



Posibilidad de mercados extranjeros para el producto Omega 3, 6 y 9 derivado de la planta Sacha Inchi, producido en Colombia.

Jhon Marlon Vera Vélez.

Lucas Valencia Correa.

Juan Carlos Valdés A.

Institución Universitaria Esumer
Facultad de Estudios Internacionales
Medellín, Colombia

2014

Posibilidad de mercados extranjeros para el producto Omega 3, 6 y 9 derivado de la planta Sacha Inchi, producido en Colombia.

Jhon Marlon Vera Vélez.

Lucas Valencia Correa.

Juan Carlos Valdés A.

Trabajo de investigación presentado para optar al título de:

Negociador Internacional.

Director (a):

Alejandro Rozo Villegas, Ingeniero de Procesos, Especialista en Gerencia, MBA y Magíster en Negocios Internacionales.

Línea de Investigación:
Negocios Internacionales

Institución Universitaria Esumer
Facultad de Estudios Internacionales
Medellín Colombia

2014

Resumen

Como consecuencia de los altos índices de obesidad, el aumento de enfermedades cardiovasculares, la diabetes, hipertensión, cáncer y las dislipemias padecidas por la población de algunas regiones del mundo y ante la carencia de alternativas naturales para su tratamiento; se realizó un trabajo de grado empleando las bases estructurales de la investigación de mercados como metodología para identificar posibles mercados objetivos para productos naturales nacionales a base de *Sacha Inchi* (*Plukenetia volúbilis* L) la cual es una planta autóctona de la región. El trabajo de grado se realizó en base a la obtención de información de fuentes primarias por medio de entrevistas y de fuentes secundarias como bases de datos, estudios previos y recopilación de información sustraída de fuentes como la OMS, CIA, Doing business (Banco Mundial). Como principal conclusión se encuentra que existen mercados sin explorar los cuales crean escenarios propicios para ser aprovechados en países como Canadá, Estados Unidos, Reino Unido y México.

Palabras clave: Obesidad, investigación de mercados, mercados objetivos, *sacha Inchi*.

Abstract

As a consequence of the high obesity levels, the rise of cardiovascular diseases (CVD), diabetes, hypertension, cancer and dyslipidemias suffered by many people in some regions of the world and because of the lack of natural choices for treatment, a degree work was made, using the structural bases of a market research as methodological guide, in order to identify the potential target markets for domestic natural products extracted from *Sacha Inchi* (*Plukenetia volúbilis* L) which is a native plant of the Andean region. The degree work was made taking information from primary sources, like interviews; and secondary sources, as databases, previous works, and information gathered from sources like World Health Organization (WHO), Central Intelligence Agency (CIA), and Doing Business from World Bank site. As a main finding, it is clear that there are unexplored markets, which create suitable scenarios to profit from, like Canada, United States, United Kingdom and Mexico.

Keywords: Obesity, market research, target markets, *sacha Inchi*.

Contenido

	<u>Pág.</u>
Lista de gráficos	5
Lista de tablas.....	6
Lista de abreviaturas	7
Introducción	8
1. Formulación del Proyecto	12
1.1 Antecedentes	12
1.1.1 Estado del Arte	16
1.2 Planteamiento del problema.....	20
1.3 Justificación.....	21
1.4 Objetivos	25
1.4.1 Objetivo general	25
1.4.2 Objetivos específicos	25
1.5 Marco metodológico	26
1.5.1 Método	26
1.5.2 Metodología	27
1.6 Alcances	33
2. Ejecución del Proyecto	36
3. Hallazgos.....	55
4. Conclusiones y recomendaciones	65
4.1 Conclusiones	65
4.2 Recomendaciones.....	66
Referencias bibliográficas	66
ANEXOS.....	69
A. Anexo 1: Solicitud información COLBIO S.A.	69
B. Anexo 2: Cita reunión COLBIO S.A.	69
C. Anexo 3: Tarjeta Ing. Carlos Andres Palacio COLBIO S.A.	70
D. Anexo 4: Entrevista al ingeniero Juan Carlos Coral de Suna Shaquen.	71
E. Anexo 5: Formato entrevista realizada a las empresas Suna Shaquen y Colbio .	72
F. Anexo 6: Audio entrevista con el Ingeniero Carlos Andres Palacio de Colbio S.A.	

Lista de gráficos**Pág.**

Grafico 1: Exportaciones de <i>Sacha Inchi</i> y sus derivados.....	18
Grafico 2: Exportaciones de <i>Sacha Inchi</i> y sus derivados según principales países de destino 2006.....	19
Grafico 3: Diagrama de flujo marco metodológico.....	26
Grafico 4: Diseño metodológico.....	27
Grafico 5: Investigación de Mercados según Malhotra.....	29
Grafico 6: Principales causas de muertes a nivel mundial según OMS.....	44
Grafico 7: Porcentaje de muertes por enfermedades cardiovasculares.....	46
Grafico 8: Promedio en los consumos de calorías diarias por habitantes.....	48
Grafico 9: Porcentaje de personas con obesidad por país.....	50

Lista de tablas**Pág.**

Tabla 1: Entrevista realizada a las empresas Colombiana de Biocombustibles y Suna Shaquen.....	38
Tabla 2: Principales causas de muertes a nivel mundial.....	45
Tabla 3: Muertes por enfermedades cardiovasculares.....	47
Tabla 4: Consumo de calorías diarias por consumo de grasas y azúcares.....	48
Tabla 5: Porcentajes de población con los mayores índices de obesidad.....	50
Tabla 6: Hallazgos Grecia.....	56
Tabla 7: Hallazgos Reino Unido.....	57
Tabla 8: Hallazgos Canada.....	58
Tabla 9: Hallazgos Estados Unidos.....	59
Tabla 10: Hallazgos Mexico.....	60
Tabla 11: Valores DAF para la muestra de países seleccionada.....	61
Tabla 12: Obesidad y enfermedades Cardiovasculares.....	62
Tabla 13: Resumen de hallazgos como base para pre-selección.....	64

Lista de abreviaturas

AGNE. Ácidos grasos no esterificados

AGP. Ácidos grasos poliinsaturados.

ALA. A-linolénico

CT. Colesterol total.

CVD. Cardiovascular disase.

DHA. Docosaheaxaenoico.

DAF. Distancia a la frontera.

EPA. Ácido eicosapentaenoico.

HDL. Lipoproteínas de alta densidad (High density lipoproteins).

LA. Ácido linoléico.

LDL. Lipoproteínas de baja densidad (Low density lipoproteins).

VLDL. Lipoproteínas de muy baja densidad (very low-density lipoprote)

Introducción

Rara vez las empresas colombianas se toman el trabajo de realizar un estudio serio y concreto del potencial mercado que existe más allá de las fronteras de nuestra nación, se descarta un mercado objetivo basado solo en apreciaciones superficiales y muchas veces infundadas. El productor colombiano cree que es muy difícil ofrecer sus productos en los mercados extranjeros, limitando así su producción y comercialización a un mercado local saturado de productos similares y sin ningún valor agregado. En la actualidad se desconoce el potencial de las alternativas naturales con las que cuenta nuestra nación, al ser el país más con la tasa más alta de especies por unidad de área en todo el mundo, contando con más de 130.000 especies de plantas.

La Amazonía colombiana comparte con la cuenca hidrográfica del río Amazonas, la cual, al ser el bosque tropical más extenso del mundo, presenta una gran biodiversidad en lo referente a la flora y fauna; Aun así, las especies que en ella se pueden encontrar son poco conocidas y estudiadas. Sin embargo, hoy en día se presenta una creciente curiosidad por conocer las especies únicas que habitan en esta región del mundo, aquellos quienes se han atrevido a explorar e investigar, han dado fe del descubrimiento de plantas que pueden ser una gran alternativa para el tratamiento y atención de enfermedades que afectan a la humanidad.

Según investigaciones, *la Sacha Inchi* (*Plukenetia volúbilis* L) es una planta oriunda de la selva amazónica peruana, a pesar de ser una planta que se adapta a suelos arcillosos y ácidos, sus mayores índices de crecimiento se dan en lugares con climas cálidos. Dicha planta ha

demostrado ser de gran valor para la salud, ya que se estima que sus semillas pueden superar en calidad a las demás semillas oleaginosas usadas para la producción de aceites, Adicionalmente tanto el *sacha inchi* como la linaza presentan cantidades considerables de ácidos grasos poliinsaturados (PUFA), los cuales son esenciales para el organismo humano. (El-Rahim AH et al; 2009). Así, debido este producto contienen el nivel más alto de aceite insaturado tipo “omega” (92%), aporta en reductores del nivel de colesterol en la sangre e incluso aporta vitaminas A, D Y E.

Incluso, según (Cuppet, 2001), los resultados obtenidos en las investigaciones realizadas en esta planta revelan contenidos superiores de aceite con respecto a las semillas de soya, maíz, maní, girasol, algodón, palma y oliva”, pero es muy poco lo que se sabe a nivel comercial de esta planta, cuya semilla es rica en ácidos grasos linolénicos y en vitamina A y E (Pascual y Mejía, 2000) y cuya producción podría ser una alternativa importante al cultivo de coca. A pesar de sus bondades, se dispone de pocos estudios como fuente de PUFA (Hamaker et al; 1992; Guillén et al; 2003; Krivankova et al; 2007).

Por otro lado, la obesidad ha sido catalogada como uno de los mayores males de la actualidad, tal como la definen (Rodríguez; Novalbos; Martínez; y Escobar; 2009) quienes aseguran que:

La obesidad es una enfermedad crónica multifactorial en la que están implicados factores genéticos, psicológicos y socioeconómicos. Está asociada a la falta de hábitos alimentarios saludables y a un estilo de vida sedentario”

Esta enfermedad sino es tratada puede originar diferentes complicaciones, tal como lo mencionan Oviedo, Morón y Solano (2007) donde mencionan que “la obesidad (...) supone un factor de riesgo para otras patologías como enfermedades cardiovasculares, diabetes, hipertensión, dislipemias e incluso determinados tipos de tumores.” Dichas complicaciones son más preocupantes al conocer cifras como las de la OMS (2012) donde afirma que: “La prevalencia mundial de la obesidad prácticamente se duplicó desde 1980 hasta 2008, según recoge el Documento de Estadísticas Sanitarias Mundiales publicado por la OMS en el año 2012.

Incluso, las personas que sufren de obesidad están expuestas a mayores riesgos para la salud, por la incidencia directa que esta enfermedad tiene en el organismo y por la aparición de nuevos actores que aumentan los niveles de riesgo y comprometen la vida e integridad del afectado. Sin embargo, este problema deriva en las elevadas ansiedades de pérdida de peso por parte de los pacientes y en las llamadas “dietas milagro”, cuya efectividad no ha sido demostrada, y que suponen un incremento del riesgo metabólico de la persona obesa” (Vázquez; Monereo; 2008, p.177).

Por lo anterior, se hizo necesario revisar la posibilidad de mercados en el extranjero del producto natural colombiano derivado de la *planta sacha Inchi* (un aceite tipo omega que puede

ser encapsulado y comercializado) con el fin de revelar de manera preliminar, al emprendedor que pretenda incursionar en este producto, sobre las posibilidades comerciales internacionales, facilitando de forma preliminar la toma de decisiones, que quizás, lleven a lograr un mayor posicionamiento de este nuevo producto colombiano y genere para el campo alternativas de crecimiento y desarrollo.

1. Formulación del Proyecto

1.1 Antecedentes

Para evidenciar el valor del producto en cuestión, se tuvieron en cuenta dos estudios. El primero habla de la importancia del consumo de alimentos ricos en ácidos grasos y su impacto positivo en la salud; el segundo menciona algunos beneficios que produce el consumo del aceite derivado de la planta *Sacha Inchi* (*Plukenetia volúbilis* L) en pacientes que no pueden metabolizar normalmente los lípidos.

En el primero, Según (Ortega et al; 2013) y su investigación titulada: *Fuentes alimentarias y adecuación de la ingesta de ácidos grasos omega-3 y omega-6 en una muestra representativa de adultos españoles*, estudio presentado en la Universidad Complutense de Madrid, se evidenció la importancia y el aporte de los ácidos grasos omega 3 y omega 6 en una muestra representativa de la población española. Aquí se hace relevante conocer la importancia de los beneficios de la ingesta de estos ácidos grasos. Dichos análisis estuvieron enfocados en la toma de una serie de muestra en un porcentaje representativo de la población, donde se determinó la ingesta de ácidos grasos poliinsaturados (AGP), ácidos grasos omega-3, α -linolénico (ALA), ácido eicosapentaenoico (EPA) y docosahexaenoico (DHA), ácidos grasos omega-6, ácido linolénico (LA) y araquidónico, en g/día y en porcentaje de la energía, utilizando un “Registro del consumo de alimentos” durante 3 días consecutivos.

