

## CAPÍTULO I EL PROBLEMA

### 1.1 Planteamiento del problema

Desde la antigüedad el comercio ha sido una de las formas de sostenimiento de la vida humana, ya que es una de las actividades más productivas donde las personas intercambian bienes y servicios por peculio. Por ello Marquina, S. (2015) expresa que “el comercio ha tenido representativo nivel mundial por medio de grandes, medianas y pequeñas empresas, sea como persona individual o colectiva” (p.15). No obstante, expresa el autor (Ibídem) “Latinoamérica, la mayoría de las pequeñas y medianas empresas han enfatizado la significativa contribución que un sector Pyme dinámico y la actividad emprendedora tienen en la reestructuración económica.”

No obstante, Marquina, S. (Ibídem), acota que “la globalización y la mejora de los cambios tecnológicos crean nuevos desafíos para las Pymes, aunque también pueden contribuir a mayores costos de transición”. La globalización debe ser considerada como un “proceso importante que impacta en el desarrollo individual de las economías, contribuyendo de esa manera en un nivel de vida más alto para todos los participantes en lo que llamamos planes de negocios” (p.15).

Siguiendo este orden de ideas, Marquina, expone que “las empresas en Perú, siempre han estado en constante búsqueda de ejecutar estrategias comerciales, muchas de ellas se enfocan en alternativas que le generen ingresos y que sea de provecho para la población”. “por ello que se pretende enfocar la investigación en aplicar estrategias para la difusión del producto hongo Reishi (*Ganoderma Lucidum*), como medicina natural, para la prevención del cáncer de próstata. Es así como se mantiene un constante ensayo y error, por lo que es común observar como los diferentes productos originarios de su invención van cambiando y sustituyendo el uno al otro, debido a las distintas enfermedades que van surgiendo en el día a día”.

Por su parte, en Perú, existen personas cuya preferencia “es la medicina natural, es decir, bien sea por costumbre, tradición o creencias, evitan los fármacos o químicos en el cuidado de su salud. Por ende, esta rama de la medicina natural siempre le ha ofrecido al mundo en general productos que son hechos a base de hierbas, plantas, hongos, animales,

vegetales, frutas, entre otros; y con el pasar de los años este mercado ha crecido considerablemente”.

No obstante, un pequeño sector de la población tiene el acceso a tratamientos de medicina natural, “caracterizados por la poca difusión de su efectividad y por sus altos costos, dada su escasa oferta. La percepción del poder curativo de las plantas está supeditada a sectores populares bajo premisas tradicionalistas que van en detrimento de su popularidad, favoreciendo así el uso de fármacos químicamente sintetizados”. (p.18).

De lo descrito anteriormente, se define como estrategia comercial a “un conjunto de acciones que surge de una idea, para desarrollarla y ponerla en práctica, en la presentación de un producto, el cual satisfaga las necesidades del consumidor; en este caso la presentación del hongo Reishi, el cual es un producto natural que se utiliza para la prevención de cáncer de próstata”.

Actualmente en Perú, hay un “75% entre hombres de 40 a 55 años que padecen de cáncer de próstata. Lo cual muchas veces el factor monetario, ya que muchos productos y tratamientos son muy costosos, que no asistan a chequearse”. Además, por la constante rutina del día a día, “el trabajo, la familia, el hombre descuida su vida y salud, enfocándose solo en el quehacer diario; trayendo como consecuencia que la tasa de mortalidad aumente porque al no ser diagnosticado a tiempo”. (p.18).

En este sentido, el motivo de la presentación del producto se basó en aplicar estrategias comerciales para su difusión, para ello se diseñará el logo de la empresa, página web la cual contendrá todo lo relacionado con el producto y la ventaja es que actualmente hay personas que consumen el hongo reishi como medicina natural alternativa. Para ello el investigador, realizó una observación directa en los diferentes negocios de medicina natural y han promocionado el hongo reishi para otras aplicaciones como dolor de cabeza, gripe, dolor abdominal.

El pronóstico de la investigación es que este producto es exclusivo para la prevención y tratamiento. El hongo reishi contiene sustancias químicas que parecen tener actividad contra los tumores (cáncer) y efectos beneficiosos en el sistema inmunológico, cuando se lo consume de manera apropiada durante un máximo de un año.

## 1.2 Formulación del Problema

¿Cuáles son las estrategias comerciales que habrá que proponer para la difusión del Hongo Reishi como alternativa natural para la prevención del cáncer en el Perú?

