



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

PROPUESTA DE UN SISTEMA DE PRODUCTO-SERVICIO QUE
INCENTIVE EL CONSUMO DE INFUSIONES CON PLANTAS
MEDICINALES PARA TRATAR DOLENCIAS MENORES EN LAS
DIFERENTES ETAPAS DE DESARROLLO DE LAS MUJERES

AUTORA

María Daniela Pachano Moncayo

AÑO
2017



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

PROPUESTA DE UN SISTEMA DE PRODUCTO-SERVICIO QUE INCENTIVE
EL CONSUMO DE INFUSIONES CON PLANTAS MEDICINALES PARA
TRATAR DOLENCIAS MENORES EN LAS DIFERENTES ETAPAS DE
DESARROLLO DE LAS MUJERES

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Licenciada en Diseño Gráfico e
Industrial

Profesor guía

Mg. Andrea Patricia Rivadeneira Cofre

Autora

María Daniela Pachano Moncayo

Año

2017

DECLARACIÓN PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

Andrea Patricia Rivadeneira Cofre

Magíster en Diseño Multimedia

C.I:1717491847

DECLARACIÓN PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

Marcela Cristina Ormaza Acevedo

Magíster en Pedagogía para las artes visuales

C.I:1712081007

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

María Daniela Pachano Moncayo

C.I: 1716581093

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi papá por brindarme la posibilidad de estudiar, a Stefano por su apoyo, a mi tutora Andrea Rivadeneira por sus valiosos consejos, a Juan Francisco Fruci por su guía y motivación, a Marcela Ormaza por sus oportunas recomendaciones y en especial a mi mamá porque sin ella, nada de esto hubiera sido posible.

DEDICATORIA

A mi mamá por su apoyo incondicional
y por su sabiduría que me sigue
sorprendiendo cada día.

RESUMEN

Las plantas medicinales poseen gran cantidad de principios activos, propiedades químicas, bioquímicas u organolépticas y han sido un recurso de la naturaleza utilizado desde la antigüedad para sanar y tratar dolencias. Además, la curación con plantas medicinales no tiene efectos colaterales o perjudiciales para la salud de las personas siempre y cuando se las utilice adecuadamente. La investigación sobre el conocimiento de los usos y beneficios de las plantas medicinales por parte de los posibles consumidores, expertos en plantas medicinales y proveedores, además de la validación del sistema producto-servicio a través de focus group y emprendimientos afines, permitieron el desarrollo de un sistema de producto-servicio de infusiones con plantas medicinales enfocado en tratar las dolencias menores de las mujeres en sus diferentes etapas. Se diseñó elementos gráficos e industriales para atraer al público objetivo, y lograr posicionar el producto en el mercado por su accesibilidad, utilidad e imagen. Adicionalmente el sistema de producto-servicio posibilita reusar los frascos originales a través de la compra al granel de las plantas medicinales. Asimismo, ofrece la alternativa de adquirir tazas adicionales para complementar la colección de tazas. El sistema producto-servicio resuelve la necesidad de contar con una alternativa saludable y natural para tratar dolencias menores en las diferentes etapas de la mujer.

ABSTRACT

Medicinal plants possess a large number of active principles, chemical, biochemical or organoleptic properties and have been a resource of nature used since ancient times to heal and treat ailments. In addition, healing with medicinal plants has no side effects or detrimental to people's health as long as they are used properly. The research on the knowledge of the uses and benefits of medicinal plants by potential consumers, experts in medicinal plants and suppliers, in addition to the validation of the product-service system through focus group and similar business ventures, allowed the development of a product system - service of infusions with medicinal plants focused on treating the minor ailments of women in their different stages. Graphic and industrial elements were designed to attract the target audience, and to position the product in the market for its accessibility, utility and image. Additionally the product-service system makes it possible to reuse the original flasks through the bulk purchase of medicinal plants. It also offers the possibility to purchase additional cups to complement the cup collection. The product-service system solves the need for a healthy and natural alternative to treat minor ailments in the different stages of the woman.

ÍNDICE

1. Formulación del problema.....	1
2. Justificación.....	2
3. Objetivos.....	3
3.1 Objetivo General.....	3
3.2 Objetivos Específicos.....	3
4. Marco teórico.....	4
4.1 Antecedentes.....	4
4.1.1 Competidores.....	4
4.2 Aspectos de referencia.....	9
4.2.1 Medicina convencional.....	9
4.2.2 Inicio de la medicina convencional.....	10
4.2.3 Efectos de la medicina convencional.....	11
4.2.4 Venta de medicamentos en el Ecuador.....	16
4.2.5 Las plantas medicinales.....	18
4.2.6 Historia de las plantas medicinales.....	19
4.2.7 La etnobotánica.....	20
4.2.8 Plantas medicinales en el Ecuador.....	21
4.2.9 Pérdida de conocimientos y usos de las plantas medicinales..	21
4.2.10 Beneficios de las plantas medicinales.....	23
4.3 Aspectos conceptuales.....	28
4.3.1 Sistema Producto-Servicio.....	28
4.3.2 DIY.....	28
4.3.3 Estilo de vida saludable.....	30

4.4 Aspectos teóricos.....	33
4.4.1 Packaging.....	33
4.4.2 Evolución de los envases para té.....	34
4.4.3 Colores.....	37
4.4.4 Tipografía.....	37
4.4.5 Imagen corporativa.....	37
4.4.6 Imagen.....	38
4.4.7 Marca.....	38
4.4.8 Publico objetivo.....	42
4.4.9 Estrategia de promoción de ventas.....	42
4.4.10 Materiales.....	48
4.4.11 Pasos para el cultivo y recolección de plantas medicinal.....	51
4.4.12 Arte ancestral de la amazonia ecuatoriana.....	53
4.4.13 Comercio Justo.....	55
4.5 Marco Normativo legal.....	55
4.5.1 Etiquetas.....	55
4.5.2 Registro de una marca.....	55
4.5.3 Registro sanitario.....	56
4.5.4 Mucho mejor Ecuador.....	57
5. Diseño metodológico.....	57
5.1 Tipo de investigación.....	57
5.2 Población.....	57
5.3 Muestra.....	58
5.4 Variables.....	58

6. Diagnostico.....	60
6.1 Desarrollo de herramientas.....	60
6.1.1 Encuesta a Wikimujeres Ecuador.....	60
6.1.2 Entrevista a experto en plantas medicinales.....	69
6.1.3 Entrevista a chamán Taita Alberto De la Cruz.....	73
6.1.4 Entrevista a vendedor de plantas medicinales.....	76
6.1.5 Observaciones del producto.....	79
6.1.6 Entrevista a diseñador.....	80
6.1.7 Entrevista a proveedor de plantas medicinales.....	82
6.1.8 Encuesta para la creación de la marca corporativa.....	84
6.1.9 Análisis bibliográfico para estudio de materiales idóneos para la propuesta.....	98
7. Desarrollo de la propuesta.....	102
7.1 Brief de diseño.....	102
7.1.1 Descripción del proyecto.....	102
7.1.2 Objetivos.....	102
7.1.3 Problema y justificación del producto.....	102
7.1.4 Usuario.....	103
7.1.5 Dolencias de las mujeres en las diferentes etapas.....	104
7.1.6 Plantas útiles para tratar las dolencias comunes de las mujeres en las diferentes etapas.....	109
7.1.7 Generación de conceptos para solucionar las necesidades del usuario.....	111
7.1.8 Encuestas y Entrevistas.....	112
7.1.9 Sistema producto-servicio.....	112
7.1.10 Posicionamiento de la marca frente a su competencia.....	113
7.1.11 Presupuesto.....	113

7.2 Concepto de diseño.....	114
7.3 Determinantes de diseño.....	115
7.4 Generación de alternativas y evaluación.....	119
7.4.1 Imagen corporativa.....	119
7.4.2 Packaging.....	126
7.4.3 Etiquetas.....	147
7.4.4 Empaque a granel.....	162
7.4.5 Tazas promocionales.....	162
7.4.6 Infusores.....	164
7.5 Propuesta definitiva.....	165
7.5.1 Sistema producto-servicio.....	165
7.5.2 Proceso de secado de las plantas medicinales.....	168
7.5.3 Paleta de colores corporativos.....	169
7.5.4 Marca corporativa de título.....	170
7.5.5 Isotipo final.....	173
7.5.6 Etiqueta final.....	176
7.5.7 Empaques finales.....	180
7.5.8 Empaque promocional final.....	183
7.5.9 Tazas finales.....	185
7.5.10 Infusores finales.....	185
7.6 Plan de producción y distribución.....	186
8. Validación de la propuesta.....	188
9. Conclusiones y Recomendaciones.....	206
9.1 Conclusiones.....	206
9.2 Recomendaciones.....	208
REFERENCIAS.....	218

ANEXOS.....	227
-------------	-----

1. Formulación del problema

Las plantas medicinales se han utilizado desde la antigüedad como tratamiento para sanar enfermedades o afecciones y contribuir a la mejora de la salud de las personas. (Díaz, 2014, p. 63). Las partes o extractos de estas plantas son utilizados en infusiones, cremas, ungüentos, comprimidos, etc. En la actualidad se las puede encontrar como componentes de los medicamentos de las industrias farmacéuticas o también se las utiliza como condimento, té, infusión, etc. (Farmacias Medicity, (s.f). pp. 3,4)

Tres de cada diez plantas que existen en el Ecuador son útiles de alguna manera para las personas. Existen aproximadamente 5.172 especies de plantas, de las cuales 60% son utilizadas por sus propiedades medicinales, 55% sirve como parte del material para edificaciones, 30% como alimento y 20% para actos religiosos. (De La Torre, Baslev, Navarrete, Macía, 2008, p. 2).

Según Andrés Calero, técnico biólogo de la Coordinación de Saberes Ancestrales de la Senescyt (Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación), “En las comunidades indígenas de nuestro país, las personas ya compran aspirinas en la tienda local; ya no consumen sus plantas medicinales.” (El Comercio, 2014). Para Calero, existe una pérdida de conocimientos ancestrales sobre la utilización de plantas medicinales debido a una ola de globalización. (El Comercio, 2014). Se entiende la globalización como un factor que contribuye a que exista la transculturación, que es la recepción de otra cultura exterior, y adopción de formas culturales que provienen de otro grupo humano, provocando una pérdida en la cultura propia (aculturación). (Porto y Merino, 2008). Según Calero, este es uno de los factores que ha llevado a que la mayoría de los ecuatorianos opten por los fármacos en lugar de infusiones con plantas medicinales para tratar dolencias menores.

Otra razón por la que las personas prefieren fármacos es por la inmediatez de su efecto, la variedad de pastillas que existen para reducir dolores y combatir infecciones y la cantidad de lugares donde conseguirlas. Es por esta razón que

se ha vuelto muy común consumirlas para aliviar dolencias menores, sin embargo pueden causar reacciones o efectos no deseados.

Los fármacos pueden causar efectos colaterales, efectos adversos, reacciones inesperadas, efectos secundarios, efectos de tolerancia, efectos de intolerancia y efectos de hipersensibilidad en las personas. (Velasco y Rubio, 1994, pp. 8,9)

Si bien todas las personas enfrentamos diferentes tipos de dolencias, la mayoría de mujeres se ven afectadas por ciertos malestares que se atribuyen a la etapa de desarrollo en la que se encuentran. Es así que en la pubertad, las adolescentes sufren de cólicos menstruales e irregularidades en el ciclo menstrual; durante la maternidad, las mujeres padecen mareos, vómito y cansancio y normalmente se contraindica la utilización de fármacos ya que pueden afectar al feto así como durante el puerperio y la lactancia. (Initial, 2017). Asimismo, la pre-menopausia y menopausia femenina conllevan cambios fisiológicos tales como sofocos, sudores, enrojecimientos en la piel, dolores de cabeza, etc. (Medline Plus, 2017)

La mayoría de las mujeres han experimentado alguna de estas dolencias en algún momento de su vida pero no siempre desean o pueden utilizar fármacos para contrarrestar los síntomas, debido a las reacciones adversas que estos pueden causar.

Por lo tanto, los fármacos no siempre son la mejor opción para tratar dolencias menores de las mujeres pues éstos pueden estar contraindicados.

2. Justificación

La medicina convencional a través de los fármacos, es la manera más rápida y más utilizada para aliviar alguna dolencia menor. (Drane, Simón, Broggi, 2008, p. 27). Sin embargo, los medicamentos pueden tener efectos colaterales o reacciones adversas en el paciente, además de que en ocasiones la utilización de fármacos es altamente contraindicada (embarazo, lactancia, etc.)

En contraste, actualmente se identifica una tendencia por lo saludable y lo natural. Según el Instituto de promociones de exportaciones e inversiones del Ecuador, desde la última década, el mercado mundial de alimentos y bebidas

saludables ha tenido un crecimiento continuo, sobre todo por la demanda de productos libres de ingredientes nocivos para la salud por parte de los consumidores quienes han optado por un estilo de vida más saludable. (Pro Ecuador, 2012).

Más aún, el interés por consumir alimentos balanceados y productos orgánicos sin ingredientes perjudiciales para el organismo se ha convertido en el requisito de algunas personas del país que desean limpiar su organismo y mejorar su salud. (El Universo, 2016)

Las infusiones de plantas medicinales son una alternativa viable y no nociva para tratar dolencias menores pues sus principios activos no representan un riesgo para la salud del paciente ya no existen efectos colaterales o no deseados siempre y cuando se las utilice adecuadamente. (Ríos, París, Repetto, 2012, p. 213)

Sin embargo, la difusión de plantas medicinales en el Ecuador aun es pequeña y esto se debe al poco interés y conocimiento de las personas del área urbana y clase media y media alta sobre su utilización. (Ortiz-Prado, et al., 2014, pp. 59, 60)

Normalmente las plantas medicinales se las puede conseguir en centros naturistas o mayoritariamente en los mercados, sin embargo, en estos lugares no se encuentran explicaciones adecuadas de sus propiedades y preparación.

3. Objetivos

3.1 Objetivo General

Propuesta de un sistema de producto-servicio que incentive el consumo de infusiones con plantas medicinales para tratar dolencias menores en las diferentes etapas de desarrollo de las mujeres.

3.2 Objetivos Específicos

- Investigar la opinión de mujeres en diferentes segmentos de edades, expertos en plantas medicinales y vendedores, a través de encuestas y

entrevistas, para entender el alcance del conocimiento, usos y beneficios de las plantas medicinales.

- Desarrollar un sistema producto-servicio para la preparación de infusiones que traten dolencias menores de las mujeres, considerando los resultados obtenidos de la investigación que permitan el diseño de sus elementos.
- Validar el interés, aceptación y funcionalidad de la propuesta en mujeres del segmento escogido y competidores a través de encuestas y focus group.

4. Marco Teórico

4.1 Antecedentes

4.1.1 Competidores

El uso de infusiones con plantas está muy de moda en Ecuador por lo que en muchos lugares se han abierto locales que venden té puro o en mezclas de hierbas aromáticas, especias y frutas deshidratadas. Además se puede encontrar variedad de infusores, tazas y teteras para los amantes del té y para quienes buscan salud y bienestar a través de bebidas naturales y saludables.

Específicamente en Quito, se pueden encontrar locales dedicados a la venta de infusiones como por ejemplo Tippytea, Amatea, Madeleine de France, Rocoto Café, Bubble Tea, Le The Casa de Té, Maharani etc. En estos lugares se puede encontrar gran variedad de hierbas para las infusiones, pero en su mayoría no son originarias del Ecuador, y no poseen propiedades medicinales.

En los supermercados las plantas para infusiones se las encuentra secas y en marcas nacionales y extranjeras, como por ejemplo Runa, La Gracia, Jazmín, Waycaná, Shíkama, Supermaxi, Nature Heart, Green Garden, etc. La mayoría de las plantas se encuentran en cajas dentro de bolsitas difusoras. Estas infusiones no llevan explicación detallada de las propiedades medicinales de las plantas o de su forma de utilización, tampoco contienen todos los objetos necesarios para su preparación, como tazas o infusores, pues los usuarios deben adquirirlos por separado.



Figura 1. Cajas de té

a) Supermaxi, Mall El Jardín

Las plantas medicinales no procesadas se las puede encontrar en los mercados del país. Por ejemplo, Mercado de Iñaquito, Mercado Santa Clara, Mercado Central, etc. donde se pueden encontrar plantas medicinales secas o frescas. En este caso, son las vendedoras quienes proporcionan la información sobre sus propiedades curativas.



Figura 2. Plantas medicinales

b) Mercado Iñaquito

También se pueden encontrar plantas medicinales secas o procesadas en tiendas naturistas como Only Natural, ubicado en el Centro Comercial Quicentro, Natura, ubicado en el Megamaxi, donde las hierbas están empaquetadas y con una breve explicación de sus beneficios y preparación.



Figura 3. Plantas medicinales en fundas de plástico

Only Natural, Quicentro Shopping

Los 10 países que más exportan plantas medicinales son India, Indonesia, Ghana, Holanda, Tailandia, Myanmar, Corea, Turkmenistán, Uzbekistán, China.

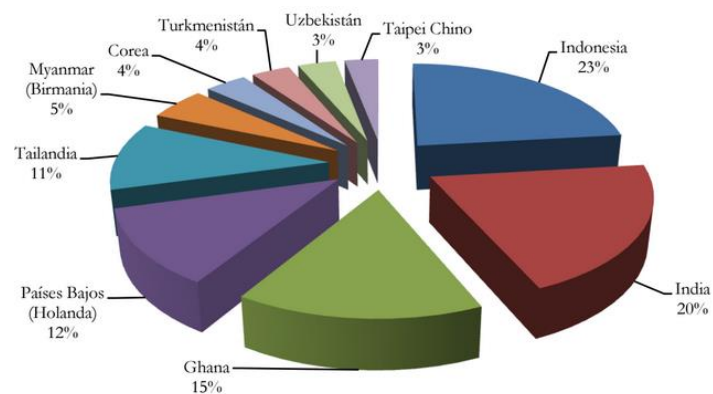


Figura 4. 10 principales países exportadores de plantas medicinales

Tomado de: Pro Ecuador, 2012

Los principales países a los que Ecuador exporta plantas medicinales son:

Tabla 1.

