

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA  
ESCUELA MULTILINGÜE DE NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES**

---

**TRABAJO DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL  
TITULO DE LICENCIADO MULTILINGÜE EN NEGOCIOS  
E INTERCAMBIOS INTERNACIONALES**

**“ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN DE LA EMPRESA YOUNG LIVING EN EL  
ECUADOR COMO AGENTE POTENCIAL PARA LA GENERACIÓN DE FUENTES  
DE EMPLEO MEDIANTE EL MODELO DE DISTRIBUCIÓN ‘NETWORK  
MARKETING’ EN EL PERIODO 2008-2010”.**

**JUAN GABRIEL CASTRO GUERRERO**

**DICIEMBRE, 2014  
QUITO – ECUADOR**

## *Dedicatoria y Agradecimiento*

*Dedico esta obra al perfecto creador Dios que con su sabiduría nos envió a este mundo con las plantas que nos ayudan a enfrentar cualquier adversidad de la salud. Al Dr. Gary Young por redescubrir y difundir el uso de los aceites esenciales en la época moderna y a quienes creemos que los aceites esenciales pueden aportar al beneficio de la humanidad.*

*Agradezco a mi maravillosa familia, mi padre Oswaldo Castro, a mi incansable madre Susana Guerrero, a mi hermana Ximena Castro, a mi hermano Oswaldo Castro, a mi compañera Cecilia Niemes. Su amor y su apoyo incondicional rindieron su fruto.*

*A mi Director de Disertación Jorge Mora Varela por su guía y apoyo en la ejecución de este proyecto, a mis lectores Bertha Morales y Juan Carlos Valarezo por ayudarme a culminar este sueño; gracias por sus acertadas sugerencias. A mis amigos y hermanos de la vida que me acompañaron y apoyaron cuando más lo necesite.*

*Xavier García tú eres el siguiente.*

## ÍNDICE

I.	TEMA .....	1
II.	RESUMEN .....	1
III.	ABSTRACT .....	1
IV.	RÉSUMÉ .....	2
V.	INTRODUCCIÓN .....	4
CAPÍTULO I .....		10
<b>ECUADOR COMO DESTINO DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA PARA EMPRESAS DE BIENESTAR DE LA SALUD A TRAVÉS DEL MODELO DE DISTRIBUCIÓN “NETWORK MARKETING” .....</b>		<b>10</b>
1.1	Ecuador: Situación Macroeconómica .....	10
1.1.1	Indicadores Relevantes .....	11
1.1.2	Inflación en el Ecuador (análisis comparativo año 2014) .....	12
1.1.3	Indicadores Ambientales .....	14
1.2	Factibilidad de hacer negocios .....	17
1.2.1	Riesgo País .....	18
1.2.2	Hacer negocios en Ecuador .....	20
1.2.3	Industria del Bienestar de la Salud y su posicionamiento en el Ecuador .....	22
1.3	Network Marketing como alternativa para el desarrollo socio-económico del Ecuador .....	24
1.3.1	Generalidades del Network Marketing .....	24
1.3.2	Historia .....	25
1.3.3	Posicionamiento del Network Marketing en el Ecuador .....	27
CAPITULO II .....		30
<b>ACEITES ESENCIALES Y ANÁLISIS DE LA MULTINACIONAL YOUNG LIVING ....</b>		<b>30</b>
2.1	Aceites Esenciales de Grado Terapéutico .....	30
2.1.1	Historia .....	33
2.1.2	Aceites esenciales y sus activos .....	36
2.1.3	<i>Ventajas y desventajas</i> .....	39
2.2	Young Living .....	41
2.2.1	Antecedentes .....	41
2.2.2	Historia .....	42
2.2.3	Producción .....	44

<b>2.3</b>	<b>Desarrollo empresarial</b> .....	45
<b>2.3.1</b>	<b>Ámbito Nacional e Internacional</b> .....	47
<b>2.3.2</b>	<b>Productos de la empresa</b> .....	49
<b>2.3.3</b>	<b>Medios de distribución</b> .....	50
<b>CAPITULO III</b> .....		54
<b>ANÁLISIS DE LOS EFECTOS DE LA MULTINACIONAL YOUNG LIVING EN EL ECUADOR</b> .....		54
<b>3.1</b>	<b>Análisis situacional</b> .....	54
<b>3.1.1</b>	<b>Inversión existente</b> .....	55
<b>3.1.2</b>	<b>Guayas, estudio Demográfico y Poblacional</b> .....	58
<b>3.1.3</b>	<b>Young Living: desarrollo para la parroquia de Chongón</b> .....	61
<b>3.2</b>	<b>Oferta y Demanda Local</b> .....	63
<b>3.2.1</b>	<b>Análisis de la demanda nacional a nivel Ecuador</b> .....	63
<b>3.2.2</b>	<b>Análisis de la demanda internacional de aceites esenciales</b> .....	65
<b>3.2.3</b>	<b>Análisis de Factores Macroeconómicos y Microeconómicos de la empresa Young Living</b> .....	68
<b>3.3</b>	<b>Empresa Young Living y su relación con el Plan Nacional del Buen Vivir</b> 74	
<b>3.3.1</b>	<b>Generalidades del Plan Nacional del Buen Vivir</b> .....	74
<b>3.3.2</b>	<b>Descripción de los Objetivos del PNBV</b> .....	75
<b>3.3.3</b>	<b>Beneficios Generados por la multinacional Young Living en el Ecuador según los lineamientos del Plan Nacional del Buen Vivir</b> .....	76
<b>VI.</b>	<b>ANÁLISIS</b> .....	80
<b>VII.</b>	<b>CONCLUSIONES</b> .....	84
<b>VIII.</b>	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	85
<b>Bibliografía</b> .....		87
<b>ANEXOS</b> .....		91

## Índice de tablas

Tabla 1. Inflación Ecuador 2013 por mes.....	13
Tabla 2. Empresas del bienestar de la salud (ejemplos) .....	23
Tabla 3. Principios activos de la Lavanda .....	37
Tabla 4. Compuestos químicos de aceites esenciales .....	39
Tabla 5. Ventajas y desventajas de los aceites esenciales .....	39
Tabla 6. Crecimiento de la empresa Young Living comparando los meses de enero desde el año 2006 hasta el año 2014.....	48
Tabla 7. Productos YOUNG LIVING .....	49
Tabla 8. Pasos para pertenecer a Young Living (multinivel).....	51
Tabla 9. Secciones de trabajo Young Living Academy.....	62
Tabla 10. Secciones especiales de Young Living Academy.....	62
Tabla 11. Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Ecuador en 2012.....	63
Tabla 12. Lista de los principales países importadores de aceite esenciales en 2012 .....	66
Tabla 13. MATRIZ EFE (Evaluación de Factores Externos).....	69
Tabla 14. MATRIZ EFI (Evaluación de Factores Internos) .....	70
Tabla 15. MATRIZ PEEA (Dimensión Interna) .....	72
Tabla 16. MATRIZ PEEA (Dimensión Externa) .....	72

## Índice de Gráficos

Gráfico 1. Evolución del Riesgo País de Ecuador .....	18
Gráfico 2. Análisis Comparativo Latinoamérica 2014 .....	19
Gráfico 3. Cuadro comparativo de procesos en Ecuador con respecto a América Latina .....	20
Gráfico 4. Protección del inversionista en el Ecuador .....	20
Gráfico 5. Manejo de permisos para la construcción en Ecuador.....	22
Gráfico 6. Inflación de Ecuador, estudio comparativo (2012-2013-2014) .....	13
Gráfico 7. Inflación de Ecuador por meses 2013.....	14
Gráfico 8. Porcentaje de empresas con permisos ambientales Ecuador.....	16
Gráfico 9. Porcentaje de empresas con licencia ambiental en el 2012 por actividad empresarial.....	16
Gráfico 10. Empresas en el Ecuador que cuentan con certificación ISO 14001 por rama de actividades.....	17
Gráfico 11. Marketing multinivel (aporte al subempleo en Ecuador).....	28
Gráfico 12. Crecimiento Poblacional Guayas 2010 .....	58
Gráfico 13. Situación laboral de los pobladores de la provincia del Guayas.....	59
Gráfico 14. Actividades Económicas de los pobladores de la provincia del Guayas .....	59
Gráfico 15. Tasa de asistencia neta de estudiantes a escuelas en Guayas .....	60
Gráfico 16. Alfabetismo en Guayas.....	60
Gráfico 17. Perspectivas para el incremento de las importaciones de aceites esenciales.....	64
Gráfico 18. Mercados proveedores de aceites esenciales para Ecuador .....	65
Gráfico 19. Países importadores de Aceites Esenciales .....	66
Gráfico 20. Mapa de Importadores mundiales de Aceites esenciales .....	67
Gráfico 21. Matriz IE (Interna Externa).....	71
Gráfico 22. Matriz PEEA (Vector Direccional) .....	73

## Índice de Figuras

Figura 1. Grado terapéutico de los aceites esenciales.....	30
Figura 2. Aceites esenciales .....	32
Figura 3. Aceites esenciales, producto de comercialización.....	33
Figura 4. Planta de Lavanda .....	36
Figura 5. Empresa Young Ilving.....	43
Figura 6. Sitios con presencia de YOUNG LIVING .....	45
Figura 7. Young Living y el Marketing Multinivel .....	50
Figura 8. Ubicación Chongón-Ecuador .....	57
Figura 9. Young Living Academy .....	61

## **Índice de Anexos**

Anexo A. Testimonios del uso de Aceites Esenciales .....	91
Anexo B. Crecimiento anual de Young Living (especificado por meses) .....	94
Anexo C. Entrevista realizada a los señores Xavier Díaz y Gabriel Galarza, representantes y distribuidores de la empresa Young living (17 de Mayo 2014).....	102
Anexo D. Young Living Academy.....	107

## **I. TEMA**

### **ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN DE LA EMPRESA YOUNG LIVING EN EL ECUADOR COMO AGENTE POTENCIAL PARA LA GENERACIÓN DE FUENTES DE EMPLEO MEDIANTE EL MODELO DE DISTRIBUCIÓN “NETWORK MARKETING” EN EL PERIODO 2008-2010**

## **II. RESUMEN**

La siguiente investigación consiste en el análisis de la inversión de la empresa Young Living mediante el empleo del modelo de distribución “Network Marketing” como agente potencial para la generación de fuentes de empleo en el Ecuador. Bajo esta referencia, primeramente se presenta una mirada de la situación macroeconómica del Ecuador y los beneficios del Network Marketing como alternativa para el desarrollo socio-económico del país. En segundo lugar se explica la industria del Bienestar de la Salud y el caso de la multinacional Young Living como empresa pionera en la elaboración de productos relacionados con la industria a nivel mundial. Posteriormente, se muestran los efectos de la empresa en el Ecuador y los beneficios generados por ésta a raíz de su consolidación en la industria del bienestar de la salud. La investigación finaliza con breves conclusiones y recomendaciones con respecto de las ventajas de incentivar la implementación del modelo de redes de mercadeo como alternativa eficiente para la generación de inversión extranjera, la transmisión de conocimientos, tecnología y capital para el país. La metodología utilizada para esta investigación es de tipo exploratorio y correlacional; y el fundamento teórico que enmarca a este documento es el neoliberalismo.

**Palabras Clave:** Situación Macroeconómica, Inversión Extranjera Directa, Industria del Bienestar de la Salud, Network Marketing, Young Living.

## **III. ABSTRACT**

The following research comprehends the analysis of the investment of the Young living Company by using the "Network Marketing" distribution model as a potential agent for the job generation in Ecuador. First, under this reference, the document portrays a gaze of Ecuador's macroeconomic situation and the benefits of Network Marketing as an alternative model to the socio-economic development. Secondly, it presents the industry of the Health & Well-

being and the case of the Young Living multinational company as a pioneer in the development of industry-related products worldwide. Subsequently, the study shows the impact of the company in Ecuador and the profits generated by it, as a result of its consolidation in the Well-being industry. The investigation ends with brief conclusions and recommendations regarding the benefits of encouraging the implementation of Network Marketing model as an efficient alternative for the generation of foreign investment, transfer of knowledge, technology and capital for the country. The methodology used for this research is exploratory and correlational; as well, the theoretical framework chose to this document is neoliberalism.

**Key Words:** Macroeconomic Situation, Direct Foreign Investment, Health & Well-being Industry, Network Marketing.

#### IV. RÉSUMÉ

La suivante recherche comprend l'analyse de l'investissement de la Société "Young Living" en utilisant le modèle de distribution «Marketing de Réseau», comme un agent potentiel pour la création d'emplois en Equateur. Tout d'abord, sous cette référence, le document dépeint un regard de la situation macro-économique de l'Équateur et les avantages du marketing de réseau comme un modèle alternatif au développement socio-économique. Deuxièmement, il présente l'industrie du Bien-Être et de la Santé et le cas de la multinationale Young Living comme un pionnier dans le développement de produits liés à l'industrie dans le monde entier. Finalement, l'étude montre l'impact de la société en Équateur et les profits générés par elle, à la suite de sa consolidation dans l'industrie du bien-être. L'étude finisse avec de brèves conclusions et recommandations concernant les avantages de favoriser la mise en œuvre d'un modèle de marketing de réseau comme une alternative efficace pour la génération de l'investissement étranger, le transfert de connaissances, la technologie et capitale pour le pays. La méthodologie utilisée pour cette recherche est exploratoire et de corrélation; tout aussi le fondement théorique de ce document est le néolibéralisme.

**Mots Clés:** Politiques Macroéconomiques, Développement Économique, Investissement Étranger Direct, Industrie du Bien Être et de la Santé, Network Marketing.

## V. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, las tendencias existentes en el ámbito jurídico se enfocan cada vez más en la privatización y la desregularización económica, y dentro de esta dinámica la liberalización internacional del comercio y los movimientos de capital juegan un rol importante, en donde las multinacionales han experimentado un aumento del poder en la economía mundial. Es por esta razón que las empresas internacionales son clasificadas como los actores globales que participan como motores de la globalización.

En este contexto, Ecuador con una visión proteccionista, genera barreras de toda índole para fortalecer la producción nacional a futuro, siguiendo el modelo de industrialización por sustitución de importaciones. Sin embargo, el limitado desarrollo tecnológico estanca el crecimiento de las empresas nacionales obligándolas a adquirir equipos tecnológicos desde el extranjero.

La problemática existente para las empresas multinacionales está presente en aspectos simples pero a la vez complejos. Por un lado, las políticas en relación a los inversionistas extranjeros son rigurosas y además generan un cierto grado de subdesarrollo y estancamiento en el país, especialmente en poblaciones en las que se pueden obtener progresos sociales con apoyo empresarial internacional. Por otro lado, el capital de inversión que se coloca en un país no es el único referente del posible grado de desarrollo que se obtendrá para ambas partes (la multinacional y el país), sino que también deben tener en cuenta las políticas que trae consigo la multinacional respecto de las del país receptor, el sitio en el que se implantarán sus instalaciones, los beneficios que obtienen los habitantes que rodean a las plantas productoras, etc.

Consecuentemente, si los inversionistas no obtienen en el futuro la confianza necesaria para traer sus capitales al Ecuador, el país no tendrá la suficiente capacidad de recuperación en caso de sufrir una crisis financiera interna. En la crisis de Asia oriental y México en los años 1997 y 2000 por ejemplo, el factor determinante para salir de ella fue precisamente la apertura a los capitales internacionales.

*Los flujos internacionales significan menor riesgo para los propietarios del capital, que pueden diversificar sus créditos e inversiones. Segundo, la integración mundial de los mercados de capital facilita la difusión de prácticas óptimas de administración de empresas, normas contables y tradiciones jurídicas. (Finanzas y desarrollo, 2001)*

La presente investigación pretende ayudar a visualizar como las multinacionales, tomando como ejemplo a Young Living, traen consigo progreso y permiten la transferencia tecnológica en forma de nuevas variedades de insumos de capital; algo que se logra cada vez con mayor dificultad únicamente con un comercio de bienes y servicios, debido al nivel de competencia dado por la globalización. No hay que olvidar que la ganancia que producen las multinacionales incrementa el ingreso obtenido por medio de impuestos a favor del Ecuador, y factores como la obtención de capacitación para empleados en áreas en las que se desempeñan (desarrollo de capital humano en el país) son otro elemento positivo que trae consigo la apertura a este tipo de inversión.

La temática “Análisis de la inversión de la empresa Young Living en el Ecuador como agente potencial para la generación de fuentes de empleo mediante el modelo de distribución “Network Marketing” en el periodo 2008-2010” tiene un punto investigativo con datos comparativos que harán referencia de los beneficios existentes de la inversión internacional sobre territorio nacional y en específico en zonas poco desarrolladas o con pobreza existente.

En materia de investigación empresarial, es necesario saber cuáles son los puntos positivos que se pierden al tener una política que prefiere mantener impuestos altos sobre las sociedades multinacionales, que aceptar las posibles ayudas internacionales que pueden ofrecerlas las empresas que invierten en el país en materia de beneficio social si el país mantiene un nivel moderado de impuestos.

*Los préstamos a corto plazo del exterior obedecen a consideraciones especulativas basadas en las diferencias entre las tasas de interés y las expectativas cambiarias, y no a consideraciones de largo plazo. Estos desplazamientos suelen ser el resultado de distorsiones relacionadas con el riesgo normal, como garantías cambiarias implícitas o tendencia del gobierno a sacar de apuros al sistema bancario. (Finanzas y desarrollo, 2001)*

La investigación a desarrollarse es necesaria para conocer desde un principio la situación del Ecuador con respecto a su progreso económico y

social teniendo de esta manera un panorama claro de indicadores que afectan al desarrollo de la nación con componentes internacionales inmersos. Se busca encontrar la relación existente entre el progreso económico-social y la inversión internacional por medio de información existente de una de las multinacionales con más prestigio a nivel mundial.

Young Living es una empresa multinacional que destila los aceites esenciales de plantas, raíces y de flores en sus granja para posteriormente embotellar el producto y distribuirlo a través de sus miembros. *“Esta compañía tiene más de 520 000 distribuidores alrededor del mundo, para comercializar más de 150 productos. La compañía se encuentra realizando ensayos en las fincas de la Universidad, ubicada en el kilómetro 19 vía Julio Moreno, en el sector de Chongón.”* (El Comercio, 2006)

¿Es un aporte sustancial el que realizan las multinacionales en la situación económica de una nación? Esta es la pregunta que focaliza todo el sentido de la presente investigación. Se busca determinar la correlación existente entre el progreso social y la inversión en zonas rurales y urbanas marginales en el Ecuador. La presencia de empresa Young Living en el mercado ecuatoriano a través de la Industria del Bienestar con la producción y comercialización de los aceites esenciales sería atrayente a la inversión extranjera a más de que aportaría para generación de fuentes de empleo en el país es la hipótesis sobre la cual la investigación basa y estructura su desarrollo.

El objetivo al que van enfocados los resultados obtenidos, es el de determinar las potencialidades existentes en la inversión realizada por la empresa multinacional Young Living en el Ecuador. El funcionamiento del Network Marketing como herramienta que potencializa las oportunidades laborales en los procesos de distribución va de la mano con los beneficios generados tras la inversión económica realizada.

Los objetivos específicos de esta disertación son el análisis de la Industria del Bienestar en el Ecuador y su relación con el Network Marketing; el análisis de la multinacional Young Living en el Ecuador y su potencial diversificación en Latinoamérica; y el análisis del mercado ecuatoriano para productos con aceites esenciales. Éstas son las bases que guiarán de una manera descriptiva, conceptual e histórica la indagación.

El fundamento teórico utilizado se basa en el neoliberalismo como corriente ideológica emanada de las 10 políticas del Consenso de Washington a finales de la década de los ochentas. Esta corriente sustenta la importancia de mantener políticas que propendan a la liberalización, privatización, y desregulación; algo que se ha demostrado es beneficioso para el desarrollo de las multinacionales y que ha permitido promover el fortalecimiento de la economía nacional de la mayoría de países occidentales en el mundo, a través de la aplicación de la división internacional del trabajo bajo la globalización y la apertura a empresas internacionales. Para esta disertación, la teoría se ajusta a la descripción de la empresa multinacional Young Living, y su posible expansión en el Ecuador y Latinoamérica, siempre que se de paso a la implementación de políticas de corte neoliberal.

La investigación a realizarse es de tipo exploratoria. La información obtenida y analizada será sustentada por fuentes fidedignas y comprobables como es el caso de documentos virtuales publicados en páginas web de diversos ministerios públicos del Ecuador. La tipología está basada en recolección de datos e información correspondiente a las actividades internas y externas de la multinacional Young Living en acontecimientos nacionales e internacionales, logrando de esta manera visualizar sucesos que respaldan la trascendencia y seriedad del trabajo de dicha empresa.

Como sustento o aporte sustancial a la tipología a utilizarse para el tratamiento de datos, se empleará como soporte la investigación correlacional que tiene como propósito mostrar o examinar la relación existente entre el desarrollo de la parroquia de Chongón en la provincia del Guayas y la inversión de la multinacional Young Living.

*Tanto es el interés de la multinacional Young Living que desde hace siete meses (2006) se asentó en Cuenca e invirtió USD 100 mil, emplea a seis personas y busca acuerdos con universidades como la de Azuay y la Católica de Guayaquil y con las facultades de Agronomía. (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2006)*

Los fundamentos sobre los cuales trabaja la Carrera Universitaria Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales, o más conocida como LEAI, son relacionados con la apertura al comercio que se plantea con multinacionales las cuales podrían desarrollar al Ecuador en un país que mejora la calidad de vida de los más necesitados. Análisis de acontecimientos

macro económicos son utilizados en concordancia a lo acontecido a nivel nacional y su impacto sobre multinacionales que generan desarrollo nacional. Ciencias políticas, como legislaciones existentes que van de la mano con sucesos internacionales generan expectativas de cambio para pobladores de las distintas zonas el Ecuador así como también para los inversionistas internacionales.

**Art. 14.-** *Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, sumak kawsay.*

*Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados. (Asamblea Nacional Constituyente, 2008)*

El contenido generado para establecer que la hipótesis “La presencia de empresa Young Living en el mercado ecuatoriano a través de la Industria del Bienestar con la producción y comercialización de los aceites esenciales sería atrayente a la inversión extranjera a más de que aportaría para generación fuentes de empleo en el país” analiza información integral de la empresa Young Living. El primer capítulo relata como el Ecuador es un destino para la inversión extranjera de las empresas de la salud y el resultado obtenido entre los pobladores de la parroquia de Chongón donde se encuentra la multinacional Young Living.

Posterior a este análisis y de una manera más específica se estudiará la industria del Bienestar de la Salud y como modelo de referencia a la empresa Young Living con enfoque a los beneficios existentes en sus productos y también a la historia y a su diversificación a nivel mundial.

Para concluir y relacionar tanto el aspecto macroeconómico con los beneficios presentados a los inversionistas internacionales, en el tercer capítulo se analiza la repercusión de la multinacional Young Living en el Ecuador indicando la inversión existente y su impacto específico en la parroquia de Chongón. La oferta y demanda nacional se constituye como un eje imperativo al momento de determinar la sustentabilidad y la sostenibilidad de la inversión multinacional. El análisis FODA Y PEEA ayudará a relacionar en un sentido más crítico el enfoque y la visión de desarrollo y sus efectos en el presente y futuro que tendrá dicha multinacional.

El Plan Nacional del Buen vivir y sus objetivos serán el referente que determine la importancia que tienen las inversiones extranjeras sobre territorio nacional buscando acoplar políticas institucionales con las políticas gubernamentales en beneficio de la sociedad ecuatoriana.

## CAPÍTULO I

### ECUADOR COMO DESTINO DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA PARA EMPRESAS DE BIENESTAR DE LA SALUD A TRAVÉS DEL MODELO DE DISTRIBUCIÓN “NETWORK MARKETING”

#### 1.1 Ecuador: Situación Macroeconómica

El análisis de la situación macroeconómica de un país permite determinar las condiciones generales en las cuales va a actuar una empresa; para este subcapítulo, se presentan tres temas a tratar que además de exponer la situación macroeconómica están vinculados al modelo “Network Marketing” y la industria del Bienestar de la Salud. En este orden se van a tratar los siguientes puntos: indicadores relevantes, inflación e indicadores ambientales.

Los indicadores económicos de una nación se basan en datos obtenidos por medio de análisis estadísticos que determinarán el desarrollo que tienen los países. Al respecto el Ministerio Coordinador de Política Económica de Ecuador (2014) indica que *“De acuerdo a los resultados de las Cuentas Nacionales Trimestrales publicados por el Banco Central del Ecuador (BCE), el Producto Interno Bruto (PIB) tuvo un crecimiento anual de 4.5% en el año 2013 con respecto al año 2012.”*

Las estrategias aplicadas por el gobierno central del Ecuador generan desarrollo basado en objetivos determinados para sus habitantes presentados en el Plan Nacional del Buen Vivir. Existen factores relevantes que permitieron transformar la economía en vías de desarrollo como la ecuatoriana, los esfuerzos y estrategias implementadas en el periodo de investigación se enfocan en diversificar la matriz energética, pagar la deuda social e incrementar la inversión pública en infraestructura como aeropuertos, escuelas, universidades, hospitales, etc.

La matriz productiva ecuatoriana basada en una solución macroeconómica nacional generó estrategias dentro de políticas en términos comerciales, la sustitución de las importaciones que buscan impulsar la producción nacional y por ende sus exportaciones *“Con todas las medidas que se está tomando, de sustitución de importaciones, de restricción de importaciones, se cree que hasta el año 2017, esa es la meta, se sustituirán más de 6.000 millones de dólares en importaciones”*. (PROQUEST, 2014).

### 1.1.1 Indicadores Relevantes

Existen indicadores que sustentan información para los habitantes de dichas naciones y para los inversionistas de las multinacionales.

*Los indicadores macroeconómicos son estadísticas que indican el estado de la economía en el período de investigación según un área particular (industria, mercado de trabajo, comercio, etc.). Las instituciones gubernamentales y empresas del sector privado los publican en una fecha determinada. (MARKETS, 2014)*

La cultura económica y la difusión de la información de los diferentes actores de la economía nacional, publican sus datos macroeconómicos, haciendo de esta una herramienta para generar transparencia en procesos.

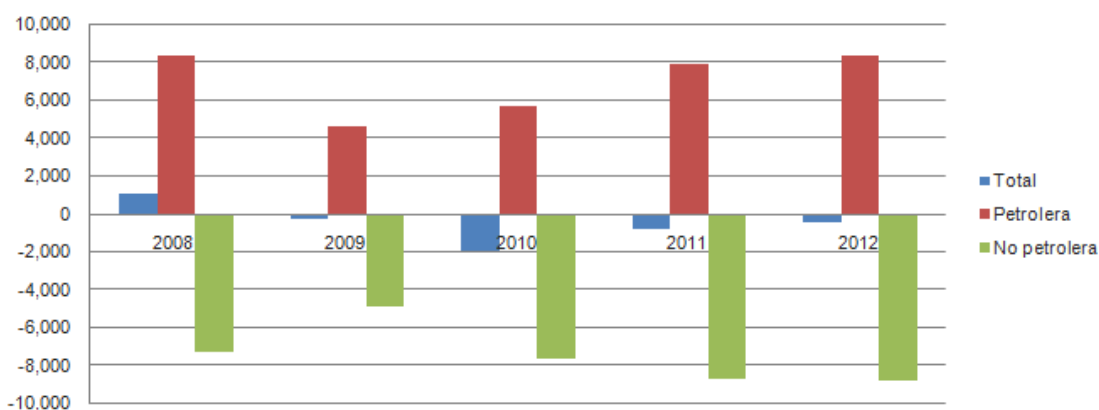
#### **Producto Interno Bruto PIB**

El Producto Interno Bruto (PIB), es la variable que indica el total de bienes y servicios finales que han sido producidos dentro del Ecuador al finalizar un año Fiscal. Desde el 2004 hasta el 2011 el PIB en el Ecuador creció en el 7.8% por la existencia de incentivos económicos, incremento en los gastos de la inversión pública realizados para impulsar varios sectores buscando contrarrestar los efectos de la crisis económica del año 2008. Para el año 2012 se observó un nivel de disminución donde se obtuvo un 5.1% de crecimiento en comparación al año 2011.

*En la economía ecuatoriana, de acuerdo a estimaciones realizadas por el Banco Central del Ecuador y el Ministerio Coordinador de la Política Económica, se espera para este año un crecimiento real entre 3,7% y 4%, lo que significa un crecimiento moderado en relación con años anteriores. Para el 2014, el crecimiento se estima entre 4,5% y 5,1%. (PODERES-INTELIGENCIA POLÍTICA, 2014)*

La balanza comercial en los últimos tres años generó un saldo deficitario debido a las importaciones que lideran el mercado ecuatoriano, sin importar las barreras que se coloquen este saldo negativo sigue creciendo a tal punto que en el 2013, 77% de las importaciones fueron de productos no petroleros.

Gráfico 1.  
 PIB EN EL ECUADOR.



Fuente: (PODERES-INTELIGENCIA POLÍTICA, 2014)  
 Recopilado por: Castro Juan.

### 1.1.2 Inflación en el Ecuador (análisis comparativo año 2014)

La inflación es la variación del precio de productos y servicios que se encuentran en el mercado.

*La inflación es un fenómeno que, a partir de la posguerra, ha pasado a ser un rasgo estructural del sistema capitalista. Se trata de un fenómeno contradictorio que a la par que beneficia al sistema también le genera problemas; que beneficia a ciertos grupos sociales y perjudica a otros; que plantea a los gobiernos la disyuntiva de la inflación o el paro. (Romero, 2009)*

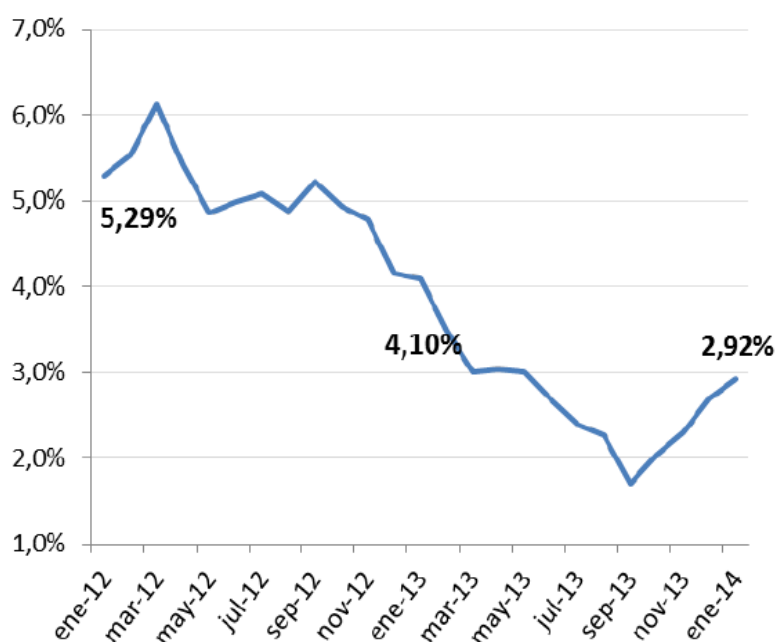
El Ecuador es una nación en vías al desarrollo y basa su ingreso económico en procesos de producción primarios como es el sector de la agro industria y otros sectores que tienen procesos desarrollados como el minero y el petrolero, sectores que permiten generar ingresos monetarios al país<sup>1</sup>, estos mitigan problemas tales como la pobreza, migración, falta de salud, vivienda, empleo, problemas educativos, etc.