## 1.3 Formulación de los Problemas específicos

1. ¿Es indispensable diagnosticar las estrategias comerciales para la difusión del Hongo Reishi como alternativa natural para la prevención del cáncer en el Perú?
2. ¿Será esencial determinar la factibilidad de aplicación de las estrategias comerciales para la difusión del Hongo Reishi como alternativa natural para la prevención del cáncer en el Perú?
3. ¿Cuáles son las estrategias comerciales que habrá que diseñar para la difusión del Hongo Reishi como alternativa natural para la prevención del cáncer en el Perú?

## 1.4 Objetivos de la Investigación

### 1.3.1 *Objetivo General*

Proponer estrategias comerciales para la difusión del Hongo Reishi como alternativa natural para la prevención del cáncer en el Perú.

### 1.3.2 *Objetivos Específicos*

- Diagnosticar que estrategias comerciales se aplican para la difusión del Hongo Reishi como alternativa natural para la prevención del cáncer en el Perú.
- Determinar la factibilidad de aplicación de las estrategias comerciales para la difusión del Hongo Reishi (*Ganoderma Lucidum*) como alternativa natural para la prevención del cáncer en el Perú.
- Diseñar estrategias para la difusión del Hongo Reishi como alternativa natural para la prevención del cáncer en el Perú

## 1.5 Justificación e Importancia

La siembra y producción del hongo reishi tanto comestible y medicinal por sus contenidos lignocelulósicos, la cual “es una “combinación de polisacáridos de la celulosa y lignina, contribuye a que se mantenga erguida la estructura de las paredes celulares de las plantas” (p.22). De lo descrito el hongo no “es un agente contaminante para el medio ambiente, todo lo contrario, este compuesto dota a los tallos de rigidez y firmeza al entrelazar los componentes y es lo que el hongo degrada por medio de enzimas para obtener nutrientes” (p.25). (Zaplana (2017).

El mercado de los hongos comestibles actualmente “es amplio en cuanto ofertantes y demandantes a nivel mundial, esto por sus beneficios en la culinaria y en el campo medicinal”. “Por miles de años, los chinos y japoneses han valorado una variedad de especies de hongos por sus propiedades beneficiosas. En México, los aztecas utilizaban los hongos, por sus propiedades curativas” (p.25). (Zaplana (2017).

En el aspecto teórico, “el hongo reishi en su mayoría tienen una amplia distribución geográfica, como grupo o reino se pueden encontrar en cualquier lugar del globo terrestre y viven en cualquier sitio que presente condiciones de agua y temperatura apropiadas (4–60°C)”.(p.28) Además de materia orgánica se debe a dos factores principalmente: en muchos lugares de la Tierra “existen las condiciones apropiadas para su desarrollo y, además mediante pequeños fragmentos de su micelio o por sus esporas logran distribuirse fácilmente”. (Zaplana (2017).

Metodológicamente, el hongo reishi, “ha sido parte importante del desarrollo de la humanidad a través de la historia, no solo como fuente de alimento, si no parte fundamental en procesos industriales para la elaboración de otros alimentos o bebidas que han causado un gran impacto socio-económico” (p.26). Debido a la capacidad de adaptar al metabolismo a diferentes fuentes de carbono y nitrógeno ha podido garantizar su supervivencia. (Zaplana (2017).

En el aspecto científico, “las propiedades medicinales del Reishi se han conocido por milenios en Oriente, no ha sido sino hasta los ’80 que comenzó a estudiarse en Occidente. Se le han atribuido numerosos efectos terapéuticos, entre los que pueden mencionarse



algunos tan importantes como los anticancerígenos, antivirales (incluso contra el virus HIV), hipocolesteromiantes y antihipertensivos”. Se lo usa particularmente “cuando el sistema inmune se ve comprometido, fundamentalmente debido a su efecto activador sobre dicho sistema. Sus efectos beneficiosos se deben a los más de 400 componentes bioactivos, especialmente a los ácidos ganodéricos que le dan al hongo su característico sabor amargo, además de ser potentes agentes antitumorales, y también a los polisacáridos, que tienen un efecto inmunorregulado”. (Zaplana (2017).

Finalmente, la importancia de la investigación, se basa en la comercialización del producto a través de estrategias comerciales, que contribuyan a su difusión y consumo en personas con tratamiento de cáncer de próstata. En las estrategias comerciales se presentarán la imagen de producto, página web, logo y slogan necesarios para su difusión y comercialización.