



UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN
MODALIDAD PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERA COMERCIAL, MENCIÓN EN
COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

“Elaboración y comercialización del té de hojas de achiote en Paján y su
perspectiva de exportación”

AUTOR:

Viviana Paola Acuña Aguirre

TUTORA:

Eco. Diana Katuska Peña Ponce, MSc.

JIPIJAPA – MANABÍ – ECUADOR

2018

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR
UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ

CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO

EXTERIOR

CERTIFICA

Que, el proyecto de investigación titulado "ELABORACION Y COMERCIALIZACION DEL TE DE HOJAS DE ACHIOTE EN EL CANTON PAJAN CON PERSPECTIVA DE EXPORTACION", ha sido exhaustivamente revisado en varias sesiones de trabajo y en virtud de ello se encuentra listo para ser presentado en el acto de defensa.

Las opiniones y conceptos vertidos en este proyecto de investigación son resultados del trabajo constante y originalidad de su autor: VIVIANA PAOLA ACUÑA AGUIRRE CI: 130983432-1 siendo de su exclusiva responsabilidad.



ECON. Diana K. Peña Ponce
Tutor del Proyecto

APROBACIÓN DEL TRABAJO (CERTIFICADO TRIBUAL)

**UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

Título de trabajo de titulación "Análisis de los factores de éxito y oportunidad en la venta de filtro de combustible de alto caudal"

Autor: Viviana Paola Acuña Aguirre

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Sometida a consideración del Tribunal de Revisión y Evaluación, certificamos que esta investigación está **APROBADA** para continuar con el trámite previo a la obtención del título de **"INGENIERA COMERCIAL, MENCIÓN EN COMERCIO EXTERIOR"**



Ing. Jenny Parrales Reyes



Ing. Teresa Cañarte Quimis



Ing. Argenis Rodríguez Bravo, MBA

AUTORIZACIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL UNESUM

La que suscribe, **VIVIANA PAOLA ACUÑA AGUIRRE** en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado **“ELABORACION Y COMERCIALIZACION DEL TE DE HOJAS DE ACHIOTE EN EL CANTON PAJAN CON PERSPECTIVA DE EXPORTACION”**, otorga a la Universidad Estatal del Sur de Manabí, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción y distribución pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia.


El autor declara que el contenido que se publicara es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Estatal del Sur de Manabí, se autoriza realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Estatal del Sur de Manabí.

El autor como titular de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la Universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que ella asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta autorización, se cede a la Universidad Estatal del Sur de Manabí el derecho exclusivo de archivar y publicar para ser consultado y citado por terceros, la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficios económicos.

Jipijapa, 28 de marzo del 2019

Firma:



Viviana Paola Acuña Aguirre

Cédula N° 1309834321

Dedicatoria

Gracias a Dios y a esas personas importantes en mi vida, que siempre estuvieron listas para brindarme toda su ayuda.

A mi querido esposo Freddy Fonseca por su paciencia, bondad, comprensión, preferiste sacrificar tu tiempo para que yo pudiera cumplir mis sueños, a mi madre hermosa Tania Aguirre, que me inspiro siempre a seguir adelante y a ser alguien mejor en la vida, a mis tres hijos, Alessandro, Stefano y Nicole Fonseca Acuña, que fueron mi inspiración y motivación cada día, va este agradecimiento.

Reconocimiento

A la Universidad Estatal del Sur y la facultad de Ciencias Económicas, ya que por medio de ella logre cumplir con mi meta profesional.

A mi esposo, hijos y madre, que con sus esfuerzos y motivación me ayudaron a lograr mi objetivo estudiantil.

A mi tutora, la Economista Diana Katuska Peña Ponce, MSc., por compartir sus conocimientos y ayuda en la guía de mi tesis.

A mis maestros, que con esfuerzo, paciencia y dedicación lograron formar un buen ser humano y ayudarme a crecer como profesional.

A todos mil gracias.

ÍNDICE

Dedicatoria	I
Reconocimiento	V
Índice de Tablas	VII
Indice de Gráficos	VIII
Resumen	IX
Abstract	X
1. Introducción	1
2. Objetivos	4
2.1. Objetivo General	4
2.2. Objetivo Especifico	4
3. Marco teórico de la investigación	5
3.1. Marco referencial	5
3.2. Base Teórica	6
3.2.1. El Achiote	6
3.2.2. El achiote en el Ecuador	6
3.2.2.1. Características y usos del Achiote	7
3.2.3. Comercialización en el Ecuador	8
3.2.4. Importancia de dar valor agregado al achiote	9
3.2.5. Proceso de elaboración de té de hojas de achiote	9
3.2.6. Té	10
3.2.7. Mercado internacional para el té verde (sin fermentar)	11
3.2.8. Comercio Exterior	12
4. Materiales y Metodos	15
4.1. Población y Muestra	16
5. Análisis y Resultados	17
6. Conclusiones	42
7. Recomendaciones	43
8. Bibliografía	44

Índice de Tablas

Tabla 1. Sexo de los encuestados.....	26
Tabla 2. Edad de los encuestados.....	27
Tabla #3 Consumo de achiote.....	28
Tabla 4. Usos del achiote.....	29
Tabla 5 Conoce las propiedades de las hojas de achiote	30
Tabla 6 Consumo de té.....	31
Tabla 7 Frecuencia de consumo de té	32
Tabla 8 Por qué consume té.....	33
Tabla 9. Le gustaría consumir té de hojas de achiote.....	34
Tabla 10 Dónde le gustaría adquirir este producto	35
Tabla 11 Contenido	37
Tabla 12 Precio del té.....	38
Tabla 13. Logotipo del Té	40

Indice de Gráficos

Gráfico 1. Sexo de los encuestados.....	26
Gráfico 2. Edad de los encuestados.....	27
Gráfico 3. Consumo de achiote.....	28
Gráfico 4. Usos del achiote.....	29
Gráfico 5. Conoce las propiedades de las hojas de achiote.....	30
Gráfico 6. Consumo de té.....	31
Gráfico 7. Frecuencia de consumo de té.....	32
Gráfico 8. Por qué consumo de té.....	33
Gráfico 9. Le gustaría consumir té de hojas de achiote.....	34
Gráfico 10. Dónde le gustaría adquirir este producto.....	35
Gráfico 11. Contenido.....	37
Gráfico 12. Precio del té.....	38
Gráfico 13. Logotipo del Té.....	41

Resumen

El propósito de este proyecto estuvo enfocado en la elaboración y comercialización de té de hojas de achiote y su perspectiva de exportación, en la actualidad no se aprovecha los residuos originados del proceso de producción del achiote en la ciudad de Paján lo que dio la pauta para el desarrollo de este trabajo. De forma general, las hojas de este producto no son utilizadas por los productores, solo se comercializan las semillas como materia prima, y por ende no se le otorga ningún tipo de valor agregado. La investigación es de carácter descriptivo que permitió tener una visión clara de la situación problemática y poder plantear una alternativa de solución, así mismo se aplicaron encuestas con el objetivo de obtener información de fuentes primarias, evidenciando la predisposición para adquirir un producto innovador que proporcione beneficios para la salud, tanto en Paján como la posibilidad de comercializarlo en el exterior. Se diseñó una propuesta orientada hacia la elaboración del té de hojas de achiote y su comercialización tanto en el mercado interno como en el externo, en el cual se establecen estrategias que bosquejan la imagen, envase, publicidad y permisos sanitarios para que este producto este en el mercado. Elaboración, comercialización, producto, desarrollo.

Abstract

The aim project was focused on the production and commercialization of achiote leaf tea and its export perspective, currently the waste originated from the achiote production process in Paján city is not used, which set the tone for the development of this work. In general, way the leaves of this product are not used by the producers, only seeds are marketed as raw material, and therefore no type of added value is granted. The research is a descriptive one that allowed to have a clear vision of the problem situation and to be able to propose a solution alternative, likewise surveys were applied with the objective of obtaining information from primary sources, evidencing the predisposition to acquire a new innovative product that provides benefits for health, both in Paján and the possibility of marketing it abroad. A proposal was designed aimed at the production of achiote leaf tea and its commercialization both in the domestic market and abroad, which establish strategies that outline the image, packaging, advertising and sanitary permits for this producer to be in the market. Elaboration, marketing, product, development.

1. Introducción

El sector agroindustrial ha abierto horizontes a nuevos cultivos que hasta hace poco tiempo se los consideraba improductivos y faltos de mercado, es el caso del achiote, que por el desarrollo tecnológico alcanzado en los últimos años, ha permitido un mejor aprovechamiento de los recursos naturales, la construcción de nuevas plantas extractoras de colorantes, ha posibilitado que este cultivo antes olvidado y considerado poco importante pase a engrandecer filas de rubros calificados como rentables. Países como México, Brasil, Perú, Kenia, Bolivia, Segall y Ecuador son los mayores productores, teniendo a sus principales consumidores e importadores a Japón, Europa y Estados Unidos.

Ecuador y de manera específica la provincia de Manabí, es la mayor productora de achiote en forma natural y en la actualidad se lo procesa y exporta a los mercados internacionales en tres presentaciones: pasta, polvo y semilla. (La Hora, 2010)

La semilla de achiote contiene altos niveles de carbohidratos, por lo que esta puede remplazar entre el 30% y 50% del maíz utilizado en la dieta de pollos y vacunos. La semilla despigmentada es utilizada como sustitutos de subproductos de trigo en la alimentación de vacunos, cerdos, aves de corral, entre otros. (La Hora, 2010)

Así mismo el achiote se emplea para la coloración de helados, yogurts, quesos, refrescos, jugos, néctares, harinas, galletas, embutidos, cosméticos, maderas, entre otros.

Avila (2017) reconoce que comercializar achiote agrega un sabor leve al producto final que en el caso del consumo en el hogar va directo a la comida, aunque la mayoría de los procesos asociados con el achiote son reempaquetado y distribuidos, además comenta que existen otros usos del mismo.

Calderon Z., (2017) en su investigación de mercado concluye que la comercialización del té de hojas de achiote en Perú es una actividad que con el pasar del tiempo ha venido teniendo mayor aceptación debido a la demanda existente en la localidad.

Benavides, (2017) Determina que el té de hojas de achiote es un producto que proporciona beneficios para la salud de los consumidores, como antiinflamatorio, antidiarreicos entre otros.

En la medicina se emplea en la curación de quemaduras y como anti-disentérico. Las hojas se las aplica sobre la frente para aliviar el dolor de cabeza, también se la emplea para enfermedades de la garganta y como hemostático en las heridas leves. (La Hora, 2010)

El achiote en polvo es muy demandado en el mercado nacional e incluso en el mercado internacional, es por esto que se presenta un mayor número de oportunidades para la exportación del mismo (Mora & Lozano, 2011).

Moreno (2016) expresa que en la actualidad el té de hojas de achiote en el Ecuador no es un producto que se produce dentro del territorio nacional, sin embargo existen datos que avalan la producción de té de hojas de achiote, siendo Perú el país pionero en comercializar este producto desde el año 1998.

En el cantón Paján se cultivan alrededor de 300 hectáreas de achiote, dicha producción es comercializada de forma autónoma, no existiendo organizaciones que realicen este proceso de manera asociada, su comercialización se realiza a nivel interno en la provincia y el país.

Sin embargo, aunque la producción de achiote en Paján genera ingresos a sus productores, estos son mínimos, ya que de regularmente se comercializa sin darle ningún tipo de valor agregado, ocasionando pérdidas a los agricultores, dado que no se aprovecha el potencial de esta planta, pues se desperdician subproductos de esta tales como hojas y raíces mismas

que poseen propiedades curativas. En otros países estos subproductos no se desperdician, sino que se aprovechan elaborando nuevos productos.

Lo anteriormente mencionado, se traduce en pérdidas económicas, bajo potencial productivo, falta de innovación, bajo valor agregado de la producción, lo que repercute de forma negativa en el desarrollo de este cantón, dado que no se explota su potencial agrícola.

