

**ESTUDIO DE MERCADO PARA EVALUAR LA POSIBILIDAD DE
COMERCIALIZACIÓN DE TISANAS DE ALBAHACA CON ESTEVIA, EN EL
SOCORRO, SANTANDER**

IGNACIO SUÁREZ VELÁSQUEZ

Trabajo de Grado para Optar el título de Profesional en producción Agroindustrial

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL

BUCRAMANGA

2019

**ESTUDIO DE MERCADO PARA EVALUAR LA POSIBILIDAD DE
COMERCIALIZACIÓN DE TISANAS DE ALBAHACA CON ESTEVIA, EN EL
SOCORRO, SANTANDER**

IGNACIO SUÁREZ VELÁSQUEZ

Trabajo de Grado para Optar el título de Profesional en producción Agroindustrial

Director

GLORIA PATRICIA PORRAS ROJAS

Magister en Gestión y Política Pública

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL

BUCARAMANGA

2019

DEDICATORIA

A Dios. Que es la fuente inagotable de sabiduría y conocimiento.

A mi familia. Por enseñarme a ser perseverante demostrándome con su ejemplo de vida que toda meta es alcanzable.

A mi esposa Adriana Corredor Jiménez y a mis hijas: Jesica Tatiana, Karen Daniela y María José.

Ignacio Suárez Velásquez

AGRADECIMIENTOS

A Dios Todopoderoso, por darme el don de la vida y por permitirme cursar esta Carrera Profesional, llenándome de entendimiento, fortaleza e ilusión.

A mi familia por ser gran motivación para alcanzar mis sueños y metas.

A la UIS, por sus programas de educación con los cuales abren un mundo de posibilidades a quienes vemos en la educación el camino hacia el progreso.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	13
1. <u>OBJETIVOS</u>	15
1.1 <u>OBJETIVO GENERAL</u>	15
1.2 <u>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u>	15
3. <u>CUERPO DEL TRABAJO</u>	16
3.1 <u>MARCO REFERENCIAL</u>	16
3.1.1 <u>Marco contextual</u>	16
3.1.2 <u>Marco teórico</u>	27
3.1.2 <u>Marco conceptual</u>	37
3.1.2 <u>Marco geográfico</u>	38
3.1.3 <u>Marco legal</u>	39
3.2 <u>METODOLOGÍA</u>	41
3.2.1 <u>Elaboración de la tisana</u>	41
3.2.2 <u>Método para el estudio de mercados</u>	43
3.2.3 <u>Participantes</u>	44
3.2.4 <u>Herramientas</u>	44
3.3 <u>RESULTADOS</u>	48
4. <u>CONCLUSIONES</u>	57
5. <u>RECOMENDACIONES</u>	58
<u>BIBLIOGRAFIA</u>	59
<u>ANEXO</u>	63

LISTA DE TABLAS

<u>TABLA 1. ANTECEDENTES 1.....</u>	<u>19</u>
<u>TABLA 2. ANTECEDENTES 2</u>	<u>20</u>
<u>TABLA 3. ANTECEDENTES 3</u>	<u>21</u>
<u>TABLA 4. PROPIEDADES DE LA ALBAHACA Y LA STEVIA.....</u>	<u>28</u>
<u>TABLA 5. ALBAHACA</u>	<u>30</u>
<u>TABLA 6. LEYES AMBIENTALES.....</u>	<u>39</u>
<u>TABLA 7. FICHA TÉCNICA</u>	<u>43</u>
<u>TABLA 8. CONTENIDO DE LA TISANA DE ALBAHACA CON STEVIA.....</u>	<u>45</u>
<u>TABLA 9. COSTO DE MATERIA PRIMA.....</u>	<u>47</u>
<u>TABLA 10. MANO DE OBRA DIRECTA</u>	<u>47</u>
<u>TABLA 11. MATERIALES INDIRECTOS PARA 20 BOLSITAS DE TISANAS CON STEVIA.</u>	<u>48</u>
<u>TABLA 12. CONSUMO DE PLANTAS AROMÁTICAS.....</u>	<u>50</u>
<u>TABLA 13. PRESENTACIÓN DE LAS PLANTAS AROMÁTICAS.....</u>	<u>52</u>
<u>TABLA 14. PLANTAS AROMÁTICAS QUE SE CONSUMEN.....</u>	<u>53</u>
<u>TABLA 15. SITIOS DONDE COMPRAN LAS PLANTAS AROMÁTICAS.....</u>	<u>54</u>
<u>TABLA 16. CONOCIMIENTO DEL ENDULZANTE STEVIA.....</u>	<u>55</u>
<u>TABLA 17. COMPRARÍA AROMÁTICAS CON STEVIA.....</u>	<u>56</u>

LISTA DE FIGURAS

<u>FIGURA 2. PREGUNTA 1</u>	<u>51</u>
<u>FIGURA 3. PREGUNTA 2</u>	<u>52</u>
<u>FIGURA 4. PREGUNTA 3</u>	<u>53</u>
<u>FIGURA 5. PREGUNTA 4</u>	<u>54</u>
<u>FIGURA 6. PREGUNTA 5</u>	<u>55</u>
<u>FIGURA 7. PREGUNTA 6</u>	<u>56</u>

LISTA DE ANEXOS

<u>ANEXO . A PRODUCCIÓN DE ALBAHACA</u>	<u>63</u>
<u>ANEXO .B PRODUCTO EMPACADO.....</u>	<u>78</u>

RESUMEN

TITULO: ESTUDIO DE MERCADO PARA EVALUAR LA POSIBILIDAD DE COMERCIALIZACIÓN DE TISANAS DE ALBAHACA CON ESTEVIA, EN EL SOCORRO, SANTANDER

AUTOR: Ignacio Suárez Velásquez

PALABRAS CLAVES: Plantas aromáticas, albahaca, stevia, tisanas, producción, municipio del Socorro.

El trabajo de investigación parte de la pregunta ¿Es posible comercializar tisana de albahaca con stevia en el municipio del Socorro, Santander? De hecho, se planteó como objetivo general elaborar un estudio de mercado para la comercialización de tisanas de albahaca con stevia, en el municipio del Socorro, Santander. De hecho, se toman en cuenta clientes potenciales que tienen problemas de diabetes, presión arterial, sobrepeso y obesidad, etc., siendo la stevia un endulzante natural que favorece su consumo en todo tipo de población ya que tiene cero calorías. Para esta investigación, se seleccionó una muestra de 300 familias del municipio del Socorro. El tipo de investigación que se aplicó fue el descriptivo y exploratorio. Los datos fueron recolectados mediante varios instrumentos, además fueron organizados por los investigadores a través de categorías para facilitar su análisis. Los resultados obtenidos evidenciaron que las familias del municipio del Socorro están dispuestas a consumir el producto en fresco. La viabilidad comercial que presenta el proyecto sobre la producción y comercialización de tisana de albahaca con stevia en el municipio del Socorro, se considera altamente favorable según los resultados del estudio de mercadeo.¹

 ¹ Trabajo de grado

 IPRRED produccion agroindustrial. Director: Gloria Patricia Porras Rojas, Magister en gestion y politica publica.

ABSTRACT

TITLE: MARKET STUDY TO EVALUATE THE POSSIBILITY OF COMMERCIALIZATION OF TISANAS DE ALBAHACA WITH ESTEVIA, AT THE SOCORRO, SANTANDER

AUTHOR: Ignacio Suárez Velásquez

KEYWORDS: Aromatic plants, basil, stevia, tisanes, production, Socorro municipality.

The research work is based on the question Is it possible to market tisane with basil stevia in the municipality of Socorro, Santander? In fact, the general objective was to prepare a market study for the marketing of basil stevia tisanes in the municipality of Socorro, Santander. In fact, potential clients are taken into account who have problems of diabetes, blood pressure, overweight and obesity, etc., being stevia a natural sweetener that favors its consumption in all types of population since it has zero calories. For this research, a sample of 300 families from the municipality of Socorro was selected. The type of research that was applied was descriptive and exploratory. The data were collected through various instruments, and were organized by the researchers through categories to facilitate their analysis. The results obtained showed that the families of the Socorro municipality are willing to consume the product fresh. The commercial viability presented by the project on the production and commercialization of tisane of basil with stevia in the municipality of Socorro, is considered highly favorable according to the results of the marketing study.²

 ² Degree work.

 IPRRED agroindustrial production. Director: Gloria Patricia Porras Rojas, Master in management and public policy.

INTRODUCCIÓN

En la parte rural del municipio Socorro, viven familias de escasos recursos económicos que se dedican a la agricultura. Una problemática que se presenta frecuentemente en la población es que sus cosechas no son bien remuneradas y en gran medida con lo que reciben de éstas no alcanza para satisfacer sus necesidades básicas.

Se consideró oportuno investigar la posibilidad de comercializar tisana de albahaca con stevia ya que la albahaca es una aromática que se da en la región, además, ha tenido gran acogida en el mercado nacional e internacional por su uso en la gastronomía y por sus altos beneficios medicinales. Durante los últimos años se emplea para combatir la depresión, el insomnio, la jaqueca y para ayudar en la digestión (UNIANDES, 2015).

Por consiguiente, el propósito fundamental del presente proyecto de grado es elaborar un estudio de mercado para la comercialización de tisana de albahaca con stevia para que sea consumida por todo tipo de clientes así como aquellos que tienen problemas de salud como diabetes, presión arterial, sobrepeso y obesidad, cáncer de páncreas, alergias, etc., siendo la stevia un endulzante natural que favorece su consumo en todo tipo de población ya que tiene cero calorías. De hecho, la población beneficiada se encuentra en el municipio del Socorro tanto en lo referente a la producción de la albahaca y la stevia (generación de empleo) como al consumo de la tisana (su alta demanda generaría rentabilidad).

Se plantea como pregunta de investigación: ¿Es posible comercializar tisana de albahaca con stevia en el municipio del Socorro, Santander?

No obstante, se considera que elaborar y comercializar tisanas de albahaca con stevia –un edulcorante natural- favorecería su consumo en la población socorrana

tanto en la que tiene problemas de salud como en las que no. Asimismo, en la medida en que más personas la consuman generaría rentabilidad al productor. Se proyecta su venta en supermercados y plazas de mercado así como en las tiendas de barrio.

1. OBJETIVOS

1.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un estudio de mercado para para evaluar la posibilidad de comercialización de tisanas de albahaca con estevia, en el socorro, Santander.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✚ Revisar la documentación existente a cerca de las propiedades de la albahaca y la estevia para determinar la población objetivo.
- ✚ Elaborar la tisana de albahaca con stevia siguiendo la documentación existente, con el fin de partir de este producto para elaborar el estudio de mercado.
- ✚ Determinar los costos de producción de una caja de tisanas para determinar el costo del producto.
- ✚ Analizar las preferencias del mercado respecto al consumo de aromáticas para evaluar la posibilidad de comercializar la tisana de albahaca con Stevia en el municipio del Socorro, Santander.

3. CUERPO DEL TRABAJO

3.1 MARCO REFERENCIAL

3.1.1 Marco contextual. Para el Plan Hortícola Nacional (citado por Aldana, 2015): La albahaca es una hierba aromática originaria de las regiones tropicales de Asia, específicamente de la India y se cultiva desde hace varios miles de años. A través del tiempo, esta planta se comercializa y se introduce al mercado europeo gracias a la curiosidad de los romanos y de los griegos (Pág. 1).