Al observar el avance que tiene la inflación en el Ecuador, se puede concluir que disminuye de manera progresiva.

<sup>1</sup> En el 2013 solo el sector petrolero generó más de 1048 millones de dólares

Gráfico 2.

INFLACION DE ECUADOR, ESTUDIO COMPARATIVO 2012 - 2014



Fuente: (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2014)  
 Recopilado por: Castro Juan.

Ecuador generó un desarrollo económico. El gráfico 2 enfatiza el progreso alcanzado de un 5,29% de nivel de índice de inflación en el mes de Enero del año 2012 a un 2,92% en el mismo mes pero del año 2014. “Se prevé que la inflación será de un 3,2%, un crecimiento real del PIB de 4,5% al 5,1%, superior al de América Latina.” (Noticias Financieras, 2014)

Tabla 1.

INFLACIÓN ECUADOR 2013 POR MES.

Inflación mensual 2013				
Mes	Índice	Variación mensual %	Variación anual	
<b>Enero</b>	142.34	0.5	4.1	
<b>Febrero</b>	142.61	0.18	3.48	
<b>Marzo</b>	143.23	0.44	3.01	
<b>Abril</b>	143.49	0.18	3.03	
<b>Mayo</b>	143.17	-0.22	3.01	
<b>Junio</b>	142.97	-0.14	2.68	
<b>Julio</b>	142.94	-0.02	2.39	

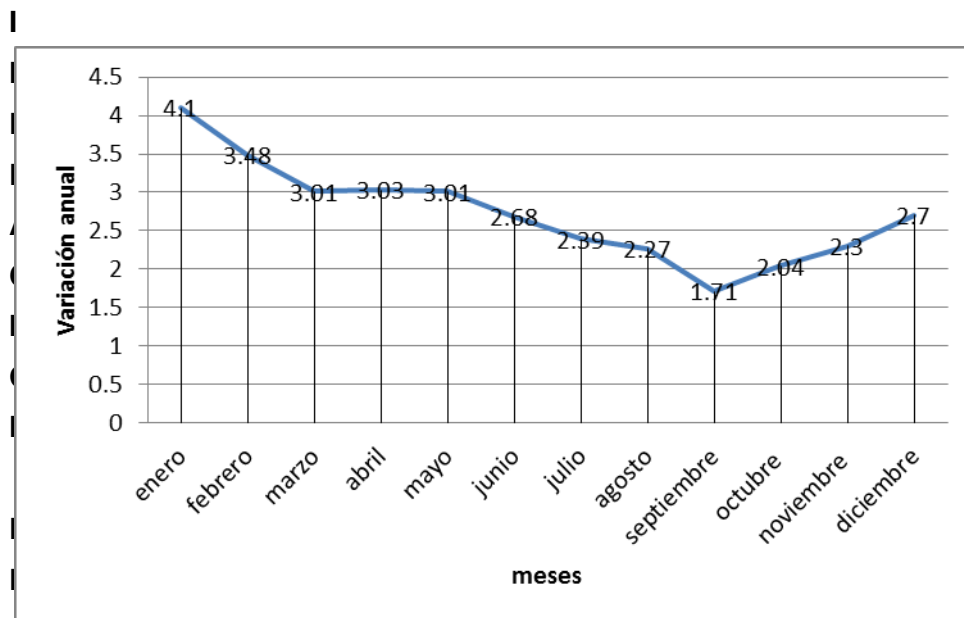
<b>Agosto</b>	143.19	0.17	2.27
<b>Septiembre</b>	144	0.57	1.71
<b>Octubre</b>	144.59	0.41	2.04
<b>Noviembre</b>	145.16	0.39	2.3
<b>Diciembre</b>	145.46	0.2	2.7

Fuente: (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2014)  
Elaborado por: Castro Juan.

Por otro lado, la Tabla 1 indica que el “índice de precios al consumidor se ubicó en 146,51 lo cual representa una variación mensual de 0,72%.” (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2014) .

Gráfico 3.

### INFLACIÓN MENSUAL 2013



Fuente: (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2014)  
Elaborado por: Castro Juan.

De acuerdo a estos gráficos y tablas se puede evidenciar que Ecuador mantiene un índice de inflación moderadamente estable debido las políticas adoptadas por el gobierno nacional.

### 1.1.3 Indicadores Ambientales

Los países que poseen recursos naturales y ambientes aptos para conservar la vida animal y vegetal, tienen (o deberían tener) responsabilidad social para protegerlos. Ecuador es uno de ellos y en este sentido está

marcando disposiciones claras con respecto a procesos de producción de empresas nacionales y multinacionales, argumentando que el medio ambiente es el eje central del desarrollo de una sociedad.

En el Ecuador, los indicadores ambientales no se rigen únicamente a un estudio en el plano de evaluación ambiental, sino que buscan integrar enfoques analíticos y participativos que tengan interacciones o interconexiones con las consideraciones económicas, sociales y de inversión por ende el objetivo del análisis de indicadores ambientales para el país, es conjugar los factores que comprometen a las empresas extranjeras al momento de encaminar sus esfuerzos de inversión. Estas políticas de preservación del medio ambiente se amparan bajo la Constitución del Ecuador en los siguientes artículos:

*Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, sumak kawsay. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados. (Asamblea Nacional Constituyente, 2008)*

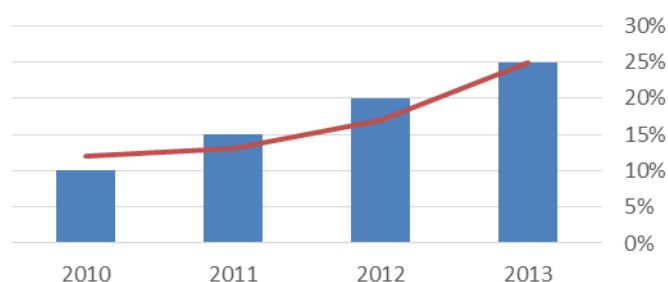
*Art. 15.- El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectará el derecho al agua. Se prohíbe el desarrollo, producción, tenencia, comercialización, importación, transporte, almacenamiento y uso de armas químicas, biológicas y nucleares, de contaminantes orgánicos persistentes tóxicos, agroquímicos prohibidos, y las tecnologías y agentes biológicos experimentales nocivos y organismos modificados perjudiciales para la salud humana o que atenten contra la soberanía alimentaria o los ecosistemas, así como la introducción de residuos nucleares y desechos tóxicos al territorio nacional. (Asamblea Nacional Constituyente, 2008)*

### **Análisis de las Empresas y las políticas ambientales en Ecuador (cifras referenciales).**

Frente a las obligaciones ambientales ecuatorianas las empresas que buscan cumplir y acogerse a estas para poder construir y producir necesitan certificaciones de diversa índole.

Gráfico 4.

#### PORCENTAJE DE EMPRESAS CON PERMISOS AMBIENTALES ECUADOR

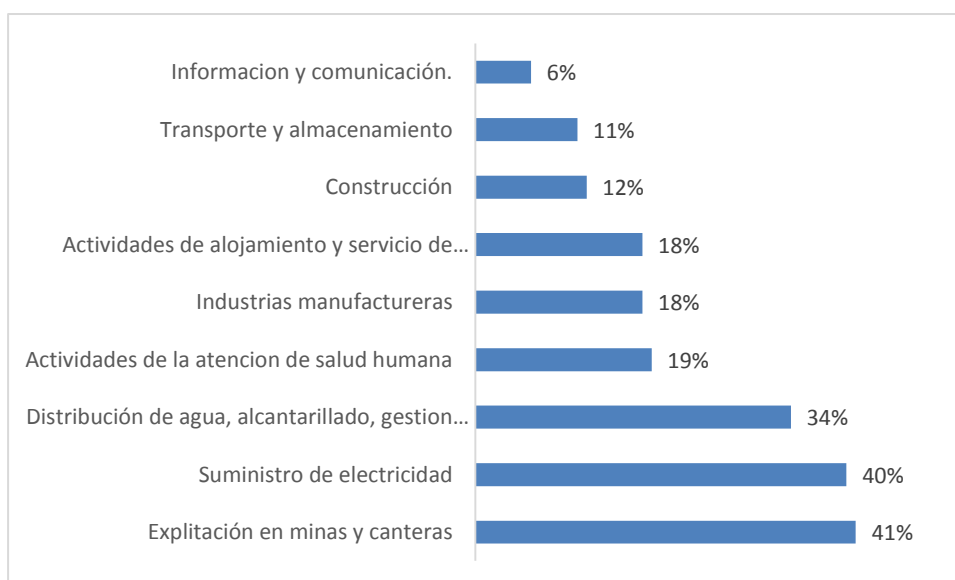


Fuente: (INEC, 2013)  
Elaborado por: Castro Juan.

Con las disposiciones generadas por la Constitución del Ecuador desde el año 2008 con respecto a las normativas ambientales, se determina un despunte de empresas que obtienen licencias ambientales, pasando apenas del 12% en el 2010 al 25% en el 2013 con una tasa de crecimiento promedio del 28.72% entre los 4 años.

Gráfico 5.

#### PORCENTAJE DE EMPRESAS CON LICENCIA AMBIENTAL EN EL 2012 POR ACTIVIDAD EMPRESARIAL.



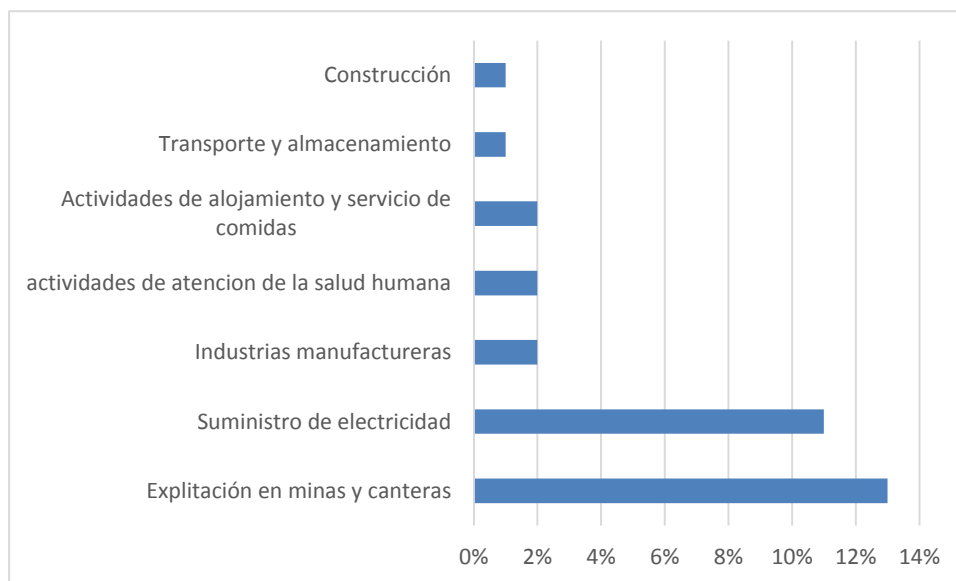
Fuente: (INEC, 2013)  
Elaborado por: Castro Juan.

Industrias como la información y el transporte son las que menos licencias obtienen, lo que no sucede con industrias como la de la electricidad (40%) y la explotación en minas y canteras (41%); el caso de la industria de la

salud el porcentaje de empresas con licencia ambiental se mantiene en un nivel medio con un porcentaje de 19%. Las Multinacionales y empresas extranjeras utilizan métodos diversos para poder cumplir las leyes ambientales determinadas para cuidar el medio ambiente.

Gráfico 6.

#### EMPRESAS EN EL ECUADOR QUE CUENTAN CON CERTIFICACIÓN ISO 14001 POR RAMA DE ACTIVIDADES.



Fuente: (INEC, 2013)  
Elaborado por: Castro Juan.

Las certificaciones internacionales, gráfico 6, tienen una desproporción entre las diferentes industrias, en relación a las de transporte y construcción. También se observan empresas de explotación de minas y canteras con este tipo de certificaciones internacionales.

### 1.2 Factibilidad de hacer negocios

Para el buen desarrollo de negocios internacionales, entre multinacionales y un país es necesario hacer un diagnóstico de la factibilidad de hacer negocios en el mismo. Bajo esta premisa, a continuación se exponen las condiciones de Ecuador en cuanto a: riesgo país, un análisis de cómo hacer negocios y finalmente la exposición de algunas empresas multinacionales en la industria del bienestar de la salud; todo esto con la finalidad de explicar cuál es el escenario en el cual se desenvuelve la empresa Young Living.

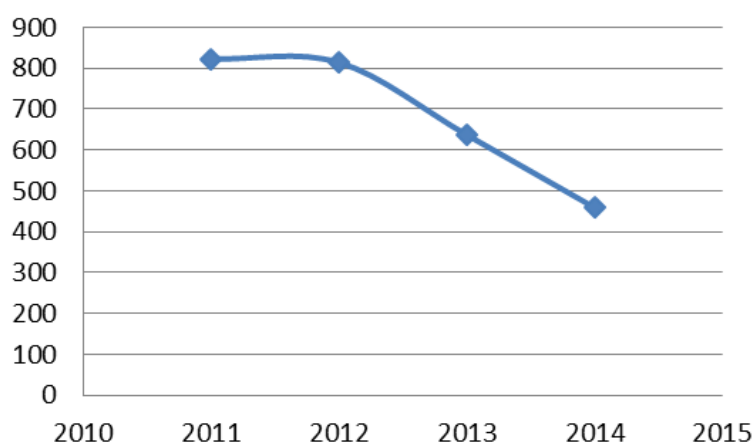
### 1.2.1 Riesgo País

El comercio exterior internacional es el motor generador de riqueza interna para las naciones por cuanto propicia ingresos monetarios que influyen en la balanza comercial; al no existir intercambio comercial y de servicios inherentes a la satisfacción de las necesidades no se daría campo a las posibilidades de progreso y subsistencia. *“Cooperación y desarrollo son palancas sobre las posibilidades y probabilidades de encontrar el camino hacia la solidaridad mundial, que al final resulta un problema ético”* (Ulloa, 2007)

El Riesgo País es un indicador económico situacional que fundamenta información en aspectos financieros, legales y productivos a un determinado país. El aumento de este indicador ubica a una nación como no atractiva para generar inversiones, lo que causa un impacto negativo a largo plazo para el desarrollo de dicha nación.

Gráfico 7

EVOLUCIÓN DEL RIESGO PAIS DE ECUADOR 2010-2014



Fuente: (EMBIG , 2014)  
Elaborado por: Castro Juan.

En el gráfico 7, se evidencia que Ecuador es medianamente atractivo para la inversión extranjera, no obstante si a tendencia se mantiene, dentro en pocos años se ubicará en una mejor opción para invertir, lo cual deviene en mayor atracción para inversores en el extranjero. Desde el año 2011 hasta el año 2014 los puntos del Riesgo País del Ecuador pasan de 823 a 459 puntos, con un promedio de decrecimiento del 17%. Ecuador se sitúa en el sexto puesto a nivel de Latinoamérica antes de Bolivia y después de Argentina. Parte de esta tendencia de decrecimiento, se debe a la seguridad que ofrece el

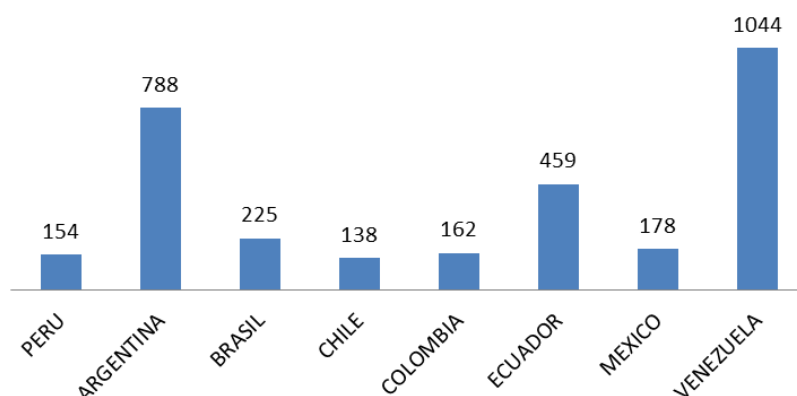
marco jurídico en el país en años recientes, de hecho, en una reunión ante un gran inversionista de la India, la Ministra de Turismo Sandra Naranjo aseveró que “Ecuador es un país pródigo, por lo que le auguró éxito, a la par que informó los planes y proyectos de inversión del Ministerio de Turismo, así como el marco legal que apoya y atrae la inversión hacia nuestro país.” (Ministerio de Turismo de la República del Ecuador, 2014)

*El Riesgo País no constituye una modalidad de riesgo; se trata de un conjunto de factores, distintos a hechos considerados como riesgos comerciales, que sirven para establecer el grado de confianza y de solvencia que merece un país para concederle facilidades financieras, o para realizar intercambios comerciales. (Hernández, 2003)*

A un nivel comparativo, se realiza un estudio de Ecuador con respecto a sus economías más cercanas como son las que conforman los países de la CAN y de la ALADI:

Gráfico 8.

#### ANÁLISIS COMPARATIVO LATINOAMÉRICA 2014.



Fuente: (EMBIG , 2014)  
Elaborado por: Castro Juan

Ecuador a nivel de Latinoamérica (gráfico 8), se encuentra ubicado en sexto lugar antes de Argentina (788 puntos) y Venezuela (1044 puntos), tiene una condición de mejora con respecto a años anteriores pero no así con respecto a países cercanos que se encuentran como los menos indicados para invertir, Chile con 138 puntos se postula como una opción al momento de invertir capitales extranjeros.

*Un total de 158 proyectos de inversión de empresas internacionales fueron seleccionados por el Comité de Inversiones Extranjeras (CIE) chileno para participar en el I Foro Internacional de Inversiones Chile 2014, que se realizará en enero próximo, informaron fuentes del organismo. En total postularon 235 proyectos provenientes de 21 países, de los que el CIE seleccionó los 158 mejores, cuyos responsables*

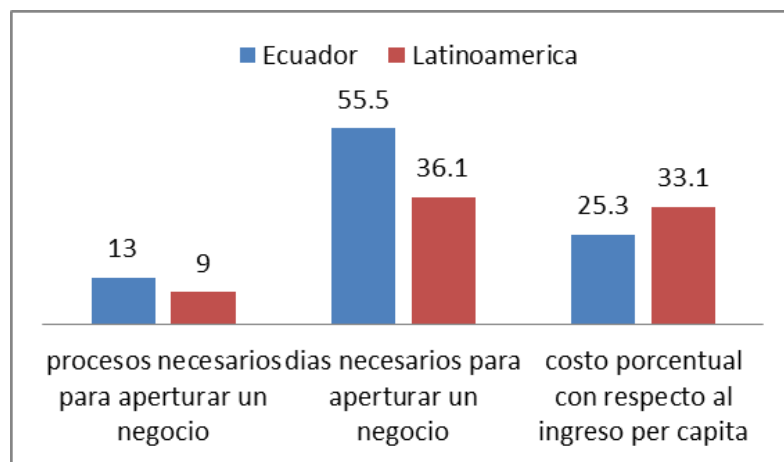
participarán en actividades en Santiago, Calama y Puerto Varas, en seminarios multisectoriales, visitas a terrero y rondas de negocios entre empresas locales y extranjeras, con más de 600 reuniones. (PROQUEST, 2013)

## 1.2.2 Hacer negocios en Ecuador

En el año 2014 la organización DOING BUSINESS que tiene como misión analizar el entorno legal, político, económico, social de un país y que está avalada por el International Finance Corporation (Corporación Internacional Financiera) y el World Bank (Banco Mundial), buscó posicionar a los países de acuerdo con su nivel de desarrollo, lo que facilita tomar una decisión ante cualquier opción de inversión. Según este análisis, la primera economía a nivel mundial en la que se presenta más facilidades a los inversionistas extranjeros es la de Singapur y en último puesto del ranking está Chad.

Gráfico 9.

CUADRO COMPARATIVO DE PROCESOS EN ECUADOR CON RESPECTO A AMÉRICA LATINA

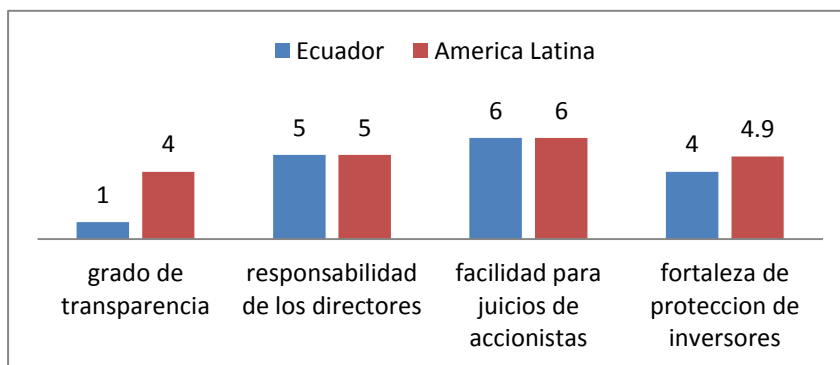


Fuente: (DOING BUSINESS, 2014)  
Elaborado por: Castro Juan

En el gráfico 9, el Ecuador requiere de 13 requisitos burocráticos, 55 días y 25,3% del ingreso per cápita (5.190 USD) capital necesario para abrir un negocio en comparación con Latinoamérica.

Gráfico 10.

PROTECCIÓN DEL INVERSIONISTA EN EL ECUADOR.



Fuente: (DOING BUSINESS, 2014)  
Elaborado por: Castro Juan.

En el gráfico 10, el nivel de transparencia existente en Ecuador no genera seguridad a los inversionistas extranjeros a comparación de lo que pasa en Latinoamérica.

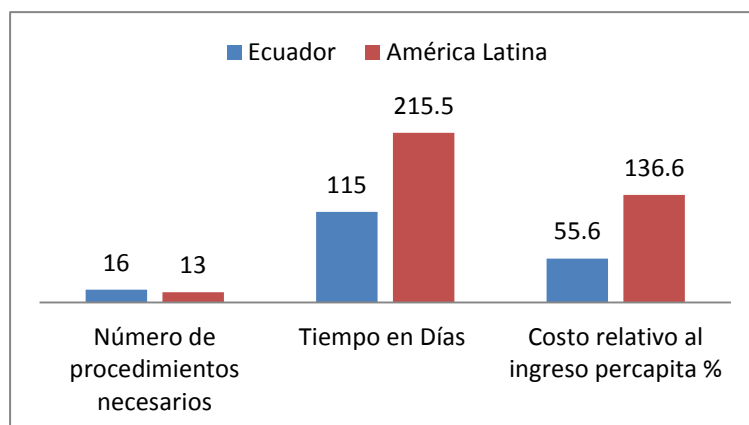
El grado de responsabilidad de los directores está a la par con países latinoamericanos y tiene el suficiente nivel de compromiso de las personas en las labores gerenciales encargadas. Las fortalezas para la protección a inversionistas es inexistente con respecto al resto de Latinoamérica, el Ecuador busca convencer a naciones que funcionarían como aliados estratégicos para que sus capitales se inviertan generando un desarrollo nacional sostenible.

*En una conferencia organizada por la patronal empresarial española (CEOE), Calahorrano citó en su intervención algunos de los sectores con posibilidad de inversión extranjera, entre los que destacó proyectos eléctricos, petroleros, de telecomunicaciones y de medioambiente. Ecuador aspira a "no ser productor de materias primas" sino a dar un salto en el ámbito empresarial que le permita elevar la calidad de vida de su población y "reducir la brecha entre pobres y ricos", dijo el embajador. Para ello, Ecuador ofrecerá algunos incentivos a las empresas españolas que decidan invertir en el país, como deducciones fiscales o ventajas arancelarias, explicó durante la reunión el jefe de la oficina comercial Proecuador, José Luis Cabascango quien dijo que Ecuador se encuentra en medio de "un proceso de diversificación de mercados", pero señaló que las inversiones que busca tienen que estar "alineadas a la protección medioambiental", principio al que el Gobierno ecuatoriano otorga importancia. Para el jefe de la oficina comercial ecuatoriana, España tiene unas características que se complementan con las de Ecuador, país del que dijo que es la puerta hacia el mercado latinoamericano. (PROQUEST, 2014)*

Las empresas extranjeras buscan cualidades específicas al momento de invertir: localización geográfica, facilidad de construir sus industrias en suelos internacionales. El tiempo hace rentable o no una idea de inversión.

Gráfico 11.

## MANEJO DE PERMISOS PARA LA CONSTRUCCIÓN EN ECUADOR.



Fuente: (DOING BUSINESS, 2014)  
Elaborado por: Castro Juan.

Ecuador genera opciones aceptables ante inversionistas interesados en el país, tomando como referencia los procesos necesarios para obtener permisos en la construcción. En el gráfico 11, que existe un número superior de procedimientos burocráticos para poder construir existiendo una relación de 3 procedimientos más que en países latinoamericanos cercanos. En tiempo en días tiene una ventaja con respecto a su comparativo latinoamericano que es de 100 días, marcando en este punto una diferencia en la ventaja comparativa. Los costos para los procesos en el ámbito de la construcción necesitan 55.6% del valor per cápita, 2885.64 USD para obtener permisos de construcción, con respecto a 7089.54 USD en Latinoamérica. Estos son indicadores que generan un sentido de percepción en los actores internacionales.

### 1.2.3 Industria del Bienestar de la Salud y su posicionamiento en el Ecuador

La Industria del Bienestar de la Salud como su nombre lo indica se refiere a toda actividad productiva o de comercio en la cual se oferte productos y servicios para que la gente mantenga o mejore su salud. (Corporación Tecnicon C.A. , 2011)

*“Estar bien” es una prerrogativa del ser humano superior. En realidad no existen “enfermos”, sino personas que necesitan conocimiento para equilibrarse en sus dimensiones física, emocional, mental, espiritual y social. Cuando se equilibran y armonizan estos diferentes planos, reflejan la salud, la buena forma, la integridad y el bienestar. (Molina & Vallellano, 2005)*

En el Ecuador existen 245 empresas dedicadas a áreas de la salud. Son pocas las que generan un desarrollo económico cerca de su ubicación geográfica así como también un desarrollo de la población y el medio ambiente. En la tabla 2 se citan algunas de las empresas dedicadas a la búsqueda del bienestar de la salud.

Tabla 2.

EMPRESAS DEL BIENESTAR DE LA SALUD (EJEMPLOS).

RUC	Nombre
1792345103001.	Alimentación, salud y nutrición S.A ALSANUT
1790868710001.	Centro medico nutricional salud y alimentación CEMENUT.
1791076168001.	IBAMON S.A
1791843134001.	NUTRISALUD S.A

Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2014)

Elaborado por: Castro Juan.

Empresas como *Marketing Worldwide* y *Herbalife*, se encuentran posicionadas en el mercado ecuatoriano. Existe una amplia fuerza de vendedores que han encontrado en este negocio de venta directa una manera de ganarse el sustento.

En el caso de la multinacional *Marketing Worldwide*, cuya matriz *Intermarketing Express* factura entre U\$87 y U\$174 millones anuales desde su ingreso en el mercado ecuatoriano en el 2004 ya experimentaba un crecimiento en ventas de 100% semestral; y luego de 15 años de su creación, la empresa se ha extendido a más de 40 países en Europa, Asia y América. (Diario Hoy, 2005)

*Worldwide* es una empresa de marketing directo, la cual se promociona en televisión con su marca "Como en TV" una gran variedad de productos con entrega de los mismos a nivel nacional, incluyendo las Islas Galápagos. La empresa ofrece una línea para la belleza, salud y hogar realizando infomerciales para publicitarlos que consisten en un programa de 30 minutos de un producto. En ellos, los vendedores presentan el artículo, argumentan su eficacia y describen sus beneficios. (Diario Hoy, 2005)

Las empresas de bienestar de la salud, como la multinacional YOUNG LIVING, que invirtió 20 millones de dólares en la parroquia de Chongón en la provincia del Guayas-Ecuador, busca generar una higiene natural del cuerpo humano sin dañar a la naturaleza de la que saca la materia prima para la elaboración de los productos que permitirán dicha “higiene natural”. La biología sostiene toda su virtud y pureza en el restablecimiento del equilibrio humano, buscando la armonía con la naturaleza de acuerdo con los principios del uso correcto de esencias naturales.

La parroquia de Chongón se benefició tras la incursión de la inversión en el 2006 por parte de la empresa YOUNG LIVING, al grado que desarrolló, la creación de una escuela para los hijos de los pobladores del sector.

### **1.3 Network Marketing como alternativa para el desarrollo socio-económico del Ecuador**

El estudio de este punto es el de generar una idea más clara de lo que se analizará en el capítulo 2, dentro del sistema que utiliza la empresa YOUNG LIVING para generar desarrollo en el Ecuador, y como sus estrategias basadas en sistemas de Marketing Multinivel proporcionan un avance significativo a las zonas donde este actúa. Para ello se va a desarrollar los siguientes puntos en relación al “Network Marketing “: generalidades, historia y posicionamiento.

#### **1.3.1 Generalidades del Network Marketing**

El Network Marketing (también conocido como Marketing Multinivel) es fenómeno suscitado gracias a la necesidad de las personas de poseer una libertad financiera y la oportunidad que esto representó para afianzar e crecimiento de las empresas a nivel mundial. Con la pérdida de millones de empleos en Estados Unidos, debido al cierre o quiebra de empresas que antes se creía eran solventes, la alternativa que adoptaron las personas afectadas por esta crisis fue ingresar a empresas que utilizan el Marketing Multinivel como medio de distribución de sus productos.