En virtud de ello, el presente proyecto de investigación propone analizar una alternativa de comercialización del té de hojas de achiote, que se traduce en el aprovechamiento de la producción del achiote, lo que generará mejores ingresos a los productores.

La investigación tiene como objeto elaborar y comercializar el té de hojas de achiote así como de estudiar los mercados potenciales para este producto.

Así mismo es importante para la comunidad del cantón Paján incentivar este tipo de iniciativas para desarrollar en sus habitantes un mejor nivel económico y social, generando nuevas fuentes de empleo en la localidad.

La estrategia metodológica empelada en este proyecto estuvo basada la investigación de carácter exploratorio, que se apoyó en el método bibliográfico para sentar las bases teóricas de este trabajo. Las técnicas utilizadas para la recolección de la información fueron la entrevista y la encuesta. Cabe destacar que se utilizó la entrevista electrónica para poder analizar las perspectivas de exportación del producto te de hojas de achiote.

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Elaborar y comercializar té de hojas de achiote en Paján con perspectivas de exportación.

2.2. Objetivo Especifico

- Diagnosticar la situación actual de la producción y comercialización de achiote en Paján.
- Determinar el mercado meta consumidor del té de hojas de achiote.
- Elaborar una propuesta para la elaboración y comercialización del té hojas de achiote con orientación a la exportación.

3. Marco teórico de la investigación

3.1. Marco referencial

Artieda (2010) en el trabajo denominado “Estudio investigativo del achiote, cultivo, producción y aplicación en la gastronomía” establece la descripción del achiote, donde expresa que el achiote es una planta que tiene de 3 a 5 metros de altura, tiene un tallo cilíndrico con hojas simples, el fruto es una capsula dehiscentes de forma redonda, por lo general de color marrón rojizo, las flores son medianas, es de rápido desarrollo, cada fruto contiene de 20 a 55 semillas y al madurar el fruto se separa en dos cascara duras.

(Molina 2017) en el estudio “Propuesta de inversión para la disminuir las importaciones de los derivados de achiote” se determina que la solución de achiote en polvo es muy demandada en el mercado nacional e internacional, por lo que existe una demanda insatisfecha ya que el país debe importar el producto del mercado externo como: Perú, Costa Rica, etc. Por lo consiguiente en la investigación se concluye que las empresas dedicadas a comercializar el achiote en polvo tienen un alto margen de rentabilidad, aunque en el país no existen muchas empresas que se dediquen a esta actividad económica, resulta factible el incremento de empresas que comercialicen este producto.

Molina (2017) en la propuesta llamada “Uso de disoluciones de Bixa Orellana (achiote)” determinó mediante una evaluación de experimentación en roedores que se alteraba su sistema digestivo que “la actividad diarreica disminuyó después de haber ingerido el extracto de las hojas de achiote”, así mismo se estableció que los niveles de azúcar en los animales diabéticos disminuyeron considerablemente”.

Mora & Lozano (2011) en la investigación denominada “Propuesta de Inversión para disminuir las importaciones de los derivados de achiote” señala que en el mercado internacional, el achiote goza de interés por sus propiedades físicas, y en especial como una alternativa para sustituir los colorantes artificiales, señalados como dañinos para la

salud. Es por esto que el achiote abre nuevas y atractivas oportunidades para la exportación.

Con estos antecedentes a continuación se procede a sustentar teóricamente la propuesta.

3.2. Base Teórica

3.2.1. El Achiote

El origen del achiote (*Bixa Orellana*) se ubica en el suroeste del Amazonas, en la actualidad se ha propagado en el trópico de los países del nuevo mundo. Es un colorante y condimento natural originario de la zona tropical de América. Perez (2015).

El achiote se cultiva actualmente en diferentes regiones del mundo como África o Asia, sin embargo el principal productor de achiote es Perú.

Su utilización está registrada desde la época prehispánica, actualmente su uso está muy extendido, no solo para fines alimenticios sino por sus propiedades medicinales y múltiples aplicaciones cosméticas. VIX, (2017)

3.2.2. El achiote en el Ecuador

El cultivo del achiote ha tenido importancia desde épocas precolombinas debido a que se ha explotado con la finalidad de obtener una pasta que ha sido utilizada en la elaboración de condimentos, cosméticos, en rituales religiosos y en medicamentos.

En el Ecuador no se sabe, a ciencia cierta, desde que época se comenzó a cultivar el achiote, sin embargo el Ecuador está considerado como uno de los mayores productores y consumidores del mundo.

Manabí se encuentra como uno de los principales productores de achiote; cantones como Paján, 24 de Mayo, Jipijapa, Santa Ana, Olmedo, mantienen una actividad comercial que proveen parte de la demanda nacional, beneficiando a un sin número de personas que en la actualidad debido a la aceptación que tiene este producto se encuentran cultivando

comercialmente esta especie, lo cual ha aumentado su nivel de vida, ya que este cultivo se ha convertido en una fuente de ingresos económicos.

Actualmente existe un total de 300 hectáreas de cultivo de achiote en Paján, donde cada semana, durante la etapa invernal, se comercializa a las fábricas como La Fabril y Ales de 125 a 230 quintales de achiote. (La Hora, 2010)

3.2.2.1. Características y usos del Achiote

El achiote es una planta que se adapta con facilidad a los diferentes tipos de suelos, los cuales tienen que ser profundos, arenosos y de textura liviana.

Es un árbol de rápido desarrollo el cual alcanza una altura que va de los 3 a los 6 metros de altura, en sus hábitats naturales y en plantaciones naturales, es generalmente ramificado desde su base, el tallo puede llegar a medir hasta 30 centímetros de diámetros (Bonilla, 2009).

El achiote no produce un sabor muy fuerte si es utilizado en pequeñas cantidades, sin embargo si se utiliza en grandes cantidades se puede percibir que tiene un sutil sabor picante con un aroma dulce y de nuez.

El uso principal del achiote es en la gastronomía, y como colorante artificial, sin embargo en algunos países del mundo se emplea como uso medicinal aprovechando las ventajas curativas que tienen las hojas.

Las hojas tienen propiedades antiinflamatorias, antisépticas, antidiarreicas y también para evitar el vómito. La mejor forma de consumirlas es preparando infusiones con una cucharadita de hojas frescas por cada taza de agua hirviendo. Se deja tapada la infusión dejándola reposar por 10 minutos y por lo consiguiente beber tibia. (Plantas Medicinales, 2016)

La raíz del Achiote es digestiva y las hojas en cocimiento alivian las náuseas de las mujeres embarazadas. Las semillas son estomacales, laxativas y expectorantes.

Las hojas del ACHIOTE o BIXA se usan como expectorante, contra la bronquitis, hemorragias, quemaduras y estreñimiento. Las semillas contra ciertas afecciones cardiacas como carditis, endocarditis, pericarditis, etc.

El tinte del ACHIOTE es usado como antídoto del ácido prúsico (veneno de la MANDIOCA) y del ácido cianhídrico de la tapioca.

Las hojas, preparadas en infusión, son además un excelente remedio para aliviar la PROSTATITIS.

3.2.3. Comercialización en el Ecuador

En el Ecuador el achiote se comercializa, en mayores cantidades, como materia prima a la semilla, siendo el agricultor el proveedor de las industrias ecuatorianas como lo son la Fabril, Ales, entre otras, es decir no se le da un valor agregado y se desperdician otras partes de la planta que se utilizan en los hogares como antidiarreicos, o con otros efectos medicinales.

La producción, tradicional, en Manabí ha permitido con el pasar de los años, que implementen empresas que se dediquen a la compra y comercialización de la semilla de esta especie como rubro primario para luego ser sometida a un proceso.

En Manabí, los productores y empresas como La Fabril orientan su producción a la exportación. El comercio lo realizan los comerciantes mayoristas, quienes compran las semillas directamente a los productores ubicados en todo el país, donde agroindustrias como la Fabril en Manabí, la Favorita, Aceitera S.A., entre otras, absorben el 36,6% de comerciantes minoristas, el sector industrial constituido por fabricantes de productos participa con el 32,6%, mientras que el sector que corresponden a las empresas procesadoras registra el 18.3%. (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2018)

3.2.4. Importancia de dar valor agregado al achiote

El valor agregado o el valor añadido en términos de marketing se refiere a una característica o servicio extra que se le da a un determinado producto o servicio, con el fin de darle mayor valor comercial al mismo, en términos generales se trata de una característica poco común o poco usada por los competidores y que aporta cierta diferenciación a la empresa o el producto primario. (Lopez, 2013)

En la presente investigación se presenta la oportunidad de agregarle una característica diferente al achiote. Generalmente en el Ecuador se comercializa el achiote como colorante vegetal o simplemente como materia prima para venderse en las industrias ecuatorianas, desperdiciando así partes importantes de la planta que a lo largo del estudio se observa que tienen componentes medicinales como es el ejemplo de las hojas.

Es por esto que utilizando los desechos de las hojas se pretende introducir al mercado local un té de hojas de achiote con perspectiva al comercio internacional.

3.2.5. Proceso de elaboración de té de hojas de achiote

La elaboración del té de hojas de achiote se realiza de la siguiente manera:

- **Recepción y recolección de la materia verde:** la materia prima se adquiere directamente de las plantas de achiote, recolectando todas las hojas verdes, este proceso lleva 2 horas.
- **Lavado:** el lavado de las hojas se las realiza con agua normal, para que de esta manera se retiren los agentes extraños como son la tierra y el polvo que por lo general se encuentran en las plantas. El tiempo de lavado de las hojas es de 3 horas, esto dependerá de la cantidad de hojas que se recolecten.
- **Desinfección:** para la desinfección se utiliza 2g. de meta bisulfito, el mismo que se coloca en 1 litro de agua y posteriormente se les rosea en las hojas después del lavado. La presente etapa tiene una duración de 45 minutos

- **Deshidratación:** se coge la materia prima y se las deja secar en un cuarto normal por un lapso de dos días, evitando que ingresen agentes extraños como moscas y otros insectos, con una temperatura ambiente de 20 a 22°C, la materia prima se la extiende sobre una mesa de madera, la misma que permitió mantener en buen estado a las hojas.
- **Clasificación de materia seca:** se clasifico la materia seca eliminando las hojas en mal estado y los tallos, ya que el té está elaborado a base de hojas. Para la clasificación de las hojas se toma un tiempo de 2 horas.
- **Molido:** el molido se lo realiza por medio de un molino artesanal, en el mismo que se muelen las hojas extraídas del achiote. El tiempo de duración de este proceso es de 1 hora
- **Pesado y enfundado:** una vez molida las hojas se procede a pesar 20g de materia prima en una balanza electrónica. **Enfundado:** se realiza en fundas de polietileno de 20g. adecuadas para el té, debido a que el té es al granel. Estas fundas plásticas son adecuadas para el producto, ya que evitan el ingreso de humedad y de agentes extraños como el polvo y microorganismos. 4 horas

3.2.6. Té

Existen diversas variedades de té que responden al tipo de procesamiento que hayan sufrido las hojas: té verde (sin fermentar), té oolong (semi-fermentado) y el té negro.

- **Té verde (sin fermentar)**

Esta variedad se caracteriza por su imponente color pálido; es la variedad menos manipulada dejándose secar al aire y el sol, su característica fundamental radica en su alto contenido de antioxidantes, capacidad diurética y reducido tiempo de infusión. Castro (2017)

- **Té oolong (semi-fermentado)**

También es conocido como el té azul, es una variedad que ha sufrido el proceso de fermentación pero solo de manera parcial; por lo general en esta variedad solo se utilizan las hojas enteras; contiene una cantidad más elevadas de componentes como el tanino. Castro (2017)

- **Té negro (fermentación completa)**

Esta variedad de té se caracteriza por el secado dura más de 24 horas, el proceso de fermentación de la hoja se produce cuando la hoja entra en contacto con el oxígeno del aire; a esto proceso también se lo denomina oxidación, el cual es el que le da un tono rojizo y sabor característico al té negro. Esta variedad a diferencia de las demás, es sometida a un intenso proceso de fermentación tras su recolección que puede durar entre 2 y 60 días. Castro (2017)

Una vez estudiado las tres variedades de té mencionadas anteriormente, se comprende que el té de hojas de achiote cumple con las mismas características de la variedad denominada té verde (sin fermentar).