De hecho, “su cultivo se da en climas tropicales y bajo estas condiciones alcanza tamaños de 30 a 130 cm. Su delicada textura y sus sensibles atributos, hacen que la planta sea vulnerable a las altas temperaturas y a las heladas” (Aldana, 2015, p. 2).

Aldana (2015) recomienda que la cosecha de albahaca debe hacerse en horas de la mañana para recoger un producto turgente y su almacenaje se debe hacer en canastillas plásticas con líquidos hidratantes para beneficiar el producto y las altas temperaturas. Por ende, cada canastilla debe contar con una capacidad máxima de 2.5 kilogramos para evitar el maltrato de la planta. El producto debe ser pre-enfriado por seis horas antes de la selección, a temperatura de 10°C y humedad relativa de 80%. Consecutivamente, se selecciona y empaca en ramilletes y luego éstos son colocados en cajas de cartón corrugado con una capacidad de 10 libras (Pág. 1).

Según Alarcón & ICA (2011):

El uso de las plantas con fines medicinales se remonta al principio de la historia de la humanidad: 3.000 años antes de Cristo se escribió el libro más antiguo sobre plantas medicinales en China; los sumerios, 2.500 años a.C., usaron las plantas con fines curativos; los asirios conocieron un poco más de 250 hierbas medicinales. En Colombia, esta práctica tiene sus raíces en una riquísima herencia cultural, gracias al legado de diversas culturas (indígenas, africanas y europeas) que han utilizado estas plantas con fines rituales, medicinales y gastronómicos. En general, más de

20.000 especies de plantas en el mundo contienen algún compuesto químico aromático; sin embargo, sólo se comercializan aproximadamente unas 200 a 250 especies entre medicinales, culinarias e industriales. De hecho, en Colombia se producen y comercializan unas 156 especies de plantas medicinales y aromáticas (Pág.4).

Agregando a lo anterior, según Parra (2012) el Centro de Investigación para el Desarrollo (CID) de la Universidad Nacional de Colombia, considera que los productos de las plantas aromáticas, medicinales y condimentarias (PAMC) son utilizados como plantas de consumo en fresco, para uso culinario y medicinal; como deshidratados o pulverizados, para la preparación de tisanas, uso condimentario y medicinal; como ingredientes naturales para la industria farmacéutica, cosmética y alimenticia; y como productos terminados con fines farmacéuticos, cosméticos y culinarios (Pág. 12).

No obstante, el uso tradicional de las plantas aromáticas, un tanto diferente a su uso comercial, se basa en teorías, creencias y experiencias de los oriundos de las diferentes culturas, sean estas explicables o no. La ventaja de la tradición, en este caso el uso de las aromáticas, es que encierra un conocimiento empírico valioso que puede ser utilizado con fines comerciales; el riesgo está en que ese conocimiento, si no se formaliza o aprovecha, se puede perder (Cardona & Barrientos, 2012).

Desde esta perspectiva, se identifican tres tipos de oferentes primarios de hierbas aromáticas: productor convencional, productor orgánico, recolector de especies silvestres y productor recolector. Por ende, los productos vienen en diferentes calidades, y éstos se dirigen a los mercados de: exportación, nacional producto fresco (restaurantes, supermercados, plazas de mercado de grandes ciudades, plazas de mercado de pequeñas ciudades) y nacional industria. Una parte considerable de la producción comercial se destina al consumo en fresco. Esta forma de consumo tiene mucho que ver con la cultura gastronómica, principalmente de países importadores, con la mayor demanda. Las otras dos formas de consumo

de aromáticas frescas es como medicamento en infusiones, baños, emplastos, y como materia prima o básica para laboratorios y tiendas naturistas que le dan al producto un valor agregado.

El subsector agropecuario de las hierbas aromáticas en Colombia, viene generando gran importancia y rentabilidad tanto para los empresarios como para los clientes que comercializan y consumen sus productos. Cabe resaltar que los productos (hierbas aromáticas orgánicas frescas y deshidratadas) cuentan con algunos aspectos determinantes que gustan a los clientes potenciales, como es la variedad de sabores y olores que generan tales plantas, que satisfacen la necesidad de alimentación y bienestar tanto para niños como para adultos. Por consiguiente, el cultivo de plantas aromáticas y medicinales presenta una gran oportunidad de negocio y la posibilidad de incorporarse a un sector dinámico con una demanda creciente.

La tendencia mundial de alimentarse mejor y la necesidad de los mercados internacionales por productos frescos y naturales, comenzó a fortalecer la producción de plantas aromáticas en Colombia, a través del acompañamiento de la Secretaría de Agricultura.

A continuación se presentan algunas investigaciones referentes a la temática del proyecto:

Tabla 1. Antecedentes 1

DESCRIPCIÓN	CRITERIOS
Título	Estudio de factibilidad para la producción de albahaca en el corregimiento de Pasuncha, municipio de Pacho, Cundinamarca
Año	2005
País	Colombia
Autor	Luis Fernando García Paredes
Objetivo general	Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de Albahaca de tipo orgánico, con el fin de cultivar este producto y aprovechar un terreno subutilizado o improductivo, en el corregimiento Pasuncha municipio de Pacho, Cundinamarca.
Metodología	La metodología que se empleó fue la consulta y recopilación de información a través de fuentes como Internet, empresas dedicadas a la comercialización de plantas medicinales, información general de los empaques de este tipo de productos que permitieran un acercamiento más directo con cada una de las empresas vinculadas a la investigación, así como indagar en otras fuentes de información como son la guía telefónica, o entidades gubernamentales relacionadas con actividades agrícolas en Colombia.
Resultados conclusiones	El estudio de factibilidad sirvió como base para la elaboración de todo el estudio, determinando el precio, distribución e

	intermediarios interesados en comercializar Plantas Medicinales y Aromáticas orgánicas como la Albahaca.
Link	http://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/952/1/Estudio_factibilidad_producci%C3%B3n_albahaca_Garcia_2005.pdf
Referencia	GARCÍA PAREDES, Luis Fernando. Estudio de factibilidad para la producción de albahaca en el corregimiento de Pasuncha, Municipio de Pancho, Cundinamarca. 2005.

Tabla 2. Antecedentes 1

DESCRIPCIÓN	CRITERIOS
Título	Efecto del tiempo de secado y de la variedad en las características físico-químicas de la albahaca (<i>Ocimum basilicum</i>) seca
Año	2010
País	Honduras
Autor	Pablo Andrés Díaz Castro
Objetivo general	Evaluar el efecto del tiempo de secado y de la variedad en las características físico-químicas de la albahaca (<i>Ocimum basilicum</i>) seca.
Metodología	Diseño experimental y análisis estadístico
Resultados conclusiones	-Las albahacas frescas y secas presentaron una luminosidad baja y tonalidades amarillas y verdes bajas. -La albahaca dulce fue la variedad más preferida sensorialmente por los consumidores. -El tiempo de secado no afectó significativamente el rendimiento de las albahacas.

Link	https://bdigital.zamorano.edu/bitstream/11036/237/3/AGI-2010-T015.pdf
Referencia	DÍAZ, C. <i>Efecto del tiempo de secado y de la variedad en las características físico-químicas de la albahaca (Ocimum basilicum) seca</i> . 2010. Tesis de Licenciatura. Zamorano: Escuela Agrícola Panamericana, 2012.

Tabla 3. Antecedentes 3

DESCRIPCIÓN	CRITERIOS
Título	Las plantas medicinales y aromáticas: Una alternativa de futuro para el desarrollo rural
Año	2000
País	España
Autor	Leonor Palacio García -Nieto
Objetivo general	-Producir un impulso del cultivo total o parcialmente mecanizado de estas plantas, especialmente de especies autóctonas españolas, y de su ulterior transformación industrial, acompañado de un significativo asociacionismo del sector productivo y del apoyo y asistencia técnica de las distintas administraciones públicas, se convertiría en una actividad económica rentable en el futuro, y beneficiaria a corto plazo de la nueva política de desarrollo rural de la Unión Europea.
Metodología	Investigación cualitativa
Resultados conclusiones	-La principal razón del crecimiento de la demanda de las fitomedicinas durante las últimas décadas radica en la mayor preocupación por la salud. -Un factor que restringe el crecimiento de la demanda es la falta de acuerdo entre los distintos países es la clasificación de este grupo de productos. -La industria transformadora produce compuestos aromáticos para la alimentación y fragancias para perfumería y cosmética, en cuya fabricación los aceites esenciales son un ingrediente fundamental. -La demanda de aceites esenciales está creciendo en sus dos principales usos, como aroma y como fragancia, a lo que hay que añadir su creciente utilización en aromaterapia.

Link	http://www.revistasice.info/cache/pdf/BICE_2652_29-39_977BC76F34053588C6F2B6AD9316C0C4.pdf
Referencia	GARCÍA-NIETO, Leonor Palacio. Las plantas medicinales y aromáticas: Una alternativa de futuro para el desarrollo rural. <i>Boletín económico de ICE, Información Comercial Española</i> , 2000, no 2652, p. 29-39.

Desde esta perspectiva se resalta la importancia de la mercadotecnia considerada para Kotler (2001): como “un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes” (p. 7)

Proceso de la mercadotecnia. El proceso del negocio consiste en elegir el valor segmentando el mercado, seleccionando el mercado y posicionándose en él, esto es la esencia de la mercadotecnia estratégica. Luego se debe proporcionar ese valor, hay que especificar el producto, fijar el precio y fabricar y distribuir el producto, estos son parte de la mercadotecnia táctica. Por último comunicar el valor mediante la fuerza de ventas, promociones y publicidad (Kotler, 2001, p. 15).

Desde esta perspectiva, Thompson (2005) explica las siguientes seis fases en su artículo El proceso de la mercadotecnia:

Fase 1: Oportunidad de la mercadotecnia. Se da cuando existe una alta probabilidad de que alguien (persona, empresa u organización) pueda obtener beneficios al satisfacer una necesidad o deseo.

Fase 2: Investigación de mercados. Comienza luego de que se haya detectado una oportunidad de mercado. Su finalidad, consiste en medir y pronosticar que tan atractivo es ese mercado en particular. Para ello, es necesario realizar una estimación de su tamaño real, su crecimiento, sus particularidades y preferencias actuales. Por ende, una investigación de mercado, incluye por lo general las

siguientes tareas básicas: obtención de información, interpretación, comunicación de los hallazgos a las personas que toman decisiones.

Fase 3: Selección de Estrategias de Mercadotecnia. Luego de estudiar toda la información obtenida con la investigación de mercado, llega el momento de tomar decisiones estratégicas que permitan direccionarse, diferenciarse y posicionarse en el mercado meta. Para ello, se debe tomar decisiones acerca de cuatro puntos específicos:

Segmentación: Consiste en definir aquellos segmentos que se atenderá y en los que se aplicará una potencia de fuego superior.

Diferenciación: Consiste en determinar los aspectos en los que se tiene una clara diferencia con relación a los demás competidores; siempre y cuando, esa diferencia represente uno o más beneficios clave que influirán lo suficiente como para que el cliente perciba que es algo a favor de él.