Principales países a los que Ecuador exporta plantas medicinales

Planta medicinal	País	Toneladas
Orégano	Perú	4
	Colombia	20
	Estados Unidos	1
Hierba Luisa	Estados Unidos	20
	Alemania	2
	Canadá	2
	Austria	1
Otras plantas medicinales	Estados Unidos	1,621
	Alemania	467
	Italia	239
	Indonesia	460
	Francia	207
	España	96
	Argentina	122
	Turquía	73
	Puerto Rico	181
	Colombia	11

Adaptado de: Pro Ecuador, 2012

Internacionalmente la marca Ecuatoriana más reconocida de infusiones con plantas medicinales es RUNA, especializada en la infusión de Guayusa. RUNA recibió en el 2013 el Premio de Oro al mejor producto orgánico durante la feria de alimentos y bebidas, Summer Fancy Food, en Estados Unidos. Actualmente este producto es comercializado en una de las cadenas de supermercados más

importantes de Estados Unidos y en algunos supermercados del Ecuador. (Pro Ecuador, 2013)



Figura 5. Bebida Runa

Tomado de: Runa, 2015

Kutama Ecuador es una empresa que vende productos naturales y artesanales en línea a través de su página web. El objetivo de esta empresa es vender productos que sean saludables, libres de químicos, mejorando el estilo de vida de los usuarios. Esta empresa tiene gran variedad de productos nacionales, como aceite de coco, chocolates, plantas y frutas para la preparación de infusiones etc.; sin embargo, no poseen productos específicos para el tratamiento de dolencias menores de las mujeres. (Kutama Ecuador, 2014)



Figura 6. Frutas y plantas para infusión

Tomado de: Kutama Ecuador, 2014

JuanGranel es un negocio ubicado en Cumbayá, dedicado a la venta de productos orgánicos a granel. En este lugar se pueden encontrar granos, harinas, especias, plantas medicinales, etc. Todos los productos que se comercializan en este lugar son producidos y recolectados por agricultores del país. Este negocio incentiva el consumo consciente, al conocer quiénes son los productores y cómo es la forma de producción de los productos.



Figura 7. Almacén JuanGranel

a) JuanGranel, Cumbayá

En JuanGranel se venden plantas medicinales, sin embargo éstas se las adquiere individualmente y no se puede conseguir los implementos para preparar la infusión.

4.2 Aspectos de Referencia

4.2.1 Medicina convencional

La medicina se puede definir como “El arte y la ciencia del diagnóstico y el tratamiento de la enfermedad y la conservación de la salud” (Medical Dictionary, Dorland, citado en Drane, Simón, Broggi, 2008, p.18). Este tipo de medicina es conocida comúnmente como medicina convencional, medicina científica, medicina moderna, medicina occidental, etc. (Instituto Nacional del Cáncer). Su objetivo es mejorar y estabilizar la salud del ser humano. Dentro de la medicina convencional trabajan profesionales de la salud como, médicos;

enfermeros; técnicos de laboratorio; fisioterapeutas; etc. Personas que se encargan de tratar síntomas y enfermedades por medio de medicamentos, radiación, cirugía, etc. (Drane, Simón, Broggi, 2008, pp. 27, 29).

La demanda de la medicina es cada vez mayor por el aumento de enfermedades y los requerimientos de las personas por mejorar su salud y su bienestar. Asimismo, Los médicos desean mejorar la atención de sus pacientes y es por esta razón que se busca innovar y avanzar en la investigación de fármacos. (Drane, Simón, Broggi, 2008, p. 24)

La medicina y su capacidad de cambiar y mejorar la salud de las personas a partir de nuevas posibilidades biológicas, ha creado la tendencia de “medicalizar” todos los aspectos que se pueden considerar como problemas médicos y otras situaciones que en el pasado no se consideraban de naturaleza médica. Es por esta razón que es importante entender en qué casos realmente resulta oportuna la medicalización. (Drane, Simón, Broggi, 2008, p. 26)

4.2.2 Inicio de la medicina convencional

Desde los orígenes del ser humano, las plantas han sido utilizadas para curar enfermedades y malestares (Díaz, 2014, p. 13), sin embargo, a partir del siglo XX las industrias crecieron a gran escala dando paso a que muchas químico-farmacéuticas alcancen un alto desarrollo, propiciando que las personas dejaran de utilizar las plantas como medicina principal. (Díaz, 2014, p. 26)

Las plantas pasaron a ser solamente utilizadas para la extracción de sus principios activos para complementar la composición química de los medicamentos. Las moléculas que antes se obtenían de las plantas fueron creadas artificialmente a través de síntesis química o derivados semisintéticos más activos y por medio de tecnología y técnicas de bioensayos. (Díaz, 2014, pp. 26, 27)

Gracias al desarrollo de la farmacéutica el mercado está inundado de medicamentos que pueden ser útiles pero que también producen efectos

colaterales. (López, Álvarez, Abad, Alonso, 2008, p. 9). Es por esta razón que en la actualidad las personas prefieren formas para curarse que sean más naturales para su salud y el medio ambiente. (Díaz, 2014, p. 27)

4.2.3 Efectos de la medicina convencional

A pesar de todas las ventajas que los medicamentos de la medicina convencional ofrecen para el tratamiento y curación de las enfermedades, cada vez hay más pruebas sobre las reacciones adversas y efectos secundarios que estos pueden provocar; tales como enfermedades, discapacidad o incluso la muerte. En algunos países las reacciones adversas de los medicamentos representan entre la cuarta y sexta causa de mortalidad. (Ministerio de Salud Pública del Ecuador)

Las reacciones adversas o efectos colaterales producidos por los fármacos surgen desde la misma aparición de los medicamentos. “Cualquier sustancia con actividad farmacológica potencial, puede actuar como remedio pero también como un veneno” (Paracelso, citado en Velasco y Diaz, 1994, p. 2)

Homero, Hipócrates y Sócrates, fueron algunas de las personas que describieron en sus manuscritos las reacciones indeseables producidas por fármacos, al igual que Ovidio, quien documentó la existencia de medicamentos inútiles y nocivos. (Velasco y Diaz, 1994, p. 2)

Una reacción adversa se define como “cualquier efecto perjudicial o indeseado que se presenta tras la administración de las dosis normalmente utilizadas en el hombre para la profilaxis, el diagnóstico o el tratamiento de una enfermedad” (Comisión de Expertos OMS 1972, citado en Velasco y Diaz, 1994, p. 8)

Algunos de los efectos que se pueden presentar en las personas por el uso de medicamentos son:

Efecto colateral: Es el efecto no deseado producido por un fármaco administrado. (Velasco y Rubio, 1994, p. 8)

Reacción adversa: Se refiere a cualquier experiencia desfavorable que puede ocurrir durante el tratamiento con un fármaco. (Velasco y Rubio, 1994, p. 8)

Los fármacos pueden producir reacciones adversas variadas. Los diferentes tipos de reacciones adversas son:

Reacciones adversas tipo A

Es el efecto exagerado pero esperado en la acción del fármaco. La intensidad de este efecto depende de la cantidad de la dosis que se ha ingerido y puede variar de un paciente a otro. Estas reacciones son mayoritariamente previsibles. (Velasco y Rubio, 1994, p. 9)

Reacciones adversas tipo B

Estas reacciones son efectos anormales del fármaco no conocidas ni esperadas, por lo tanto no son previsibles. A diferencia de la reacción A, esta es menos común y posee una alta mortalidad. (Velasco y Rubio, 1994, p. 9)

4.2.3.1 Dolencias menores más comunes en las mujeres durante la menstruación y efectos colaterales de la medicina convencional.

- Síndrome premenstrual

Este síndrome ocurre antes de que exista el período menstrual siendo más fuerte durante los siete días previos al período menstrual y desapareciendo con la menstruación. Durante esta etapa aparecen diferentes síntomas físicos como psicológicos variando en cada mujer, como por ejemplo:

- Acné
- Fatiga
- Dolores musculares
- Senos sensibles
- Hinchazón

- Dolor de cabeza
- Diarrea
- Antojos alimentarios
- Depresión
- Estreñimiento
- Decaimiento
- Irritabilidad
- Déficit de atención
- Estrés
- Ansiedad

(KidsHealth, 2017)

- Dolores menstruales

Los dolores menstruales, también conocidos como cólicos, son muy comunes durante los primeros días del período menstrual. Esto ocurre debido a que el músculo liso del útero se contrae por una sustancia química llamada prostaglandina, creando dolores agudos y fuertes. (KidsHealth, 2017)

- Periodos menstruales irregulares

El ciclo menstrual varía según cada mujer; la mayoría de veces dura 28 días, aunque algunos ciclos pueden durar 21 o 35 días. Se entiende como periodos irregulares a las variaciones hormonales que provocan que una mujer presente periodos de menstruación muy cortos, muy largos, muy seguidos, con fuertes hemorragias o poca pérdida de sangre. (KidsHealth, 2017)

- Amenorrea secundaria (Pérdida de la menstruación)

Se entiende como amenorrea cuando una mujer deja de menstruar. Los desbalances en los niveles de hormonas pueden ser la causa de una amenorrea secundaria y esto sucede cuando se suspende la regla por varios meses. Las causas de que exista la amenorrea son:

- Estrés
- Trastornos de la tiroides

- Pérdida exagerada de peso
- Quistes ováricos
- Anorexia
- Suspensión de anticonceptivos orales

(KidsHealth, 2017)

- Menorragia (Períodos menstruales demasiado fuertes o duraderos)

La menorragia ocurre cuando la mujer tiene períodos menstruales de más de siete días de duración, o sus sangrados son muy intensos. Esto sucede debido a un desequilibrio de la concentración de estrógeno y progesterona en el cuerpo, que hacen que el endometrio siga creciendo y cuando es expulsado, el sangrado es mucho más abundante de lo normal. (KidsHealth, 2017)

Para tratar estas dolencias se utiliza frecuentemente la pastilla anticonceptiva para disminuir el nivel hormonal y regular sus ciclos menstruales. Sin embargo, esta pastilla puede tener diferentes efectos adversos en algunas mujeres, como por ejemplo:

- Períodos Irregulares
- Náusea
- Dolor de cabeza
- Cambios emocionales
- Acné
- Dolor en los senos
- Aumento y disminución del Peso

4.2.3.2 Dolencias menores más comunes en mujeres embarazadas y efectos colaterales de la medicina convencional.

La gestación de un bebé es un trabajo muy arduo para la madre donde el cuerpo de la mujer pasa por una serie de cambios a medida que el feto se desarrolla. A la par de los dolores y molestias propias del embarazo, la mujer siente otros síntomas como:

- Cansancio al inicio y al final del embarazo
- Necesidad continua de ir al baño
- Náuseas
- Estreñimiento
- Acidez gástrica
- Dolores de cabeza
- Sangrados nasales y en las encías
- Calambres en las piernas
- Dificultad al respirar

(Medline Plus, 2017)

Es muy importante evitar tomar cualquier medicamento durante el embarazo, en especial los farmacológicos, sin antes haber recibido una prescripción médica, esto, porque la mayoría de fármacos atraviesan la placenta exponiendo al feto a dosis químicas que pueden perjudicar su desarrollo y producir anomalías congénitas. El primer trimestre del embarazo es la etapa en la cual el feto está más sensible a la acción de los medicamentos ya que sus órganos comienzan a formarse. Sin embargo, los fármacos pueden causar daño al bebé incluso en las últimas etapas de gestación. (Initial, 2017)

4.2.3.3 Dolencias menores más comunes en mujeres durante la premenopausia y menopausia y efectos colaterales de la medicina convencional.

Cuando la mujer alcanza entre los 45 y 55 años de edad es normal que comience a tener menstruaciones irregulares y cuando finalizan totalmente quiere decir que la mujer se encuentra en la etapa de la menopausia. En este periodo los ovarios dejan de producir óvulos por la falta de estrógeno y progesterona. Sin embargo, es normal que pasen meses o años antes de que esto ocurra, pero por causa de la variación de los niveles hormonales, en esta etapa conocida como la premenopausia, las mujeres pueden presentar diferentes síntomas y molestias. (Medline Plus, 2017)

Los síntomas comunes de la premenopausia pueden ser:

- Periodos menstruales menos frecuentes y que finalmente terminan
- Palpitaciones
- Sofocos, normalmente mayores durante los primeros 1 a 2 años
- Sudoración nocturna
- Enrojecimiento de la piel
- Insomnio

Otros síntomas de la premenopausia son:

- Falta de libido
- Incontinencia
- Pérdida de memoria
- Malgenio, angustia, cambios de temperamento
- Dolor de cabeza
- Infecciones vaginales
- Dolores musculares

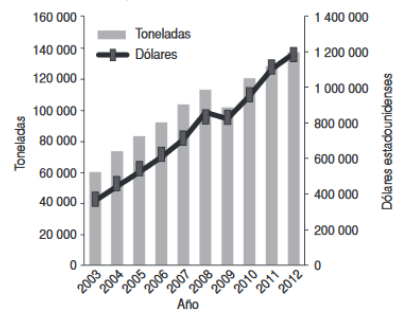
(Medline Plus, 2017)

De acuerdo a la Sociedad Americana Contra El Cáncer, la manera más común para tratar los síntomas de la premenopausia y la menopausia es a través de la compensación con hormonas que la mujer pierde en esta etapa. Estas hormonas son el estrógeno y la progesterona, usadas juntamente para evitar el cáncer endometrial. Sin embargo, según un estudio de Women's Health Initiative, a lo largo del tiempo, utilizar estas dos hormonas puede incrementar el riesgo de padecer cáncer de seno o cáncer de ovario. (Sociedad Americana Contra El Cáncer, 2015).

4.2.4 Venta de medicamentos en el Ecuador

Desde el año 2003 hasta el año 2012 el mercado farmacéutico ha crecido exponencialmente, como se puede ver en la tabla adjunta. (Ortiz-Prado, et.al., 2014, p. 59)

FIGURA 2. Comportamiento del mercado farmacéutico ecuatoriano en el periodo 2003-2012



Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE), 2012.

Figura 8. Comportamiento del mercado farmacéutico ecuatoriano en el periodo 2003-2012

Tomado de: Ortiz-Prado, et.al., 2014, p.59

Existen aproximadamente 6.000 farmacias en el Ecuador. En el área urbana están el 90% y en la zona rural el 10%. Siendo la última el 30% de la población del país. (Ortiz-Prado, et al., 2014, pp. 59, 60)

Según IMS (International Marketing Services), el 46,33 % de la población compra fármacos mensualmente; 27,15 % los compra por primera vez; 9,20% los compra trimestralmente; 13,62% los compra cuatro o más veces al año y menos del 2,75% y 0,95% los compra en ocasiones o no sabe. (Ortiz-Prado, et al., 2014, p. 59)

Compra de fármacos

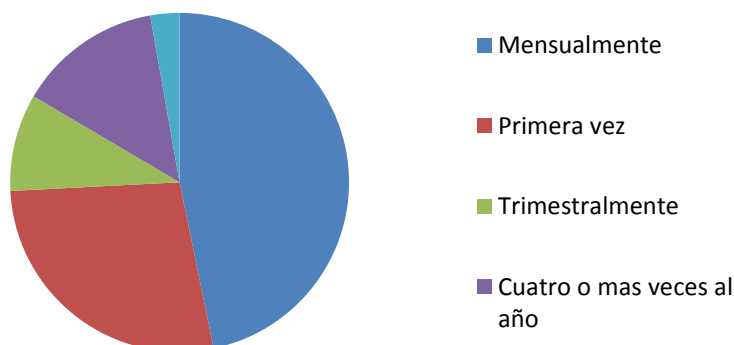


Figura 9. Compra de fármacos

Adaptado de: Ortiz-Prado, et al., 2014, p.59

De los 13.451 medicamentos registrados en el Ecuador, 1.829 (13,6%) son considerados de venta libre y 11.622 (86,4%) son de venta bajo prescripción médica. A pesar de esto, aproximadamente el 60% de la población accede a medicamentos sin receta médica. (Ortiz-Prado, et al 2014, pp. 5,7)

Según la Organización Mundial de la Salud la mayoría de medicamentos son utilizados de manera inadecuada, debido al consumo sin control que se da por la venta de fármacos sin prescripción médica. (Ortiz-Prado, et al., 2014, p. 59)

4.2.5 Las plantas medicinales

Las plantas medicinales son todas aquellas que pueden utilizarse para el tratamiento de una afección o enfermedad al poseer gran cantidad de principios activos con propiedades químicas, bioquímicas u organolépticas. (Díaz, 2014, p. 63) Se las utiliza en infusiones, ungüentos, cremas, comprimidos y cápsulas. Son muchas las plantas que por sus propiedades y características son consideradas medicinales pues contribuyen a mejorar la salud de las personas. Generalmente los compuestos útiles se encuentran en las hojas, raíces o flores. (Farmacias Medicity, (s.f) pp. 3,4)

Las plantas medicinales eran la manera más común para tratar alguna dolencia, debido a los altos costos de la medicina convencional, la escases de centros de salud y los pocos profesionales médicos. Es por esta razón que era primordial poseer conocimientos sobre sus usos y beneficios, información que se compartía en su mayor parte de manera oral. (Díaz, 2014, p. 30)

4.2.6 Historia de las plantas medicinales

El uso de plantas medicinales ha sido parte de la vida del hombre desde sus orígenes, así lo demuestra los hallazgos arqueológicos de restos fósiles de granos y frutas en las Edades Piedra y Bronce. (Díaz, 2014, p. 13)

En China en el año 5000 a.c se utilizaban las plantas medicinales para compensar los desequilibrios entre el Ying y el Yang. Existen escritos que contienen más de 8000 plantas medicinales que han ayudado al desarrollo de la medicina moderna. (Díaz, 2014, pp. 23, 24)

En el año 2000 a.c en la cultura Sumeria, se encontró un documento que describe 250 plantas medicinales y 120 minerales de uso medicinal. (Díaz, 2014, p. 13)

En la cultura egipcia alrededor del año 1550 a.c, se encontró el papiro Ebers, la escritura más antigua, donde se describen algunas enfermedades, su definición y tratamiento con más de 700 plantas medicinales. (Díaz, 2014, p. 13)