3.2.7. Mercado internacional para el té verde (sin fermentar)

Países importadores	Valor exportado en el 2017 (miles USD)	Cantidad exportada (toneladas)
Estados Unidos de América	43	21
Perú	22	12

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Paola Acuña

En relación con lo expuesto anteriormente se evidencia que Estados Unidos es el principal socio comercial de Ecuador en la exportación de Té verde sin fermentar, presentado en envases inmediatos ≥ 3 kg, con partida arancelaria 090210.

Sin embargo es importante recalcar a Perú como el segundo socio comercial más importante, tomando en cuenta la cercanía que tiene ambos países para exportación de este producto

3.2.8. Comercio Exterior

La actividad agrícola comercial del achiote como rubro exportable se ha ido incrementado con el pasar de los años, debido a la importancia que esta especie tiene para la industria de alimentos y farmacéutica a nivel mundial, permitiendo que empresas exportadoras, lo que ha dado lugar a un aumento de mano de obra.

El achiote a través del tiempo se ha convertido en un producto apetecido por muchos países en el mundo, es así que a medida que pasa el tiempo aparecen nuevos oferentes y demandantes.

Comprendida en el capítulo 32 en donde alcanzan los extractos curtientes o tintóreos; taninos y sus derivados; pigmentos y demás materias colorantes; pinturas y barnices; mastiques; tintas. Con partida arancelaria 32.03.00.14

Países importadores	Valor exportado en el 2017 (miles USD)	Cantidad exportada (toneladas)
Japón	1.306	3
Alemania	1.062	19
Estados Unidos de América	648	11
Dinamarca	423	3
Perú	95	2

Fuente: Trade Map
Elaborado por: Paola Acuña

Japón es el mercado más importante para la colocación comercial del achiote, recaudando un valor total de 1.306 millones de dólares, con un total de 3 toneladas, similar comportamiento reporta Alemania, Estados Unidos, Dinamarca y Perú como se evidencia en el cuadro.

Como producto no tradicional el Achiote es una alternativa de desarrollo económico para el país. Los precios establecidos en las negociaciones realizadas por los productores ecuatorianos están en un precio de USD 165 el saco de 45,45 kg.

- **Nomenclatura Arancelaria**

La estructura arancelaria utilizada en el Ecuador es la NANDINA, la cual constituye la nomenclatura común de los países que son miembros de la Comunidad Andina: Colombia, Perú, Ecuador y Bolivia. La NANDINA comprende las partidas arancelarias, subpartida, códigos numéricos, notas de sección, notas de capítulo, notas complementarias y reglas generales de interpretación a fin de una adecuada clasificación arancelarias de los productos.

El código numérico de la NANDINA está conformado por ocho dígitos. Los dos primeros corresponden a la identificación del capítulo, el tercero y cuarto a la partida arancelaria, el quinto y el sexto número indican la subpartida del sistema Armonizado y los dos últimos dígitos señalan las subpartida regionales.

09.02	Té incluso aromático		
0902.10.00.00	Té verde (sin fermentar) presentado en envases individuales con un contenido inferior o igual a 3 kg	kg	25
0902.20.00.00	Té verde (sin fermentar) presentado de otra forma	kg	25
0902.30.00.00	Té negro (fermentado) y té parcialmente fermentado presentado en envases individuales con un contenido inferior o igual a 3 kg	kg	30
0902.40.00.00	Té negro (fermentado) y té parcialmente fermentado presentado de otra forma	kg	30

Analizadas las bases teóricas que dan soporte a esta investigación se puede inferir que los países con potencial consumo de te son Japón, Alemania, USA, Dinamarca y Perú; se detectó que en Ecuador el achiote está destinado solo para brindarle coloración a diferentes platos gastronómicos, empleando solo la semilla, y desperdiciando los subproductos de esta planta, mismos que deberían ser aprovechados y de esta forma innovar la producción del achiote mediante el uso de las hojas del achiote.

4. Materiales y Métodos

- **Modalidad de la investigación**

La modalidad empleada tuvo carácter científico apoyado en una metodología inductiva lo que permitió recabar datos reales y útiles para el proceso investigativo.

- **Tipo de Investigación**

Se utilizó la investigación analítica y descriptiva, debido a que se describieron (conceptos teorías que sirven de base para la fundamentación teórica), así mismo se analizó la importancia desde el punto de vista científico – teórico la incorporación de valor agregado a la producción de achiote como alternativa de desarrollo comercial y local de la comunidad en estudio.

En la investigación se utilizó el método bibliográfico, el cual ayudo a incorporar información de autores y referencias acerca del achiote.

- **Técnicas**

Encuesta: se aplicó la encuesta a los habitantes del cantón Paján con el objetivo de obtener datos de fuentes primarias, relacionada con los gustos y preferencias y aceptación por parte de los consumidores del producto en estudio, lo que sirvió de base para el diseño de esta manufactura.

Entrevista: el empleo de esta técnica permitió obtener información valiosa para la investigación, dado que se pudo indagar en temas referentes al cultivo, producción y comercialización del achiote, detectándose la falta de incorporación de valor agregado y el desaprovechamiento de los derivados de este vegetal, lo que dio paso al planteamiento de la propuesta de este trabajo. Se realizó la entrevista a productores y comercializadores de achiote del cantón Paján, así mismo se realizó las entrevistas a los importadores de té en Perú

4.1. Población y Muestra

Como universo se consideró a la población del cantón Paján, teniendo un total de habitantes de 37.073 mil habitantes, según los datos del censo poblacional del año 2010. (INEC, 2010)

Para la obtención de la muestra se aplicó el método de muestreo de Vitti S., (2017):

$$n = \frac{(z)^2 (P. Q) (N)}{(e)^2 (N) + (z)^2 (P. Q)}$$

Dónde:

n= tamaño de la muestra (?)

Z= margen de confiabilidad (1,96)

P= probabilidad de éxito (0,50)

Q= probabilidad de fracaso (0,50)

e= error admisible (0,05)

N= tamaño de población (37.073)

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,25) (37.073)}{(0,05)^2 \cdot (37.073) + (1,96)^2 \cdot (0,25)}$$

$$n = \frac{(3,84)(0,25)(37.073)}{(0,0025)(37.073) + (3,84)(0,25)}$$

$$n = \frac{35.590,08}{92,68 + 0,96}$$

$$n = \frac{35.590,08}{93,64}$$

n =380 habitantes

5. Análisis y Resultados

5.1. Entrevista

La entrevista fue realizada al Sr. Alfonso Rodríguez productor y comercializador de achiote en el cantón Paján.

1. ¿Cuál es la actividad que usted realiza?

Yo siembro y comercializo achiote aquí en el cantón Paján, tengo 5 años dedicándome a esta actividad.

2. ¿Con cuántas hectáreas de producción usted cuenta en el momento?

Por el momento tengo 10 hectáreas de achiote sembrada aquí en mi finca.

3. ¿Cuántos quintales de achiote recolecta en una hectárea?

Se estima entre 2 o 3 quintales por hectáreas, no se puede hablar un número concreto ya que hay hectáreas que dan mucho más semilla que otras.

4. ¿Cuál es el proceso de recolección y procesamiento del achiote?

El achiote se lo recolecta en los meses de junio y julio ya que en esos meses se obtiene el 70% de la producción y el 30% restante se lo recolecta entre octubre y noviembre. En la actualidad no le damos un valor agregado al achiote ya que vendemos solamente la semilla, y los desechos obtenidos del desgrane lo reutilizamos como abono para la tierra.

5. ¿Usted a quien le vende las semillas del achiote?

Directamente la vendo en las corporaciones como la Fabril ubicada en Manta, ya que ellos pagan un valor aproximado al que se establece anualmente, por ejemplo este año el precio del quintal de la semilla pura y de calidad está en \$165 dólares, la fabril paga entre \$100 y \$140 dólares el quintal, en cambio un intermediario me paga entre \$80 y \$90 dólares el quintal, es por esto que resulta mejor venderlo directamente a la empresa.

Entrevista

La entrevista fue realizada al Sr. Daniel Rodríguez comercializador de achiote en el cantón Paján.

1. ¿Cuál es la actividad que usted realiza?

La actividad que yo realizo básicamente se centra en comprar achiote al por mayor y venderlo en empaques de semillas a tiendas de abarrotes o también vendo por quintales al por mayor a las industrias localizadas en Manta o Guayaquil.

2. ¿Usted a quien le vende las semillas del achiote?

Directamente vendo en las corporaciones como la Fabril ubicada en Manta, sin embargo también distribuyo a las tiendas de abarrotes localizadas aquí en Paján, comercializo en paquetes pequeños para uso doméstico en las diferentes tiendas.

3. ¿Usted a quien le compra las semillas de achiote para comercializarlas?

Bueno, yo le compro a los productores de aquí Paján, o muchas veces me transporto hasta 24 de Mayo para comprarle a los productores de esa localidad, esto se debe a que los productores de nuestra localidad ya han optado por comercializar ellos mismos la semilla de achiote a las grandes industrias, ya que ven un mayor margen de rentabilidad produciendo y comercializando ellos mismos, es por esto que se está optando por comprarle a los productores de 24 de Mayo para hacer el empaquetado y la distribución de la semilla a nivel local en las tiendas de abarrotes, ya que resulta mucho mejor venderlo así, que por quintales, al menos para nosotros los comercializadores minoristas es mejor así, porque se obtiene mayor ganancia.

4. ¿Cómo es el proceso de empaquetado de las semillas de achiote?

El proceso que realizo es manual, el procedimiento lo realizo desde mi casa, es muy sencillo por lo que lo hago solo con mi esposa, primero se selecciona la semilla del achiote esto se hace para garantizar la calidad de nuestro producto, después de haber seleccionado

la semilla, se los pone en paquete de plástico transparentes y se procede a sellarlos con la maquina selladora de fundas plásticas que tengo en mi casa.

Entrevista

La entrevista fue realizada al Sr. Teodoro Melo productor y comercializador de achiote en el cantón Paján.

1. ¿Cuál es la actividad que usted realiza?

Yo produzco y comercializo achiote aquí en el cantón Paján.

2. ¿Con cuántas hectáreas de producción usted cuenta en el momento?

Por el momento tengo 17 hectáreas de achiote sembrada aquí en mi finca.

3. ¿Cuántos quintales de achiote recolecta en una hectárea?

Hay cosechas que se recogen 4 quintales por hectáreas, pero sin embargo hay otras que no se recogen tanto, hay hectáreas que dan 2 o 3 quintales, en si no se puede hablar un número exacto.

4. ¿Cuál es el proceso de recolección y procesamiento del achiote?

El achiote se lo recolecta en los meses de junio y julio ya que en esos meses se obtiene mayor producción. En la actualidad solo vendemos el achiote en semilla no le realizamos ningún proceso de transformación.

5. ¿Usted a quien le vende las semillas del achiote?

Directamente la vendo en las corporaciones en Manta, ya que ellos pagan un valor bastante elevado, y por eso prefiero ser yo quien lo comercialice y quien lo produzca, así de esta forma veo reflejado en su totalidad el valor de la ganancia.

ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

Los resultados de las entrevistas realizadas reflejan que un 50% de los agricultores dedicados al cultivo de achiote en Paján vienen realizando esta actividad en un tiempo aproximado a 5 años, cultivando hasta 13 hectáreas en sus fincas, obteniendo rendimientos estimados entre 2 y 3 quintales de achiote semestral, los mismos que son cosechados durante los meses de junio, julio y noviembre y vendidos a los comerciantes mayoristas y a la industria La Fabril de la ciudad de Manta, cabe denotar que este producto se vende sin darle ningún valor agregado, solo es empaquetado en fundas plásticas selladas de manera manual empleando máquinas selladoras. Existen alrededor de 76 personas dedicadas a la comercialización de esta semilla, obteniendo este bien de los productores locales y de productores de la ciudad de 24 de Mayo, los mismos que venden el producto a empresas ubicadas en las ciudades de Manta y Guayaquil. Los precios de venta por quintal de achiote están estimados entre USD 80,00 y USD165.00 teniendo un promedio de USD 115,00 por quintal de producto. Este precio logra cubrir los costos de producción. Un aspecto importante detectado en el diagnóstico realizado es que los productores de achiote, solo emplean las semillas para comercializarlas y los desechos de las mismas para abono, descartando la posibilidad de reutilizar el resto de esta planta como son sus hojas.