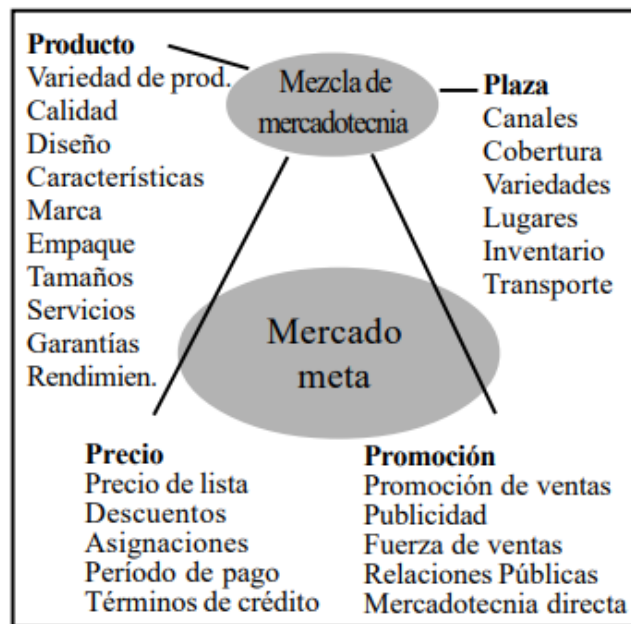
Posicionamiento: Consiste en determinar el cómo se "grabará" los beneficios clave y la diferenciación del producto en la mente de cada persona que compone el mercado meta.

Énfasis y flexibilidad: Se refiere a determinar los aspectos en los cuales la empresa mantendrá una posición firme (énfasis) y aquellos puntos que pueden ser adaptados a las particularidades del mercado, contexto, etc... (Flexibilidad).

Fase 4: Selección de Tácticas de Mercadotecnia. En esta etapa, las estrategias de mercadotecnia deben ser transformadas en programas. Esto se realiza tomando decisiones en cuanto a la mezcla de mercadotecnia, los gastos y el cronograma de actividades.

La mezcla de mercadotecnia. Es un conjunto de variables o herramientas controlables que se combinan de una forma tal que permitan lograr un determinado resultado en el mercado meta, como por ejemplo, influir positivamente en la demanda, generar ventas, etc. Dentro de sus herramientas o variables se encuentran las 4 P's, que respaldarán y permitirán el posicionamiento de su producto.

Figura. Las cuatro P's de la mezcla de mercadotecnia



Producto: Es lo que ofrecerá al mercado, puede ser un producto tangible o intangible como los servicios.

Plaza: se refiere a las medidas que se debe tomar para que el mercado meta pueda acceder al producto o servicio que se comercializa.

Precio: Expresado en términos monetarios, incluye todos los costos, su margen de utilidad y los cargos que se hacen por la entrega, garantía y otros. Cabe señalar que

el precio es la única herramienta de la mezcla de mercadotecnia que genera ingresos, el resto de las herramientas demanda egresos.

Promoción: Son todas las actividades de comunicación que tienen la finalidad de informar, persuadir y recordar al mercado meta los beneficios y la disponibilidad del producto o servicio.

Distribución de los recursos. Se refiere a dirigir los recursos asignados a las actividades de mercadotecnia entre las diferentes herramientas, por ejemplo, el producto, los canales de distribución y los medios de promoción. Para ello, se necesita elaborar un presupuesto de gastos mensual, trimestral, semestral y anual.

Cronograma de actividades. Finalmente, es necesario elaborar un mapa general de todo lo planificado y que pueda expresarse en un cronograma de actividades lo más detallado posible, donde se incluya cada actividad a realizarse, la fecha de realización, los responsables o encargados y los recursos que se destinó a cada una.

Fase 4: Aplicación. Esta es la etapa en el proceso de mercadotecnia en el que se aplican los planes estratégicos y tácticos. Es el momento cuando se tiene que producir o conceptualizar el producto o servicio destinado a satisfacer las necesidades y deseos del mercado meta; luego, se le asigna un precio que el mercado meta pueda pagar, se lo distribuye de tal forma que esté disponible en el lugar y momento adecuado y se lo promociona con el objetivo de informar, persuadir y/o recordar al mercado meta los beneficios del producto y la disponibilidad en el mercado.

Fase 6: Control. Esta última etapa en el proceso de mercadotecnia no es más que supervisar la posición en relación con el destino. Según Kotler (2001) pueden distinguirse tres tipos de control:

Control del Plan Anual: Función que permite verificar si el negocio está alcanzando las ventas, utilidades y otras metas que se fijaron. Para ello, se sugiere revisar de forma mensual, trimestral y semestral los resultados obtenidos y compararlos con lo planificado.

Control de Rentabilidad: Función que permite medir y cuantificar la rentabilidad real de cada producto (en caso que exista más de uno), grupos de clientes, canales comerciales y tamaños de los pedidos. No es una actividad sencilla, pero es muy necesaria para reorientar los esfuerzos y lograr una mayor eficiencia.

Control Estratégico: Debido a los cambios rápidos en el ambiente de mercadotecnia, se hace necesario evaluar si la estrategia de mercadotecnia es adecuada para las condiciones del mercado o si necesita ajustes o cambios radicales (Kotler, 2001, p.59).

3.1.2 Marco teórico. Las plantas aromáticas son aquellas plantas medicinales cuyos principios activos están constituidos, total o parcialmente, por esencias. En este mismo sentido, las plantas condimentarias o especias son plantas aromáticas que el hombre utiliza en los alimentos para acentuar y mejorar el sabor, el olor y color de los alimentos (Pág. 13).

Para Bareño y Clavijo (2006) las plantas aromáticas se caracterizan por contener cantidades apreciables de compuestos químicos fácilmente perceptibles por el olfato (p. 15). Dentro de sus usos se encuentra: el condimentario, el medicinal, el ornamental, el cosmético y otros. Estos fitoquímicos, principalmente fenoles o sus derivados, se encuentran en toda la planta o en hojas, tallos, flores, frutos, raíces. Las formas de uso/consumo son: en fresco, deshidratado y como aceite esencial (Pacheco y Pohian, 2006, p. 12).

Por lo anterior, si se quiere tener una participación eficaz en el mercado nacional e internacional de plantas aromáticas, es primordial el paradigma de calidad; es decir, obtener productos bajo procesos controlados, con producción limpia u orgánica y con un cumplimiento estricto de la normatividad.

En este mismo sentido, se hablará de la albahaca, hierba aromática seleccionada para esta investigación:

De acuerdo con Díaz (2010): La albahaca (*Ocimum basilicum*) es una de las hierbas aromáticas más consumidas en el mundo, pertenece a la familia de las labiadas y por sus propiedades y peculiar aroma ha sido ampliamente usada en el área alimentaria, fitosanitaria, jabonería y perfumería. De hecho, es usada extensivamente en alimentos por su aroma y sabor. Sus hojas pueden ser frescas o secas, de este modo se puede utilizar como especia. El método más utilizado para comercializar albahaca en el área de los alimentos es la deshidratación, mediante la cual se mejora su conservación, promoviendo la disminución del crecimiento microbiano (Pág. 22).

La siembra de albahaca se hizo en una finca del municipio del Socorro, en donde los investigadores arreglaron la tierra, sembraron las semillas de albahaca a 5 o 10 cm de profundidad, luego la cubrieron con abono y cada dos días regaban el cultivo el cual tenía sol directo, como se muestra en la imagen una siembra muy natural.

Asimismo, la stevia se sembró en terreno de una finca del municipio de Palmas del Socorro, Santander. Los cultivadores tuvieron en cuenta el riego frecuente de las plantas y podarlas haciendo cortes de esquejes y ramas.

A continuación se presenta la composición química, propiedades farmacológicas e indicaciones terapéuticos de la albahaca y la stevia, como se muestra en la tabla 4.

Tabla 4. Propiedades de la albahaca y la Stevia

Composición química de la Albahaca	Composición química de la Stevia
Aceite esencial (hasta un 1%), que es de composición variable, y contiene linal (ol, estragol, pineno, eugenol y alcanfor entre otros. Además contiene taninos en un 4%.	Diterpenos glucósidos: Steviosida (4-10%) y Rebaudiosida (2-4%) Aceites volátiles: Nerolidol y Carvofileno Flavonoides: Quercetósido, apigenol y austroinulina
Propiedades farmacológicas	Propiedades farmacológicas
Sistema digestivo: Efecto espasmolítico (evita los espasmos gástricos),	Edulcorante Laxante

Efecto eupéptico (favorece la digestión) y estomacal. Propiedad antivomitiva. Se emplea como antianorexígeno por estimular el apetito. Sistema nervioso: es un hipnótico débil. Tiene propiedades tranquilizantes y relajantes. Infecciones: el aceite esencial es un buen antiséptico.	Osmótico de acción suave Hipoglucemiante, Hipotensor Antibacteriano Antidepresiva.
Indicaciones terapéuticas	Indicaciones terapéuticas
Está indicada en digestiones pesadas, procesos de inflamación gástrica o intestinal, y en náuseas por su efecto antivomitivo. También se recomienda su uso como estimulante del apetito en anorexia o en niños. Otro uso es como relajante en situaciones de estrés o nerviosismo especialmente si está asociado a procesos digestivos, administrar junto a valeriana o melisa, por vía interna o diluyendo una infusión de hojas de albahaca en agua de baño caliente. Otro uso es como antiséptico, con aceite esencial diluido, por vía externa en forma de paños húmedos o haciendo gargarismos. Otra utilidad eficaz es como repelente de mosquitos.	Estreñimiento Como sucedáneo del azúcar para diabéticos.

http://laherbloguisteria.blogspot.com/2008/05/albahaca.html	https://www.plantas-medicinal-farmacognosia.com/plantas-medicinales/stevia-rebaudiana-estevia/estevia-propiedades-y-beneficios/
---	---

Fuente: Tomado de <https://bit.ly/2I9LVvP> y <https://bit.ly/2PPzh7u>

Para la realización de este proyecto se tienen en cuenta los siguientes conceptos:

Tabla 5. Albahaca

Nombre vulgar: Albahaca	
Nombre científico: Ocimum basilicum L.	
Familia: Lamiaceae	
Partes usadas: Hojas, tallos y flores.	
Componentes químicos: Linanol, metil chavicol, estragol y eugenol, pinenos, cariofilenos, citronelol, fenchol, leneol y alcanfor.	
Hábitat: Nativa del Asia tropical, naturalizada y cultivada en todas las regiones de la América tropical en diversos climas.	
En el mercado existen alrededor de cuarenta variedades de albahaca. La planta tiene crecimiento indeterminado; generalmente se comporta como una planta anual y puede durar entre 2 y 10 años. Prefiere suelos ricos en materia orgánica;	

Fuente: Suárez, 2018

requiere riego en verano y no tolera encharcamientos; su reproducción es por semilla o por partes vegetativas (ramas o terminales de la planta); las flores no tienen tallo. El corte de las plantas se debe realizar antes de la floración.

Se adapta de los 0 a 1.600 m.s.n.m.; en los climas muy fríos, las hojas tienden a ponerse negras, por lo que es preferible realizar riego por goteo. Su altura oscila entre 30 y 50 cm. La distancia de siembra es de 50 a 70 cm entre surcos y de 20 a 25 cm entre plantas. La albahaca no es compatible con la ruda. Es repelente de insectos.

Usos terapéuticos frecuentes: Aperitiva y analgésica. Se recomienda contra problemas tales como inapetencia, digestión lenta, gases estomacales, espasmo gastrointestinal, vómitos, dolor de estómago, tos convulsiva, jaqueca, arterioesclerosis y artritis reumatoidea. Asimismo, se usa como antiinflamatoria, antiespasmódica, estimulante del hígado y estimulante de la secreción de la leche durante la lactancia.

Referencia: Alarcón, J., & ICA, I. (2011). Plantas aromáticas y medicinales enfermedades de importancia y sus usos terapéuticos. Sanidad Vegetal, Instituto Colombiano Agropecuario–ICA. Bogotá, Colombia.