Alrededor de los años 500 a.c en la cultura griega, muchos filósofos documentaron e instruyeron a los demás sobre los beneficios de las plantas medicinales, información que poseían gracias a los documentos egipcios. (Díaz, 2014, p. 14)

Teofrasto, otro filósofo griego, poseía un jardín con alrededor de 450 plantas medicinales. A este filósofo se lo considera el padre de la botánica ya que describió las plantas medicinales de la región. (Díaz, 2014, pp. 14, 15)

En la edad media, los monjes benedictinos crearon varios jardines de plantas medicinales e iniciaron la era de la farmacia Herbalista. (Díaz, 2014, p. 24)

En la edad moderna, la botánica pasó a ser una ciencia. El descubrimiento de América dio paso al conocimiento de nuevas plantas las cuales fueron incorporadas en las farmacias públicas. La invención de la imprenta permitió documentar el uso y beneficio de las plantas medicinales. (Díaz, 2014, p. 25)

En la edad contemporánea, se desarrolló la Farmacognosia, que es la ciencia que estudia las drogas vegetales. Las industrias dejaron de utilizar las plantas llevando a la medicina a ser completamente artificial. (Díaz, 2014, p. 26)

4.2.7 La etnobotánica

Según Ford, “La etnobotánica es el estudio de las interrelaciones directas que existen entre los seres humanos y las plantas” (Ford, citado en Ríos, 2007, p. 24). Esto puede darse dentro de los pueblos indígenas, de las comunidades rurales o de poblaciones urbanas. Cada comunidad puede contar con una denominación, percepción y ordenación diferente para las plantas. (Ríos, 2007, p. 18)

La etnobotánica tiene como objetivo el rescate y preservación de los conocimientos tradicionales del hombre con las plantas ya sea de uso alimenticio, medicinal, de vestimenta, herramientas, rituales, artesanías, construcción, etc. (Díaz, 2014, p. 103)

4.2.7.1 La etnobotánica en el Ecuador

Los inicios de la etnobotánica en nuestro país se remontan a la conquista de los territorios del Ecuador. Los conquistadores de lo que fue el Reino de Quito reconocieron la utilidad de las plantas andinas. Ya en esa época se describió la variedad de plantas y hierbas utilizadas por los indígenas a través de un interrogatorio que le permitió a la realeza española entender la utilización de las plantas para tratar dolencias. (Acosta, citado en PUCE, 2006, pp. 248, 249)

Los conocimientos sobre la utilización de las plantas medicinales se remontan al imperio Inca y posiblemente a otras culturas originarias de los Andes

ecuatorianos, cuyas sociedades desarrollaron conocimientos y prácticas para conservar y curar la salud de su gente. (Endara, Soria, Pozo, 2008, p. 15). Estos conocimientos ancestrales de los pueblos indígenas, poblaciones mestizas y afro ecuatorianas sobre el uso de las plantas, han sido transmitidos de generación en generación de manera oral y han evolucionado desde los primeros asentamientos hasta la actualidad. (Ríos, 2007, p. 25)

4.2.8 Plantas medicinales en el Ecuador

Las plantas del Ecuador han sido reconocidas por su gran utilidad. Existe evidencia de esto en las crónicas de los misioneros que acompañaban a los conquistadores donde se referían al uso que daban los indígenas a las plantas que crecían en estos territorios. (PUCE, 2008, p. 1)

El territorio del Ecuador cubre una superficie de 256.370 km² (Balseca, Artieda. Citado en Ríos, 2007, p. 24) y se calcula que tiene de 20.000 a 30.000 especies de plantas vasculares (Gentry, Balslev, Neill. Citado en Ríos, 2007, p. 24). De estas plantas, se estima que 5.000 a 8.000 son útiles. (Ríos, 2007, Pg. 24). Es decir que una de cada tres especies es útil para las personas. (Cruz, 2016, p. 14)

4.2.9 Pérdida del conocimiento y uso de las plantas medicinales

En la actualidad las nacionalidades indígenas enfrentan un proceso de aculturación por la influencia de colonos, compañías mineras o petroleras, construcción de carreteras dentro de sus territorios, etc. provocando que las personas cambien sus costumbres en cuanto a su forma de alimentación, vivienda, medicina y cosmovisión, llevando a que sus conocimientos y tradiciones ancestrales se pierdan. (Ríos, 2007, p. 26)

Como lo expone Ríos, el proceso de aculturación y pérdida de los conocimientos ancestrales obliga a reconocer el estado actual del conocimiento etnobotánico en el país y a establecer objetivos de rescate, recuperación y registro de los conocimientos tradicionales de las poblaciones, pues ésta será la única manera para preservarlos. (Ríos, 2007, p. 18)

Desafortunadamente en el presente, solamente algunas nacionalidades indígenas, mestizas y afro ecuatorianas mantienen su conocimiento etnobotánico. Han conservado este conocimiento pues las plantas que se encuentran en su entorno natural tienen un valor cultural innegable pues contribuyen a su supervivencia y forman parte de su mundo espiritual. (Ríos, 2007, p. 19)

Por ejemplo, en el mundo cultural indígena andino, las parteras son consideradas muy importantes pues tienen el reconocimiento y respeto de todos los miembros de su comunidad. Estas mujeres manejan los tres ámbitos de conocimiento natural, social y sobrenatural y aprendieron el oficio y la utilización de las hierbas medicinales por parte de sus madres o abuelas, madrinas o vecinas. (Endara, Soria, Pozo, 2008, p. 465)

Los procesos de transmisión de conocimiento sobre su oficio se han vuelto débiles pues requieren de condiciones relacionadas con la voluntad de la gente, además del medio familiar y social e incluso el marco político que rige en la comunidad. A las parteras se les dificulta transmitir sus conocimientos debido a la migración de las personas, el sistema de educación, etc. Actualmente los y las jóvenes ya no quieren aprender los oficios de los mayores, ya que no están interesados en sus tradiciones y quieren salir de su comunidad. (Endara, Soria, Pozo, 2008, p. 466)

Es por esta razón, que se han realizado varios esfuerzos desde hace años para promover la utilización de las plantas medicinales, pero poco se ha logrado. Sin embargo, actualmente se ha reconocido la importancia de la medicina ancestral y la necesidad de rescatar los conocimientos ancestrales para integrarlos en los sistemas oficiales de salud. Además, se hace énfasis en la búsqueda de métodos terapéuticos menos agresivos, más suaves y naturales con las personas y el medio ambiente. (Díaz, 2014, p. 27). Por esta razón, se ha promovido la investigación de la etnobotánica y etnofarmacológicas, para poseer mayores fuentes de medicina y obtener una “validación científica” de los beneficios de las plantas medicinales y formas ancestrales de curar. (Lacaze, 2000 citado en Díaz, 2014, p. 117)

4.2.10 Beneficios de las plantas medicinales

Las plantas poseen diferentes principios activos que se utilizan para uso terapéutico en las personas y como compuestos en los fármacos. (Muñoz, 2002, p. 16)

Algunos de los principios activos que se puede encontrar en las plantas son los heterósidos que son compuestos que sirven como un potente cardiotónico. También están los alcaloides, que constituyen la fuente más importante de los fármacos; estos compuestos actúan en pequeñas cantidades sobre cada función del organismo de las personas. Las esencias, son compuestos que tienen una acción antiséptica específica, son muy utilizadas para desinfectar las vías respiratorias. Los taninos son compuestos que se utilizan como reactivos astringentes y como contravenenos. Las plantas medicinales además poseen vitaminas, que son indispensables para el ser humano. En las vitaminas se encuentran químicos esenciales para el cuerpo del ser humano, como nitrógeno, calcio, potasio, sodio etc. También poseen elementos minerales que proporcionan a las personas zinc, hierro, cobalto, cobre, manganeso, litio, cesio, níquel, molibdeno, etc. (Muñoz, 2002, pp. 17,18, 19)

4.2.11 Beneficios de las plantas medicinales en las mujeres

Las plantas medicinales son usadas para tratar diversas enfermedades y síntomas. A continuación se presenta una tabla donde se muestra el porcentaje de algunas patologías tratadas con plantas medicinales.

Tabla 2.

Porcentaje de algunas patologías tratadas con plantas medicinales

Sintomatología	Tratamiento con plantas medicinales
Síndromes psicovegetativos	25%
Enfermedades respiratorias	16%
Enfermedades cardiovasculares	13%
Enfermedades del sistema digestivo	9%
Enfermedades del aparato locomotor	13%
Enfermedades uro-genitales	8%

Tomado de: Cañigüeral, 2013

Según la institución botánica de Londres, en el mundo se puede encontrar más de 28000 especies de plantas medicinales. (El Comercio, 2017). Muchas de estas plantas tienen propiedades médicas para tratar las dolencias comunes de las mujeres. Es por esta razón que los beneficios de las plantas medicinales para la salud de la mujer es un tema que se ha investigado extensamente durante los últimos tiempos. (Global Healing Center, 2015)

Las plantas más utilizadas para tratar los diferentes síntomas de la mujer son las siguientes:

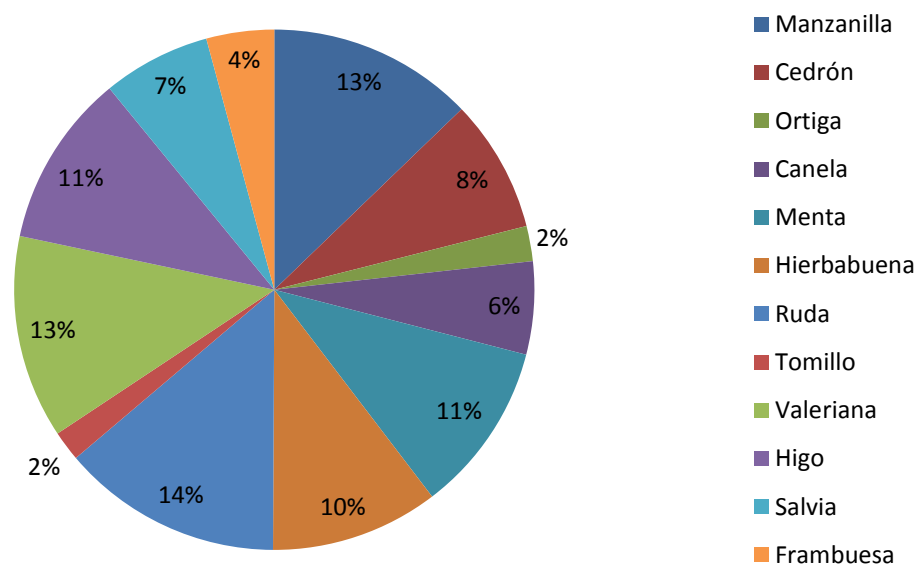


Figura 10. Porcentaje de plantas más utilizadas para tratamientos de las mujeres

Adaptado de: Endara, 2008, pp. 239, 111, 112, 132, 364, 296, 441, 373, 204, 441)

4.2.10.1 Efectos de las plantas medicinales para tratar dolencias menores de las mujeres

Plantas para tratar las dolencias en la menstruación, como dolores menstruales, periodos irregulares, amenorrea secundaria y menorragia:

- Manzanilla

La manzanilla crece a lo largo de la sierra ecuatoriana. Las flores y las hojas son las partes utilizadas de esta planta. Debido a su efecto sedante, es utilizada para tratar los dolores de la menstruación, el insomnio, los nervios o dolores estomacales, además ayuda a regular los ciclos menstruales. Las embarazadas no pueden tomar esta infusión. Se recomienda tomar una infusión en la noche, con una o dos cucharaditas de flores u hojas secas por cada taza de agua. (Endara, Soria, Pozo, 2008, p. 239)

- Canela

Es un árbol que se da sobre todo en la región Amazónica. Se utiliza la corteza. La canela es buena para tratar los dolores de la menstruación y la amenorrea secundaria ya que funciona como anticoagulante, permitiendo que la sangre fluya. Además, la canela ayuda a detener las náuseas y vómitos, por lo que es ideal para las embarazadas. Se debe tomar en infusión 3 veces al día, por 4 días. (Endara, Soria, Pozo, 2008, pp. 111,112)

- Cedrón

El cedrón calma el dolor del cólico menstrual, ayuda a controlar la menorragia, es digestivo y sedante. Se debe preparar la infusión con 3 cucharaditas y se debe tomar tres tazas al día antes de cada comida. (Endara, Soria, Pozo, 2008, pp. 132,133)

- Ruda

Las partes utilizadas de la Ruda son las ramas, las hojas y las flores, esta planta ayuda a regular los ciclos menstruales ya que fortalece los capilares sanguíneos. Para la infusión se debe colocar $\frac{1}{2}$ cucharaditas de hojas y se debe tomar 2 a 3 taza el día. (Endara, Soria, Pozo, 2008, pp. 363,364)

Plantas para tratar las dolencias en el embarazo, como estreñimiento, náuseas, cansancio, calambres en las piernas y acidez gástrica:

- Ortiga

Se la puede encontrar en la sierra Ecuatoriana. Se utiliza toda la planta. La infusión de ortiga estimula el sistema digestivo y ayuda al aumento de leche en las madres. También funciona a disminuir el flujo menstrual excesivo. Se debe prepara la infusión con una o dos cucharaditas de hojas. (Endara, Soria, Pozo, 2008, p.296)

- Frambuesa

Las partes utilizables de la Frambuesa son las hojas y los frutos. La infusión con las hojas de la planta de Frambuesa ayuda a fortalecer el útero, además aumenta la leche de las madres y ayuda a disminuir las náuseas. Se debe

tomar 1 a 2 cucharaditas una vez al día. Esta planta debe ser ingerida únicamente durante los últimos meses del embarazo. (Mendez, 2017)

- Tomillo

La parte utilizada del Tomillo son las hojas. Esta planta posee vitaminas y minerales como manganeso, calcio y hierro. Además esta planta alivia los malestares que se suelen presentar durante el primer trimestre de embarazo. Se debe tomar 1 a 2 cucharaditas, una vez al día. (Canguro, 2017)

- Menta

La parte utilizable de la menta son las hojas. Esta planta aumenta la secreción de leche de las madres, reduce las náuseas, alivia la acidez gástrica y el estreñimiento. Además alivia los calambres y estimula el sistema inmunológico. Se debe tomar 5 cucharaditas, 1 vez al día. (Endara, Soria, Pozo, 2008, pp. 259, 260)

Plantas para tratar las dolencias de la premenopausia y menopausia, como sudoraciones nocturnas, insomnio, cambios de temperamento, dolores musculares, dolor de cabeza y pérdida de la vista:

- Salvia

Esta planta se adapta a cualquier tipo de suelo. Se utilizan sus hojas. La salvia funciona muy bien para reducir los sudores y la fiebre, esta planta también es utilizada para equilibrar las hormonas de las mujeres, regular el ciclo menstrual y reducir los cólicos menstruales. Tiene efectos estrogénicos aliviando los síntomas de la menopausia. Se recomienda tomar dos tazas de infusión al día, con 1 a 2 cucharadita de hojas. No deben tomar mujeres embarazadas. (Endara, Soria, Pozo, 2008, p. 373)

- Valeriana

La valeriana crece especialmente en los valles templados y páramos del Ecuador. Se utiliza la raíz. Esta planta es útil para tratar dolencias de tipo nerviosas como dolores de cabeza o insomnios. Es buena para el tratamiento

del estrés, la histeria y los nervios estabilizando el ritmo cardiaco. Se debe tomar una infusión diaria con una cucharadita de su raíz. No deben tomar las embarazadas. (Endara, Soria, Pozo, 2008, pp. 441,442)

- Hierbabuena

La infusión de hierbabuena puede ser tomada para los nervios, el insomnio, la jaqueca o los calambres. Se debe tomar una infusión con tres cucharaditas de hojas durante una o dos veces al día por no más de 12 días. (Endara, Soria, Pozo, 2008, p. 199)

- Higo

Las partes utilizables del Higo son las hojas y los frutos. La infusión con la hoja del Higo es un regulador hormonal, perfecta para las mujeres que se encuentran en la etapa de la premenopausia y menopausia. Además esta planta tiene propiedades que ayudan a fortalecer los huesos, los músculos y la pérdida visual. Se debe tomar 3 cucharaditas, dos veces al día. (Endara, Soria, Pozo, 2008, p. 204)

4.3 Aspectos conceptuales

4.3.1 Sistema Producto-Servicio (SPS)

El sistema producto-servicio tiene como objetivo cumplir con las demandas del cliente a través de la integración conjunta de productos y servicios, los cuales combinados aumentan la posibilidad de satisfacer al cliente. El sistema producto-servicio puede ser una alternativa ecológicamente sostenible, reduciendo un impacto ambiental, a través del reciclaje, el re-uso, el desuso, desmaterialización, etc. del producto. (Van Halen, Vezzoli, Wimmer, 2005, pp.1, 2)

La integración del producto con el servicio puede generar un aumento en el posicionamiento del producto en el mercado; aumentar ingresos y crear una mayor satisfacción del cliente y por ende una relación más fuerte y leal. (Van Halen, Vezzoli, Wimmer, 2005, Pg. 11)

El sistema de producto-servicio puede ser utilizado aumentando el valor del producto a través de la integración de nuevas funciones, incluyendo servicios extras como por ejemplo el mantenimiento del producto, vendiendo elementos extras que complementen el producto inicial, incluyendo piezas de repuesto, etc. (Van Halen, Vezzoli, Wimmer, 2005, pp. 11, 12)

4.3.2 DIY

DIY son las siglas de Do it yourself “Haslo tú mismo”. Esta tendencia promueve la idea de que cualquier persona es autosuficiente y capaz de realizar cualquier tarea simplemente buscando información de cómo lógralo. Algunas de las actividades que se incluyen en DIY son trabajos creativos, diseño de objetos, etc. Dentro de la cultura Punk, la tendencia DIY es una propuesta en contra del consumo. Expone el rechazo a la compra compulsiva y propone el reusó de objetos dándoles un mayor tiempo de vida y de uso. (World Heritage Encyclopedia, 2016)

Según Google Trends, las búsquedas por DIY han crecido en los últimos 5 años. (Google Trends, 2017)