Del resultado de la muestra, según el estudio, se pudo deducir que la ingesta de grasa total y grasa saturada, fue superior a la marcada como aconsejable en el 89,2% y 93,3% de los individuos, respectivamente, mientras que con la ingesta de AGP fue lo contrario, siendo más frecuente el aporte insuficiente (79,2% de los estudiados tienen una ingesta inferior al 6% de la energía). También resultó especialmente bajo el aporte de ácidos grasos omega-3 ($1,85 \pm 0,82$ g/día), pero el aporte de ácidos grasos omega-6 fue más adecuado ($10,95 \pm 3,79$ g/día).

De esta manera, se evidenció que las fuentes alimentarias tradicionales de ácidos grasos omega-3 son los pescados, carnes, lácteos y grasas/aceites, mientras que para el omega-6 lo son las grasas/aceites, carnes y cereales.

Paralelamente, en el segundo estudio, realizado por (Garmendia, 2011) titulado: *Efecto del aceite de sacha Inchi (plukenetia volúbilis l) sobre el perfil lipídico en pacientes con hiperlipoproteinemia*. Se demostró que la inclusión en la alimentación de semillas de diferentes plantas como las nueces, maní, almendras, pecanas y productos similares tiene un efecto beneficioso sobre el perfil lipídico sanguíneo. Es decir, fuentes alternativas naturales que convergen en los resultados del primer estudio. En este caso el aceite derivado del producto en cuestión se suministró en 24 pacientes con hipercolesterolemia, de tipo **IIa** o de tipo **IIb**, según la clasificación de Frederickson. En dicho estudio se dividió el número de pacientes en dos grupos iguales, al primer grupo se le suministraron 5ml de aceite derivado de la planta de *sancha Inchi* antes del almuerzo, al segundo grupo se aumentó la dosis a 10ml. En ambos grupos se

pudo concluir que este compuesto, administrado durante cuatro meses, tuvo el efecto de disminuir significativamente las concentraciones de Colesterol total (CT), los niveles de lipoproteínas de baja densidad (LDL), colesterol No-HDL, triglicéridos, los niveles de lipoproteínas de muy baja densidad (VLDL) y el nivel de ácidos grasos no esterificados (AGNE) que, precisamente, son las fracciones aterógenas de la sangre y, por el contrario, se observó una elevación muy significativa del colesterol HDL (colesterol bueno), que alcanzó al 30 % del valor inicial.

En definitiva, el segundo grupo obtuvo los mejores indicadores al haber consumido el doble de la muestra inicial. Sobre dicho estudio resulto interesante que un compuesto natural sin aparentes efectos tóxicos pueda contribuir a elevar el colesterol HDL (Colesterol bueno) sin arrojar efectos adversos. El *sacha Inchi* (*Plukenetia volubilis* L) es una planta que es oriunda de la selva amazónica peruana, dentro de sus componentes se encuentran principalmente: proteínas, aminoácidos, ácidos grasos esenciales (omegas 3, 6, y 9) y vitamina E (tocoferoles y tocotrienoles) en contenidos significativamente elevados, respecto de semillas de otras oleaginosas (maní, palma, soya, maíz, colza y girasol).

En la actualidad, solo dos empresas en Colombia incursan con este producto y el potencial, como se evidencio en los estudios presentados, es alto. Por esto, en este trabajo de grado, se explorará la posibilidad de mercados extranjeros para el producto Omega 3,6 y 9 derivados de la

planta *Sacha Inchi*, producido en Colombia y comercializado como aceite en pequeñas capsulas para su ingesta oral.

1.1.1 Estado del Arte

Comercialmente, el aceite de pescado es un producto industrial de gran valor nutricional por su contenido de ácidos grasos Omega 3 de cadena larga (Valenzuela, Sanhueza & De la Barra, 2012); Estos ácidos grasos, particularmente el EPA y el DHA son altamente valorados debido a sus propiedades terapéuticas y profilácticas. Según (Valenzuela et al; 2012) es la fuente primaria y quizás la más abundante de estos ácidos grasos, lo que en la actualidad ha promovido una gran demanda de este insumo; en estudios científicos, se estableció que inicialmente el aceite de pescado era un producto secundario de la fabricación de la harina de pescado.

En la década de los años 50, la industrialización de la harina de pescado fue utilizada en la nutrición animal y este fue considerado el principal producto derivado del pescado por su alto contenido proteínico y de buena calidad mientras que el aceite, un producto secundario de las primeras etapas de extracción, era desechado y botado al mar (Valenzuela et al; 2012), o enterrado en el desierto y en algunos casos utilizado como combustible para la generación de vapor, utilizado en las calderas de las mismas plantas productoras de harina.

Por esto, (Grimaldi; Tiekó; Gauraldo; Cavaletti; 1998) evidencio que en la década de los 60, el aceite de pescado hidrogenado se empleó en la producción de mantecas y margarinas de mesa y en la fabricación de pinturas y barnices por sus propiedades secantes. Esta actividad según (Valenzuela et al; 2012). Tiene una demanda estimada del 11% de la producción mundial, así, se comenzó a utilizar cada vez más el aceite de pescado y se generó la producción de aceites comestibles a partir de una mezcla de fracciones de aceite de pescado, hidrogenado y debidamente desodorizado con diferentes proporciones de aceite vegetal.

Estos aceites eran conocidos en aquella época como aceites combinados y se caracterizaban por su bajo costo. (Valenzuela et al; 2012).

La producción de aceite de pescado para esta industria, ha alcanzado altos niveles en países como Noruega, Chile, Canadá y Escocia (Valenzuela et al; 2012). aunque ha ido decreciendo debido a los fuertes cuestionamientos de los efectos nutricionales y en la salud generados por los isómeros tipo “trans” que se producen en grandes cantidades durante los procesos de hidrogenación de los aceites de pescado.

Por último, la industria farmacéutica y nutricional constituye otra porción de la demanda actual de aceite de pescado. Estas industrias de acuerdo con la investigación de (Valenzuela et al; 2012) utilizan el aceite para la preparación de capsulas, concentrados de omega 3 entre otros.

Afortunadamente, como se evidenció en las investigaciones anteriores, se ha concluido que el aceite Omega -3 no solo se puede extraer de los aceites de pescado sino de fuentes naturales y además sin cargas negativas de tipo “trans”. Según (Castro, 2002) estas fuentes alternativas son las anteriormente mencionadas como algunas nueces y semillas, vegetales, yema de huevo, pollo y carne de rumiantes y cerdos.

Retomando una de las posibles fuentes alternativas en nueces y semillas se encuentra el *Sacha Inchi* el cual en la actualidad, es también conocida como el maní de los incas, maní del monte e inca peanut. Esta planta, según (Huamani & Flores, 2009) es una planta nativa de la amazonia peruana la cual fue descrita como especie por primera vez en el año de 1753 por el naturalista Linneo, de donde proviene su nombre científico *Plutenekia Volúbilis Linneo*. Es el producto derivado de esta planta al cual se estudiará la posibilidad de mercados extranjeros, producido en Colombia y comercializado en pequeñas capsulas que se suministran por vía oral.

De acuerdo con la investigación de (Huamani & Flores, 2009) sobre estrategias de comercialización del *Sacha Inchi*, el maní, fruto de esta planta oleaginosa, es la que posee el mayor contenido de ácidos grasos esenciales para la vida del ser humano y la que, a su vez, tiene el contenido más bajo de ácidos grasos saturados (tras).

Respecto a los consumidores potenciales para este producto, que se puede encapsular, según (Huamani & Flores, 2009) son todos aquellos que se preocupan por su salud y por consumir alimentos dentro de la tendencia BIO (consumo de productos naturales que carecen de elementos químicos). Quienes tratan de evitar consumir alimentos nocivos que puedan representar riesgos de sufrir insuficiencias respiratorias, cardiopatías entre otros, buscando así fortalecer el sistema inmunológico.

En su investigación (Huamani & Flores, 2009) afirman que existen opciones interesantes en el mercado internacional para la comercialización de *Sacha Inchi* y sus derivados, debido a todos los beneficios anteriormente mencionados.



Gráfico 1: Exportaciones de *Sacha Inchi* y sus derivados

Fuente: (Huamani & Flores, 2009)

En el gráfico 1 se pueden evidenciar las empresas constituidas en Perú dedicadas a la exportación de *Sacha Inchi* y sus derivados. Acerca de estas empresas vale la pena mencionar el caso de Agroindustrias Amazónicas, la cual fue fundada en el año 2001 (Agroindustrias

Amazónicas, 2007 en línea), en ella desarrollaron el proyecto Omega, el cual según (Agroindustrias Amazónicas, 2007 en línea) promueve la investigación, cultivo, industria y comercio del *Sacha Inchi*. Esta investigación acerca del aceite y la proteína fue presentada en 3 eventos de categoría mundial. En Junio del 2004, en el concurso mundial de los aceites en Paris, obtuvieron medalla de oro por el mejor aceite del mundo; en octubre de ese mismo año en la feria mundial de alimentos SIAL en Paris, el *Sacha Inchi* fue seleccionado en el repertorio de tendencias e innovaciones internacionales del SIAL; en octubre de 2005, fue seleccionado como el Top Innovation Anuga 2005 en la feria de alimentos Anuga de Alemania (Agroindustrias Amazónicas, 2007 en línea).

Así mismo, y pensando en el caso de estudio del presente trabajo, en el año 2013 Agroindustrias Amazónicas logro operaciones de exportación de aceite de *Sacha Inchi* con los siguientes países: Alemania, Francia, Japón, Lituania, Australia. Por un valor total en FOB 472417,37 USD. (Sicex, 2014, en línea). A continuación se presenta las exportaciones del producto desde Perú hacia el mundo.



Grafico 2. Exportaciones de *Sacha Inchi* y sus derivados según principales países de destino 2006
Fuente: (Huamani & Flores, 2009)

El grafico 2 evidencia el éxito de las empresas productoras peruanas en sus procesos de internacionalización, ya que no solo han podido con éxito el mercado doméstico sino que han podido expandir su oferta productiva, como prueba está el comportamiento de las exportaciones de *Sacha Inchi* durante el periodo 2006 indicando como principal destino Japón con un 66%, Francia con un 13%, India 6%, Bélgica 5% España 4% Canadá 3% Estados Unidos 2% y Suiza 1%. Esta situación plantea un ejemplo a seguir para las empresas colombianas dedicadas a la misma actividad, incluso presenta una mejor oportunidad para el productor colombiano debido a que el mercado local no está tan saturado como el peruano pues no existe tanta oferta de este producto como en el país vecino.

1.2 Planteamiento del problema

Debido a la globalización, las empresas locales tienen la necesidad de buscar estrategias de internacionalización donde el producto que se ofrece pueda tener dinamismo en otros mercados y quizás, pueda encontrarse un mercado objetivo más valioso que el actual. Para enfrentar esta situación, se intervino las empresas “Colombiana de Bio-combustibles (Colbio)” y “Suna Shaquen”, empresas que se enfocan en el cultivo, producción y comercialización de Omega3 derivado del Sacha Inchi, con el fin de analizar la posibilidad de mercados extranjeros para este producto exportado desde Colombia. En el contexto de estas empresas, y según el trabajo de campo realizado, el cual se mostrará más adelante, se evidencia que las condiciones topográficas, podría considerarse como ventaja competitiva para la producción de este producto y por lo tanto

en la incursión de nuevos emprendedores en este negocio, de aquí la importancia de este trabajo de grado; Como prueba de ello esta las dos empresas recién ubicadas en diferentes zonas geográficas: Colbio, (creada en el año 2004) ubicada en el municipio de Santafé De Antioquia y Suna Shaquen (creada en el año 2013) ubicada en el municipio de Girardota.

Según lo anterior y en este orden de ideas, se plantearon los siguientes interrogantes:

¿Qué herramientas del mercadeo se podrían utilizar para identificar las oportunidades que puedan tener estas empresas Colombianas en materia de internacionalización?

¿Qué fuentes y métodos de información pueden ayudar a evidenciar una oportunidad de mercados extranjeros para estas empresas Colombianas?

¿Cómo se podría dar a conocer los resultados encontrados en el análisis de la información?

¿Las empresas colombianas productoras y los emprendedores interesados en la explotación de la planta de *sacha Inchi* y sus derivados, han evaluado las oportunidades que tienen en el exterior?

1.3 Justificación

Para determinar las posibilidades de mercados extranjeros para este tipo de producto se emplearan las bases estructurales de la investigación de mercados es, básicamente, según las fuentes consultadas, la recolección y uso efectivo de información sobre un objetivo determinado antes de efectuar cualquier acción que requiera el gasto de recursos, actividades como apertura o

ampliación de nuevos mercados, lanzamiento de nuevos productos o servicios, entre otros. Esta herramienta brindará una vasta visibilidad en el entorno de la organización, luego de haber sido interpretada y analizada por el negociador internacional para luego definir estrategias efectivas encaminadas en el cumplimiento del objetivo.

