exposición pasiva al humo de tabaco.

Contaminación ambiental.

Exposición a alérgenos.

Inhalación de polvo y productos químicos en el medio laboral.

Antecedentes familiares de asma u otras alergias.

Las enfermedades respiratorias representan una de las cargas más importantes a la salud pública en América Latina, se calcula que en época de frío las consultas relacionadas a enfermedades respiratorias incrementan hasta 45% en México. En general representan un problema importante de manera permanente, no sólo para los servicios de salud, sino también para las familias de aquellos que las padecen.

En toda América Latina la situación se agrava pues intervienen factores de riesgo como la atención médica deficiente, la falta de medicamentos o la falta de especialistas, esta combinación provoca que la región enfrente mayores problemas a la hora de atender estos padecimientos. La alta mortalidad de algunos de estos padecimientos es bien conocida por autoridades y el público en general, sin embargo, hay otras consecuencias menos graves, que al ser ignoradas pueden tener efectos muy negativos y duraderos.

“Las principales épocas en las que la gente debe tener precauciones para evitar estos padecimientos respiratorios son el invierno, por la baja de temperaturas, y la primavera debido a la presencia de alérgenos como el polen. Mientras el público haga conciencia de los riesgos durante estas épocas y tome medidas para prevenirlas,

tendremos una situación manejable” comentó el Dr. Álvaro Rojas, Director Médico Regional de Abbott para América Latina

2.3. Definición de términos básicos

- **Comercialización:**

Procedimientos para introducir los productos naturales, en el sistema de distribución, logrando que los consumidores lo conozcan y lo consuman. Implica financiar, comprar, transportar, almacenar, estandarizar, clasificar, presentar, vender

- **Productos naturales:**

Sustancias de origen vegetal, animal o mineral; que siguen un proceso de preparación a fin de obtener aceites, soluciones, triturados, colirios y son administrados tópica u oralmente; destinados a la prevención, tratamiento y/o rehabilitación de los problemas de salud.

- **Problemas Respiratorios:**

Problemas de salud de las personas, relacionado con desequilibrios morfológicos, fisiológicos, psicológicos, sociales, ecológicos y/o espirituales; manifestado por uno o más de los siguientes signos: epítasis, rinorrea, tos seca o productiva, alza térmica, disnea, ortopnea, ruidos respiratorios (estertores, sibilancias), cianosis, tiraje intercostal; y síntomas, como el dolor y malestar general.

- **Cerro de Pasco:**

Jurisdicción geográfica ubicada en la provincia y región Pasco; comprende el distrito de Chaupimarca; los barrios Misti, Buenos Aires, Paragsha, pertenecientes al distrito San Antonio de Rancas; Yanacancha antigua, Columna Pasco, del distrito de Yanacancha.

2.4. Formulación de hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

No aplica

2.4.2. Hipótesis específicas

No aplica

2.5. Identificación de variables

Variable de estudio:

Comercialización de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios

2.6. Definición operacionalización de variable e indicadores

	DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES
VARIABLE: Comercialización de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios	Sistema de distribución	Capital	Propio Crédito	
		Compra	Concienciación Investigación Demanda	
		Autorización	Municipal Defensa civil Sanidad	
		Cientes	Sexo Grupo etario	Masculino, Femenino, Joven Adulto Adulto mayor
		Certificación	DIGESA DIGEMID	
		Oferta	Demanda Promociones Investigación	
		Venta	Demanda Diagnostico	
	Producto natural	Origen	Vegetal Animal Mineral	
		Presentación	Jarabe Ungüento Otros Natural	
		Procesamiento	Si No	
Problemas respiratorios	signos	Rinorrea, Tos, Alza térmica, Aleteo nasal, Disnea, Ortopnea, Ruidos	Seca, Productiva, Febrícula, Fiebre, Hipertermia, Estertores, Sibilancias	
	Síntomas	Cianosis, Tiraje intercostal, Falta de aire, Dolor, Malestar	Proximal Distal	
UNIDAD DE OBSERVACIÓN: Comercializador es de productos naturales	Indicadores personales Indicadores institucionales	Edad, Sexo, Grado de instrucción, Especialización, Formación Propiedad Apertura Tamaño		

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación:

El estudio realizado es cuantitativo, ya que estudia un hecho social, donde los datos fueron medidos y cuantificados con el fin de entregar información objetiva a través de tablas comparativas.

Es una investigación Básica, porque está orientada a la obtención y recopilación de información para ir construyendo una base de conocimiento que se va agregando a la información previa existente buscando profundizar los conocimientos que existen en lo referente al tema de investigación.

Descriptivo pues se orientó a determinar “cómo es” y “cómo está” la situación de las diversas variables incluidas en la investigación, y transversal ya que las variables se estudiarán de manera simultánea durante el periodo comprendido entre los seis primeros meses del 2018, tratando obtener información acerca del estado de los fenómenos, precisado la naturaleza de la situación tal como existió en el momento del estudio.

3.2. Métodos de investigación:

Descriptivo, puesto que permitió detallar situaciones y eventos, es decir cómo es y

cómo se manifiesta el fenómeno buscando especificar propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno sometido al análisis (8).

3.3. Diseño de investigación:

Descriptivo simple, que implicó observar y describir el objeto de estudio sin influir de ninguna manera, correspondiendo el esquema:



3.4. Población y muestra:

Está constituido por los comerciantes de Cerro de Pasco, que expenden productos naturales en sus distintas presentaciones. Dada la cantidad se consideró a la totalidad por ser un número accesible – 32 comerciantes.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

3.5.1. Técnicas

Se utilizó la técnica correspondiente a la observación indirecta en su modalidad de encuesta (aplicación de un instrumento estructurado a un grupo de personas con registro de parte del investigador).

3.5.2. Instrumentos

El instrumento utilizado ha sido el Cuestionario, que responde a la interrogante ¿con qué? Se investigó y en su estructura incluye formalmente: título, objetivos, instrucciones, contenido: reactivos e ítems, disposiciones o instrucciones complementarias. Y se encuentra disponible en los anexos de la presente tesis.

Los instrumentos de investigación fueron validados mediante la aplicación de las siguientes técnicas:

PRUEBA PILOTO:

Antes de aplicar el instrumento a la muestra seleccionada, se procedió al

registro de datos aleatoriamente de cinco comercializadores, para la validación de constructo y al culminar se realizó las modificaciones de los términos y constructos que resultaron observados por el grado de ordenamiento, dificultad y omisiones; que se hicieron evidentes en el momento de realización de la prueba piloto del instrumento.

JUICIO DE EXPERTOS:

Para la validez de contenido se solicitó a tres expertos que hicieron la revisión del instrumento, a quienes se les proporcionó el proyecto de investigación; al cabo de los cuales se realizó los ajustes de los ítems que sugirieran para una mejor descripción de las variables de estudio.

3.5.3. Recolección de datos:

El proceso de colección de datos siguió el procedimiento que en seguida se describe:

Internalización de las instrucciones

Presentación ante los encuestados

Explicación de los objetivos del estudio

Formulación de las preguntas

Registro de las respuestas

Revisión de si todas las preguntas se hicieron y fueron respondidas

Agradecimiento a los encuestados.

3.6. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

La secuencia de procedimientos realizados al respecto ha sido:

REVISION DEL INSTRUMENTO: Para realizar este proceso, se verificó que el cuestionario, esté debidamente rellena sin omisiones en ningún ítem.

RECUESTO DE DATOS: Una vez clasificado de acuerdo a los parámetros de

evaluación, se contó el número de elementos muestrales en cada clasificación, confeccionando para ello una sábana de conteo de datos.

ELABORACION DE CUADROS: haciendo uso de la estadística descriptiva, el programa informático Excel, se realizó la elaboración de cuadros simples y de contingencia.

PRESENTACION DE DATOS: La presentación de datos siguió la forma sistemática y ordenada de cuadros estadísticos asociando variables; la presentación gráfica mediante el sistema de barras con sus respectivos títulos y fuentes.

ANALISIS E INTERPRETACION DE DATOS: haciendo uso del programa estadístico EXCEL se realizó la obtención de los estadísticos de tendencia central y de dispersión.

PRUEBA DE HIPOTESIS: Los datos se sometieron a la prueba estadística de chi cuadrado; para obtener relaciones entre las variables y capacidad de inferencia de las mismas.

3.7. Tratamiento Estadístico:

El trabajo de investigación se realizó en Cerro de Pasco ciudad del centro del Perú, capital de la provincia y región de Pasco. Está situada a 4338 msnm. (metros sobre el nivel del mar) Es considerada la Capital Minera del Perú, por sus yacimientos de plata, cobre, zinc y plomo. Cuenta con una población de 66272 habitantes según estimación de INEI para el año 2015. Entre los distritos de mayor población esta Yanacancha (10,1%), Chaupimarca (8,6%) las mismas que constituyen mayormente la población de Cerro de Pasco, denominación política de la capital de la provincia de Pasco.

Chaupimarca es uno de los distritos que dan lugar a la denominación Cerro de Pasco (junto con la capital del distrito de Yanacancha, los barrios Buenos Aires y Paragsha

del distrito de Simón Bolívar) con una superficie de 6.7 km² creado por ley 10030 del 27 de noviembre de 1944, por el entonces presidente de la República Don Manuel Prado Ugarteche.

Dista de Lima 296 km, se extiende sobre la falda inclinada del cerro de Uliachiny a orillas de laguna de Patarcocha. El clima es variado: frío seco con temperaturas bajas durante las noches que se alternan con días soleados, estos cambios son predisponentes para la adquisición de enfermedades respiratorias. Para el año 2010 las principales causas de consulta externa de la población de Pasco fueron: Otras infecciones agudas de las vías respiratorias superiores (14.7%), faringitis aguda y amigdalitis aguda (14.0%), otras helmintiasis (6.2%), Diarrea y gastroenteritis de presunto (5.8%), otros trastornos de los dientes y de sus estructuras de sostén (4.3%) así sucesivamente. El año 2005 las causas más importantes fueron: Otras infecciones agudas de las vías respiratorias superiores (16.7%), faringitis aguda y amigdalitis aguda (12.6%), diarrea y gastroenteritis de presunto origen infeccioso (6.3%) y otras helmintiasis (5.4%), otros trastornos de los dientes y de sus estructuras de sostén (5.0%). (Dirección Regional de Salud Pasco, 2012).

El distrito más densamente poblado es Chaupimarca, la esperanza de vida al nacer para el año 2016 fue estimada en 72,5 años; 5 años menos que el departamento de Ica o Lima, es decir existe el riesgo por el solo hecho de vivir en Pasco y no en Lima de vivir menos años.

El número de hijos por mujer es de 3 por encima del promedio como país que se encuentra en 2,7; el 13,4% de las adolescentes reportaron alguna vez estar embarazadas ubicando en el noveno lugar, superior al promedio como país, siendo dos veces la observada en el departamento de Moquegua.

El 38% de la población de la provincia de Pasco es asegurada, mientras que en

Daniel Alcides Carrión solo el 13% y Oxapampa 11%. Las infecciones respiratorias constituyen la principal causa de mortalidad en todos los grupos etarios, siendo para el año 2015 31.7% en niños, 21.7 en adolescentes, 16.4% en jóvenes, 11.8 en el adulto y también 11.8% en el adulto mayor.

En el caso de la mortalidad la neumonía constituye la segunda causa de muerte puesto que el 10.3% de la población fallece por esta causa.

3.8. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación

En el presente trabajo de investigación los instrumentos a usar son el Cuestionario y la guía de análisis documental

La misma que responde a la interrogante ¿con qué? Se va investigar y en su estructura incluyen formalmente: título, objetivos, instrucciones, contenido: reactivos e ítems, disposiciones o instrucciones complementarias. Y se encuentra disponible en los anexos del presente proyecto.

3.9. Orientación ética

Para la aplicación del instrumento, se formulará una solicitud dirigida a la dirección de comercialización de la Municipalidad Provincial de Pasco, adjuntado los instrumentos.

Obteniendo respuesta favorable, a la solicitud presentada, se procederá a recabar la información pertinente, siguiendo los pasos consignados para la elaboración de datos, en las instrucciones de cada instrumento, a la culminación de dicho procedimiento se agradecerá la colaboración prestada tanto a el personal del municipio como a los comercializadores.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción del trabajo de campo

El trabajo de investigación se realizó en Cerro de Pasco ciudad del centro del Perú, capital de la provincia y región de Pasco. Está situada a 4338 msnm. (metros sobre el nivel del mar) Es considerada la Capital Minera del Perú, por sus yacimientos de plata, cobre, zinc y plomo. Cuenta con una población de 66272 habitantes según estimación de INEI para el año 2015. Entre los distritos de mayor población esta Yanacancha (10,1%), Chaupimarca (8,6%) las mismas que constituyen mayormente la población de Cerro de Pasco, denominación política de la capital de la provincia de Pasco.