Robert Kyosaki (2014) define a este modelo de marketing como: una manera de hacer publicidad de un servicio o un producto utilizando la recomendación, es decir la promoción de boca a boca. Empresarios visionarios

se preguntaron cómo lograr ordenar una red de consumidores-recomendadores relacionados, a fin de compensarlos económicamente y que a su vez la empresa que provee el servicio o producto se beneficie. A esta estructura se lo denominó Marketing Multinivel o Marketing en red; mientras que a los consumidores-recomendadores catalogados como *distribuidores*, a quienes se les brinda la posibilidad de realizar un trabajo independiente y su misión consiste en consumir los productos de una determinada compañía y afiliar a nuevos distribuidores. Cada vez que estos nuevos distribuidores consumieran algo de la compañía, ésta premiaría a sus referidores (los distribuidores que lo refirieron) con un porcentaje de las ventas producidas, es decir que generan un volumen de ventas.

La Empresa YOUNG LIVING utiliza este modelo en el que basa sus estrategias de distribución y este ha sido beneficioso para lograr llegar a países alrededor del mundo incluido el Ecuador.

### 1.3.2 Historia

Nutriline Inc. en el año de 1940 es la primera empresa que genera ventajas a nivel multinivel para sus “distribuidores” o personas que referían sus productos, los cuales podían ganar un ingreso por cada persona a la que invitaban a formar parte de la empresa, multiplicando sus colaboradores, generando un desarrollo en ventas.<sup>2</sup> En el mundo existen más de 30 millones de “distribuidores” que venden de forma independiente o consumen los productos.

*Las ventas que haga un distribuidor juegan un papel necesario, en este negocio lo que lleva a ganancias superiores a la media es la construcción de una organización de personas que consuman y a la vez recomienden un producto o servicio generando un ingreso pasivo que se sigue percibiendo aunque usted decida tomarse un año libre y descansar en la playa. (Kiyosaki, 2014)*

---

<sup>2</sup> NUTRILITE es la marca de vitaminas y suplementos alimenticios No. 1 en ventas en el mundo,\* representando el 46% de las ventas de productos de la compañía. La Proteína en Polvo NUTRILITE (incluyendo la introducción de la Proteína en Polvo 100% Vegetal NUTRILITE), las Vitaminas/Minerales/Fitonutrientes DOUBLE X™ y la Vitamina C Plus Liberación Prolongada NUTRILITE lideraron las ventas de productos en la categoría de nutrición. La línea de productos Nutrilite en América Latina representa el 32% de sus ventas, siendo Omega 3 y Double X los productos con venta en el mercado latino.

## **Alcances**

El Marketing Multinivel es una red de mercadeo que genera un sistema en el que la gente puede invertir una suma de dinero, cuyo objetivo es alcanzar altos niveles de recompensa financiera y por lo tanto libertad personal y económica. El beneficio que presenta este sistema es la capacidad de disminución de costos y precios de los productos finales por la no intervención de los intermediarios. Cada socio tiene la posibilidad de incorporar a otros “distribuidores” y estos a la vez a otros hasta obtener una comisión por el movimiento de productos en la organización.

El Marketing Multinivel no es una nueva forma de negocio, su origen no se puede definir con precisión y hay personas y empresas que se acreditan haber sido pioneras. El proceso existente en redes de mercadeo se remonta a cuando los vendedores ambulantes viajaban por todo el mundo con sus productos realizando ventas directas al consumidor.

En Estados Unidos en época de fiestas familiares, se realizaban presentaciones de un producto por parte de uno de los asistentes que no tenía trabajo, las amas de casa por tradición también utilizaban este medio para mejorar sus ingresos. En los años noventa se empezó a realizar ventas directas con la aproximación real a la que se experimenta en la época moderna, en donde el intercambio de un bien o servicios se realizaba cara a cara fuera de los locales fijos de venta.

### 1.3.3 Posicionamiento del Network Marketing en el Ecuador

Los modelos de distribución tradicionales tienen una serie de pasos en los que sin el intermediario jamás se llegarían al cumplir con efectividad. No es el caso del Marketing Multinivel que propicia un mercado de productos innovadores que no están disponibles en puntos de venta habituales. Existen empresas que gracias a la aplicación este modelo han logrado un posicionamiento de la marca, incrementando la demanda de sus productos, y traduciéndose finalmente en un aumento en el volumen de sus ventas.

En Ecuador las empresas de la Industria del Bienestar de la salud más conocidas sin ningún orden en particular son: Young Living, Herbalife, Organo Gold, Onmi Life entre otras.

Se toma a continuación el caso de Herbalife y su trascendencia a nivel mundial:

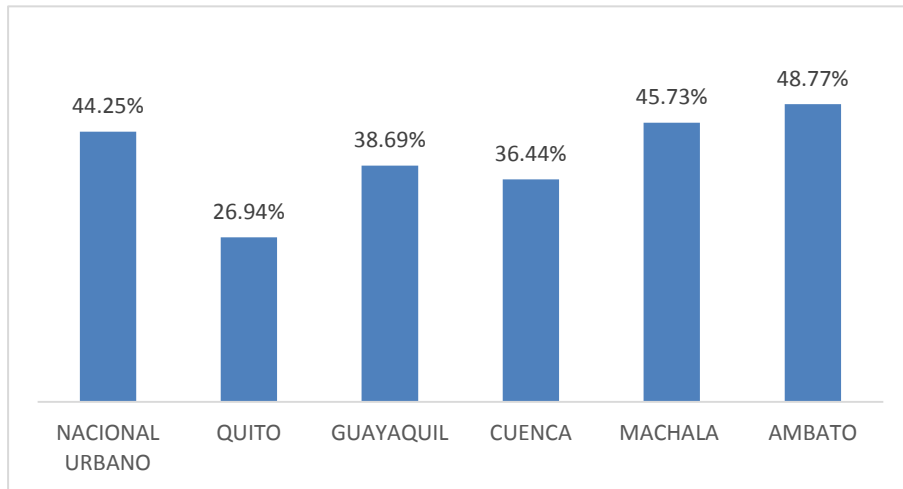
*En febrero de 1980, Mark Hughes empezó con la empresa vendiendo los productos Herbalife desde la cajuela de su automóvil. En el año 1982 Herbalife se vuelve internacional con la apertura de Canadá, facturando más de \$2 millones. En el año 1986 Herbalife comienza a cotizar en bolsa de valores, en el índice NASDAQ. En el año 1992 pasan a tener unas ventas de 21 millones de dólares. En el año 2006 Herbalife llegó a ventas por 3.000 millones de dólares y prevé facturar 5.000 en el año 2007. Los productos Herbalife son elaborados por un equipo científico en donde se encuentran premios nobel de medicina (Dr. Louis Ignarro), el elegido en año 2005 el mejor médico gastroenterólogo del mundo (el Dr. Mario Rosemberg) así como el director del Centro de Nutrición Humana de la UCLA (Dr David Heber) Herbalife actúa en la industria que prevee ventas por 1 trillón de dólares para el año 2010, siendo Herbalife la empresa líder de la industria y líder en empresas de control de peso. HERBALIFE paga hasta un 73% de comisiones y es la empresa que más paga en el mundo a sus distribuidores, actuando en 64 países. (Kiyosaki, 2014)*

Esta multinacional, abrió sus operaciones en Ecuador el 2009 en la ciudad de Quito, siendo este el país número 70 donde abre operaciones notando que de esta manera la sostenibilidad generada por Network Marketing en el Ecuador desde hace 6 años.

Este sistema de redes genera crecimiento en el subempleo en el Ecuador, en el gráfico 12, se observa la incidencia de las redes de Marketing Multinivel en las ciudades más importantes del país, como son Quito 26,94%, Guayaquil (38,69%), Machala (45,73%) y Ambato (48,77%); obteniendo un promedio Nacional Urbano de (44,25%).

Gráfico 12.

MARKETING MULTINIVEL (APORTE AL SUBEMPLEO EN ECUADOR).



Fuente: (INEC, 2014)

Elaborado por: Castro Juan.

Para concluir con el primer capítulo se evidencia que la situación macroeconómica del Ecuador ha mejorado en los últimos años debido a las políticas adoptadas por el gobierno nacional. De acuerdo a indicadores económicos como el PIB, ha existido un crecimiento moderado con una proyección con resultados positivos hacia el 2014. La inflación en el país se mantiene estable y continuará en la misma tendencia en el futuro. De igual forma se está estableciendo un marco legal con disposiciones claras con respecto a la producción de empresas nacionales y multinacionales, argumentando que el ambiente es el eje central para el desarrollo de la sociedad.

En contraste a la situación macroeconómica actual -que mantiene un factor positivo con respecto a la atracción de inversión extranjera-, la factibilidad para hacer negocios muestra un panorama no tan alentador tanto por la posición del Ecuador respecto del riesgo país, como para la facilidad para implementar un negocio en relación al tiempo empleado –procesos burocráticos-, la seguridad jurídica y permisos de construcción.

Finalmente en el ámbito específico de la industria del bienestar de la salud, se expone que existen competidores actuales y potenciales para la implementación de la multinacional Young Living, lo cual implica una amenaza para la consolidación de la misma en el país. Sin embargo se evidencia también que la empresa, a diferencia de las competidoras y además de usar el “Network Marketing” como modelo de distribución, sostiene un campo de acción social paralelo y en correlación a los productos que ofrece, siendo los principales beneficiarios los miembros de la comunidad de la parroquia Chongón.

Con lo expuesto anteriormente, el siguiente capítulo se enfoca a profundizar la información con respecto a los aceites esenciales de grado terapéutico y un análisis la empresa Young Living.

## CAPITULO II

### ACEITES ESENCIALES Y ANÁLISIS DE LA MULTINACIONAL YOUNG LIVING

#### 2.1 Aceites Esenciales de Grado Terapéutico

La empresa Young Living produce y comercializa aceites esenciales de grado terapéutico, los cuales con su aplicación y uso dotan de beneficios a la salud humana y por ende contribuyen al desarrollo de la Industria del Bienestar de la Salud. En este sentido, es importante conocer sus características, generalidades y la relación que existe en Ecuador con respecto de este producto y su materia prima. Para mostrar esta información a continuación se exponen: su historia, sus activos y composición y las ventajas y desventajas de su uso.

Figura 1.

GRADO TERAPÉUTICO DE LOS ACEITES ESENCIALES.

#### 10 ACEITES ESENCIALES CONTRA EL ESTRÉS



Fuente: YOUNG LIVING

Recopilado por: Castro Juan.

La salud humana se la establece como aquel estado de bienestar físico completo, incluyendo un buen y equilibrado estado mental, social y no solo enfocada a la satisfacción corporal por la ausencia de enfermedades y

dolencias. Como lo deduce la Organización Mundial de la Salud (OMS) "*La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social y no solo la ausencia de afecciones o enfermedades.*" (Organización Mundial de la Salud, 2013).

Las afecciones que aquejan en diferentes grados al ser humano, genera un problema a distintas escalas, tanto a nivel funcional o metabólico como a nivel social, esto tiene que ver con el medio.

*La contaminación antrópica o provocada por la actividad humana como principal fuente emisora a través de los procesos tecnológicos en la industria, el transporte, en la rama agropecuaria y donde su tiempo de permanencia, alcance geográfico y efectos son muchos y muy variados, a veces imprescindibles, afectan en igual manera al agua, aire y organismos vivos, disminuyendo su calidad e influyendo en la salud del hombre.* (Palomino, 2009)

La medicina tradicional o convencional, está siendo desplazada por medicinas que generan un grado de bienestar en el organismo humano. A estas medicinas se las ha denominado alternativas o no convencionales que engloban un sinnúmero de prácticas con imprecisión de sus límites en cuanto a beneficios se refiere. Para entender la diferencia existente entre medicina complementaria, alternativa, tradicional e integrativa, se argumenta lo siguiente:

*La medicina complementaria se utiliza al mismo tiempo que la medicina convencional. Un ejemplo de terapia complementaria es el uso de aromaterapia para ayudar a mitigar la falta de comodidad del paciente después de la cirugía. La medicina alternativa se utiliza en lugar de la medicina convencional. Un ejemplo de una terapia alternativa es el empleo de una dieta especial para el tratamiento del cáncer en lugar de la cirugía, la radiación o la quimioterapia recomendados por un médico convencional. La medicina tradicional abarca una serie de terapias y prácticas que difieren un país a otro y de una región a otra. Según la NCCAM (National Center for Complementary and Alternative Medicine: Centro Nacional de Medicina Alternativa y Complementaria), es la medicina según la práctica de aquellas personas que tienen títulos de MD (doctor en medicina) o DO (doctor en osteopatía), así como los otros profesionales de la salud, como el fisioterapeuta, los psicólogos, terapeutas ocupacionales, paramédicos, podólogos, logopedas y enfermeros titulados. La medicina integrativa, según la definición de NCCAM, combina terapias médicas formales y terapias de la medicina complementaria y alternativa para las cuales existen datos científicos de alta calidad sobre su seguridad y eficacia.* (Medicina Alternativa, 2014)

En la medicina alternativa no se aplican criterios científicos para poder demostrar su validez, los beneficios no están reconocidos como institución la que conservan como metodología ortodoxa a la medicina convencional. La eficacia de la medicina alternativa se sostiene tras distintos métodos alternativos, que mejoran a dolencias leves y graves. "*En Europa y Australia el uso de las prácticas de Medicinas Alternativas y Complementarias oscila entre el 20 y el 70%*" (Dipierri, 2005)

## Aceites Esenciales

Los aceites esenciales generan beneficios al ser humano y al medio ambiente, tomando lo necesario de la naturaleza para generar un papel ecológico. Las plantas juegan un papel indispensable para el bienestar físico, emocional y espiritual de las personas. Las investigaciones científicas desarrolladas generaron descubrimientos alrededor de las propiedades del reino vegetal. Industrias destinadas al cuidado de la salud humana, invirtieron en la búsqueda de medicamentos compuestos basados en la naturaleza y sus propiedades así como también, agentes terapéuticos que aún están sin descubrir en las diferentes formas de vida vegetal, desde raíces hasta frutos. (Stewart, 2007)

Figura 2.  
ACEITES ESENCIALES.



Fuente: Inkanal  
Recopilado por: Castro Juan.

Bacterias, hongos, virus, otros agentes externos y en cierto grado perjudiciales a la salud humana, son combatidas por extractos naturales los cuales además de sus propiedades curativas, también tienen propiedades que causan bienestar y salud mental que conlleva a un buen estado de ánimo y mejora la moral.

## Aceites Esenciales en la Medicina Moderna.

Figura 3.

ACEITES ESENCIALES, PRODUCTO DE COMERCIALIZACIÓN.



Fuente: YOUNG LIVING  
Recopilado por: Castro Juan.

Los aceites esenciales son extracciones líquidas de distintos vegetales de concentrados en esencias aromáticas volátiles. Presentan composiciones químicas complejas en su relativo grado de extracción, siendo más potentes que las hierbas u otros elementos deshidratados. Los procesos para la obtención de los aceites esenciales son fruto de una transformación significativa en la que a menudo se necesita de una planta entera para generar una sola gota de aceite esencial destilado. (Essential Science Publishing, 2007)

*Los aceites esenciales no son sustancias simples, son un mosaico compuesto por cientos (incluso miles) de químicos diferentes. Cualquier aceite esencial puede contener desde 80 hasta 300 o más componentes químicos distintos. Un aceite esencial como el de lavanda es complejo; sus componentes se presentan en cantidades ínfimas, pero, en cierta medida, todos contribuyen a los efectos terapéuticos del aceite. (Essential Science Publishing, 2006)*

### 2.1.1 Historia

Los aceites esenciales fueron utilizados en actividades religiosas, de curación y espirituales 4.500 años antes de Cristo se encontraron evidencias

de su uso en los distintos campos mencionados, se utiliza cortezas, resinas y especias perfumadas obtenidas de distintas fuentes, sirvieron para la adoración en templos, embalsamientos y la medicina en general. (Essential Science Publishng, 2006)

Tras un estudio de ESSENTIAL SCIENCE PUBLISHING en el año 2006, encontraron el uso de estos aceites.

*En la Biblia por ejemplo, existen 1.031 referencias de aceites esenciales con sus respectivas instrucciones de aplicación, que incluyen a 33 especies de plantas. Los aceites esenciales fueron utilizados en la vida diaria por parte de los personajes bíblicos, no solo por los Israelitas o los primeros cristianos, sino que también fueron utilizados por todas las culturas que vivían alrededor de ellos, incluyendo a árabes, sirios, babilonios, persas, egipcios, romanos y el resto de culturas alrededor del Mediterráneo. (Essential Science Publishng, 2006)*

La Biblia arroja datos los que determinan que para la producción de perfumes, medicinas, aceites de unión e inciensos, utilizaron los aceites esenciales.

*La palabra "aceite" aparece 191 veces en la versión de la Biblia de King James, la palabra unción aparece 156 veces en la biblia, De origen Hebreo y Griego el termino significa "cubrir", fregar o untar la cabeza, el cuerpo o un objeto con aceite", en hebreo la palabra unción es "masach" o "mishcah" o "moshchach" y es interesante como las variaciones en hebreo de la palabra unción tienen una similitud con la palabra en inglés "massage" cuya traducción es "masaje" en español. El termino hebreo "masach" es también la raíz de la palabra "Mesías" y las traducciones de la Biblia con términos de origen griego se derivan palabras como "Kristos" o "el ungido" que significa Cristo aparece 361 veces. (Essential Science Publishng, 2006)*

La hospitalidad fue uno de los usos para los cuales los aceites fueron creados, por su refrescante bienvenida que se podía ofrecer. Los aceites fueron utilizados en países del Medio Oriente<sup>3</sup>. Los baños además de ser difíciles de obtener, eran una forma de desvincularse de los olores propios corporales, cosas que no eran bien vista, representaban un mensaje gratificante tanto para el emisor como para el receptor.

Tanto en el nuevo como en el antiguo testamento, existen referencias de los aceites esenciales y sus efectos, la mirra, incienso, gálbano, canela, casia, hisopo y nardo fueron de los más nombrados y utilizados.

*En el libro de Éxodo Dios le dio a Moisés la siguiente receta:*

---

<sup>3</sup> A nivel global, reuniendo a países como Arabia Saudí, Baréin, Emiratos Árabes Unidos, Irak, Israel, Jordania, Kuwait, Líbano, Libia, Omán, Catar, Siria, Sudán, Yemen, los territorios palestinos (Franja de Gaza y parte de Cisjordania), y por lo general también a Turquía, pero también para tres países cercanos (Chipre, Egipto e Irán).

Mirra: "Quinientos ciclos" (un galón)  
Canela: "Doscientos cincuenta ciclos"  
Cálamo aromático: "Doscientos cincuenta ciclos"  
Casia: "Quinientos ciclos"  
Aceite de oliva: "Un hin" (1 1/3 galones) (Essential Science Publishing, 2006)

Los aceites esenciales generan un desempeño a la vida cotidiana y todas sus formas de relación (social y cultural). Personas con status alto tenían el poder de adquirir dosis de las esencias obtenidas.

*Se cuenta que Napoleón disfrutaba tanto del agua de colonia a base de neroli y otros ingredientes, que ordeno 162 botellas del producto. Después de conquistar Jerusalén, una de las cosas que los cruzados introdujeron en Europa fue esencia de rosas solidificada. La mística del siglo XII, Hildegard Von Bingen, utilizaba una gran cantidad de aceites y hierbas para sanar. Esta religiosa benedictina fundo su propio convento y fue autora de numerosas obras. Su libro Physica tiene más de 200 capítulos sobre plantas y sus propiedades curativas. (Essential Science Publishing, 2006)*

## **Aceites esenciales en el siglo XV**

Tras pasar Europa una de las epidemias más fuertes en la historia, la Peste Negra<sup>4</sup>, se descubrió que un cierto grupo de personas "ladrones de tumbas" no se contagiaban de dicho virus, pese a tener un contacto directo con contagiados. Dichas personas, por necesidad, pasaron a tener oficios diferentes, por la noche ladrones y por el día ocupaciones en perfumerías y comerciantes de aromas que con conocimiento en destilación y aceites esenciales, descubrieron que la canela, el clavo de olor y el limón con la mezcla debida de eucalipto y romero, generaban mascararas respiratorias para lograr evitar los olores emanado por los cadáveres, logrando evitar el contagio.

## **Aceites esenciales en la primera guerra mundial**

El uso de aceites en hospitales civiles y militares se hizo común, tras la falta de antibióticos y cicatrizantes.

*El doctor René-Maurice Gattefossé, químico cosmético francés, es reconocido como el padre de la aromaterapia. Junto a un grupo de científicos, comenzó a estudiar los aceites esenciales en el año 1907. En su libro del año 1937, Aromaterapia, el Dr. Gattefossé relató la verdadera historia del afamado uso del aceite esencial de lavanda para curar quemaduras, graves. La historia ha adquirido dimensiones míticas en lo que respecta a aceites esenciales. El Dr. Gattefossé estuvo en llamas (cubierto por sustancias en combustión) después de la explosión de un laboratorio en julio del año 1910. Luego de apagar las llamas rodando sobre el césped expresó: "tenía las dos*

---

<sup>4</sup> Se refiere a la pandemia de peste más devastadora en la historia de la humanidad que afectó a Europa en el siglo XIV y que alcanzó un punto máximo entre 1347 y 1353; se estima que la misma fue causa de muerte de 25 millones de personas tan solo en Europa (aproximadamente un tercio de la población del continente en aquel entonces) y unos 40 a 60 millones más en Asia

*manos cubiertas de gangrena gaseosa y se extendía". Luego añadió: Tan solo un enjuague con lavanda detuvo la gasificación del tejido, tras ese tratamiento hubo abundante sudoración y la cicatrización comenzó al día siguiente" (Essential Science Publishing, 2006)*

## 2.1.2 Aceites esenciales y sus activos

Uno de los aceites esenciales más conocidos por su versatilidad y agradable aroma es el de lavanda. A continuación una breve descripción de este aceite:

### Lavanda como aceite esencial.

Además del consumo y uso para la salud humana, se utiliza este tipo de planta para la perfumería. El aceite esencial de lavanda se lo obtiene de sus flores y se lo genera por medio de destilación al vapor. La fragancia natural de la lavanda beneficia al sistema respiratorio por medio de su inhalación directa. Este aceite obtenido, es utilizado en procesos de aromaterapia y en otras preparaciones y se obtienen beneficios como efectos paliativos en afecciones sintomáticas.

Figura 4.

PLANTA DE LAVANDA.



Fuente: [www.hierbamedicinal.es](http://www.hierbamedicinal.es)  
Recopilado por: Castro Juan.

### Propiedades del aceite esencial de Lavanda

Existen diversos beneficios que presenta la lavanda en la salud. El olor relajante de la lavanda hace que funcione como tónico para los nervios, es combatiente directo de migrañas, dolores de cabeza, ansiedad, depresión, tensión nerviosa y otros males psico-sensoriales existentes. *"El aroma refrescante elimina el agotamiento nervioso y la inquietud y aumenta la actividad mental"* (Nueva Salud Natural, 2014)

Genera un potente analgésico a nivel dérmico, que relaja y estimula los músculos. Los trastornos urinarios son estimulados para generar una restauración del equilibrio hormonal en la vejiga, reduciendo los calambres asociados.

Órganos y sistemas beneficiados por la esencia de lavanda.

- *Trastornos respiratorios*
- *Cuidado de la piel*
- *Cuidado del cabello*
- *Digestión*
- *Sistema Inmunológico* (Nueva Salud Natural, 2014)

Tabla 3.

### PRINCIPIOS ACTIVOS DE LA LAVANDA.

Aporte por 100 g			
Agua		16,2 %	
Hidratos de C		5,3 (1,7 fibra) %	
Proteínas		1,7 %	
Lípidos		54,4 %	
Elementos minerales	por 100 g	Vitaminas	por 100 g
K	800 mg	Retinol (Vit. A)	22 mg
Na	4 mg	Tiamina (Vit. B1)	0,03 mg
P	470 mg	Riboflavina (Vit. B2)	0,08 mg
Ca	254 mg	Niacina (Vit. B3)	0,02 mg
Fe	4,4 mg	Piridoxina (Vit. B6)	0,50 mg

Fuente: (ETSIA, 2014)  
Recopilado por: Castro Juan.

En la tabla 3, se describen los componentes, vitaminas y minerales que contiene la lavanda, tomando en cuenta que la esencia de esta planta, incrementa la potencia de sus cualidades minerales al tratarse de un concentrado natural. Entre los principios activos están:

*Ácidos fenólicos: caproíco, butírico, cumárico, isobutírico, rosmarínico y ursólico.*

*1. Flavonoides, cumarinas, taninos, saponinas.*

*2. Aceite esencial rico en alcanfor, linalol, geraniol, borneol, eucaliptol, nerol, d-borneol, limoneno, farneseno, sabineno, alfa-pineno, beta-pineno, beta-felandreno, etc. (ETSIA, 2014)*

Los principios activos de los aceites esenciales tienen propiedades antiinflamatorias y sedantes para tratamientos de dolores generales a nivel externo. También es utilizado en propiedades antisépticas y para lesiones de la piel. Su riqueza en taninos genera curación para heridas, cortes y quemaduras facilitando la cicatrización en la mitad del tiempo normal.

Posee propiedades antivíricas, antibacterianas y bacteriostáticas, siendo eficaz en la inhibición y eliminación de bacterias y virus responsables de enfermedades respiratorias. Por último, sus propiedades antiespasmódicas y sedantes la convierten en un remedio eficaz contra trastornos del sueño, malas digestiones, gases intestinales, mareos, vértigo, ansiedad, hipertensión, etc.

*El aceite esencial de lavanda (Lavandula angustifolia L.) es usado en perfumería porque tiene un perfume fino además de contar con sus propiedades terapéuticas. El aceite de lavandín no tiene uso en la Farmacopea utilizándose en perfumería, cosmética pues se considera que no tienen calidad. En veterinaria el aceite de lavandina se utiliza como biocida (cicatrizante, parasiticida, bactericida). (ETSIA, 2014)*

### **Características químicas de los aceites esenciales.**

Los activos de los aceites esenciales tienen una estructura de diferentes características con criterios como: consistencia, origen y la naturaleza química de los componentes.

*Los componentes de los aceites se clasifican en no terpenoides y terpenoides.*

- I. No terpenoides. En este grupo tenemos sustancias alifáticas de cadena corta, sustancias aromáticas, sustancias con azufre y sustancias nitrogenadas.*
- II. Terpenoides. tienen propiedades utilizadas en áreas comerciales.*

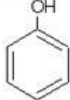
*Los terpenos derivan, de unidades de isopreno (C5) unidas en cadena. Los terpenos son una clase de sustancia química que se halla en los aceites esenciales, resinas y otras sustancias aromáticas de las plantas, como los pinos. Según los grupos funcionales que tengan pueden ser:*

- Alcoholes (mentol, bisabolol) y fenoles (timol, carvacrol)*
- Aldehídos (geranial, citral) y cetonas (alcanfor, thuyona)*
- Ésteres (acetato de bornilo, acetato de linalilo, salicilato de metilo, compuesto antiinflamatorio parecido a la aspirina).*
- Éteres (1,8 - cineol) y peróxidos (ascaridol)*
- Hidrocarburos (limoneno,  $\alpha$  y  $\beta$  pineno) (MONOGRAFÍAS, 2014)*

Los grupos de aceites *no terpenoides* tienen un cierto grado de importancia en cuanto a las funciones y sustancias haciéndolos agradables a los sentidos. Este tipo de aceites son usados más como aromáticos. Los aceites *terpenoides*, son efectivos en problemas de la salud, gracias a su estructura química y beneficios existentes. En la siguiente tabla se observa la división de los compuestos químicos de los aceites esenciales, con sus respectivos ejemplos y propiedades medicinales.

Tabla 4.

COMPUESTOS QUÍMICOS DE ACEITES ESENCIALES.

Compuesto	Grupo funcional	Ejemplo	Propiedades
Alcohol	$\begin{array}{c}   \\ -C-OH \\   \end{array}$	Mentol, geraniol	Antimicrobiano, antiséptico, tonificante, espasmolítico
Aldehído	$\begin{array}{c} O \\    \\ R-C-H \end{array}$	Citral, citronelal	Espasmolítico, sedante, antiviral
Cetona	$\begin{array}{c} O \\    \\ R^1-C-R^2 \end{array}$	Alcanfor, tuyona	Mucolítico, regenerador celular, neurotóxico
Éster	$\begin{array}{c} O \\    \\ R^1-C-O-R^2 \end{array}$	Metil salicilato	Espasmolítico, sedativo, antifúngico
Éteres	$-C-O-C-$	Cineol, ascaridol	Expectorante, estimulante
Éter fenólico	Anillo - O - C	Safrol, anetol, miristicina	diurético, carminativo, estomacal, expectorante
Fenol		Timol, eugenol, carvacrol	Antimicrobiano Irritante Estimulante inmunológico
Hidrocarburo	Sólo contiene C y H	Pineno, limoneno	Estimulante descongestionante antivirico, antitumoral

Fuente: (MONOGRAFIAS, 2014)  
Recopilado por: Castro Juan.

### 2.1.3 Ventajas y desventajas

Al igual que muchas de las medicinas y tratamientos utilizados en la medicina tradicional, los aceites esenciales tienen propiedades que pueden ser considerados como ventajas o desventajas según el uso que les sea dado. La siguiente tabla muestra algunas de ellas:

Tabla 5.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LOS ACEITES ESENCIALES.

Ventajas	Desventajas
Higiénicos	Se oxidan con facilidad
Exentos de bacterias	No contienen antioxidantes naturales
Aptos para el consumo	Se alteran con facilidad
Aceites naturales, distintos a los vegetales que tapan los poros corporales generando obstrucción a	Inestables al ser expuestos al ambiente (es por esto que necesitan estar en un frasco)

---

la sudoración.

Sabor y aroma similar a la materia prima	Concentraciones a distintos grados, haciendo difícil la dosificación
--	--

Incoloros

Exentos de enzimas	Algunas materias primas como la lavanda contiene taninos
--------------------	--

Fuente: (MINEC, 2014)  
Elaborado por: Castro Juan.

### Resultados obtenidos / testimonios y casos de éxito

Existen casos de éxito concluyentes indicando la funcionalidad de los aceites esenciales sobre el organismo. La medicina tradicional no certifica su funcionamiento científico como medicina curativa. Se ve un progreso en enfermedades y problemas externos; aromaterapias, masajes, inciensos, infusiones, etc. Generan alternativas focalizadas en buscar efectos paliativos y hasta cierto punto curativos en pacientes con dolencias físicas y emocionales.

A efecto de evidenciar los beneficios que presentan los aceites esenciales en problemas de la salud humana, se toma dos testimonios del anexo A.