Utilizando la metodología para la investigación de mercados se pueden identificar oportunidades en mercados nacionales e internacionales para la comercialización de este producto, oportunidades que hasta el momento no han sido plenamente identificadas, pues no cuentan con el respaldo de una investigación formal.

Justificación Teórica

Con el desarrollo de este proyecto de investigación, se podrán identificar los factores determinantes para incentivar y alentar la participación de los productores locales actuales y todos aquellos nuevos emprendedores que busquen explorar fuentes naturales alternativas de tratamiento de enfermedades en el mercado internacional, pues es este trabajo es la fuente de información sobre la cual se podrán tomar decisiones e implementar actividades en aras de obtener el mayor éxito posible al penetrar un nuevo mercado o al ampliar la cobertura sobre el actual.

Justificación Social

Hoy en día existe una creciente demanda de alternativas para el tratamiento de enfermedades como la obesidad, las enfermedades cardiovasculares, la diabetes, la hipertensión, el cáncer, entre otras. Algunas empresas y laboratorios se han especializado en ofrecer soluciones a todas estas problemáticas, utilizando medicamentos con compuestos químicos y bases sintéticas, los cuales en su mayoría se caracterizan por su alto costo. Sin embargo, existe una parte importante de quienes están siendo tratados que dudan de los verdaderos alcances de estos medicamentos. Ya que si bien la medicina tradicional ha demostrado funcionar en algunos casos, los consumidores actuales están cada vez más informados y temen por los efectos adversos que dejan estos componentes químicos en el organismo.

Durante la ejecución de este trabajo se pudo identificar basados en los estudios previos, la incidencia positiva de la ingesta del aceite de sacha inchi en personas afectadas por alguna de las enfermedades mencionadas, ya que su componente principal reduce significativamente los índices de colesterol que es el precursor de las patologías descritas. Dichos estudios ofrecieron a los consumidores una alternativa natural y económica para el tratamiento de estas enfermedades libre de compuestos químicos dañinos para la salud.

Justificación Personal

Según Esumer; (2014; en línea), el negociador internacional es un profesional integral, capacitado para formular y establecer estrategias de negocios, tanto a nivel local como internacional, gracias a su conocimiento en aspectos económicos, sociales, culturales, políticos y legales tiene la capacidad de direccionar cualquier compañía hacia el logro y cumplimiento de metas y objetivos propuestos. Dentro de las herramientas con las que cuenta el negociador internacional para formular los retos y necesidad de una compañía existe la investigación de mercados. Ya que esta herramienta permite poner en practica todos los conocimientos adquiridos durante su proceso de formación. De la correcta interpretación de una investigación de mercados nacen las bases necesarias para impulsar a las organizaciones a ampliar y diversificar sus mercados, a buscar oportunidades dentro y fuera del ámbito nacional que permitan su permanencia en el mercado y su crecimiento. De igual manera, en el desarrollo de este proyecto se pueden crear sinergias, e incluso iniciativas de cooperativismo entre las organizaciones involucradas en esta actividad, cultivo, transformación, comercialización, entre otros, que proyecten una mayor fortaleza en el mercado a medida que los productos sean más populares ante el público.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Explorar las posibilidades de mercados extranjeros para el producto Omega 3, 6 y 9 derivado de la planta Sacha Inchi, producido en Colombia.

1.4.2 Objetivos específicos

- Reconocer los elementos estructurales de la investigación de mercados para determinar las posibilidades de mercados extranjeros para el producto en estudio.
- Realizar un trabajo de campo con empresarios del sector y fuentes secundarias relacionadas con el producto para recolectar la información necesaria para el desarrollo del objetivo planteado.
- Organizar, verificar y Analizar la información recolectada.

1.5 Marco metodológico

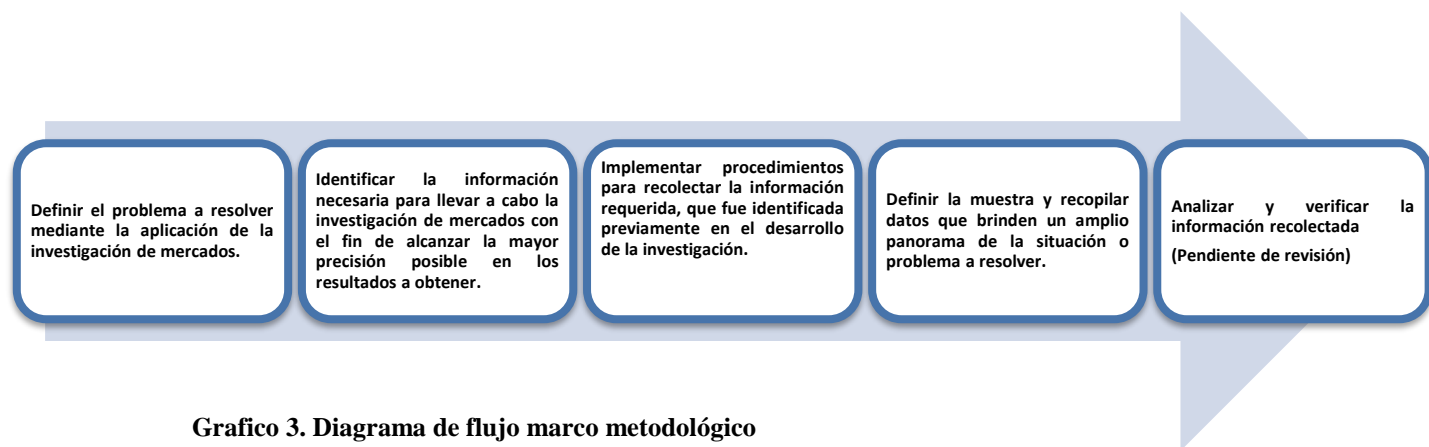


Grafico 3. Diagrama de flujo marco metodológico

Fuente: De elaboración propia

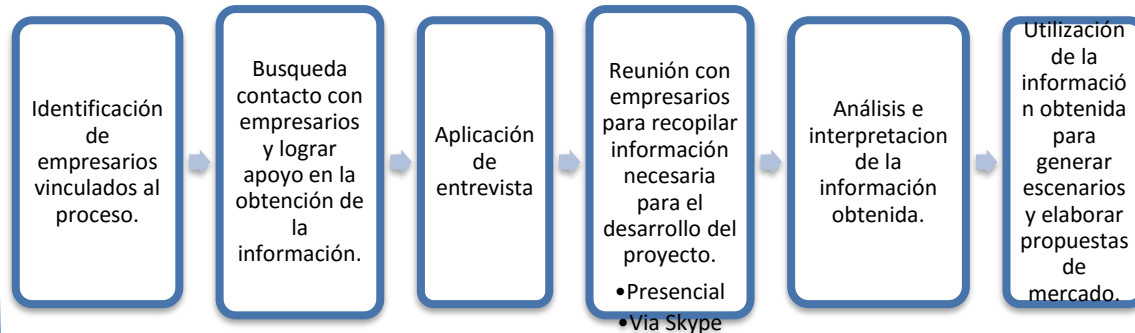
1.5.1 *Método*

El método que se utilizará será deductivo-investigativo para desarrollar el objetivo propuesto; a través de trabajo de campo por medio de la aplicación de entrevistas a empresarios de los productos derivados de esta planta para conocer sus apreciaciones acerca de la posible incursión y participación de productos fabricados en Colombia y comercializados en el exterior, además se tendrán en cuenta la exploración de fuentes secundarias para el posterior diagnóstico y presentar los hallazgos.

1.5.2 *Metodología*

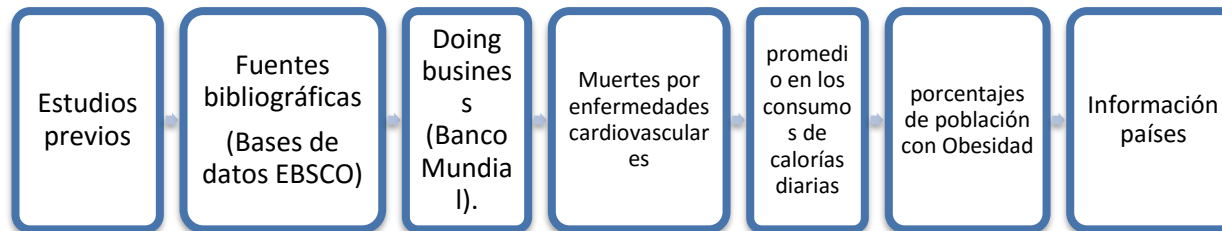
A continuación se presenta el diseño metodológico del proyecto:

Fuentes primarias (Trabajo de campo).



Identificar si existen posibilidades de mercados extranjeros para el producto Omega 3, 6 y 9 derivado de la planta Sacha Inchi, producido en Colombia.

Fuentes secundarias.



De acuerdo a la información recopilada por las diferentes fuentes utilizadas, es claro que en Colombia y en otras regiones del mundo, el desconocimiento del producto y valor tanto medicinal como comercial.

El grupo de países previamente seleccionados permitiendo identificar el país con mejores condiciones para hacer negocios en los que se destacan Canadá y Estados Unidos. De igual forma permite encontrar el país con las condiciones menos favorables en los que se destacan Canadá, Estados Unidos, Reino Unido, entre otros.

Grafico 4. Diseño metodológico
Fuente: De elaboración propia

Luego de plantear el diseño metodológico se hizo necesario identificar las bases estructurales de la investigación de mercados y aplicarla al producto derivado del Sacha Inchi, para esto se consultaron tres fuentes bibliográficas que permitirían aclarar los conceptos y teorías sobre el tema.

De acuerdo al texto *Investigación de mercados* (Malhotra, 2008), Al momento de iniciar un nuevo proyecto, lanzar un producto u ofrecer un nuevo servicio al mercado, se debe recopilar la mayor cantidad de información que sea posible, con el fin de garantizar el éxito del negocio, a esta recopilación y análisis de información se le conoce como investigación de mercado. Dicha información, debe ser puntual según sea el objeto del negocio o el target.

El autor define la investigación de mercados como “la identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing” (Malhotra, 2008, p.7); independiente de cual sea la definición más acertada, ambas mencionan la información como un término inherente a la investigación de mercados, es la materia prima de la cual partirán estrategias de apertura, ampliación, o incluso salida de un mercado objetivo, es por esta razón que el objetivo de la investigación debe ser claro en aras de llegar a una conclusión con argumentos sólidos para una organización.

De la definición del objetivo de la investigación se determina el tipo de investigación de mercados que se llevará a cabo, la siguiente gráfica ilustra la clasificación de la investigación de mercados de acuerdo al objeto de la misma:



Grafico 5. Investigación de Mercados según Malhotra

Fuente: Malhotra, N. K; Martínez, J. F. J. D; & Rosales, M. E. T. (2004). *Investigación de mercados*. Pearson Educación.

De acuerdo al autor, la investigación de mercados consta de seis pasos, los cuales se relacionan a continuación:

1. Definición del Problema: Identificar el propósito del estudio, recolectar información antecedente, etc.
2. Desarrollo del Enfoque del problema: Formular un marco teórico e identificar la información que se necesita de acuerdo al proyecto.
3. Formulación del Diseño de Investigación: Detallar los procedimientos necesarios para obtener la información requerida.
4. Trabajo de Campo o recopilación de datos: Mediante el uso de encuestas, entrevistas, entre otros métodos.

5. Preparación y análisis de datos: Revisión, codificación, transcripción y verificación de la información recolectada.

6. Elaboración y presentación del informe: Documentar la información recopilada en el proceso de investigación de mercados.

(Malhotra, 2008, p.10)

El segundo texto consultado es *Introducción a la investigación de mercados: un enfoque para América Latina*, escrito por Marcela Benassini, la autora define la investigación de mercados como “la reunión, registro y análisis de todos los hechos acerca de los problemas relacionados con las actividades de las personas, empresas e instituciones en general”, además explica que la investigación de mercados es imprescindible para una organización al momento de determinar sus objetivos, por ejemplo, el conocimiento de necesidades presentes y futuras de sus clientes ayudarán a dar una visión más objetiva de su entorno, evitando así acciones fallidas. (Benassini, 2001, p.15)

En este caso, la autora propone siete pasos a seguir al momento de diseñar una investigación de mercados:

1. Formulación del problema: Identificar razones, sucesos y variables incontrolables para definir un plan de acción

2. Búsqueda de fuentes de información: Identificar el tipo de información disponible, ya sea interna o externa.

3. Preparación de los medios de recopilación de datos: Escoger el método más apto de acuerdo al tipo de proyecto, se debe tener en cuenta incluir toda la información requerida.