4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados

CUADRO N° 1: Edad y Sexo de los comercializadores de productos naturales
para la resolución de problemas respiratorios

Cerro de Pasco 2018

Masculino			Femenino		Total	
Edad	N°	%	N°	%	N°	%
18 - 25 Años	2	6.25	6	18.75	8	25.00
26 - 35 Años	8	25.00	3	9.38	11	34.38
36 - 45 Años	5	15.63	3	9.38	8	25.00
46 - + Años	1	3.13	4	12.50	5	15.62
Total	16	50.00	16	50.00	32	100

Fuente: Cuestionario – Encuesta, Setiembre 2018

El cuadro número uno, que antecede; muestra la distribución que existe entre la edad y sexo de los comercializadores de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, cerro de pasco 2018.

Así se observa que el 34.38% de los comerciantes, tienen entre 26 y 35 años de edad, seguido de dos grupos cuyas edades van desde los 18 a 25 años y de 36 a 45 años de edad, cada uno con un 25%; finalmente un grupo con edades de 46 a más años, que constituye el 15.62% de los comerciantes.

En lo referente al sexo de los comerciantes, se encuentra que se distribuyen en dos grupos de 50% cada uno, según sexo.

En el análisis de ambas características, se tiene que el grupo mayoritario 25%, está constituido por los de 26 y 35 años de edad de sexo masculino; seguido del 18.75% que tiene 18 a 25 años de edad de sexo femenino; así también se encuentra un 15.63% cuyas edades van desde los 36 a 45 años y son de sexo masculino.

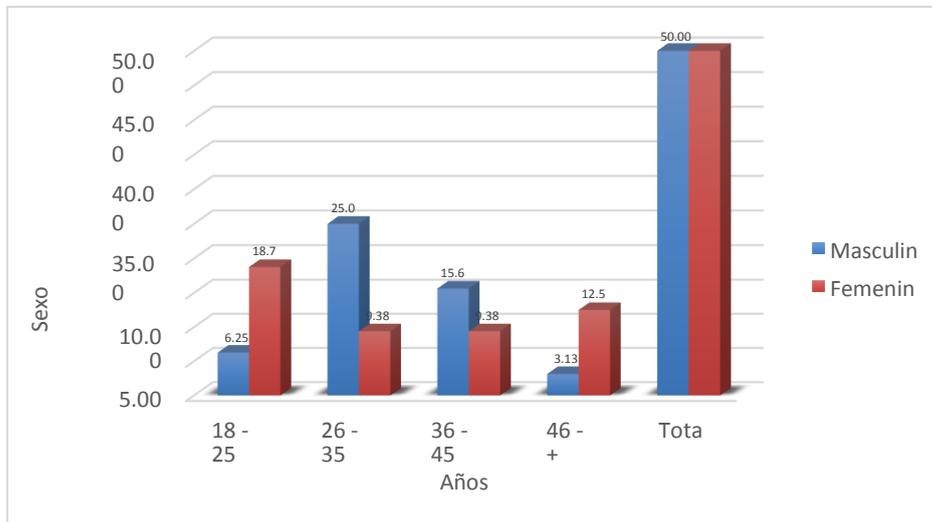
El grupo minoritario, lo constituye el 3.13% con 46 a más años de edad de sexo masculino; seguido de un 6.25% con edades entre los 18 y 25 años también de sexo masculino y dos grupos de 9.38% cada uno con edades de 26 a 35 y 36 a 45 años de sexo femenino.

En consecuencia, la mayoría de los comercializadores de productos naturales son adultos de sexo masculino, seguido de jóvenes y adultos mayores de sexo femenino.

Los comerciantes de productos naturales, en mayoría son adultos; y su distribución en cuanto a sexo tiene la misma proporción.

Gráfico N° 1: Edad y Sexo de los comercializadores de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios

Cerro de Pasco 2018



Fuente: Cuadro N° 01

**CUADRO N° 2: Grado de Instrucción y Propiedad del Negocio de los
comercializadores de productos naturales para la resolución de problemas
respiratorios**

Cerro de Pasco 2018

Propietario			Trabajador		Total	
G° de Instrucción	N°	%	N°	%	N°	%
Primaria	7	21.88	1	3.13	8	25.00
Secundaria	3	9.38	2	6.25	5	15.63
Superior Técnica	8	25.00	3	9.38	11	34.38
Superior Universitaria	0	-	8	25.00	8	25.00
Total	18	56.25	14	43.75	32	100.00

Fuente: Cuestionario – Encuesta, Setiembre 2018

El cuadro número dos, muestra la relación que existe entre el grado de instrucción y la propiedad del negocio de los comercializadores de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios en Cerro de Pasco 2018.

$$X^2_c = 14.70 > X^2_t \text{ 3gl } \alpha 0.05 = 7.815$$

En la observación de los resultados se encuentra que el 34.38% tiene instrucción superior técnica, seguido de quienes tienen instrucción superior universitaria 25% y de los que solo tienen instrucción primaria también 25% y finalmente un grupo de 15.63% con instrucción secundaria.

De otro modo, se encuentra que el 56.25% de los comercializadores son propietarios y el 43.75% son trabajadores de los negocios.

El 25% de los comercializadores tienen instrucción superior técnica y son propietarios, llama la atención que existe otro 25% que tienen instrucción superior universitaria y trabajan en los negocios de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios en Cerro de Pasco.

Un segundo grupo de interés está constituido por el 21.88% de comercializadores, que tienen instrucción primaria y son propietarios del negocio.

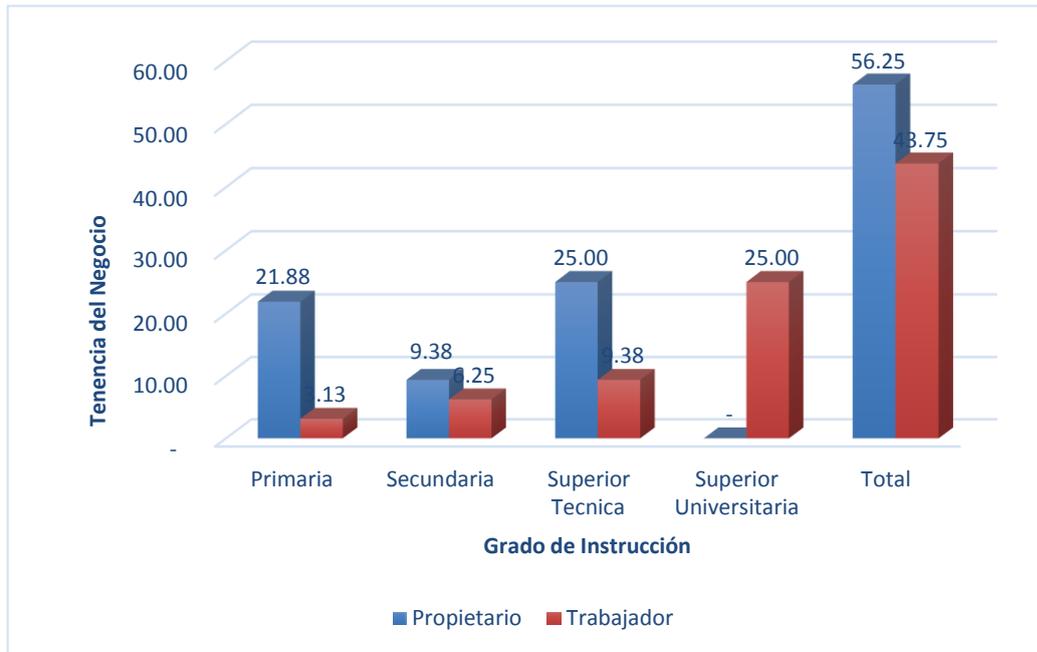
Así se considera que los propietarios tienen menos nivel de instrucción, mientras que los trabajadores presentan mayor nivel instruccional.

La instrucción superior técnica es el nivel instruccional que mayormente tienen los comercializadores de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios en Cerro de Pasco y por lo general son propietarios de los negocios.

El procedimiento de contrastación estadística rechaza la hipótesis nula, por tanto, las variables se encuentran relacionadas, afirmando que el grado de instrucción y la propiedad del negocio se relacionan.

Gráfico N° 2: Grado De Instrucción Propiedad Del Negocio De Los Comercializadores De Productos Natural Para La Resolución De Problemas Respiratorios.

Cerro de Pasco 2018



Fuente: Cuadro N° 02

CUADRO N° 3: ANTIGÜEDAD DEL NEGOCIO Y NUMERO DE
TRABAJADORES COMERCIALIZADORES DE PRODUCTOS NATURALES
PARA LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS RESPIRATORIOS

Cerro de Pasco 2018

	1 - 2		3 - 4		Total	
Antigüedad	N°	%	N°	%	N°	%
0 - 3 Años	5	15.63	1	3.13	6	18.75
4 - 7 Años	7	21.88	5	15.63	12	37.50
8 - + Años	12	37.50	2	6.25	14	43.75
Total	24	75.00	8	25.00	32	100.00

Fuente: Cuestionario – Encuesta, Setiembre 2018

La presentación de los resultados, en el cuadro anterior, considera la antigüedad del negocio y número de trabajadores en negocios comercializadores de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios en Cerro de Pasco 2018.

$$X^2_c = 9.03 > X^2_{\tau} 2gl \alpha 0.05 = 5.991$$

Cuando se analiza la antigüedad de los negocios, se muestra que el 43.75% tiene una antigüedad de ocho a más años; seguido del 37.50% los negocios que tienen de cuatro a siete años de antigüedad y el 18.75% que tienen entre cero y tres años de antigüedad.

El 75% de los negocios comercializadores de productos naturales tienen entre uno y dos trabajadores, mientras que el 25% restante, tiene entre tres y cuatro trabajadores.

Cuando se realiza la contingencia de los resultados, se encuentra que el 37.50% de los negocios comercializadores, tiene entre ocho y más años de antigüedad y cuenta con uno a dos trabajadores; seguido del 21.88% de los negocios que tienen entre cuatro y siete años de antigüedad con uno a dos trabajadores.

Así se aprecia, que los negocios más antiguos son mayoría en relación a los que tienen menos años. Los negocios que tienen una antigüedad intermedia tienen más trabajadores. Los negocios que comercializan productos naturales mayoritariamente, cuentan con uno a dos trabajadores.

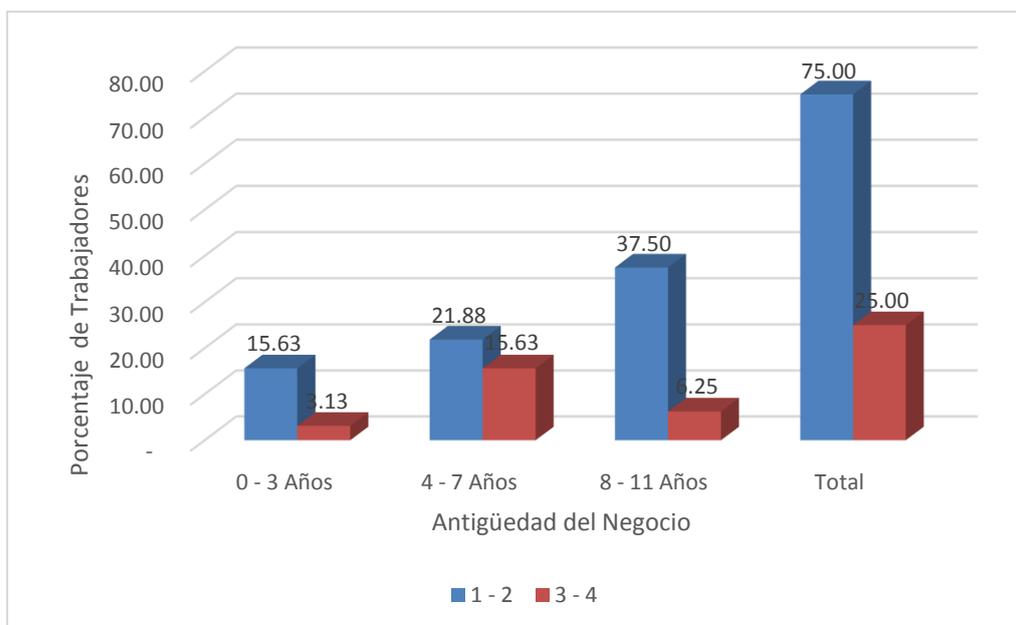
La prueba no paramétrica chi cuadrado muestra valores que rechazan la hipótesis nula, por lo tanto, las variables se encuentran relacionadas; siendo la afirmación validada: la antigüedad del negocio y el número de trabajadores se relacionan, mientras más antiguo sea el negocio mayor es el número de trabajadores que tiene.