**Testimonio de aromaterapia terapéutica con aceites esenciales: mareos ocasionales:** -Me empezó un mareo cada vez que me acostaba y sobre todo cuando me giraba para los lados; la sensación era incómoda y no sabía que era, después de 10 días fui al médico, me mandaron radiografías del cuello y oído, de los ojos, y todo salió bien; pero el mareo seguía; el médico me dijo que usara unas pastillas "Vertinon" que yo las comprara por que el seguro no las cubría. Las compré, se terminaron y el mareo seguía. Me aplique una gota de aceite esencial de lavanda, 3 veces al día en la lengua como por 5 días y se fue. No volví a sentir ese horrible mareo. (Salud Esencial, 2014)

**Testimonio de aromaterapia terapéutica con aceites esenciales: desaparecen manchas con aceite esencial de incienso:** -Mi marido tenía manchas en el dorso de las manos. Decidió utilizar el incienso por un lado y nada en el otro. Las manchas de la edad en la mano donde utilizo Incienso desaparecieron por completo. El otro lado tiene el mismo aspecto de siempre. Él utilizó una gota de incienso y lo frotó en el dorso de la mano dos veces al día (mañana y noche). Se dio cuenta de una diferencia en la coloración en 2 semanas, y después de 2 meses, las manchas en la mano donde había aplicado el incienso habían desaparecido. No ha probado con otros aceites esenciales para esto, pero el incienso funcionaba bien. (Salud Esencial, 2014)

## 2.2 Young Living

La multinacional Young Living es una empresa que posee una estructura que le ha permitido difundirse a nivel mundial. A continuación información ampliada sobre: antecedentes, historia y producción. El propósito de ampliar estos temas es ofrecer una visión de contexto antes de profundizar en la consolidación de la empresa en el país en el siguiente capítulo.

### 2.2.1 Antecedentes

Young Living comenzó su funcionamiento en Estados Unidos en el año 1993, creciendo hasta convertirse en líder a nivel mundial con 150 productos que buscan soluciones de bienestar. La pureza en la extracción de la esencia de plantas, raíces, hojas y frutos inspira a las personas de todas partes del mundo a disfrutar los beneficios presentados por la naturaleza, que van desde el bienestar hasta la armonía corporal y mental. (YOUNG LIVING, 2014)

La creciente aceptación permite que la empresa Young Living, ponga sus ojos sobre el Ecuador, como destino de sus productos. Este aporte genera un desarrollo y progreso además del hecho de que se sustituye a las importaciones. Desde el año 2006 la empresa Young Living comenzó a incursionar en el Ecuador con el objetivo de invertir a razón de beneficio mutuo, siendo la empresa pionera en el mercado ecuatoriano para el tipo de bien que constituyen los aceites esenciales de grado terapéutico. Tras estudios y análisis con Universidades nacionales se buscó el desarrollo científico de las ciencias naturales y las propiedades que el clima y los suelos ecuatorianos ofrecen. (YOUNG LIVING, 2014)

*La compañía Norteamericana Young Living firmó un acuerdo con la Universidad Católica de Guayaquil para que esta empresa capacite a 200 estudiantes de la carrera de Agronomía en el cultivo de plantas medicinales. El propósito es que una vez que hayan cosechado, los universitarios puedan producir aceites de estas variedades de plantas. Young Living es una compañía que tiene más de 520 000 distribuidores alrededor del mundo, para comercializar más de 150 productos. El acuerdo contempla realizar ensayos en las fincas de la Universidad, ubicada en el kilómetro 19 vía Julio Moreno, en el sector de Chongón. Allí se comenzaran a hacer en dos semanas los primeros ensayos, señaló Ángel Llerena, coordinador de la carrera de Agronomía. Rebeca Harris, gerente de Young Living en Ecuador, no reveló las cifras de la inversión que realizara aunque informó que sus nexos son con instituciones académicas. El propósito es que los estudiantes trabajen en la siembra de ruda, cedrón, palo santo, hierba luisa, toronjil y eucalipto. Luego de crecer, las plantas serán procesadas en tanques diseñados por Gary Young, representante de la marca en Estados Unidos, y en esos artefactos se extraerán los aceites de cada una de las plantas. Luego de terminar*

*con los ensayos se capacitara a campesinos. Esta empresa tiene además de aceites, productos nutricionales, para el cabello y recetarios. (El Comercio, 2006)*

## **2.2.2 Historia**

### **Su creador**

El Doctor Gary Young vivió en un rancho en la Sierra Central - Idaho Estados Unidos- a 128 kilómetros del doctor más cercano sin agua potable ni electricidad. Salió de su casa a los 17 años de edad. Viajó a Canadá en donde adquirió un pedazo de tierra de 286 hectáreas en donde inició una empresa maderera y de crianza de caballos. Cuando tenía 24 años se golpeó la cabeza con un tronco mientras cortaba árboles. Después de tres semanas en coma y cuatro meses en terapia quedó parálítico de por vida según el diagnóstico médico. Luego de dos años de intenso dolor, constante depresión y tres intentos de suicidio, decidió cambiar su actitud y empezó a investigar sobre las propiedades curativas de las plantas y sus aceites esenciales. (D. Gary Young Foundation, 2011)

Tres años después comenzó a recuperar movilidad en los dedos de los pies y en sus piernas con la aplicación constante de los aceites esenciales con lo cual logró recuperar la sensibilidad y movilidad de sus partes. La búsqueda de las ciencias naturales para curar su cuerpo lo encaminó hacia estudios de hematología, medicina, acupuntura, anestesiología, patología, nutrición, herbolaria entre otros métodos de sanación. Trece años después del accidente corrió una maratón en la que obtuvo el sexagésimo (60) lugar entre novecientos setenta (970) participantes. Después de obtener un doctorado en Neuropatía y una maestría en Nutrición abrió un consultorio en Chula Vista California y un centro de Investigación en México, donde pudo investigar el campo de la Medicina Natural. Los resultados obtenidos de sus estudios adquieren una gran importancia y recibió en 1995 un premio por parte del Centro Estatal del Examinador Médico de Baja California uno de varios reconocimientos por su investigación y exitoso tratamiento de enfermedades degenerativas. (D. Gary Young Foundation, 2011)

Es pionero en el campo de cristalización de la sangre y ayudó al avance en relación con los virus y las bacterias, en esta clínica se construyeron las bases del trabajo donde realiza investigaciones que efectúa para la aplicación

de aceites esenciales a los complementos alimenticios. El Dr. Young ha viajado por varios países de América, Europa, Medio Oriente, Asia y África en busca de nuevas opciones para combatir las enfermedades. La organización de desarrollo industrial de las Naciones Unidas invitó al Dr. Young a la universidad de Anadolu Eskisehir, Turquía para hablar en el congreso internacional sobre aceites esenciales. En esta ocasión presentó un estudio sobre la germinación de las plantas, además de la investigación que se está efectuando en la universidad estatal de Weber sobre la indivisión antibacteriana de los aceites así como también los estudios que comparan a los aceites esenciales con la Ampicilina y la Penicilina. El doctor Young fue uno de los primeros miembros estadounidenses certificados por la Asociación de Aroma Terapistas con sede en el hospital Royal Masonic en Londres, Inglaterra. El diseñó el primer ventilador vertical de acero de los Estados Unidos. (D. Gary Young Foundation, 2011)

## **La Empresa**

En el año 1993, en manos de Gary Young se desarrolló la primera exportación de cultivos de hierbas aromáticas con ayuda de máquinas destiladoras. Con el paso del tiempo, esta “microempresa”, pudo observar y estudiar los beneficios existentes en los productos naturales, haciendo competencia a los productos alterados que resultaban baratos pero al mismo tiempo perjudiciales e ineficaces. (YOUNG LIVING, 2014)

Figura 5.

EMPRESA YOUNG LIVING.



Fuente: (YOUNG LIVING, 2014)  
Recopilado por: Castro Juan.

*Young Living cambió esta situación por completo. Tras ampliar sus tierras de cultivo en Utah e Idaho (EE. UU.), Gary empezó a cultivar lavanda, menta piperita, melisa, salvia sclarea y otras hierbas aromáticas. Impulsado por la creciente demanda de aceites esenciales puros, Young Living diseñó y construyó la destilería más grande y tecnológicamente avanzada de Norteamérica destinada a la producción de aceites esenciales. Al mismo tiempo, nuestra floreciente empresa desarrolló el revolucionario estándar Young Living, que preserva la integridad y potencia de los aceites esenciales naturales. (YOUNG LIVING, 2014)*

### **2.2.3 Producción**

Los procesos de producción llevados a cabo por la empresa, tienen sistemas de calidad desde la selección de la semilla hasta la comercialización.

A continuación se describen a breves rasgos las fases por las que pasa el producto. (YOUNG LIVING, 2014)

#### **La semilla**

Antes de ser plantada, ésta es seleccionada y estudiada por universidades norteamericanas, buscando el máximo potencial para que se conviertan en aceites de calidad mundial. (YOUNG LIVING, 2014)

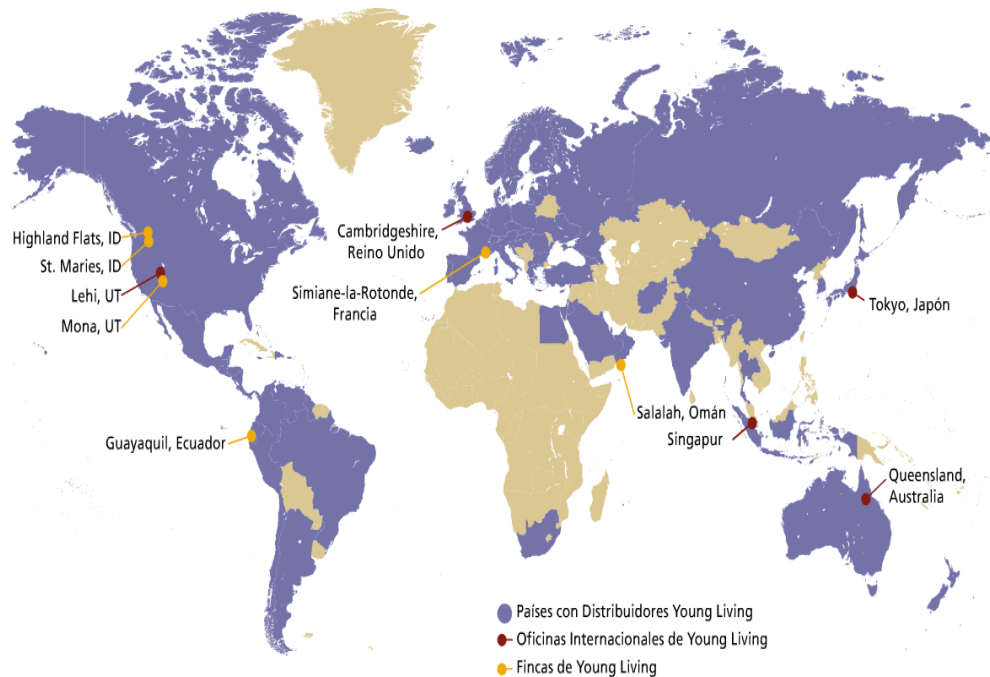
#### **El cultivo**

Las áreas destinadas al cultivo, se encuentran en puntos estratégicos de todo el mundo, que facilitan la recolección y la producción. Expertos, viajan por los diferentes puntos donde se encuentran estos cultivos verificando la calidad y el procesamiento de la materia prima. (YOUNG LIVING, 2014)

La figura 6 muestra la distribución de las instalaciones, oficinas y fincas donde se encuentra la empresa a nivel mundial. Como se puede apreciar, Ecuador es uno de los cuatro (4) países en todo el mundo en poseer una finca para el cultivo de las plantas para destilar aceites esenciales gracias a su ubicación privilegiada y su variedad de pisos climáticos.

Figura 6.

## SITIOS CON PRESENCIA DE YOUNG LIVING.



Fuente: (YOUNG LIVING, 2014)  
Recopilado por: Castro Juan.

### La destilación

En este proceso se combinan técnicas que generan innovación en procesos para obtención de aceites esenciales, con métodos de prensado en frío y resinado para determinación de aceites seleccionados. (YOUNG LIVING, 2014)

### El análisis.

Una vez culminado este proceso, los laboratorios de Young Living determinan la calidad de ciertos productos bajo rigurosos métodos y análisis, así como también garantizar el cumplimiento de la empresa ante las estrictas regulaciones internacionales como la ISO 14001. (YOUNG LIVING, 2014)

## 2.3 Desarrollo empresarial

*“No le demos pescado a la gente. Enseñémosle a pescar, pero además enseñémosle a procesar el pescado y a colocarlo en el mercado; volvámoslos empresarios del pescado” Proverbio Chino*

Existen factores determinantes para que la empresa creciera de 0% en el año 1993, al 200% en el año 2014. Estos factores lograron que una buena metodología de trabajo (Network Marketing) llegue a infundir un espíritu de compromiso en los trabajadores, colaboradores y distribuidores de la empresa y el medio laboral. Para ello en este subcapítulo se profundiza en estos factores a través de los siguientes puntos: estudio del ámbito nacional e internacional de la empresa, productos y medios de distribución.

La motivación humana y las relaciones interpersonales son los detonadores que generan un crecimiento económico. *“El hombre de empresa no realiza su actividad económica por el afán de lograr resultados monetarios; hay un componente motivacional fuerte que es el deseo de logro, de hacer un buen trabajo.”* (Varela, 2008)

Gary Young, fundador de Young Living, generó un ambiente de motivación entre sus colaboradores, basándose en las funcionalidades del producto buscando compartir con la humanidad los beneficios presentados por los aceites esenciales. Las recompensas generadas para los colaboradores, trabajadores y distribuidores que forman parte de Young Living, está en base a viajes a fincas aromáticas que se encuentran en distintas partes, como una forma de reconocimiento al logro obtenido por sus esfuerzos.

*Uno de los enfoques del empresario que tiene más desarrollo en los últimos años es el concepto de empresario social. Distintas organizaciones a escala mundial y diversas universidades e instituciones den preso a este concepto.* (Varela, 2008)

A nivel mundial, el crecimiento poblacional, diferencias sociales, crecimiento de grupos marginados, limitaciones de los empleos tradicionales y de campo se vuelven un problema socioeconómico, y más aún en países en subdesarrollo y en vías de desarrollo. Young Living genera riqueza y desarrollo en el medio donde sus fincas se ubican, además tiene la capacidad de identificar las limitaciones presentadas en los distintos países y estas tienen que ver con el desarrollo de las sociedades, encontrando formas de resolver y aportar

*Hasta la fecha, Young Living piensa iniciar los ensayos en una hacienda ubicada en el sector de Chongón, en la Península de Santa Elena, con cerca de 200 estudiantes de la Universidad Católica de Guayaquil. Young afirma que el Ecuador podría abastecer el 90% de la demanda mundial. La expectativa es lograr cosechar medio millón de acres en plantas aromáticas.* (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2006)

Young Living en Guayaquil-Ecuador permite que los habitantes de Chongón tengan facilidades en servicios educativos, con la construcción de instalaciones aptas para propiciar un avance a nivel académico básico. (Young Living Academy, 2014)

*Al día siguiente 20 de junio me dirigí a la parroquia rural Chongoncito para en primera instancia, tratar de ubicar a “La escolita de los Gringos” como con cariño la denominaron las personas del sector, pues dicha escuela le pertenece a la Young Living Foundation de los Estados Unidos de Norteamérica. (Marcos, 2013)*

### **2.3.1 Ámbito Nacional e Internacional**

El Ecuador es una potencia logística por la cercanía de mercados costeros con el océano Pacífico. Como ente de coordinación a nivel de Latinoamérica, la empresa Young Living tomó presencia de sus destilerías en Ecuador por sus características logísticas y por sus cualidades ambientales que generan una variedad de especies vegetales<sup>5</sup> con propiedades curativas para la salud humana. La finca Botánico Aromática en Ecuador lleva funcionando desde el año 2006. Las plantas que se cultivan y destilan ahí, incluyen eucalipto azul, zaragosa, limoncillo, rosa morta, orégano, ylang ylang, albahaca, entre otras. El material vegetal de palisandro, palo santo, ruda y ocotea se transporta a la finca proveniente de diferentes partes de Ecuador y del Amazonas en Perú.

Todos los años Gary Young y un grupo de distribuidores independientes de Young living viajan a Guayaquil para la Aventura Anual en el Amazonas, incluyendo caminatas guiadas por la selva, recorridos por las plantaciones e instalaciones de destilación de la Finca Botánica Aromática, capacitaciones sobre aceites esenciales, otro beneficio es la participación activa de los distribuidores en el proceso de destilación.

Con casi 800 hectáreas de rica tierra de labranza, un suelo fértil y una temporada de cultivo que dura todo el año, la Finca Botánica Aromática es el

---

<sup>5</sup> La diversidad de plantas ecuatorianas es grande; se estima que existen 20 000 especies, incluyendo helechos y plantas con semilla. De acuerdo con el Catálogo de Plantas Vasculares del Ecuador (1999), preparado por más de 200 científicos, hasta el momento se describieron 15 306 especies de plantas, las cuales se encuentran depositadas en los herbarios de todo el mundo. Entre estos registros se cuentan 595 especies introducidas, de las cuales 346 corresponden a especies que son cultivadas. El resto fueron introducidas. La diversidad en el Ecuador resulta alta cuando la comparamos con la de otros países. Por ejemplo, en Perú, un país tropical cuyas regiones naturales son similares a las de Ecuador, pero con un territorio cinco veces más extenso, se estima que existen 25 000 especies de plantas vasculares (en su catálogo constan 17 144 especies con semilla).

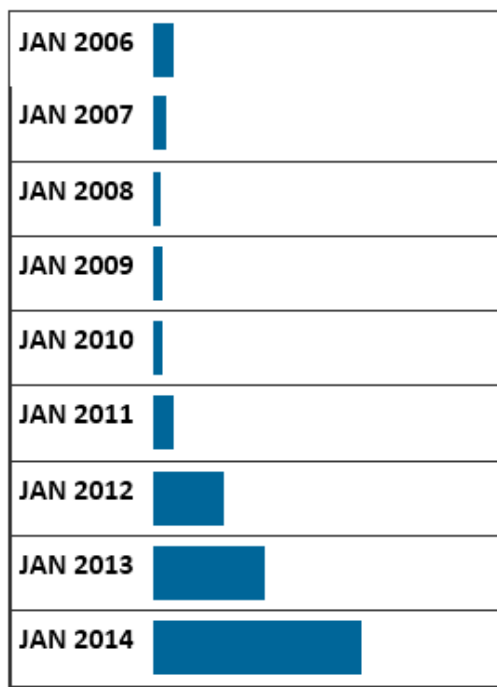
lugar ideal para la creación de aceites cotizados por los distribuidores como el de Helicrisio famoso por sus propiedades restauradoras.

Una densa jungla rodea a la granja, creando un laboratorio natural para el desarrollo e investigación de aceites esenciales. Con frecuencia, el doctor Young, se interna en la jungla en donde recolecta muestras de plantas, que luego se analizan para determinar sus propiedades terapéuticas.

En la tabla 6, se puede observar el crecimiento mensual de la empresa desde el año 2006 hasta el año 2013.

Tabla 6.

**CRECIMIENTO DE LA EMPRESA YOUNG LIVING COMPARANDO LOS MESES DE ENERO 2006 - 2014.**



Fuente: (YOUNG LIVING, 2014)  
Elaborado por: Castro Juan

En la tabla 6 se determina cual fue el crecimiento de la empresa desde el año 2006, de un 5% de crecimiento a comparación del año 2007, con respecto al crecimiento del 40% al 86.7% con respecto a los años 2013-2014.

### 2.3.2 Productos de la empresa




El desarrollo de la empresa se ha logrado en base a la diversificación de productos que cubren varias líneas de necesidades para los consumidores, entre las cuales se encuentran:




- Aceites esenciales
- Hogar
- Bienestar
- Belleza
- Equilibrio (YOUNG LIVING, 2014)

Todos los productos fabricados y envasados en las plantas de Young Living, están basados en aceites esenciales. A continuación una tabla que describe los principales productos de la empresa:

Tabla 7.

PRODUCTOS YOUNG LIVING.

Desde el dulce aroma de la lavanda hasta la estimulante fragancia del eucalipto, los aceites esenciales activan sus sentidos y vivifican el organismo. Estas esencias naturales puras extraídas de plantas medicinales encierran propiedades para el bienestar que no encontrará en ningún otro lugar.		
Categorías	Detalle	Imagen
<b>Aceites esenciales sencillos</b>	Experimente toques singulares de pura dicha. Estos potentes aceites esenciales, obtenidos con esmero de plantas y hierbas aromáticas cultivadas.	
<b>Mezclas de aceites esenciales</b>	Entone sus sentidos y transforme su vida cotidiana. Tenemos mezclas de aceites esenciales.	
<b>Roll-ons</b>	Puede disfrutar de los aceites esenciales naturales en cualquier momento y lugar. Con nuestras fórmulas elaboradas en un práctico envase roll-on, podrá llevarse la esencia pura de Young Living consigo a todas partes.	
<b>Aceites de masaje</b>	Lleve el poder del masaje a cosas insospechadas con las mezclas de aceites esenciales.	

		
<b>Colecciones</b>	Déjese guiar hacia la armonía y el bienestar por nuestras colecciones reunidas por expertos. Estas selecciones armónicas de aceites esenciales y mezclas hacen que le resulte más sencillo elegir los mejores productos Young Living para sus necesidades concretas.	
<b>Utensillos para el uso de aceites esenciales</b>	Transforme su hogar, despacho o habitación de hotel en un oasis personal. Con difusores de elegante diseño, puede difundir los aceites esenciales en cualquier situación y crear una experiencia relajante dondequiera que la vida le lleve.	
<b>Accesorios</b>	Equilibre su experiencia con los aceites esenciales. Los accesorios incluyen de todo, desde resistentes maletines hasta etiquetas para frascos con codificación por colores, para que le resulte fácil mantener la organización.	

Fuente: (YOUNG LIVING, 2014)  
 Elaborado por: Castro Juan

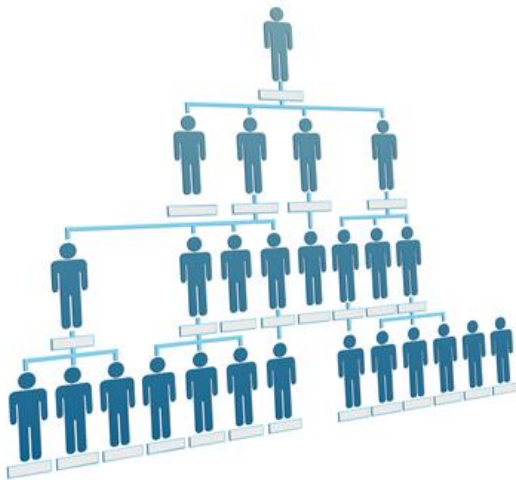
### 2.3.3 Medios de distribución

Young Living utiliza el Marketing Multinivel como herramienta para distribuir y dar a conocer sus productos entre sus consumidores, por medio de sus distribuidores a quienes se busca incentivar la capacidad para ser sus “propios y únicos propietarios”. El enfoque que se le da a las personas que forman parte de esta gran cadena, es el de poder disponer de un tiempo y frecuencia propia de trabajo. (YOUNG LIVING, 2014)

A continuación la figura7 representa el funcionamiento de las redes del Marketing Multinivel en la empresa Young Living.

Figura 7.

YOUNG LIVING Y EL MARKETING MULTINIVEL.



Fuente: (hookedonpromos, 2014)  
 Recopilado por: Castro Juan.

Young Living se encuentra posicionada en los primeros lugares entre 832 empresas con un rápido crecimiento en la última década además que posee un 97.7 % en popularidad en internet. (Multilevel Network Marketing Rankings, 2014).

El ingreso que el individuo recibe proviene si se cumplen los siguientes requerimientos:

- **Venta del producto:** El individuo recibe el producto al por menor, y realiza la venta directa del mismo generando un ingreso y comisiones.
- **Reclutamiento de miembros:** El individuo puede reclutar otros miembros independientes y recibe comisiones por lo que ellos venden, así como también por parte de los nuevos miembros reclutados.

Tabla 8.

PASOS PARA PERTENECER A YOUNG LIVING (MULTINIVEL).

Pasos para poder ser miembro de la red de distribución de la empresa Young Living.		
Pasos	Nombre	Detalle
1	Identificación	Determinación del objetivo y la recompensa que espera por

		pertenecer a la empresa Young Living. Se determina la lista de a quienes y como se les pretende ayudar.
<b>2</b>	Invitación	Escribir una carta indicando el interés de la participación en la empresa.
<b>3</b>	Introducción	Demostrar, educar y ayudar a otros en base a las experiencias en Young Living.
<b>4</b>	Auspiciante	Incentivar a otras personas a formar parte de Young Living como distribuidor.
<b>5</b>	Seguimiento	Ayudar al desarrollo personal de cada individuo.

Fuente: (YOUNG LIVING, 2014)  
Elaborado por: Castro Juan.

Los aceites esenciales son una forma de medicina alternativa creados en laboratorios y por científicos para tratar problemas de salud. Sintonizan y equilibran cuerpo, mente y espíritu al tener propiedades energéticas por su origen de extracción.

Young Living con la generación de redes multinivel (Network marketing), propicia un ambiente flexible de trabajo para personas que no disponen recursos (económicos y de tiempo).

En este capítulo entonces, se concluyó que los aceites esenciales de grado terapéutico contribuyen a mejorar la salud humana y son parte importante de las opciones que ofrece la medicina alternativa. Estos aceites esenciales toman de la naturaleza aquellos elementos que conjugan al entorno-ambiente con la salud física y espiritual del hombre; y se demostró que esta relación tiene una raíz ancestral milenaria de varias culturas de distintos rincones de la tierra. Se expuso la composición de sus activos y propiedades los cuales, además de las ventajas que brinda a través de su uso, han sido aprovechados por Young Living desde su creación.

Por otro lado, se explica el desarrollo empresarial de la marca desde 2004, además de las ventajas descritas en salud, los beneficios económicos que se pueden generar de la variedad de usos y aplicaciones de los aceites. Se destaca también la importancia del Ecuador para la empresa, la cual prevé que para 2014 el 87% de la materia prima provendrá de este país.

Considerando la información expuesta se enfoca el capítulo siguiente en la incidencia de la empresa en Ecuador mediante la aplicación del Network Marketing.

### CAPITULO III

## ANÁLISIS DE LOS EFECTOS DE LA MULTINACIONAL YOUNG LIVING EN EL ECUADOR

### 3.1 Análisis situacional

Este capítulo buscará detallar cual es la inversión de la empresa Young Living en el Ecuador tanto para la producción como para el desarrollo de la parroquia de Chongón. Se logrará determinar si existió un verdadero aporte no solo a la economía ecuatoriana, sino también al mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores de la parroquia mencionada. Los puntos a estudiar son: la inversión existente, el estudio demográfico poblacional de la provincia del Guayas, el desarrollo de Young Living en la parroquia de Chongón.

Retomando parte de la información redactada en el primer capítulo, que permite clarificar el panorama de las multinacionales como Young Living y su inversión que generan en Ecuador, este capítulo pretende investigar cuáles son las repercusiones sociales y económicas generadas por las dinámicas de empresas multinacionales y el Network Marketing.

En la actualidad, especialmente desde la asunción del Gobierno de Rafael Correa al poder ejecutivo, la política ecuatoriana desarrolla modelos de calidad enfocada a un progreso del modelo económico y social que está en búsqueda del mejoramiento de la calidad de vida de todos los ecuatorianos.

*Ecuador respeta los derechos de todos: de los ciudadanos, de los inversionistas y de la naturaleza. Trabajamos para crear un balance que permita a todos los ecuatorianos cosechar los beneficios del desarrollo social y económico, fomentando la cohesión social como un elemento esencial para la estabilidad del país. (Investecuator, 2013)*

Por otro lado, el ambiente mega diverso y una riqueza natural sustentable propician que las condiciones para la agricultura y el cultivo de la tierra sean estables y den paso a una planificación para una producción adecuada y una cosecha sin contratiempos, especialmente para empresas que lo hacen a mediana y gran escala. De igual forma, las condiciones solares son adecuadas al momento del desarrollo de las plantas permitiendo que éstas se adapten a los climas existentes; de hecho gracias a este beneficio, en los productos ecuatorianos no se evidencia alteraciones genéticas y las plantas pueden aprovechar toda la bondad de los minerales, vitaminas y proteínas que

se atribuyen a la geografía que, vale recalcar, brinda excelentes condiciones para la producción.<sup>6</sup>

*Ecuador tiene fuertes ventajas comparativas, pues su localización y luminosidad permiten una productividad de alto rendimiento y el potencial de sembrar a lo largo del año. Además, el país cuenta con atracciones y recursos únicos, con servicios e infraestructura que permiten llegar a ellos. (Investecuator, 2013)*

En relación al aspecto económico, la dolarización es un determinante clave para una empresa que decide invertir en el país. Esta condición, prevé una mejora competitiva en sus productos al exportarlos a economías ligadas a la moneda. Las estrategias de multinacionales como Young Living tienen como fuente de distribución al Marketing Multinivel. La ubicación geográfica del Ecuador como eje logístico implica un potencial en diferentes áreas para estas estrategias planteadas, aprovechando el paralelo cero en el que se encuentra el País. “Gracias a la cercanía con el Canal de Panamá, Ecuador es una escala productiva para acceder a mercados europeos y de medio oriente. El puerto de Manta es el punto más cercano a los puertos asiáticos”. (Investecuator, 2013)

Aspectos como la infraestructura del país, que facilitan la producción son vistos como una oportunidad en Ecuador, siendo este punto uno de los más fuertes a razón de comodidad y productividad para las distintas industrias.

*Tiene 8.712 km de carreteras y se construyen dos aeropuertos y modernizado 11 existentes de los 27 instalados en todo el país. El aeropuerto de Guayaquil está catalogado como uno de los mejores en América Latina por el Consejo Internacional de Aeropuertos y en el primer trimestre del año 2013 se inauguró el nuevo aeropuerto de Quito. (Investecuator, 2013)*

Además la política de Ecuador respecto de los costos fijos para una empresa presenta una ventaja significativa para el inversor, puesto tiene tarifas eléctricas convenientes para el sector productivo, atrayendo a la atención de multinacionales que buscan ser competitivas dentro de la industria en la que se desenvuelven.

### **3.1.1 Inversión existente**

Se la determinará bajo dos parámetros:

---

<sup>6</sup> Ecuador tiene cuatro regiones naturales: 1) La Costa del Pacífico, en donde se cosechan productos de calidad reconocida como banano y cacao; 2) La Sierra Andina, cuyos pisos climáticos favorecen el desarrollo de productos como las flores, un ícono nacional debido a su gran diversidad y belleza; 3) La Amazonía, que tiene la mega diversidad por kilómetro cuadrado del mundo; y, 4) El Archipiélago de Galápagos, uno de los laboratorios vivientes del mundo con gran potencial para aplicaciones biotecnológicas.