4. Diseño de la muestra: de esta depende la calidad de la información recolectada.

5. Recopilación de la información: varía según la información que se desee obtener.
6. Análisis de datos recabados
7. Redacción del informe: debe incluir desde antecedentes, método empleado, hasta las conclusiones y recomendaciones.

Finalmente, el texto *Investigación de Mercados* (McDaniel, Gates, 2005) define la investigación de mercados como “la planeación, recolección y análisis de datos relevantes para la toma de decisiones de marketing y la comunicación de los resultados de ese análisis a la gerencia” (McDaniel, Gates, 2005, p.7)

En el texto mencionado, los autores distribuyen la investigación de mercados en 8 pasos, así:

1. Identificación del problema y establecimiento de los objetivos de la investigación
2. Creación del diseño de la investigación.
3. Elección del método de investigación.
4. Selección del procedimiento de muestreo
5. Recabar Datos
6. Análisis de los datos
7. Redacción y presentación del informe
8. Seguimiento.

(McDaniel, Gates, 2005, p.76)

Por otro lado, en dos los textos consultados, se relaciona la definición de la investigación Según la American Marketing Association, AMA; el estudio de mercado se define como “la

función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del marketing; para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de marketing; para monitorear el desempeño del marketing y mejorar su comprensión como un proceso. La investigación de mercados especifica la información que se requiere para analizar esos temas, diseña las técnicas para recabar la información, dirige y aplica el proceso de recopilación de datos, analiza los resultados, y comunica los hallazgos y sus implicaciones” (Malhotra, 2008, p.10)

De acuerdo a las fuentes consultadas, se concluye que la investigación de mercados es básicamente la recolección y uso efectivo de información sobre un objetivo determinado antes de efectuar cualquier acción que requiera el gasto de recursos (apertura de mercados, lanzamiento de nuevos productos o servicios, entre otros); la cual brinda una vasta visibilidad en el entorno para la correcta toma de decisiones, lo que permite lograr el mayor éxito posible en las actividades a ejecutar. Luego de esta exploración bibliográfica planteamos los siguientes pasos básicos para la realización del objetivo propuesto

1. Definición/Formulación del problema
2. Identificación del tipo de información necesaria.
3. Definir procedimientos para recolectar la información requerida.

4. Definir la muestra y recopilar datos.
5. Análisis y verificación de información recopilada.
6. Elaboración y presentación del informe.
7. Seguimiento.

1.6 Alcances

En este trabajo se pretende identificar preliminarmente la posibilidad de mercados extranjeros para el producto Omega 3, 6 y 9 derivado de la planta Sacha Inchi producido en Colombia, con el fin otorgar alternativas de mercado para las empresas productoras y aquellos emprendedores interesados en explotar el potencial comercial de estos productos a nivel internacional, ante la necesidad de diversificar la oferta exportadora de nuestro país y atender una demanda creciente de productos naturales novedosos para el tratamiento de diversas enfermedades.

Este trabajo se fundamentó en la recolección de información científica de fuentes secundarias hallada en bases de datos académicas donde se habla de la importancia y relevancia del consumo de alimentos ricos en ácidos grasos y su impacto positivo en la salud al reducir los niveles de colesterol dañino en pacientes con hipercolesterolemia y de los beneficios que produce el

consumo del aceite derivado de la planta *Sacha Inchi* (*Plukenetia volúbilis* L) en pacientes que no pueden metabolizar normalmente los lípidos, ya que dentro de los componentes de esta planta se encuentran principalmente: proteínas, aminoácidos, ácidos grasos esenciales (omegas 3, 6, y 9) y vitamina E (tocoferoles y tocotrienoles) en contenidos significativamente elevados, respecto de semillas de otras oleaginosas (maní, palma, soya, maíz, colza y girasol).

Por otra parte, la utilización de fuentes como la OMS nos permitió evidenciar epidemiológicamente la incidencia de enfermedades como la obesidad la cual supone un factor de riesgo para otras patologías como enfermedades cardiovasculares, diabetes, hipertensión y dislipemias. Enfermedades que pueden ser tratadas con el consumo regular del aceite extraído de esta planta, tal como lo evidenciaron los estudios previos. Adicionalmente, este trabajo cuenta con el apoyo técnico y la consultoría de dos compañías Colombianas “Colbio y Suna Shaquen” empresas productoras de aceite extraído de la planta de Sacha Inchi, las cuales nos proporcionaron espacios para la realización de entrevistas y encuestas con la intención de obtener información de primera mano acerca de la planta, sus beneficios, productos derivados y la situación en el mercado doméstico e internacional de la empresa.

Luego de las entrevistas se evidencio que las empresas tenían identificados algunos países como mercado objetivos, los cuales fueron seleccionados sin haber hecho una debida segmentación de los mismos sin tener en cuenta factores demográficos de los mismos.

Con este trabajo se pretende luego de analizar la información recolectada de las fuentes primarias y secundarias, medir aquellos países que fueron preseleccionados por las empresas y aquellos que presentan mayores índices de problemáticas relacionadas con la obesidad y el colesterol, con el fin de recomendar la permanencia, penetración o inclusión en nuevos mercados para estas empresas y aquellos emprendedores que pretendan incursionar con este producto, ante las posibilidades comerciales internacionales, facilitando de forma preliminar la toma de decisiones al contar con toda la información necesaria disponible.

2. Ejecución del Proyecto

Retomando los estudios anteriores se evidencio que en Latinoamérica es común el desconocimiento general del valor comercial y medicinal del fruto de la planta de *Sacha Inchi* (*Plukenetia volúbilis* L). Colombia no es la excepción, por esto, es difícil encontrar empresarios y personas que la conozcan y reconozcan sus diferentes usos y los derivados que de ella se pueden obtener. Para esto, se, realizó una investigación acerca de los posibles productores de aceites derivados de esta planta para consumo humano, doméstico, cosmético y/o medicinal en la región, dicha investigación arrojó que existen varios productores de estos tipos de aceites en la zona, pero solo dos fueron escogidos ya que dentro de su proceso productivo tenían una estrecha relación con la planta y los beneficios objeto de este estudio.

El propósito de llevar a cabo este trabajo de campo con dos empresarios y lograr este contacto directo es obtener información de primera mano acerca del conocimiento general que tienen de la planta de *Sacha Inchi* (*Plukenetia volúbilis* L), sus derivados, su transformación, su proceso productivo y los posibles beneficios económicos que se pueden obtener de la comercialización de este aceite tanto a nivel local como internacional. Todo basado en el conocimiento previo que tienen de la planta y la amplia trayectoria en la transformación y comercialización de la misma (A nivel regional).

A continuación presentamos el resultado de la entrevista, realizada al señor Carlos Andrés Palacio Lopera, director del departamento técnico de la empresa “Colombiana de Bio-combustibles” y los resultados de la entrevista al señor Juan Carlos Coral Ceballos, ingeniero de producción de la empresa “Suna Shaquen”. Ambas personas fueron escogidas para ser consultados debido al amplio conocimiento que tienen de la planta *Sacha Inchi (Plukenetia volúbilis L)* y sus derivados, gracias a que ellos se relacionan de manera directa y profesional con el objeto de estudio de este trabajo de grado.

Esta consulta se realizó con metodología tipo entrevista para ambos expertos en el tema, quienes contestaron una serie de preguntas abiertas, las cuales fueron formuladas con el fin de identificar oportunidades del producto en mercados extranjeros al comparar apreciaciones, hallar similitudes y diferencias en los procesos productivos. También se busca conocer de primera mano la existencia de un mercado objetivo potencial identificado por los sujetos entrevistados y los aspectos que tuvieron en cuenta para llevar a cabo dicha selección. Todo esto con el fin de enfocar nuestra investigación de mercados basados en las apreciaciones y recomendaciones de los expertos.

Dicha entrevista se llevó a cabo de manera presencial y vía Skype (Ver evidencia en el CD anexo 6) y (anexo 4) respectivamente. Allí se evidencian las apreciaciones acerca del tema en cuestión. Dichas respuestas fueron recibidas y analizadas de acuerdo a la importancia, aporte y relevancia de la misma.

A continuación se introducen las apreciaciones tomadas de la entrevista, en forma de conclusión general luego de ser analizadas por el equipo de trabajo:

Tabla 1:
Entrevista realizada a las empresas Colombiana de Biocombustibles y Suna Shaquen

Preguntas	Suna Shaquen	Colombiana de Biocombustibles
Proceso Productivo		
1. ¿Tiene planeado incluir algún nuevo proceso que involucre a esta planta? En caso afirmativo, por favor haga mención.	Dentro del desarrollo de esta empresa se está contemplado el uso máximo de las propiedades medicinales, alimenticias y cosméticas de la producción del cultivo. Incluso la producción de Bio abonos y abrasivos de tipo orgánico usando la cutícula de la almendra, el aceite como base de cosméticos, alimento y suplemento nutricional, en todas las líneas, humana y animal. La proteína (bagazo o torta) como fuente de múltiples usos industriales en la repostería e industria alimenticia, las partículas de la cutícula como abrasivos biodegradables y la corteza de los frutos como fuente de fertilizante para el mismo cultivo. (J. Ceballos, comunicación personal, 22 de mayo de 2014).	Micro encapsulado de aceite de Sacha Inchi, que consiste en tomar el mismo aceite de sachá inchi y micro encapsularlo para poderlo tener como una harina con el fin de poderlo incluir en cualquier matriz alimenticia; Snack por extrusión, encapsulados de Sacha Inchi, Separación de Omegas para no tener Omega 3 6 y 9 con el fin de no tenerlos juntos dentro del mismo aceite y Malteadas de Sacha Inchi.

<p>2. ¿Dentro de los procesos actuales que involucran la planta, considera que existen aspectos por mejorar?</p>	<p>La tecnología se ha desarrollado para trabajar aceites saturados y no saturados como el tipo omega 3 de <i>sacha inchi</i> la tecnología de esta acción en frío sigue siendo deficiente La falta de investigación tanto en el cultivo como en el proceso de transformación sigue siendo empírica Hay mucha investigación por hacer en todos los renglones: Genética, cultivo, transformación, estabilización del aceite y lo más importante, la cultura del consumo de productos de este tipo</p>	<p>Existen muchos aspectos a mejorar, uno de los que más se le está trabajando es al mejoramiento genético de Sacha Inchi con el fin de mejorar la tolerancia hacia el complejo nematodo hongo, ya que es el causante del 100% de los cultivos a partir del tercer año; otro aspecto que se busca mejorar es productividad, contenido de Omega 3, contenido de aceite y palatividad.</p>
--	--	--

Mercados

<p>3. ¿Actualmente tiene alguna estrategia de comercialización para los productos obtenidos de esta planta?</p>	<p>La mejor y sin duda la de mayor valor agregado es la de tener un producto 100% orgánico, de tipo vegetal, y lo que marca la diferencia con cualquier genérico es que en el proceso productivo se está protegiendo el medio ambiente; esta es la mejor estrategia de posicionamiento de los productos en el mercado extranjero; sin olvidar la potencialidad nutritiva y medicinal de cada producto final</p>	<p>La estrategia actual es muy desorganizada, cada quien por su lado, las empresas que actualmente hay en el mercado se enfocan en vender su producto al mejor precio sin importar lo demás.</p>
---	---	--