ENTREVISTA VÍA CORREO ELECTRÓNICO

La entrevista fue realizada vía correo electrónico a la señora Verónica Chavarri, empresaria de la ciudad de Lima – Perú.

1. ¿A qué se dedica?

En la actualidad me dedico a importar productos alimenticios de consumo general para la distribución aquí en Santa Anita, que está ubicado a 20 minutos de Lima, Perú

2. ¿El achiote es consumido en Perú?

Si, efectivamente se consume bastante este producto, en la actualidad aquí en Perú ya no solo se utiliza como colorante vegetal para la preparación de las comidas, al pasar del tiempo los habitantes han desarrollado nuevas exigencias de consumo, por sus beneficios medicinales, existe demanda de diferentes bebidas aromáticas entre ellas se ha detectado una predilección hacia el té de hojas y raíces de achiote.

3. ¿Existe la posibilidad de consumo para el té de hojas de achiote?

En un reciente estudio de mercado realizado por la microempresa SPARR, se logró determinar que una proporción considerable de habitantes se inclinarían a demandar este tipo de producto.

4. ¿Se encuentra satisfecha la demanda del Té?

En la actualidad este sector se encuentra con la demanda casi en un 90% cubierta, sin embargo al pasar el tiempo esta va creciendo día a día, y es por esto que empresas importadoras como la que dirijo buscamos nuevos ofertantes de estos productos, para poder abastecer la demanda futura.

5. ¿Considera usted que es factible la importación de este producto desde Ecuador hacia su país?

Claro que si, como le digo cada día la demanda de este producto crece, y por ende necesita ser cubierta, para esto es importante identificar los productores de este producto, para poder comenzar a cubrir la demanda en el país.

ENTREVISTA VÍA CORREO ELECTRÓNICO

La entrevista fue realizada vía correo electrónico a la señora Karina Barrionuevo empresaria de la ciudad de Lima – Perú.

1. ¿A qué se dedica?

En la actualidad me dedico a distribuir e importar productos aquí en Lima - Perú

2. ¿El achiote es consumido en Perú?

Si, se consume bastante este producto en la localidad, se demanda de cualquier manera, ya sea como colorante vegetal o como producto sustituto para la medicina natural.

3. ¿Existe la posibilidad de consumo para el té de hojas de achiote?

Yo considero que si existe un mercado demandante de este producto, ya que en los últimos años y con el avance de la medicina natural se ha comprobado que esta planta es también usado como medicamento natural

4. ¿Se encuentra satisfecha la demanda del Té?

Existe una cierta población de Lima a la que no es posible satisfacer de este producto, ya que se importa a pocos países, pero siempre dispuesto a buscar nuevos vendedores, para poder cumplir con la demanda total

5. ¿Considera usted que es factible la importación de este producto desde Ecuador hacia su país?

Por supuesto, siempre es importante buscar nuevos vendedores para poder cumplir con la demanda nacional, es por esto que si considero que sea factible la importación de este producto.

ANÁLISIS

Para evaluar la aceptación del producto té de hojas de achiote, en primer lugar se parte del levantamiento del sustento teórico, donde se pudo detectar que Perú es un potencial consumidor de té de hojas de achiote, a partir de lo cual se procedió a tener contacto vía On line con dos empresarias de la ciudad de Lima, los resultados arrojados por esta técnica indican que el producto objeto de estudio tendrá aceptación por parte de los consumidores externos. De allí que se hace necesario este tipo de investigación, dado que la creación de esta línea de bienes con tendencia a consumo internacional generarían nuevos ingresos a quienes se dediquen a esta actividad de forma directa e indirecta. Es decir existe la tendencia a ser un producto de carácter exportable.

a. Encuesta

La encuesta fue dirigida a la población de Paján, con la finalidad de obtener información referente a la aceptación de un nuevo producto “TÉ DE HOJAS DE ACHIOTE” en el mercado.

1. ¿Cuál es su sexo?

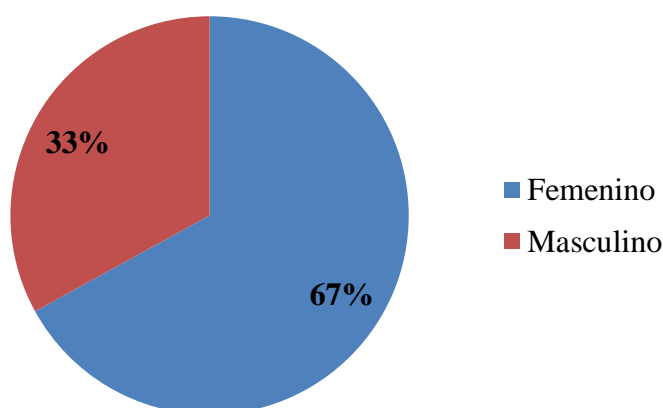
Tabla 1. Sexo de los encuestados

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	256	67%
Masculino	124	33%
Total	380	100%

Fuente: Población de Paján

Elaborado por: Paola Acuña Aguirre

Gráfico 1. Sexo de los encuestados



Análisis

Las encuestas aplicadas corresponden el 67% al género femenino y el 33% al género masculino estos resultados serán referenciales al momento de aplicar estrategias de comercialización.

Interpretación

El género influye de manera significativa ya que se puede determinar que existen más mujeres en el cantón Paján, las cuales son las que más van a consumir el té. (INEC, 2010; Ecuador en cifras, 2010).

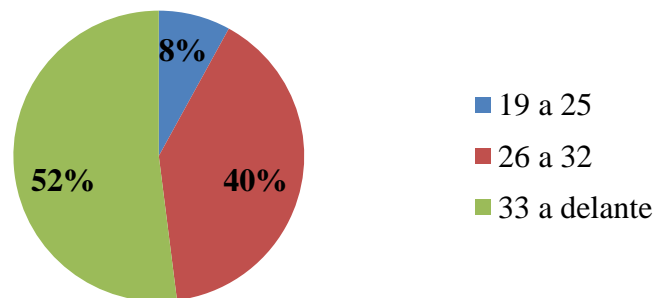
2. ¿Qué edad tiene?

Tabla 2. Edad de los encuestados

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
19 a 25	30	8%
26 a 32	150	40%
33 a delante	200	52%
Total	380	100%

Fuente: Población de Paján
Elaborado por: Paola Acuña Aguirre

Gráfico 2. Edad de los encuestados



Análisis

Se determina que el 52% de los encuestados pertenece a las personas de 33 años de edad en adelante y el 40% corresponde a las personas de 26 a 32 años de edad constituyendo estas las más altas, mientras que el 8% recae en personas entre 19 a 25 años en adelante, lo que permitirá establecer estrategias para los diferentes segmentos de edades y determinar a cual se debe poner más atención.

Interpretación

Conocer a los clientes es vital para toda compañía de este modo se puede saber lo que desean, y a que segmento de mercado nos estamos dirigiendo. La edad no solo influye en los gustos y preferencias a la hora de seleccionar un comercio concreto, sino que también es decisiva a la hora de la decisión de compra (Zambrano, 2010).

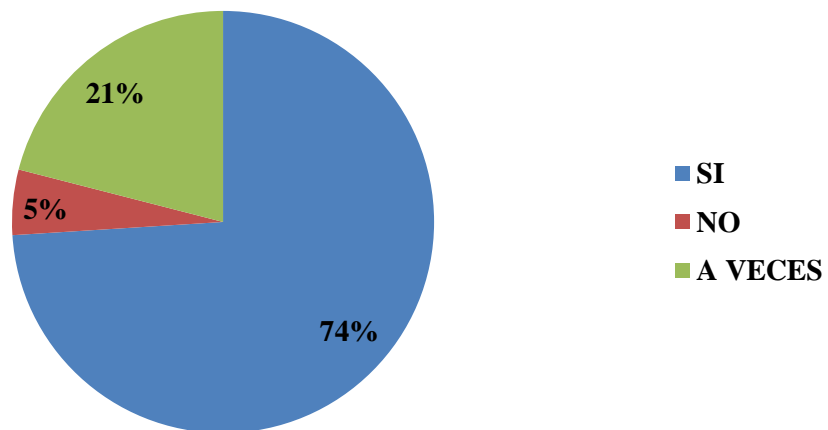
3. ¿Consume usted el achiote?

Tabla #3 Consumo de achiote

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	280	74%
NO	20	5%
A VECES	80	21%
Total	380	100%

Fuente: Población de Paján
Elaborado por: Paola Acuña Aguirre

Gráfico 3. Consumo de achiote



Análisis

Se puede observar que el 74% de la población encuesta consume achiote de manera regular, mientras que el 21% solo consume achiote a veces y el 5% no consume achiote.

Interpretación

El consumo de achiote es cada vez más alto en diferentes partes del mundo, debido a que a través del tiempo y mediante los diferentes estudios esta ha desarrollado un sin número de beneficios para la salud de las personas, pasando así de ser un simple colorante alimenticio, ahora también es considerado una planta medicina (Puerta, 2014)

La mayor parte de los habitantes del cantón Paján consume el achiote, lo que significa que la semilla es conocida en este cantón y los habitantes están familiarizados con la misma

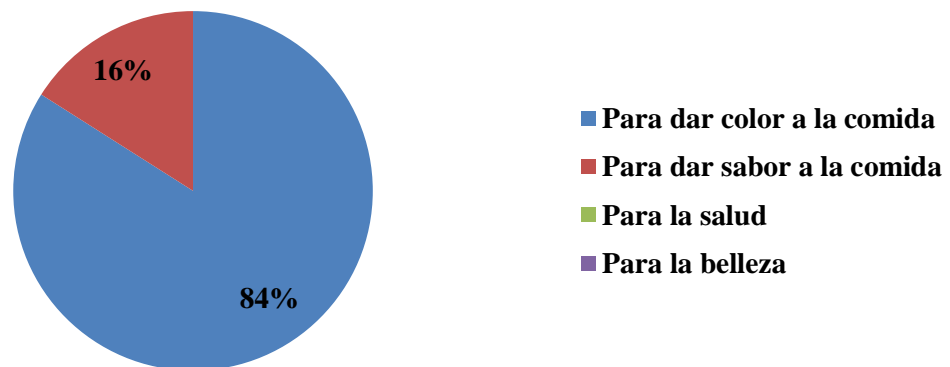
4. ¿Qué usos le da al producto achiote?

Tabla 4. Usos del achiote

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Para dar color a la comida	320	84%
Para dar sabor a la comida	60	16%
Para la salud	0	0%
Para la belleza	0	0%
Total	380	100%

Fuente: Población de Paján
Elaborado por: Paola Acuña Aguirre

Gráfico 4. Usos del achiote



Análisis

Se determina que el 84% de la población de Paján usa el achiote para darle color a la comida, mientras que el 16% restante lo usan para darle sabor a la comida.

Interpretación

El achiote es utilizado como aditivo colorante de diversas preparaciones, la misma que se puede conseguir en sus diferentes versiones ya sea en polvo, en semillas enteras o en pasta ya preparada, y es común encontrarla en la lista de ingredientes de los productos gastronómicos (Martínez, 2016).