Gráfico N° 3: Antigüedad Del Negocio Y Número De Trabajadores

Comercializadores De Productos Naturales Para La Resolución De Problemas

Respiratorios

Cerro de Pasco 2018



Fuente: Cuadro N° 03

CUADRO N° 4: Grupo Etario Y Sexo De Los Que Adquieren Productos Naturales

Para La Resolución De Problemas Respiratorios

Cerro de Pasco 2018

Masculino			Femenino		Total	
Grupo Etario	N°	%	N°	%	N°	%
Jóvenes	1	3.13	3	9.38	4	12.50
Adultos	6	18.75	4	12.50	10	31.25
Adultos Mayores	10	31.25	8	25.00	18	56.25
Total	17	53.13	15	46.88	32	100.00

Fuente: Cuestionario – Encuesta, Setiembre 2018

En lo referente al grupo etario y sexo de los que adquieren productos naturales para la resolución de problemas respiratorios en Cerro de pasco 2018; los resultados presentados en el cuadro cuatro, muestra:

$$X^2_c = 2.86 < X^2_{\alpha} 2gl \alpha 0.05 = 5.991$$

El 56.25% de los que adquieren productos naturales son adultos mayores, seguido del 31.25% que son adultos y un 12.50% jóvenes.

Los que compran productos naturales, son un 53.13% de sexo masculino y el otro 46.88% restante son de sexo femenino.

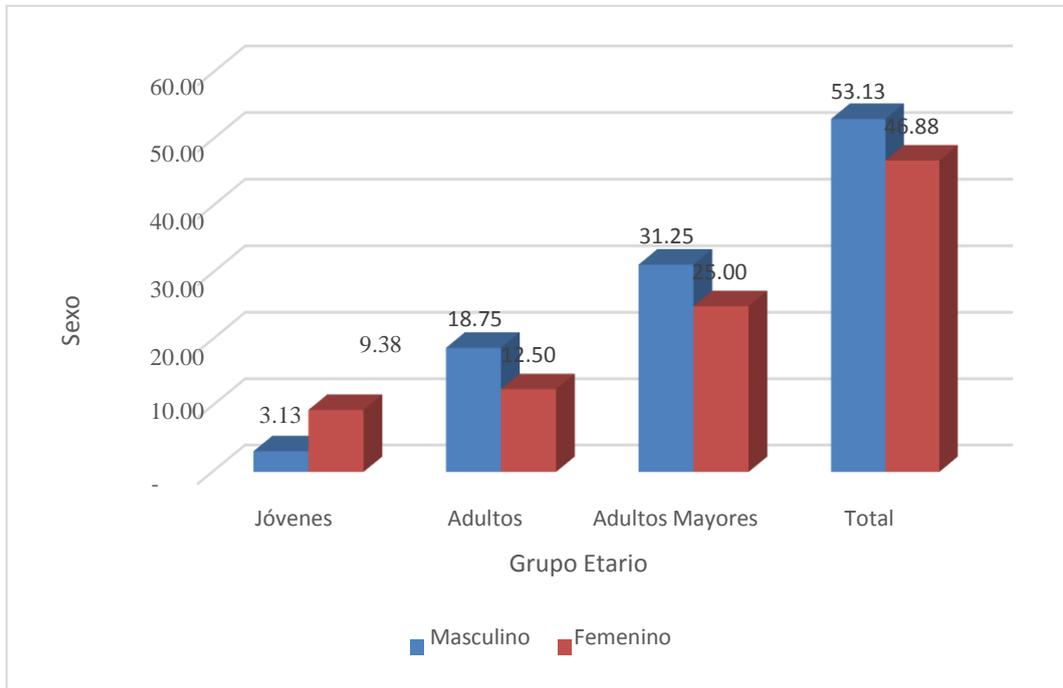
El grupo etario adulto mayor de sexo masculino, se constituye en los que más compran, puesto que representan el 31.25% de la población, seguido también de adultos mayores de sexo femenino (25%); un comportamiento similar también se presenta en los compradores adultos, donde los de sexo masculino llevan ligera ventaja en relación a las de sexo femenino, siendo el 18.75% los primeros y 12.50% las segundas; la situación se revierte en el caso de los compradores jóvenes, donde las de sexo femenino (9.38%) aventajan a los de sexo masculino, quienes son el 3.13% de la población.

Así se concluye que los adultos mayores, son los que mayormente realizan compras en negocios de productos naturales, de ellos los de sexo masculino aventajan ligeramente a las de sexo femenino.

La contrastación estadística muestra que, las variables estudiadas no se hallan relacionadas; siendo el valor calculado mayor que el tabulado. Por tanto, se afirma que el grupo etario y el sexo de los que adquieren productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, son independientes.

Gráfico N° 4: Grupo Etareo Y Sexo De Los Que Adquieren Productos Naturales Para La Resolución De Problemas Respiratorios

Cerro de Pasco 2018



Fuente: Cuadro N° 04

**CUADRO N° 5: PROVEEDORES DE PRODUCTOS NATURALES PARA LA
RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS RESPIRATORIOS Cerro de Pasco 2018**

PROVEEDORES	N°	%
Santa Natura	5	15.63
Herbalife	3	9.38
Bionaturista	3	9.38
Fitosana	2	6.25
Kayta	2	6.25
Fitogen	4	12.50
Otros	6	18.75
Productores	7	21.88
Total	32	100.00

Fuente: Cuestionario – Encuesta, Setiembre 2018

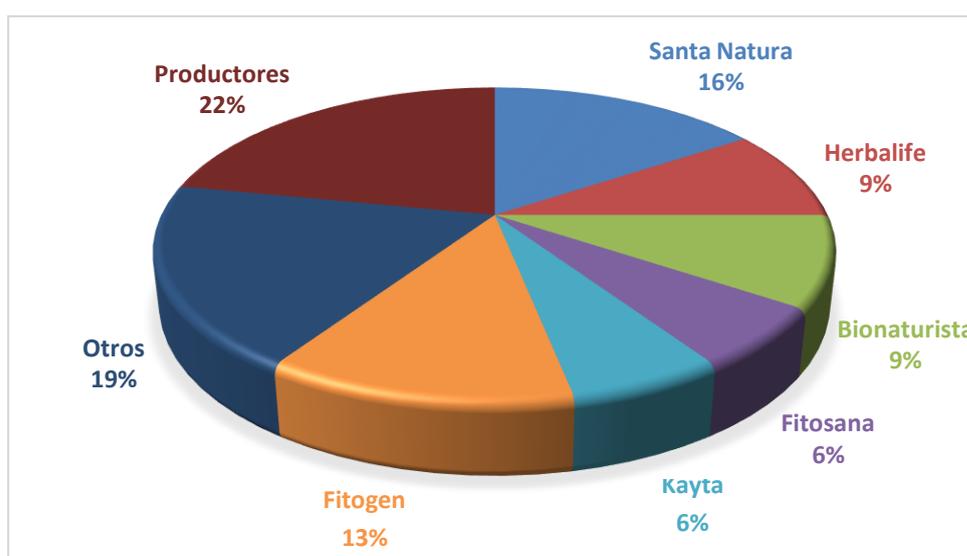
Cuando se indaga acerca de los proveedores, se encuentra que los mismos productores recolectores, son los encargados de hacer llegar la mercadería a las tiendas y puestos, abasteciendo al 21.88% de los negocios dedicados a la venta de productos naturales.

Se suma otros proveedores (18.75%), quienes no se dedican exclusivamente al rubro, sino proveen a su vez hortalizas, frutas, cereales, entre otros; provenientes de los valles interandinos, costa y selva del país.

Seguido de productos Santa Natura, que abastecen al 15.63% de los negocios, secundados por Fitogen, 12.50%.

Las empresas: Herbalife, Bionaturista, Fitosana, Kayta; se reparten el mercado restante; tal como se indica en el gráfico que sigue.

Gráfico N° 5 Proveedores De Productos Naturales Para La Resolución De Problemas Respiratorios
Cerro de Pasco 2018



Fuente: Cuadro N° 05

CUADRO N° 6: AUTORIZACION Y ANTIGÜEDAD DEL NEGOCIO DE
COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS NATURALES PARA LA
RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS RESPIRATORIOS

Cerro de Pasco 2018

	0 – 3		4 – 7		8 - +		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Municipal	1	3.13	3	9.38	11	34.38	15	46.88
MM – Defensa Civil	1	3.13	1	3.13	2	6.25	4	12.50
MM – DDCC – MMSS	0	-	0	-	1	3.13	1	3.13
Ninguno	4	12.5	8	25.0	0	-	12	37.50
		0		0				
Total	6	18.7	12	37.5	14	43.75	32	100.0
		5		0				0

Fuente: Cuestionario – Encuesta, Setiembre 2018

El cuadro número seis, muestra los resultados referidos a la autorización y antigüedad del negocio de comercialización de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios en Cerro de Pasco 2018.

$$X^2_c = 16.30 > X^2_t \text{ a } 0.05 = 12.592$$

En el rubro de autorización para el funcionamiento del negocio, se encuentra que el 46.88% expresa tener autorización municipal; mientras que el 37.50% carece de autorización alguna; el tercer grupo está constituido por quienes manifiestan tener autorización municipal y de defensa civil; y tan solo un 3.13% refiere tener autorización municipal, de defensa civil y carnet de sanidad, para expender sus productos.

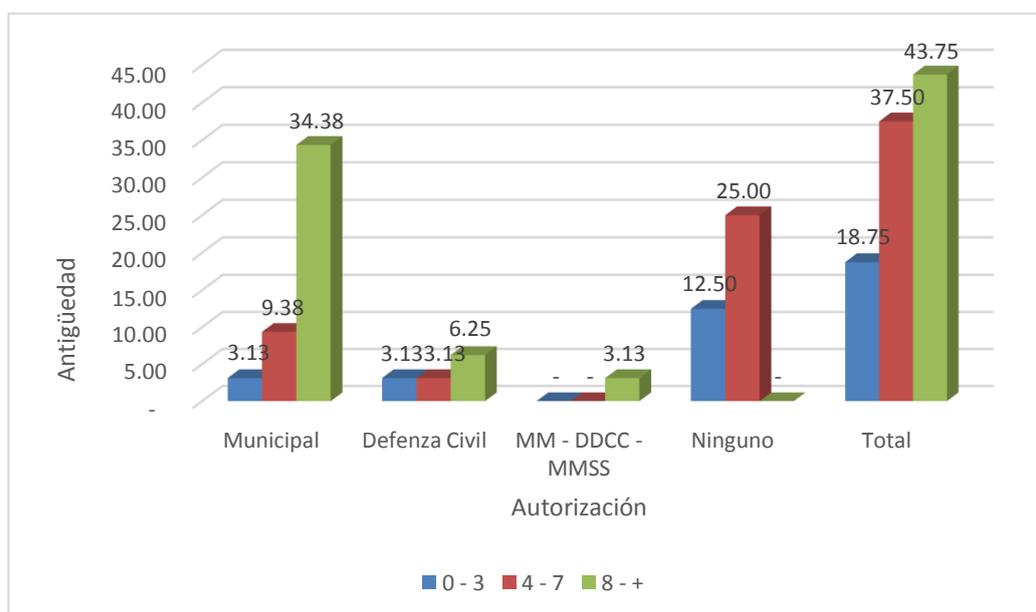
En cuando la antigüedad de los negocios, se muestra que el 43.75% tiene una antigüedad de ocho a más años; seguido del 37.50% los negocios que tienen de cuatro a siete años de antigüedad y el 18.75% que tienen entre cero y tres años de antigüedad.

El 34.38% de los negocios comercializadores de productos naturales, tienen autorización municipal y funcionan entre ocho a más años; seguido del 25% de negocios que carecen de autorización alguna y vienen funcionando entre cuatro a siete años; se suma a ellos el 12.50% que tampoco tiene autorización alguna y funciona entre cero y tres años.

Se evidencia que los comercializadores cuyos negocios tienen más años de antigüedad, cuentan con autorización del municipio como mínimo; mientras que los menos antiguos carecen de autorizaciones. Este resultado guarda relación con las instalaciones que cuentan para ofrecer sus productos, dado que solo el 28.13% de los comercializadores, ofrecen sus productos en tiendas o establecimientos con instalaciones formales, mientras que el 46.88% lo hacen en

quioscos y un 25.00% en puestos ambulantes Estadísticamente, las variables se hallan relacionadas, las autorizaciones no son independientes de la antigüedad del negocio.

Gráfico N° 6 Autorización Y Antigüedad Del Negocio De Comercialización De Productos Naturales Para La Resolución De Problemas Respiratorios
Cerro de Pasco 2018



Fuente: Cuadro N° 06

CUADRO N° 7: AUTORIZACION DE LOS PRODUCTOS NATURALES Y ANTIGÜEDAD DEL NEGOCIO COMERCIALIZADOR DE PRODUCTOS NATURALES Cerro de Pasco 2018

Autorización	0 - 3		4 - 7		8 - +		Total	
Producto	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
DIGESA	2	6.25	3	9.38	4	12.50	9	28.13
DIGEMID	1	3.13	2	6.25	2	6.25	5	15.63
Ambos	0	-	1	3.13	2	6.25	3	9.38
Ninguno	3	9.38	6	18.75	6	18.75	15	46.88
Total	6	8.75	12	37.50	14	43.75	32	100.00

Fuente: Cuestionario – Encuesta, Setiembre 2018

$$X^2_c = 1.15 < X^2_t \text{ 6gl } \alpha 0.05 = 12.592$$

El cuadro número siete, consigna los resultados relacionados a la autorización de los productos naturales y antigüedad del negocio.