<p>4. ¿Dentro de las estrategias planteadas considera que existen aspectos a mejorar?</p>	<p>Siempre hay que estar mejorando, es el principio de la permanencia y solidez del mercado La tendencia actual de la humanidad es volver a lo natural y protección del medio ambiente y en eso es lo que enfatizamos como Suna Shaquen " la mejor opción " de hacer agricultura sostenible y generación de productos de alta calidad</p>	<p>En la actualidad se ha generado una iniciativa publico privada para la creación de una mesa sectorial del Sacha Inchi en la que se pretende promocionar el Sacha Inchi y sus derivados</p>
<p>5. ¿Considera importante incrementar su participación en el mercado regional?</p>	<p>Desafortunadamente la cultura de nosotros los colombianos es desmeritar lo hecho en Colombia con corazón y es por esa razón que apuntamos al mercado extranjero pero estamos trabajando mucho desde nuestras familias para generar la confianza en nuestro producto Y lo estamos logrando</p> <p>Por fortuna. Los resultados y efecto del producto sobre quien lo consume hablan por sí dolo y está ganando terreno sobre lo tradicional</p>	<p>Desde todos los puntos agrícola, productivo y asociativo.</p>
<p>6. ¿Ha considerado alguna vez incursionar en un mercado extranjero? En caso afirmativo, por favor mencione el (los) país (es) objetivo.</p>	<p>Ya se han enviado muestras a Estados Unidos y México y ya se tienen pedidos Inicialmente como materia prima para la industria cosmética pero si ya estamos ganando ese terreno. Nuestro aceite ha resultado ser muy superior al que presenta Perú como pionero el inca inchi</p>	<p>Se han hecho exploraciones en algunos países, se han enviado muestras y productos a Estados Unidos, España, Japón, Canadá México y Hong Kong.</p> <p>Desafortunadamente en estos casos la demanda era</p>

		mucho mayor que la oferta
7. Si la anterior respuesta fue positiva, por favor mencione que aspectos tuvo en cuenta para elegir dicho destino.	En una rueda de negocios se les presentó unas muestras, ellos analizaron el producto e identificaron su potencial para la producción de cosméticos naturales y desde esa fecha hemos venido trabajando en el fomento del cultivo para poder llegar a tener un volumen representativo para esos mercados.	En Europa fue por medio de una feria de cosméticos en Francia, la compañía envía varias personas a este lugar a ofrecer los productos, Hong Kong, China, España fue por medio de contactos a nivel empresa.
8. ¿Actualmente la empresa cuenta con capacidad ociosa para atender un aumento en la demanda de sus productos?	Nosotros nos concebimos hace 8 meses como empresa para satisfacer la demanda de un mercado en Estados Unidos y nuestro principio y compromiso con ese mercado es crecer a la par con la demanda del producto terminado de esa empresa	Se tienen excedentes de semilla mejorada pero desafortunadamente no se cuenta con agricultores que se estén vinculando, las plantas tienen la capacidad de procesar más pero no hay más semilla existen un cuello de botella en dos puntos el primero, es que no hay una suficiente producción para lo que se desea y la producción que hay no está articulada en sectores con Logística

		propia, Se tiene más oferta de la que los pequeños mercados reciben pero se tiene menos de lo que los grandes mercados requieren.
9. Si la anterior respuesta fue negativa, por favor mencione que cambios tendría que llevarse a cabo para que dicha demanda pueda ser atendida.	Lo que buscamos es generar seguridad a nuestros productores de que la producción de sus cultivos tienen mercado seguro y permanente con nosotros y nosotros tenemos la seguridad que lo que estamos procesando está vendido	Aumento de cultivo y mejora en mercados específicos para la creciente demanda
10¿Existen restricciones de producción agrícola, como temporadas de cosecha o condiciones especiales de entorno?	El cultivo tiene un ciclo vegetativo de 8 meses y es el plazo mínimo que pedimos al mercado cuando nos hace exigencia de volúmenes adicionales La producción del <i>sacha inchi</i> es continua y permanente durante todo el año, lo que garantiza continuidad en el proceso de transformación y cumplimiento	La restricción actual se da en el campo agrícola porque tiene que ser producción limpia, es un aceite extra virgen y no se puede refinar, además, no puede tener trazas de tóxicos

Nota. Contiene la información recolectada de las entrevistas realizadas a las dos empresas. Fuente: Elaboración propia

La información recolectada en el trabajo de campo por medio de la aplicación de las entrevistas a los expertos de dos empresas del sector, permitió evidenciar que a pesar de mostrar ciertas diferencias en la presentación del producto (nuevas presentaciones, nuevas aplicaciones y usos). Existen diversos puntos en común sobre la situación del mismo frente a los retos de los mercados actuales, tanto a nivel nacional como internacional, uno de los principales puntos en común es la falta de conocimiento en general del producto a nivel nacional sobre su cultivo, transformación y comercialización, lo que plantea grandes retos para esta creciente industria desde el inicio de su cadena productiva. Otro punto en común de gran importancia es la concordancia en sus opiniones sobre el manejo del mercado, pues queda claro que en ninguna de las empresas consultadas se ha planteado una estrategia definida para ampliar la cobertura en mercados actuales o para abrir nuevos mercados; Los avances a nivel comercial se han dado gracias a las ruedas de negocios, mas no por iniciativas estructuradas de parte de las compañías. Finalmente, los expertos también concuerdan en la poca tecnificación e investigación que existe en las prácticas de cultivo, extracción y procesamiento de la sachá inchi como un reto adicional para éste sector empresarial.

Luego de realizar la entrevista fue necesario analizar los estudios acerca de las propiedades medicinales del aceite de Sachá Inchi, las cuales se definieron en el estado del arte. La importancia de estas propiedades tuvo lugar en la selección de un grupo de países como mercado objetivo para las compañías y emprendedores interesados en la comercialización de este aceite debido a que gracias a la información obtenida en los estudios previos acerca de los beneficios de

la planta se pudo identificar que uno de los factores claves es la prevención de enfermedades cardiovasculares.

Según la OMS, en 2012 murieron aproximadamente 56 millones de personas de las cuales, las enfermedades cardiovasculares, (en mayor medida la enfermedad cardiaca isquémica y el accidente cerebro vascular ACV) fueron la principal causa de muerte a nivel mundial. La OMS, calcula que en este año murieron 17,5 millones de personas en el mundo a causa de enfermedades cardiacas (OMS, En línea 2014) y se estima que para el año 2030 ocurran alrededor de 23.3 millones de muertes a causa de estas afecciones.

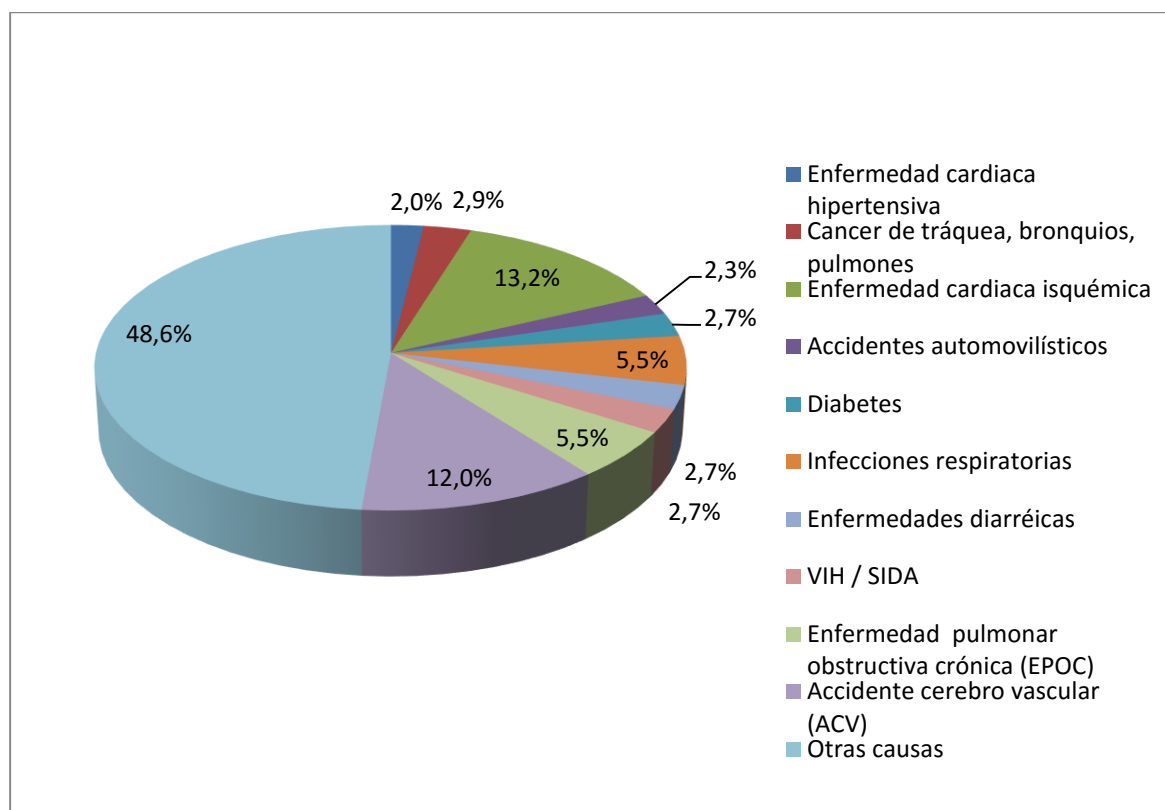


Gráfico 6. Principales causas de muertes a nivel mundial según OMS

Fuente: (OMS, 2014 En línea)

La anterior grafica representa las principales causas de muerte a nivel mundial en las que se destacan las enfermedades cardiacas, tales como las enfermedades cardiacas isquémicas, el accidente cerebro vascular o ACV y la enfermedad cardiaca hipertensiva.

Tabla 2:
Principales causas de muertes a nivel mundial.

Principales causas de muertes a nivel mundial		
Enfermedad	Muertes (en millones de personas)	Porcentaje
Enfermedad cardiaca hipertensiva	1,1	2,0%
Cáncer de tráquea, bronquios, pulmones	1,6	2,9%
Enfermedad cardiaca isquémica	7,4	13,2%
Accidentes automovilísticos	1,3	2,3%
Diabetes	1,5	2,7%
Infecciones respiratorias	3,1	5,5%
Enfermedades diarreicas	1,5	2,7%
VIH / SIDA	1,5	2,7%
Enfermedad pulmonar obstructiva crónica (EPOC)	3,1	5,5%
Accidente cerebro vascular (ACV)	6,7	12,0%
Otras causas	27,2	48,6%
Total	56	100,0%

Nota: La tabla anterior muestra las principales causas de decesos en el mundo en 2012. Fuente (OMS, 2014 En línea)

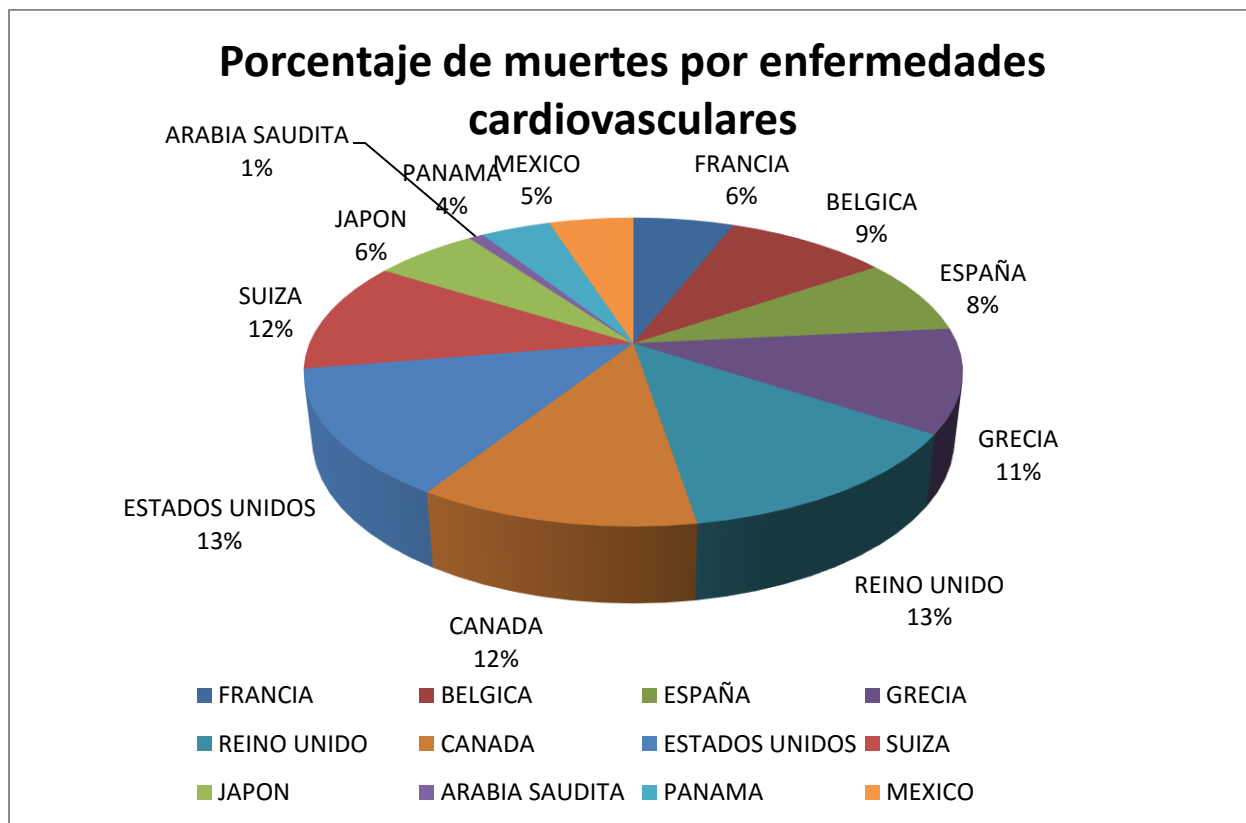


Gráfico 7. Porcentaje de muertes por enfermedades cardiovasculares

Fuente: (OMS, 2014 En línea)

La anterior gráfica, representa el porcentaje de muertes provocadas por enfermedades cardiovasculares en un grupo de países determinados por presentar niveles superiores de obesidad.