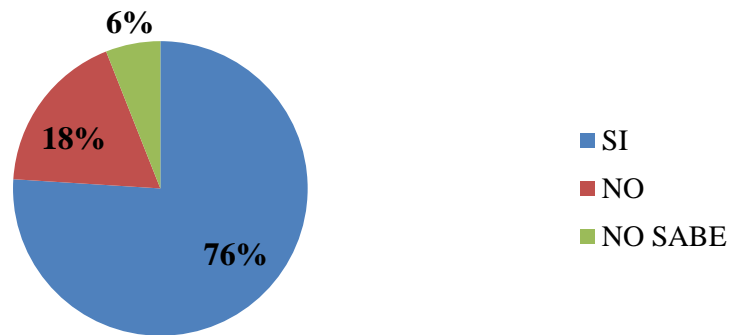
5. ¿Conoce usted las propiedades de las hojas de achiote?

Tabla 5 Conoce las propiedades de las hojas de achiote

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	290	76%
No	70	18%
No sabe	20	6%
Total	380	100%

Fuente: Población de Paján
Elaborado por: Paola Acuña Aguirre

Gráfico 5. Conoce las propiedades de las hojas de achiote



Análisis

El 76% de la población afirma que si conoce las propiedades de las hojas de achiote, mientras que el 18% asegura que no conocen las propiedades de las hojas, mientras que el 6% restante no saben acerca de las propiedades.

Interpretación.

El achiote además de ser utilizado como colorante vegetal, también es considerado como medicina natural, debido a sus múltiples beneficios el achiote es considerado como antidiarreicos y antiinflamatorio. (Martínez, 2016)

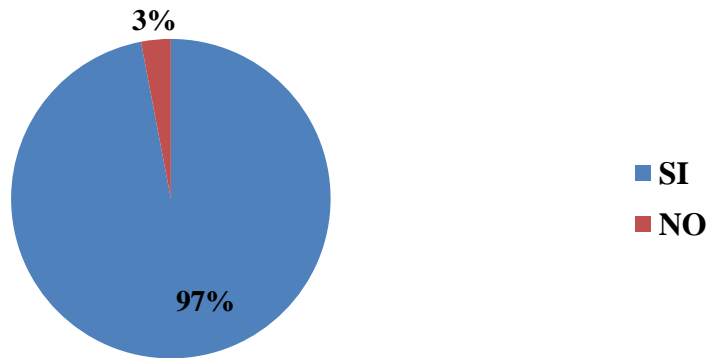
6. ¿Consume usted té?

Tabla 6 Consumo de té

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	370	97%
No	10	3%
Total	380	100%

Fuente: Población de Paján
Elaborado por: Paola Acuña Aguirre

Gráfico 6. Consumo de té



Análisis

El 97% de los encuestados afirman que consumen té, el 3% restante no consume té

Interpretación

El té y las infusiones, se han convertido en bebidas muy populares en el mundo, debido a sus propiedades, algunas antioxidantes las cuales fortalecen al sistema inmunológico y neutralizan la actividad de los radicales libres, que causan la oxidación de células; pero no debe abusarse de su consumo (Toscano, 2008).

El té es una de las bebidas más populares y antiguas del mundo, el té actúa de manera medicinal. De esta manera se evidencia que en el cantón Paján la población consume de manera significativa té

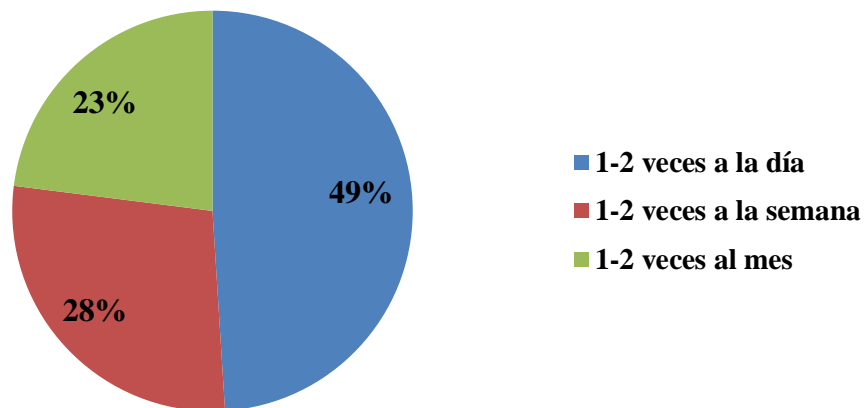
7. ¿Con que frecuencia consume té?

Tabla 7 Frecuencia de consumo de té

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1-2 veces al día	185	49%
1-2 veces a la semana	105	28%
1-2 veces al mes	90	23%
Total	380	100%

Fuente: Población de Paján
Elaborado por: Paola Acuña Aguirre

Gráfico 7. Frecuencia de consumo de té



Análisis

Se observa que 49% de la población encuestada consume té en un promedio de 1-2 veces en el día, mientras que el 28% lo consume de 1-2 veces a la semana.

Interpretación

Se puede inferir que el té es considerado como una de las bebidas más apetecidas en la sociedad, que es parte de la vida cotidiana de las personas ya que contienen efectos medicinales (Márquez, 2016).

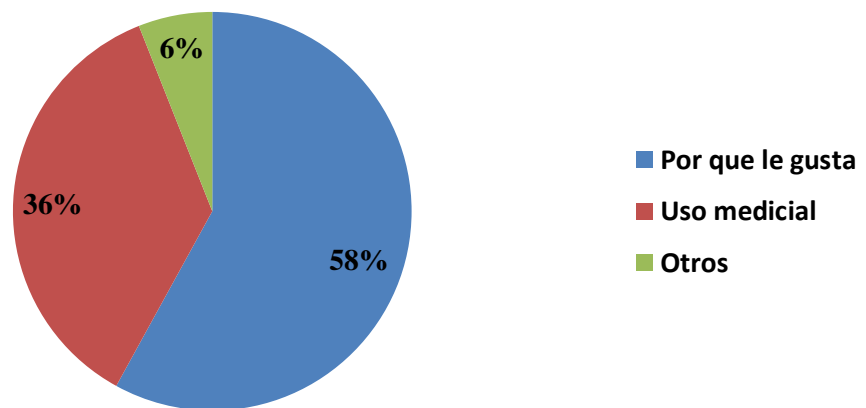
8. ¿Por qué consume usted té?

Tabla 8 Por qué consume té

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Por qué le gusta	220	58%
Uso medicinal	135	36%
Otros	25	6%
Total	380	100%

Fuente: Población de Paján
Elaborado por: Paola Acuña Aguirre

Gráfico 8. Por qué consumo de té



Análisis

El 58% de la población encuestada afirma que consumen té por los diferentes usos medicinales que estos aportan, mientras que el 36% lo consume porque le gusta.

Interpretación

La mayor población encuestada en Paján consume té por los usos medicinales que contiene esta bebida, mientras que existe otro porcentaje que lo consume por el sabor particular que estos tienen.

El té es una bebida de gran consumo y muchos de sus componentes se asocian con beneficios para la salud (Valenzuela, 2017).

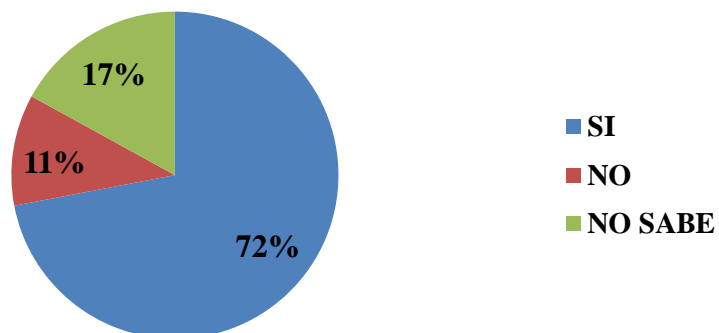
9. ¿Le gustaría consumir un té que aporte beneficios para su salud elaborado a base de hojas de achiote?

Tabla 9. Le gustaría consumir té de hojas de achiote

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	285	72%
No	30	11%
No sabe	65	17%
Total	380	100%

Fuente: Población de Paján
Elaborado por: Paola Acuña Aguirre

Grafico 9. Le gustaría consumir té de hojas de achiote



Análisis

El 72% de los encuestados afirman que si les gustaría consumir el té a base de hojas de achiote, mientras que el 17% no sabría si consumir o no el té.

Interpretación.

Por más estratégico que sea un producto, si no está anclado a lo que el consumidor considera relevante o diferenciador no va a prosperar (Barboza, 2014).

La población está dispuesta a consumir un nuevo producto, se puede inferir que el motivo del por qué están dispuestos a consumir es porque se conoce las propiedades medicinales que proporciona las hojas del achiote, estos resultados ayudaran a direccionar la elaboración y comercialización del té de hojas de achiote.

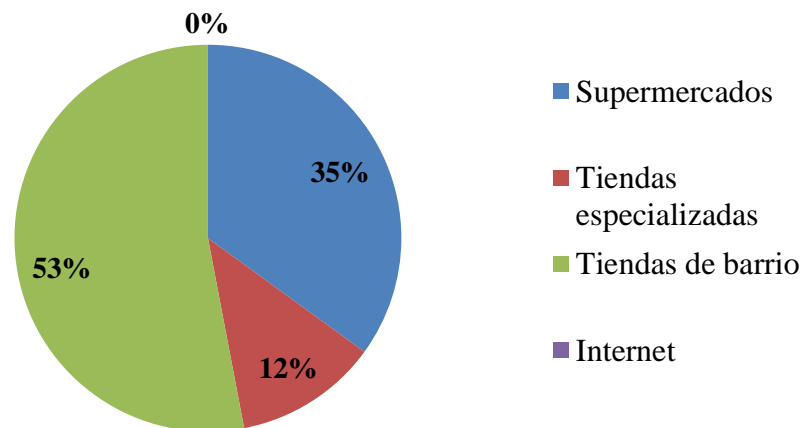
10. ¿Dónde le gustaría adquirir este producto?

Tabla 10 Dónde le gustaría adquirir este producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Supermercados	135	35%
Tiendas especializadas	45	12%
Tiendas de barrio	200	53%
Internet	0	0%
Total	380	100%

Fuente: Población de Paján
Elaborado por: Paola Acuña Aguirre

Gráfico 10. Dónde le gustaría adquirir este producto



Análisis

El 53% de los encuestados prefiere adquirir el producto en las tiendas de barrios, el 35% afirma que les gustaría encontrar el producto en los supermercados, mientras que el 12% restante prefiere las tiendas especializadas.

Interpretación

El objetivo de un canal de distribución bien estructurado radica en reducir los costos de distribución y tener una mejor cobertura del mercado al que se quiere dirigir (Galán, 2017).

Con la información obtenida en la encuesta se determina que el mayor porcentaje de la población encuestada prefiere encontrar el producto en las tiendas de barrios, esto se debe a que resulta más factible llegar a las tiendas de barrio que salir a los supermercados o a las tiendas especializadas, esto ayudara a buscar los canales más óptimos que satisfagan a la población y que les de comodidad y facilidad para adquirir el producto.

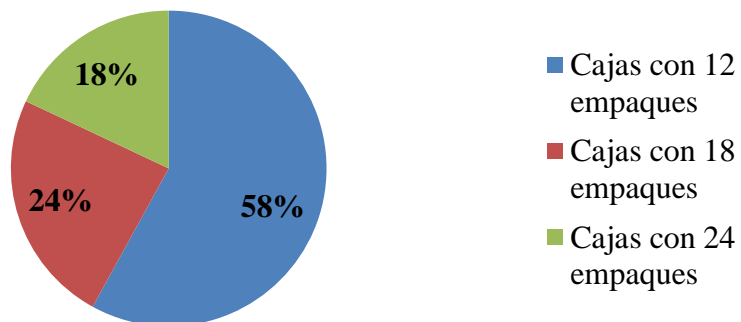
11. ¿Cómo le gustaría que sea el envase para el té de hojas de achiote?

Tabla 11 Contenido

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Cajas con 12 empaques	220	58%
Cajas con 18 empaques	90	24%
Cajas con 24 empaques	70	18%
Total	380	100%

Fuente: Población de Paján
Elaborado por: Paola Acuña Aguirre

Gráfico 11. Contenido



Análisis

El 58% de la población encuestada afirma que le gustaría que el contenido de las cajas del té sea de 12 empaques, mientras que el 24% alega que las cajas contengan paquetes de 18 empaques.