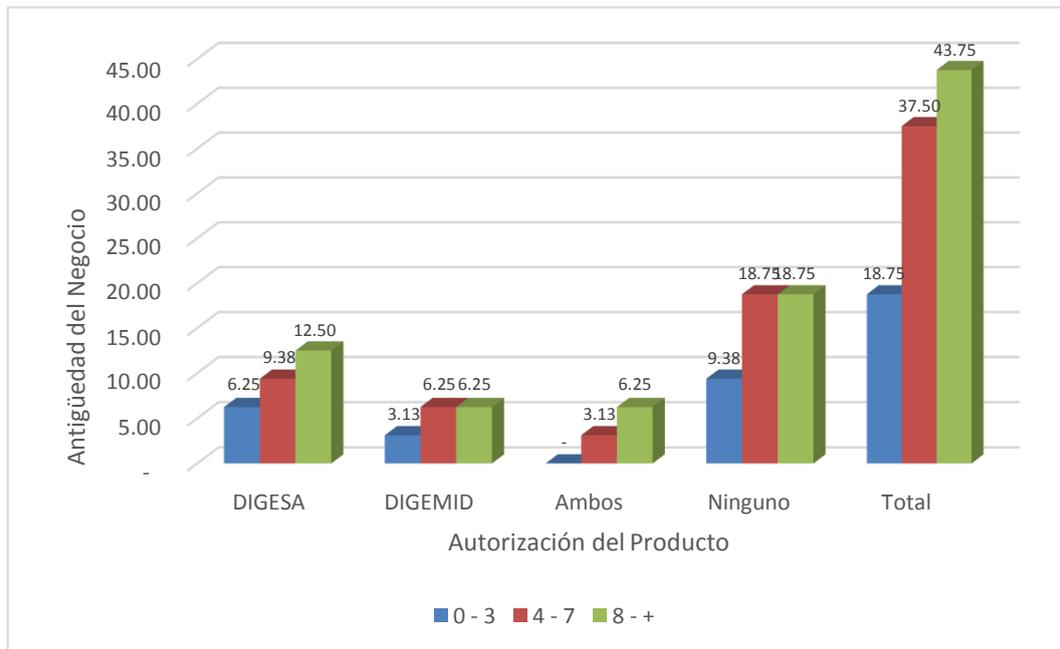
Llamando la atención, que el 46.88% de los productos ofertados, carece de autorización alguna para ser expendidos al público; el 28.13% cuenta con autorización de la dirección general de salud ambiental e inocuidad alimentaria; el 15.63% con autorización de la dirección general de medicamentos e insumos y el 9.38% con autorización de ambas entidades. La antigüedad de los negocios, muestra que el 43.75% tiene una antigüedad de ocho a más años; seguido del 37.50% los negocios que tienen de cuatro a siete años de antigüedad y el 18.75% que tienen entre cero y tres años de antigüedad.

Los resultados evidencian que a medida que se incrementan los años de antigüedad, se incrementa las referencias que hacen alusión a disponer de las autorizaciones de sus productos, ya sea como complementos alimenticios o medicamentos; siendo los negocios con menos años de antigüedad los que expenden productos que carecen de autorizaciones. Las autorizaciones se realizan luego de que los productores hayan acreditado condiciones mínimas de calidad o administrativas, para ser consumidos por el público.

La Dirección General de Salud ambiental e Inocuidad alimentaria, otorga el certificado oficial de exportación de alimentos, bebidas; validación técnica del plan HACCP; vigilancia y fiscalización de empresas alimenticias; Inscripción en el registro sanitario de alimentos y bebidas, registro sanitario de producto importado, certificado de libre comercialización de alimentos y bebidas y certificado oficial de exportación de alimentos y bebidas.

Estadísticamente, la autorización de los productos naturales no tiene relación con la antigüedad del negocio, por tanto, son independientes.

Gráfico N° 7: Autorización De Los Productos Naturales Y Antigüedad Del
 Negocio Comercializador De Productos Naturales
 Cerro de Pasco 2018



Fuente: Cuadro N° 07

CUADRO N° 8: AUTORIZACION DEL NEGOCIO Y TIPO DE PRODUCTOS

NATURALES QUECOMERCIALIZAN

Cerro de Pasco 2018

Procesados			Sin Procesar		Total	
Autorización	N°	%	N°	%	N°	%
Municipal	4	12.50	11	34.38	15	46.88
MM - Defensa Civil	4	12.50	0	-	4	12.50
MM - DDCC – MMSS	1	3.13	0	-	1	3.13
Ninguno	0	-	12	37.50	12	37.50
Total	9	28.13	23	71.88	32	100.00

Fuente: Cuestionario – Encuesta, Setiembre 2018

$$X^2_c = 17.49 > X^2_t 3gl \alpha 0.05 = 7.815$$

El cuadro que antecede, se encarga de mostrar los resultados de la autorización del negocio y tipo de productos naturales que comercializan en Cerro de Pasco.

Aquí se puede apreciar en el rubro de autorización para el funcionamiento del negocio, se encuentra que el 46.88% expresa tener autorización municipal; mientras que el 37.50% carece de autorización alguna; el tercer grupo está constituido por quienes manifiestan tener autorización municipal y de defensa civil; y tan solo un 3.13% refiere tener autorización municipal, de defensa civil y carnet de sanidad, para expender sus productos. El 71.88% de los negocios ofertan productos naturales para la resolución de problemas respiratorios sin procesar, mientras que el 28.13% expende productos procesados.

El 37.50% de los negocios carece de autorización para su funcionamiento y expende productos sin procesar, seguido de los negocios que si cuentan con autorización municipal y expenden productos sin procesar (34.38%); mientras que los que expenden productos naturales procesados cuentan con autorizaciones para el funcionamiento del negocio.

La autorización que otorga la municipalidad para el desarrollo de actividades económicas en su jurisdicción, ya sea como persona natural o jurídica, permite al dueño el derecho de apertura y funcionamiento de un negocio.

El certificado de defensa civil, considera la infraestructura del local, capacidad para responder ante situaciones de emergencia o urgencias, tanto para los que trabajan y los clientes del negocio.

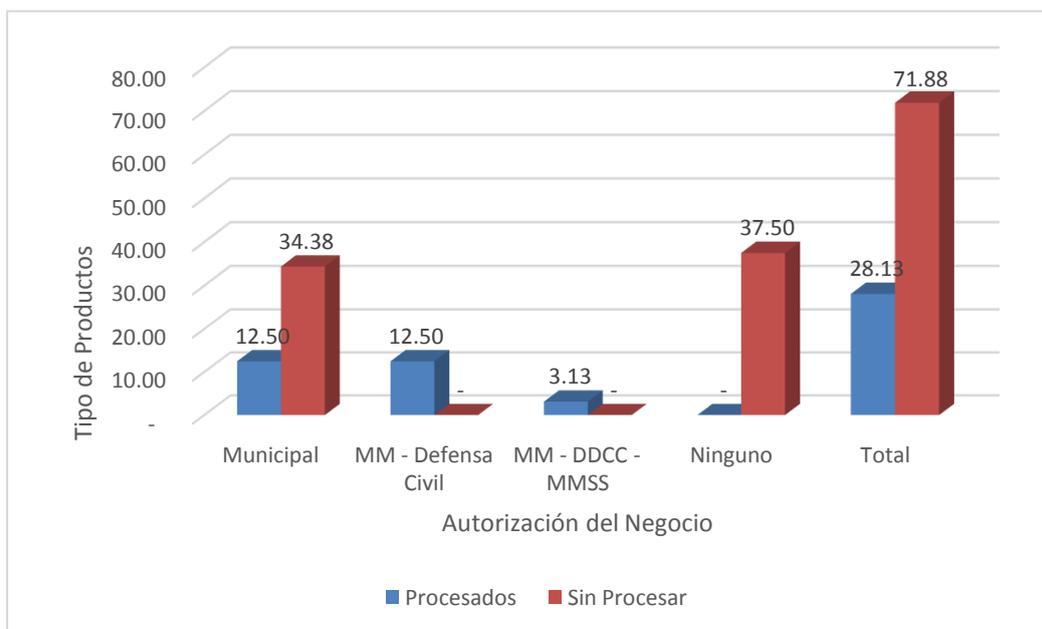
Mientras que el carnet de sanidad, Certifica el estado de salud del portador, determinando la aptitud de salud e higiene de las personas que manipulan alimentos y/o expenden productos en servicios públicos y privados, descartando enfermedades infecto contagiosas prevalentes.

Al realizar la contrastación hipotética, se encuentra que el valor de chi cuadrado calculares mayor que chi cuadrado tabular con tres grados de libertad y 0.05 de margen de error;por consiguiente, las características consignadas en el cuadro ocho no se relacionan.

Por lo que se considera que las características autorización del negocio y el tipo de productos naturales que comercializan son independientes.

Gráfico N° 8: Autorización Del Negocio Y Tipo De Productos Naturales Que Comercializan

Cerro de Pasco 2018



Fuente: Cuadro N° 08

CUADRO N° 9: ORIGEN DEL CAPITAL Y RAZONES PARA LA OFERTA DE
LOS PRODUCTOS QUE COMERCIALIZAN LOS NEGOCIOS DE PRODUCTOS

NATURALES

Cerro de Pasco 2018

Demanda			Otros		Total	
Capital	N°	%	N°	%	N°	%
Propio	8	25.00	13	40.63	21	65.63
Crédito	6	18.75	5	15.63	11	34.38
Total	14	43.75	18	56.25	32	100.00

Fuente: Cuestionario – Encuesta, Setiembre 2018

$$X^2_c = 0.79 < X^2_{t, 1gl} \alpha 0.05 = 3.841$$

En lo que concierne al capital del negocio y origen de la oferta que comercializan los negocios de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, Cerro de Pasco, se evidencia que:

El 65.63% de los negocios expresan que el capital que dio origen al negocio es propio, mientras que el 34.38% proviene de algún crédito.

El origen de la oferta, motivo de la puesta en marcha del negocio obedece a otros factores distintos a la demanda 56.25%, identificados como traspaso del negocio, herencia generacional, expansión de otro negocio o investigación de mercado; mientras que el 43.75% de los negocios se instalan por la demanda de los consumidores.

El 40.63% de los negocios de productos naturales se instalan con capital propio y se originaron en razón a otros motivos distintos a la demanda, mientras que el 25% de los negocios se instalan con capital propio y debido a la demanda de los productos naturales; complementa este grupo los que con capital proveniente de algún tipo de crédito ponen el negocio obedeciendo a la demanda.

Un 15.63% de los comerciantes instalan su negocio con capital crediticio y por motivos diferentes a la demanda.

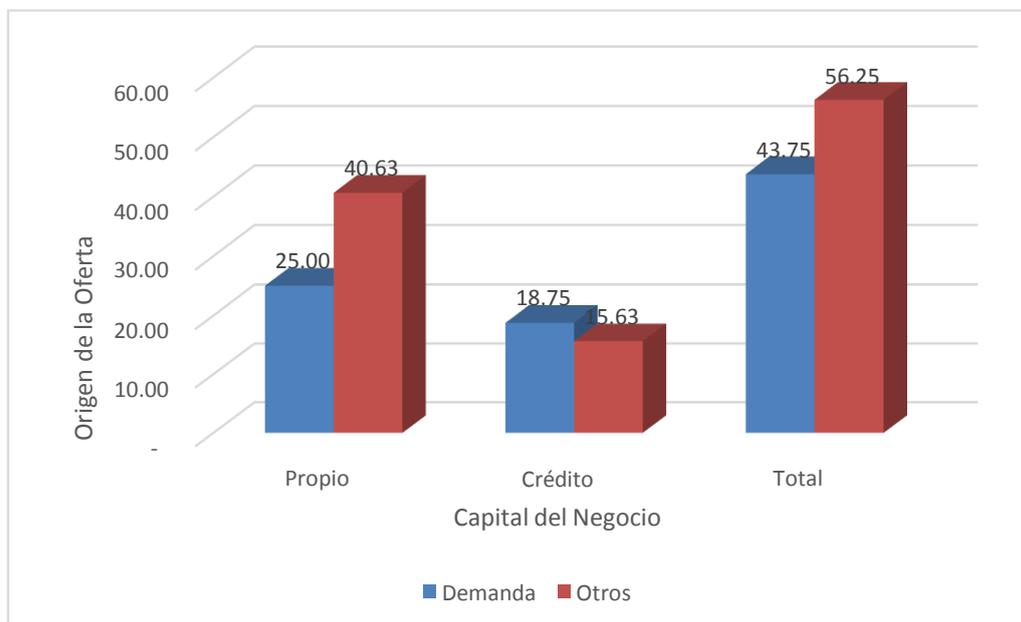
En consecuencia, los negocios de productos naturales se instalan con capital propio y en razón a la demanda de los consumidores; en segundo orden están los que teniendo capital propio se originan por traspaso del negocio, herencia generacional, expansión de otro negocio o investigación de mercado.