Fuente: Tomado de <https://bit.ly/2lPMif8>

Tomando como referencia el método propuesto por Lamus y García (2009), se elaboraron las tisanas para el presente estudio de mercado, de la siguiente manera, solo para referir el producto, sin especificaciones técnicas de elaboración, teniendo en cuenta que es un estudio de mercado para evaluar la preferencia de consumo.

El ciclo de producción empieza con la adquisición de la materia prima verde.

-Recibir, pesar y organizar la materia prima. Las hierbas aromáticas son recibidas en la bodega por un operario quien las pesa y las organiza.

-Pesar y transporta la materia prima al área de lavado. Se pesan las aromáticas en la báscula y se transporta de la bodega a los plásticos que se extienden en los mesones para realizar el proceso de lavado.

La primera tarea posterior al secado es la Inspección y limpieza de la producción de material decolorado, dañado, con moho, tierra, piedras y otros cuerpos extraños o contaminantes; además, de ellos se realizan otras operaciones habituales como son despalladas, selección, molienda y desinfección.

Para la separación de algunas materias extrañas y la selección de distintos tamaños de partículas. Ya lavadas y seleccionadas las hierbas aromáticas se procede al corte de cada una de ellas y se dejan secar (escurrir) por lo menos seis horas.

En la reducción de tamaño del objetivo de la calidad debe estar acompañado de un costo mínimo por lo cual se deben considerar todas las alternativas posibles antes de seleccionar la maquinaria útil para la empresa.

Algunas propiedades de las hierbas aromáticas a tener en cuenta son: Estructura mecánica de producto a triturar, contenido de humedad (cuanto más seca esté la hierba más se reducirá a polvo, pero húmeda atascará el molino), la sensibilidad a temperatura de las hierbas (una alta temperatura determina la pérdida de la calidad).

En la bodega la demás materia prima como el hilo poliéster de 8/2, los rollos de papel filtro, las cajitas de cartón en donde van empacadas las aromáticas, el papel polipropileno en el cual van empacadas las cajitas y las bolsas en las cuales se empacan los Displays; todos estos insumos son recibidos y almacenados según la organización del área de producción.

Proceso de secado. La hierba ya limpia y seleccionada es llevada por un operario y la deposita dentro del horno para iniciar el proceso de secado. La hierba es extendida por capas dentro del horno y se está volteando regularmente por espacio

de 8 horas que es el tiempo de secado, la capacidad del horno es de 80 arrobas y la temperatura normal de secado para toda la aromática de 60 grados.

Secado mecánico. Por ventilación forzada y horno deshidratador. Además de cumplir las condiciones de diseño de las instalaciones para el secado y la maquinaria debe cumplir con las recomendaciones planteadas en:

Diseño. Se debe verificar y controlar:

- La maquinaria y el instrumental de corte se encuentren en condiciones apropiadas de higiene y funcionamiento cuando se realice el corte de alimento previo ingreso a la secadora.
- El funcionamiento de removedores o volcadores que la máquina posee deben estar en buen estado.
- Que los filtros del aire se encuentren limpios y sanos.
- Buen funcionamiento de los quemadores.
- El aire que ingresa a la secadora debe estar limpio y libre de contaminantes.
- Los gases de la combustión no contaminen el alimento sobre todo cuando no se utilice el gas natural.
- La relación entre tiempo de secado -temperatura- - volumen y/o velocidad del aire- condiciones de humedad y temperatura atmosférica sea adecuada para la especie que se va a secar.

Recomendaciones:

- Se deben establecer turnos de secado por especie o variedad.
- No acumular alimento a secar en la entrada de la máquina.
- Hacer capas de alimento adecuadas a la capacidad de secado de la maquinaria.
- Identificar claramente cada lote.

Inspección. Se realiza un proceso de inspección del producto, para observar que haya quedado totalmente deshidratado y que no se encuentre hierba húmeda.

Molienda. La hierba totalmente deshidratada es llevada al molino de martillo donde es molida. La herramienta más utilizada en la reducción de partículas vegetales es el molino de martillos, consta de un eje rotatorio que gira a alta velocidad y que lleva un collar de martillos en su periferia.

Los martillos giran dentro de una armadura en cuya base hay un tamiz por el cual se escapa el material ya triturado, la reducción del tamaño es producida principalmente por fuerzas de impacto, aunque si las condiciones de alimentación son obturantes, las fuerzas de frotamiento también intervienen.

Inspección. Se realiza una inspección para corroborar la calidad del producto.

Zaranda. Después de molida la hierba se deja enfriar y ya lista se pasa por una zaranda de malla acerada para sacarle el polvillo, el operario gasta una hora en este procedimiento por cada hierba, ya estando lista se deposita en las vajillas de vanyplas y queda lista para ser ingresada a la máquina empacadora.

Empaque y sellado. Se necesitan dos operarios para el empaque y sellado. A la máquina se le instala el hilo, la marquilla y el papel filtro, se le deposita la hierba molida y se prende y ella va expulsando los saquitos ya listos. La empacadora (operaria) tiene la cajita armada para ir organizando en fila los saquitos que va sacando en la máquina y la otra operaria va cerrando la cajita, esta operaria debe tener listo el papel polipropileno que ya se ha cortado por medidas anteriormente, se tiene la máquina selladora caliente para ir sellando las cajitas por los dos lados - este es un proceso continuo en donde se van armando bloques de 24 cajitas y se van empacando en la bolsa donde se organizan los displays-.

Dentro de este procedimiento se coloca la fecha de vencimiento y el lote de fabricación teniendo en cuenta las especificaciones dadas por el INVIMA.

Almacenamiento. El producto terminado debe ser almacenado en condiciones de tal forma que mantenga la calidad, sanidad e inocuidad hasta llegar al consumidor. Un correcto almacenamiento del producto prolonga su vida útil, además, se llevará un control del inventario PEPS, con el fin de garantizar óptima rotación, también se llevará a cabo un control de temperatura y humedad que asegure la conservación del producto.

Instalaciones para almacenamiento. Se debe tener en cuenta que al terminar el proceso de transformación de estas especias deshidratadas, la bodega de almacenamiento debe cumplir con algunas normas para su mejor conservación ya que son productos perecederos y requieren de mucho cuidado.

Las instalaciones para almacenar deben estar proyectadas y construidas de forma que:

- Estén ubicadas en un sitio alto, fresco, limpio de malezas donde pudieran habitar plagas y libre de posibles inundaciones.

- Sea de construcción sólida que eviten voladuras o rajaduras de paredes, techos, etc.

- Sus materiales de construcción no transitan sustancias indeseables al alimento.

Sus pisos sean de material impermeable, no absorbente, lavable y no tóxico, fáciles de limpiar y desinfectar.

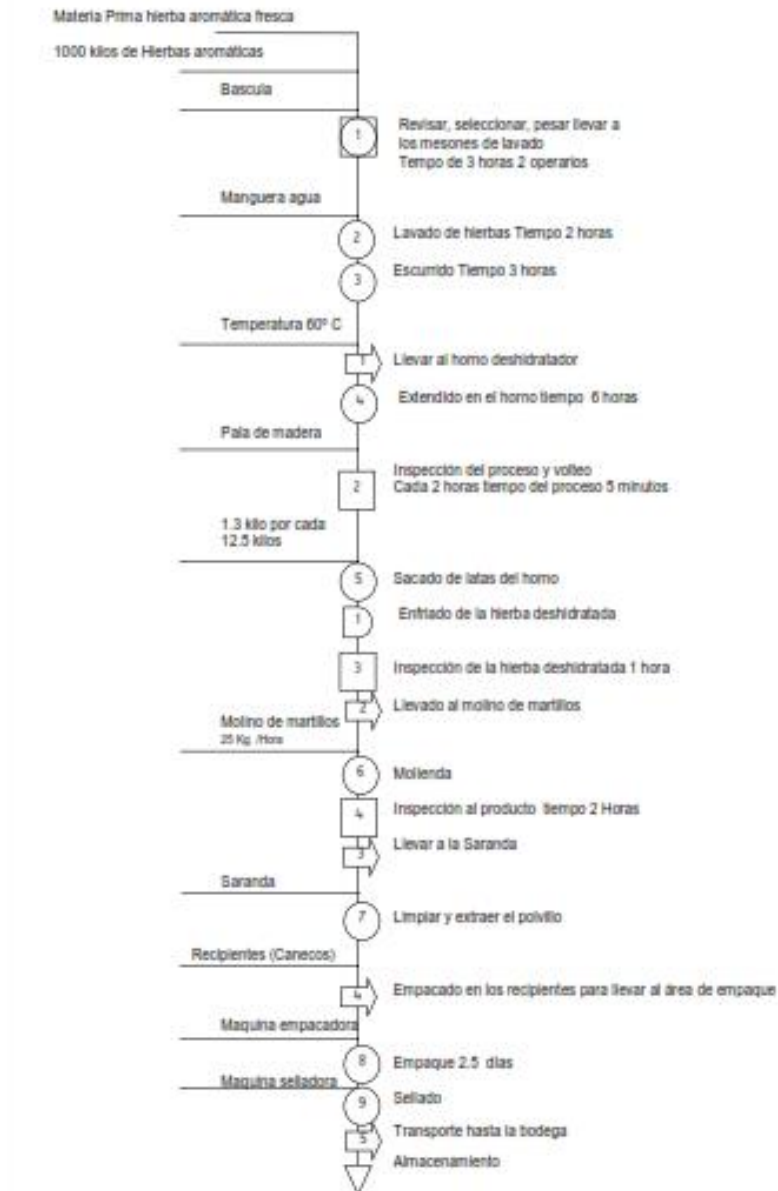
Estén suficientemente ventilados para evitar la acumulación de humedad.

- Las ventanas y aberturas impidan la entrada de insectos, roedores, ácaros.

- Las paredes sean lisas sin grietas con ángulos cóncavos para facilitar la limpieza.

- Reduzcan al mínimo el deterioro de las especias (Pág. 120-123).

A continuación, se presenta el proceso de cómo se elabora la tisana con stevia según Lamus y García (2009):



Fuente: Tomado de <https://bit.ly/2I3noIA>

3.1.2 Marco conceptual. Plantas medicinales. Son aquellos vegetales que elaboran unos metabolitos secundarios, llamados “principios activos”, sustancias que ejercen una acción farmacológica, beneficiosa o perjudicial, sobre el organismo vivo. Su utilidad primordial, a veces específica, es servir como droga o medicamento que alivie las enfermedades o restablezca la salud perdida. Constituyen aproximadamente la séptima parte de las especies existentes. (Pichardo & Rivas Peralta, 2016, p. 20).

Planta oficial. Es la que por sus propiedades farmacológicas está recogida en la farmacopea o que forma parte de un medicamento preparado conforme a las reglas de aquella. (Pichardo & Rivas Peralta, 2016, p. 20).

Plantas aromáticas. Son aquellas plantas medicinales cuyos principios activos están constituidos, total o parcialmente, por esencias. Representan alrededor de un 0,7% del total de las plantas medicinales. (Pichardo & Rivas Peralta, 2016, p. 20).

Plantas condimentarias o especias. Existe un cierto número de plantas aromáticas, por tanto medicinales, que el hombre utiliza por sus características organolépticas, que comunican a los alimentos y bebidas ciertos aromas, colores y sabores, que los hacen más apetitosos, gratos y sabrosos al olfato, vista y paladar. (Pichardo & Rivas Peralta, 2016, p. 20).