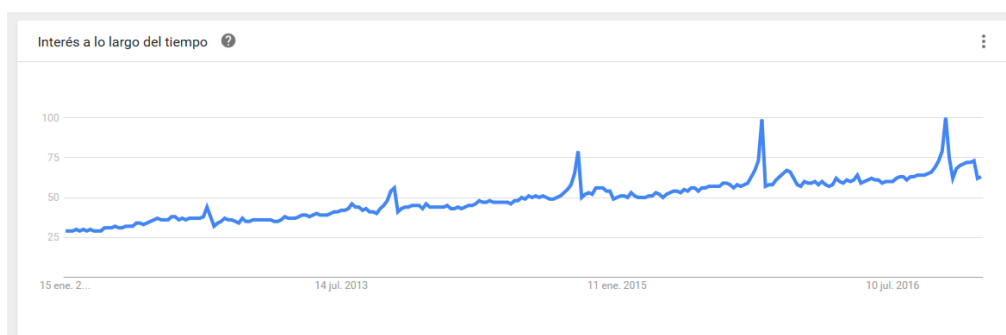


Figura 11. Búsqueda por DIY

Tomado de: Google Trends, 2017

Los países donde existen más búsquedas de DIY son Sudáfrica, Malasia, Taiwán, Filipinas y Estados Unidos. (Google Trends, 2017)

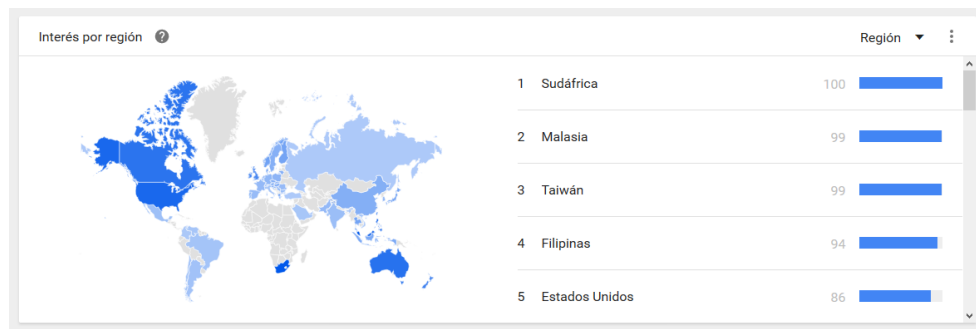


Figura 12. Países donde existen más búsquedas de DIY
Tomado de: Google trends, 2017

6.3.2.1 DIY Ecuador

En el Ecuador, la búsqueda de DIY se mantiene en crecimiento, sobretodo en febrero y en noviembre del 2016. (Google Trends, 2017)

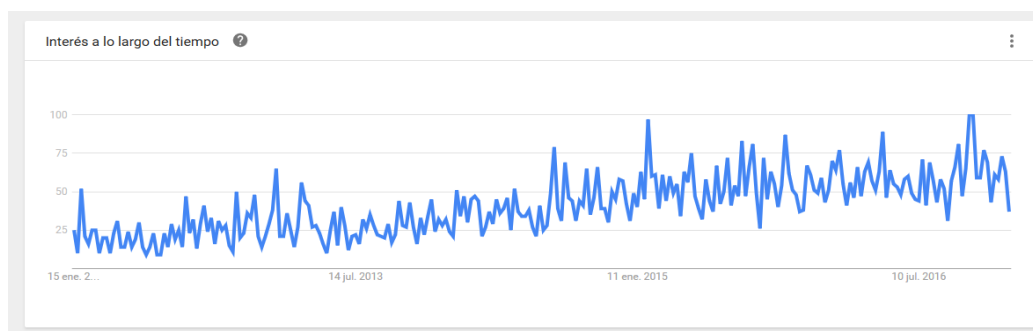


Figura 13. Búsqueda de DIY en Ecuador
Tomado de: Google trends, 2017

Las provincias donde ha habido más búsquedas de DIY son Azuay, Guayas, Loja, Pichincha y Manabí. (Google Trends, 2017)

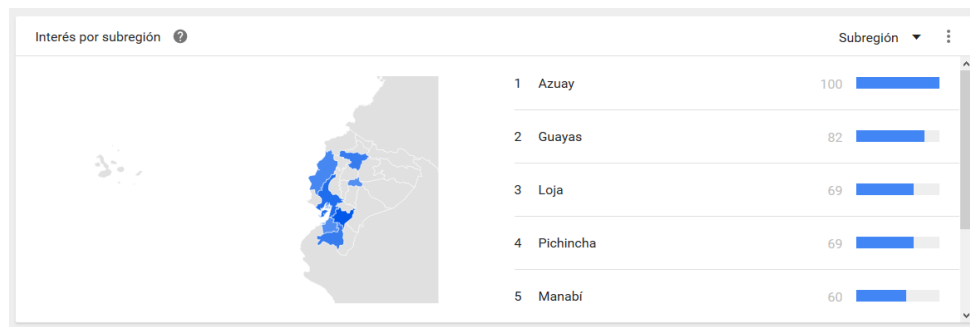


Figura 14. Provincias que han buscado más DIY

Tomado de: Google Trends, 2017

Esto quiere decir que en el Ecuador se evidencia un interés por esta nueva tendencia, demostrando que las personas están interesadas por realizar las cosas por sus propios medios utilizando objetos que puedan tener un mayor tiempo de vida o que asuman nuevas funciones.

4.3.3 Estilo de vida saludable

Estilo de vida se refiere al comportamiento de una persona, los hábitos cotidianos y la manera en la que vive y se desarrolla. El estilo de vida saludable se refiere a conductas que no afecten a la salud y permitan a la persona a vivir con calidad, a través de una alimentación sana con productos naturales, practicando ejercicio físico, liberando estrés, buena higiene, cumpliendo las horas de sueño, etc. (Ramirez y Hoffmann, 2006, p. 3)

Desde 1980 el interés de las personas por productos mucho más naturales y el rechazo por productos sintéticos en cuanto a la alimentación, salud, cuidado, etc. ha crecido y se ha desarrollado enormemente hasta la actualidad. (Sharapin, 2000, p. 17)

Además, llevar una vida saludable reduce el cáncer de cerebro de las mujeres. Según Susanna Larsson, profesora del Instituto Karolinska de Estocolmo "Los estilos de vida saludables pueden reducir en forma sustancial el riesgo de infarto cerebral, y la gente puede optar por ellos y mejorar su calidad de vida" (El comercio, 2014)

Según Google Trends, la búsqueda de Vida Saludable en los últimos 5 años ha tenido fluctuaciones, pero en comparación del 2012 esta ha aumentado.

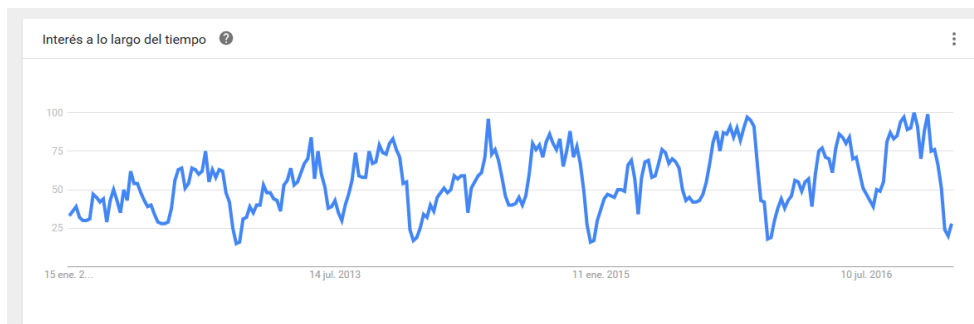


Figura 15. Búsqueda de Vida Saludable

Tomado de: Google Trends, 2017

Los países que han buscado más Vida Saludable son: Perú, Chile, Colombia, México, Costa Rica y Ecuador

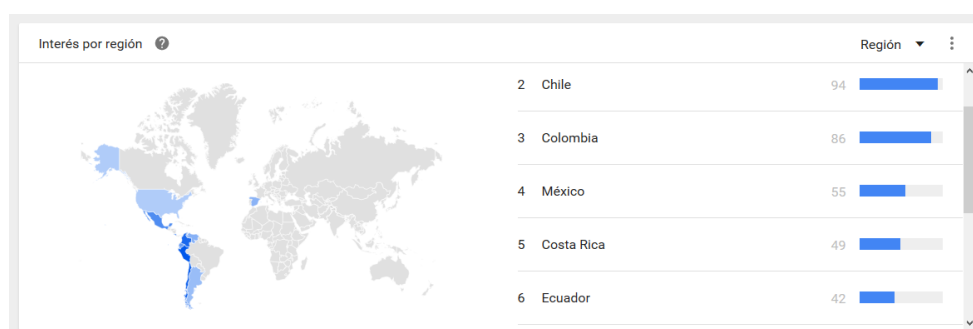


Figura 16. Países que más han buscado vida saludable

Tomado de: Google Trends, 2017

4.3.3.1 Estilo de vida saludable Ecuador

La búsqueda de Vida Saludable a crecido exponencialmente en el Ecuador sobretodo entre octubre y noviembre del 2016. (Google Trends, 2017)

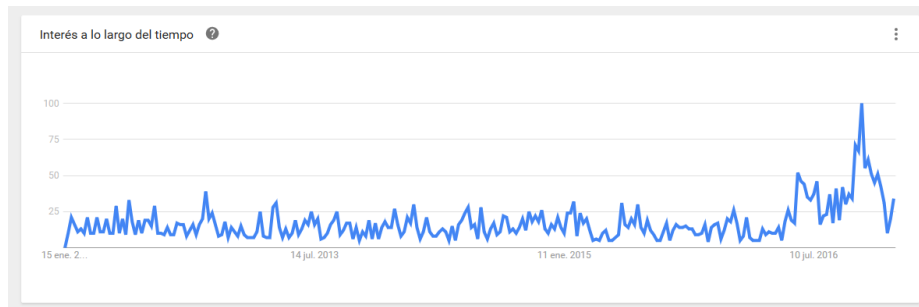


Figura 17. Búsqueda de Vida Saludable en el Ecuador
Tomado de: Google Trends, 2017

Las provincias que más han buscado Vida Saludable en google son, Santo Domingo, Manabí, Tungurahua, Guayas y Pichincha.

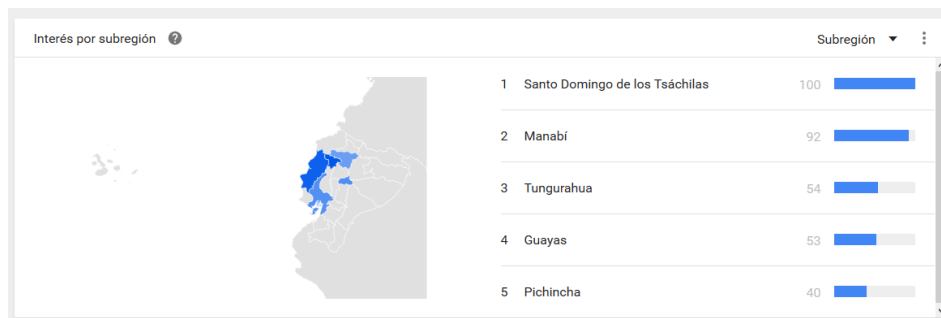


Figura 18. Provincias que más han buscado Vida Saludable
Tomado de: Google Trends, 2017

4.4 Aspectos Teóricos

4.4.1 Packaging

Packaging es el empaque que se encarga de contener, proteger y publicitar un producto (Stewart, 2007, pp. 5,6). En el packaging está el envase primario, el cual está en contacto directo con el producto, como por ejemplo una botella de agua, luego está el envase secundario, que es el contenedor del envase primario, por ejemplo el plástico que contiene a algunas botellas de agua y por último el envase terciario o embalaje el cual sirve para transportar y almacenar el envase con el producto, como por ejemplo la caja que contiene a las botellas de agua. Como parte del packaging está el envoltorio, que es un material

generalmente orgánico y delgado, además de una etiqueta, que se encuentra adherida al envase o embalaje y sirve para identificar la marca o el producto, clasificar, informar y promover el producto. Las funciones principales del packaging son contener, proteger, conservar y transportar. (Giovannetti, 1995, pp. 90, 91, 92).

Un buen diseño es primordial en el packaging, ya que este es el primer contacto que se tiene con el producto, por lo que debe atraer al cliente, diferenciarse de su competencia, seducir al consumidor y comunicar claramente la información del producto o de la marca, (Giovannetti, 1995, p. 92). Es por esta razón que se debe escoger correctamente los colores que se van a utilizar, tomando en cuenta que cada color puede expresar y crear sensaciones diferentes, la forma, el tamaño y la tipografía que se va a utilizar, ya que esto influye en los consumidores y añade un valor extra a la marca y al producto. (Serrats, 2007, pp. 5, 6)

Para el diseño del packaging es necesario tomar en cuenta:

- La afinidad química y física con el producto
- Que no tenga toxinas
- Que sea limpio
- Que no permita la pérdida de humedad
- Que proteja al producto de la luz
- Que sea resistente
- El tamaño
- La forma
- El peso
- Si es que es posible que sea reusable
- Que pueda tener impresiones
- Que sea económico
- Que sea atractivo

(Giovannetti, 1995, p. 106)

Los productos pueden tener características químicas diferentes, es por esta razón que el envase debe acoplarse a cada uno para cumplir su función correctamente. Los envases que contienen productos sólidos deben contener la humedad, no permitir que entre la luz y no permitir que entre aire, los envases que contienen productos líquidos deben proteger el producto de la luz, ser resistentes, aguantar presión y tener estabilidad térmica. (Giovannetti, 1995, p. 106)

Las etapas del envase con el cliente son las siguientes:

- Inconciencia: Llamar la atención del cliente visualmente
- Conciencia: Atraer al cliente a través de información sobre el producto
- Interés: Demostrar con el envase que el producto cumple con las demandas y necesidades del consumidor
- Evaluación: Explicación de los usos del producto
- Uso: El envase debe cumplir con las funciones de publicitar la marca, el uso, las ventajas del producto, etc.

(Giovannetti, 1995, pp. 93, 94)

4.4.2 Evolución de los envases para té

En el siglo XII el té era guardado en envoltorios de papel. (Mallet, 2010)



Figura 19. Envases de papel para té

Tomado de: Mallet, 2010

En el siglo XIII se sigue utilizando los empaques de papel pero laminados, para que sean más gruesos y resistentes. (Mallet, 2010)



Figura 20. Envases de papel para té

Tomado de: Mallet, 2010

En el siglo XIX se ocurre la Revolución Industrial. Se desarrollan los envases de metal. (Mallet, 2010)



Figura 21. Envases de metal para té

Tomado de: Mallet, 2010



Figura 22. Hora del té, época Victoriana

Tomado de: Mallet, 2010

En el siglo XX se siguen utilizando los envases de hojalata para conservar el té, se incluyen diseños. (Mallet, 2010)



Figura 23. Envases de hojalata para té

Tomado de: Mallet, 2010

En la actualidad existen variedad de envases para el té, de los más comunes están los envases de cartón, de metal, de vidrio, etc.



Figura 24. Envases actuales para té

Tomado de: Pinterest, s.f

4.4.3 Colores

Cada color crea una sensación y efecto diferente en las personas, es por esto que es muy importante escoger los colores que vayan de acuerdo con el mensaje de lo que se desea vender y comunicar, y lo que se espera que el consumidor entienda. En el caso de este producto, las sensaciones que desea

transmitir son; lo sano, lo agradable, lo natural, lo tranquilizador y la feminidad. (Heller, 2004, p.17)

4.4.4 Tipografía

La tipografía es las distintas formas y usos de la letra usados en una composición para generar diferentes significados y sensaciones. (Giovannetti, 1995, pp. 97) Lo que se desea comunicar con el producto, del sistema producto-servicio es lo natural o ancestral y la feminidad, por lo que se deberá escoger una tipografía que demuestre estos conceptos.

4.4.5 Imagen corporativa

La imagen corporativa es la forma en la que la empresa es percibida por los demás y la manera en que esta imagen coincide o no con lo que la empresa quiere proyectar. Por esta razón es necesario desarrollar una fuerte identidad corporativa que permita identificar las ventajas y las características únicas de la empresa a través de un marketing adecuado, para que la imagen que se trasmite sea afín a la realidad de la empresa. (Zarco, Ardua, 2007, pp.1f, 1g, 1h)

Beneficios de una buena imagen corporativa:

- Mayor competitividad en el mercado
- Preferencia de los clientes
- Diferenciarse de la competencia
- Generar confianza
- Ser punto de referencia de otras empresas
- Generar un sentido de pertenencia en los clientes
- Aumento financiero
- Mayores oportunidades de nuevos negocios

(Zarco, Ardua, 2007, pp.36, 37)

4.4.6 Imagen

Según Kotler y Keller la imagen es “la manera como el público percibe a la empresa o a sus productos”. (Kotler y Keller citado en Zarco, Ardua, 2007, p. 1h). La imagen es el conjunto de ideas, sensaciones, percepciones y asociaciones que ocurre en la mente de las personas cuando logran asociar una marca, empresa o producto con sus experiencias, sentimientos, emociones, creencias o recuerdos personales. (Zarco, Ardua, 2007, pp.1i).