Interpretación

Es de vital importancia para las empresas que van a lanzar un producto nuevo, tener una buena presentación del mismo, para que este se posea en la mente del consumidor, y tenga éxito en el mercado Calderon Z., (2017)

Relacionando los datos obtenidos, se puede deducir que el precio del té va acorde con el contenido de las cajas, esto ayudara a la forma de presentación del producto al momento de comercializarlo.

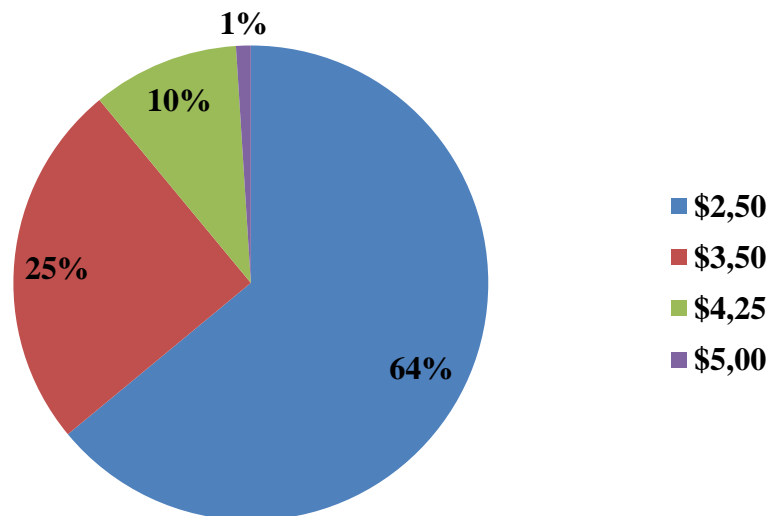
12. En caso de que el té de hojas de achiote incursione en el mercado ¿Qué precio prefiere x 12 empaques?

Tabla 12 Precio del té

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
\$2,50	245	64%
\$3,50	93	25%
\$4,25	38	10%
\$5,00	4	1%
Total	380	100%

Fuente: Población de Paján
Elaborado por: Paola Acuña Aguirre

Gráfico 12. Precio del té



Análisis

Como se puede observar en el gráfico el 61% de la población encuestada están dispuestas a pagar \$2,50, siguiendo con 18% están dispuestas a pagar \$3,50

Interpretación

El precio del producto es una de las cuatro variables del marketing mix. Muchos expertos coinciden que al momento de fijar el precio de un producto se debe tener en cuenta la

competencia, y analizar también los productos sustitutos, sin olvidar contar también con los costos de producción (Jiménez, 2016).

El té de hojas de achiote resulta un producto atractivo para el consumo humano, es por tal razón que las personas están dispuestas a pagar \$2,50 por un producto con efectos medicinales, que satisfagan las necesidades del cliente.

13. Antes de lanzar el producto al mercado, se han diseñado los siguientes logotipos, si usted es parte de ese equipo de elección ¿cuál prefiere?

OPCION A

OPCION B

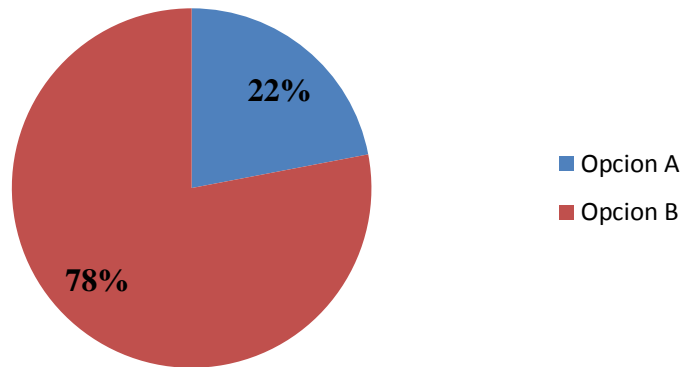


Tabla 13. Logotipo del Té

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Opción A	85	22%
Opción B	295	78%
Total	380	100%

Fuente: Población de Paján
Elaborado por: Paola Acuña Aguirre

Gráfico 13. Logotipo del Té



Análisis

El 78% de la población encuestada prefieren el logotipo de la opción B, mientras que el 22% restante prefieren la opción A.

Interpretación

El logotipo sirve para conocer e identificar al té de hojas de achote ya que será de nuestra referencia y con los que nuestros clientes podrán identificarnos en distintos contextos y nos permitirá diferenciarnos de la competencia.

El logotipo es el tipo de letras cuyas características, son creadas especialmente por el diseñador creativo, teniendo en consideración la clase de empresa, producto o servicio. La función del logotipo es fijar la marca en la mente del consumidor. El logotipo tiene que ser original y perfectamente legible, que guarde relación con el producto y con la empresa (Montalvo, 2017).

6. Conclusiones.

- El diagnóstico reveló que los niveles de producción y comercialización del achiote como materia prima en el cantón Paján satisface la demanda local, la población involucrada en el estudio posee conocimientos amplios sobre este vegetal; sin embargo, en la actualidad solo se comercializa sin darle ningún tipo de valor agregado, adicional a esto se desaprovechan los beneficios de las otras partes de esta planta, dejando de generar nuevos ingresos en las personas dedicadas a esta actividad.
- A partir del estudio de mercado realizado en la investigación se pudo detectar que el té de hojas de achiote tendrá aceptación en el mercado peruano, además por las relaciones comerciales que existen entre Ecuador y Perú este producto no tendría problemas para su ingreso, asimismo se encuentra establecida su nomenclatura. El té de hojas de achiote también tendrá aceptación a nivel interno, dada la tendencia de consumo de productos naturales que brindan salud y bienestar a los consumidores.
- A partir del problema detectado se establecieron las bases para el diseño de la propuesta para la elaboración y comercialización del té hojas de achiote.

7. Recomendaciones.

A los productores de achiote de Paján

- Que generen proyectos de emprendimiento, los mismos que les ayuden a otorgarle valor agregado a su producción y de esta forma aportar de forma significativa al desarrollo local del cantón.

Al gobierno autónomo descentralizado del cantón Paján

- Que propicie capacitaciones orientadas a fortalecer el conocimiento de los agricultores en temas de comercialización, mejora de la producción, innovación, entre otros a fin de que quienes se dediquen a la actividad agrícola sean capaces de generar nuevos productos con valor agregado.

A la universidad Estatal del Sur de Manabí

- Que se fomente la participación de los estudiantes en estudios donde se desarrollen nuevos productos, que ayuden a fortalecer el crecimiento económico.
- Que se continúe estudiando el desarrollo del té de hojas de achiote como producto elaborado, para la obtención de nuevos ingresos en los habitantes, que decidan iniciar con este nuevo proyecto, ayudando al desarrollo social de la localidad.

8. Bibliografía

Plantas Medicinales. (2016). Obtenido de Plantas Medicinales:

<http://www.plantasmedicinales10.com/articulo/achiote.html>

VIX. (2017). Obtenido de <https://www.vix.com/es/imj/gourmet/6665/el-achiote-el-colorante-rojizo-de-america>

Andrade, L. O. (2013). *PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HELADOS UBICADA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA, CANTÓN IBARRA. Proyecto de Investigación*.

Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/6311/T-PUCE-6498.pdf;sequence=1>

Araujo, D. (16 de junio de 2015). *Buendiario.com*. Obtenido de

<http://www.buendiario.com/comer-helado-es-beneficioso-para-la-salud/>

ARTIEDA. ((2010)).

Artieda Sofia. (2010). Obtenido de

http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/11516/1/40848_1.pdf?fbclid=IwAR2dMExu3_NohufTBBXO-19XCvpi8ErO9q0SGgdPy6IkRzKXkLWxV4abd64

Aton. (8 de Septiembre de 2015). *blogspot*. Obtenido de

<http://heladodechambaapartirdelechedebufala.blogspot.com/>

Baltazar, V. E. (10 de junio de 2014). *Estrategia de Marketing para Incrementar el nivel de ventas de la Comercial Avieros en la Ciudad de Huamachuco*. Obtenido de

http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2771/campos_violeta.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Barboza. (2014). *El Financiero*. Obtenido de El Financiero:
<https://www.elfinancierocr.com/pymes/cinco-factores-determinan-el-exito-al-lanzar-un-nuevo-producto/RJWLNUES5VCMLBZ77WDELNND4I/story-2/>
- Bonilla. (Abril de 2009). Obtenido de
http://cenida.una.edu.ni/relectronicos/RENF01B715mc.pdf?fbclid=IwAR0tL_pC3ScVghdIHsEAnbg5QF6Dsb8IVbSKCZr2_ZcVvxN3jy8051K0IY
- Calderon Z. (2017). Obtenido de <https://gloriacalderon.wordpress.com/tag/forma-de-presentar-un-producto/>
- Carbonel, J. M. (6 de mayo de 2011). *Libro de diseños y logos*. Obtenido de
<http://disenoylogos.blogspot.com/2011/05/definicion-logotipos-e-isotipos.html>
- Castellano Herrera. (s.f.). Obtenido de
<https://investigacionpediahr.files.wordpress.com/2011/01/formula-para-cc3a1lculo-de-la-muestra-poblaciones-finitas-var-categorica.pdf>
- Castro. (2017). *Asociacion de té e infusiones*. Obtenido de Asociacion de té e infusiones: <http://asociacionteinfusiones.es/te/variedades/>
- Censo, I. N. (2010). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantonaes/Manabi/Fasciculo_Porto_viejo.pdf.
- Dr. Francisco Puerta. (2014). *Es Salud*. Obtenido de <http://www.essalud.gob.pe/essalud-recomienda-el-consumo-de-achiote-para-ayudar-a-desinflamar-la-prostata-y-vias-urinarias/>
- Galán, S. (2017). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/canales-de-distribucion.html>
- Galdón, B. P. (24 de Julio de 2017). Obtenido de
<https://www.20minutos.es/noticia/3098500/0/helados-ventajas-inconvenientes-verano/>
- INEC. (2010). *Ecuador en cifras*.

- INEC. (Junio de 2010). *Ecuador en cifras*. Obtenido de
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/manabi.pdf>
- Jimenez, M. (2016). *Emprende*. Obtenido de *Emprende*:
<https://www.emprendepyme.net/el-precio-del-producto.html>
- Kotler, P. (1 de Diciembre de 2010). *Blogspot*. Obtenido de
<http://phlpktler.blogspot.com/>
- Kotler, P. (27 de Enero de 2010). *Xing*. Obtenido de
<https://www.xing.com/communities/posts/definicion-de-promocion-por-ivan-thompson-1003306122>
- La Hora. (Mayo de 2010). *Noticias "La Hora"*. Obtenido de Noticias "La Hora":
<https://lahora.com.ec/noticia/1040368/el-achiote-se-abre-mercado>
- Lopez, L. (2013). Obtenido de
http://usapeec.org.mx/publicaciones/presentaciones/pdf/oportunidades_de_mercado_para_el_valor_agregado.pdf
- Machay, N. (Noviembre de 2015). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HELADOS DE QUINUA EN EL BARRIO EL PINTADO, SUR DE QUITO. Proyecto de grado*. Obtenido de
<file:///C:/Users/PROBOOK/Downloads/T-UCE-0003-CA276-2015.pdf>
- Marquez, Z. (2016). Obtenido de <http://achiotecolombia.blogspot.com/>
- Martha Avila. (2017). Obtenido de
<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/14617/4/Estudio%20de%20Factibilidad%20de%20Creaci%C3%B3n%20de%20una%20Empresa%20Productora%20y%20Comercializadora%20de%20Tintes%20Organi.pdf>
- Martinez Andres. (s.f.). *Achiote*. Recuperado el 2016, de Achiote:
<https://www.achiote.org/>