Hierba Buena (*Mentha spicata*): Es una planta que desprende un fuerte aroma, es anual perenne, y algunos ejemplares suelen llegar a medir hasta 60 cm de altura, posee un conjunto de rizomas entrelazados subterráneos, de los que nacen numerosos tallos con hojas lanceoladas, dentadas y de color verde, además de flores de color violeta. (Fretes, 2010, p. 11).

El relieve es muy variado entre el fuertemente inclinado (25% al 50%) al muy escarpado (pendientes mayores del 75%), con áreas de relieve suave que condicionan el uso de los suelos a la conservación natural. El Socorro está ubicado sobre la cordillera oriental, que hace parte del sistema montañoso de los Andes. De hecho, cuenta con gran riqueza ecológica y geográfica que facilita las actividades productivas de ganadería y agricultura. (Alcaldía municipal, 2018).

3.1.3 Marco legal. A continuación se presentan las bases legales de este proceso investigativo:

Tabla 6. Leyes ambientales

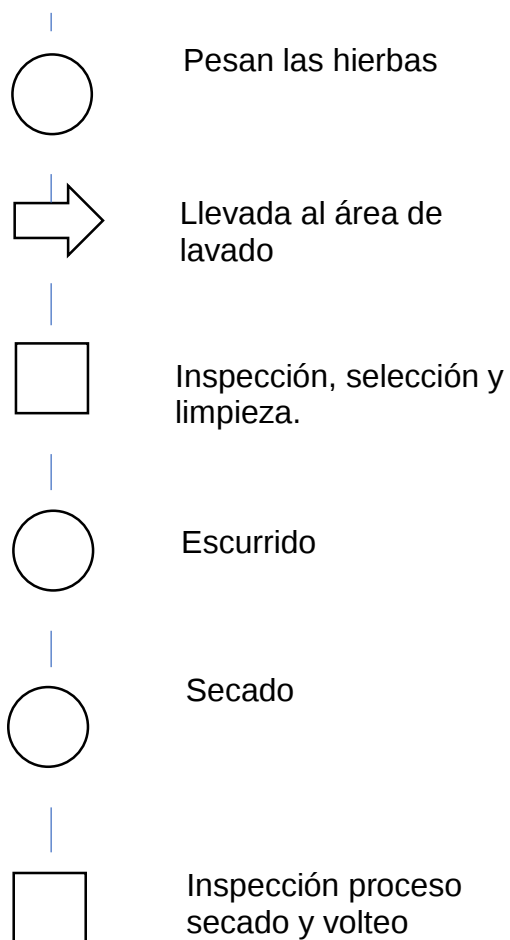
LEY	DESCRIPCIÓN
Constitución de Colombia. 1991	Art. 65. La producción de alimentos gozará de la especial protección del Estado. Para tal efecto, se otorgará prioridad al desarrollo integral de las actividades agrícolas, pecuarias, pesqueras, forestales y agroindustriales, así como también a la construcción de obras de infraestructura física y adecuación de tierras. De igual manera, el Estado promoverá la investigación y la transferencia de tecnología para la producción de alimentos y materias primas de origen agropecuario, con el propósito de incrementar la productividad (CPC, 1991).
Constitución de Colombia. 1991	Art. 78. La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización. Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios. El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos (CPC, 1991).

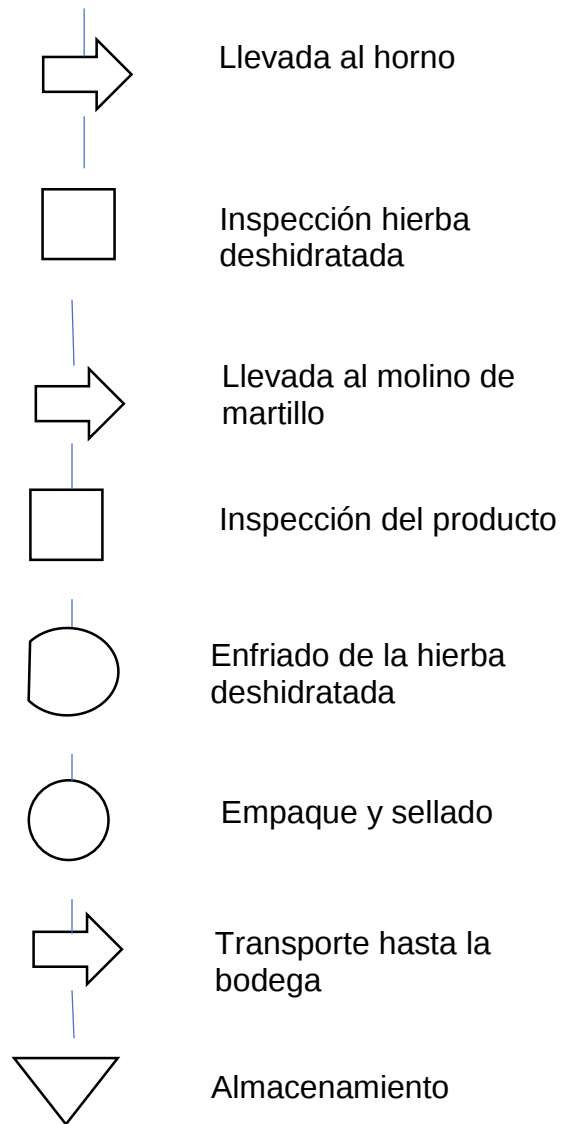
Decreto 3075 de 1997	Título II. Condiciones básicas de higiene en la fabricación de alimentos. Art.7. Las actividades de fabricación, procesamiento, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos se ceñir a los principios de las Buenas Prácticas de Manufactura. (Decreto 3075, 1997)
Resolución 74 de 2002. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural	Se establece el reglamento para la producción primaria, procesamiento, empackado, etiquetado, almacenamiento, certificación, importación y comercialización de productos agropecuarios ecológicos. (MINAGRICULTURA, 2002, p.1)
Resolución 2964 de 2008	Se dictan disposiciones para el registro y manejo de predios de producción de hierbas aromáticas y hortalizas para Exportación en fresco y el registro de sus exportadores (Resolución 2966, 2008).
NTC 4236 Especias, condimentos y hierbas aromáticas. Método para determinar Impurezas.	Las normas internacionales referentes a las especias, condimentos y hierbas aromáticas determinan que éstas deben estar exentas de insectos muertos, fragmentos de insectos y contaminación procedente de roedores. Para el control de estas especificaciones basta el examen visual en el caso de las especias enteras. El método descrito en esta norma se aplica a la mayoría de las especias, condimentos y hierbas aromáticas. Debido a su número y diversidad, en casos particulares puede ser necesaria la introducción de determinadas modificaciones al método o, incluso, la elección de otro más apropiado (NTC 4234, 1998, p. 3). Especias puras, enteras o molidas: producto constituido por una o más especias genuinas, el cual debe responder a las características propias de las mismas. En el caso de las especias molidas, para efectos de tecnología de molienda, se permite adicionar carbohidratos, proteínas comestibles, anticompactantes, grasa o aceites comestibles, sal para consumo humano, en una proporción máxima de 10 % m/m, solos o en mezcla (NTC 4234, 1998, p. 3).
NTC 512-1 Norma de etiquetado y rotulado para alimentos.	Esta norma tiene por objeto establecer los requisitos mínimos de los rótulos o etiquetas de los envases o empaques en que se expenden los productos alimenticios, incluidos los de hostelería, para consumo (NTC 512-1, 2007, p.7).

3.2 METODOLOGÍA.

El tipo de investigación utilizada en este proyecto es la descriptiva (describen procesos existentes) y exploratoria (se explora la mezcla de hierbabuena con stevia).

3.2.1 Elaboración de la tisana. En esta investigación se sigue el siguiente procedimiento:





En primer lugar se recibe y organiza la albahaca y la stevia en una bodega. En segundo lugar, se pesa tanto la albahaca como la stevia en una báscula y se transportan al área de lavado. En tercer lugar, realiza la inspección, selección y limpieza. En cuarto lugar, se procede al corte y se dejan escurrir por el espacio de unas seis horas. En quinto lugar, un operario quien las deposita dentro de un horno a 60° para iniciar con el proceso de secado que dura 7 horas. La hierba es extendida en capas y se voltea regularmente. En sexto lugar, se verifica que la hierba haya quedado deshidratada. En séptimo lugar, la hierba deshidratada es llevada al molino

de martillo donde es triturada. Ahí se realiza la inspección para verificar la calidad del producto. En octavo lugar, después de triturada la hierba (albahaca y stevia) se deja enfriar. Luego, se deposita en una vasija y queda lista para realizar el empackado y sellado artesanal, es decir, se mezcla tanto la albahaca (1,25 gr) como la stevia (0.50 gr). En noveno lugar, se procede al empaque y sellado de cada bolsita que posteriormente se organiza en una caja que es llevada a la bodega para su almacenamiento.

3.2.2 Método para el estudio de mercados.

Tabla. Ficha técnica

Tipo de investigación	Exploratoria: a través de fuentes secundarias de información, retomada de referencias bibliográficas de internet, etc. Descriptiva: porque se hace necesario ampliar y profundizar sobre la situación problema y para ello se utiliza la encuesta como instrumento de medición.
Método de investigación	Análisis, síntesis y concluyente ya que al utilizar una investigación de mercados se hace primordial recolectar información, analizarla y concluir sobre las relaciones de interés que enmarcan la determinación de las variables de mercadotecnia.
Técnicas de recolección de información	Encuesta. Se aplicó una encuesta que constaba de 6 preguntas con el fin de identificar el consumo de tisana con stevia y preferencia de sabores en la de la población de Socorro.
Instrumento de recolección de información	Hoja de preguntas las cuales se caracterizaron por un lenguaje sencillo con instrucciones claras.
Análisis de los datos	Una vez aplicado a hoja de preguntas al mercado objetivo (300 familias) se procede a tabular la información y posteriormente al análisis de la misma.

3.2.3 Participantes. Según Hernández, Fernández & Baptista (2006) señalan que la población “es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 236).

La población con la que cuenta el proyecto se encuentra en el municipio del Socorro.

3.2.1.1 Mercado potencial. Está conformado por los hogares del municipio del Socorro que consumen tisanas de plantas aromáticas.

3.2.1.2 Mercado objetivo. Para esta investigación se toma como mercado objetivo 300 hogares del municipio del Socorro que consumen plantas aromáticas y que pertenecen a los estratos 2, 3,4 y 5. Este mercado se delimita de esta manera debido a que los clientes presentan características como un poder adquisitivo medio-bajo; medio-alto y alto personas que saben apreciar la calidad y precio del producto, son clientes exigentes y por lo tanto les gusta comprar lo mejor.

3.2.4 Herramientas

3.2.4.1 Características del producto. El producto ofrecido pertenece al grupo de las hierbas, dentro de las cuales se encuentran las aromática, medicinales y condimentarias. El objetivo principal es el de producir tisana de albahaca con stevia que se ofrecerá en una presentación llamativa (producto con humedad menor al 12%) cada caja contiene 20 bolsitas de 1.75 gramos cada una. Las características del producto son las siguientes:

Cada tamaño por porción 1 bolsita tiene un peso neto de 1,75 gramos.

La caja contiene 20 unidades o bolsitas.

Debe prepararse con agua que esté caliente.

Producto fácil de preparar y listo para consumir.

Es un producto medicinal (saludable y digestivo) fácil de ingerir y sin restricciones para su consumo.