- Inversión para la producción
- Inversión para el desarrollo de la parroquia de Chongón

Bajo estos dos esquemas se vislumbran las implicaciones sociales ejercidas por la implementación de instalaciones Young Living en el Ecuador.

Según la entrevista realizada el 17 de mayo del año 2014 (Anexo C), en el seminario que la empresa proporcionó en la ciudad de Quito, se obtuvo información del señor Gabriel Galarza, representante y distribuidor de productos de la empresa Young Living en Ecuador. Se determinó que hasta el momento se invirtieron 20 millones de dólares de los cuales 70% ha sido destinado para la producción y 30% para eventos sociales que benefician a la comunidad, además el objetivo de la empresa es que producción en el Ecuador en un futuro próximo abastezca el 90% de la demanda mundial, según pronunciamientos realizados en el año 2006 por parte del fundador y director de la empresa Young Living.

Dentro de la producción y su inversión en el Ecuador, la empresa generó más de 3000 trabajos directos e indirecto, logrando un desarrollo social que sustentan las familias que entran bajo la modalidad de subempleo.

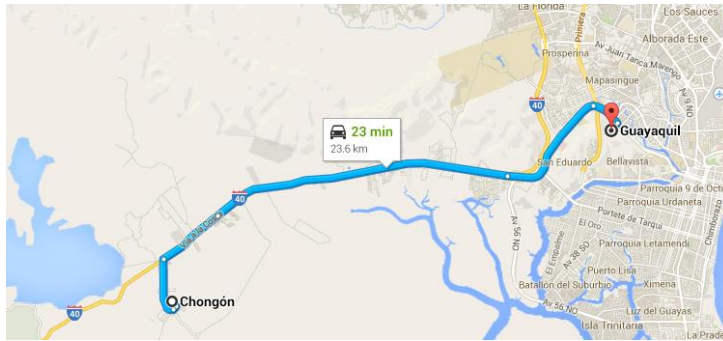
*Tanto es el interés que desde hace siete meses se asentó en Cuenca e invirtió USD 100.000, emplea a seis personas y busca acuerdos con universidades como la de Azuay y la Católica de Guayaquil y con las facultades de Agronomía. Confirma que tiene presupuestado invertir varios millones de dólares en el Ecuador. Su fin es lograr un crecimiento del 21% en su compañía, empresa que el año pasado movió USD 100 millones con cerca de 300 ítems relacionados con aceites y productos que contienen la grasa líquida de las hierbas aromáticas para uso médico, cosmético, etc. (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2006)*

### **Inversión para el desarrollo de la parroquia de Chongón.**

Chongón es una parroquia urbana del cantón Guayaquil de la provincia del Guayas. A esta parroquia se la considera una de las más antiguas y tradicionales del Guayas. Chongón fue fundado y habitado por migrantes del caribe en el mismo lugar en el que se encuentra la parroquia. “Casa Ardiente” es el significado de la lengua caribeña que puso a Chongón, el nombre de “Chom-nom”. (Avilés Pino, 2014)

Figura 8.

## UBICACIÓN CHONGÓN-ECUADOR.



Fuente: Google maps  
Recopilado por: Castro Juan.

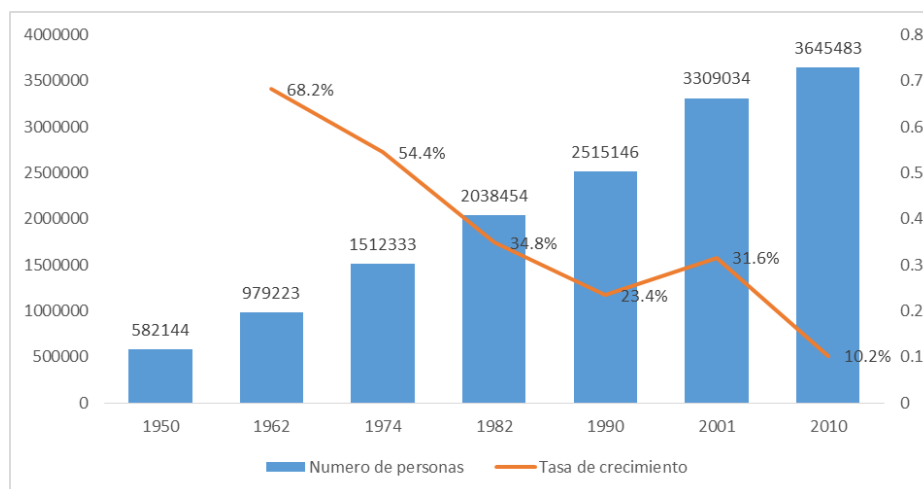
*Los primeros europeos que lo descubrieron y visitaron, fueron los intrépidos soldados del Adelantado don Pedro de Alvarado, en 1534, cuando venían, desde Guatemala, en demanda de tierras que conquistar, que no cayesen en la jurisdicción señalada a Pizarro. Ateniéndonos a las «Décadas» de Herrera, podemos decir que el primer capitán español en dar con Chongón fue Juan Enrique de Guzmán, uno de los tenientes de Alvarado, y jefe de una de las columnas exploradoras. (Enciclopedia del Ecuador, 2014)*

Chongón era un pueblo trabajador que laboraba en lana extraída de llamas que abundaban y pastaban en la región en aquella época. Durante la colonia, Chongón no tuvo ningún progreso, pero una vez terminada la colonia, se instauró como parroquia el 3 de julio del año 1862, durante el primer gobierno del Dr. Gabriel García Moreno. Como parte de Guayas, Chongón fue estudiada en su demografía por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en su último levantamiento de información en el año 2010. Estos datos permiten entender la situación actual en la que los ciudadanos de esta provincia viven buscando determinar el aporte que Young Living generó a la parroquia desde su inversión en el año 2006.

### 3.1.2 Guayas, estudio Demográfico y Poblacional

Gráfico 13.

CRECIMIENTO POBLACIONAL GUAYAS 2010.



Fuente: (INEC, 2014)  
Elaborado por: Castro Juan.

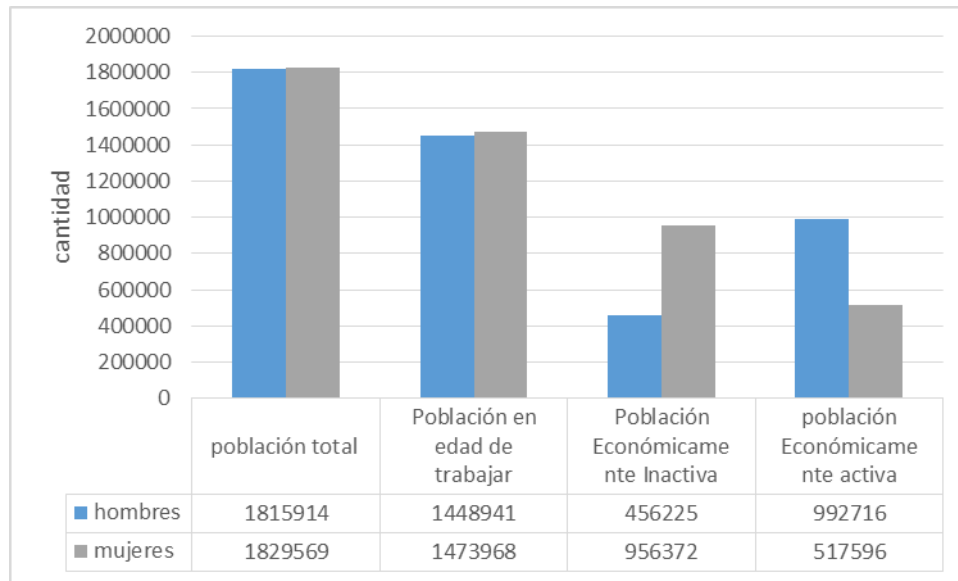
El crecimiento poblacional de la provincia del Guayas, desde el año 1962 hasta el año 2010, pasó del 68.2% al 10.2%, denotando un control en cuanto a natalidad. De la misma, con respecto a la calidad de vida de los pobladores de la provincia del Guayas, se determinó según el censo del año 2010 que:

- La tasa de analfabetismo disminuyó en relación a los anteriores periodos pasando de un 7,4% en 1990 a un 5,0% en 2010 (considerando a las personas mayores de 15 años)
  - El sistema de educación tiene cobertura alta en lo referente a educación básica. La tasa de asistencia neta es de 93,6% en el rango de 5-14 años; y de 74,1% en el rango de 15 a 17 años.
- (INEC, 2014)

Por otra parte, la población económicamente inactiva en la provincia ejerce un desbalance visible en cuanto a hombres y mujeres, excluyendo de plazas de trabajo a mujeres más que a hombres; existen 456 225 hombres desempleados y 956 372 mujeres en las mismas condiciones como muestra el siguiente cuadro:

Gráfico 14.

SITUACIÓN LABORAL DE LOS POBLADORES DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS.

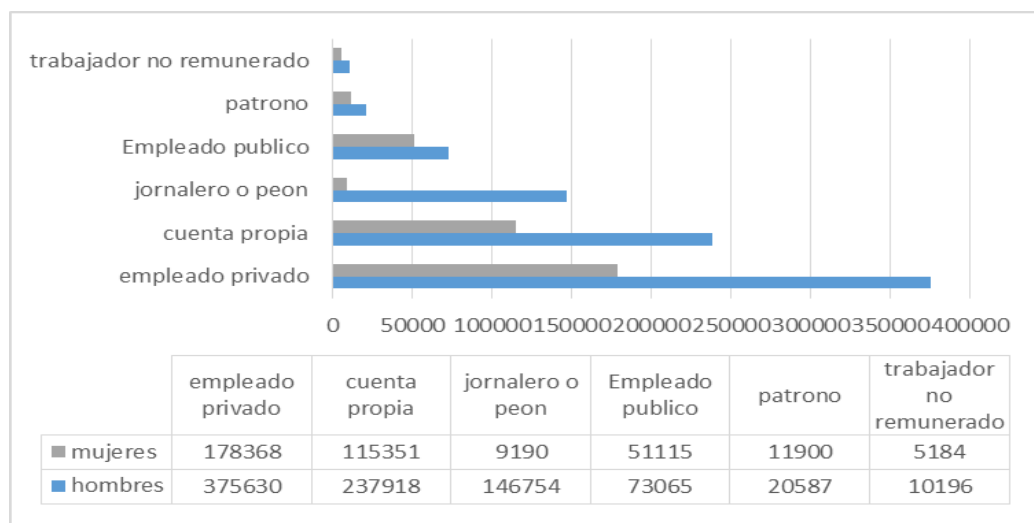


Fuente: (INEC, 2014)  
Elaborado por: Castro Juan.

La acción de los hombres en el campo laboral es superior a la de las mujeres. En el gráfico 15 se analizan los campos en los que los hombres tienen gran participación: Empleado privado, cuenta propia o empresarios, jornalero.

Gráfico 15.

ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE LOS POBLADORES DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS.



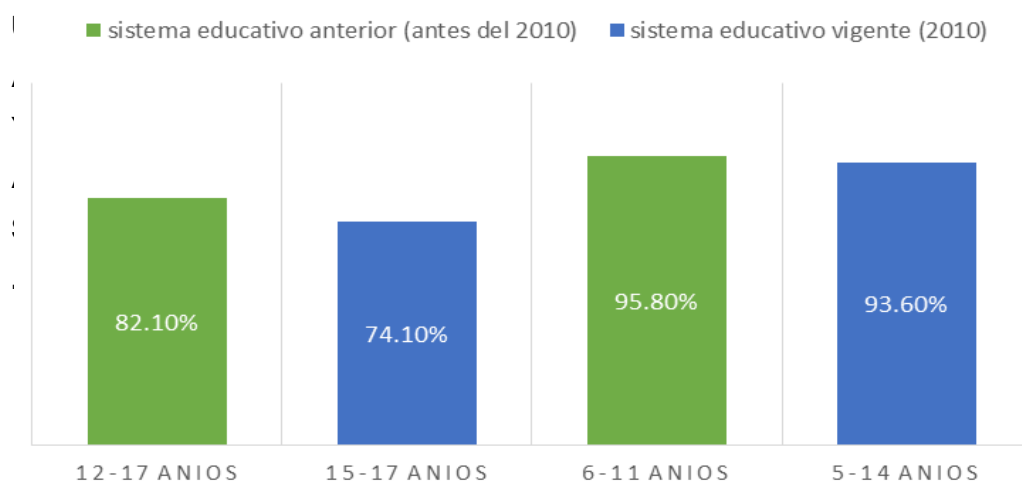
Fuente: (INEC, 2014)  
Elaborado por: Castro Juan.

Estrategias del Gobierno Nacional y Provincial permiten un avance en educación. Hasta el año 2010 la asistencia de niños a escuelas y colegios aumentó como se observa en gráfico 16.

Gráfico 16.

TASA DE ASISTENCIA NETA DE ESTUDIANTES A ESCUELAS EN GUAYAS

G

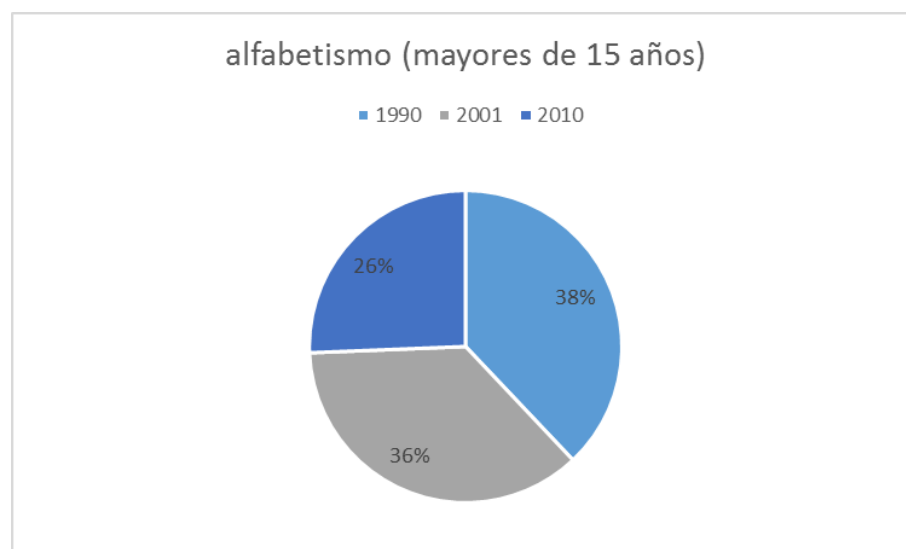


Fuente: (INEC, 2014)  
Elaborado por: Castro Juan.

El porcentaje de personas analfabetas en Guayas disminuyó desde 1990 hasta el 2010 en un 12%, indicando un progreso representativo para la provincia y para sus habitantes.

Gráfico 17.

ALFABETISMO EN GUAYAS.



Fuente: (INEC, 2014)  
Elaborado por: Castro Juan.

### 3.1.3 Young Living: desarrollo para la parroquia de Chongón

La empresa Young Living ha realizado una inversión alrededor de 20 millones de dólares en proyectos de producción y de eventos sociales que benefician a la comunidad, de los cuales el 30% (6 millones de dólares) se invirtieron en la parroquia para lograr su desarrollo social.

#### Young Living Academy

En el año 2009 nace “Young Living Academy” en la parroquia de Chongón, con la iniciativa de la multinacional Young Living, su objetivo es el de aportar al bienestar de la comunidad donde se instalan sus plantas de procesamiento para producción de aceites esenciales.

Figura 9.

YOUNG LIVING ACADEMY.



Fuente: (Young Living Academy, 2014)  
Recopilado por: Castro Juan

La inversión de la multinacional en áreas de desarrollo académico para niñas y niños de escuela y bachillerato, tiene como misión una educación de excelencia. Se brinda un aporte en el desarrollo académico y personal a jóvenes generadores de ideas y proyectos que tienen potencial.

#### Misión Young Living Academy

*Garantizar una educación integral e inclusiva a los estudiantes, respetando la diversidad cultural y el género para desarrollar en ellos un pensamiento crítico, tecnológico, científico y ecológico fomentando actitudes de liderazgo que respondan a los cambios de la sociedad ecuatoriana. (Young Living Academy, 2014)*

## Visión Young Living Academy

*Ser una Unidad Educativa Técnica Agropecuaria de calidad y calidez bajo un marco de equidad social que contribuya al desarrollo pluricultural de la comunidad de Chongón.*  
(Young Living Academy, 2014)

Young Living Academy, tiene varias secciones en las que coloca su atención para generar progreso educacional, estas secciones o áreas de acción en el aspecto educativo se basan en las tres partes:

Tabla 9.

SECCIONES DE TRABAJO YOUNG LIVING ACADEMY.

Sección	Descripción
<b>Preescolar</b>	Existe personal docente capacitado para la educación inicial y preescolar, trabajamos con métodos de enseñanza que estimulan motricidad fina y gruesa por medio de actividades lúdicas y por medio del juego.
<b>Primaria</b>	Educación Básica completa con las áreas especiales. Personal docente titulado y experimentado correspondientes a cada grado de básica.
<b>Bachillerato</b>	Educación especializada en Ingeniería Agropecuaria, dirigida por maestros profesionales del área que realizan actividades de campo con el alumnado, realizando micro-proyectos que afianzan su aprendizaje en la práctica

Fuente: (Young Living Academy, 2014)  
Elaborado por: Castro Juan.

Tabla 10.

SECCIONES ESPECIALES DE YOUNG LIVING ACADEMY.

Sección especial	Descripción
<b>Deportes</b>	Los deportes son una base en Young Living Academy. Los alumnos aprenden distintos deportes como: Baseball; Volleyball, fútbol, correr y ejercicios varios.

<b>Computación</b>	Las herramientas tecnológicas son indispensables. En Young Living Academy contamos con un laboratorio equipado para que los alumnos aprendan a utilizar las TICS de la información para que estén listos para utilizar la tecnología como parte de su vida diaria.
<b>Música</b>	La materia de música forma parte del pénsum académico de todos los años de educación básica y bachillerato. Se imparten clases de flauta, xilófono, guitarra, batería, bajo, piano, bombo. Los alumnos forman parte de grupos y bandas musicales.

Fuente: (Young Living Academy, 2014)  
Elaborado por: Castro Juan.

En el Anexo D, se pueden apreciar imágenes de la acción de Young Living dentro de Chongón por medio de la inversión existente en la escuela-colegio Young Living Academy.

### 3.2 Oferta y Demanda Local

El análisis de oferta y demanda nacional e internacional es de vital importancia para la investigación, ya que gracias a este análisis conjuntamente con un desarrollo de la matriz FODA Y PEEA. Se realizará un estudio de: la demanda internacional y nacional, análisis de factores macro y microeconómicos de la empresa Young Living.

#### 3.2.1 Análisis de la demanda nacional a nivel Ecuador

Tabla 11.

LISTA DE LOS MERCADOS PROVEEDORES PARA UN PRODUCTO IMPORTADO POR ECUADOR EN 2012.

Exportadores	Valor importado (miles de dólares)	Participación en las importaciones totales	Cantidad en toneladas
<b>EEUU</b>	440	30	36

<b>España</b>	227	15.5	8
<b>Canadá</b>	203	13.8	5
<b>México</b>	89	6.1	1
<b>China</b>	69	4.4	15

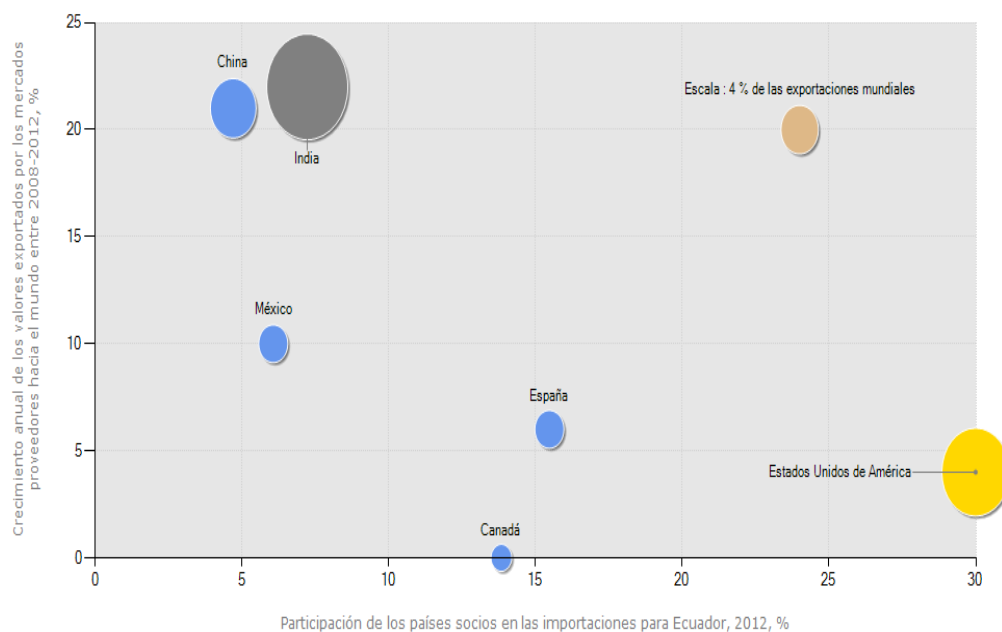
Fuente: (TRADEMAP, 2014)  
Elaborado por: Castro Juan.

El Ecuador es consumidor creciente en productos alternativos como es el caso de los aceites esenciales. Como se muestra en la tabla 11, en el 2012 Ecuador importó 85 toneladas de aceites esenciales, con Estados Unidos como su principal proveedor, este representó un 30 % del total de las importaciones del año 2012, seguido por España con el 15.5%, Canadá con 13.8%, India con el 7.2%, México con el 6.1% y China con el 4.4%.

Gráfico 18.

**PERSPECTIVAS PARA EL INCREMENTO DE LAS IMPORTACIONES DE ACEITES ESENCIALES.**

Perspectivas para un aumento del mercado para un producto importado por Ecuador en 2012  
Producto : 3301 Aceites esenciales (desterpenados o no), incluidos los concretos o abs



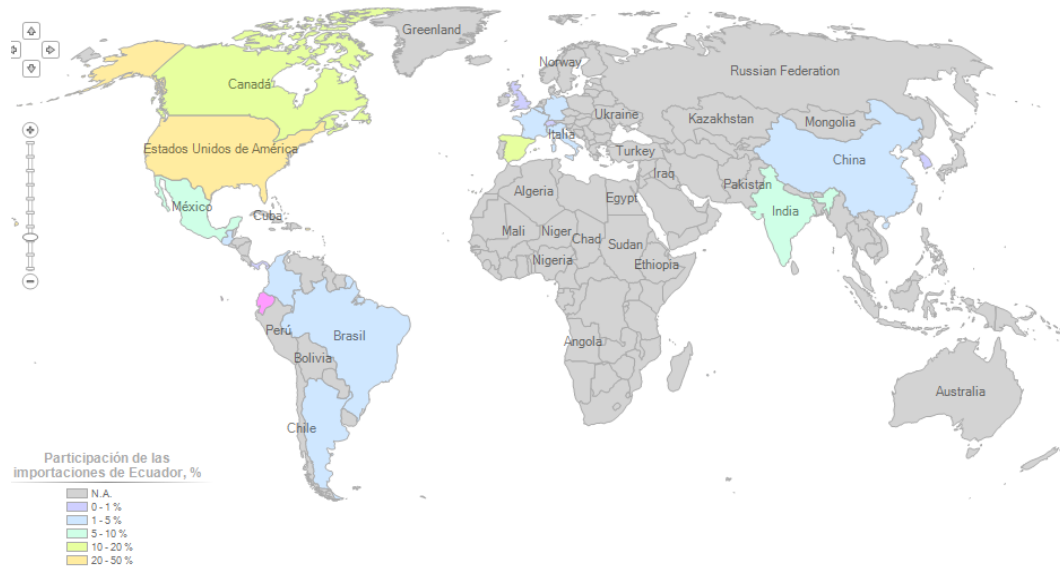
Fuente: TRADEMAP, 2014  
Recopilado por: Castro Juan.

Gráfico 19.

## MERCADOS PROVEEDORES DE ACEITES ESENCIALES PARA ECUADOR.

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Ecuador en 2012

Producto : 3301 Aceites esenciales (desterpenados o no), incluidos los concretos o abs



Fuente: TRADEMAP, 2014  
Recopilado por: Castro Juan.

### 3.2.2 Análisis de la demanda internacional de aceites esenciales

La cultura de consumo a nivel internacional en cuanto a aceites esenciales, se incrementó desde el año 2008 al año 2012 en un 8% según TRADEMAP. Dicho crecimiento tiene varios factores implícitos en el desarrollo del consumo, y uno de ellos es el concepto de un hábito cada vez más natural que beneficien a la salud del ser humano y que no generen una contaminación al medio ambiente.

*Una de nuestras actividades cotidianas es ir de compras, consumir. Pero el consumo es sinónimo de "agotamiento". No tenemos en cuenta las repercusiones para el medio ambiente y las personas que habitan el planeta de los procesos de abastecimiento de bienes y servicios. (Consumo Responsable, 2014)*

Los países desarrollados con una cultura de cuidado personal y una conciencia en cuanto a salud, generaron los más altos porcentajes de utilización de este tipo de extractos. En la tabla 12 se muestran los principales países importadores de aceites esenciales con Estados Unidos a la cabeza.

Tabla 12.

LISTA DE LOS PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DE ACEITES  
ESENCIALES EN 2012.

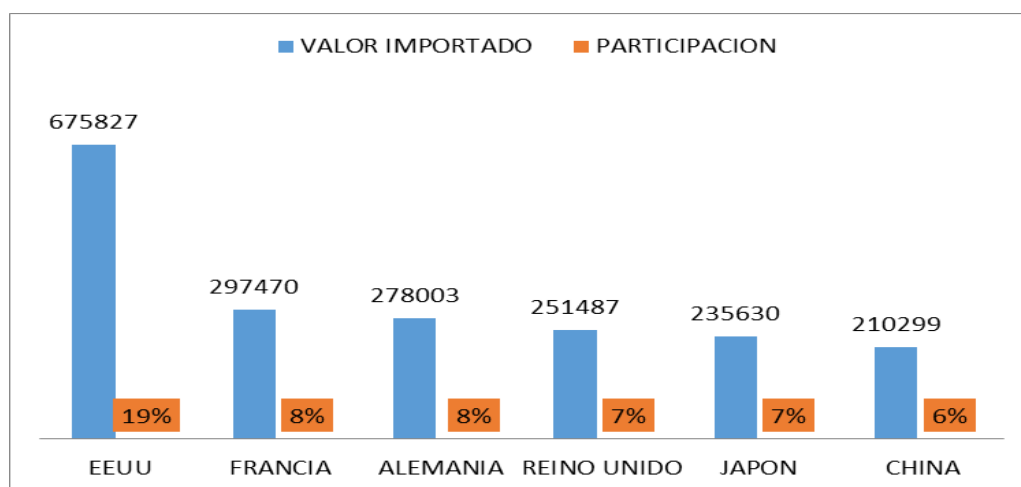
Exportadores	Valor importado (miles de dólares)	Participación en las importaciones totales	Cantidad en toneladas
<b>Estados Unidos</b>	675827		37826
		18.8%	
<b>Francia</b>	297470	8.3%	7929
<b>Alemania</b>	278003	7.7%	18812
<b>Reino Unido</b>	251487	7.0%	13351
<b>Japón</b>	235630	6.5%	19481
<b>China</b>	210299	5.8%	9290

Fuente: (TRADEMAP, 2014)  
Elaborado por: Castro Juan.

Estados Unidos es el primer consumidor a nivel mundial de aceites esenciales, no solo para ser utilizado como producto final sino también como materia prima en productos al servicio de la salud. El 18.8% de las importaciones totales de aceites esenciales son demandadas por Estados Unidos, seguidos por Francia con un 8.3%, Alemania 7.7%, Reino Unido 7%, Japón 6.5% y China 5.8%, el resto de países generan el 45.86% de la demanda existente a nivel mundial. *“Los consumidores prefieren obtener sus nutrientes de forma natural y disfrutar de sus beneficios para la salud de forma natural”.* (ClubDarwin, 2014)

Gráfico 20.

Países importadores de Aceites Esenciales.

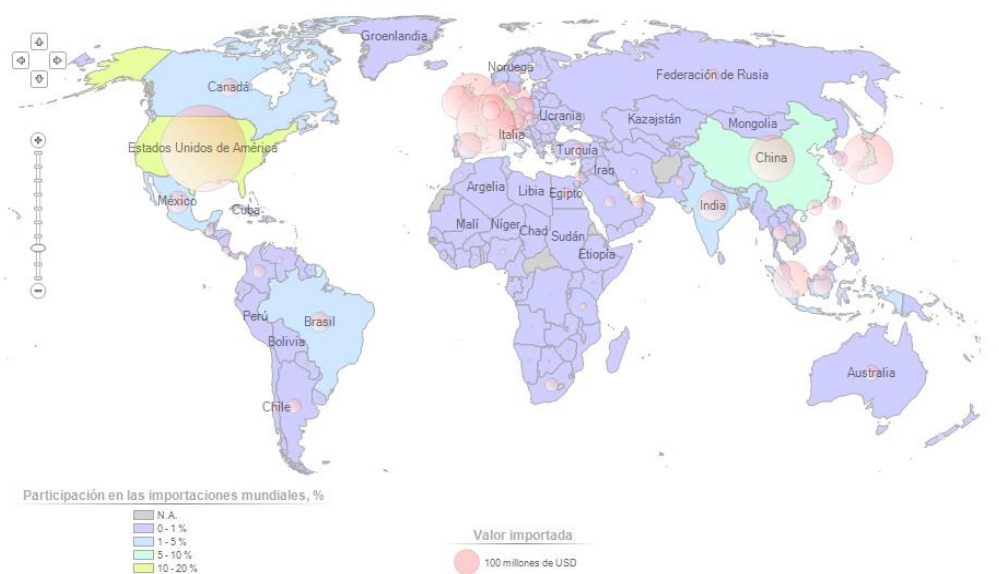


Fuente: (TRADEMAP, 2014)  
Elaborado por: Castro Juan.

En el gráfico 19 y 20 existe una diferencia en cuanto a los gustos de los distintos consumidores. Estados Unidos es quien está a la cabeza del cuidado de la salud utilizando medicinas no tradicionales con un alto componente natural. El gráfico 21 muestra en el mapamundi la participación que tienen los países y regiones respecto de la importación de este bien, y se observa claramente que sigue la misma tendencia con Estados Unidos y Europa a la cabeza de las importaciones, teniendo cuenta tanto el valor de importaciones en millones de dólares y el porcentaje de participación en las importa

Gráfico 21.