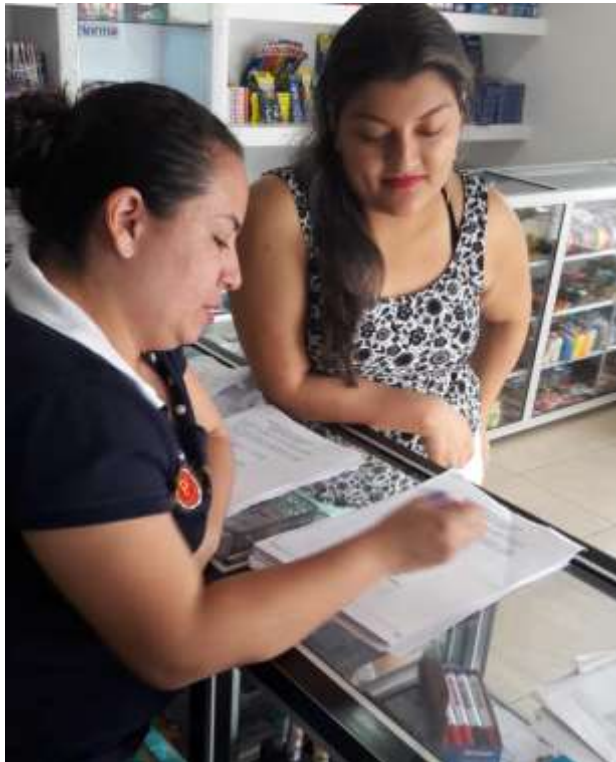
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (Septiembre de 2018). *Ministerio de Agricultura y Ganadería*. Obtenido de Ministerio de Agricultura y Ganadería:
<http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/sipa-estadisticas/sipa-estadisticas-economicas>
- (2006). La oferta, la demanda y el mercado: Aplicaciones. En F. Mochon, *Principios de economía* (pág. 18). Madrid: Ana Navarro.
- Molina. (2017). Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/8332/1/T-UC-0015-490.pdf>
- Monferrer, D. (2013). La segmentación de mercados y el posicionamiento. En D. Monferrer, *Fundamentos de marketing* (pág. 51). España: Universitat Jaume.
- Montalvo Carbonel. (2017). *Diseño, logos y letras*. Obtenido de Diseño, logos y letras:
<http://disenoylogos.blogspot.com/2011/05/definicion-logotipos-e-isotipos.html>
- Mora & Lozano. (2011). Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/58/1/T-UTB-FAFI-IC-000007.pdf>
- negocios, E. d. (25 de 1 de 2016). *Escuela de negocio y dirección*. Obtenido de
<https://br.escueladenegociosydireccion.com/business/emprendedores/canales-de-distribucion-cual-es-el-adeecuado-para-tu-negocio/>
- Perez. (Junio de 2015). *Biodiversidad*. Obtenido de Biodiversidad:
<https://www.biodiversidad.gob.mx/usos/alimentacion/achiote.html>
- Perez, J. (30 de agosto de 2017). *Emprendedores*. Obtenido de
<http://www.emprendedores.es/gestion/poner-nombre-a-tu-empresa-o-producto>
- Pin. (30 de marzo de 2009). *Directo al paladar*. Obtenido de
<https://www.directoalpaladar.com/salud/los-beneficios-de-comer-helados>
- profesionalRetail. (7 de enero de 2016). Obtenido de
<http://profesionalretail.com/jovenes-versus-seniors-como-influye-la-edad-en-los-habitos-de-compra/>
- (2010). Teoría de la economía social de mercado. En M. F. Resico, *Introducción a la economía social de mercado* (pág. 53). Konrad Adenauer Stiftung.

- Rmz, T. M. (01 de Julio de 2011). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/59101334/canales-de-comercializacion>
- Romero, R. (10 de Mayo de 2016). *Promo Negocio*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html>
- (2000). Equidad y Eficiencia. En J. E. Stiglitz, *La economía del sector público* (pág. 125).
- ternaliza. (29 de Agosto de 2016). *Marketing 4 food*. Obtenido de <http://www.marketing4food.com/preferencias-en-el-consumo-de-helado/>
- Toscano, A. (julio de 2009). Obtenido de <https://todopublicidad.wordpress.com/2009/07/06/los-medios-publicitarios/>
- Toscano, T. (2008). *El Diario*. Obtenido de <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/65225-el-uso-de-te-e-infusiones/>
- Valenzuela B. (2017). *Scielo*. Obtenido de Scielo: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-75182004000200001
- Velsid. (2 de marzo de 2008). *A republica*. Obtenido de <https://gastronomiaycia.republica.com/2008/03/02/el-helado-un-poco-de-historia/>
- Vitti S. (2017). Obtenido de <https://www.e-encuesta.com/tamano-muestral-e-intervalos-de-confianza>
- Zambrano, O. (2010). Obtenido de <https://www.nuestrahuella.org/upload/docx/12/projects/16/Proyecto%20en%20Detalle.pdf>

9. Anexos



Encuesta aplicada a la población de Paján



Encuesta aplicada a la población de Paján



Visita a la instalación de producción de achiote



Proceso de desgrane del achiote

Propuesta:

Plan de comercialización de té de hojas achiote en el cantón Paján

Introducción

El cantón Paján es considerado un cantón eminentemente productivo, la agricultura y ganadería son los principales rubros económicos de la población, el comercio es la segunda actividad económica, los principales productos son comercializados en Jipijapa y Manta, especialmente el café, cacao, maíz, arroz, achiote, entre otros. Sin embargo existe la posibilidad de diversificar los productos comercializados, no solo como materia prima, si no dándole un valor agregado al mismo, aprovechando los beneficios que estos pueden dar.

Es importante aprovechar los beneficios que puedan dar los residuos del achiote, más aun con esta investigación que permite establecer un negocio rentable a partir de la elaboración y comercialización de té de hojas de achiote, cuyo producto es una bebida con beneficios medicinales, envasados en fundas plásticas de polipropileno de 20g, y elaborado a base de hojas de achiote, que al agregar una pequeña cantidad de agua caliente genera una deliciosa bebida, lista para consumir.

Por tal razón, se propone un plan de comercialización de té de hojas achiote elaborado a partir del aprovechamiento de los subproductos de esta gramínea, el cual tiene como objetivo introducir un nuevo producto que satisfaga las necesidades del consumidor en el cantón Paján.

Justificación

El presente plan de comercialización de té de hojas de achiote se basa en la oportunidad que tienen los productores de achiote del cantón Paján, de comercializar un producto nuevo e innovador que satisfaga la necesidad de los consumidores.

Teniendo en cuenta que Paján es netamente un cantón dedicado a la producción agrícola, es importante identificar este tipo de emprendimientos innovadores, que tienen como propósito la introducción de un nuevo producto al mercado, que ayudan al desarrollo económico y social en el cantón.

Desde el punto de vista social, la investigación se sustenta en la mejora de calidad de vida de los habitantes del cantón, por medio de la generación de nuevas fuentes de trabajo.

La importancia socioeconómica de este trabajo radica en la posibilidad de crear nuevas fuentes de ingreso para el cantón y el sector campesino dedicado a la producción de achiote, además de poner en práctica los conocimientos adquiridos en el proceso de estudio.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un plan de comercialización para el té elaborado a base de hojas de achiote.

Objetivos Específicos

- Determinar las características del producto, empaque, etiqueta y sobre envoltura.
- Aplicar los permisos y requerimientos necesarios
- Diseñar el plan de marketing para el nuevo producto

• UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA

La microempresa tendrá la siguiente ubicación:

País: Ecuador

Provincia: Manabí

Cantón: Paján

Tipo de empresa: micro empresarial

Dirección: La represa vía San Lorenzo, recinto LA PRIMAVERA

• Alcance de la propuesta

El estudio concibe la introducción del té de hojas de achiote en el mercado local de Paján, mediante la propuesta de un plan de comercialización.

• Diseño de la propuesta

El diseño de un plan de comercialización, se establece en base a la investigación realizada.

Mediante el análisis de investigación se determinaron 3 programas a ejecutar cada uno con sus acciones inmediatas.

• Programa 1: Características del producto

- ✓ Determinación Del proceso de elaboración del té de hojas de achiote

- ✓ Diseño del envase, y etiqueta del producto
- **Programa 2: Plan de Marketing (4P)**
 - ✓ Promoción
 - ✓ Publicidad
 - ✓ Precio
 - ✓ Plaza
- **Programa 3: Requerimientos necesarios**
 - ✓ Permisos Sanitarios
 - ✓ Estudio de sanidad

ACCIONES PARA APLICAR LAS ESTRATEGIAS DE UN PLAN DE COMERCIALIZACION DE TÉ DE HOJAS DE ACHIOTE

ESTRATEGIAS	PROGRAMAS	ACCIONES INMEDIATAS	RECURSOS NECESARIOS	PLAZOS	RESPONSABLE	META
Plan de comercialización de té de hojas de achiote	Características del producto	Precisar el proceso de elaboración de té de hojas de achiote Diseño del envase, elaboración de la etiqueta del producto, preparación del sobre envoltura	Investigador Entrevistas Laptop útiles de oficina		Autor Propietario de la microempresa	Establecimiento en el 100% del proceso de elaboración del té de hojas de achiote. Elaboración en el 100% de la etiqueta y sobre envoltura y envase del producto para su comercialización
	Diseño del plan de marketing	Esquematización de las actividades de promoción Delineamiento de la estrategia de publicidad Fijación del precio de producto Determinación de la plaza	Investigador Laptop útiles de oficina		Autor Propietario de la microempresa	Establecer 100% la estrategia de promoción y publicidad adecuada para el producto
	Determinación de la documentación necesaria	Análisis de los requisitos en lo concerniente a permisos fitosanitarios	Investigador Laptop útiles de oficina		Autor Propietario de la microempresa	Análisis ejecutado en un 100% referente a los requisitos mínimos necesarios para la obtención de los permisos de sanidad

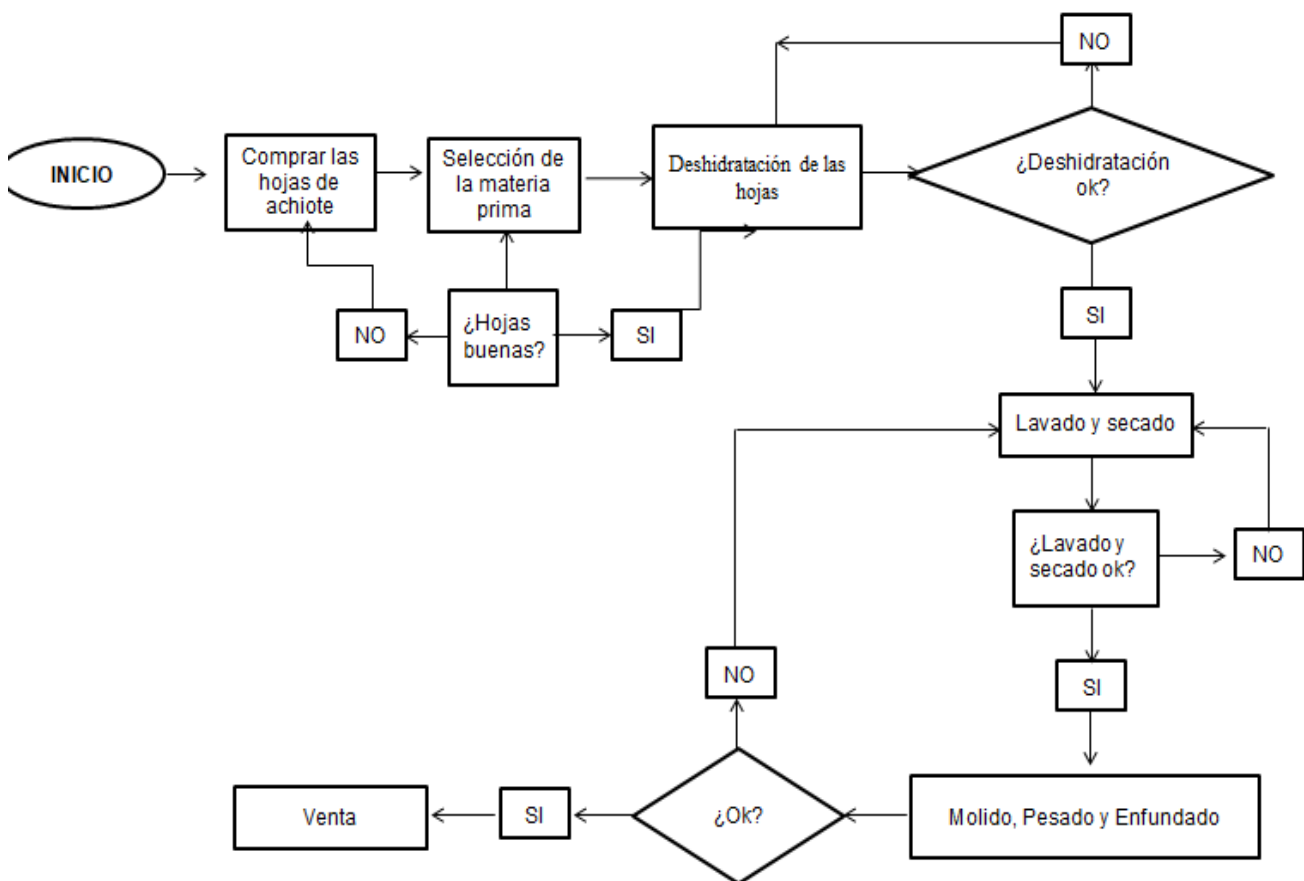
ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

Plan de comercialización del té de hojas de achiote

PROGRAMA: Características del producto.