Tabla 8. Contenido de la tisana de albahaca con Stevia

INGREDIENTES	PESO NETO (bolsita)	PESO NETO POR SOBRE	PESO NETO POR CAJA
Albahaca	1,25 gramos (promedio por sobre)	1,75 gramos (albahaca más stevia)	35 gramos
Stevia deshidratada	0,50 gramos (promedio por sobre)		

Entre sus usos se tienen:

- Se prepara como bebida caliente.
- Se puede consumir antes o después de las comidas.
- Todo tipo de personas lo pueden consumir.
- Ideal para personas que deseen cuidar su salud.

Cabe resaltar algunos beneficios a nivel general:

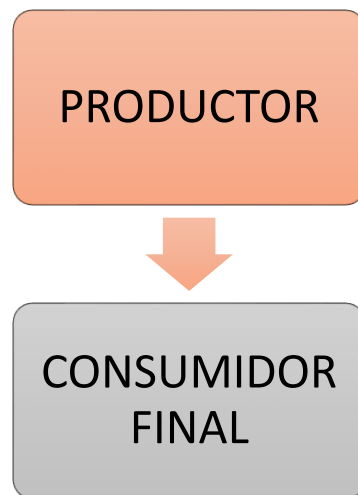
- Esta tisana ayuda en el cuidado de la salud y contribuye en la prevención de la obesidad, enfermedades cardiovasculares y de hipertensión.
- Cualquier tipo de cliente puede adquirirla en el mercado pues su precio es cómodo al bolsillo del consumidor.

Sin lugar a duda, para cautivar a los consumidores y poder entrar en este seguimiento del mercado de productos naturales como son las hierbas aromáticas, el producto debe seguir los siguientes aspectos o cuidados que marcarán una diferencia sobresaliente con la competencia:

- 1) Presentación
- 2) Duración
- 3) Colores
- 4) Garantía
- 5) Recomendaciones
- 6) Sugerencia de consumo
- 7) Conocimiento del mercado de las hierbas aromáticas.
- 8) Conocimiento de servicio al cliente.
- 9) Conocimiento del área de administración.
- 10) Conocimiento de las preferencias del cliente.

Se utilizará un canal directo de distribución Productor - Consumidor final para hacer llegar el producto al cliente.

Figura 1. Canal de comercialización



En la distribución de productos de consumo, se presenta la modalidad de canal directo en el cual el productor ofrece directamente al consumidor final para lo que se requiere puntos de venta y distribución propios.

Productor- Distribuidor-Supermercados.

Productor- Distribuidor-Micro-mercados.

Productor- Distribuidor-Tiendas.

3.2.2.2 Costos de materia prima. Los costos para elaborar una caja con 20 bolsitas de tisana de muestra son los siguientes:

Tabla 9. Costo de materia prima

Descripción	Cantidad en gramos	Valor unitario	Valor total
Albahaca deshidratada en gramos	25 gr.	\$125	\$3.125
Stevia deshidratada en gramos	10 gr.	\$50	\$500
Total			\$3.625

Tabla 10. Mano de obra directa

Concepto	Unidad	Salario	Operarios (2)	Tecnólogo agropecuario
Sueldo mensual	1 mes	781.242	1.562.484	1.200.000
Total año	1 año	9.374.904	18.749.808	14.400.000

Tabla 11. Materiales indirectos para 20 bolsitas de tisanas con stevia.

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Papel filtro	86 cm	\$3	\$258
Hilo poliéster	75 cm	\$1	\$75
Marquilla	600 unid.	\$2.3	\$1.380
Cajas	24 unid.	\$60	\$1.440
Papel de polipropileno	7 cm ²	\$25	\$175
Bolsa de polietileno	1	\$155	\$155
Total			\$3.483

3.3 RESULTADOS.

Tabla 7. Ficha técnica del producto.

FICHA TÉCNICA			
			
NOMBRE DEL PRODUCTO		Bebida Aromática Tradicional	
NATURALEZA	PROPIA	DEL	Producto fruto de la deshidratación y trituración de plantas aromáticas frescas
PRODUCTO			

	seleccionadas (Albahaca, stevia) en bolsitas de 1,75 gr aprox.
COMPOSICIÓN CUALITATIVA DETALLADA	En el proceso de producción se utilizan plantas aromáticas 100% naturales. No se utilizan saborizantes, conservantes, ni ningún producto químico. Producto 100% natural.
PRESENTACIÓN INDIVIDUAL	Tisana. Bolsitas de filtro para infusión de 1,75 g.
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO	El producto se obtiene luego de cosechar las diferentes plantas aromáticas y seleccionar las más apropiadas para el proceso. La deshidratación se hace bajo condiciones de temperatura y presión controladas para mantener el sabor, aroma y aceites esenciales intactos en cada una de las plantas. La trituration de las mismas se hace para separar la hoja del tallo de las plantas. Este último no se utiliza en el proceso de empaque pues solamente las hojas de las plantas aromáticas ofrecen sabor y aroma. Culmina el proceso con el empaque automático de las bebidas aromáticas.
INFORMACIÓN NUTRICIONAL	Contenido de una bolsa - cantidad por preparación basado en una dieta diaria de 2.000 calorías.

	Calorías	0 gr	0%
	Grasas	0 mg	0%
	Sodio	0 gr	0%
	Carbohidratos	0 gr	0%
	Proteínas	0 gr	0%
CONSERVACIÓN	Se recomienda conservar en lugar fresco y seco, alejado de productos químicos, jabones y demás que puedan contaminar el producto		
USOS E INSTRUCCIONES	Bebida aromática para infusión en agua hirviente. Se utiliza una o dos bolsitas por cada pocillo de 180 c.c. Se puede agregar azúcar al gusto para realzar el sabor.		

Aplicación de la encuesta de mercadeo

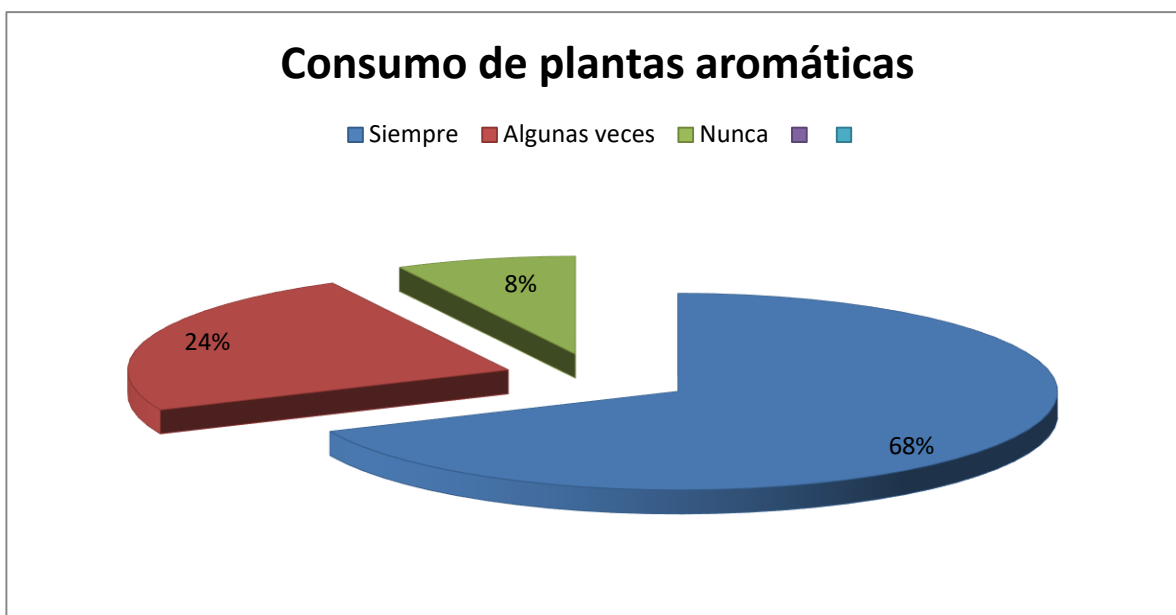
Se aplicó una encuesta que constaba de 6 preguntas con el fin de identificar el consumo de tisana con stevia y preferencia de sabores en la de la población de Socorro. Por ende, se presentan los resultados de la encuesta aplicada a 300 familias del municipio del Socorro, Santander.

Tabla 12. Consumo de plantas aromáticas

Pregunta N° 1	Frecuencia fi	Frecuencia hi	Frecuencia a Fi	Frecuencia Hi
Siempre	205	0,68	205	0,68
Algunas veces	72	0,24	277	0,92

Nunca	23	0,08	300	1
	300	1		

Figura 2. Pregunta 1 (Consumo de plantas aromáticas)

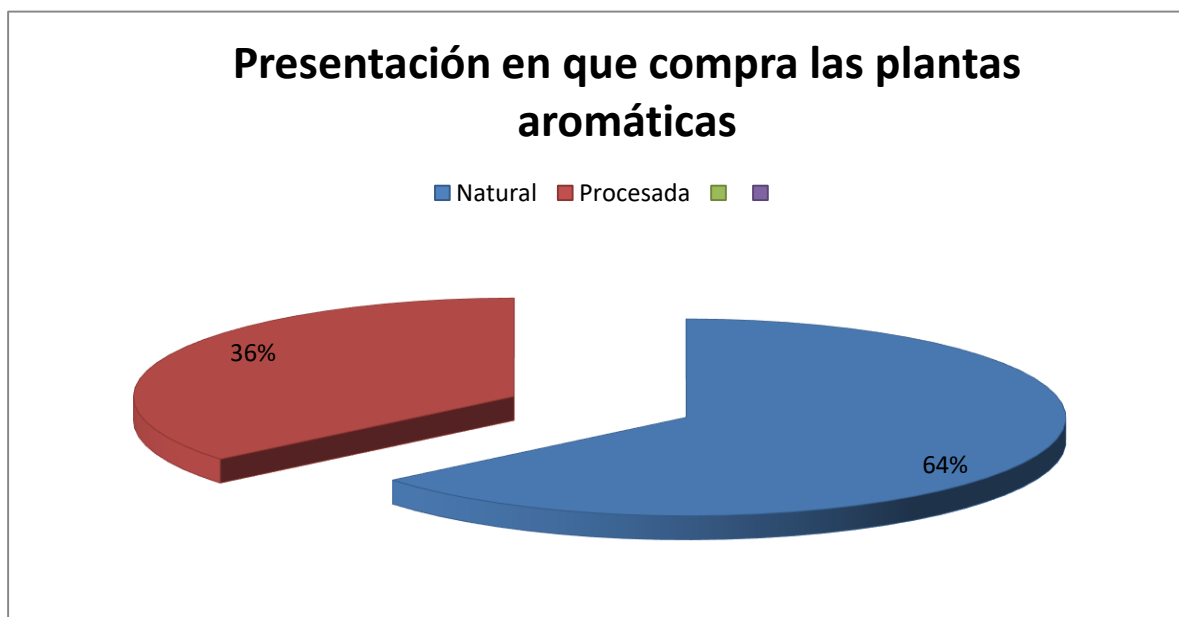


Pregunta 1. ¿Consume plantas aromáticas? De las 300 encuestas aplicadas a las familias del municipio del Socorro, un 68% respondió que siempre, un 24% que algunas veces y un 8% que nunca.