4.4.7 Marca

La marca es la imagen que llega a la mente del consumidor, es por esto que los componentes que debe tener son la diferenciación, la relevancia, la estima, el reconocimiento y la consistencia. Para construir una marca se debe tomar en cuenta cual es el producto, cual es la promesa o propósito, es decir a donde se dirige, como va a ser su presentación, la persistencia y la percepción que desea transmitir. (Zarco, Ardua, 2007, pp. xv)

Uno de los elementos que conforman la marca es el nombre, ya que este es el que permite el reconocimiento y diferenciación del producto. Es por esta razón que es necesario utilizar un nombre apropiado fácil de recordar y pronunciar, siempre tomando en cuenta los significados que pueda tener en diferentes idiomas, debe ser distintivo y tener relación con el producto (Zarco, Ardua, 2007, pp. xv, xvi) (Giovannetti, 1995, p. 99)

Para crear el nombre de la marca se debe analizar la competencia, después realizar un brainstorming de opciones, posteriormente se debe seleccionar los posibles nombres y realizar una prueba con posibles consumidores para valorar el mejor nombre objetivamente. En esta prueba se considerará que nombre es el que pueden recordar más, si todos los nombres pueden ser pronunciados fácilmente, que producto asocian con el nombre, con que otros nombres puede relacionar y la preferencia de los nombres dados. (Giovannetti, 1995, pp. 99)

Otro elemento que conforma la marca es el logotipo, que es un signo gráfico que representa al producto o a la empresa. Al igual que el nombre, el logotipo pretende que la marca y el mensaje que esta desea transmitir, sea reconocido fácil e inmediatamente. (Zarco, Ardua, 2007, p. xvi) Para conocer si es que el logotipo tiene relación con el producto y llama la atención de los posibles clientes es necesario realizar una prueba al igual que el nombre, para conocer si es que el diseño del logotipo es el correcto. (Giovannetti, 1995, pp. 99)

4.4.7.1 Personalidad de la marca

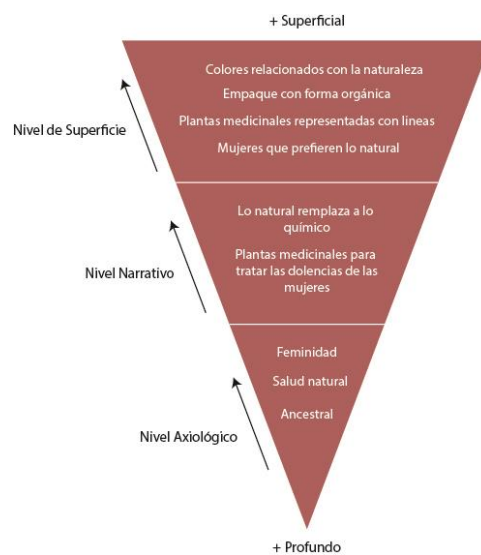


Figura 25. Pirámide de valores de la marca

Nivel Axiológico: Los valores base de la marca son la feminidad, la salud natural y lo ancestral. Esto son los valores escogidos, ya que son los componentes de todo lo que envuelve el sistema producto-servicio.

Feminidad, puesto que está dirigido para la mujer; ya que las dolencias que se quiere aliviar son exclusivas de las mujeres, por lo tanto el producto es excluyente para hombres y netamente femenino. La salud natural es otro valor axiológico del sistema producto-servicio ya que desecha el uso de medicamentos químicos, priorizando la utilización de plantas medicinales para tratar las dolencias menores en las diferentes etapas de la mujer. Por último lo ancestral, que rescata los conocimientos de la etnomedicina que es la base de la medicina moderna pero sin sus efectos secundarios.

Estos valores se alinean con la tendencia de vida saludable que ha incrementado desde el año 1980 donde surgió el interés por productos más naturales y el rechazo por los sintéticos, hasta tomar mayor fuerza durante este año. (Sharapin, 2000, p. 17) Según Euromonitor International, empresa dedicada a la investigación del mercado, llevar una vida saludable ya no es solo un gusto, sino una necesidad y una muestra de estatus. (Euromonitor International, 2017)

Nivel narrativo: Dentro del nivel narrativo se encuentra explícitamente los valores del nivel axiológico. Estos pueden variar y representarse de diferentes maneras. En este caso dentro de los valores narrativos se encuentra “Lo natural reemplaza a lo químico” ya que la propuesta del sistema producto-servicio propone la alternativa de una medicina natural, para reemplazar la medicina convencional, la cual se basa en compuestos químicos los cuales pueden llegar a afectar la salud. Otro valor narrativo es “Plantas medicinales para tratar dolencias menores de las mujeres” ya que dentro de esto se establecen los valores axiológicos de feminidad al ser un producto enfocado en las mujeres y para mujeres, enfocado en las dolencias menores que éstas padecen en las diferentes etapas de su vida, abarcando a la mayoría de miembros del segmento de interés. Salud natural, ya que se propone un método de curación natural a través de las infusiones con las plantas medicinales y todo esto basándose en el conocimiento ancestral, que es de donde nace el uso de las plantas como medicina.

Nivel de superficie: Para representar los valores axiológicos en el nivel de superficie se utiliza en los empaques colores y formas basados en la naturaleza, además del uso de líneas para representar el arte ancestral. El sistema producto-servicio se basa en la tendencia de las mujeres de optar por productos más naturales y una vida más saludable.

4.4.7.2 Estrategia de posicionamiento de la marca

A través del mapa de posicionamiento se puede determinar cómo se encuentra la marca frente a su competencia. El posicionamiento estratégico ayuda a

establecer en qué posición se desea que la marca se encuentre en el futuro y de esta manera plantearse nuevos objetivos e incluir nuevos atributos a la marca. (Zarco, Ardua, 2007, p. 5u)

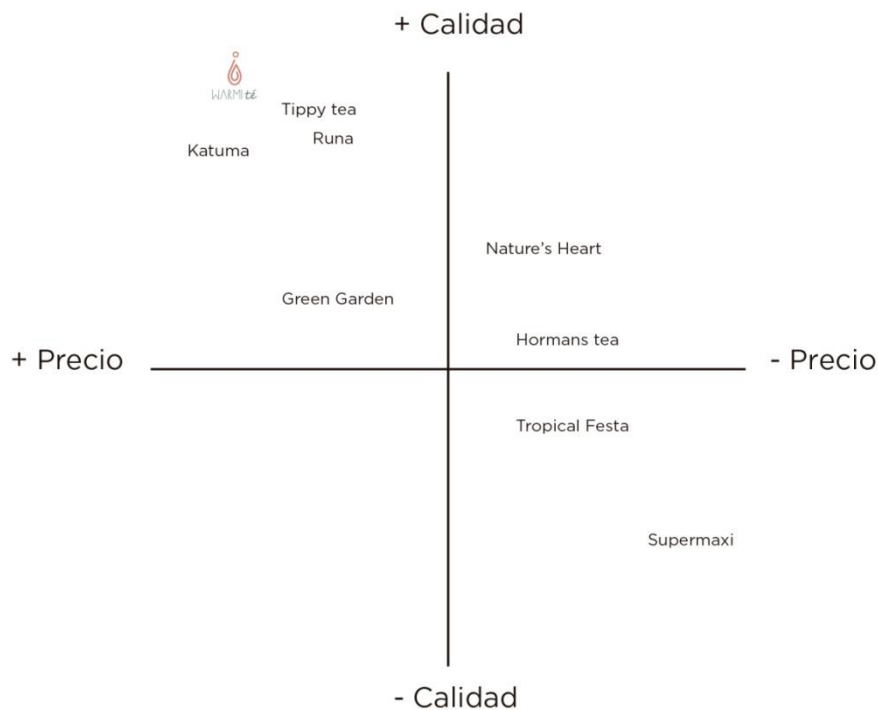


Figura 26. Mapa de posicionamiento de WARMITÉ

4.4.8 Público Objetivo

El público objetivo es el grupo de personas al que la empresa desea dirigirse, ya sea potenciales consumidores, empleados, accionistas, clientes directos e indirectos, proveedores, etc. Dentro de este grupo pueden pertenecer personas con diferentes intereses y características, por lo que las acciones de la empresa deben ser integrales y genéricas. (Zarco, Ardua, 2007, p.1c. 1d)

4.4.9 Estrategia de promoción de ventas

La promoción de ventas es una herramienta utilizada por muchas empresas para atraer a los consumidores a través de diferentes incentivos, como por

ejemplo, cupones con promociones, premios, degustaciones del producto, elementos que complementen al producto inicial a menor precio, material P.O.P, como esferos, gorras, etc. (Muñiz, 2012, p. 43)

La estrategia de venta promocional es una herramienta de marketing que ayuda a influir en las decisiones del consumidor al momento de comprar. El objetivo de esta estrategia promocional es lograr vender más en menos tiempo. A través de descuentos, cupones, reembolsos, regalos, concursos, sorteos, muestras del producto, etc. De esta manera se incita a que el consumidor compre más de lo que acostumbra y apresure su compra. Adicionalmente esta estrategia permite posicionar la marca y el producto en el mercado y aumenta la fidelidad de los consumidores. (Muñiz, 2012, pp.17, 33, 47, 48, 39, 50, 51)

Ejemplo de promociones de venta:

Premios:



Figura 27. Promociones de venta

Tomado de: Bakus Guaraná, 2012

Ofertas:



Figura 28. Promociones de venta

Tomado de: Wikispaces, 2014

Elementos gratis



Figura 29. Promociones de venta

Tomado de: Laguna, 2010

Elementos adicionales más baratos:



Figura 30. Promociones de venta

Tomado de: Casa ofertas, 2015

Material POP gratis:



Figura 31. Promociones de venta

Tomado de: Smile Pill, 2014

Degustaciones del producto:



Figura 32. Promociones de venta

Tomado de: Sir Agencia, 2017

Las promociones que varias empresas de bebidas han utilizado para promover sus productos como gaseosas, café, té, licores, etc. son:

Loncheras



Figura 33. Promociones de venta

Tomado de: Mike's, 2016

Fundas para botellas



Figura 34. Promociones de venta

Tomado de: Risot Promocionales, 2014

Pines



Figura 35. Promociones de venta

Tomado de: Sparta, 2017

Termos



Figura 36. Promociones de venta

Tomado de: Nescafe Dolce Gusto, 2017

Teteras



Figura 37. Promociones de venta
Supermaxi, Mall El Jardín

Vasos



Figura 38. Promociones de venta
Tomado de: Immick, 2004

Tasas



Figura 39. Promociones de venta
Supermaxi, Mall El Jardín



Figura 40. Promociones de venta
Supermaxi, Mall El Jardín

Apoya vasos



Figura 41. Promociones de venta
Tomado de: Jin Sheu Interprise, 2017

Infusores



Figura 42. Promociones de venta
Tomado de: KYE, 2017

4.4.9 Materiales

4.4.9.1 Plástico

El plástico es un material que puede tomar muchas formas. Puede ser rígido, como bolsas, espumas, etc. Y flexible, como botellas, tarros, etc. (Stewart, 2008, p. 61) Posee una baja densidad, es resistente a la humedad, a la corrosión y a la entrada de oxígeno, tiene una baja conductividad térmica y es aislante lo que le permite controlar los cambios de la temperatura del exterior, es económico e higiénico. Las desventajas del plástico es que puede ser susceptible a rayos y es inflamable. (Giovannetti, 1995, p. 56)

Los plásticos pueden ser divididos en los naturales como el hule y los sintéticos como el algodón. Los plásticos se clasifican en Termoplásticos, los cuales son fáciles de moldearse, como por ejemplo el estireno, el acetato de celulosa, la espuma de poliestireno, etc. También se encuentran los Termofijos, plásticos que después de su proceso de moldeo no puede volver a cambiar su forma. Y por último están los Elastómeros, plásticos que poseen una gran elasticidad. (Giovannetti, 1995, p. 54)

4.4.9.2 Vidrio

El vidrio está formado por sílice, potasa y cal. Para poder adaptar la forma del vidrio es necesario calentarlo en altas temperaturas. Los procesos para poder trabajar con el vidrio son la fusión, el soplado y el prensado. (Bramston, 2010, p. 42)

El vidrio es un material que poco resiste al impacto, sin embargo puede resistir presiones muy altas. Puede resistir altas temperaturas, ya que no se calienta. Es reciclable y reutilizable. Tiene una larga vida ya que no se oxida. Es higiénico, impermeable, rígido, hermético y es una barrera contra los cambios de temperatura. (Giovannetti, 1995, p. 16)

El vidrio se puede clasificar en botellas, botellones, frascos, tarros, vasos, ampollitas y carpules. (Giovannetti, 1995, p. 17)

Para la fusión y moldeo del vidrio, se necesita un molde de arena donde se coloca el vidrio derretido, creando la forma del molde. Para el soplado se

calienta el vidrio dentro de un horno para formar una especie de gota la cual se la pega al final de un palo hueco metálico. La forma del vidrio va cambiando según la cantidad de aire que ejerza el soplador. El prensado es un método utilizado para formar objetos en masa a partir de la presión del vidrio fundido sobre un molde. (Bramston, 2010, p. 42)

4.4.9.3 Cerámica

La cerámica puede producir cerámica fina, que es un material fuerte y de un color hueso; la porcelana, que es un material delicado a los golpes y translucido; el barro cocido que es utilizado varias veces para artesanías o baldosas. La cerámica suele ser utilizada para la fabricación de vajilla, debido a su rigidez, su forma adaptable y al ser un aislante térmico. (Bramston, 2010, p. 48)

4.4.9.4 Madera

La madera es un material natural y renovable, que existe en gran variedad de tipos los cuales poseen características únicas que las hacen funcionales para diferentes objetivos. La madera puede ser dividida en dos tipos, madera dura y madera blanda. La madera es un material resistente. Su densidad depende de la cantidad de humedad que lleva dentro. Es buen aislante térmico. Tiene una larga durabilidad. Puede ser flexible cuando está húmeda. (Bramston, 2010, p. 14)

4.4.9.5 Metal

Los metales, se dividen en aluminio y acero, se los puede encontrar en botellas, laminados, latas, etc. (Stewart, 2008, p. 61). Los metales que se utilizan normalmente para la creación de empaques son la hojalata, la lámina cromada, el aluminio y el estaño. Los metales son resistentes, mantiene una estabilidad térmica protegiendo al producto que contiene, son herméticos, casi no tienen interacción química con los alimentos, son versátiles y pueden ser impresos. (Giovannetti, 1995, pp. 41,42)

Se puede encontrar los envases metálicos en forma cilíndrica, transcónico, redondo, rectangular, oblongo, ovalado, trapezoidal. (Giovannetti, 1995, pp. 43, 44)

4.4.9.6 Cartón

El cartón está formado por varias capas de papel. El papel mayor de 65 gramos ya es considerado como cartón. Los tipos de cartones son: Cartón gris, manilla, detergente, couché gris, couché detergente, couché blanco, couché bikini, etc. (Giovannetti, 1995, p. 33)

Se utiliza regularmente el cartón para la fabricación de cajas plegadizas. Para la elaboración de estas cajas es necesario tomar en cuenta el calibre del cartón, el cual es determinado por puntos y la dirección del hilo. El cartón es un material fabricado con materiales renovables, por lo que puede ser biodegradable. Es un material económico, fácil de almacenar y fácil de imprimir. (Stewart, 2008, p. 63)

Cajas Rígidas

Este tipo de caja no puede ser aplanada, por lo que ocupa mucho espacio en el momento del almacenaje, sin embargo los consumidores tienden a reutilizarlas, debido a su resistencia y durabilidad. (Stewart, 2008, p. 63)

4.4.9.7 Papel

El papel es uno de los materiales más utilizados en los empaques ya que puede ser reciclado y debido a sus características biodegradables. El papel está elaborado mayoritariamente de la celulosa vegetal de la madera, sin embargo también se la puede elaborar a partir de la celulosa del algodón, el bambú, etc. (Giovannetti, 1995, p. 25)

Las propiedades que debe tener el papel para los empaques son, la resistencia a la fricción y a la ruptura, la resistencia al agua, que sea imprimible, que sea impermeable a las grasas de los alimentos y que no permite el ingreso de la luz. (Giovannetti, 1995, p. 27)

Las características de las fundas de papel es que son herméticas al polvo y a la suciedad, son una barrera contra gases o vapores, permiten un fácil vaciado del producto, son antideslizantes, son biodegradables, cumplen con los requisitos de sanidad, son buenos comunicadores de información, etc. (Giovannetti, 1995, p. 30)

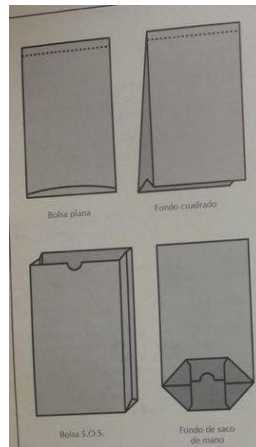


Figura 43. Estilos de bolsas

Tomado de: Giovannetti, 1995, p. 30

4.4.11 Pasos para el cultivo y recolección de las plantas medicinales

4.4.11.1 Cultivo de las plantas medicinales

A diferencia de las plantas alimenticias, ornamentales, etc. donde la productividad se determina dependiendo de la cantidad de plantas recolectadas, la productividad de las plantas medicinales se determina dependiendo de los principios activos que estas tengan. Para medir la productividad de la planta se debe tomar en cuenta los factores genéticos, ambientales y su etapa de vida. Para que una planta que ha crecido en la naturaleza sin ningún control sea parte de un cultivo, debe pasar por la etapa de domesticación, donde se modifica su estructura genética para que aumente sus principios activos. (Sharapin, 2000, pp. 21, 22)

4.4.11.2 Recolección de plantas medicinales

Las cortezas deben recolectarse en la primavera y deben ser cortadas de manera vertical con mucho cuidado, ya que un mal corte puede matar a la planta. Las raíces deben ser cortadas durante el invierno, ya que durante este tiempo existe una mayor concentración de principios activos. Las hojas deben ser cosechadas durante el florecimiento de la planta. Las flores deben ser recolectadas antes de que florezcan totalmente. (Sharapin, 2000, p. 23)

4.4.11.3 Procesamiento después de la recolección

A través del correcto procesamiento después de la cosecha se evita que la planta pierda sus principios activos o que aumenten los microbios, por esta razón se debe realizar primeramente un análisis del estado de la planta y la extracción de partes que estén rotas o manchadas, después de esto se debe enjuagar la planta en agua caliente y desinfectarla con hipoclorito, ya que este reduce las bacterias y hongos, luego se realiza el secado y por último se almacena. (Sharapin, 2000, p. 24)

4.4.11.3.1 Secado

El secado permite que la planta no se desagrade rápidamente, protege a la planta de la presencia de microorganismos y de esta manera permite que la planta tenga una mayor periodo de vida. Las plantas medicinales son secadas en temperaturas de 30°C hasta 60°C. Debe determinarse el tiempo de secado de cada planta, ya que mucho o poco tiempo puede dañar la planta. El secado debe ser a la sombra en un lugar limpio. (Sharapin, 2000, p. 25)

4.4.11.3.2 Almacenamiento

El tiempo recomendado para almacenar hojas es de 12 hasta 18 meses y para almacenar raíces y cortezas es recomendado de 12 hasta 36 meses, sin embargo durante este tiempo la planta puede perder algunos de sus principios activos. Para evitar esto, la planta no debe tener contacto con el sol, insectos,

polvo y no debe ser empacada en una funda de plástico, ya que esta impide una ventilación correcta. Los empaques adecuados son fundas de yute o fique, los cuales deben estar etiquetados y colocados en repisas. (Sharapin, 2000, p. 25,26)