Tabla 3:
Muertes por enfermedades cardiovasculares

MUERTES POR ENFERMEDADES CARDIOVASCULARES			
PAIS	POBLACION	NUMERO DE MUERTES	PORCENTAJE DE MUERTES
FRANCIA	65.696.689	37744	6%
BELGICA	11.142.157	10332	9%
ESPAÑA	46.217.961	35614	8%
GRECIA	11.280.167	11922	11%
REINO UNIDO	63.227.526	80568	13%
CANADA	34.880.491	39311	11%
ESTADOS UNIDOS	313.914.040	406355	13%
SUIZA	7.997.152	9035	11%
JAPON	127.561.489	75481	6%
ARABIA SAUDITA	28.287.855	2368	1%
PANAMA	3.802.281	1512	4%
MEXICO	120.847.477	58208	5%

Nota. Presenta el número y el porcentaje de muertes anuales por enfermedades cardíacas. Fuente: Elaboración propia

Las enfermedades Cardiovasculares pueden prevenirse actuando sobre factores de riesgo tales como el consumo de tabaco, las dietas altas en grasas saturadas, la obesidad, la inactividad física, el consumo nocivo de alcohol entre otros.

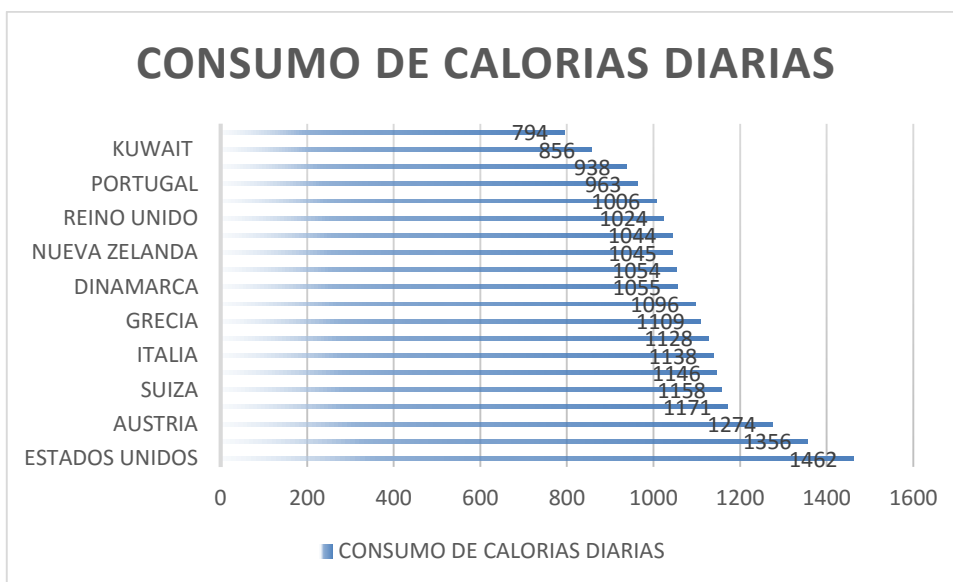


Grafico 8. Promedio en los consumos de calorías diarias por habitantes.

Fuente: (OMS, 2014 En línea)

Tabla 4:

Consumo de calorías diarias por consumo de grasas y azúcares

PAIS	CONSUMO DE CALORIAS DIARIAS
ESTADOS UNIDOS	1.462
ALEMANIA	1.356
AUSTRIA	1.274
ISRAEL	1.171
SUIZA	1.158
CANADA	1.146
ITALIA	1.138
FRANCIA	1.128
GRECIA	1.109
ESPAÑA	1.096
DINAMARCA	1.055
ECUADOR	1.054
NUEVA ZELANDA	1.045
AUSTRALIA	1.044
REINO UNIDO	1.024
BRASIL	1.006
PORTUGAL	963
JAMAICA	938
KUWAIT	856
CHILE	794

Nota. Indica el consumo promedio de calorías (en miles) derivada de las grasas y azúcares. Fuente: (OMS, 2014 En línea)

De la anterior información se podría seleccionar un primer grupo de posibles países a los que las compañías y emprendedores interesados en comercializar aceite de *Sacha Inchi* se podrían enfocar. Este grupo se conforma por:

Estados Unidos, Alemania, Austria, Israel, Suiza, Canadá, Italia, Francia, Grecia, España, Dinamarca, Ecuador, Nueva Zelanda, Australia, Reino Unido, Brasil, Portugal, Jamaica, Kuwait, Chile.

Otra de las propiedades benéficas para la salud humana del consumo de aceite de *Sacha Inchi* es su gran aporte para reducir la obesidad lo que se traduce en una oportunidad para que las compañías y emprendedores interesados en su comercialización puedan enfocar sus operaciones en países que tengan niveles altos de obesidad en su población. La Organización mundial de la salud OMS, define la obesidad y el sobrepeso como una acumulación excesiva de grasa que puede ser perjudicial para la salud. (OMS, 2014 En línea). Existe una forma simple de medir la obesidad esta es por medio del índice de masa corporal (IMC) que es igual a: el peso de una persona en kilogramos dividido por el cuadrado de la talla en metros. De acuerdo con (OMS, 2014 En línea) cuando una persona tiene un IMC igual o superior a 25 es considerada con sobrepeso.

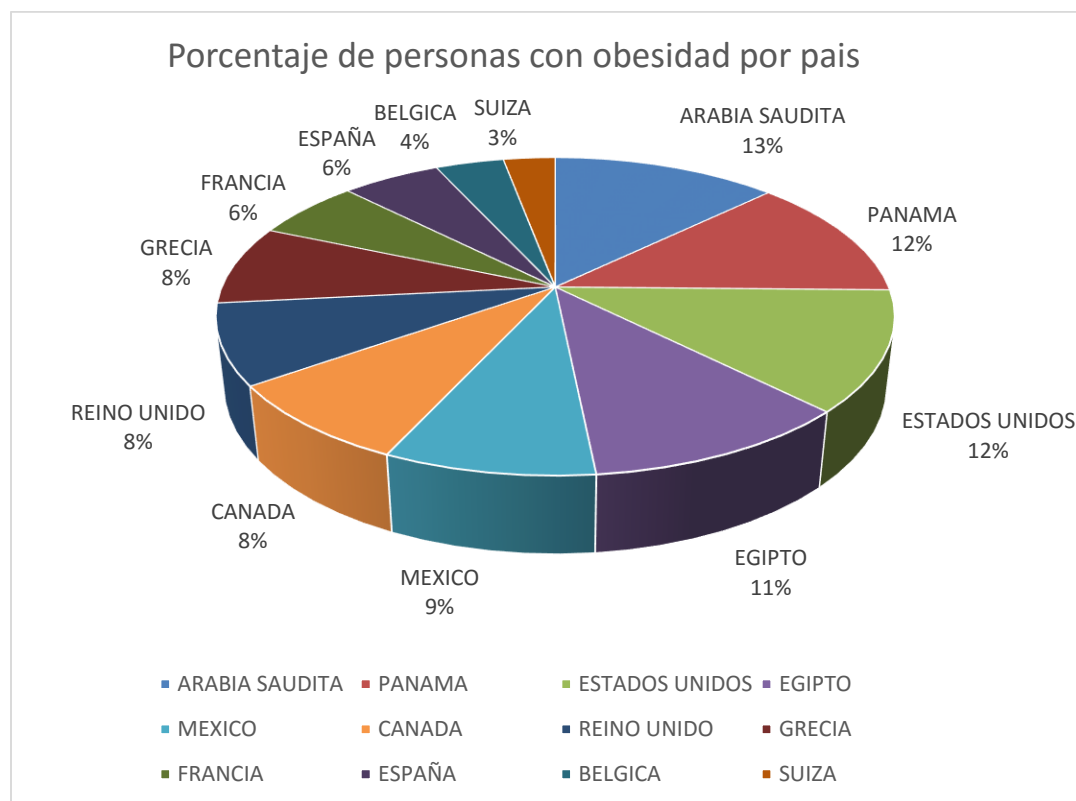


Gráfico 9. Porcentaje de personas con obesidad por país

Fuente: (OMS, 2014 En línea)

Tabla 5:

Porcentajes de población con los mayores índices de obesidad

PAIS	PORCENTAJE DE OBESIDAD
ARABIA SAUDITA	35,6
PANAMA	34,7
ESTADOS UNIDOS	33,9
EGIPTO	30,3
MEXICO	23,6
CANADA	23,1
REINO UNIDO	22,7
GRECIA	22,5
FRANCIA	16,9
ESPAÑA	15,6
BELGICA	10,8
SUIZA	8,2

Nota. Indica los porcentajes de población con altos índices de obesidad y que no la consideran como algo cultural. Fuente: (OMS, 2014 En línea)

De la información recopilada en el anterior gráfico y tabla se puede definir un segundo grupo de países más depurado que el grupo de países anterior. Este grupo está formado por: Suiza, Bélgica, España, Francia, Grecia, Reino Unido, Canadá, México, Egipto, Estados Unidos, Panamá, Arabia Saudita. Para este último grupo se incluye como información adicional el número de muertes provocadas por enfermedades cardiovasculares

Para tener un enfoque mucho más concreto es necesario obtener una muestra más reducida y objetiva. Para la reducción de la muestra se tuvo en cuenta los índices de obesidad, índice de consumo de calorías y porcentaje de muertes ocasionadas por enfermedades cardíacas, se realizó un análisis comparativo en el que se seleccionaron los países que tuvieran más variables en porcentajes elevados y de acuerdo con esto se depuraron ambos grupos obteniendo una muestra mucho más reducida y objetiva en la que se encuentran los siguientes países: Estados Unidos, Canadá, México, Grecia, y Reino Unido. Sin embargo, se tienen en cuenta como opción países tales como Francia, India, España, Suiza y Japón que según (Huamani & Flores, 2009) son un mercado importante al contar también con índices elevados de obesidad.

Adicional a los beneficios para la salud humana que posee el aceite de *Sacha Inchi*. Es necesario tener en cuenta aspectos tales como: la facilidad para la apertura de un negocio nuevo, protección a los inversionistas, comercio transfronterizo, cumplimiento de contratos, y resolución de insolvencia. La medición de estos indicadores es posible por medio del “DAF” (distancia a la

frontera). Según (Doing Business, 2014 En línea) esta medición representa el más alto desempeño observado en cada uno de los indicadores de las economías analizadas. La distancia a la frontera está determina en una escala de 0 a 100 donde 0 representa el desempeño más bajo y 100 el más alto.

Para apoyar el análisis de selección para los posibles países con oportunidades importantes para la comercialización de aceite de *Sacha Inchi* se tuvieron en cuenta los siguientes indicadores:

- Apertura de un negocio: Este indicador muestra el número de pasos que un empresario debe cumplir, el tiempo promedio, el costo y el capital mínimo requerido para la constitución de un nuevo negocio.

Esta variable además, tiene las siguientes variables:

- Procedimientos (numero):
 - Tiempo (Días)
 - Costo (% de ingreso per cápita)
 - Requisitos mínimos de capital pagado (% de ingreso per cápita)
-
- Protección al inversionista: Se muestra en tres dimensiones de la siguiente forma: transparencia de las transacciones, responsabilidad por el aprovechamiento en beneficio

propio y la capacidad de los accionistas de enjuiciar a los directores y oficiales por malas conductas y el índice de potencial protección al inversionista.

Sus variables son las siguientes:

- Índice del grado de transparencia
 - Índice de responsabilidad de los directores.
 - Índice de facilidad para juicios de accionistas
 - Índice de fortaleza de protección de inversores.
-
- Comercio transfronterizo: Este indicador reúne los costos relacionados en los procedimientos de importación y se tienen en cuenta las siguientes variables:
 - Preparación de documentos
 - Autorización de aduana y control técnico
 - Puertos y manejo de terminal
 - Transporte al interior y manejo
-
- Cumplimiento de contratos: Este indicador mide la dificultad o facilidad para hacer cumplir contratos comerciales y tiene las siguientes variables:
 - Tiempo (días)
 - Costo (% de cantidad demandada)
 - Procedimientos (número)

- Resolución de la insolvencia: Este indicador se encarga de medir el tiempo y costo para resolver una situación de bancarrota de alguna de las partes y se tienen en cuenta las siguientes variables:

- Tiempo (años)
- Costo (% de los bienes)
- Tasa de recuperación (centavos por dólar)

3. Hallazgos

De acuerdo a las variables definidas en apartados anteriores para la selección de un grupo de países que puedan ser útiles a las compañías o emprendedores interesados en comercializar el aceite de Sacha Inchi, se presentan las siguientes tablas cuya finalidad es facilitar esta búsqueda.