Solo el 18.75% de los negocios se originan con capital crediticio obedeciendo a la demanda de productos naturales.

Estadísticamente las características estudiadas no son independientes.

Gráfico N° 9: Capital Del Negocio Y Razones Para La Oferta De Los Productos Que Comercializan Los Negocios De Productos Naturales

Cerro de Pasco 2018



Fuente: Cuadro N° 09

CUADRO N° 10: MOTIVO DE LA VENTA Y TIPO DE PRODUCTOS
 NATURALES QUE COMERCIALIZAN LOS NEGOCIOS DE PRODUCTOS

NATURALES

Cerro de Pasco 2018

Motivo de la Venta	Procesado		Sin Procesar		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%
Demanda	1	3.13	13	40.63	14	43.75
Diagnóstico	8	25.00	10	31.25	18	56.25
Total	9	28.13	23	71.88	32	100.00

Fuente: Cuestionario – Encuesta, Setiembre 2018

$$X^2_c = 5.42 > X^2_{t, 1gl} \alpha 0.05 = 3.841$$

En relación al motivo de la venta y tipo de productos naturales que se comercializa en Cerro de Pasco, el cuadro número diez se encarga de mostrar:

El 56.25% de las ventas se realizan originados en el diagnóstico que realiza el expendedor de los productos naturales a las personas que acuden al negocio; seguido muy de cerca, 43.75% por las ventas que se realizan por la demanda de los clientes.

El 71.88% de los negocios ofertan productos naturales para la resolución de problemas respiratorios sin procesar, mientras que el 28.13% expende productos procesados.

El 40.63% de las ventas se realizan según la demanda de los clientes quienes requieren productos sin procesar; seguido de los mismos productos (sin procesar) que se venden según el diagnóstico que realiza el expendedor de los productos (31.25%).

Mientras que los productos procesados se expenden según el diagnóstico que se realiza, 25% y solo un 3.13% que se venden por la demanda de los clientes.

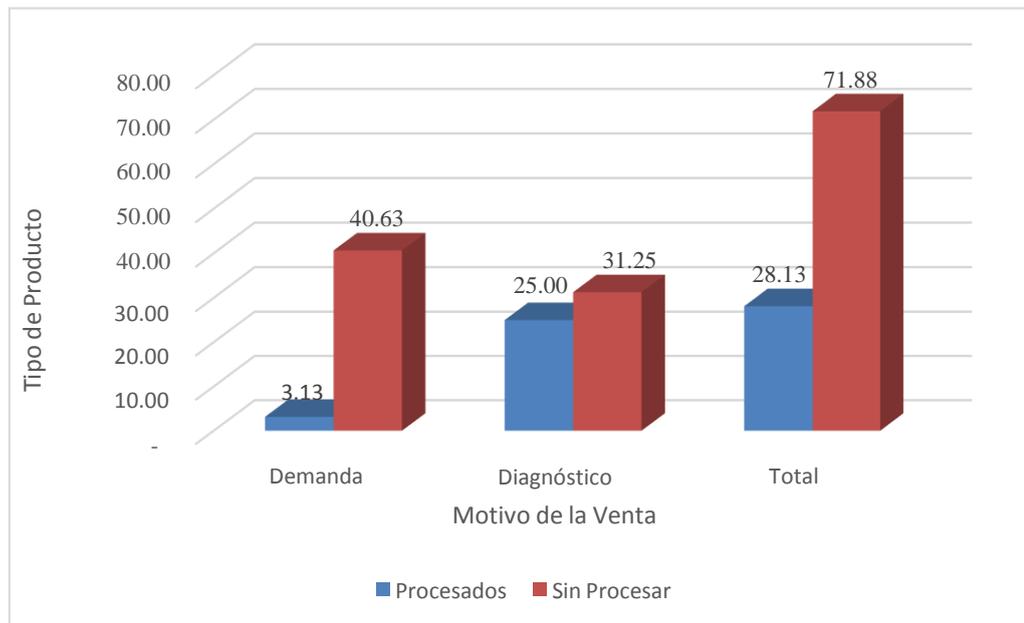
Estos indicadores son importantes debido a que el consumidor de productos naturales prefiere comprar aquellos productos sin procesar, este patrón de consumo se ve reforzado por la tendencia a favor al respecto. Si se considera que, el 63% de consumidores limeños afirma que reducirá el consumo de alimentos etiquetados con octógonos; mientras que un 21% dejará de consumirlos (9).

Considerando que, en el Perú, desde el 17 de junio del 2019, es de uso obligatorio en el mercado los octógonos de advertencia en los alimentos procesados, que dan a conocer el alto contenido de sodio, azúcares, grasas saturadas, y grasas trans.

La contrastación de hipótesis indica que las variables motivo de la venta y tipo de productos naturales que se comercializan en Cerro de Pasco son independientes, es decir no guardan relación alguna.

Gráfico N° 10: Motivo De La Venta Y Tipo De Productos Naturales Que Comercializan Los Negocios De Productos Naturales

Cerro de Pasco 2018



Fuente: Cuadro N° 10

CUADRO N° 11: PRODUCTOS NATURALES PARA LA RESOLUCION DE
 PROBLEMAS RESPIRATORIOS

Cerro de Pasco 2018

Procesados	Sin Procesar
Fitorrin	Toronjil
Propoleum	Caldo de Sapo
Mentol Chino	Macerado de cortezas
Palto miel	Miel de abeja
Paracetamol	Eucalipto
Ácido Pulmín	Vinagre de Manzana
Timolina	Uña de Gato
Betacaroteno	Cebolla Blanca
Calcio	Propóleo
Árnica	Pumayshanca
Pica Florina	Llantén
	Hoja y Flor de Tilo
	Noni
	Santa Mata
	Manzanilla
	Muña
	Ruda
	Ortiga
	Té Verde
	Aceite de Oliva
	Coca

Fuente: Cuestionario – Encuesta, Setiembre 2018

CUADRO N° 12: PRESENTACIÓN Y TIPO DE PRODUCTO QUE SE
COMERCIALIZA EN LOS NEGOCIOS DE PRODUCTOS NATURALES

Cerro de Pasco 2018

Forma de Presentación	Procesado		Sin Procesar		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%
Jarabe	6	18.75	0	-	6	18.75
Ungüento	2	6.25	0	-	2	6.25
Otros	1	3.13	3	9.38	4	12.50
Natural	0	-	20	62.50	20	62.50
Total	9	28.13	23	71.88	32	100.00

Fuente: Cuestionario – Encuesta, Setiembre 2018

$$X^2_c = 28.29 > X^2_{\tau} 3gl \alpha 0.05 = 7.81$$

En el cuadro número doce se considera la distribución de la presentación y tipo de producto que se comercializa en los negocios de productos naturales, Cerro de Pasco.

Así se encuentra que la presentación de productos naturales que se comercializa mayormente es la forma natural, puesto que el 62.50% lo comercializa así. La segunda forma de presentación que se comercializa son los jarabes, 18.75%; seguido del 12.50% que comercializa en otras formas de presentación: extractos, cocimientos, desecados, aceites; la tercera forma de presentación son los ungüentos, que constituyen el 6.25% de los productos naturales comercializados.

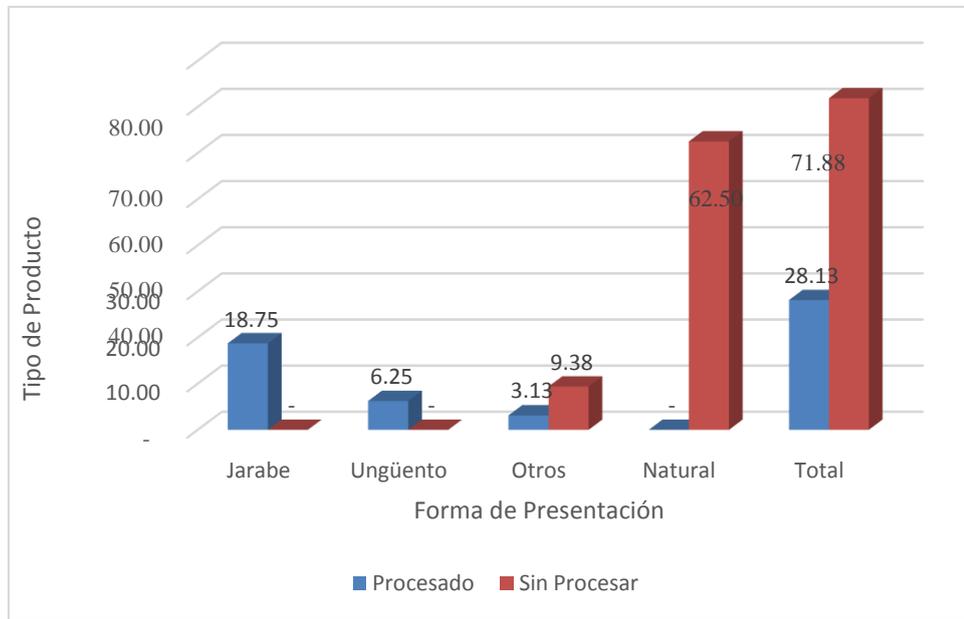
El 71.88% de los negocios ofertan productos naturales para la resolución de problemas respiratorios sin procesar, mientras que el 28.13% expende productos procesados.

Inmediatamente resalta que el 62.50% comercializa productos naturales en su forma natural, sin procesar; seguido de la presentación como jarabe, procesado 18.75%; la tercera forma de presentación, corresponde al grupo otros, constituido por extractos, cocimientos, desecados, sin procesar 9.38%; mientras que los ungüentos procesados, que constituyen el 6.25% de los productos comercializados y finalmente el 3.13% que se comercializa como aceite procesado.

Concluyendo que la presentación mayormente comercializada es la forma natural, sin procesar. La forma de presentación menos comercializada son los aceites procesados.

Al realizar la prueba de independencia de variables, se encuentra que éstas son independientes, la forma de presentación de los productos naturales, con el tipo de producto que comercializan los negocios no se relacionan.

Gráfico N° 11: Presentación Y Tipo De Producto Que Se Comercializa En Los
Negocios De Productos Naturales
Cerro de Pasco 2018



Fuente: Cuadro N° 12

4.3. Prueba de Hipótesis

El cuadro número 02, muestra como resultado ($X^2_c = 14.70 > X^2_t \text{ 3gl } \alpha 0.05 = 7.815$) aceptando la relación que existe entre el grado de instrucción y la propiedad del negocio en comercialización de productos naturales.

El cuadro número 06, se muestra los resultados autorización y antigüedad ($X^2_c = 16.30 > X^2_t \text{ 6gl } \alpha 0.05 = 12.592$) en cerro de Pasco un porcentaje minoritario cuenta con los permisos correspondientes, en relación a la antigüedad tienen de 8 a más años que vienen funcionando.

El cuadro número 10, se muestra los resultados en relación al motivo de las ventas ($X^2_c = 5.42 > X^2_t \text{ 1gl } \alpha 0.05 = 3.841$) las ventas de los productos naturales en relación a un diagnóstico y demanda de clientes.

Cuadro número 12, se hace la distribución de presentaciones dando como resultado ($X^2_c = 28.29 > X^2_t \text{ 3gl } \alpha 0.05 = 7.81$) nuestros comerciantes de productos naturales teniendo como porcentaje bajo en productos procesados jarabe, ungüento y un alto porcentaje sin procesar hierbas, extractos, semillas etc.

4.4. Discusión de resultados

Los productos naturales, son compuestos químicos producido por un organismo vivo en la naturaleza, mediante un proceso metabólico primario o secundario; entendiéndose por metabolismo primario los procesos implicados en las funciones vitales de los organismos y metabolismo secundario al conjunto de reacciones bioquímicas destinadas a la protección contra condiciones de estrés ambiental, ataque de depredadores, patógenos o parásitos y la comunicación intraespecífica e interespecífica. Siendo importantes por servir como fuente de alimentos y en la prevención, tratamiento y recuperación de los problemas de salud.

Las plantas, organismos autótrofos, además del metabolismo primario presente en todos los seres vivos tienen un metabolismo secundario que les permite producir y acumular compuestos de naturaleza química diversa. Estos compuestos derivados del metabolismo secundario se denominan metabolitos secundarios que se distribuyen diferencialmente entre grupos taxonómicos, presentan propiedades biológicas, muchos desempeñan funciones ecológicas y se caracterizan por sus diferentes usos y aplicaciones como medicamentos, insecticidas, herbicidas, perfumes o colorantes, entre otros (10).