Acción #1: Para el presente programa se estipula como primera acción el establecimiento del proceso para la elaboración del té de hojas de achiote, mismo que permitirá tener una visión amplia de los requerimientos para la obtención del producto, así como el abastecimiento de la materia prima, los sistemas de desinfección, secado, molido y forma de envasar el té. A continuación se muestra el diagrama que muestra los flujos a seguir.

Elaborado por: Paola Acuña Aguirre



- Proceso

Fase	Descripción
<p>Compra de las hojas de achiote</p> <p>Tiempo estimado: 10 minutos</p>	<p>Se obtendrán las hojas de achiote por medio de la compra de las mismas, a los productores del cantón Paján</p>
<p>Recepción y selección de la materia prima</p> <p>Tiempo estimado: 45 minutos</p>	<p>La materia prima se selecciona al momento de comprarla, buscando de tal modo tener las mejores, para brindar un producto de calidad</p>
<p>Lavado</p> <p>Tiempo estimado: 40 minutos</p>	<p>El lavado de las hojas se realiza con agua normal, para que de esta manera se retiren los agentes extraños como son la tierra y el polvo que por lo general es común encontrarlo en las plantas.</p>
<p>Desinfección</p> <p>Tiempo estimado: 60 minutos</p>	<p>Para la desinfección se utilizan 2g. de meta bisulfito, el mismo que se coloca en un litro de agua y posteriormente se le rosea en las hojas después del lavado</p>
<p>Deshidratación</p> <p>Tiempo estimado: 24 horas</p>	<p>Se coge la materia prima y se las deja secar en un cuarto normal por un lapso de dos días, evitando que ingresen agentes extraños como moscas y otros insectos, con una temperatura ambiente de 20 a 22°C, la materia prima se extiende sobre una mesa de madera, la misma que</p>

	permite mantener en buen estado las hojas
Clasificación de la materia seca Tiempo estimado: 25 minutos	Se procede a clasificar las hojas secas, eliminando las hojas en mal estado y los tallos, ya que el té es solamente a base de hojas
Molido Tiempo estimado: 55 minutos	El molido se lo realiza por medio de un molino artesanal, se procede a moler las hojas de achiote
Pesado Tiempo estimado: 40 minutos	Una vez que las hojas han sido molidas, se procede a pesar 20g de materia prima en una balanza electrónica.
Empaquetado Tiempo estimado: 30 minutos	El empaquetado se lo realiza en fundas de polietileno de 20g. Adecuadas para el té, esto se debe a que el producto es al granel. Estas fundas son adecuadas para el té ya que evitan el ingreso de agentes externos y de humedad

Tiempo de elaboración: 2 días 5 horas y 5 minutos

Acción #2: se elaborará el diseño del envase, así mismo se presentará la etiqueta informativa del producto, elaboración de la etiqueta del producto, y finalmente la preparación del sobre envoltura.

- **El producto**

El proyecto está enfocado en ofrecer una bebida natural que aporte beneficios saludables para los consumidores, ofreciendo al mercado un producto de alta calidad y que otorgue sensaciones agradables al momento de su consumo, brindando al paladar nuevos sabores en lo referente a bebidas tipo té, con precios que se encuentre al alcance de quienes consuman el producto.

La presentación del producto para comercializar el té de hojas de achiote es la siguiente

Envasado primario: la envoltura primaria se refiere a la envoltura que tendrá contacto con el producto estará diseñada de papel poroso, con el fin de que las hojas de achiote se mantenga dentro de las mismas, y protejan las cualidades de las hojas del té, estarán selladas con un contenido de 20g, las cuales son necesarias para preparar una única taza de la infusión.



Elaborado por: Paola Acuña Aguirre

Sobre envoltura: el sobre envoltura está diseñado para proteger al envase primario, y de esta manera hacer el producto más atractivo para el consumidor. La sobre envoltura llevara el logotipo del producto, contemplando así una estrategia de marketing como es la promoción.



Elaborado por: Paola Acuña Aguirre

Caja externa: la caja externa del presente producto, la importancia del diseño de la caja radica en que por esta se puede diferenciar del resto de productos con las mismas características, es por tal razón que se diseñó un empaque con colores vivos y novedosa, con la intención de influir en la percepción de los consumidores y su comportamiento en la compra, así mismo servirá para informar al consumidor del contenido de la misma.

MEDIDAS DE LA CAJA:

DIMENSIONES DE LA CAJA:

317 X 215 X 125 mm.

DIMENSIONES DE LA CAJA DESMONTADA:

81.5 X 37 cm.



La etiqueta es una parte fundamental del producto, sirve para identificarlo, describirlo, diferenciarlo, dar un servicio al cliente y por supuesto, también para cumplir con las leyes, normativas o regulaciones establecidas por cada industria o sector.

Las etiquetas deben ser adaptables al envase en tamaño, así mismo debe estar perfectamente adherida al producto o al empaque para evitar que se desprenda, su diseño debe diferenciarlo de otros productos al mismo, y por último la etiqueta debe incluir datos de contacto, como: teléfono, dirección, sitio web, número de línea gratuitos de atención al cliente, etcétera, de tal manera, que el cliente sepa cómo comunicarse con el fabricante o distribuidor, para expresar sus quejas, dudas o sugerencias. Fischer Laura y Espejo Jorge, (2004)

Ilustración 1. Etiqueta Informativa



Elaborado por: Paola Acuña Aguirre

ESTRATEGIA:

Plan de comercialización del té de hojas de achiote

PROGRAMA: Estrategias de Marketing.

Acción #1: para el presente programa se describirán las Estrategias de promoción a realizar, con el objetivo de crear en la mente del consumidor el deseo de compra del producto, aplicando las diferentes estrategias se busca que el producto tenga aceptación en el mercado local, así mismo se establecerán las estrategias de publicidad, buscando los canales de distribución más efectivos y locales de ventas, para introducir el producto y finalmente se procede a establecer el precio de venta al público.

- **Estrategia de venta**

Se emplearan las estrategias de ventas para los consumidores.

- ✓ **Estrategias para el consumidor:** en esta etapa se trata de motivar el deseo de comprar de los cliente para que adquieran el producto, de este modo se tratara de convencer al cliente por las siguientes estrategias:
 - **Premio de reducción del precio en la compra:** este tipo de estrategia permitirá ofrecer a los consumidores cierto tipo de descuento temporal al momento de comprar el producto.
 - **Oferta:** en este punto se le otorgara al consumidor la promoción de compra uno y reciba el segundo a mitad de precio, esto se realiza para que se tenga la captación del consumidor, y el producto se vuelva interesante al momento de adquirirlo.
 - **Muestras:** para que de este modo los consumidores se familiaricen con el nuevo producto, y a la misma vez crear el deseo de compra en el cliente.

Dentro de las estrategias de ventas, se procederá a introducir el producto en los centros naturistas, y tiendas barriales, con el objetivo de que el mismo tenga mayor aceptación, y esté al alcance de los clientes.

- **Publicidad.**

Para la publicidad del nuevo producto se hará uso de la radio, la prensa escrita, la distribución de volantes publicitarios en sitios estratégicos de la ciudad y a través de las redes sociales para la difusión de los beneficios del consumo del té de hojas de achiote, y de esta manera dar a conocer el producto que se ofrecerá.

- **Volantes**



Elaborado por: Paola Acuña Aguirre

Accion#2: Se procede a fijar el precio del producto, tomando en cuenta todos los costos de producción del mismo.

- **Precio por Caja**

La estrategia del precio se basa en mayor volumen de venta mayor ganancia, es por esto que se establece el precio, tomando en consideración el poder adquisitivo de los habitantes de Paján, los recursos utilizados en el proceso de transformación del producto. Para el cálculo de este producto se resolvió mediante el método de utilidad bruta, este método se basa en el porcentaje de ganancia que se pretende obtener de un producto, por lo tanto; también, podemos determinar que el precio establecido con Perú será establecido en base al cambio de moneda entre dólares y soles, con un margen de ganancia estimada de un 20% a favor del exportador.

Cantidad: 18 unidades

Costo de producción: \$ 1,50

Porcentaje de utilidad: 70%

Precio de penetración de mercado: \$2,50

Ganancia neta por caja: 1,00

- **Estrategia de plaza o distribución**

La estrategia se basa en la venta directa, es decir no existen los intermediarios; se adquirirá el producto, a la microempresa productora, la cual se encargara de vender directamente.

Tipificación	Ciudad	Canal
--------------	--------	-------

Canal tradicional	Paján	Venta directa
Nuevos Canales	Paján	Comercial los cuatro hermanos
		Comercial Plaza Marquet
		Comercial Pacocha
		Comercial hermanas Borbor
		Centros Naturistas
	Mercado Internacional	Mercado Peruano

ESTRATEGIA:

Plan de comercialización del té de hojas de achiote

PROGRAMA: determinación de la documentación necesaria

Acción #1: analizar los requerimientos necesarios para la comercialización del producto, posteriormente determinar el costo del examen de sanidad de las hojas del té.

- **Permisos sanitarios**

El registro sanitario es un documento que autoriza a una persona natural o jurídica para fabricar, envasar un producto destinado al consumo humano.

Los productos que necesitan registro sanitario son todos aquellos que han sufrido un proceso de transformación, mediante la aplicación de tecnología, además que implique envasado o empaque, distribución, comercialización y almacenamiento.

Tabla 14. Requisitos de permisos de sanidad

Requisitos	Institución que lo otorga	Costo
Solicitud donde conste la información del fabricante, RUC, descripción del producto (formula, numero de código de lote, fecha de elaboración)	Institución Nacional de Higiene y Medicina	\$0.00
Certificado de control de calidad del producto	Laboratorio de la Universidad de Guayaquil	\$500.00
Informe técnico del proceso de producción y certificación de las especificaciones químicas del material utilizado en la manufactura del envase	Laboratorio de alimentos de la universidad de Guayaquil	\$680.00

Etiqueta que va en el envase, una vez cumplido todos los requerimientos de las normas técnicas INEN	Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria	\$90.00
Permisos de Funcionamiento de las instalaciones en donde se va a elaborar el producto	Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria	\$ 141.84
TOTAL		1.411,84

Fuente: Agencia de Regulación y Control de Calidad

Elaborado por: Paola Acuña Aguirre

El cumplimiento del proceso mencionado en el presente plan permitirá que la producción y comercialización del té de hojas en el cantón Paján obtenga los beneficios esperados y de esta forma se aportará a la creación de nuevas fuentes de ingresos para los productores de achiote de este sitio, asimismo la población objeto de estudio obtendrá los beneficios de un producto de carácter saludable.