Tabla 6:
Hallazgos Grecia

PERSPECTIVA GENERAL DEL PAIS	
ACUERDOS COMERCIALES	UNION EUROPEA
TIPO DE GOBIERNO	REPUBLICA PARLAMENTARIA
CATEGORIA DE INGRESO	Ingreso alto
POBLACION	11.280.167
ING PER CAPITA	23.260
MONEDA	EURO
TASA DE CAMBIO USD	1,3617
% POBLACIÓN OBESA	22,50%
MUERTES POR ENFERMEDADES CARDIOVASCULARES	11922

VARIABLE	% DAF 2014	INDICADOR	
Apertura de un negocio	89.36	Procedimientos (número)	5
		Tiempo (días)	14.0
		Costo (% de ingreso per cápita)	4.6
		Requisito de capital mínimo pagado (% de ingreso per cápita)	0.0
		Índice de grado de transparencia (0-10)	7
Protección de los inversores	53.33	Índice de responsabilidad del los directores (0-10)	4
		Índice de facilidad para juicios de accionistas (0-10)	5
		Índice de fortaleza de protección de inversores (0-10)	5.3
Comercio transfronterizo	78.39	Importacion	Dias
		Preparación de documentos	8 140
		Autorización de aduana y control técnico	2 265
		Puertos y manejo terminal	3 380
		Transporte interior y manejo	2 350
		Total	15 1135
		Arancel	
		Puerto de Exportación	Cartagena
		Frecuencia	semanal
		Transitos	24 días, mas tiempos de conexión
Cumplimiento de contratos	41.14	Tiempo (días)	1300
		Costo (% de cantidad demandada)	14.4
		Procedimientos (número)	39
		Tiempo (años)	3.5
Resolución de la insolvencia	35.97	Costo (% de los bienes)	9
		Tasa de recuperación	
		(centavos por dólar)	34.0

Nota. Fuente: Elaboración propia

Tabla 7:
Hallazgos Reino Unido

PERSPECTIVA GENERAL DEL PAIS	
ACUERDOS COMERCIALES	UNION EUROPEA
TIPO DE GOBIERNO	MONARQUIA CONSTITUCIONAL
CATEGORIA DE INGRESO	Ingreso alto
POBLACION	63.227.526
ING PER CAPITA	38.250
MONEDA	LIBRA ESTERLINA
TASA DE CAMBIO USD	1,676
% POBLACIÓN OBESA	22,70%
MUERTES POR ENFERMEDADES CARDIOVASCULARES	80568

VARIABLE	% DAF 2014	INDICADOR	
Apertura de un negocio	88.53	Procedimientos (número)	6
		Tiempo (días)	12.0
		Costo (% de ingreso per cápita)	0.3
		Requisito de capital mínimo pagado (% de ingreso per cápita)	0.0
Protección de los inversores	80.00	Índice de grado de transparencia (0-10)	10
		Índice de responsabilidad de los directores (0-10)	7
		Índice de facilidad para juicios de accionistas (0-10)	7
		Índice de fortaleza de protección de inversores (0-10)	8.0
Comercio transfronterizo	87.10	Importacion	Días
		Preparación de documentos	2 180
		Autorización de aduana y control técnico	1 75
		Puertos y manejo terminal	1 205
		Transporte interior y manejo	2 590
		Total	6 1050
		Arancel	0%
		Puerto de Exportación	Cartagena dos veces a la semana
		Frecuencia	18 días
		Transitos	18 días
Cumplimiento de contratos	68.57	Tiempo (días)	437
		Costo (% de cantidad demandada)	39.9
		Procedimientos (número)	28
Resolución de la insolvencia	93.79	Tiempo (años)	1.0
		Costo (% de los bienes)	6
		Tasa de recuperación (centavos por dólar)	88.6

Nota. Fuente: Elaboración propia

Tabla 8:
Hallazgos Canadá

PERSPECTIVA GENERAL DEL PAIS	
ACUERDOS COMERCIALES	TLC Colombia - Canadá
TIPO DE GOBIERNO	MONARQUIA CONSTITUCIONAL, PARLAMENTARIA Y FEDERATIVA
CATEGORIA DE INGRESO	Ingreso alto
POBLACION	34.880.491
ING PER CAPITA	50.970
MONEDA	Dólar canadiense
TASA DE CAMBIO USD	0,9206
% POBLACIÓN OBESA	23,10%
MUERTES POR ENFERMEDADES CARDIOVASCULARES	39311

VARIABLE	% DAF 2014	INDICADOR	
Apertura de un negocio	98.97	Procedimientos (número)	1
		Tiempo (días)	5.0
		Costo (% de ingreso per cápita)	0.4
		Requisito de capital mínimo pagado (% de ingreso per cápita)	0.0
Protección de los inversores	86.67	Índice de grado de transparencia (0-10)	8
		Índice de responsabilidad del los directores (0-10)	9
		Índice de facilidad para juicios de accionistas (0-10)	9
		Índice de fortaleza de protección de inversores (0-10)	8.7
Comercio transfronterizo	85.49	Importacion	Días
		Preparación de documentos	3 205
		Autorización de aduana y control técnico	1 75
		Puertos y manejo terminal	2 650
		Transporte interior y manejo	4 750
		Total	10 1680
		Arancel	0%
		Puerto de Exportación	Buenaventura /Cartagena
		Frecuencia	Semanal
		Transitos	6 días (atlántico) - 12 días (pacífico)
Cumplimiento de contratos	61.80	Tiempo (días)	570
		Costo (% de cantidad demandada)	22.3
		Procedimientos (número)	36
Resolución de la insolvencia	92.46	Tiempo (años)	0.8
		Costo (% de los bienes)	7
		Tasa de recuperación (centavos por dólar)	87.3

Nota. Fuente: Elaboración propia

Tabla 9:
Hallazgos Estados Unidos

PERSPECTIVA GENERAL DEL PAIS	
ACUERDOS COMERCIALES	TLC Colombia - Estados Unidos
TIPO DE GOBIERNO	REPUBLICA FEDERAL
CATEGORIA DE INGRESO	Ingreso alto
POBLACION	313.914.040
ING PER CAPITA	50.120
MONEDA	Dólar Americano
TASA DE CAMBIO USD	N/A
% POBLACIÓN OBESA	33,90%
MUERTE POR ENFERMEDADES CARDIOVASCULARES	406355

VARIABLE	% DAF 2014	INDICADOR	
Apertura de un negocio	89.91	Procedimientos (número)	6
		Tiempo (días)	5.0
		Costo (% de ingreso per cápita)	1.5
		Requisito de capital mínimo pagado (% de ingreso per cápita)	0.0
Protección de los inversores	83.33	Índice de grado de transparencia (0-10)	7
		Índice de responsabilidad del los directores (0-10)	9
		Índice de facilidad para juicios de accionistas (0-10)	9
		Índice de fortaleza de protección de inversores (0-10)	8.3
Comercio transfronterizo	87.33	Importacion	Dias
		Preparación de documentos	2
		Autorización de aduana y control técnico	1
		Puertos y manejo terminal	1
		Transporte interior y manejo	1
		Total	5
		Arancel	0%
		Puerto de Exportación Frecuencia	Buenaventura /Cartagena Semanal
		Transitos	5 días (atlántico) - 8 días (pacífico)
Cumplimiento de contratos	73.44	Tiempo (días)	370
		Costo (% de cantidad demandada)	18.4
		Procedimientos (número)	32
Resolución de la insolvencia	86.31	Tiempo (años)	1.5
		Costo (% de los bienes)	7
		Tasa de recuperación (centavos por dólar)	81.5

Nota. Fuente: Elaboración propia

Tabla 10:
Hallazgos México

PERSPECTIVA GENERAL DEL PAIS	
ACUERDOS COMERCIALES	G3
TIPO DE GOBIERNO	República Federal
CATEGORIA DE INGRESO	Ingreso alto medio
POBLACION	120.847.477
ING PER CAPITA	9.740
Moneda	Peso Mexicano
TASA DE CAMBIO USD	0,07769
% POBLACIÓN OBESA	23,60%
MUERTES POR ENFERMEDADES CARDIOVASCULARES	58208

VARIABLE	% DAF 2014	INDICADOR	
Apertura de un negocio	48	Procedimientos (número)	6
		Tiempo (días)	6.0
		Costo (% de ingreso per cápita)	19.7
		Requisito de capital mínimo pagado (% de ingreso per cápita)	0
		Índice de grado de transparencia (0-10)	8
Protección de los inversores	68	Índice de responsabilidad del los directores (0-10)	5
		Índice de facilidad para juicios de accionistas (0-10)	4
		Índice de fortaleza de protección de inversores (0-10)	5.7
Comercio transfronterizo	59	Importacion	Dias
		Preparación de documentos	4 290
		Autorización de aduana y control técnico	2 200
		Puertos y manejo terminal	3 300
		Transporte interior y manejo	2 950
		Total	11 1740
		Arancel	0%
		Puerto de Exportación	Buenaventura /Cartagena dos veces semanales
		Frecuencia	3 días (atlántico) - 4 días (pacífico)
		Transitos	
Cumplimiento de contratos	71	Tiempo (días)	400
		Costo (% de cantidad demandada)	31.0
		Procedimientos (número)	38
Resolución de la insolvencia	26	Tiempo (años)	1.8
		Costo (% de los bienes)	18
		Tasa de recuperación (centavos por dólar)	67.6

Nota. Fuente: Elaboración propia

Las tablas (6, 7, 8, 9, 10) agrupan información tal como facilidad de hacer negocios, protección a los inversores, facilidad en el comercio transfronterizo, cumplimiento de contratos y resolución de insolvencia mediante la medida del “DAF”; de igual forma, presenta datos de información demográfica, índices de obesidad y de enfermedades cardiacas por país los cuales permitirá a las compañías y emprendedores interesados en la comercialización de aceite de *Sacha Inchi* tomar una decisión tener un abanico de opciones para tomar una decisión de que mercados atacar.

Tabla 11:
Valores DAF para la muestra de países seleccionada

PAIS	INDICADOR					PROMEDIO % DAF PAIS
	Apertura de un negocio %	Protección de los inversores %	Comercio transfronterizo %	Cumplimiento de contratos %	Resolución de la insolvencia %	
GRECIA	89,36	53,33	78,39	41,14	35,97	59,64
REINO UNIDO	88,53	80,00	87,10	68,57	93,79	83,60
CANADA	98,57	86,67	85,49	61,80	92,46	85,00
ESTADOS UNIDOS	89,91	83,33	87,33	73,44	86,31	84,06
MEXICO	48,00	68,00	59,00	71,00	26,00	54,40
VALOR MAXIMO POR INDICADOR %						
PAIS	98,57	86,67	87,33	73,44	93,79	
	CANADA	CANADA	ESTADOS UNIDOS	ESTADOS UNIDOS	REINO UNIDO	
VALOR MINIMO POR INDICADOR %						
PAIS	48,00	53,33	59,00	41,14	26,00	
	MEXICO	GRECIA	MEXICO	GRECIA	MEXICO	

Nota. Se presenta de manera agrupada la medición “DAF” para el grupo de países previamente seleccionados, se identifican los países con mejores y peores condiciones Fuente: Elaboración propia.

La anterior tabla recopila la medición “DAF” para el grupo de países previamente seleccionados permitiendo identificar el país con mejores condiciones para hacer negocios en los

que se destacan Canadá y Estados Unidos. De igual forma permite encontrar el país con las condiciones menos favorables en los que se destacan México, y Grecia.

Tabla 12:
Obesidad y enfermedades Cardiovasculares

OBESIDAD Y ENFERMEDADES CARDIOVASCULARES				
PAIS	POBLACION	NUMERO DE MUERTES POR ENFERMEDADES CARDIACAS	% MUERTES POR ENFERMEDADES CARDIACAS	% PERSONAS CON OBESIDAD
GRECIA	11.280.167	11922	11%	22,5%
REINO UNIDO	63.227.526	80568	13%	22,7%
CANADA	34.880.491	39311	11%	23,1%
ESTADOS UNIDOS	313.914.040	406355	13%	33,9%
MEXICO	120.847.477	58208	5%	23,6%

Nota. Indica número y porcentaje de muertes por enfermedades cardiacas al igual que el porcentaje de personas que sufren de obesidad Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los datos recopilados en la anterior tabla sobre las muertes relacionadas con enfermedades cardiovasculares en un grupo de países seleccionado, se destaca que en Estados Unidos y Reino Unido un 13% de su población respectivamente padece este flagelo. Por otro lado se indica en el porcentaje de personas con obesidad en la misma muestra de países se destaca también Estados Unidos con un porcentaje de obesidad en su población del 33.9%.