El metabolito secundario, generalmente se halla solo en una especie o en un grupo de especies taxonómicamente relacionadas.

Los productos naturales de uso en salud, son elaboraciones industriales simples o complejas, basadas en uno o varios recursos naturales, que utilizan las virtudes aisladas o sinérgicas de dichos recursos los mismos que tienen una historia ancestral de reconocimiento y uso entre las poblaciones indígenas de una o varias culturas tanto a nivel nacional como internacional. Éstas se expenden procesadas en diversas presentaciones, entre ellas las más usadas son tabletas, cápsulas, extractos, jarabes, geles, cremas, entre otros (11)

El metabolismo secundario se puede definir como la biosíntesis, la transformación y la degradación de compuestos endógenos mediante proteínas de especialización (12).

Muchos metabolitos secundarios están implicados en relaciones ecológicas, es decir, de la planta productora con los otros organismos de su medio natural. Ejemplos de ello son los pigmentos de las flores que atraen a los insectos polinizadores, y los compuestos que inhiben el crecimiento de otros organismos vegetales (sustancias alelopáticas), o que protegen a la planta productora de

infecciones (fitoalexinas) o de los depredadores (disuasorios nutritivos o alimentarios). En general, puede afirmarse que los metabolitos secundarios constituyen el mundo de señales químicas a través del cual las plantas se relacionan con su entorno (12).

Gumercindo Vila (13), citando a varios autores, señala: La Organización Mundial de la Salud reconoce la importancia del rol que desempeña el uso y utilización de las plantas medicinales en la “Atención Primaria de la Salud”, recomienda y respalda su integración en los sistemas nacionales de salud, quienes estiman que casi el 80% de todos los habitantes de la tierra los usan para resolver sus principales problemas de salud.

Por lo que su comercialización está en crescendo y viene adoptando formas sugerentes y diversas, en razón a los patrones culturales de la población en la que se realiza.

El mercado mundial de plantas medicinales (extractos y Fito terapéuticos) ascendió durante el año 2002, aproximadamente, a 14.000 millones de dólares anuales. Entre los principales países consumidores se cuentan los Estados Unidos, Alemania, la China, el Japón, Francia, Italia, el Reino Unido y España. En 2004, se comercializaron en Europa alrededor de dos mil especies de plantas medicinales y aromáticas. Dicha cifra es un importante aliciente para el desarrollo de las cadenas productivas de este tipo de plantas; muestra un interesante crecimiento. Según datos del Centro de Comercio Internacional (UNCTAD/OMC), la tasa anual de 1994 a 2006 fue de entre el 10% y el 20% (14).

En este contexto el estudio realizado encontró que los comercializadores de productos naturales son adultos (59.38%) y de ellos de sexo masculino el 40.63%, seguido de jóvenes y adultos mayores de sexo femenino; generando globalmente

una distribución proporcional entre ambos sexos.

Estos resultados confirman la tendencia expresada en los últimos años, que ubica al grupo etario de 25 a 59 años como el mayor grupo de la población económicamente activa en el Perú (58.2% en el 2007 y 59.5% en el año 2017), presentando para el caso de Pasco una tasa de crecimiento promedio anual del 2.7% en mujeres y 1.6% en varones, en ambos casos superior al promedio nacional (15).

En lo referente a la capacitación y especialización de los comercializadores se encuentra que la instrucción superior técnica (34.38%) es el nivel instruccional que mayormente tienen los comercializadores de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios; siendo los propietarios quienes tienen menos nivel de instrucción, mientras que los trabajadores presentan mayor nivel instruccional, el 25% con instrucción superior universitaria, en profesiones afines a los productos que comercializan.

En el estudio realizado por Félix Valenzuela (11), se encontró que los expendedores de productos naturales, el 35% del personal era técnico en salud con formación en Institutos Tecnológicos y el 10% eran profesionales en salud.

Sin embargo, por la información que se maneja en el sector salud y educación, se puede afirmar que no hay ninguna universidad o institutos tecnológicos reconocidos en las instancias responsables que tenga un programa dirigido exclusivamente a formar profesionales en el uso de productos de calidad asegurada (productos naturales con propiedades terapéuticos o alimenticios). De allí que, las capacitaciones periódicas por instituciones que oficialmente no están autorizadas y que no cuentan con directrices de formación de los proveedores de los productos naturales, generan cada vez más problemas potenciales en la salud pública (11).

En cuanto a los deseos de evolución futura, las sugerencias de los vendedores de

plantas medicinales van dirigidas fundamentalmente a la profesionalización del sector, una mejorregulación y formación legislada; y en menor porcentaje, hay que señalar el deseo de unión entre fabricantes y distribuidores, reducción del exceso de oferta, mayor control dela fabricación y reducción de precios de los productos (6).

Dada la envergadura de los negocios existentes (minoristas), son los mismos propietariosquienes comercializan los productos (56.25%), puesto que en Pasco el comercio de productos naturales, pese a que el 43.75% tiene una antigüedad de ocho años a más, el 75% tiene entre uno a dos trabajadores y comercian directamente con los clientes.

En cuanto a los compradores de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, son los adultos mayores varones, quienes se constituyen como clientes preferentes.

Puesto que sabido es, que la preocupación por la salud de las personas se incrementa conla edad, lo mismo ocurre con el interés de los peruanos por los productos orgánicos, queen el tiempo es creciente, su consumo aún se concentra en los estratos medios y altos. Para el antropólogo Carlos Aramburú, la tendencia apunta a que ello se extienda en los sectores populares, debido a que la preocupación por la salud es un fenómeno global (16).Cuando se indaga acerca de los proveedores, se encuentra que los mismos productores orecolectores, son los encargados de hacer llegar la mercadería a las tiendas y puestos, abasteciendo al 21.88% de los negocios dedicados a la venta de productos naturales.

En cuanto a empresas proveedoras de productos naturales, se encuentra que los productos Santa Natura, abastecen al 15.63% de los negocios, secundados por Fitogen, 12.50%. Las empresas: Herbalife, Bionaturista, Fitosana, Kayta; se reparten el mercado restante.

Aquí se nota que los esfuerzos que realizan las empresas a nivel nacional no tienen el efecto deseado; puesto que La empresa “Bionaturista” es la que emplea más horas (18.5) a la semana en la radio y la televisión; seguida de las empresas “La Vida es Salud” y “La Botica de la Abuela” (10 horas) y en tercer lugar se ubican “Fitosana” y “Santa Natura” con 9.5 horas. Del análisis del resultado y los criterios éticos de promoción planteado por la organización mundial de la salud, da a entender que los productos naturales promocionados no tienen un mensaje claro en relación a: los ingredientes activos con propiedades terapéuticos o alimenticios, otros ingredientes que pueden causar problemas de salud, uso terapéutico aprobado, efectos secundarios y principales reacciones adversas, interacciones, nombre y dirección del fabricante o distribuidor y referencia a documentación científica (validación clínica). La promoción e información de los productos naturales en la zona del estudio al parecer sólo proceden de las industrias manufactureras responsables de la producción, empresas, tiendas naturistas expendedoras, siendo así, una información parcial a los intereses del comercio en sentidos de maximizar los beneficios económicos; en nuestro medio es bastante sencillo ubicarnos frente a un televisor, sintonizar la radio, comprar un diario o conseguirnos un boletín informativo para quedar persuadido o inducido con las bondades y múltiples propiedades terapéuticos o alimenticios que contienen los productos promocionados (11).

El estudio encuentra que, en lo referente a las autorizaciones, se evidencia que los comercializadores cuyos negocios tienen más años de antigüedad, cuentan con autorización del municipio como mínimo; mientras que los menos antiguos carecen de autorizaciones.

Este resultado guarda relación con las instalaciones que cuentan para ofrecer sus

productos, dado que solo el 28.13% de los comercializadores, ofrecen sus productos en tiendas o establecimientos con instalaciones formales, mientras que el 46.88% lo hacen en quioscos y un 25.00% en puestos ambulantes.

La autorización que otorga la municipalidad para el desarrollo de actividades económicas en su jurisdicción, ya sea como persona natural o jurídica, permite al dueño el derecho de apertura y funcionamiento de un negocio.

El certificado de defensa civil, considera la infraestructura del local, capacidad para responder ante situaciones de emergencia o urgencias, tanto para los que trabajan y los clientes del negocio.

Mientras que el carnet de sanidad, Certifica el estado de salud del portador, determinando la aptitud de salud e higiene de las personas que manipulan alimentos y/o expenden productos en servicios públicos y privados, descartando enfermedades infecto contagiosas prevalentes.

Si de autorizaciones de los productos que se comercializan, se trata; se encuentra que el 46.88% de los productos ofertados, carece de autorización alguna para ser expandidos al público; el 28.13% cuenta con autorización de la dirección general de salud ambiental e inocuidad alimentaria; el 15.63% con autorización de la dirección general de medicamentos e insumos y el 9.38% con autorización de ambas entidades.

Los resultados evidencian que a medida que se incrementan los años de antigüedad, se incrementa las referencias que hacen alusión a disponer de las autorizaciones de sus productos, ya sea como complementos alimenticios o medicamentos; siendo los negocios con menos años de antigüedad los que expenden productos que carecen de autorizaciones. Las autorizaciones se realizan luego de que los productores hayan acreditado condiciones mínimas de calidad o administrativas, para ser consumidos

por el público.

La Dirección General de Salud ambiental e Inocuidad alimentaria, es la encargada de otorgar el certificado oficial de exportación de alimentos, bebidas; validación técnica del plan HACCP; vigilancia y fiscalización de empresas alimenticias; Inscripción en el Registro Sanitario de Alimentos y Bebidas, Registro Sanitario de Producto Importado, certificado de Libre Comercialización de Alimentos y Bebidas y Certificado Oficial de Exportación de Alimentos y Bebidas. Y la Dirección General de Medicamentos Insumos y Drogas (DIGEMID) es un órgano de línea del Ministerio de Salud que tiene como funciones: Normar, vigilar, controlar y evaluar los procesos relacionados con el funcionamiento de los establecimientos farmacéuticos públicos y privados. Certificar y monitorear el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura y Buenas Prácticas de Almacenamiento a nivel nacional.

Puesto que lo que se requiere es garantizar la calidad de los productos, dado que en el Perú, el año 2005 existían empresas (nacionales y extranjeras) que elaboran y expenden productos naturales, algunos registrados en la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (DIGEMID) como “productos naturales” o en la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA) como “complementos o suplementos nutritivos”; otros sin ningún tipo de permiso, usando muchas veces como materia prima recursos naturales que tienen poca garantía y a cargo de personas con poca preparación en el área; estos hechos ponen en duda la calidad del producto pudiendo repercutir negativamente en la salud de la población; siendo necesario el uso correcto de productos naturales y de calidad asegurada tiene gran importancia en la salud y reduce los riesgos asociados a su uso. Por ello, es necesario generar normas, registrar dichos productos y garantizar su calidad. Asimismo, es

necesario trabajar más, a fin de sensibilizar al público sobre cuando es apropiado su uso y cuando no, considerando criterios de costo-efectividad (11).

En lo referente a las autorizaciones, el 71.88% de los negocios ofertan productos naturales para la resolución de problemas respiratorios sin procesar, mientras que el 28.13% expende productos procesados.

El 37.50% de los negocios carece de autorización para su funcionamiento y expende productos sin procesar, seguido de los negocios que si cuentan con autorización municipal y expenden productos sin procesar (34.38%); mientras que los que expenden productos naturales procesados cuentan con autorizaciones para el funcionamiento del negocio. Existiendo relación con el cumplimiento de las exigencias mínimas de calidad requeridos para la comercialización.

Cuando se analiza el capital del negocio y origen de la oferta que comercializan los negocios de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, se evidencia que, los negocios de productos naturales se instalan con capital propio y en razón a la demanda de los consumidores; en según orden están los que teniendo capital propio se originan por traspaso del negocio, herencia generacional, expansión de otro negocio o investigación de mercado.

Esto se da en circunstancias como las que considera el informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y ESAN, donde Perú ocupa el primer lugar en cuanto al índice de espíritu emprendedor en Latinoamérica con un valor de 0.37.

Este resultado se encuentra muy por encima del promedio de la región (0.10) y las demás regiones comparables. Países como Colombia (0.29), Chile y Ecuador (0.28) ocupan la segunda y tercera posición.

“El Perú es uno de los países con mayor intención para emprender en

Latinoamérica. El 43% de los peruanos están dispuestos a iniciar un negocio en los próximos tres años”, señaló Jaime Serida, profesor de ESAN y líder del equipo GEM, capítulo Perú (17).

El 40.63% de las ventas se realizan según la demanda de los clientes quienes requieren productos sin procesar; seguido de los mismos productos (sin procesar) que se venden según el diagnóstico que realiza el expendedor de los productos (31.25%).