4.4.12 Arte ancestral de la amazonia ecuatoriana

El arte ancestral de la amazonia ecuatoriana se basaba en grabados en piedras, con el fin de comunicar más que una forma de arte estético. En los grabados se representaban animales, situaciones cotidianas, escenas mitológicas, caracterización de personajes, historias, etc. El estilo utilizado era lineal. (Ugalde, 2012)



Figura 44. Grabados en las piedras
Tomado de: Ugalde, 2012



Figura 45. Grabados en las piedras
Tomado de: Ugalde, 2012



Figura 46. Grabados en las piedras
Tomado de: Ugalde, 2012



Figura 47. Grabados en las piedras
Tomado de: Ugalde, 2012

4.4.13 Comercio Justo

El Comercio Justo es una alternativa de comercio que promueve la ecuanimidad entre los productores y los consumidores, donde las dos partes se benefician. Esta alternativa ayuda especialmente a los productores pequeños creando oportunidades de trabajo, con ganancias justas sobre el trabajo que realizan. Los criterios del Comercio Justo son la transparencia e involucración de los productores en la toma de decisiones, inclusión de identidad cultural,

remuneraciones justas, igualdad de derechos y remuneración sin diferenciación de género, rechazo al trabajo infantil o trabajo forzado, rechazo a la discriminación ya sea por edad, género, orientación sexual, discapacidad, origen, etc. Lugar de trabajo seguro y adecuado, concientización a los consumidores sobre la importancia del Comercio Justo y por último, conservación del medio ambiente. (Coordinadora Estatal del Comercio Justo, 2010)

4.5 Marco Normativo y Legal

4.5.1 Etiquetas

Las especificaciones que debe incluirse en las etiquetas son:

- Nombre
- Origen de la planta
- Parte utilizada de la planta
- Nombre del proveedor
- Aprobación de calidad

(Sharapin, 2000, p. 26)

4.5.2 Registro de una marca

Al registrar una marca se impide que otras personas o empresas utilicen el mismo nombre o isotipo, es decir que la marca sea de uso exclusivo. Este registro tiene una vigencia de 10 años. Para que una marca sea apta para el ingreso en registro del IEPI debe ser distintiva y apto para la representación gráfica. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2014)

El nombre WARMITÉ si es apto para registrar, ya que solo existe un nombre con la fonética similar (Warmi) registrado por Hersi S.A Laboratorios Industriales Farmacéuticos, sin embargo al ser una palabra común de una lengua, no existe impedimento para que se registre el nombre. El nombre propuesto para el producto-servicio es WARMITÉ por lo que no tiene ninguna restricción.

Búsqueda fonética (Anexo 1)

4.5.3 Registro sanitario

En el artículo 137 de la Ley Orgánica de Salud dice que los productos que deben tener registro sanitario son los alimentos procesados, aditivos, alimentos comunes, alimentos naturales, medicamentos, **productos naturales procesados de uso medicinal**, medicamentos homeopáticos productos dentales, etc. (Ministerio de Salud Pública, 2014)

Para solicitar el registro sanitario del producto se debe ingresar electrónicamente a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, donde se deberá llenar el formulario de solicitud individual. Se debe adjuntar una solicitud que incluya una autorización del fabricante; certificado de identificación o comprobación del recurso natural de uso medicinal; código del lote; especificaciones de calidad; estabilidad del producto; estabilidad natural; estabilidad acelerada; especificaciones del producto terminado; descripción de la naturaleza del envase primario y secundario y especificaciones técnicas de los mismos; procedimientos de análisis físicos, físico-químicos, químicos, microbiológicos y biológicos del producto terminado; formato de las etiquetas; prospecto; fórmula de composición con los principios activos; descripción del procedimiento de elaboración del producto; documentación farmacológica y toxicológica, documentos para la factura y adjuntos con argumentos extras. (Agencia Nacional de Regulación, 2014)

4.5.4 Mucho mejor Ecuador

La marca ¡Mucho mejor! si es hecho en ECUADOR significa que la empresa está respaldado por la marca país, confirmando que el producto es de calidad y esto ayuda a promover la compra de los consumidores.

Los pasos para registrar la marca Mucho mejor Ecuador son, la copia del nombre del representante legal, la copia del RUC, la copia de los estándares de calidad, el registro de la marca en el IEPI, y la cantidad de ventas al año. (Foro Ecuador.ec, 2013)

5. Diseño Metodológico

5.1 Tipo de investigación

La investigación será de tipo cualitativa ya que se realizará entrevistas a vendedores, proveedores y a expertos en plantas medicinales, para tener un mayor conocimiento de las formas de venta, producción, manejo y uso de las mismas. Además se realizarán encuestas y focus group a mujeres de 25 a 50 años del grupo de Wikimujeres en Ecuador, para conocer sobre sus preferencias, interés, usos y conocimientos sobre las plantas medicinales.

5.2 Población

Se tomará como estudio de población a mujeres quiteñas de 25 a 50 años de edad del grupo Wikimujeres de Ecuador.

En el Ecuador existen 8.087.914 mujeres, de estas 3.147.808 tienen entre 25 a 54 años de edad. (INEC, 2010)

En Quito hay 1.150.380 mujeres (INEC, 2010). Según el censo del 2010 hay 914.425 mujeres y hombres de 25 a 50 años de edad en Quito, de estos 592.553 son mujeres. (INEC, 2010)

Wikimujeres de Ecuador es un grupo secreto y exclusivo de Facebook que tiene 6.691 miembros los cuales son solo mujeres que viven en Ecuador, de clase media, media alta.

5.3 Muestra

Se escogerá una muestra no probabilística de aproximadamente 100 mujeres quiteñas entre 25 a 50 años de edad, del grupo Wikimujeres de Ecuador.

Para acceder a esta muestra se realizarán encuestas en el grupo de Facebook Wikimujeres de Ecuador para conocer sus preferencias medicinales para tratar dolencias menores, ya que de esta manera se podrá comparar sus respuestas y conocer sobre los diferentes intereses y conocimientos que poseen sobre la

medicina natural con plantas. Además se realizará encuestas sobre el producto para conocer sus preferencias en cuanto al nombre, la marca y el empaque.

Para el focus group sobre la opinión del producto se tomara una muestra probabilística de 25 mujeres de 25 a 50 años del grupo Wikimujeres de Ecuador.

5.4 Variables

Tabla. 3

Definición operacional de las variables

Variable	Definición	Tipo de variable	Posible valor
Edad	Tiempo que ha vivido un individuo	Cuantitativa	25-50 años
Etapa que se encuentra la mujer	Etapa fisiológica en la que se encuentra la mujer	Cualitativa	Menstruación Embarazo Menopausia
Conocimiento sobre las plantas medicinales del Ecuador	Nivel de conocimiento sobre las plantas medicinales	Cualitativa	Poco Nada Mucho
Tipo de plantas	Características	Cualitativa	Medicinales Decorativas Alimenticias
Función de la planta	Planta que trate los diferentes síntomas de las mujeres	Cualitativa	Síntomas de la menstruación Síntomas en el embarazo Síntomas en la premenopausia
Frecuencia de consumo de las infusiones con plantas medicinales	Recurrencia con la que se emplea las infusiones de plantas medicinales	Cuantitativa	Diariamente Mensualmente Anualmente Nunca
Frecuencia del uso de fármacos	Recurrencia con la que se emplea fármacos	Cuantitativa	Diariamente Mensualmente Anualmente Nunca
Tipo de enfermedad	Nivel de enfermedad con la que se encuentra	Cualitativa	Dolencia menor Grave Crónico
Que medicina utiliza	Tipo de medicina utilizada	Cualitativa	Medicina convencional Medicina con plantas

			Mixta
Lugares para acceder a las plantas medicinales	Donde consigue las plantas medicinales	Cualitativa	Farmacia Tienda naturista Mercado Casa Bioferias Campo
Proveedores de plantas medicinales	Quien proporciona las plantas medicinales	Cualitativa	Agricultor Vendedor mercado Yerbatero Naturista Otro
Dolencia menor	Detalle de la dolencia presentada durante la menstruación	Cualitativa	Cólico premenstrual Cólicos menstruales Amenorrea Periodos menstruales irregulares Menorragia
Dolencia menor	Detalle de la dolencia presentada durante el embarazo	Cualitativa	Cansancio Necesidad continua de ir al baño Náuseas Estreñimiento Acidez gástrica Dolores de cabeza Sangrados nasales y en las encías Calambre en las piernas Dificultad al respirar
Dolencia menor	Detalle de la dolencia presentada durante la menopausia	Cualitativa	Periodos menstruales irregulares Palpitaciones Sofocos Sudoración nocturna Enrojecimiento de la piel Insomnio Falta de libido Incontinencia Pérdida de memoria Malgenio, angustia, cambios de temperamento Dolor de cabeza Infecciones

6. Diagnóstico

6.1 Desarrollo de herramientas

6.1.1 Encuesta a mujeres de Wikimujeres Ecuador

Entrevista informal a través de encuestas a 100 mujeres del grupo Wikimujeres de Ecuador con preguntas subjetivas y abiertas para obtener respuestas cualitativas.

Objetivo de la encuesta:

Diagnosticar cuáles son las dolencias menores más comunes en las diferentes etapas de la mujer (menstruación, embarazo y menopausia), y conocer cuál es el método más común al que recurren las mujeres para curar estas dolencias. Adicionalmente, determinar si es que las mujeres han utilizado las plantas medicinales para curar alguna dolencia menor y de esta manera reconocer qué plantas medicinales e información se debe incluir en el producto-servicio.

Preguntas:

1. Edad

2. Ciudad

3. ¿Cuáles de estas dolencias menores en la mujer, usted ha padecido o padece?

- Síndrome Pre-Menstrual
- Cólico menstrual
- Periodos menstruales irregulares
- Pérdida de la menstruación (Amenorrea)
- Períodos de menstruación muy largos (Menorragia)

4. Para curar estas dolencias menores usted recurre o ha recurrido a:

- Fármacos
- Plantas medicinales

- Homeopatía
- Otro:

5. Si usted está embarazada o ha estado embarazada, ¿Cuáles de estas dolencias menores padece o ha padecido?

- Cansancio
- Náuseas
- Estreñimiento
- Acidez
- Dolor de cabeza
- Sangrados nasales
- Hinchazón en las piernas
- Dificultad al respirar

6. Para curar estas dolencias menores usted recurre o ha recurrido a:

- Fármacos
- Plantas medicinales
- Homeopatía
- Otro:

1. Si usted se encuentra en la Pre-Menopausia o Menopausia, ¿Cuáles de estas dolencias menores ha padecido o padece?

- Palpitaciones
- Sudoración nocturna
- Enrojecimiento de la piel
- Insomnio
- Incontinencia
- Pérdida de la memoria
- Cambios en el carácter
- Dolor de cabeza
- Infecciones vaginales
- Dolores musculares

2. Para curar estas dolencias menores usted recurre o ha recurrido a:
 - Fármacos
 - Plantas medicinales
 - Homeopatía
 - Otro:

3. ¿Ha utilizado plantas medicinales para curar alguna dolencia menor?
 - Si
 - No

4. Si su respuesta es SI, Marque la opción(es)
 - Porque las plantas medicinales son una opción natural para la salud
 - Porque las plantas medicinales no tienen efectos colaterales para la salud
 - Porque las plantas medicinales son más económicas que los fármacos
 - Otro:

5. Si su respuesta es NO, marque la opción(es)
 - Porque desconozco sus beneficios
 - Porque desconozco su utilización
 - Porque no sé dónde conseguirlas
 - Otro:

6. Si su respuesta es Sí, ¿Qué planta medicinal ha utilizado? y ¿Para curar qué dolencia menor?

Resultados de las respuestas:

Edad (100 respuestas)

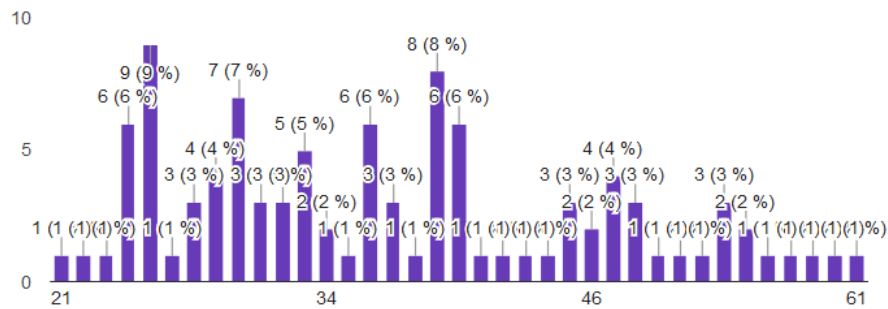


Figura 48. Resultado respuestas

¿Cuáles de estas dolencias menores en la mujer, usted ha padecido o padece?

(99 respuestas)

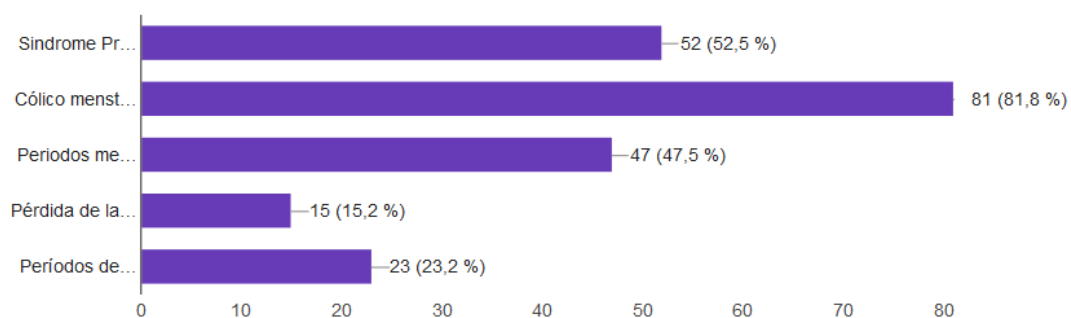


Figura 49. Resultado respuestas

Las dolencias más comunes que las mujeres padecen o han padecido durante la menstruación son el cólico menstrual con un 81,8%, seguido por el síndrome premenstrual con un 52,5%, los periodos menstruales irregulares son igualmente muy comunes en las mujeres con un 47,5%.

Para curar estas dolencias menores usted recurre o ha recurrido a:
(95 respuestas)

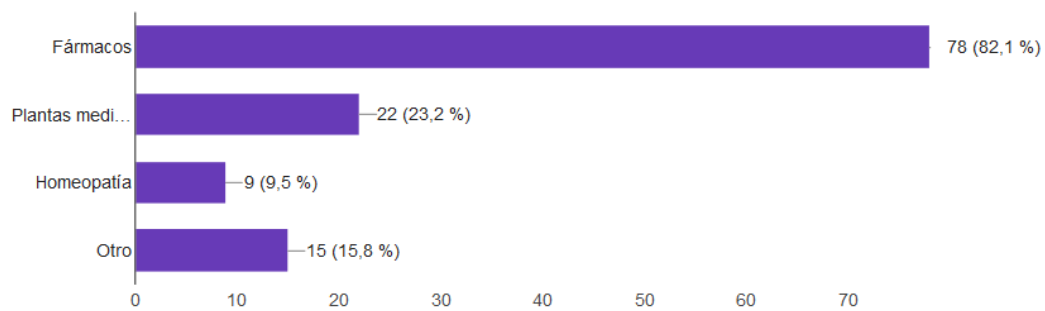


Figura 50. Resultado respuestas

El método más utilizado para tratar estas dolencias menores son los fármacos con un 82,1% y el 23,2% son las plantas medicinales.

Si usted está embarazada o ha estado embarazada, ¿Cuáles de estas dolencias menores padece o ha padecido?
(72 respuestas)

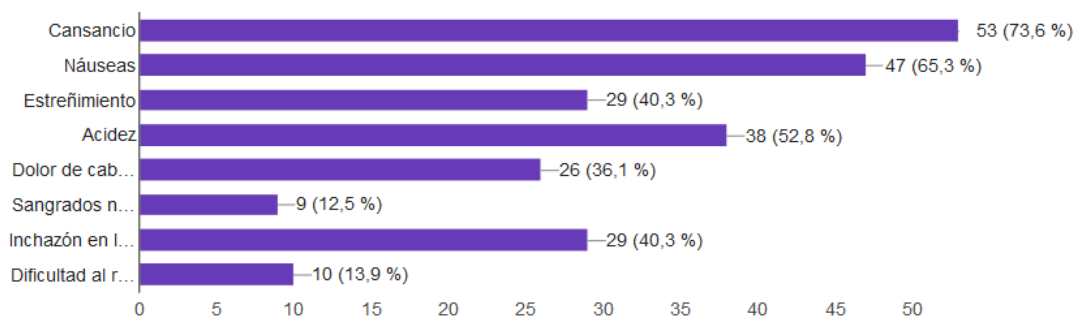


Figura 51. Resultado respuestas

Las dolencias más comunes de las mujeres embarazadas o que han estado embarazadas son cansancio con 73,6%, náuseas con 65,3%, acidez con 52,8%, hinchazón en las piernas con 40,3%, estreñimiento con 40,3%, dolor de cabeza con 36,1%, dificultad al respirar con 13,9% y por último sangrados nasales con 12,5%.

Para curar estas dolencias menores usted recurre o ha recurrido a:

(66 respuestas)

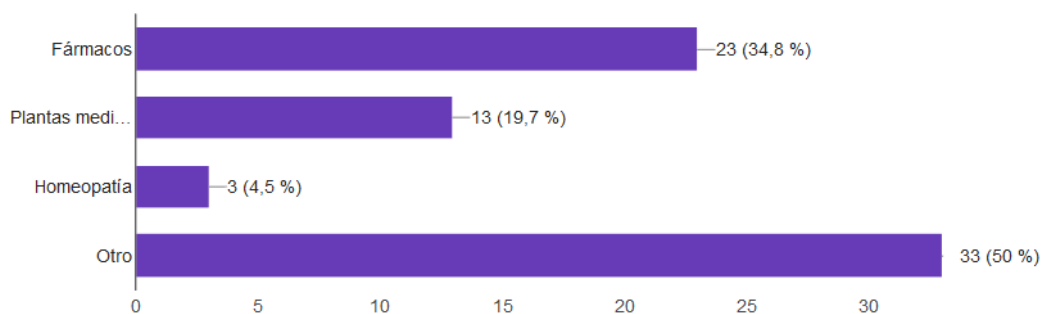


Figura 52. Resultado respuestas

Para curar estas dolencias menores el 50% no utiliza nada, 34,8% ha utilizado o utiliza fármacos y el 19,7% plantas medicinales.