MAPA DE IMPORTADORES MUNDIALES DE ACEITES ESENCIALES.



Fuente: (TRADEMAP, 2014)  
Elaborado por: Castro Juan.

### 3.2.3 Análisis de Factores Macroeconómicos y Microeconómicos de la empresa Young Living

#### Análisis F.O.D.A.<sup>7</sup>

El análisis FODA que se aplica, busca evaluar la situación estratégica que tiene Young Living en el periodo de investigación en el Ecuador, para de esta forma definir las implicaciones de sus inversiones.

Las estrategias que lleva a cabo la empresa, se analizan por medio del análisis FODA que es el método más sencillo y eficaz para decidir sobre el futuro al que está encaminada cualquier empresa.

La planeación de las acciones que ponen en marcha, está basado en un análisis cuantitativo de esta matriz buscando aprovechar las circunstancias sobre las cuales la empresa tiene poder de controlar. Sobre las circunstancias que no puede hacer nada, solo toma acciones preventivas. *"Tomar decisiones o adoptar estrategias en el actual mundo cambiante en el que nos desenvolvemos puede ser como jugar a la ruleta rusa si no lo hacemos basándonos en cifras, hechos y datos"*. (Guía de la Calidad, 2014)

A continuación se realiza el análisis EFE y EFI de la multinacional Young Living en el Ecuador, los cuales amplifican y separan los componentes de una matriz FODA.

---

<sup>7</sup> N.B. El acrónimo FODA Proviene del acrónimo en inglés SWOT, en español las siglas son FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. Thompson (1998) establece que el análisis FODA estima el hecho que una estrategia tiene que lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación de carácter externo; es decir, las oportunidades y amenazas. Para más información véase la revista: "Contribuciones a la Economía", septiembre 2006, ISSN 16968360, en el artículo *"La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales."*

Tabla 13.

MATRIZ EFE (EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS).

FACTOR EXTERNO CLAVE		PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN (1=baja; 4=alta)	TOTAL PONDERADO
50%	Oportunidades			
1.	Gobierno ecuatoriano incentiva a multinacionales que apoyen al plan nacional del buen vivir	0.15	3	0.45
2.	apoyo a la sustitucion de importaciones	0.10	2	0.20
3.	En Ecuador no existe competencia directa en la industria de aceites de grado terapeutico	0.15	3	0.45
4.	Marco legal de Ecuador atrae a inversionistas.	0.10	3	0.30
50%	Amenazas			
1.	El Ecuador es un mercado naciente	0.10	2	0.20
2.	Existencia de empresas reconocimiento en salud y nutricion con productos sustitutos	0.15	2	0.30
3.	Alto riesgo pais a comparacion de latinoamerica	0.15	3	0.45
4.	Consumo establecido por la poblacion hacia medicinas tradicionales	0.10	4	0.40
TOTAL		1.00		2.75

Fuente: (Castro, 2014)  
Elaborado por: Castro Juan.

Los factores externos (Oportunidades y Amenazas) de la matriz FODA se los ubicaron con el mismo porcentaje de acción sobre la empresa, existen en el mercado nacional e internacional oportunidades y amenazas determinadas en la tabla 13. En la matriz se tiene que de la sumatoria de a ponderación entre las oportunidades se obtuvo un total de 1,40 sobre el 1,35 de las debilidades, por lo cual se deduce que existe una posibilidad de incidencia de los factores externos de alrededor de 50% para cada uno.

Factores como el incentivo a la inversión para multinacionales que aporten con objetivos del Buen Vivir, la baja y hasta cierto grado, inexistente competencia de aceites esenciales de grado terapéutico se constituyen algunas de las oportunidades más representativas que tiene Young Living en el Ecuador. Factores como hábitos de consumo en medicinas y tratamientos tradicionales están conformándose como uno de los problemas arraigados existentes en el mercado ecuatoriano.

Tabla 14.

MATRIZ EFI (EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS).

FACTOR INTERNO CLAVE		PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO
60%	<b>Fortalezas</b>	<b>(3= fortaleza menor; 4 fortaleza mayor)</b>		
1.	Reconocimiento a nivel internacional de aceites terapeuticos	0.15	4	0.60
2.	Aceptacion a nivel mundial	0.15	4	0.60
3.	Productos con normas de calidad internacional	0.20	4	0.80
4.	Cuerpo de cientificos que abalan la pureza y efectividad de sus a	0.10	3	0.30
40%	<b>Debilidades</b>	<b>(1=debilidad mayor; 2=debilidad menor)</b>		
1.	Precio alto	0.15	1	0.15
2.	limitada cartera de productos disponibles en Ecuador	0.10	1	0.10
3.	publicidad y medios de difusion limitada	0.05	2	0.10
4.	Cadena de distribucion en desarrollo (network marketing)	0.10	2	0.20
TOTAL		1.00		2.85

Fuente: (YOUNG LIVING, 2014)

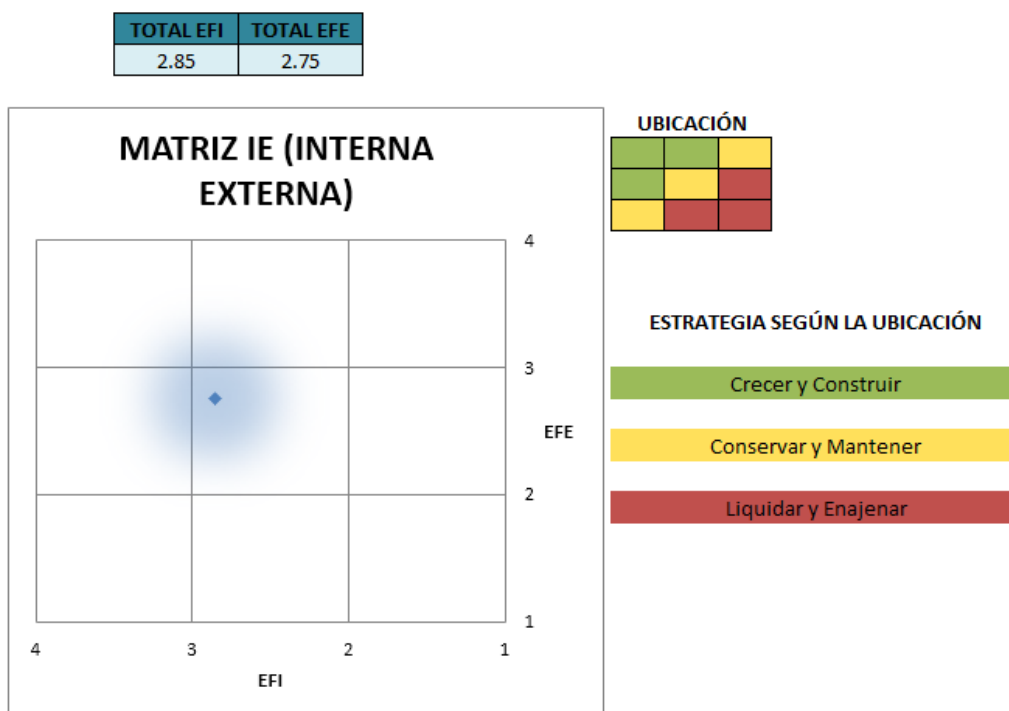
Elaborado por: Castro Juan.

En el ámbito interno hay claves dentro de la empresa Young Living, permiten un desarrollo sustancial en el avance observado de la empresa desde su llegada al país. Factores como reconocimiento a nivel internacional, aceptación a nivel mundial y la calidad de productos y procesos son aspectos que determinan las fortalezas más representativas de la multinacional. El precio alto, la limitada cartera de productos que llega al Ecuador y la cadena de distribución que se encuentra en desarrollo son las debilidades.

Una vez realizado el análisis cualitativo y cuantitativo dentro de la matriz EFI de la multinacional Young Living, se tiene que la ponderación de las Fortalezas es superior a las debilidades en un 418% dado de la división entre la sumatoria de las fortalezas (2,30) sobre las debilidades (0,55).

Gráfico 22.

MATRIZ IE (INTERNA EXTERNA).



Fuente: (Castro, 2014)  
 Elaborado por: Castro Juan.

La coordenada del gráfico 22, se ubicó en (2.85; 2.75), el punto situacional para la acción estratégica indica que los enfoques están direccionadas a Conservar y Mantener las decisiones llevadas a cabo. Esta coordenada está cerca del cuadrante crecer y construir.

### Análisis P.E.E.A. (Posición Estratégica y Evaluación de la Acción)

La matriz de Posición Estratégica y Evaluación de la Acción es una herramienta que permite conocer la tendencia que llevan las estrategias.

*Los ejes de la matriz PEEA son Fortaleza Financiera (FF) Ventaja Competitiva (VC), Estabilidad Ambiental (EA) y Fortaleza Industrial (FI) de los cuales dos pertenecen a la situación interna por lo que los datos se obtienen de la MEFI y los otros dos son de la situación externa y los datos pueden ser obtenidos de la MEFE. (Sites.upiicsa, 2014)*

*Esta es una herramienta para definir estrategias. La cual está formada por un marco de cuatro cuadrantes y nos indica si la estrategia es agresiva, conservadora, defensiva o competitiva, es la más adecuada para una organización dada.*

*Para elaborar una matriz P.E.E.A se debe:*

1. *Seleccionar una serie de variables que incluyen la fuerza financiera (FF), la ventaja competitiva (VC) la estabilidad del ambiente (EA), y la fuerza de la industria (FI).*

2. Adjudicar un valor numérico de +1 (peor) a +6 (mejor) a cada una de las variables que constituyen las dimensiones FF y FI. Asignar un valor numérico -1 (mejor) -6 (peor) a cada una de las variables que constituyen las dimensiones VC y EA.
3. Calcular la calificación promedio FF, V, EA, y FI sumando los valores dados a las variables de cada dimensión dividiéndolas entre la cantidad de variables incluidas en la dimensión respectiva.
4. Anotar las calificaciones promedio de FF, VC, EA y FI en el eje correspondiente de la matriz P.E.E.A.
5. Sumar las dos calificaciones del X y anotar el punto resultante en X; sumar las dos calificaciones del eje Y. Anotar la intersección de nuevo punto XY.
6. Trazar un vector direccional del origen de la matriz P.E.E.A por el nuevo de la inserción. Este vector revelará el tipo de estrategia recomendable para la organización. (Barragán, Ortiz, Nuñez, Hernández, & García, 2014)

Tabla 15.

MATRIZ PEEA (DIMENSIÓN INTERNA).

<b>DIMENSIÓN INTERNA</b>					
<b>FORTALEZA FINANCIERA</b>		<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>VENTAJA COMPETITIVA</b>		<b>CALIFICACIÓN</b>
1.	liquidez	6	1.	calidad del producto	-1
2.	utilidad	5	2.	lealtad del consumidor	-3
3.	flujo de caja	3	3.	negocio competitivo	-2
<b>TOTAL</b>		<b>14</b>	<b>TOTAL</b>		<b>-6</b>
<b>PONDERADO</b>		<b>4.67</b>	<b>PONDERADO</b>		<b>-2.00</b>

Fuente: (Castro, 2014)  
Elaborado por: Castro Juan.

De la matriz se tiene que los factores internos de la Multinacional Young Living permiten generar un crecimiento potencial de la empresa no solo a nivel internacional sino también a nivel Ecuador, más adelante en la imagen que muestra la ubicación vectorial de cuadrantes se amplía información.

Tabla 16.

MATRIZ PEEA (DIMENSIÓN EXTERNA).

<b>DIMENSIÓN EXTERNA</b>					
<b>FORTALEZA INDUSTRIAL</b>		<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>ESTABILIDAD AMBIENTAL</b>		<b>CALIFICACIÓN</b>
1.	oportunidad de crecimiento	5	1.	variación de la demanda	-3
2.	tecnología disponible	4	2.	precios de productos	-4
3.	oportunidad de expansión	6	3.	abundancia de materia prima	-1
4.		0	4.		0
<b>TOTAL</b>		<b>15</b>	<b>TOTAL</b>		<b>-8</b>
<b>PONDERADO</b>		<b>5.00</b>	<b>PONDERADO</b>		<b>-2.666666667</b>

Fuente: (Castro, 2014)  
Elaborado por: Castro Juan

Según las fortalezas de la industria en la que se maneja la multinacional Young Living (aceites esenciales), se presentan oportunidades. Una inversión en tecnología facilitaría los procesos de producción, así como la utilidad no solo para la empresa sino también para la mano de obra ecuatoriana que ahí

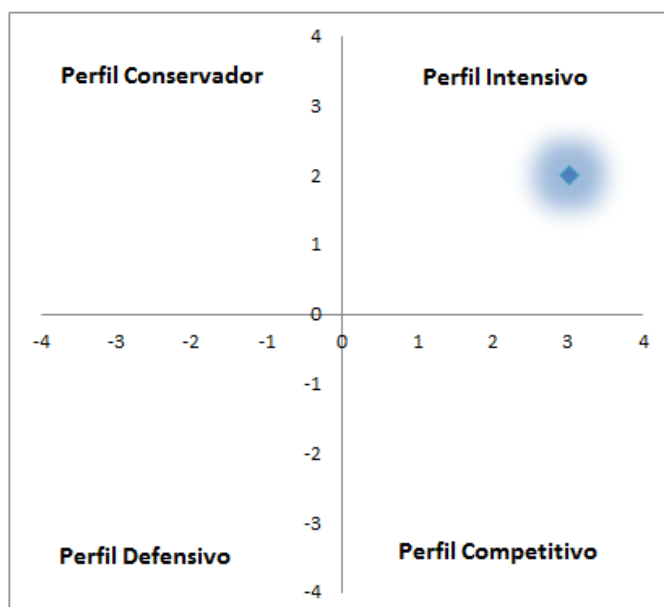
labora. En lo concerniente a la oportunidad de expansión se analiza la diversificación que ocurrió en Latinoamérica, focalizando como los detonadores a Ecuador y Perú. La multinacional realizará inversiones en países como Brasil, siendo uno de los primeros del mundo en cuidado de la belleza personal.

*La venta de productos de belleza generó 43.000 millones de dólares en el 2011, lo que representa un crecimiento del 142% en cinco años y coloca a Brasil a un paso de superar a Japón como el segundo mercado de productos de belleza más grande del mundo, según Euromonitor, empresa que investiga el mercado mundial. En el mismo lapso, el crecimiento de ese mercado en Japón fue del 40% y en Estados Unidos del 7,3%. (Santa María Times, 2013)*

La estabilidad ambiental tiene factores como variación de la demanda y sus hábitos de consumo, precios altos de los productos y abundancia de la materia prima, generando un panorama externo atractivo y concluyente al momento de invertir o tomar decisiones estratégicas. Posterior al análisis sistemático de los factores de dimensión interna y externa se realiza el análisis del vector direccional que permite establecer el enfoque que se le da a las estrategias ya determinadas según matriz IE (Interna Externa), generando el tipo de estrategias mas no el enfoque.

Gráfico 23.

MATRIZ PEEA (VECTOR DIRECCIONAL).



Fuente: (Castro, 2014)  
Elaborado por: Castro Juan.

Según el resultado del análisis P.E.E.A evidenciado en el gráfico 23, el perfil que se determinó bajo el análisis realizado es de tipo intensivo, se genera un enfoque de desarrollo promocional y productivo de las estrategias determinadas por la matriz IE (Interna Externa) con el fin de generar un desarrollo y una expansión.

### **3.3 Empresa Young Living y su relación con el Plan Nacional del Buen Vivir**

Desde la implementación de las políticas gubernamentales orientadas a una mejor calidad de vida, respetando al ambiente, es sujeto de estudio el conocer si las empresas cumplen con los objetivos que dicta el PNBV para lograr el desarrollo integral -tanto económico como social-. Los temas a tratar son: generalidades del PNBV, descripción de los objetivos del PNBV y beneficios generados por la multinacional Young Living en Ecuador según los lineamientos del PNBV.

#### **3.3.1 Generalidades del Plan Nacional del Buen Vivir**

La Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) elaboró el plan Nacional del Buen Vivir en su condición de Secretaria Técnica del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa, conforme el código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas y presentado por el Gobierno Nacional para conocimiento y aprobación en el Consejo Nacional de Planificación. El plan Nacional de Desarrollo, denominado para este periodo de Gobierno “Plan Nacional para el buen Vivir 2013-2017” fue aprobado en sesión de 24 de junio de 2013. (SENPLADES, 2013)

El plan nacional se basa en el aumento de la capacidad de la producción del Ecuador, buscando un desarrollo y un crecimiento estable.

*El buen vivir se planifica, no se improvisa. El Buen Vivir es la forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental: es armonía. Igualdad, equidad y solidaridad. No es buscar la opulencia no el crecimiento económico infinito. Ecuador como país andino, construye los derechos humanos, económicos, sociales, culturales y ambientales, sobre un concepto y visión del mundo nacido en las antiguas sociedades de la región de los Andes Sudamericanos: el buen vivir en el Sumak Kawsay. Esta idea social de solidaridad y redistribución es diferente al ideal aristotélico de la vida buena. El buen vivir es una idea social movilizadora, que va más allá del concepto de desarrollo –que se encuentra vigente en la tradición occidental-, pues está asociada a una noción más amplia de progreso. (SENPLADES, 2013)*

Se busca desarrollar alternativas sociales entrelazadas con el desarrollo económico que con el aprovechamiento de recursos monetarios se genera un progreso en la calidad de vida de la sociedad. La consolidación de un Estado Democrático, auspiciar la igualdad social y territorial, el fortalecimiento de las capacidades de la ciudadanía, la consolidación de la justicia, el trabajo digno, entre otras, son referentes en los que el Plan Nacional del Buen Vivir basa las estrategias para lograr un desarrollo sostenible y sustentable.

*Es apropiado destacar que el Plan Nacional para el buen vivir va más allá de las propias metas fijadas por las Naciones Unidas en los “objetivos de milenio”. El Ecuador rebasa las propias expectativas de este organismo mundial, puesto que aspira a sobrepasar las mencionadas “metas mínimas” y se auto propone, con decisión, “máximos sociales” para propiciar un cambio irreversible, rápido, profundo y radical en el país. (SENPLADES, 2013)*

Las metas actuales del Gobierno Nacional están dirigidas a operar en los territorios priorizados, siendo esta la primera vez que se encaminan esfuerzos e instrumentos para alcanzar un desarrollo en todos los puntos del territorio ecuatoriano, sin priorizar capitales o ciudades en crecimiento.

*La revolución agraria, que es un proceso que no puede postergarse y que significa redistribución de la tierra, fomento al crédito, asistencia técnica, comercio justo y acceso al riego. La revolución del conocimiento, que propone la innovación, la ciencia y la tecnología, como fundamentos para el cambio de la matriz productiva, concebida como una distinta forma de producir y consumir. Esta transición llevara al país de una fase de dependencia de los recursos limitados (finitos) a una de recursos ilimitados (infinitos), como son la ciencia, la tecnología y el conocimiento. La excelencia, que es un principio y espíritu rector del socialismo. (SENPLADES, 2013)*

### **3.3.2 Descripción de los Objetivos del PNBV**

Para definir cuáles son se los objetivos en los que la multinacional Young Living tuvo incidencia en relación a su inversión e implantación en el país. es necesario conocerlos; a continuación una descripción de los 12 objetivos contemplados en el PNBV a 2014:

#### **Objetivos del Plan del Buen Vivir**

*Objetivo 1: Consolidar el Estado democrático y la constitución del poder popular  
Objetivo 2: Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad  
Objetivo 3: Mejorar la calidad de vida de la población  
Objetivo 4: Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía  
Objetivo 5: Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.  
Objetivo 6: Consolidar la transformación de la justicia y fortalecer la seguridad integral, en estricto respeto a los derechos humanos.*

*Objetivo 7: Garantizar los derechos de la Naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global*  
*Objetivo 8. Consolidar el sistema económico, social y solidario, de forma sostenible*  
*Objetivo 9: Garantizar el trabajo digno en todas sus formas*  
*Objetivo 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva*  
*Objetivo 11. Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica*  
*Objetivo 12: Garantizar la soberanía y la paz, profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latino americana. (SENPLADES, 2013)*

### **3.3.3 Beneficios Generados por la multinacional Young Living en el Ecuador según los lineamientos del Plan Nacional del Buen Vivir.**

La empresa Young Living tiene características y cualidades que se adaptan al Plan Nacional del Buen Vivir en sus objetivos. Cabe destacar que siendo una multinacional extranjera, su ideología es compatible con los objetivos propuestos por el Gobierno Nacional para lograr que el Ecuador sea un país donde sus habitantes puedan vivir con dignidad de una manera saludable.

#### **Objetivo 2**

#### **Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad**

En la empresa, los individuos de la comunidad de Chongón forman parte crucial del proyecto de desarrollo, tanto los trabajadores de la Finca Botánico Aromática, la clínica-spa Novavita, los alumnos y trabajadores de la escuela están recibiendo los beneficios de la presencia de Young Living en Ecuador. Esta clínica acoge tanto nacionales como a extranjeros al igual que la escuela. En la escuela, los niños de la comunidad reciben educación bilingüe con los idiomas inglés y español, acceso a tecnologías de la información con redes de conexión a internet de banda ancha. (YOUNG LIVING, 2014)

#### **Objetivo 3**

#### **Mejorar la calidad de vida de la población**

Como mencionado en el anterior, son varias los aportes tangibles que la empresa genera a la comunidad de Chongón. De ellos, el más significativo en relación a este objetivo es la escuela. Antes de Young Living, los niños estudiaban en una escuela uni-docente que funcionaba en dentro de un contenedor de metal; ahora los niños disfrutan de una escuela con mejores

condiciones e instalaciones y además los padres de los niños becados reciben un salario mensual ajustado al salario básico unificado que les permite cumplir con sus objetivos de vida como el mejoramiento de sus viviendas. (D. Gary Young Foundation, 2011)

#### **Objetivo 4**

##### **Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía**

Los padres de familia de los alumnos becados son parte del personal que trabaja en las instalaciones, recibiendo capacitación para trabajar la tierra y el conocimiento necesario para preparar alimentos nutritivos. En el caso de las mujeres se proporciona un trabajo dentro de labores que soportan los objetivos buscados como es el caso de la ayuda en la cocina y la finca. (YOUNG LIVING, 2014)

Los niños reciben una educación de primer orden los moradores del sector que pertenecen al proyecto Young Living tienen un desarrollo personal e integral, el personal que labora en la clínica y en la finca en el área administrativa se capacitan de igual manera.

#### **Objetivo 7**

##### **Garantizar los derechos de la Naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global**

La finca no produce ninguna clase de impacto ambiental, ni para la naturaleza del sector ni para la salud de los habitantes y trabajadores que ahí realizan sus actividades. La empresa a nivel internacional tiene certificaciones que garantizan un trabajo amigable con la naturaleza, la norma ISO 14001 que es una de las certificaciones obtenidas por Young Living en su gestión ambiental a nivel internacional y que se ajustan al marco normativo ambiental del país.

#### **Objetivo 9**

##### **Garantizar el trabajo digno en todas sus formas**

Todos los padres de familia que trabajan en las destilerías de la multinacional envían a la escuela Young Living Academy a sus hijos, los

estudiantes pueden desempeñarse para aprovechar las oportunidades ofrecidas que consisten en educación gratuita, inserción a deportes como el baseball, una orquesta de música, acceso a productos y servicios ofrecidos por la multinacional, alimentación gratuita dentro de la escuela, y transferencia de conocimientos en relación al cuidado y cultivo de la tierra. (Young Living Academy, 2014)

## **Objetivo 10**

### **Impulsar la transformación de la matriz productiva**

La empresa es una grande productora de aceites esenciales de grado terapéutico. La finca en Ecuador aporta con la producción a nivel mundial, convirtiendo al país como pieza clave del éxito para la multinacional, pues es una de las 4 fincas que proveen de la materia prima para el abastecimiento mundial de la empresa.

Desde su ingreso a Ecuador, Young Living ha invertido alrededor de 20 millones de dólares en Ecuador, específicamente en la provincia del Guayas, parroquia Chongón, destinando un 70% para la producción de aceites esenciales y el 30% para proyectos sociales que benefician a la comunidad; dotando de alrededor de 3000 empleos directos e indirectos y constituyendo un factor estimulante para aminorar la tasa de desempleo en la región.

La creación del Colegio Young Living Academy, constituye una Unidad Educativa Técnica Agropecuaria que representa un aporte al desarrollo de la juventud del lugar y del país.

Como descrito anteriormente, Ecuador importa aceites esenciales de grado terapéutico a Estados Unidos, España, Canadá, México y China, con un alrededor de 85 toneladas importadas, aun cuando es productor de la materia prima para esta partida arancelaria (al igual que muchos otros productos del país); y esto muestra que Ecuador es un mercado creciente en el consumo de estos productos y representa además una oportunidad para la tecnificación y el valor agregado con respecto de la industria de aceites esenciales. En lo que se refiere a nivel mundial existe también una gran demanda de aceites esenciales con países como Estados Unidos, Alemania, Francia, Reino Unido, Japón y

China, lo cual representa una gran oportunidad también para que Ecuador se especialice en la producción de dichos aceites.

En cuanto al análisis FODA y PEEA, la empresa tiene como principal oportunidad la escasa competencia a nivel nacional, así como la calidad de sus productos como su mayor fortaleza. En cuanto a las amenazas están los hábitos de consumo de medicinas tradicionales, y su principal debilidad se muestra en el precio al que se venden sus productos, y la limitada cartera disponible en el país en comparación con el alcance internacional. En cuanto al PEEA se evidencia que la empresa tiene potencial para expandirse a nivel internacional sudamericano y dentro del país.

Finalmente se concluye que, con respecto de los objetivos del PNBV, Young Living se alinea con 6 de dichos objetivos, demostrando su capacidad para insertarse en el marco legal y jurídico del país actualmente y con prospectiva a futuro. Cabe acotar también que el Network Marketing ha sido muy beneficioso para la empresa en el Ecuador ya que los productos ya son distribuidos en las principales ciudades del país, como lo son Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato, Loja, etc. Hecho que demuestra que este modelo es eficaz y eficiente en el posicionamiento de la empresa en un período de tiempo relativamente corto.

## VI. ANÁLISIS

El análisis realizado sobre el mercado ecuatoriano con respecto a la producción y consumo de aceites esenciales por medio de las estrategias del Network Marketing o Redes de Mercadeo implementada por la empresa Young Living no data de basta información oficial con respecto del aporte a la empresa y el Ecuador; sin embargo, en las redes oficiales de la empresa se tiene información que permite determinar los beneficios generados para la empresa gracias a este modelo de distribución y como su crecimiento a nivel mundial, sirve de manera indirecta en las fuentes de empleo y progreso para la parroquia de Chongón en el Ecuador.

La inversión extranjera directa de empresas multinacionales genera expectativas de desarrollo en el Ecuador, indicadores como la inflación determinan la condición económica que está atravesando un país. En el año 2013 este indicador se ubicó en 2.70% y hasta febrero del año 2014 se ubicó en 2.85%. La inflación impulsó al gobierno nacional a buscar estrategias que estabilicen la situación económica y comercial en el país tales como sustitución a las importaciones y la elaboración y ejecución del Plan Nacional del Buen Vivir.

A nivel macroeconómico, el Riesgo País desde el año 2011 hasta el año 2014 decreció en un promedio de 17% ubicando a Ecuador en el actual periodo de investigación como el séptimo país latinoamericano con mejor situación para invertir capitales extranjeros, 459 puntos son los que tiene el Ecuador en el año 2014, siendo un puntaje moderado en comparación de los 138 puntos que tiene Chile en el mismo periodo.

La situación interna del Ecuador para poder desarrollar empresas y de esta manera lograr hacer negocios dentro de territorio nacional genera otro factor influyente al momento de recibir inversión externa. En esta investigación se determinaron tiempos y costos (capítulo primero) que indican la facilidad en procesos, protección al inversionista y manejos de permisos para la construcción. Estos factores son mucho más dinámicos y flexibles así como seguros en comparación con el resto de vecinos latinoamericanos.

El interés de las empresas a producir con responsabilidad y sin afectar el medio ambiente en el Ecuador, tuvo un crecimiento de apenas el 12% en el año 2010 a 25% en el año 2014. El 19% de empresas que están en actividades de la atención de la salud hasta el año 2014 cuentan con licencias ambientales y apenas el 2% de estas tienen certificación ISO 14001.

La inflación, Riesgo País, responsabilidad ambiental y facilidades al inversionista son indicadores macroeconómicos desarrollados y analizados en esta investigación con el objetivo de presentar al lector un panorama más claro de la situación en el año 2014 que tiene el Ecuador, factores que influyeron para la inversión de la empresa Young Living en la parroquia de Chongón en la provincia del Guayas.

245 son las empresas relacionadas con el Bienestar de la Salud que en el periodo de investigación, año 2014, se constituyen funcionales según la Superintendencia de Compañías. Estas empresas son un referente para observar la actuación de la industria en la cual actúa Young Living.

En el Ecuador tipos y herramientas de trabajo como el Network Marketing, aportan con la situación laboral de los ciudadanos pero dentro de los márgenes establecidos por el subempleo. Para el año 2014, en Quito, Guayaquil y Cuenca se determinaron tasas de subempleo del 26.9%, 38.69% y 36.44% respectivamente, existiendo un aporte por parte de estas redes de mercadeo con estas tasas mencionadas.

Una vez obtenida la suficiente información macroeconómica en la que se desarrollan las empresas en el Ecuador, se comienza a discernir con datos específicos los beneficios de la empresa Young Living y sus productos, siendo los aceites esenciales los primeros en consideración con respecto a la producción de la multinacional.

Los beneficios obtenidos por estos extractos naturales se enfocan en la estabilidad corporal, mental y espiritual. Su uso se ve representado en acontecimientos trascendentales que vivió el hombre y entre ellos está: el registro de su uso en la Biblia (tanto en el Antiguo como el nuevo Testamento), las guerras mundiales y otros acontecimientos que delatan su efectividad en la salud humana.

Young Living tiene a 150 productos dentro de su cartera de venta teniendo todos estos como base a los aceites esenciales. En el Ecuador se produce de una manera sostenible los aceites de grado terapéutico para posterior a esto, enviarlos a las fábricas en Norteamérica para su embotellamiento y distribución.

La multinacional se basa en metodologías empresariales que buscan el desarrollar de una mejor manera la actitud y aptitud de sus colaboradores y distribuidores enfocando sus esfuerzos en el cliente final. Herramientas como el Network Marketing son utilizadas para alcanzar este propósito, logrando hasta el año 2014 un crecimiento del 200% desde el año 1993 a nivel mundial.

