

CONCLUSIONES

Para el desarrollo de este estudio se aplicó la línea de investigación: Planes de negocios Agropecuarios, Agroindustriales, para optar el grado académico de Maestro en: Ciencias de Ingeniería. En este sentido se evidencian:

- Se empleó una investigación metodológica de tipo aplicada, con un nivel descriptiva-correlacional. Entre los métodos utilizados fue descriptivo y estadístico; con diseño correlacional-causal. Se aplicó la técnica de las encuestas a una muestra de 19 hombres, en un centro de salud en Lima, a través de un muestreo aleatorio simple.
- En cuanto a los resultados obtenidos, se demuestra el interés por las personas con un 78% de probar el producto, tener conocimiento de sus propiedades, donde se difunden, que precio se ofertan y sobre todo probar en aquellas personas que tienen tratamiento para el cáncer y que es una alternativa de medicina natural. Aquí se cumple, el objetivo general para proponer estrategias comerciales, para la difusión del Hongo Reishi como alternativa natural para la prevención del cáncer en el Perú.
- En cuanto a la comprobación de la hipótesis general, se evidencia un 47%, señalan que si existen estrategias comerciales, que inciden significativamente en la difusión del hongo reishi (*Ganoderma Lucidum*) como alternativa natural en la prevención del cáncer de próstata en Perú, además de probarlo y posicionarlo en el mercado.
- Se ha evidenciado, que las estrategias comerciales, son unos de los aspectos más importantes dentro de un negocio que se quiere emprender; no obstante, para la difusión de un producto, es necesario tener presente: Mercado mix, conocimiento del producto, la población a quien va dirigida, el posicionamiento del producto en el mercado, y sobre todo la difusión en las redes sociales, donde se detalle el producto y sus características.
- El aporte de la presente investigación, quedan abiertas las variables para que puedan ser manipulables, para futuras investigaciones en el campo de la investigación científica, que den aporte a los beneficios que tiene el hongo reishi (*Ganoderma Lucidum*), ya que es un producto 100% natural y que es utilizado para la prevención y tratamiento del cáncer de próstata.

Este plan de negocios, ha tenido como finalidad, crear un producto de distribución de mucha ayuda para aquella población con la finalidad de conseguir un mejoramiento de

Estrategias Comerciales del Hongo Reishi (Ganoderma Lucidum) como Alternativa Natural en la Prevención del Cáncer de Próstata

ISBN: 978-958-53965-5-5 DOI: <https://doi.org/10.34893/g5265-6216-5272-t>



vida, un estatus de alternativa de medicina convencional a la orgánica y natural, ampliar su rango de actuación y de esta forma en el cada vez más competitivo mundo del comercio. Para ello, hemos utilizado el modelo CANVAS, basado en 9 módulos que nos ayudan a esclarecer el rumbo del nuevo modelo de negocio. Gracias a todo esto, podemos concluir que:

El modelo aplicado define todas las áreas que deberíamos tener en cuenta a la hora de emprender el nuevo canal de distribución, y gracias a ello, hemos podido desarrollar una alternativa de implementar la plataforma web de forma satisfactoria, dando seguimiento del estado de salud a los miles de clientes que confían plenamente en las bondades de la medicina natural conseguir los objetivos que nos habíamos propuesto en este plan de negocio.

El lienzo nos ha mostrado una visión concisa y clara del modelo de negocio que se ha llevado a cabo, aplicándose esta información en la memoria del proyecto, resumiendo los 9 bloques de forma detallada. En este trabajo, hemos hecho uso de multitud de disciplinas aprendidas en la maestría de agronegocios y comercio internacional, gracias al cual he podido realizar las tareas realizadas, ya que, por ejemplo, hemos utilizado materias como dirección comercial, estrategia para la consecución de la idea de la plataforma web, y para la realización del modelo CANVAS, etc.