Si usted se encuentra en la Pre-Menopausia o Menopausia, ¿Cuáles de estas dolencias menores ha padecido o padece?

(18 respuestas)

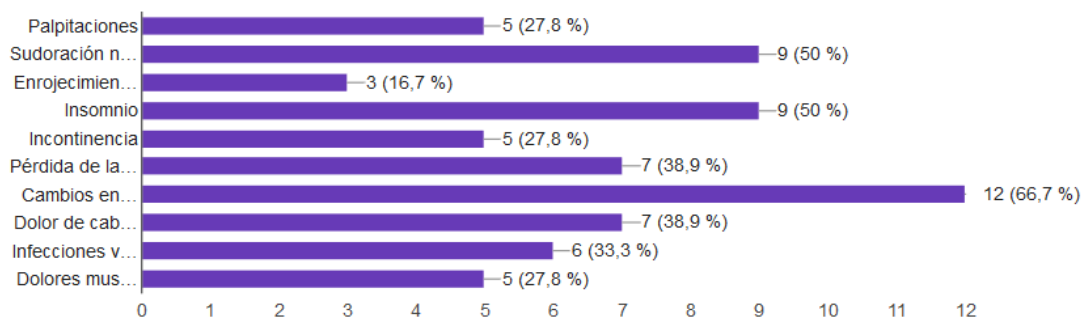


Figura 53. Resultado respuestas

Las dolencias más comunes que han padecido o padecen las mujeres en la pre-menopausia o menopausia son cambios en el temperamento con un 66,7%, insomnio con 50%, sudoración nocturna con 50%, pérdida de la memoria con 38,9%, dolor de cabeza con 38,9%, infecciones vaginales con

33,3%, palpitaciones con 27,8%, incontinencia con 27,8%, dolores musculares con 27,8% y por ultimo enrojecimiento de la piel con 16,7%.

Para curar estas dolencias menores usted recurre o ha recurrido a:

(18 respuestas)

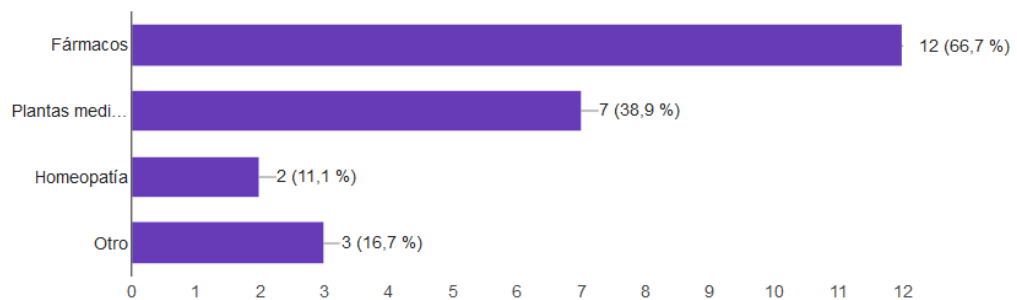


Figura 54. Resultado respuestas

Para curar estas dolencias el 66,7% recurre o ha recurrido a fármacos y el 38,9% a plantas medicinales.

¿Ha utilizado plantas medicinales para curar alguna dolencia menor?

(100 respuestas)

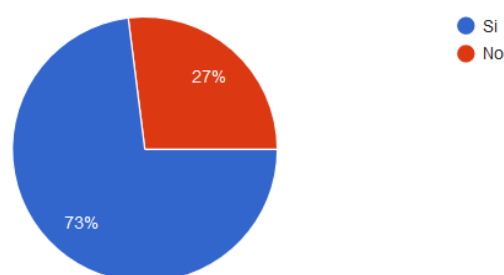


Figura 55. Resultado respuestas

El 73% de las mujeres encuestadas ha utilizado plantas medicinales para curar alguna dolencia menor.

Si su respuesta es SÍ, marque la opción(es) (73 respuestas)

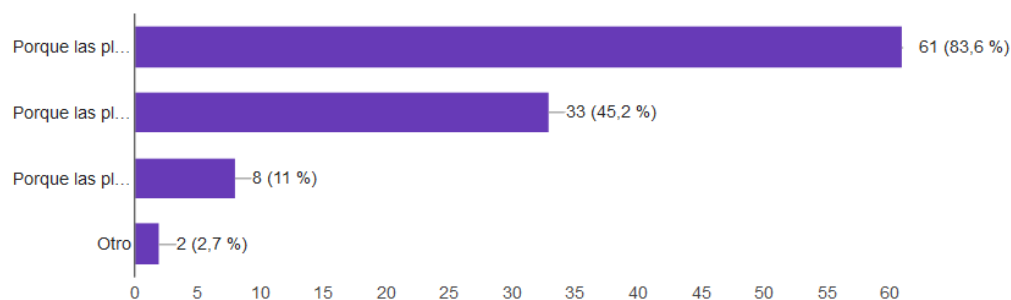


Figura 56. Resultado respuestas

El 83,6% de las 73 encuestadas que contestaron que si han utilizado plantas medicinales para curar alguna dolencia menor las ha utilizado porque son una opción natural para la salud, el 45,2% porque no tienen efectos colaterales en la salud y el 11% porque son más económicas que los fármacos.

Si su respuesta es NO, marque la opción(es) (26 respuestas)

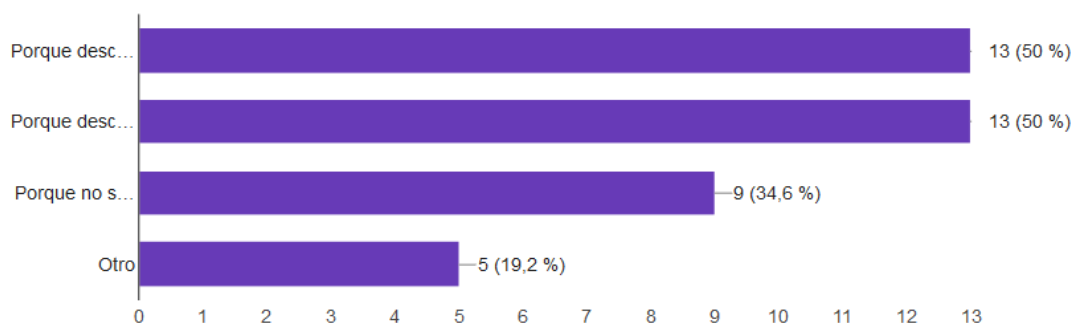


Figura 57. Resultado respuestas

El 50% de las 27 encuestadas que contestaron que no ha utilizado plantas medicinales para curar alguna dolencia menor dicen que esto se debe ya que desconocen sus beneficios, igualmente el 50% dice que se debe a que desconocen su utilización, el 34,6% dice que porque no saben dónde conseguirlas y el 19,2% dice que no las utilizó debido a que los fármacos son

más fáciles de conseguir, porque el efecto del fármaco es más rápido y porque no han surtido los efectos esperados.

Si su respuesta es Si, ¿Qué planta medicinal ha utilizado? y ¿Para curar qué dolencia menor?

(66 respuestas)



Figura 58. Resultado respuestas

Las plantas medicinales que han utilizado son Manzanilla, Toronjil, Anís, Matico, Orégano, Hojas de Higo, Eucalipto, Cedrón, Jengibre, Valeriana, Lavanda, Ruda, Menta, Llantén, Guayusa, Uña de Gato, Jazmín, Hierba Luisa, Canela y Sangre de Drago.

Las dolencias menores que han curado con estas plantas medicinales son, dolor de barriga, cólico, insomnio, migraña, infección urinaria, gripe, estrés, irregularidades en la menstruación, dolor de cabeza y tos.

Conclusiones:

A través de la encuesta se pudo cumplir con el objetivo planteado ya que al conocer que las dolencias más comunes en la menstruación son los cólicos premenstruales, los cólicos menstruales y los periodos menstruales irregulares, en el embarazo son el cansancio, las náuseas, acidez gástrica, hinchazón en

las piernas y estreñimiento, y en la premenopausia y menopausia las dolencias más comunes son los cambios en el temperamento, sudoraciones nocturnas, insomnio, dolor de cabeza, y pérdida de la memoria , se pudo determinar que las plantas medicinales que deben incluirse en el sistema producto-servicio para tratar estas dolencias específicas son, Manzanilla, Canela, Cedrón Y Ruda, para las dolencias de la menstruación, Menta, Ortiga, Frambuesa y Tomillo, para las dolencias del embarazo, Higo, Valeriana, Salvia y Hierbabuena, para las dolencias de la premenopausia y menopausia. Además se diagnosticó que la mayoría de mujeres encuestadas han utilizado plantas medicinales para curar alguna dolencia menor porque piensan que son una opción natural para la salud. Por otro lado, el desconocimiento de los usos y beneficios de las plantas medicinales, es el motivo por el que algunas mujeres nunca han utilizado plantas medicinales para curar alguna dolencia menor. A través de esta encuesta se puede concluir que existe un interés de las mujeres por productos que sean naturales y que no presenten efectos negativos para la salud. Además la encuesta demuestra que las mujeres tienen necesidad de conocer los usos y beneficios de las plantas medicinales para tratar dolencias menores. La encuesta justifica la propuesta del producto-servicio de este trabajo.

6.1.2 Entrevista a experto en plantas medicinales

Entrevista formal a un fitoterapeuta con preguntas objetivas y cerradas para obtener respuestas cualitativas.

Objetivo:

El objetivo de esta entrevista es conocer cuáles son las plantas medicinales más adecuadas para curar las dolencias menores que ocurren en las diferentes etapas de las mujeres, además, determinar cuál es la manera correcta de secar las plantas, así como la preparación de la infusión y entender en qué situación no son recomendables las plantas medicinales. Todo esto ayudará a determinar qué plantas medicinales se incluirán en el sistema producto-servicio, sus beneficios, utilización y conservación.

Nombre: Felipe Álvarez

Fecha de la entrevista: 25 de marzo del 2017

Entrevista

1. ¿Por qué recomienda el uso de plantas medicinales?

“Porque las plantas pueden tratar más del 70% de las enfermedades que pueden presentar las personas, pero de una manera natural”.

2. ¿Cómo adquirió los conocimientos sobre el uso con las plantas medicinales?

“A través de charlas, institutos que nos preparan para conocer las plantas, cursos, he investigación propia. A diferencia de los yerbateros los Fitoterapeutas estudiamos la bioquímica de las plantas para trabajarla en el cuerpo de las personas”.

3. ¿Por qué piensa que la gente ha dejado de utilizar las plantas medicinales?

“Porque las personas están mal acostumbradas a utilizar fármacos para curar cualquier enfermedad. La tradición de usar plantas medicinales se ha perdido también porque las personas quieren las cosas inmediatamente, sin embargo no se dan cuenta el daño que les puede causar la medicina occidental. Les puede curar algo pero les puede dañar otra cosa, o utilizan tanto de un fármaco que luego su cuerpo se vuelve autoinmune y ya no les hace efecto”.

4. ¿Cómo es la mejor manera de preparar la infusión? (A través de funditas de té o directamente la planta con el agua)

“Existen varias maneras de utilizar las plantas medicinales, por ejemplo en cataplasmas, compuestos, ungüentos, infusiones, etc. Todas estas maneras son buenas. Para hacer infusión es mejor siempre poner la planta en contacto directo con el agua, así no se pierden sus principios activos”.

5. ¿Qué planta medicinal es buena para tratar las dolencias de la menstruación?

“La manzanilla, la canela, la salvia, el cedrón, la ruda, el higo, la ortiga”.

6. ¿Qué planta medicinal es buena para tratar las dolencias del embarazo?

“La ortiga porque aumenta la leche de las madres y les da energía, la hoja de frambuesa también es muy buena, la menta igualmente aumenta la leche. Hay que tomar en cuenta que hay algunas plantas que pueden ser abortivas por esto es necesario tomar en cuenta el periodo de tiempo que se toma la infusión, si se pasa del tiempo establecido puede ser riesgoso para él bebe. Esto pasa en general con todas las plantas medicinales, no hay que tomar como uno quiere y peor en grandes cantidades, porque pueden tener efectos negativos en la salud, como intoxicación”.

7. ¿Qué planta medicinal es buena para tratar las dolencias de la menopausia?

“La valeriana porque relaja a las personas y regula los cambios hormonales, la salvia porque es antitranspirante buena para personas que tienen falta de estrógeno y para los calores. También la hoja de higo porque también regula los cambios hormonales”.

8. ¿Qué cantidad de planta medicinal debe colocarse en la infusión y cuánto tiempo?

“Máximo tres gramos para una taza de té, la gente se confunde muchas veces pensando que deben poner toda la planta en la infusión, sin embargo queda muy concentrado el principio activo. Lo ideal es coger la planta, picarla muy finamente y con la cucharadita pequeña con la que uno revuelve el café, esa es la cantidad para una taza de té, esa es la cantidad para que el cuerpo asimile. Esto para un adulto”.

9. ¿Qué dosis se debe administrar de las infusiones con plantas medicinales?

“Depende de la planta pero se recomienda tomar máximo dos infusiones al día, en la mañana y en la noche”.

10. ¿En qué tiempo se debe obtener los resultados de las plantas medicinales?

“Los efectos de las plantas deben ocurrir pasado los 9 días, eso sí tomando regularmente la infusión”.

11. ¿Qué efectos negativos pueden tener las plantas medicinales?

“Todos los medicamentos naturales o químicos tiene sus contraindicaciones básicas, niños menores de edad, mujeres embarazadas o gente que tenga una cirugía reciente no es muy recomendable las plantas”.

12. ¿En qué casos no son recomendables el uso de las plantas medicinales?

“En gente que tenga una cirugía reciente y muchas plantas medicinales no deben tomar las embarazadas, como por ejemplo la ruda que es abortiva”.

13. ¿Las plantas medicinales tienen los mismos efectos en todos los segmentos de edades?

“Si pero depende también de la cantidad ingerida, las cantidades dependen de la edad y por ende el efecto puede ser diferente”

14. ¿Cómo consigue las plantas medicinales?

“Tenemos proveedores del oriente que nos traen en paquetes las plantas o frescas, también tengo mi propio huerto con algunas plantas”.

15. ¿Qué empaque es el mejor para conservar las plantas medicinales?

“Cualquier empaque que sea totalmente hermético, el vidrio es muy bueno”.

Conclusiones entrevista

A través de la entrevista se pudo concluir que las plantas medicinales que deben incluirse en el producto-servicio son, Manzanilla, Canela, Salvia, Cedrón, Ruda, Higo y Ortiga. Además se concluyó que la mejor manera para preparar la infusión para que no se pierdan los principios activos es con la planta directamente en contacto con el agua. También se pudo determinar que la cantidad de planta que se debe colocar en la infusión es máximo 3 cucharaditas. Así mismo se pudo determinar que las plantas medicinales pueden tratar más del 70% de enfermedades y que la ortiga aumenta la leche de las madres, al igual que la menta, información que se incluirá en las etiquetas y el empaque. Asimismo se pudo determinar que el empaque de las plantas medicinales debe ser hermético y que el vidrio es una opción apropiada.

6.1.3 Entrevista a chamán “Taita Alberto de la Cruz”

Entrevista formal a un chamán con preguntas objetivas y cerradas para obtener respuestas cualitativas.

Objetivo:

El objetivo de esta entrevista es conocer los conocimientos ancestrales sobre los usos y beneficios de las plantas medicinales. Además determinar que planta medicinal es adecuada para curar las dolencias menores que ocurren en las diferentes etapas de las mujeres, Todo esto ayudará a determinar desde el punto de vista ancestral, qué plantas medicinales deberían incluirse en el sistema producto-servicio, sus beneficios, utilización.

Nombre: Taita Alberto (Alberto de la Cruz)

Fecha de la entrevista: 27 de marzo del 2017

El Taita Alberto es un hombre de 66 años de edad quien se auto define como un maestro sabio y anciano dentro de la comunidad indígena del Ecuador. Su padre es nativo de la Amazonía y su madre es oriunda de Ambato. Su trabajo lo realiza en su casa para lo cual cuenta con un espacio determinado para las

sanaciones y curaciones y una tienda donde almacena los productos necesarios para su labor.

Por razones personales, el Taita Alberto pidió a la entrevistadora que se abstenga de tomar fotos o grabar la entrevista, sin embargo estuvo abierto a contestar las preguntas.

Entrevista:

1. ¿Por qué recomienda el uso de las plantas medicinales?

“Porque la Madre Tierra me ha formado parte de la tierra y las plantas son una manera natural de curar el cuerpo y alma”

2. ¿Cómo adquirió los conocimientos sobre el uso de las plantas medicinales?

“Gracias a mis padres y al corazón del cielo y de la tierra. Yo no aprendí sobre esto, nací con el don. Mi abuelo tenía los mismos conocimientos que tengo yo hoy. El consumía la hierba sagrada de la ayahuasca y sabía las propiedades de las demás hierbas. Él me dijo que yo no había venido a ser servido sino a servir. Los conocimientos se fueron dando oralmente por lo que mi abuelo me enseñaba. Mi conocimiento es parte de la cosmovisión, es decir soy parte del Universo”.

3. ¿Por qué piensa que la gente ha dejado de utilizar las plantas medicinales?

“Los indígenas siguen utilizando las plantas medicinales y se curan con eso. Son las personas de la ciudad las que ya no les interesa los conocimientos ancestrales y prefieren la medicina rápida. También hay gente que cae en manos de curanderos inescrupulosos que sólo quieren hacer dinero y que no tienen esa vocación de servicio”.

4. ¿Qué plantas medicinales son buenas para tratar las dolencias?