Como base para realizar la selección del mercado potencial más apto, se tuvo en cuenta toda aquella información que pudiera reducir al máximo posible la incertidumbre de comenzar un negocio en una economía desconocida para la gran mayoría de los empresarios y productores

colombianos. Para esto se tuvieron en cuenta datos relacionados intrínsecamente con el objeto de este trabajo de grado y su potencial demanda en países con determinada situación o complejidad demográfica, sus índices de obesidad y de enfermedades cardíacas, así como de aquellas patologías para las que el aceite de la planta de Sacha Inchi ofrece tratamiento. Sin embargo, no se puede desconocer y mucho menos dejar a un lado otros aspectos de gran relevancia al tratar de ingresar a un nuevo mercado como la facilidad de hacer negocios, la protección a los inversores, la facilidad en el comercio transfronterizo, el cumplimiento de contratos y la resolución de insolvencia. Dichos aspectos fueron tenidos en cuenta mediante la medida del “DAF”.

Acerca de los hallazgos más relevantes del trabajo encontramos que en el año 2012 murieron aproximadamente 56 millones de personas; Las enfermedades cardiovasculares, (en mayor medida la enfermedad cardíaca isquémica y el accidente cerebro vascular ACV) fueron la principal causa de muerte a nivel mundial. La OMS, calcula que en este año murieron 17,5 millones de personas en el mundo a causa de enfermedades cardíacas. Como ya lo hemos visto, la obesidad supone un factor de riesgo para estas patologías, por esto y con el fin de ir identificando un mercado potencial, se realizó una búsqueda de los países con mayores índices de obesidad, consumo de calorías y muerte por enfermedades cardiovasculares.

Tabla 13:
Resumen de hallazgos como base para pre-selección.

País	Índice de obesidad	Muertes por obesidad
Arabia Saudita	13%	1%
Panamá	12%	4%
EEUU	12%	13%
Egipto	11%	6%
México	9%	5%
Canadá	8%	12%
Reino Unido	8%	13%
Grecia	8%	11%
Francia	6%	6%
España	6%	8%
Bélgica	4%	9%
Suiza	3%	12%

Nota: Elaboración propia como resumen de los hallazgos. Fuente: Elaboración propia.

4. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

- La semilla de sachá inchi se presenta como un producto nativo con una amplia gama de beneficios medicinales y económicos, dada su versatilidad en la presentación de sus derivados, como el aceite de omega 3, 6 y 9, la presentación en cápsulas, snack, malteadas, en aplicaciones cosméticas, entre otros, los cuales entregan al consumidor todos los beneficios de la planta en la presentación que mejor se adapte a sus gustos.

- La falta de conocimiento del producto a nivel nacional sobre su cultivo, transformación y comercialización, es una fuerte falencia para la industria dedicada a la explotación de la sachá inchi y sus derivados, tanto desde la parte productiva como comercial.

- Las empresas del sector no tienen estrategias de mercado estructuradas que permitan ampliar la cobertura de mercado actual o penetrar un nuevo mercado.

- Como reto para las empresas del sector, está la poca tecnificación e investigación que existe en las prácticas de cultivo, extracción y procesamiento de la sachá inchi.

- La principal causa de muertes a nivel mundial son las enfermedades cardiovasculares, lo que representa una oportunidad para el Omega 3 extraído de la sachá inchi para minimizar los efectos de los factores de riesgo que causan estas afecciones.

4.2 Recomendaciones

Se recomienda a las compañías y emprendedores interesados en la comercialización del aceite de *Sacha Inchi* en los mercados internacionales evaluar la posibilidad de interactuar en el mercado Canadiense ya que según los hallazgos encontrados en el presente trabajo de grado se identifica un buen nivel de indicador “DAF” lo que crea un buen panorama a la hora de realizar negociaciones y además, es un país que cuenta con altos índices de muertes por enfermedades cardíacas, altos índices de obesidad y de consumo de calorías lo que genera un escenario perfecto para la comercialización del aceite de *Sacha Inchi*.

Para las compañías y emprendedores interesados en la comercialización del aceite de *Sacha Inchi* el Mercado Mexicano puede ser interesante, debido a que dominan el idioma español el cual es la misma lengua utilizada en nuestro país, la cercanía de ambos países lo cual representa una disminución en los costos logísticos y además un país en el que se tienen altos índices de obesidad. Pero, se debe tener mucha precaución en el momento de realizar negociaciones con ellos ya que según los hallazgos del presente trabajo de grado México es el País con la calificación más baja en el indicador “DAF”.

Referencias bibliográficas

American Heart Association (2014) Heart Disease and Stroke Statistics. Recuperado el 01 de junio de 2014, de <http://circ.ahajournals.org/content/129/3/e28.full.pdf+html>

Organización Mundial De la Salud (2014) Temas de salud. Obesidad. Recuperado el 13 de mayo de 2014, de <http://www.who.int/topics/obesity/es/>

Organización Mundial De la Salud (2014) Temas de salud. Enfermedades Cardiovasculares. Recuperado el 15 de mayo de 2014, de http://www.who.int/topics/cardiovascular_diseases/es/

Organización Mundial De la Salud (2014) Global Database on Body Mass Index. Recuperado el 14 de mayo de 2014, de <http://apps.who.int/bmi/index.jsp>

Garmendia Fausto (2011). Efecto del aceite de *sacha Inchi* (*plukenetia volúbilis* L) sobre el perfil lipídico en pacientes con hiperlipoproteinemia. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*. Vol. 28, p628-632. 5p.

Ortega, R; González, L; Villalobos, T; Perea, J; Aparicio, A & López, A. (2013). Fuentes alimentarias y adecuación de la ingesta de ácidos grasos omega-3 y omega-6 en una muestra representativa de adultos españoles. *Nutrición Hospitalaria*. Vol. 28, p2236-2245. 10p. doi: 10.3305/nh.2013.28.6.6905

Grimaldi, R; Nassu, R. T; Guaraldo Gonçalves, L. A; & Nogueira Cavaletti Moreira, R. (1998). Characterization of hydrogenated fats for margarine manufacturing purposes. *Grasas y Aceites*, 49(1), 1-8. Recuperado en 18 de abril de 2014, de <http://grasasyaceites.revistas.csic.es/index.php/grasasyaceites/article/view/701/712>

Valenzuela B, Alfonso, Sanhueza C, Julio, & de la Barra D, Fernando. (2012). El aceite de pescado: ayer un desecho industrial, hoy un producto de alto valor nutricional. *Revista chilena de nutrición*, 39(2), 201-209. Recuperado en 18 de abril de 2014, de

[http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-75182012000200009&lng=es&tlng=es. 10.4067/S0717-75182012000200009](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-75182012000200009&lng=es&tlng=es.10.4067/S0717-75182012000200009)

Castro-González, M. I. (2002). Ácidos grasos omega 3: Beneficios y Fuentes. *Interciencia*, 27(3), 128-136.

Agroindustrias Amazónicas (2007). *Inca Inchi el aceite más saludable del mundo*. Recuperado el 20 de abril de 2014, de <http://www.incainchi.es/sp/mapa.htm>

Sicex.com (s.f) *Perú Exportación (Agroindustrias Amazónicas S.A)* Recuperado el 21 de abril de 2014, de <http://www.sicex.com/importers-exporters-products/sisduan/EN/409-3-1-20531294042/Peru/Exports/AGROINDUSTRIAS+AMAZONICAS+S+A/>

Malhotra, N. K; Martínez, J. F. J. D; & Rosales, M. E. T. (2004). *Investigación de mercados*. Pearson Educación.

Benassini, M. (2001). *Introducción a la investigación de mercados: un enfoque para América Latina*. Pearson Educación.

McDaniel, C; Gates, R. H; & Gates, R. (2005). *Investigación de mercados*. Cengage Learning Editores.

ANEXOS

Anexo 1 : Solicitud Información COLBIO S.A (Colombiana de Biocombustibles)

SOLICITUD INFORMACION Recibidos x

LUCAS VALENCIA CORREA <lucas.valencia@esumer.edu.co> 28 de mar. ☆

para colbio, jmw123, juancarlosvald. ▾

Buenas tardes señores Colbio.

Primero que todo queremos presentarnos, somos tres estudiantes de la institución universitaria Esumer del ultimo semestre del ciclo profesional de negocios internacionales.

El motivo de nuestro contacto con ustedes es que en el momento estamos realizando nuestra tesis de grado y estamos trabajando en un plan de mercadeo del aceite Omega 3 derivado del sachá inchi.

Nos gustaría como parte de nuestro trabajo tener una entrevista con ustedes ya que vemos que en Colbio trabajan con la semilla de Sachá Inchi y nos puedan contar de primera mano los usos que su compañía le da a estas semillas, si solamente las comercializan localmente o si ya tienen planes de exportación. La información que ustedes nos suministren sería netamente académica y si requieren algún documento de Esumer que lo soporte no tendríamos problema en que ellos nos lo aporten.

Quedamos atentos a sus valiosos comentarios y esperamos su colaboración.

Cordialmente

Lucas Valencia C
Juan Carlos Valdes
Marlon Vera V

Anexo 2: Cita reunión COLBIO S.A

[Invitación] Reunión Estudiantes Esumer


colbio@colbio.com (colbio@colbio.com) · Agregar a contactos @ 20/05/2014: [i]
Para: jmw123@hotmail.com

Acceptaste la invitación el Wednesday, 21 de May de 2014.

✓ Aceptar | ? Provisional | ✗ Rechazar | 📅 Calendario

Cuándo: Saturday, 24 de May de 2014, de 8:00 AM a 9:00 AM
Ubicación: Unicentro, Cafe Oma

📎 1 dato adjunto (1,3 kB)

 Descargar

Descargar como zip

Ha sido invitado...

✓ Aceptar | ✗ Rechazar | 🟡 Tentativa

Asunto: Reunión Estudiantes Esumer
Ubicación: Unicentro, Cafe Oma
Fecha: Saturday, May 24, 2014
Hora: 8:00 am - 9:00 am (America/Bogota)
De: colbio@colbio.com
Asistentes: Carlos Andres Palacio Lopez, Juan Carlos Valdes Arango, Lucas Valencia, Marlon Vera Vélez


© 2014 Microsoft · Términos · Privacidad y cookies · Desarrolladores · Español

Anexo 3: Tarjeta Ingeniero Carlos Andrés Palacio COLBIO S.A



Anexo 4: Evidencia de entrevista al ingeniero Juan Carlos Coral de Suna Shaquen.

☆ **juan carlos coral ceballos**



? Autorización pendiente < >

Medellín, Colombia

Videollamada Llamar a teléfono + 📶 ...

Solicitud de contacto enviada. [Reenviar solicitud de contacto](#)

	Y la corteza de los frutos como fuente de fertilizante para el mismo cultivo	22:06
Juan Carlos Valdés	Pregunta 2. ¿Dentro de los procesos actuales que involucran la planta, considera que existen aspectos por mejorar?	22:06
juan carlos coral ceballos	Y michos	22:10
	La tecnología se ha desarrollado para trabajar aceites saturados y no insaturados como el tipo omega 3 de sachá inchi	22:10
	La tecnología de este acción en frío sigue siendo deficiente	22:11
	La falta de investigación tanto en el cultivo como en el proceso de transformación sigue siendo empírica	22:12
	Hay mucha investigación por hacer en todos los renglones	22:13
	Genética, cultivo, transformación, estabilización del aceite y lo más importante, la cultura del consumo de productos de este tipo	22:14
Juan Carlos Valdés	ahora las preguntas con respecto a los mercados	22:16

Enviar un mensaje 😊 Enviar

Anexo 5: formato de entrevista realizada a las empresas Suna Shaquen y Colbio S.A

Entrevista realizada A:**Proceso productivo. |**Pregunta 1.

¿Tiene planeado incluir algún nuevo proceso que involucre a esta planta?

En caso afirmativo, por favor enumérela.

Pregunta 2.

¿Dentro de los procesos actuales que involucran la planta, considera que existen aspectos por mejorar?

MercadosPregunta 3.

¿Actualmente tiene alguna estrategia de comercialización para los productos obtenidos de esta planta?

Pregunta 4.

¿Dentro de las estrategias planteadas considera que existen aspectos a mejorar?

Pregunta 5.

¿Considera importante incrementar su participación en el mercado regional?

Pregunta 6.

¿Ha considerado alguna vez incursionar en un mercado extranjero?

En caso afirmativo, por favor mencione el (los) país (es) objetivo.

Pregunta 7.

Si la anterior respuesta fue positiva, por favor mencione que aspectos tuvo en cuenta para elegir dicho destino.

Pregunta 8.

¿Actualmente la empresa cuenta con capacidad ociosa para atender un aumento en la demanda de sus productos?

Pregunta 9.

Si la anterior respuesta fue negativa, por favor mencione que cambios tendría que llevarse a cabo para que dicha demanda pueda ser atendida.

Pregunta 10.

¿Existen restricciones de producción agrícola, como temporadas de cosecha o condiciones especiales de entorno?

Anexo 6: Audio de la entrevista realizada al ingeniero Carlos Andrés Palacio de Colbio S.A
(adjunto en cd parte posterior de este trabajo de grado)