La inversión generada por la empresa Young Living en el Ecuador se realizó, según datos analizados en esta investigación, por la posición logística y el escenario que en ciertos casos favorece al inversionista como es la dolarización y las garantías presentadas al momento de sacar el producto del territorio nacional apoyado en primera instancia por políticas de sustitución a las importaciones.

De los 20 millones de dólares invertidos por Young Living desde el año 2006, se han utilizado 6 millones para desarrollar la parroquia de Chongón en la provincia del Guayas ubicada a 23 minutos de Guayaquil. Esta inversión fue destinada a mejorar la calidad de vida de sus habitantes, hablando en áreas de educación y empleo directo.

Para entender del porqué se presenta la necesidad de desarrollo laboral y educacional de una parroquia de la provincia del Guayas, en el capítulo tercero de la presente investigación se analizó la situación de dicha provincia, indicando niveles de mejora en cuanto al crecimiento poblacional, situación laboral, actividades económicas entre hombres y mujeres, tasa de asistencia neta de los niños a las escuelas y tasa de analfabetismo, pero que no indica una situación de calidad de vida de sus pobladores. Con el análisis de la inversión y construcción de Young Living Academy en la parroquia de Chongón en el año 2009, se mejoró la calidad de vida de sus pobladores significativamente.

Para que exista un desarrollo y una efectiva sustentabilidad de los beneficios presentados por la multinacional, se demostró tendencia creciente de demanda de productos en base a aceites esenciales tanto a nivel nacional como internacional.

Estados Unidos, desde una perspectiva de ofertante y demandante en un 18.8% a nivel mundial, ocupa el primer lugar en productos con base de aceites esenciales logrando determinar de una manera muy asertiva, que existe potencialidad en todo el proceso generado en las fincas de Young Living en la parroquia de Chongón.

El análisis en base a la matriz FODA Y PEEA (capítulo 3), se evidencia que las estrategias actuales de la empresa Young Living van encaminadas a conservar y mantener con un perfil intensivo, en todas las decisiones tomadas, buscando afianzar sus esfuerzos en extender su mercado en Latinoamérica utilizando las potencialidades de Ecuador como factor clave en dicho proceso.

De acuerdo a lo descrito en relación al PNBV, se demuestra que la inversión generada en la parroquia de Chongón por parte de la empresa multinacional Young Living, generó una mejor calidad de vida de la población, fortaleció las capacidades y potencialidades de la ciudadanía, garantizando los derechos del medio ambiente y el trabajo digno en todas sus formas e impulsó la matriz productiva del Ecuador.

## VII. CONCLUSIONES

A continuación se desprenden las conclusiones de esta disertación las cuales dan evidencia del cumplimiento de la hipótesis que reza *La presencia de empresa Young Living en el mercado ecuatoriano a través de la Industria del Bienestar con la producción y comercialización de los aceites esenciales sería atrayente a la inversión extranjera a más de que aportaría para generación fuentes de empleo en el país es la hipótesis sobre la cual la investigación basa y estructura su desarrollo.* (Castro, 2014)

- Se determinó que el impacto realizado por la inversión de la empresa Young Living en el Ecuador, sí generó un aporte significativo en 6 de los 12 objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir cumpliendo la hipótesis planteada.

- Se observa la demanda existente en el Ecuador de aceites esenciales y que sí existe una creciente necesidad de adquisición de este producto. Las condiciones climáticas y la calidad del suelo que favorecen a la producción agrícola en el Ecuador, son ideales para incentivar la inversión de multinacionales dedicadas al bienestar de la salud que extraen su materia prima del campo y zonas rurales productivas.

- Las redes de Network Marketing utilizadas por la multinacional Young Living aportan en forma parcial con el crecimiento de empleos y subempleos. A nivel nacional en la población urbana, se generó en el año 2014 un 44.25% de subempleo entre las empresas que utilizan esta red multinivel.

- Se analizó el sector de la Industria del Bienestar de la Salud en el Ecuador y se determinó que empresas multinacionales como Young Living, Herbalife, entre otras, sí utilizan el Network Marketing como un modelo viable y económico para la distribución de sus productos.

- Gracias al ingreso de Young Living al Ecuador en el año 2006, los habitantes de la parroquia de Chongón tienen oportunidades de crecimiento laboral y personal, por cuanto la empresa generó beneficios económicos y sociales para su comunidad.

- La generación de redes multinivel utilizada por la multinacional Young Living propició un ambiente que permite una independencia financiera y de horarios de trabajo para personas con recursos limitados (económicos y de tiempo), en localidades alejadas de la urbe que son las más beneficiadas, como es el caso de Chongón parroquia de la provincia del Guayas.

## VIII. RECOMENDACIONES

- Ampliar el espectro de alineación de Young Living con el resto de objetivos del PNBV para que la empresa constituya un referente a nivel nacional, y por ende su prestigio como marca se eleve generando mejores réditos a la misma. Una iniciativa, sería la promoción de la medicina no tradicional en las comunidades, apoyándose en las instituciones y programas de gobierno a través del Ministerio de Salud Pública.

- Generar nuevos proyectos vinculados con la industria del bienestar dadas las condiciones favorables con respecto de la materia prima en el país, y aprovechando la existencia de la demanda de productos de esta industria. Uno de ellos podría incluir la creación de una escuela de formación para el cultivo de las plantas utilizadas para la destilación de aceites esenciales incluyendo los conocimientos ancestrales de las distintas comunidades y pueblos del país.

- Aprovechar los beneficios del Modelo de distribución de Network Marketing en empresas y productos del sector público, fomentando el decrecimiento del desempleo y generando transferencia de conocimiento y comercio a nivel nacional.

- Transferir el conocimiento de casos como los de la Empresa Young living a comunidades de características similares (piso climático, calidad de suelo, limitado desarrollo de la población) a las de la parroquia Chongón para que propendan a atraer inversión que genere crecimiento económico y social.

- Difundir el “know how” (transferencia de conocimiento del producto y el modo de distribución a través de publicidad “boca a boca”, la logística, los costos y la inversión que esto implica) de las redes multinivel para personas con recursos limitados o cuyas localidades no cuenten con la infraestructura necesaria para un implementar un local de distribución, aprovechando los beneficios de comercializar y distribuir por medios individuales, con personas o grupos de personas reducidos.

- Realizar nuevos estudios de prospección/inversión por parte de Young Living de zonas climáticas acorde a las características de producción y desarrollo similares a Chongón, cuyo principal fin sea la responsabilidad social y sostenible mancomunada con la comunidad.

- Generar la difusión por parte de entidades gubernamentales como el Ministerio de Salud Pública del Ecuador de las propiedades y beneficios obtenidos por los aceites esenciales dentro de la salud humana.
- Fomentar convenios entre la multinacional y organismos gubernamentales para realizar campañas de concientización en cuanto a la prevención de enfermedades en base a aceites esenciales.
- Apoyar proyectos de empresas multinacionales, tomando en cuenta que esta área es desatendida en parroquias rurales del Ecuador.
- Analizar el impacto ambiental que empresas como Young Living produce en su desempeño, además del apoyo del gobierno para campañas de aprovechamiento de desperdicios del sector agrícola.
- Utilizar como ejemplo lo realizado por la multinacional Young Living en sus procesos productivos que provoca un impacto ambiental nulo.
- Difundir en la población educación para implementar normas de salud preventiva que disminuyan las enfermedades que aquejan al país y que valga la redundancia pueden ser prevenidas.
- Realizar un censo de empleo y subempleo periódico para identificar qué porcentaje de la población se encuentra desocupado y ofrecerles la posibilidad de ingresar a una empresa que utiliza redes de mercadeo para así evitar crisis familiares, delincuencia y enfermedades causadas principalmente por el estrés y la depresión.

## **Bibliografía**

### **Libros**

- CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR. (2008). CONSTITUCION DEL ECUADOR. En A. NACIONAL. Ecuador.
- Dipierrri, J. (2005). *Impacto e integración entre la medicina alternativa y la convencional*. Argentina: Red Cuadernos.
- Essencial Science . (2006). Aceites esencias. Estados Unidos de América: essential science publishing.
- Hernández, L. (2003). Los riesgos y su cobertura en el comercio internacional. Espana : FC EDITORIAL.
- Molina, J., & Vallellano, D. (2005). FUNDAMENTOS DE LA SALUD . En J. Molina, & D. Vallellano. Barcelona
- Palomino, H. (2009). *El medio y su influencia en la salud humana*. Argentina: El Cid.
- Ulloa, L. (2007). La cooperación Internacional en la era de la globalización. MEXICO: Instituto Politécnico Nacional.
- Varela, R. (2008). Innovación empresarial. En R. Varela. Colombia: Pearson Educación de Colombia.
- Varela, R. (2008). Innovación Empresarial. En R. Varela. Colombia : Pearson.

### **Web**

- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (9 de Mayo de 2014). Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reporte\\_inflacion\\_Enero\\_2014.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reporte_inflacion_Enero_2014.pdf)
- Buen Vivir . (19 de Mayo de 2014). Obtenido de [www.buenvivir.gob.ec/presentacion](http://www.buenvivir.gob.ec/presentacion)
- ClubDarwin. (19 de Mayo de 2014). *Los alimentos naturales recuperan mercado: 7 tendencias del consumidor actual*. Obtenido de <http://www.clubdarwin.net/seccion/ingredientes/los-alimentos-naturales-recuperan-mercado-7-tendencias-del-consumidor-actual>
- Consumo Responsable. (19 de Mayo de 2014). *Criterios para un consumo responsable* . Obtenido de <http://www.consumoresponsable.org/criterios/index>
- DOING BUSINESS. (8 de Mayo de 2014). *DOING BUSINESS*. Obtenido de <http://www.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/ecuador#starting-a-business>
- El Comercio. (08 de Mayo de 2006). Firma estadounidense Young Living capacitara en cultivo de plantas medicinales.

- EMBIG . (8 de Mayo de 2014). Obtenido de [http://www.acronymfinder.com/Emerging-Markets-Bond-Index-Global-\(EMBIG\).html](http://www.acronymfinder.com/Emerging-Markets-Bond-Index-Global-(EMBIG).html)
- Enciclopedia del Ecuador. (18 de Mayo de 2014). *Enciclopedia del Ecuador*. Obtenido de <http://www.encyclopediadelecuador.com/temasOpt.php?Ind=518&Let=>
- ETSIA. (12 de Mayo de 2014). Obtenido de <http://www1.etsia.upm.es/departamentos/botanica/fichasplantas/lavcomp.html>
- ETSIA. (13 de MAYO de 2014). Obtenido de [www.etsia.upm.es](http://www.etsia.upm.es)
- Finanzas y desarrollo. (Junio de 2001). Obtenido de <http://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2001/06/pdf/loungani.pdf>
- Guía de la Calidad. (20 de Mayo de 2014). *Analisis DAFO*. Obtenido de <http://www.guiadelacalidad.com/modelo-efqm/analisis-dafo>
- hookedonpromos. (17 de Mayo de 2014). Obtenido de <http://www.hookedonpromos.com/>
- INEC. (2013). *Encuesta de Información Ambiental Económica en Empresas 2012*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas\\_Ambientales/Empresas\\_Privadas/Presentacion\\_Empresas.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/Empresas_Privadas/Presentacion_Empresas.pdf)
- INEC. (11 de MAYO de 2014). Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/Empleo-mar-2014/15\\_anios/201403\\_Enemdu\\_Evolucion\\_Indicadores\\_Laborales\\_15anios.xls](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/Empleo-mar-2014/15_anios/201403_Enemdu_Evolucion_Indicadores_Laborales_15anios.xls)
- Investecuador. (2013). Obtenido de <http://www.investecuador.ec/files/GuiaLegal2013.pdf>
- Kiyosaki, R. (11 de Mayo de 2014). Obtenido de <http://www.escueladeriqueza.org/fullaccess/descarga/Fundamentos%20del%20Marketing%20Multinivel.pdf>
- Marcos, R. (2013). *Universidad Tecnica particular de Loja*. Obtenido de [file:///C:/Users/PACO/Downloads/Marcos\\_Vaca\\_Roberto\\_Xavier.pdf](file:///C:/Users/PACO/Downloads/Marcos_Vaca_Roberto_Xavier.pdf)
- MARKETS. (9 de MAYO de 2014). *MARKETS.COM*. Obtenido de <http://www.markets.com/es/education/fundamental-analysis/main-economic-indicators.html>
- Medicina Alternativa. (12 de Mayo de 2014). *Medicina alternativa*. Obtenido de [http://Medicina\\_alternativa.com](http://Medicina_alternativa.com)
- MINEC. (13 de Mayo de 2014). Obtenido de <http://www.minec.gob.sv/cajadeherramientasue/images/stories/fichas/guatemala/gt-aceites-esenciales.pdf>
- Ministerio Coordinador de Política Económica . (8 de mayo de 2014). *LA ECONOMÍA ECUATORIANA TUVO UN CRECIMIENTO ANUAL DE 4.5% EN 2013*. Obtenido de

<http://www.politicaeconomica.gob.ec/la-economia-ecuatoriana-tuvo-un-crecimiento-anual-de-4-5-en-2013/>

Noticias Financieras. (2014). Presidente Correa calcula que la inflación de Ecuador será del 3,2% en 2014. *Noticias Financieras*.

Nueva Salud Natural. (12 de Mayo de 2014). Obtenido de <http://nuevasaludnatural.blogspot.com/2010/12/propiedades-aceite-esencial-de-lavanda.html>

Organización Mundial de la Salud. (Diciembre de 2013). *Salud mental: un estado de bienestar*. Obtenido de [http://www.who.int/features/factfiles/mental\\_health/es/](http://www.who.int/features/factfiles/mental_health/es/)

PODERES-INTELIGENCIA POLÍTICA. (17 de Enero de 2014). *Panorama Económico del Ecuador 2013*. Obtenido de <http://poderes.com.ec/2014/panorama-economico-del-ecuador-2013/>

PROQUEST. (21 de Noviembre de 2013). Más de 150 compañías extranjeras presentan proyectos para invertir en Chile. *PROQUEST*.

PROQUEST. (1 de febrero de 2014). Ecuador prevé sustituir millones de dólares en importaciones hasta 2017.

PROQUEST. (26 de Marzo de 2014). El embajador de Ecuador anima a los españoles a invertir en su país.

Romero, Y. (2009). *La inflación*. Argentina: El Cid.

Romero, Y. (2009). *La inflación*. Argentina: El Cid.

Salud Esencial. (26 de Marzo de 2014). Obtenido de <http://www.saludesencial.org/blog/testimonio-de-aromaterapia-terapeutica-con-aceites-esenciales/>

Santa María Times. (13 de Febrero de 2013). *Crece la industria de la belleza en Brasil*. Obtenido de [http://santamariatimes.com/espanol/entretenimiento/mundo/crece-la-industria-de-la-belleza-en-brasil/article\\_43136748-761d-11e2-9084-0019bb2963f4.html](http://santamariatimes.com/espanol/entretenimiento/mundo/crece-la-industria-de-la-belleza-en-brasil/article_43136748-761d-11e2-9084-0019bb2963f4.html)

sdf. (dsf). *dsfs*. sdf: sdf.

Sites.upiicsa. (20 de Mayo de 2014). *Matriz de Posición Estratégica y Evaluación de la Acción (PEEA)*. Obtenido de [http://www.sites.upiicsa.ipn.mx/polilibros/portal/Polilibros/P\\_terminados/Planeacion\\_Estrategica\\_ultima\\_actualizacion/Polilibro/Unidad%20IV/Tema4\\_7.htm](http://www.sites.upiicsa.ipn.mx/polilibros/portal/Polilibros/P_terminados/Planeacion_Estrategica_ultima_actualizacion/Polilibro/Unidad%20IV/Tema4_7.htm)

Superintendencia de Bancos y Seguros. (2006). *Estudio Sectorial*. Obtenido de [http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/articulos\\_financieros/Estudios%20Sectoriales/evolucion\\_sectorios\\_productivos\\_2do\\_trimestre\\_2006.pdf](http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/articulos_financieros/Estudios%20Sectoriales/evolucion_sectorios_productivos_2do_trimestre_2006.pdf)

Superintendencia de Compañías. (11 de Mayo de 2014). *Listado de Compañías*. Obtenido de <http://www.supercias.gob.ec/portalinformacion/consulta/index.php>

TRADEMAP. (18 de Mayo de 2014). Obtenido de [http://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|218|||3301||4|1|1|1|1|2|1|1](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|218|||3301||4|1|1|1|1|2|1|1)

Vida Sana. (12 de MAYO de 2014). Obtenido de <http://es.vidasana.org/Salud>

WIKIPEDIA. (9 de MAYO de 2014). Obtenido de <http://es.wikipedia.org/wiki/Inflaci%C3%B3n>

YOUNG LIVING. (14 de Mayo de 2014). Obtenido de [http://www.youngliving.com/es\\_ES/company/about](http://www.youngliving.com/es_ES/company/about)

Young Living Academy. (18 de Mayo de 2014). Obtenido de <http://www.younglivingacademy.edu.ec/gallery/8sm4gvy11mqm4kpi2b9pl61so3z1vl>

## **ANEXOS**

### ***Anexo A. Testimonios del uso de Aceites Esenciales***

#### **CASO A**

##### **Testimonio de Aromaterapia Terapéutica con Aceites Esenciales:**

##### **Desaparecen manchas con Aceite Esencial de incienso**

Mi marido tenía manchas en el dorso de las manos. Decidió utilizar el incienso por un lado y nada en el otro. Las manchas de la edad en la mano donde utilizo desaparecieron. El otro lado tiene el mismo aspecto de siempre. Él utilizó una gota de incienso y lo frotó en el dorso de la mano dos veces al día (mañana y noche). Se dio cuenta de una diferencia en la coloración en 2 semanas, y después de 2 meses, las manchas en la mano donde había aplicado el incienso habían desaparecido.

Jacqui

#### **CASO B**

##### **Testimonio de Aromaterapia Terapéutica con Aceites Esenciales:**

##### **Mareos ocasionales.**

##### **MAREOS OCASIONALES (FEBRERO DEL 2012)**

Me empezó un mareo cada vez que me acostaba y sobre todo cuando me giraba para los lados; la sensación era incómoda y no sabía que era, después de 10 días fui al médico, me mandaron radiografías del cuello y oído, de los ojos, y todo salió bien; pero el mareo seguía; el médico me dijo que usara unas pastillas "Vertinon" que yo las comprara por que el seguro no las cubría. Las compre, se terminaron y el mareo seguía. Me aplique una gota de aceite esencial de lavanda, cada 3 veces al día en la lengua como por 5 días y se fue. No volví a sentir ese horrible mareo.

Chalie

#### **CASO C**

##### **Testimonio de Aromaterapia Terapéutica con Aceites Esenciales:**

##### **ácaros en el cuerpo**

Como especialista en Medicina Oriental y practicante de la curación holística, he sido un fan de los aceites esenciales de Young Living para más de diez años , pero fue sólo después de que estos aceites puros y eficaces ayudaron a salvar mi vida que decidí que era el momento de convertirme en un distribuidor .

Cuando las ardillas, los murciélagos y los pájaros decidieron hacer sus nidos en el espacio de acceso por encima de mi unidad de condominio de este invierno, no

pensé nada de él. Mantenimiento estaba trabajando en el problema, y pensé que sería el final de eso. Pero este verano, cuando la primera ola de calor dio un intenso golpe, encendí la unidad de aire acondicionado HVAC , cientos de diminutos ácaros negros y rojos salieron de la vía A / C , y cayeron sobre mí. En cuestión de segundos, comenzaron dolores debajo de mi piel así que me salte a la ducha, y comencé a tratar de lavarlos, pero ya era demasiado tarde.

Durante los próximos tres meses, hemos intentado todo, incluyendo dos medicamentos fuertes y tóxicos orales y tópicos para matar los ácaros, hasta los aceites esenciales de un fabricante francés, y todos los tratamientos a base de hierbas, holístico, baños de vinagre de sidra de manzana – todo sin resultados.

Para el final del segundo mes, los ácaros de aves rojas (como más tarde fueron identificarlos ) habían reproducido tantas veces que eran más de mil adultos y larvas en mi cuerpo, y comenzaron a poner sus huevos en los párpados y las cejas , en la ingle y debajo de las uñas. A medida que el siguiente lote invadió mis córneas y yo ni siquiera podía ver con claridad.

La sala de emergencias sólo insistió en mantenerme con los cremas orales y tópicos tóxicos, pero toda la literatura médica, estos ácaros de aves (artículo reciente LA Times, el 7 de julio del año 2012) fueron resistentes a la todos los tratamientos tradicionales.

Mi querido amigo, Teri McComsey me envió una caja con (Thieves), clavo de olor , menta , orégano , y aceites de lavanda , cuando le dije que eso era lo que necesitaba usar después. Cuando llegaron, hice un tratamiento tópico con aceite de oliva, hasta llegar a beber cuatro tazas al día con una gota de cada aceite, clavo de olor , el cardamomo y la pimienta negra en un té de hierbas.

En cuestión de horas, los ácaros, que nunca dejan su anfitrión hasta que mueren, estos se alimentan de sangre , no como la sarna o los ácaros del polvo , comenzaron madriguera de nuevo fuera de mi piernas, los brazos , el pecho y el cuero cabelludo , donde podrían caerse y morir .

Cuatro días después, y ya 200-300 de los ácaros murieron. Doloroso Sí, pero después de convertirse en anemia severa, estaba preocupado por el impacto de ellos dejan en el cuerpo, ya que sufrí de la enfermedad de Parkinson de inicio

temprano y tenía un sistema inmunológico comprometido. Así que cuando digo que Young Living Essential Oils me salvaron la vida, lo digo en serio.

Sin lugar a duda, creo que como un hombre sabio dijo una vez : “La felicidad es el objeto y propósito de nuestra existencia “, y estoy agradecido a Gary y todos en Young Living por ser capaz de recuperar esa sensación de bienestar y la felicidad después de tres meses terribles de sufrimiento !

No perdí tiempo cuando esos aceites llegaron y al día siguiente me convertí en un distribuidor de Young Living.

#### CASO D

##### **Testimonio de Aromaterapia Terapéutica con Aceites Esenciales: Problemas en una rodilla**

Desde pequeño he tenido problemas en una rodilla, se me hinchaba y me dolía. Un amigo me recomendó tomar el Ningxia Red, desapareció la hinchazón, por lo que sigo tomándolo.

Manuel Perez de Los Cobos (Currito)  
02400 Hellin (Albacete)

#### CASO E

##### **Testimonio de Aromaterapia Terapéutica con Aceites Esenciales: Perrito golpeado**

Un perro labrador, golpeo a un chihuahua, y le saco un “hematoma grande en la frente“, se le aplico 2 veces, 3 góticadas de aceite de lavanda, y al día siguiente había desaparecido el hematoma.

Caso de Barranquilla (Colombia)

#### CASO F

##### **Testimonio de aromaterapia terapéutica con aceites esenciales: psicóloga**

Estoy apenas empezando a usar los aceites de Young Living y encuentro diferencias respecto a los aceites convencionales que llevo años utilizando y que compraba en herbolarios y tiendas especializadas. Soy psicóloga y psicoterapeuta y estoy encontrando en estos aceites un eficaz complemento para mi trabajo. Quiero ponerte dos breves ejemplos:

Por las mañanas trabajo en un gran colegio, donde los olores no son siempre agradables, he logrado crear en minutos un maravilloso ambiente en mi oficina, usando un difusor de aceites con limón para purificar; la sensación al entrar es maravillosa y el olor persiste a pesar de como huele fuera. También he empleado el difusor en mi oficina con lavanda, antes de empezar una reunión difícil con alguna familia, el comentario general de las personas al entrar es que da gusto estar allí y no dan ganas de irse.”

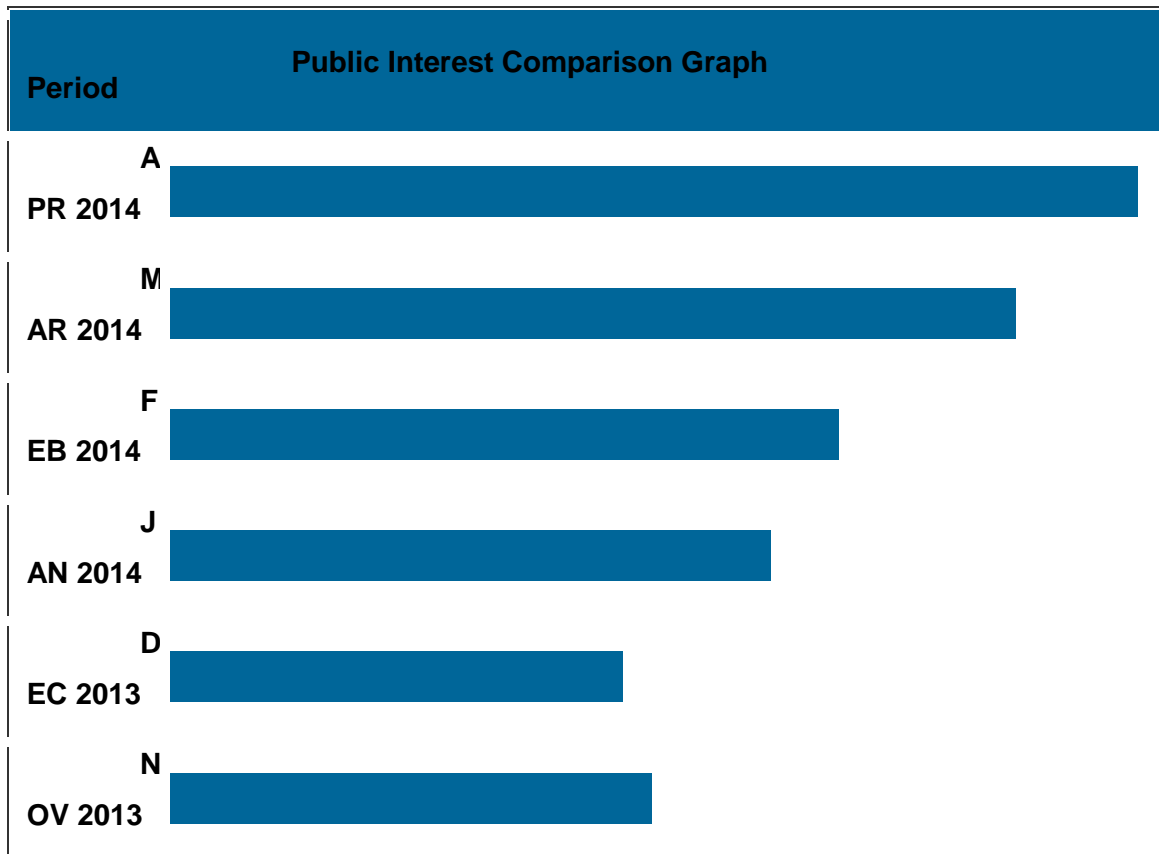
CASO G

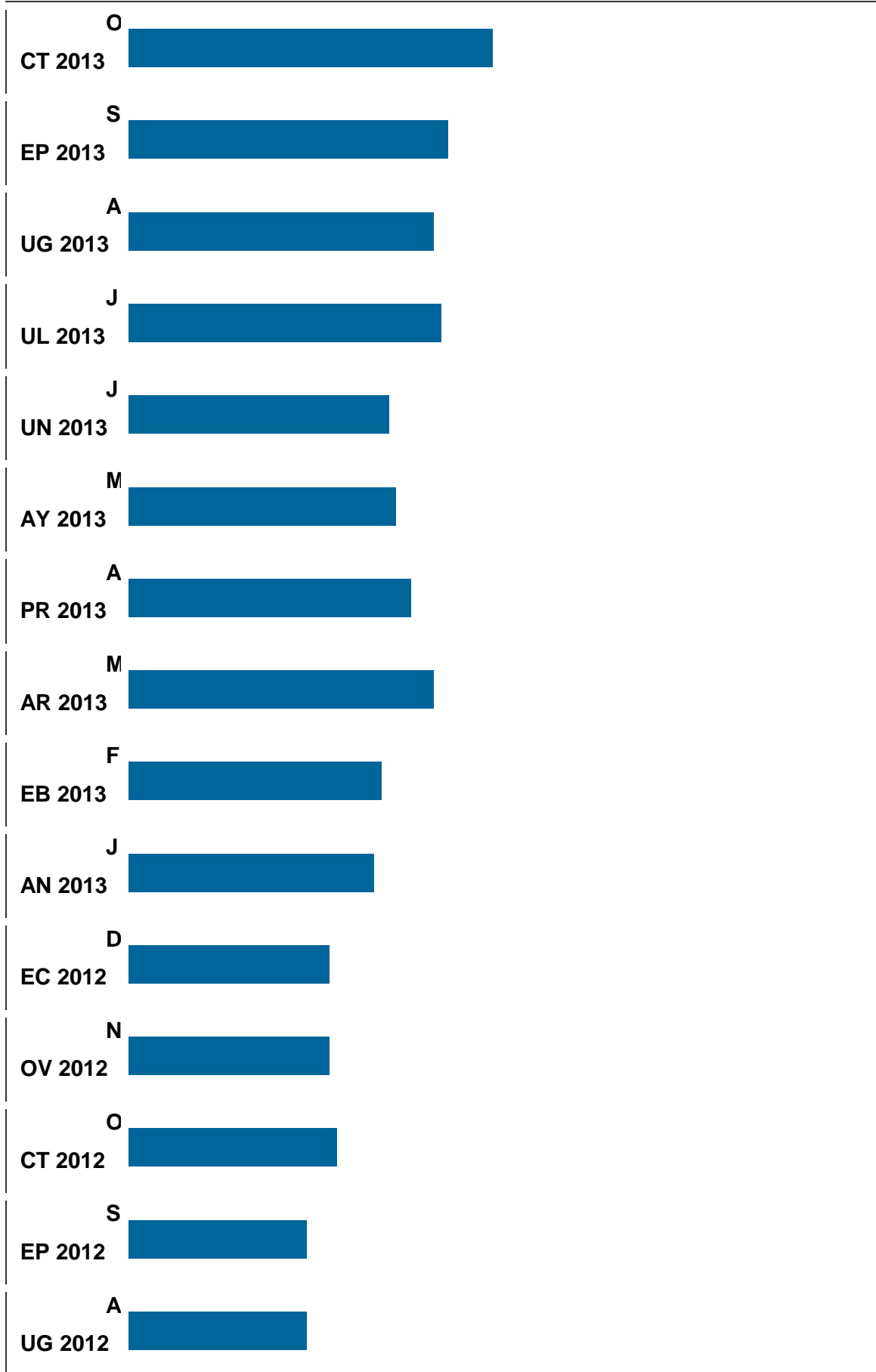
**Testimonio de aromaterapia terapéutica con aceites esenciales: 30 Abril 2010**

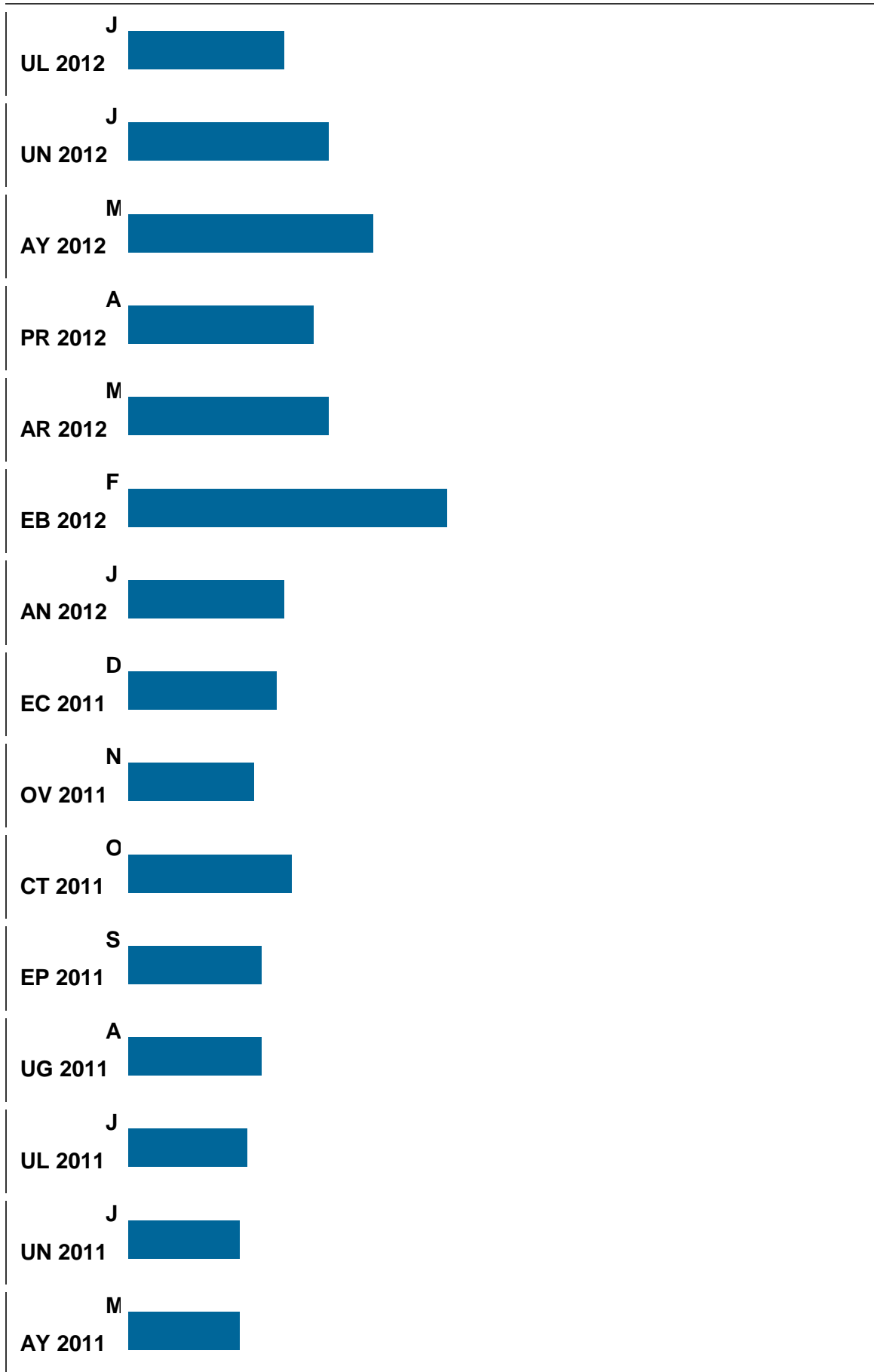
En una zona de la cara, debajo de los ojos, tenía unas manchas que cada vez eran más grandes, probé con toda clase de cremas e incluso con cremas corticoides. Conocí los aceites esenciales de Young Living y me empecé a aplicar el incienso en las manchas, se me redujeron y apenas se me notan ya, creo que en van a desaparecer por completo.