Tabla 13. Presentación de las plantas aromáticas

Pregunta N° 2	Frecuencia fi	Frecuencia hi	Frecuencia a Fi	Frecuencia Hi
Natural	108	0,36	108	0,36
Procesada	192	0,64	300	0,64
	300	1		

Figura 3. Pregunta 2 (Presentación en que compra las plantas aromáticas)

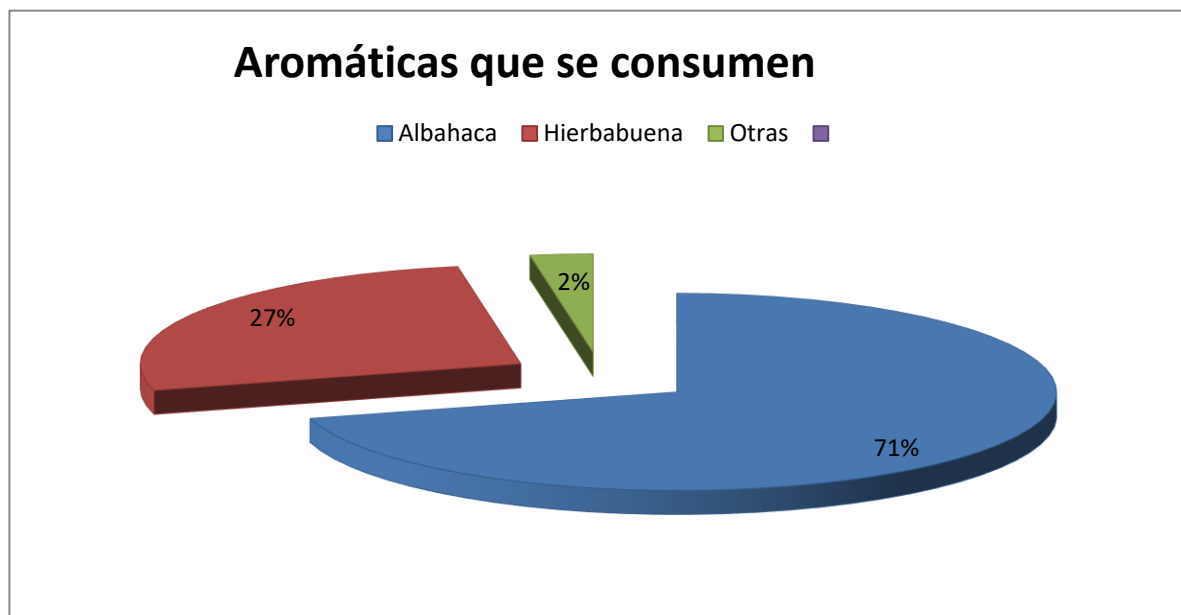


Pregunta 2. ¿En qué presentación compra las plantas aromáticas? Tal como se puede observar en el gráfico anterior, al 64% de los encuestados adquiere sus plantas aromáticas de forma natural y un 36% de forma procesada.

Tabla 14. Plantas aromáticas que se consumen

Pregunta Nº 3	Frecuencia fi	Frecuencia hi	Frecuencia Fi	Frecuencia Hi
Albahaca	212	0, 71	212	0,70
Hierbabuena	80	0,27	80	0,97
Otras	8	0,02	8	1
	300	1	300	

Figura 4. Pregunta 3(Aromáticas que se consumen).

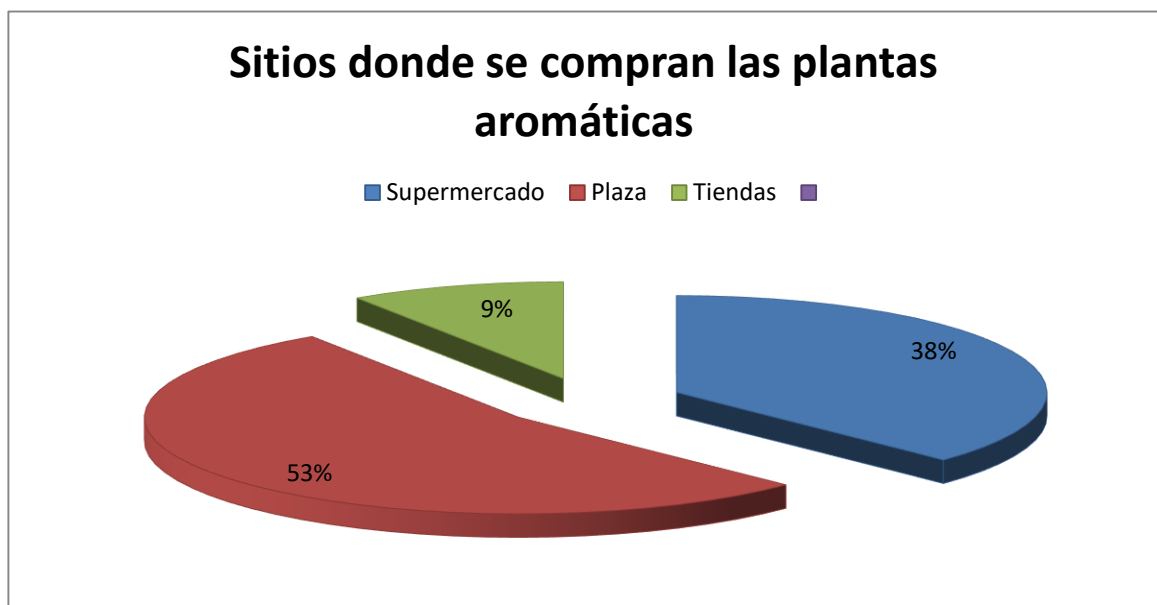


Pregunta 3. ¿Cuáles son las plantas aromáticas que más consume? Tal como se puede observar en el gráfico anterior, el 71% de los encuestados consume albahaca, un 27% hierbabuena y un 2% otras.

Tabla 15. Sitios donde compran las plantas aromáticas

Pregunta N° 4	Frecuencia fi	Frecuencia hi	Frecuencia a Fi	Frecuencia Hi
Supermercado	112	0,37	112	0,37
Plaza de mercado	160	0,53	160	0,9
Tiendas	28	0,09	300	1
	300	1		

Figura 5. Pregunta 4 (Sitios donde se compran las plantas aromáticas).

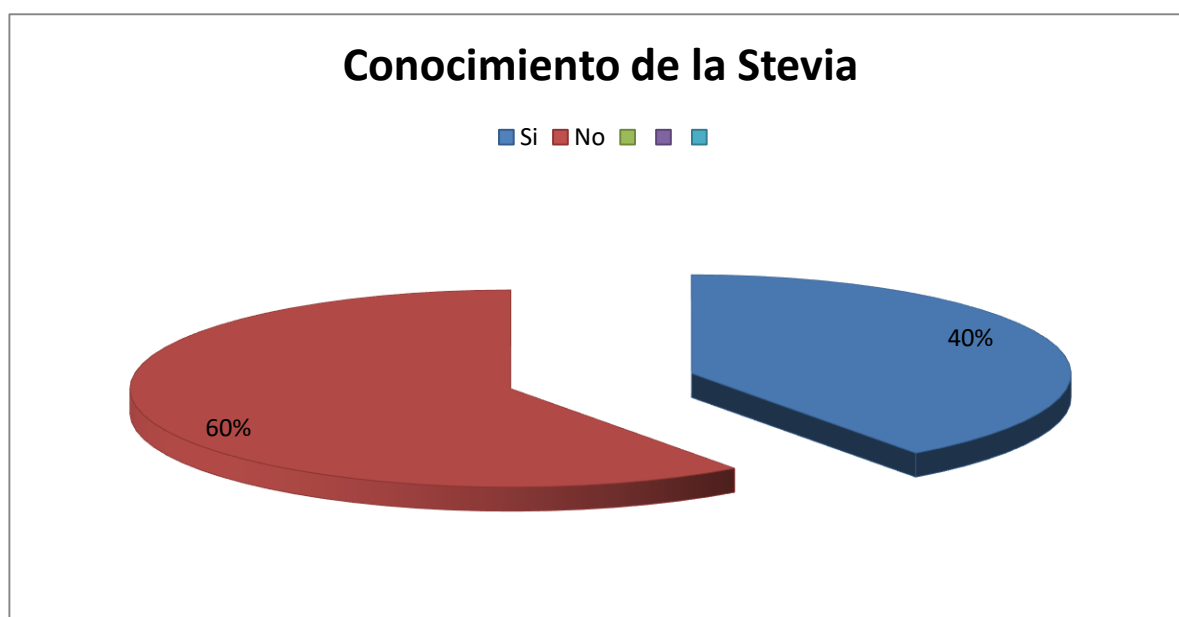


Pregunta 4. ¿Cuál es el sitio donde compra las plantas aromáticas? El porcentaje de familias que compra sus plantas aromáticas en la plaza de mercado es de 53%, un 38% en supermercados y un 9% en las tiendas.

Tabla 16. Conocimiento del endulzante Stevia

Pregunta N° 1	Frecuencia fi	Frecuencia hi	Frecuencia a Fi	Frecuencia Hi
Si	120	0,40	120	0,40
No	180	0,60	180	1
	300	1		

Figura 6. Pregunta 5 (Conocimiento de la Stevia)

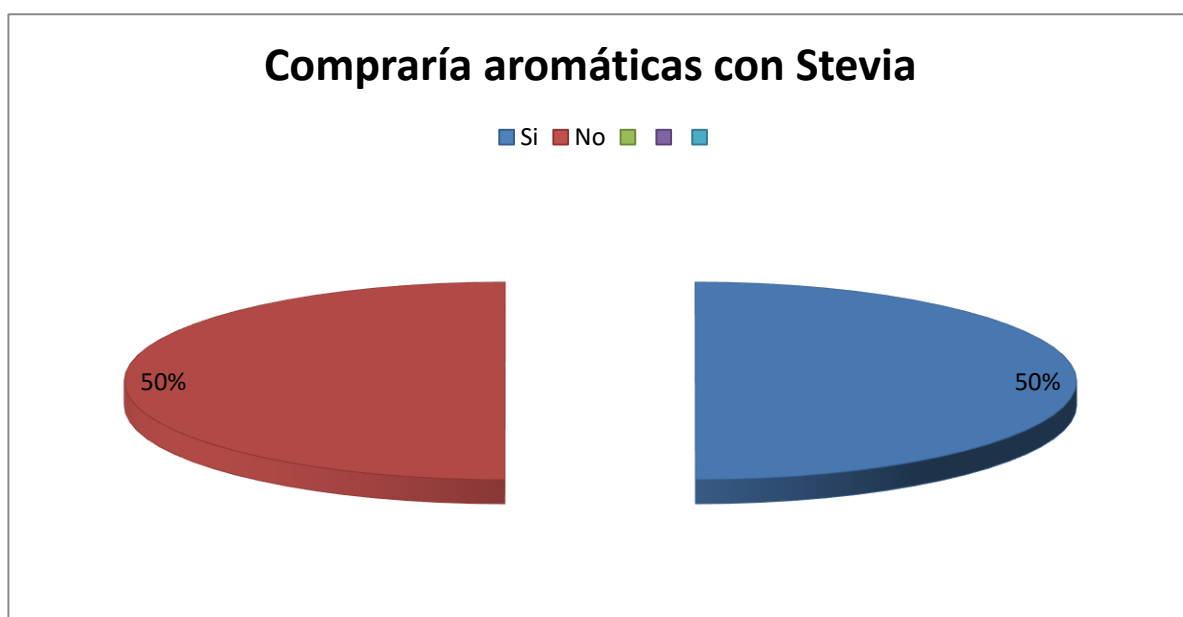


Pregunta 5. ¿Conoce que es la Stevia? De los 300 encuestados un 40% ha escuchado sobre la Stevia y sus propiedades y un 60% no.