Mientras que los productos procesados se expenden según el diagnóstico que se realiza, 25% y solo un 3.13% que se venden por la demanda de los clientes.

Es preciso considerar que, en el Perú, un importante segmento de la “cultura médica tradicional” ha sido preservada a través de generaciones, y en algunos grupos de población continúan siendo el único recurso para el tratamiento de enfermedades; su uso, es una práctica popular de gran arraigo, desde la época pre incaica e incaica los médicos “Jampik Kamayok”, las utilizaban y hoy continúan utilizando los curanderos, herbolarios, curiosos y de manera incipiente en establecimientos farmacéuticos(18) .

Puesto que la demanda interna de plantas medicinales básicamente está constituida por usuarios de medicina tradicional, de arraigo cultural y mayormente en los niveles socioeconómicos menos favorecidos (14). La venta de plantas medicinales que se ofrezcan sin referencia a propiedades terapéuticas, diagnósticas o preventivas, pueden comercializarse libremente, el cual se da en mercados, ferias, venta ambulatoria, casas naturistas y por otro lado de manera incipiente en las boticas y farmacias (12).

Estos indicadores se complementan con los provenientes del consumidor de productos naturales que prefieren comprar aquellos productos sin procesar; los

argumentos para hacerlo, consideran que “lo natural, entre tanto sea menos procesado es mejor; si de mejorar la salud y combatir enfermedades es mejor usar productos naturales porque no tiene efectos secundarios, etc.”. Así, ante la pregunta: ¿Quiénes son los consumidores de alimentos orgánicos? Mercado similar al objeto de estudio, se identificaron nueve agentes que estimulan la compra de productos orgánicos: la preocupación por la salud y la nutrición, el sabor superior, el cuidado hacia el medio ambiente, la seguridad alimentaria, el interés en el bienestar animal, el soporte de la economía local, la salubridad, la nostalgia y la curiosidad o moda (19). Este patrón de consumo se ve reforzado por la tendencia a favor al respecto. Si se considera que, el 63% de consumidores limeños afirma que reducirá el consumo de alimentos etiquetados con octógonos; mientras que un 21% dejará de consumirlos (9)

Considerando que, en el Perú, desde el 17 de junio del 2019, es de uso obligatorio en el mercado los octógonos de advertencia en los alimentos procesados, que dan a conocer el alto contenido de sodio, azúcares, grasas saturadas, y grasas trans.

La tendencia saludable ha llegado en el Perú al nivel doméstico de una forma penetrante en los últimos años mediante un crecimiento estable de la oferta de productos comestibles de alta calidad, como son los productos orgánicos. Sin embargo, existen conceptos relacionados a estos y a los productos naturales que afectan las percepciones de los consumidores debido a las actividades de marketing propias de la industria alimentaria, que impulsan a la compra de productos naturales presentándolos como si fueran orgánicos. Por otro lado, se ha encontrado que los factores más importantes que motivan la compra de productos orgánicos son la seguridad alimentaria y la contribución a la salud que estos proporcionan. Ello, junto a un incremento de bioferias y tiendas especializadas orgánicas o ecológicas

originado por el crecimiento económico que se ha dado en Lima

Metropolitana en los últimos años, hace que los consumidores puedan tener acceso a una alimentación más sana y nutritiva. Adicionalmente, las tiendas orgánicas y naturales son mejor acogidas en zonas de ingresos medios y altos y también de educación superior. Por lo tanto, se puede afirmar que estas características socioeconómicas influyen en que esta tendencia de expansión de tiendas orgánicas y naturales se pueda trasladar a regiones de alto poder adquisitivo y nivel educativo (20).

Los productos naturales que se recomiendan y expenden por los comercializadores de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios son:

Procesados: Fitorrin, Propoleum, Mentol Chino, Palto miel, Paracetamol, Ácido Pulmín, Timolina, Betacaroteno, Calcio, Árnica, Pica Florina.

Sin Procesar: Toronjil, Caldo de Sapo, Macerado de cortezas, Miel de abeja, Eucalipto, Pumayshanca, Huamanripa, Huamantinpa (Huamanpinta), Escorzonera, Llantén, Hoja y Flor de Tilo, Noni, Santa Mata, Manzanilla, Muña, Ruda, Ortiga, Té Verde, Aceite de Oliva, Coca.

En cuanto a las propiedades sanitarias de ellas se encuentra:

Propoleo, sustancia elaborada por las abejas, a partir de productos de origen vegetal y actúa como antiséptico y antiinflamatorio.

Paltomiel, para fluidificar y eliminar las secreciones bronquiales y aliviar sintomáticamente la tos producida por resfríos, bronquitis u otras afecciones de las vías respiratorias, Cada 100 ml contiene: Extracto de Eucalipto 4% (19,7 ml), extracto de Palto 4% (19,7 ml). Excipientes: Miel de abeja, Metilparabeno y Propilparabeno.

Paracetamol, conocido por sus efectos analgésicos y antipiréticos, inhibe la síntesis

de prostaglandinas en el Sistema Nervioso Central y bloquea la generación del impulso doloroso a nivel periférico. Actúa sobre el centro hipotalámico regulador de la temperatura.

Toronjil, *Melissa officinalis L.*; por sus propiedades, las hojas, flores y tallos de melisa son ampliamente usados en medicina popular para tratar estados depresivos y nerviosos, insomnio, dolor de cabeza, trastornos de la menopausia y afecciones cardíacas; además es considerada de utilidad en malestares estomacales y respiratorios (tos y bronquitis).

Eucalipto, *Eucalyptus globulus*; es considerada la planta medicinal recomendada en el tratamiento de cualquier afección o patología respiratoria por tener propiedades expectorantes, que ayudan a expulsar el moco que se forma en las vías respiratorias y por sus propiedades broncodilatadoras que ayudan a expandir las vías respiratorias; la forma de administración más recomendable es en aceite esencial, realizando fricciones en el pecho y masajes en la espalda; asimismo se pueden realizar inhalaciones de vapor, también se puede utilizar la planta seca en infusión como parte del tratamiento natural de las infecciones respiratorias agudas (21).

Miel de abeja, sustancia natural dulce producida por la abeja *Apis mellifera* o por diferentes subespecies; contiene una gran variedad de sustancias menores dentro de las que destacan las enzimas, aminoácidos, ácidos orgánicos, antioxidantes, vitaminas y minerales. Hoy se sabe que el poder antibacteriano de la miel se debe principalmente a las inhibinas. Estas inhibinas consisten en peróxido de hidrógeno, flavonoides y ácidos fenólicos, además de otras sustancias sin identificar, aunque otros investigadores atribuyen la capacidad antibacteriana de miel a la combinación de propiedades tales como su alta osmolaridad, bajo pH, presencia de sustancias volátiles y bajo valor de actividad de agua. También se ha demostrado que la

miel sirve como una fuente natural de antioxidantes, los cuales son efectivos para reducir el riesgo de enfermedades del corazón, sistema inmune, cataratas y diferentes procesos inflamatorios (22).

Pumayshanca, *Caiophora sp*; importante en el tratamiento de los problemas respiratorios, puesto que cada día se va demostrando sus cualidades para ello, así se tiene que el Extracto seco hidroalcohólico al 70% de *Caiophora cirsiifolia* C. Presl “Ccori kisa” presenta alta actividad antioxidante in vitro, una actividad antibacteriana marcada sobre cepas ATCC de *Staphylococcus aureus*, actividad nula sobre cepas aisladas de *Staphylococcus aureus* y las cepas aisladas de *Staphylococcus aureus* son resistentes a Penicilina y de sensibilidad intermedia a Doxiciclina (23).

Por tanto, su actividad en la resolución de problemas respiratorios, tiene indicadores favorables.

En lo referente a la forma de presentación en que se comercializa los productos naturales, se encuentra que la presentación mayormente comercializada es la forma natural, sin procesar. Seguido de los jarabes y la forma de presentación menos comercializada son los aceites procesados.

El hecho resaltante es que los productos en su forma natural; manojos y atados de hierba, son los más consumidos y se relaciona con el hecho de ser expendidos en quioscos y puestos ambulantes.

Mientras que, en los productos naturales procesados, la forma más comercializada son los jarabes (18.75%), guardando relación con la comercialización de dichos productos en el estudio realizado por Félix Valenzuela O (11) quien reporta que las formas de presentación farmacéutica más frecuentes fueron cápsulas (35%), polvos (17%) y jarabe (16%); en menor proporción se encontraron tabletas (4%), cremas

(3%), unguento (1%) y elixir (1%). Otras presentaciones (jabón, gotas, spray, hojuelas, etc.) representaron el 23%.

Finalmente es de advertir que la comercialización de productos naturales en Pasco presenta características de informalidad, siendo pocos los comercios instalados en tiendas formales y más pocos aún son los negocios que cuentan con autorizaciones de los órganos pertinentes.

CONCLUSIONES

Más de la mitad de los comercializadores de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios en Cerro de Pasco, son adultos, de ellos la mayoría son de sexo masculino, seguido de jóvenes y adultos mayores de sexo femenino; generando globalmente una distribución proporcional entre ambos sexos.

El nivel instruccional de un tercio de los comercializadores de productos naturales es superior técnico, seguido de dos cuartas partes con instrucción superior universitaria; siendo el nivel instruccional de los trabajadores mayor que el de los propietarios.

Los negocios se iniciaron con capital propio atendiendo la demanda de los consumidores, seguido de los traspasos de negocio, herencia generacional, expansión de otro negocio e investigación de mercado.

La comercialización lo realizan los propietarios directamente con los clientes, en puestos con antigüedad de ocho años a más, siendo uno y dos personas los que trabajan en el negocio. Siendo clientes preferentes los adultos mayores de sexo masculino.

Se comercializa productos naturales sin procesar, solo una cuarta parte ofrece productos procesados; los proveedores de los productos, en primer lugar, son los productores y/o recolectores, secundados por los productos Santa Natura y Fitogen.

Los productos sin procesar se expenden generalmente a demanda de los consumidores, mientras que los procesados por prescripción o diagnóstico que realiza el expendedor.

Menos de la tercera parte de los negocios comercializa en tiendas con autorización del gobierno local, la mitad en quioscos y los demás en puestos ambulantes.

La mitad de los productos que se ofrecen carecen de autorizaciones, los demás cuentan con autorización de la DIGESA y unos pocos con autorización de la DIGESA.

Los productos naturales que se recomiendan y expenden por los comercializadores de

productos naturales para la resolución de problemas respiratorios son:

Procesados: Fitorrin, Propoleum, Mentol Chino, Palto miel, Paracetamol, Ácido Pulmín, Timolina, Betacaroteno, Calcio, Árnica, Pica Florina.

Sin Procesar: Toronjil, Caldo de Sapo, Miel de abeja, Eucalipto, Pumayshanca, Huamanripa, Huamantinpa (Huamanpinta), Escorzonera, Llantén, Hoja y Flor de Tilo, Noni, Santa Mata, Manzanilla, Muña, Ruda, Ortiga, Té Verde, Aceite de Oliva, Coca.

La forma de presentación en que se comercializa los productos es la forma natural, seguido de los jarabes.

La comercialización de productos naturales en Pasco presenta características de informalidad, siendo pocos los comercios instalados en tiendas formales y más pocos aúnson los negocios que cuentan con autorizaciones de los órganos pertinentes.

RECOMENDACIONES

A los gobiernos locales:

Formalizar el comercio de los productos naturales, para garantizar la calidad de los servicios y productos que expenden.

A las instituciones formadores:

Realizar el análisis de demanda de carreras orientadas a la producción, comercialización e investigación de productos naturales.

Considerar en sus planes curriculares la incorporación de las recomendaciones de la estrategia sanitaria de atención primaria de la salud.

Desarrollar cursos de capacitación y especialización en productos naturales para otorgar mayor capacidad resolutive a los comercializadores.

Realizar trabajos de investigación que aborden las prácticas tradicionales en el cuidado de la salud de las personas.

A la escuela de enfermería:

Considerar la aplicación de las recomendaciones de la estrategia de atención primaria de la salud, en el plan curricular.

Redimensionar la aplicación del modelo de cuidado humanizado de Jean Watson, en la formación de los futuros profesionales.

A los comercializadores:

Desarrollar capacidades para ejercer mejor sus funciones en el expendio de los productos, utilizando mecanismos de formalización institucional.

Consolidar prácticas de buen manejo de los productos, almacenaje y expendio, para garantizar la calidad de los servicios y productos que ofrecen.

A los consumidores:

Cuidar el consumo de productos naturales para su bienestar, evitando aquellos carentes de autorizaciones y buenas prácticas de manejo.