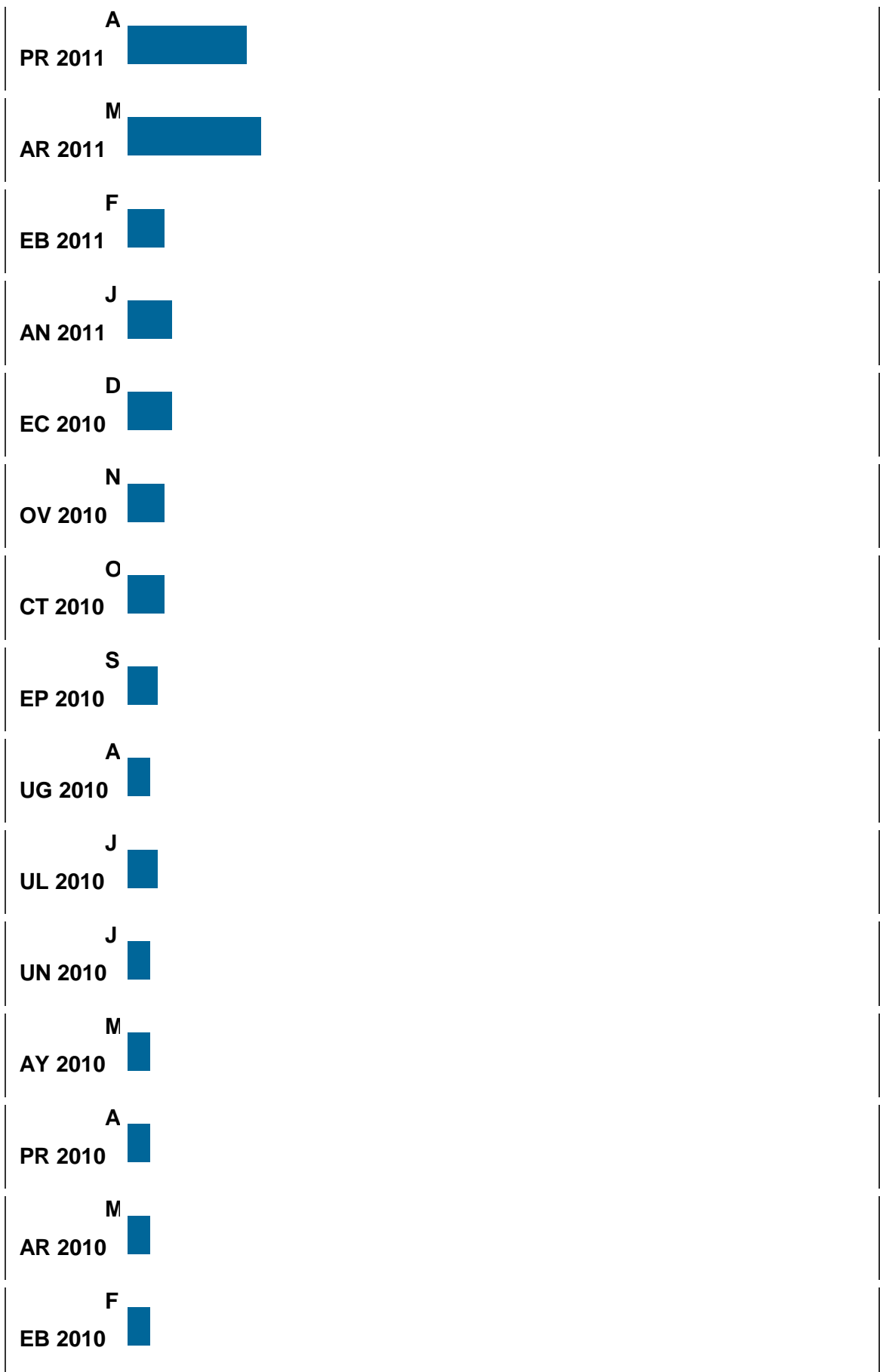
Jose M.Melendez (Mazarron) (Murcia)

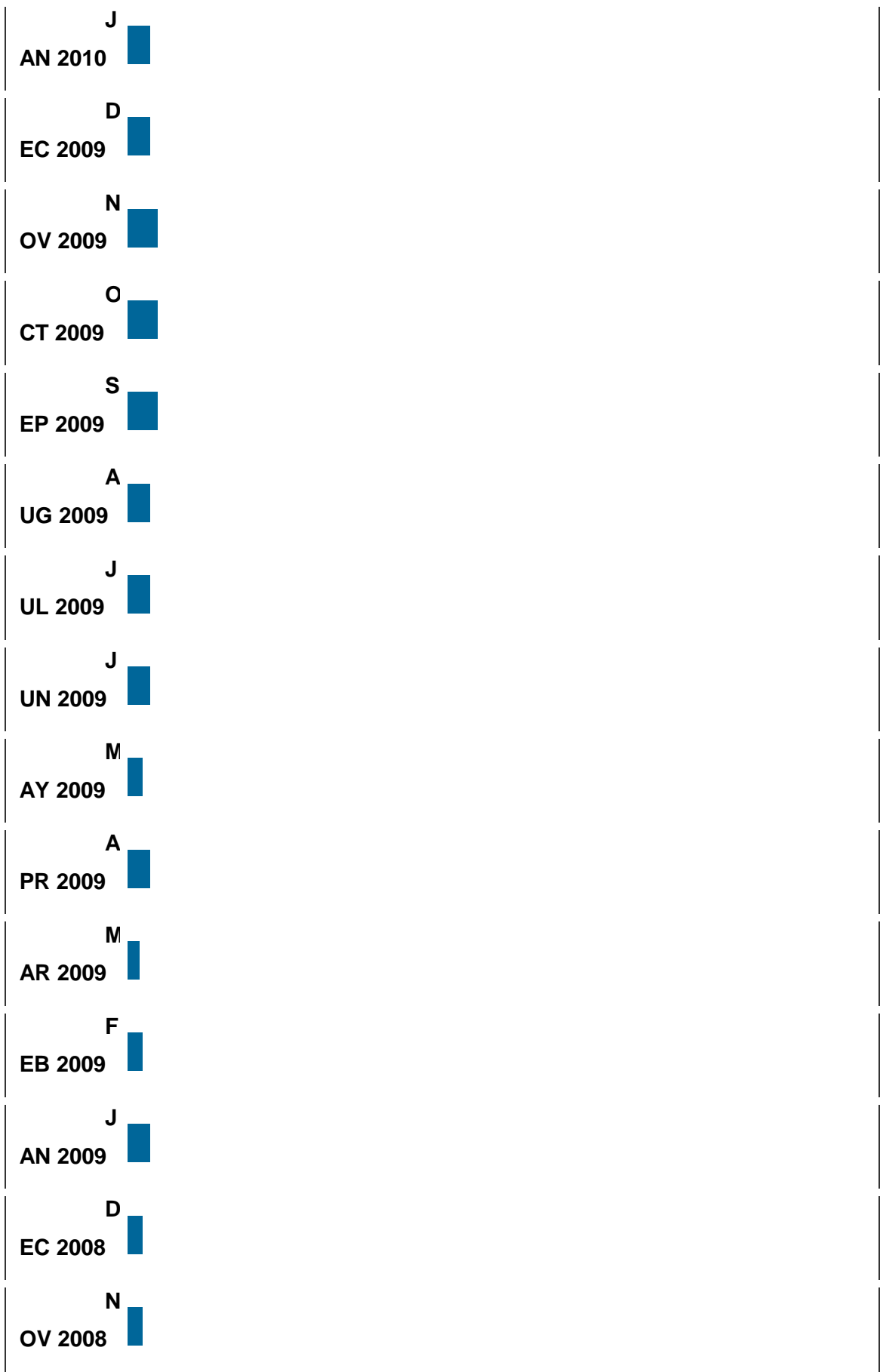
**Anexo B. Crecimiento anual de Young Living (especificado por meses)**

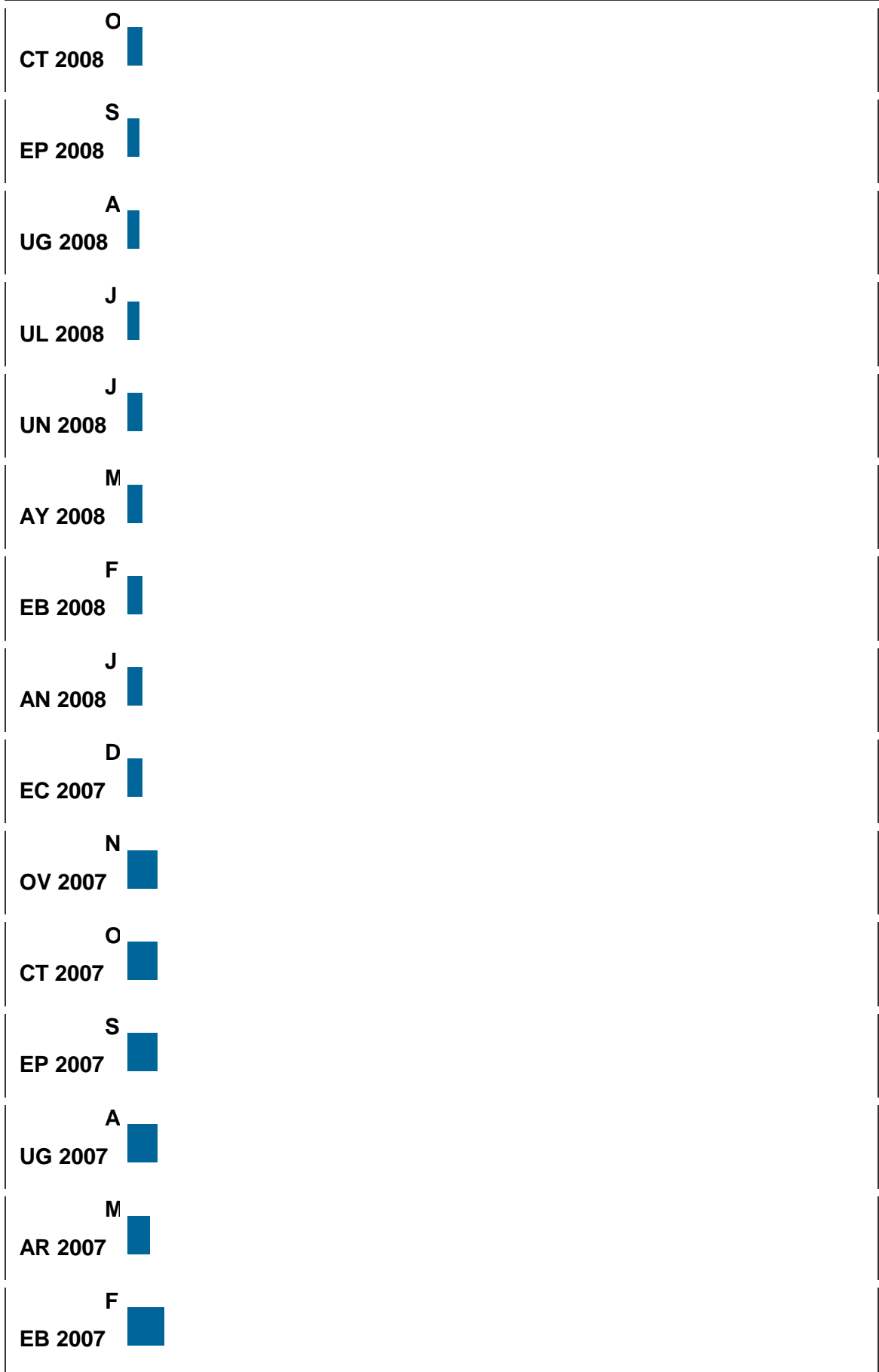


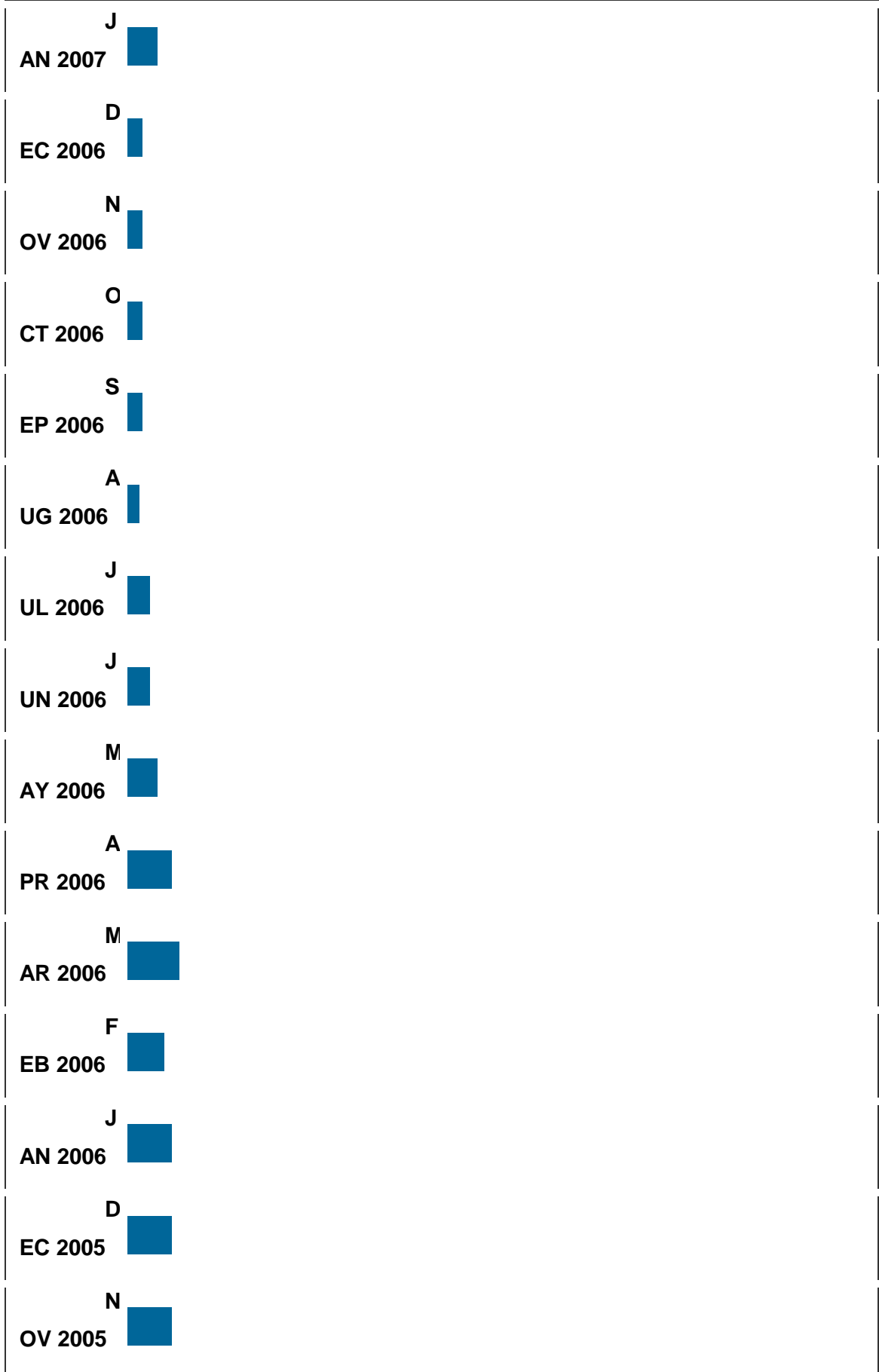














**Anexo C. Entrevista realizada a los señores Xavier Díaz y Gabriel**

**Galarza, representantes y distribuidores de la empresa Young living (17 de Mayo 2014).**

**1. Cree usted que Ecuador propicia un ambiente atractivo para la inversión a las multinacionales como Young Living**

Creo que es bastante atractivo porque existe el esquema de la dolarización , una inversión de 100 USD para un ecuatoriano es menos impactante para un peruano en soles o un colombiano en pesos, que no importa el país el precio de los aceites esenciales es el mismo que en Estados Unidos, tienen que cubrir un costo de producción, otro beneficio es que al cobrar un cheque de 500 por ejemplo en Estados Unidos de pronto puede ser un adicional para su hogar pero para un ecuatoriano un cheque de 500 dólares adicionales al ingreso mensual le puede cambiar el rumbo de cualquier hogar. (Ing. Xavier Díaz)

**2. Cree usted que el Network Marketing es una herramienta que incentiva al desarrollo socioeconómico del Ecuador ¿Por qué?**

Es una herramienta efectiva no solo en Ecuador sino a nivel mundial, no solo se trata de emprender el negocio y pertenecer a una red y eso es todo, se trata del hecho de que las personas que no tuvieron acceso a una educación superior pueden utilizar a las redes de mercadeo como una escuela de negocios, si bien es cierto he sido privilegiado recibí educación superior y obtuve un título de Ingeniería empresarial pero me fue posible realizar una maestría, pero al ingresar en este sistema me he formado y pienso que es una escuela de negocios, ahora estoy emprendiendo mi negocio independiente que es un hotel y creo que las habilidades que aplicando en este proyecto desarrollando no son las que aprendí en la universidad sino las que aprendí luego en las redes de mercadeo , habilidades como: foguearme con personas, conversar con ellas, como desarrollar mi negocio, como vender y la práctica no se aprende en una maestría y ratifico que las redes de mercadeo según mi punto de vista sin una escuela de negocios para gente que es emprendedora, es una herramienta para que el Ecuador se desarrolle. (Ing. Xavier Díaz)

**3. ¿Cuál es la importancia que tienen los aceites esenciales en la salud humana?**

Para no extenderme en el tema de lo que son los aceites esenciales y salud, yo siempre relaciono y asocio dos cosas; primero Young Living es una empresa exitosa y los aceites esenciales van a ser exitosos en el mercado ecuatoriano por qué razones?

Porque tú no tienes que creerte como está hecho el producto, no tienes que esperar que una botella venga de Estados Unidos te llegue de Europa y digas bueno de que esta hecho? Si bien es cierto hay aceites esenciales que vienen del extranjero la ventaja con Young living es ir a la finca y ver como destilan el aceite, eso nos da un aval de cómo está hecho el producto, segundo nosotros no vemos la necesidad de competir con otras empresas, no tenemos que ofrecer complejos batidos, sugerimos la utilización directa de la esencia vital de la planta que es el principio básico de la medicina contemporánea, todo lo que se refiere a medicamentos, pastillas están hechos en base de la medicina tradicional, el uso de aceites esenciales fue olvidado debido a que los perfumistas durante la edad media prefieren mezclar o combinar los aceites esenciales con productos sintéticos para producir más cantidad dejando a la calidad en un segundo plano lo que se pensó es a nivel industrial y no en una cantidad mínima que no representaba un buen negocio, pero si una persona tiene el deseo de aprender y se capacita tiene la oportunidad de conocer una medicina que puede ser preventiva y reactiva, como en casos impresionantes como la curación de cáncer y alivio a personas con SIDA que es algo impresionante, en lo particular lo que más me gusta de esto es que empata bien porque ahora las personas cada vez más ya no creen en el uso de las pastillas y están buscando una alternativa para su salud, esto no es un boom como por ejemplo las empresas que te ofrecen un cafecito y la oportunidad de hacer miles de dólares pero llega un punto en que todo mundo está harto de eso, aquí lo que se busca es mantenerse gracias a una industria que va creciendo, paso a paso, , yo miro que hay personas que antes compraban dos aceites por mes ahora compran 5 por mes, otros 7, otros 12 aceites, no es que compraron 100 al inicio, lo que me doy cuenta es que esta empresa tiene un crecimiento tanto sostenible como sustentable. (Ing. Xavier Díaz)

#### **4. Cree usted que el Ecuador tiene capacidad productiva y exportadora de aceites esenciales ¿por qué?**

Creo que Ecuador es uno de los países con capacidad productora y exportadora de aceites esenciales, la calidad que tiene sus tierras, posee varias zonas climáticas, es por eso que no es una coincidencia que se haya elegido a Ecuador para instalar una finca productora de aceites esenciales , hay otros países que ya quisieran tener los recursos de Ecuador, cuando conocí a Young Living apenas se destilaba eucalipto azul, copaiba, orégano y no más, ahora hay más aceites como ylang ylang y otros aceites que me quedo impresionado incluso ver la finca productora de Ecuador donde se desarrolla este tipo de cosas. (Ing. Xavier Díaz)

**5. ¿Existe demanda en Ecuador de aceites esenciales y cuál es la característica de los consumidores de este producto al momento de adquirirlo?**

Sí existe una demanda interesante, porque, en Ecuador y los países Andinos tenemos una cultura sobre las plantas tenemos bastante apego sobre lo que es el uso de plantas con fines terapéuticos, , yo creo si influencia bastante eso porque la gente conoce el uso de las plantas partiendo desde nuestras abuelitas y existen lugares donde su cultura les indico que lo correcto era el uso de las pastillas y de medicinas de otra índole, existe una anécdota en donde al localizar una tribu no contactada de la amazonia se descubrió que producían aceites esenciales.(Gabriel Galarza)

**6. Basado en su experiencia, ¿cuantas personas tiene su red y cuál es el ingreso por ventas que genera esta al mes en promedio?**

Por mi red pasaron alrededor de 1000 personas, debido a que en las redes de mercadeo se van quedando o desaparecen del sistema, una vez que los lideres desaparecen las personas siguen trabajando y pasan a formar parte de mi red, en la cual tengo unas 500 personas de las cuales 200 trabajan todo el tiempo. El mes anterior tuve unas ventas de 13000 USD (Ing. Xavier Díaz)

El volumen de ventas en mi organización en el mes pasado fue de 10 800 USD mi organización tiene 400 personas que se encuentran en Quito, Guayaquil, Manta, Loja, Riobamba y algunas personas que se encuentran en el exterior, el proyecto de Young Living es utilizar a Ecuador como una puerta para ingresar al mercado sudamericano, el siguiente mercado será Perú con la próxima apertura de una granja (Gabriel Galarza)

**7. Desde su punto de vista, la empresa Young Living en qué áreas ha generado desarrollo para el Ecuador.**

Young Living genera desarrollo en el área social donde ayuda a sus fundaciones, además está generando un desarrollo mediante la creación de un nuevo modelos de redes de mercadeo en donde no te exigen compra grandes y costosos paquetes de productos como me preguntaba un señor que asistió al evento, y le respondí que detrás de Young Living no hay nada oculto, detrás de Young Living lo que prima son las ganas de ser una empresa que este apta tanto para consumidores

como jóvenes empresarios que no tiene 1000 dólares para empezar un negocio que comprado a 100 dólares es más fácil recuperarlos a corto plazo, yo como líder de una de las redes más fuertes lo único que tengo que invertir son 100 dólares mensuales y seguir comisionando sobre 13000 que genera la red, si tienes que invertir 10000 dólares y vendes 13000 es bastante complicado pero si inviertes 100 y generas 13000 eso no lo hace cualquier persona. Estoy trabajando 3 años con la empresa Young Living y te puedo decir que me cambio la vida, pensé que era un proyecto fácil y pensé que el primer año iba a tener 5000 dólares en mi bolsillo, pero la realidad no fue así, para serte sincero y en honor a la verdad que es una de las claves en las redes y hay que ser paciente sin pensar que de la noche a mañana vas a tener éxito, hay señoras que van ganado 100 dólares mensuales y es algo que paso a paso a ti te va generando ingresos, estamos en Ecuador y si alguien gana 300 dólares extras para su casa representa un sueldo básico adicional que aporta a una familia significativamente. Cuando yo me gane mis primero 500 dólares deje mi trabajo y estuve endeudándome por un año por alrededor de 15000 dólares para mí fue la gloria quien me ayudo a pagar tarjetas de crédito y me estoy recuperando, pero eso viene después de un esfuerzo y como le decía a uno de mis hijos en la redes Gabriel, este negocio se trata de constancia, el que más resiste, es el que termina ganando más, yo estuve aquí desde que esto comenzó, cuando vinieron personas de Costa Rica a capacitarnos, estuve en los primeros eventos y ahora estoy acá en los últimos eventos en donde no recibí ningún reconocimiento, me encuentro emocionado mis hijos y mis nietos de la red fueron reconocidos cuando vez que miembros que están en tercer, cuarto nivel están ya siendo reconocidos eso te genera emoción saber que tú eres parte de ese logro.

En realidad hay mucho por desarrollar y explorar, pero te puedo decir que en el año y medio que trabajo para la empresa le he dedico mi alma vida y corazón y le dedico tiempo pero considero que Young Living está en el 1% de lo que se quiere desarrollar en Ecuador , lo importante es que nosotros queremos ofrecer a Ecuador es salud, que no solo implica la salud en sí, sino también bienestar económico, para tener tu propio negocio, creo que Young Living aporta al desarrollo del Ecuador, prueba de aquello es la fundación Rayo de Luz a la que pertenece Young Living Academy, creo que llego Gary y vio un container como tú le dices con 300 niños ahí estudiando sin pensar en su futuro entonces ese es un gran ejemplo de lo que tu puedes concluir que Young Living no vino a jugar al Ecuador, , además de poseer la clínica cuya visión es ser una hospital en donde solo se utilicen aceites esenciales que se puedan tratar personas ahí, te cuento que Young Living tiene el hecho de

tener 20 años en el mercado mundial y el hecho de estar expandida por todos los continentes, por lo tanto Ecuador es el único lugar en el mundo donde por medio de la consulta de una doctora puedas recibir tratamientos que implican aplicación de aceites esenciales vía intravenosa como Thieves, Incienso para tratar diferentes patologías, por eso, es que Young Living y su clínica Novavita si alguien ha visto las instalaciones sabe que ahí se encuentra extranjeros que da miedo! Y vienen a tratarse porque no lo pueden hacer en su país, es más, estas dos semanas solo se atenderán extranjeros debido a la gran demanda, todo el año está copada la clínica. En cuanto a inversión me resulta difícil precisar pero creo que si tú conoces las instalaciones de la escuela, de la finca, de la clínica son instalaciones hermosas, y yo sí creo que me equivocare pero de todos modos se que la finca de Ecuador es la más grande de la empresa y la inversión es tan grande que puede bordear los 20 millones de dólares. Conozco a la doctora Leyda Arguello quien me conto que por la empresa desfilaron una gran cantidad de médicos tradicionales quienes trataban a los pacientes pero aparte le recetaban medicamentos así que cuando ella se entrevistó con el doctor Young, al proponerle el uso exclusivo de aceites ella manifestó que no lo creyó posible, pero ahora ella la más firme creyente de uso exclusivo de aceites esenciales, y no solo de eso, sino de un estilo de vida diferente con una buena alimentación, buena calidad del suelo (Gabriel Galarza)

**Anexo D. Young Living Academy**