Tabla 17. Compraría aromáticas con Stevia

Pregunta N° 6	Frecuencia fi	Frecuencia hi	Frecuencia a Fi	Frecuencia Hi
Si	150	0, 5	150	0,5
No	150	0,5	300	1
	300	1		

Figura 7. Pregunta 6 (Compraría aromáticas con Stevia)



4. CONCLUSIONES

Después de la elaboración del proyecto se concluye que:

Teniendo en cuenta la revisión técnica y los autores citados, la tisana de albahaca con stevia debe llegar especialmente a aquellas personas con problemas de diabetes, presión arterial, sobrepeso y obesidad, etc., dadas las propiedades farmacológicas de estas dos hierbas aromáticas, aprovechándose la stevia también como endulzante natural.

- Se elaboró la tisana de albahaca con stevia, siguiendo la información existente, la cual según la ficha técnica realizada, se propone comercializar en caja de veinte (20) bolsitas individuales, con un peso por bolsita de 1,7 g aprox., cuyo costo asciende a \$3.625.

- En cuanto a las preferencias del mercado, respecto al consumo de aromáticas, la mayoría de las personas encuestadas prefieren comprar las plantas aromáticas de forma natural; sin embargo, aunque la tisana es un producto fruto de la deshidratación y trituración de plantas aromáticas frescas seleccionadas (Albahaca y stevia) 100% naturales y no se utilizan saborizantes, conservantes ni ningún producto químico, es considerado 100% natural. Aunque la mayoría de los encuestados poco ha escuchado hablar de la stevia y sus propiedades, un 50% está dispuesto a comprar el producto; por lo cual se concluye que es posible producir y comercializar tisana de albahaca con stevia en el municipio del Socorro, Santander.

5. RECOMENDACIONES

La viabilidad comercial que presenta el proyecto sobre la comercialización de albahaca en el municipio del Socorro, se considera altamente favorable según los resultados del estudio de mercadeo. Por lo tanto, se recomienda producir albahaca en el municipio de Palmas del Socorro ya que éste posee una temperatura media entre 20° y 23°, es decir, un clima cálido que es propicio para su cultivo.

La facilidad de su producción, como materia prima para la elaboración de las tisanas y comercialización de las mismas, debido a que la encuesta arroja que el 71% de las familias consume albahaca sobre otras aromáticas.

Se recomienda comercializar albahaca debido a que cuenta con un alto grado de aceptabilidad por los futuros clientes potenciales, según el análisis obtenido por todas aquellas personas que fueron encuestadas, ya que es un producto con bondades naturales que puede consumirse a cualquier hora del día.

Se deben realizar pruebas técnicas para la elaboración de la tisana de albahaca con Stevia, logrando un porcentaje adecuado de cada una de las hierbas, de acuerdo con pruebas organolépticas.

Es necesario determinar la composición fisicoquímica, del contenido de las tisanas.

Determinar los canales de comercialización del producto.

BIBLIOGRAFIA

ALARCÓN, J., & ICA, I. (2011). Plantas aromáticas y medicinales enfermedades de importancia y sus usos terapéuticos. Sanidad Vegetal, Instituto Colombiano Agropecuario–ICA. Bogotá, Colombia.

ALDANA, J (2015). Albahaca: Una realidad general de la situación en Colombia. Recuperado de <https://agronegocios.uniandes.edu.co/2015/02/21/albahaca-una-realidad-general-de-la-situacion-en-colombia/>

ALARCÓN, J., & ICA, I. (2011). Plantas aromáticas y medicinales enfermedades de importancia y sus usos terapéuticos. Sanidad Vegetal, Instituto Colombiano Agropecuario–ICA. Bogotá, Colombia.

BARBERA, N., & Inciarte, A. (2012). Fenomenología y hermenéutica: dos perspectivas para estudiar las ciencias sociales y humanas. Multiciencias, 12(2).

BAREÑO ROJAS, P., & Clavijo Porras, J. (2006). Hierbas aromáticas culinarias para exportación en fresco (No. Doc. 26924) CO-BAC, Bogotá).

CARDONA, J. O., & Barrientos, J. C. (2012). Producción, uso y comercialización de especies aromáticas en la región Sumapaz, Cundinamarca. Revista Colombiana de Ciencias Hortícolas, 5(1), 114-129.

CASTRO ET AL. (2013). Cultivo y producción de plantas aromáticas y medicinales. Ríonegro. Universidad Católica de Oriente, p. 11.

DÍAZ, C. (2010). Efecto del tiempo de secado y de la variedad en las características físico-químicas de la albahaca (*Ocimum basilicum*) seca (Bachelor's thesis, Zamorano: Escuela Agrícola Panamericana, 2012).

FRETES, F. R. A. N. C. I. S. C. O. (2010). Plantas medicinales y aromáticas: una alternativa de producción comercial. Paraguay: Agencia del Gobierno de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID).

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R., & MENDOZA, C. P. (2008). El matrimonio cuantitativo cualitativo: el paradigma mixto. In JL Álvarez Gayou (Presidente), 6º Congreso de Investigación en Sexología. Congreso efectuado por el Instituto Mexicano de Sexología, AC y la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Villahermosa, Tabasco, México.

KOTLER, P. (2001). Dirección de mercadotecnia: Análisis, planeación, implementación y control. Magíster en Administración-Tiempo Parcial 29, ESAN.

LAMUS Y GARCIA (2009). Factibilidad para la creación de una empresa productora de aromáticas endulzadas con stevia en el municipio de Piedecuesta. Recuperado en <https://es.scribd.com/document/338148925/Tesis-Metodologia-Creacion-de-Empresa-Productora-de-Stevia-Polvo>

MUJICA PONS, X. (2012). Hierbas que curan. Recetas naturales y efectivas, catálogo de hierbas medicinales y curas para cada enfermedad. Ediciones LEA.

NTC 4236 (1998). Especies, condimentos y hierbas aromáticas. Método para determinar Impurezas. Recuperado en <https://tienda.icontec.org/wp-content/uploads/pdfs/NTC4236.pdf>

NTC 512-1 (2007). Norma de etiquetado y rotulado para alimentos. Recuperado en <https://es.slideshare.net/b22tf1/58307982-ntc5121rotuladooetiquetadonormasgenerales>

PACHECO BUSTOS, A., & POHIAN ALFRED, J. (2006). Efectos de plantas aromáticas sobre la estimulación de crecimiento y rendimiento en cultivos tropicales (No. Doc. 26924) CO-BAC, Bogotá).

SALVADOR-REYES, R., SOTELO-HERRERA, M., & PAUCAR-MENACHO, L. (2014). Estudio de la Stevia (Stevia rebaudiana Bertoni) como edulcorante natural y su uso en beneficio de la salud. Scientia Agropecuaria, 5(3), 157-163.

UNIANDES (2015). Albahaca: Una realidad general de la situación en Colombia. Recuperado en <https://agronegocios.uniandes.edu.co/2015/02/21/albahaca-una-realidad-general-de-la-situacion-en-colombia/>

VALENZUELA Y FLORES. (2012). Fundamentos de la investigación educativa. México: Editorial digital del Tecnológico de Monterrey, 2012. pp. 106-107.

ANEXO A.

PRODUCCIÓN DE ALBAHACA



[Fotografía de Ignacio Suárez]. (Socorro, Santander. 2018). Siembra de albahaca



[Fotografía de Ignacio Suárez]. (Socorro, Santander. 2018). Siembra de albahaca



[Fotografía de Ignacio Suárez]. (Socorro, Santander. 2018). Siembra de albahaca



[Fotografía de Ignacio Suárez]. (Socorro, Santander. 2018). Siembra de albahaca



[Fotografía de Ignacio Suárez]. (Socorro, Santander. 2018). Siembra de albahaca



[Fotografía de Ignacio Suárez]. (Socorro, Santander. 2018). Siembra de albahaca



[Fotografía de Ignacio Suárez]. (Socorro, Santander. 2018). Cultivo de Stevia



[Fotografía de Ignacio Suárez]. (Socorro, Santander. 2018). Siembra de albahaca



[Fotografía de Ignacio Suárez]. (Socorro, Santander. 2018). Siembra de albahaca



[Fotografía de Ignacio Suárez]. (Socorro, Santander. 2018). Limpieza al cultivo de albahaca



[Fotografía de Ignacio Suárez]. (Socorro, Santander. 2018). Limpieza al cultivo de albahaca



[Fotografía de Ignacio Suárez]. (Socorro, Santander. 2018). Limpieza al cultivo de albahaca



[Fotografía de Ignacio Suárez]. (Socorro, Santander. 2018). Limpieza al cultivo de albahaca



[Fotografía de Ignacio Suárez]. (Socorro, Santander. 2018). Limpieza al cultivo de albahaca



[Fotografía de Ignacio Suárez]. (Socorro, Santander. 2018). Selección de albahaca



[Fotografía de Ignacio Suárez]. (Socorro, Santander. 2018). Selección de albahaca



[Fotografía de Ignacio Suárez]. (SOCORRO, Santander. 2018). Selección de albahaca

ANEXO B



[Fotografía de Ignacio Suárez]. (Socorro, Santander. 2018). Horno.



[Fotografía de Ignacio Suárez]. (Socorro, Santander. 2018). Horno.





[Fotografía de Ignacio Suárez]. (Socorro, Santander. 2018). Albahaca deshidratada.



[Fotografía de Ignacio Suárez]. (Socorro, Santander. 2018). Albahaca y Stevia deshidratada.

ANEXO C

EMPAQUE DEL PRODUCTO



[Fotografía de Ignacio Suárez]. (Socorro, Santander. 2018). Caja x 20 bolsitas de Tisana de Albahaca



[Fotografía de Ignacio Suárez]. (Socorro, Santander. 2018). Caja x 20 bolsitas de Tisana de Albahaca

ANEXO D

TABLA NUTRICIONAL

INFORMACIÓN NUTRICIONAL / NUTRITION FACTS	
TAMAÑO POR PORCIÓN 1 BOLSITA (0.75g) / SERVING SIZE 1 BAG	
PORCIONES POR 20 / SERVING PER CONTAINER 20	
CANTIDAD POR PORCIÓN / AMOUNT PER SERVING	
CALORIAS 0 / CALORIES KCAL (0 KJ)	
	Valor Diario*
Grasa Total 0g / Total Fat	0%
Sodio 0mg / Sodium	0%
Carbohidratos Totales 0g Total Carbohydrates	0%
Fibra Dietaria 0g	0%
Azúcares 0 g	0%
Proteína 0 g / Protein	0%
Estevia 0.25 g	0%
No es una Fuente Significativa de la Grasa, Grasa Saturada, Grasa Trans, Colesterol, Vitamina A, Vitamina C, Calcio y Hierro. Not Significant Source of Calories From Fat, Saturated Fat, Trans Fat, Cholesterol, Vitamin A.	
Los porcentajes de los valores diarios están basados en una dieta de 200 calorías.	
Tomado de: www.myfitnesspal.com	
Ingredientes / Ingredients	
Albahaca natural deshidratada	
Consérvese la caja bien cerrada en un lugar fresco y seco / Keep infusion box closed store in a cool dry place	

Fuente: <http://bit.ly/2Lc3m32>



[Fotografía de Ignacio Suárez]. (Socorro, Santander. 2018). Caja x 20 bolsitas de Tisana de Albahaca