BIBLIOGRAFIA

1. Dirección Regional de Salud P. BOLETINES EPIDEMIOLOGICOS [Internet]. Epidemiología. 2017 [citado 18 de diciembre de 2019]. Disponible en: <http://diresapasco.gob.pe/pagina/boletines-epidemiologicos/>
2. González Saldaña n, torales torales an, gomez barreto d.infectologia clínica pediátrica [Internet]. McGraw-Hill Interamericana; 2012 [citado 13 de diciembre de 2019]. Disponible en: <https://www.abebooks.co.uk/9786071504425/INFECTOLOGIA-CLINICA- PEDIATRICA-NAPOLEON-GONZALEZ-6071504422/plp>
3. MOMPART GARCÍA MP, DURAN ESCRIBANO M. Administración y gestión [Internet]. Difusión Avances de Enfermería. España; 2009 [citado 13 de diciembre de 2019]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=561271>
4. Porter RS, Kaplan JL, Homeier BP. Manual Merck [Internet]. MedicaPanamericana; 2010 [citado 13 de diciembre de 2019]. Disponible en: https://www.medicapanamericana.com/cache/works.4021.cover.w_800.q_95.jpg.jpg
5. Horák M, Somerliková K, Kavenská V, Granda Cruz L, Skrabakova L, Tournon J, et al. Etnobotanica y fitoterapia en America. [Internet]. Miroslav Horák. Republica Checa: Mendel University in Brno; 2015 [citado 13 de diciembre de 2019]. Disponible en: https://www.academia.edu/33627944/Etnobotanica_y_fitoterapia_en_America.pdf
6. Organización Mundial de la Salud. Estrategia de la OMS sobre medicina tradicional 2002–2005 [Internet]. Ginebra; 2002 p. 78. Disponible en: <https://apps.who.int/medicinedocs/pdf/s2299s/s2299s.pdf>
7. Rengifo E. Legislación de Fitofármacos en el Perú. Boletín Latinoamericano de Plantas Medicinales. (8 (1)):58-62.

8. Hernández Sampieri R, Baptista Lucio P, Fernández Collado C. Metodología de la investigación. México [etc.: McGraw-Hill Interamericana; 2014.
9. Gestión R. Repuntará consumo de productos naturales y nutritivos ante uso obligatorio de octógonos [Internet]. Gestión. 2019 [citado 15 de diciembre de 2019]. Disponible en: <https://gestion.pe/economia/empresas/repuntara-consumo-productos-naturales-nutritivos-obligatorio-octogonos-268705-noticia/>
10. Avalos García A, Pérez-Urria Carril E. Metabolismo secundario de plantas. Reduca Biol. 2009;2(3):119-45.
11. Valenzuela O F. COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS NATURALES EN LIMA METROPOLITANA, 2005 [Internet]. Lima Perú: Dirección Ejecutiva de Medicina Alternativa y Complementaria, Centro Nacional de Salud Intercultural. Instituto Nacional de Salud.; 2006 p. 10. Disponible en: https://web.ins.gob.pe/sites/default/files/Archivos/censi/Comercializacion_productos_naturales.pdf
12. Azcón-Bieto J, Talón M. Fundamentos de Fisiología Vegetal [Internet]. segunda. Madrid España: Mc Graw Hill Education; 2013. 669 p. Disponible en: <http://exa.unne.edu.ar/biologia/fisiologia.vegetal/FundamentosdeFisiologiaVegetal2008Azcon..pdf>
13. Vila Porras GR. Análisis del uso de plantas medicinales en mercados de abastos del distrito de Ventanilla-Callao, 2007 [Internet]. [Lima Perú]: UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS; 2009. Disponible en: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/1630/Vila_pg.pdf;jsessionid=FB2FF1C2B879726025B63A9618495032?sequence=1
14. Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial. Productos andinos El futuro de los productos del Altiplano y los Valles Centrales de los Andes: Plantas

- medicinales [Internet]. Viena: ONUDI; 2008 p. 70. Disponible en:
https://www.unido.org/sites/default/files/2009-07/08-53895_Ebook_0.PDF
15. INEI. Indicadores de Empleo e Ingreso por departamento Perú: 2007-2017[Internet]. Instituto Nacional de Estadística e Informática. Lima Perú; 2018.Disponible en:
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1537/libro.pdf
 16. Aramburu C. Lo saludable como norma cultural. El comercio [Internet]. 19 de marzo de 2015; Disponible en: http://www.actualidadambiental.pe/wp-content/uploads/2015/03/elcomercio_2015-03-19_p12.pdf
 17. Gestión R. Perú es el país con mayor espíritu emprendedor en América Latina y el quinto en el mundo | Economía | Gestión. 3 de julio de 2018 [citado 16 de diciembre de 2019]; Disponible en: <https://gestion.pe/economia/peru-pais-mayor-espiritu-emprendedor-america-latina-quinto-mundo-237414-noticia/>
 18. Delgado Sumar HE. “MEDICINA TRADICIONAL” Y “MEDICINAS TRADICIONALES” EN EL PERU. AREAS DE DESARROLLO. 1984.
 19. Hughner RS, McDonagh P, Prothero A, Shultz II C, Stanton J. ¿Quiénes son los consumidores de alimentos orgánicos? Una compilación y una revisión de por qué las personas compran alimentos orgánicos. *J Consum Behav - Bibl En Línea Wiley* [Internet]. 21 de mayo de 2007 [citado 16 de diciembre de 2019];6(2-3). Disponible en:
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/cb.210>
 20. Higuchi A. Características de los consumidores de productos orgánicos y expansión de su oferta en Lima. *Apuntes* [Internet]. diciembre de 2015 [citado 16 de diciembre de 2019];42(77). Disponible en:
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-18652015000200002

21. Cajaleon de la Cruz JA. USO TRADICIONAL DE PLANTAS MEDICINALES PARA EL TRATAMIENTO DE INFECCIONES RESPIRATORIAS AGUDAS EN NIÑOS MENORES DE 5 AÑOS DE LA COMUNIDAD RURAL DEMARGOS – HUÁNUCO 2017. [Internet]. [Huanuco - Perú]: Universidad deHuánuco; 2018. Disponible en: http://docs.bvsalud.org/biblioref/2018/10/915646/uso-tradicional-de-plantas- medicinales-para-el-tratamiento-de-i_dQPcgb4.pdf
22. Ulloa JA, Mondragón Cortez PM, Rodriguez Rodriguez R, Rosendiz Vásquez JA, Rosas Ulloa P. La miel de abeja y su importancia. Fuente. 2010;2(4):8.
23. Espinoza Mormontoy AL. ACTIVIDAD ANTIOXIDANTE Y ANTIBACTERIANA IN VITRO DEL EXTRACTO SECO HIDROALCOHÓLICO AL 70% DE *Caiophora cirsiifolia* C. Presl “Ccori kisa” SOBRE CEPAS ATCC Y CEPAS AISLADAS DE *Staphylococcus aureus*[Internet]. [Cusco - Perú]: Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco; 2018. Disponible en: http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/UNSAAC/3559/253T20180173_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

ANEXO 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA

COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS NATURALES PARA LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS RESPIRATORIOS - CERRO DE PASCO 2018

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS
<p>GENERAL ¿Qué características tiene la comercialización de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, Cerro de Pasco 2018?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <p>¿Qué características personales e institucionales tienen los comercializadores de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, Cerro de Pasco 2018?</p> <p>¿Cuál es el marco legal de la comercialización de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, Cerro de Pasco 2018?</p> <p>¿Qué sistema de distribución tienen los productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, que se comercializan en Cerro de Pasco 2018?</p> <p>¿Qué productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, se comercializan en Cerro de Pasco 2018?</p> <p>¿Qué formas de presentación tienen los productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, que se comercializan en Cerro de Pasco 2018?</p>	<p>GENERAL Describir las características de la comercialización de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, Cerro de Pasco 2018</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS Caracterizar los indicadores personales e institucionales de los comercializadores de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, Cerro de Pasco 2018 Identificar el marco legal de la comercialización de productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, Cerro de Pasco 2018 Detallar el sistema de distribución de los productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, que se comercializan en Cerro de Pasco 2018 Identificar los productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, que se comercializan en Cerro de Pasco 2018 Reseñar las formas de presentación que tienen los productos naturales para la resolución de problemas respiratorios, que se comercializan en Cerro de Pasco 2018</p>	<p>NO APLICA</p>

ANEXO 02

INSTRUMENTO

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA SALUD - ESCUELA PROFESIONAL DE
ENFERMERÍA

Proyecto de Tesis: Comercialización de Productos Naturales para la Resolución de
Problemas Respiratorios - Cerro de Pasco 2018

ENCUESTA A COMERCIALIZADORES DE PRODUCTOS NATURALES

FECHA:/...../2018

CÓDIGO:

OBJETIVO: Describir las características de la comercialización de productos
naturales para la resolución de problemas respiratorios, Cerro de Pasco 2019

INSTRUCCIONES:

Identificarse cortésmente y señalar el objetivo de la encuesta

Solicitar respuesta verazmente las interrogantes o proposiciones por formular Marque
con un aspa o según corresponda sea el caso, utilizando lápiz

INDICADORES PERSONALES:

1. ¿Qué edad tiene?

De 18 a 25 años

De 26 a 65 años

Más de 65 años

2. Sexo

Hombre

Mujer

3. ¿Cuál es su grado de instrucción?

Primaria

Secundaria

Superior técnica, indique:

.....

Superior universitaria, indique:

.....

4. ¿Ha recibido alguna formación especializada en productos naturales?
O Si, indique: O No

5. ¿Es Ud. propietario o trabaja en el negocio?

O Propietario O Trabajador

6. ¿Hace cuánto tiempo abrió al público su comercio?

O 1 año o menos O Entre 1 y 3 años O Entre 3 y 5 años

O Entre 5 y 10 años O Más de 10 años O No recuerda

7. ¿Cuántas personas trabajan en su comercio?

O Menos de 3 personas O Entre 3 y 5 O Más de 5

8. ¿Qué tipo de clientes acuden con preferencia a su comercio?

O Jóvenes O Hombres O Adultos

O Mujeres O Adultos mayores

9. ¿Cuál es el nombre de la empresa comercializadora? (considere hasta tres comercializadores)

.....
.....
.....

MARCO LEGAL

12. ¿Cuenta con autorización para comercializar productos naturales?

O No O si Cuales:

.....
.....

13. ¿Sus productos, tiene autorización de DIGESA (complementos alimenticios)

O Si O No

14. ¿Sus productos, tiene autorización de DIGEMID (productos con propiedades terapéuticas)

O Si

O No

15. ¿Sus clientes le piden consejo sobre plantas medicinales?

O Habitualmente

O Raramente

O Ocasionalmente

O Nunca

SISTEMA DE DISTRIBUCION DE PRODUCTOS NATURALES

16. ¿De dónde proviene el financiamiento para el funcionamiento del comercio?

O Propio O Crédito Cuales:

17. ¿Qué elementos considera para realizar el abastecimiento de sus productos?

O Demanda O Investigación O Promoción

O Otros:

18. ¿Las ventas las realiza por:

O Demanda propia

O Prescripción O Diagnostico

O

Otros:

PRODUCTOS NATURALES

19. ¿Qué productos naturales se comercializan para los siguientes signos y síntomas?

Signo/síntoma:

Producto:

Presentación: Vía de administración:

Rinorrea:

Tos:

.....

Alza térmica:

.....

Disnea:

.....

Ortopnea:

.....

Ruidos respiratorios:

.....

Cianosis:

.....

Tiraje intercostal:

.....

Falta de aire:

.....

Dolor:

.....

Malestar:

.....

CUADROS COMPLEMENTARIOS

FORMACIÓN PROFESIONAL Y CAPACITACIÓN DE LOS
COMERCIALIZADORES DE PRODUCTOS NATURALES PARA LA
RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS RESPIRATORIOS

Cerro de Pasco 2018

Formación Profesional	Productos Naturales		Salud				Total	
			Humana		Ninguna			
	N°	%	N°	%	N°	%		
Ciencias de la Salud	3	9.38	4	12.50	2	6.25	9	28.13
Ciencias Médicas	4	12.50	5	15.63	0	-	9	28.13
Otros	3	9.38	2	6.25	1	3.13	6	18.75
Ninguna	0	-	4	12.50	4	12.50	8	25.00
Total	10	31.25	15	46.88	7	21.88	32	100.0
								0

Fuente: Cuestionario – Encuesta, Setiembre 2018

INFRAESTRUCTURA Y TIPO DE PRODUCTO QUE OFRECEN LOS
COMERCIALIZADORES DE PRODUCTOS NATURALES PARA LA
RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS RESPIRATORIOS

Cerro de Pasco 2018

Procesado	Sin Procesar		Sin Procesar		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%
Infraestructura	9	28.13	0	-	9	28.13
Tienda	0	-	15	46.88	15	46.88
Quiosco	0	-	8	25.00	8	25.00
Puesto ambulante	9	28.13	23	71.88	32	100.00
Total						

Fuente: Cuestionario – Encuesta, Setiembre 2018