“Todo depende de la persona. Hay plantas que son buenas para unas personas y otras que son buenas para otras personas. Cuando una persona viene a decir lo que le pasa, viene a contar nada más. El maestro no necesita

que le digan lo que le pasa, él debe examinar al paciente y decirle lo que necesita”.

5. ¿Qué plantas medicinales recomienda a las mujeres en sus diferentes etapas? Por ejemplo para los cólicos menstruales, durante el embarazo, en la menopausia.

“Todo depende de la persona y sus hábitos. Por ejemplo si una mujer viene con poca energía, le recomiendo el tilo y la menta como inicio del tratamiento. Si una mujer está con los acaloramientos de la menopausia, le debo dar hierbas que le enfríen, pero todo depende de lo que esta persona haya consumido en su vida. Por ejemplo no puedo darle hoja de higo a una mujer embarazada porque le haría perder el niño pues esta planta tiene demasiadas hormonas. El higo es una planta muy especial pues nace sin flor, es decir que es hombre/mujer”.

6. ¿Cómo se deben administrar las plantas medicinales y en cuanto tiempo deben dar resultado?

“Nueve días mínimo si está en la primera etapa del tratamiento, luego se utilizarán números cabalísticos, es decir 13, 18, 23 para seguir con el tratamiento. Se puede usar en baño María, en infusión y de muchas otras maneras. Este saber es ancestral y se usa dependiendo de qué se quiera curar”.

7. ¿Cómo consigue las plantas medicinales?

“En los jardines en los “apos” sagrados. Antes teníamos nuestras iglesias, lagunas, charcos, laderas sagradas. Siempre debemos pedir permiso a la Madre Tierra para cultivar y para sacar los elementos que necesitamos para curar. Tenemos lugares específicos donde cultivamos las hiervas y plantas”.

8. ¿Cuál es el proceso para secar y conservar las plantas medicinales?

“Siempre se debe secar a la sombra pues al sol se seca la sábila y se pierden las propiedades curativas”.

Conclusiones de la entrevista

El objetivo de esta entrevista era determinar qué plantas medicinales eran las más utilizadas por esta persona para curar las diferentes dolencias de las mujeres. Sin embargo el Taita demostró reticencia a contestar de manera concreta pues su método de curación se basa más bien en su intuición que en el uso científico de las plantas, por lo que no se pudo conocer qué planta era adecuada para curar las dolencias presentadas. Sin embargo, a través de esta entrevista, se pudo determinar que el conocimiento que tiene el Taita sobre las plantas medicinales es ancestral y también transmitido oralmente y que todavía se conserva en algunas comunidades rurales, a diferencia de la zona urbana donde este conocimiento se ha perdido y ha sido remplazado por los fármacos. También se pudo conocer que el tiempo mínimo que se debe utilizar el tratamiento con plantas medicinales es de 9 días para ver resultados y que la manera correcta de secar las plantas es a la sombra para evitar que la savia la pudra. Toda la información recabada en la entrevista servirá para fundamentar el marco teórico de este trabajo.

6.1.4 Entrevista a vendedoras de plantas medicinales

Entrevista formal a vendedora de plantas medicinales con preguntas objetivas y cerradas para obtener respuestas cualitativas.

Objetivo:

Determinar el nivel de conocimiento que poseen las vendedoras del mercado sobre plantas medicinales y conocer las tendencias de consumo de los clientes. Adicionalmente, conocer cómo obtienen las plantas para establecer posibles proveedores para el producto-servicio.

Nombre: Patricia Tapia

Ocupación: Vendedora de plantas medicinales en el Mercado Ñaquito

Fecha de entrevista: 20 de marzo del 2017



Figura 59. Patricia Tapia vendedora de plantas medicinales
Mercado Ñaquito

Entrevista:

1. ¿Por qué recomienda el uso de plantas medicinales?

“Porque el uso de las plantas medicinales es algo ancestral, que quiere decir que son antiguas, por ejemplo yo tengo experiencia de mi abuelita y de mi mami, mi mami tiene ahorita 84 años, todavía sigue igual vendiendo, ya tiene experiencia, entonces es por eso que uno sabe, a pesar de todo eso yo tengo libros que me sirven”.

2. ¿Qué plantas medicinales son las que más vende?

“Por ejemplo la manzanilla que sirve para el dolor de estómago, para desinflamar, tenemos por ejemplo el matico, que es cicatrizante, eso le sirve para cuando usted está con una herida. El jengibre le sirve para el dolor de la garganta, el tigrecillo le sirve para baños, la ruda, la sábila, la menta para el dolor de estómago, la guaviduca para cólicos y la gastritis”.

3. ¿Cómo es el proceso de secado de las plantas medicinales?

“Esto tienen un proceso, cuando está en hoja usted le puede poner aparte en una parte seca, y eso de por si se seca, no tiene que tener contacto con nada y se seca con el sol o en una parte que haya calor y ya procesando eso se le hace las hojitas secas”.

4. ¿Usted cultiva las plantas medicinales?

“No, no cultivar no, nosotros vendemos, a que tiempo. Por ejemplo esto se trae de Machachi, Ambato, de los valles, de Nayón, ellos cultivan y nos traen”.

5. ¿Quiénes son las personas que más compran plantas medicinales?

“Más mujeres pero así mismo pasado 40 años, hay personas por ejemplo de 30 que son recomendadas por las mamas, más jovencitas no conocen mucho”.

6. ¿Cómo saben los clientes las propiedades curativas de las plantas medicinales?

“Yo les aviso, les confirmo cuando me preguntan, les doy toda la información que necesitan”.

Conclusiones:

El conocimiento sobre plantas medicinales que tienen las vendedoras en el mercado es ancestral y ha sido adquirido a través de una trasmisión oral, de generación en generación. Las vendedoras transmiten su conocimiento y experiencia personal con las plantas medicinales a sus clientes, recomendado sus beneficios e instruyendo sobre su utilización. La entrevista confirmó que son las mujeres a quienes se debe dirigir la propuesta de sistema servicio-producto, ya que son ellas las que más compran las plantas medicinales; sin embargo se debería plantear una propuesta en la que se incentive el uso de plantas medicinales a mujeres más jóvenes, pues la entrevista determinó que las mujeres mayores de 40 años son las principales interesadas en las plantas medicinales. Adicionalmente, se determinó que los posibles proveedores de las plantas que formarán parte del sistema de producto-servicio se encuentran en Nayón, Machachi y Ambato, siendo el primer lugar el más conveniente.

6.1.5 Observaciones del producto

Objetivo:

Diagnosticar como se encuentra la presentación e imagen del producto/competencia en este lugar de expendio, de esta manera determinar los elementos que deberían incluirse y que podrían mejorar.

Observaciones:

La observación se realizó en el Mercado Ñaquito, ubicado en la calle Nuñez de Vela y Juan Villalengua. En este lugar se vende variedad de productos, tales como verduras, carne, comida preparada, bebidas, plantas, etc. Se venden las plantas medicinales en varios puestos y se las pueden encontrar en pequeños empaques de plástico, con su nombre no científico, una breve explicación de su utilización y sus propiedades medicinales. El empaque no posee una buena imagen gráfica ya que utiliza combinaciones de colores que no proyectan calidad. Además, el empaque es de plástico, material que no protege adecuadamente la planta, pues permite el paso de la luz, cambiando la temperatura del interior. También se puede encontrar plantas frescas amontonadas en una mesa sin que exista ninguna explicación de su uso o beneficio. Esta información la proporciona la vendedora. Adicionalmente, en este lugar no se ofrece implementos para la preparación de infusiones con las plantas medicinales.

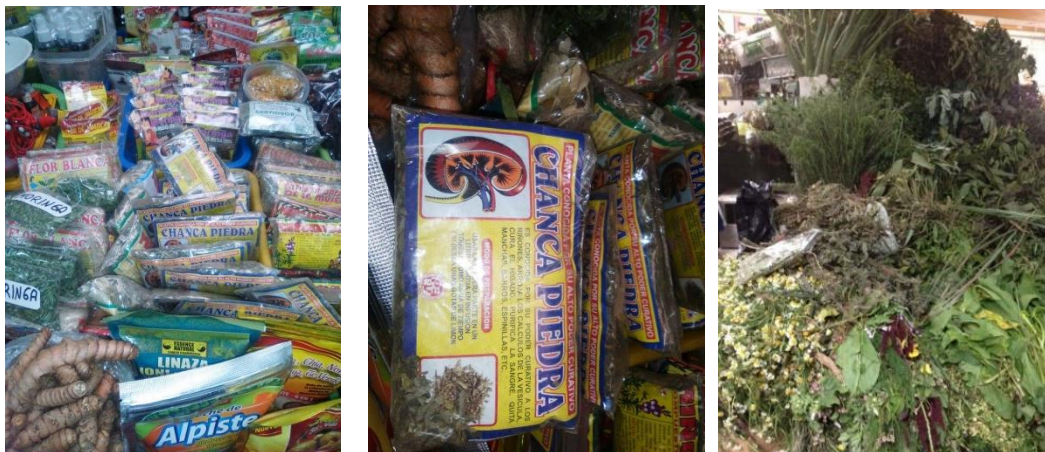


Figura 60. Plantas medicinales del Mercado Ñaquito
Mercado Ñaquito

Conclusiones:

Al observar la presentación de las plantas medicinales en el mercado, se puede concluir que hace falta una imagen gráfica adecuada en cuanto al empaque de los productos que no son frescos y asimismo se puede ver que el material no es el adecuado para conservar las plantas. Las plantas medicinales frescas que están colocadas en la mesa no cuentan con información para los posibles consumidores quienes dependen enteramente del consejo de la vendedora. La presentación desordenada e informal del producto posiblemente no incentiva la compra del consumidor.

6.1.6 Entrevista a diseñador

Entrevista formal a diseñadora gráfica e industrial con preguntas objetivas y cerradas para obtener respuestas cualitativas

Objetivo:

Conocer en qué manera ha aplicado el sistema de producto-servicio, y de esta forma determinar que se debe incluir en la propuesta. Diagnosticar las estrategias usadas en cuanto al posicionamiento de la marca y de producto, y conocer experiencias propias para atraer consumidores. Determinar que material recomienda más para el diseño de packaging.

Nombre: Rocío Vivar

Fecha de la entrevista: 29 de marzo del 2017

1. ¿Ha aplicado el sistema producto-servicio? ¿Cómo? Y ¿Cuáles fueron los resultados?

“Si por lo general en los envases en las cajas de té, se va remplazando”.

2. ¿Cuáles son sus recomendaciones en el momento de realizar un sistema de producto-servicio con plantas medicinales para tratar las dolencias menores de las mujeres?

“Que sea genérico, que pueda utilizarse un nuevo producto, que no siempre sea la misma marca o el mismo producto porque eso puede invalidar en algún momento el sistema. Si es que un determinado producto sale del mercado tu sistema no va a valer, ósea que sea genérico”.

3. ¿De qué manera se puede atraer a los consumidores de diferentes rangos de edad?

“Por el tema de salud, también podría ser por una cuestión de funcionalidad, que tú puedas inclusive utilizarlo con otros propósitos”.

4. ¿Qué estrategias recomiendo para posicionar el producto y la marca?

“Un evento de prueba en donde sometas el objeto a una prueba con el target al que te enfocas. Invitarles y hacerles jugar un poco con el sistema, que se den cuenta de las ventajas que tienen, inclusive hacerles que jueguen a la deriva con el sistema para saber cómo reacciona el público, para que lo usen, como lo usa”.

5. ¿Cómo debería ser el packaging para atraer al consumidor y además proteger el producto adecuadamente?

Si es que vas a trabajar con vidrio tendría que ser, el vidrio que usas en los envases normalmente”.

-¿Cómo se le da la forma al vidrio?

“Ese es un trabajo de moldeado tendrías que acudir a alguna fábrica de envases que hacen, el problema es que ellos hacen al por mayor, o buscar un proceso artesanal, por ejemplo el proceso de termo formado, pero es un proceso que te limita un poco las formas. Tendrías tu que estudiar hasta donde o estudiar las limitaciones del termo formado, hasta donde se te permite termo formar, cuanto se te permite curvar el vidrio y que grosor de permite”.

Conclusiones:

A través de la entrevista se pudo determinar diferentes estrategias que deberían ser incluidas en el sistema producto-servicio, como por ejemplo, que existan diferentes productos dentro del sistema, en caso de que el producto

principal no tenga un buen recibimiento por parte de los consumidores, un producto extra ayudaría a que el sistema se mantenga a flote. Se pudo inferir que la forma con la que se puede llegar a los usuarios de diferentes rangos de edad es a través del concepto de salud, o la funcionalidad del producto-servicio. La manera en la que se puede posicionar la marca y el producto-servicio es a través de una demostración del producto con los posibles consumidores para que puedan probar el funcionamiento del producto-servicio y conocer sus beneficios y características. Por último se logró determinar que el vidrio es un buen material para preservar las plantas medicinales, pero que su forma puede limitar un poco el diseño, por lo que se debe investigar las limitaciones del termo formado.

6.1.7 Entrevista a proveedor de plantas medicinales

Entrevista formal a proveedor de plantas medicinales con preguntas objetivas y cerradas para obtener respuestas cualitativas y cuantitativas.

Objetivo:

Determinar posible proveedor de las plantas medicinales. Conocer los costos de cada planta, lugar de sembrado y como es el proceso de sembrado y recolección.

Nombre: Mónica Pillajo

Ocupación: Vendedora y cultivadora de plantas en Nayón

Fecha de la entrevista: 30 de marzo del 2017

Se realizó esta entrevista a varios proveedores en Nayón, sin embargo Mónica Pillajo fue quien conocía mejor sobre la correcta manera de sembrar y recolectar las plantas, además fue la proveedora más amable y asequible de todos.



Figura 61. Mónica Pillajo, vendedora y proveedora de plantas medicinales
Nayón

Entrevista:

1. ¿Dónde cultiva las plantas?

“En el valle de Nayón, ahí mi familia tiene un terreno donde sembramos las plantas”.

2. ¿Cuánto cuesta cada planta al granel y cuánto cuesta al por mayor?

“Al granel le cuesta 50 centavos y al por mayor si me lleva 10 o más, es a 30 centavos”.

3. ¿Cómo es la forma de cultivo y recolección de las plantas?

“Antes de sembrar las plantas la tierra tiene que estar bien abonada, luego ya sembramos las plantas. Cada parte de la planta se recoge en diferentes tiempos, por ejemplo las flores se recogen antes de que la flor este abierta totalmente, las hojas se recogen cuando ya floreció la planta. Tenemos mucho cuidado con las plantas para que no tengan bichos y no se dañen. Recogemos las plantas en la mañana cuando hay poco sol. Luego lavamos la planta solo con agua. Y mi hijo lleva las plantas a algunos mercados y otras plantas nos llevamos a los Cactus que es el invernadero que tenemos en Nayón”.

Conclusión:

A través de esta entrevista se pudo determinar que la señora Mónica Pillajo podría ser la proveedora de las plantas medicinales para este sistema producto-servicio y además se concluyó los costos que tendrían las plantas.

6.1.8 Encuesta para la creación de la marca corporativa

Encuesta informal a 100 mujeres del grupo Wikimujeres Ecuador con preguntas subjetivas y abiertas para obtener respuestas cualitativas.

Encuesta a 100 mujeres de 25 a 50 años de edad del grupo de Facebook Wikimujeres Ecuador

Objetivo:

Establecer qué nombre e imagen llama más la atención de las posibles clientas. Conocer a través de la asociación con diferentes palabras, si es que lo que piensan al observar la imagen y al escuchar el nombre, tiene relación con lo que se desea comunicar. Además diagnosticar que características les ayuda a determinar si un producto es natural o no, para incluir esta información en el sistema producto-servicio. Y por último determinar cuál será el producto que formará parte del sistema de producto-servicio.

Preguntas de la encuesta:

1. ¿Qué edad tienes?

25-28

29-32

33-36

37-40

41-44

45-48

49-52

2. Por favor observa estos nombres

WARMI *té* Ella *té* HER tea

Figura 62. Nombres

3. ¿Con cuál de estas palabras relacionas el nombre número 1? Puedes escoger más de una opción.

- Mujer
- Ancestral
- Natural
- Té
- Calidad
- Saludable

4. ¿Con cuál de estas palabras relacionas el nombre número 2? Puedes escoger más de una opción.

- Mujer
- Ancestral
- Natural
- Té
- Calidad
- Saludable

5. ¿Con cuál de estas palabras relacionas el nombre número 3? Puedes escoger más de una opción.

- Mujer
- Ancestral

- Natural
- Té
- Calidad
- Saludable

6. ¿Cuál de los tres nombres es el que te llama más la atención por su pronunciación y sonido?

- Número 1
- Número 2
- Número 3

7. ¿Cuál de los tres nombres relacionas más con: “Infusiones de plantas medicinales para tratar dolencias menores de las mujeres”?

- Número 1
- Número 2
- Número 3

8. Por favor observa estas imágenes



Figura 63. Imágenes

9. ¿Qué imagen llamó más tu atención?

- Número 1
- Número 2
- Número 3

10. Si la imagen número 1 fuera una mujer ¿Qué tipo de persona sería?
Puedes escoger más de una opción.

- Ama de casa
- Femenina
- Saludable
- Madre
- Delicada
- Independiente
- Trabajadora
- Inteligente
- Sabia
- Relajada

11. Si la imagen número 2 fuera una mujer ¿Qué tipo de persona sería?
Puedes escoger más de una opción.

- Ama de casa
- Femenina
- Saludable
- Madre
- Paciente
- Delicada
- Dependiente
- Trabajadora
- Inteligente
- Sabia
- Relajada

12. Si la imagen número 3 fuera una mujer ¿Qué tipo de persona sería?
Puedes escoger más de una opción.

- Ama de casa
- Femenina
- Saludable

- Madre
- Paciente
- Delicada
- Dependiente
- Trabajadora
- Inteligente
- Sabia
- Relajada

13. ¿Con cuál de estas palabras asocias la imagen número 1? Puedes escoger más de una opción.

- Mujer
- Natural
- Saludable
- Amigable
- Equilibrio
- Calidad

14. ¿Con cuál de estas palabras asocias la imagen número 2? Puedes escoger más de una opción.

- Mujer
- Natural
- Saludable
- Amigable
- Equilibrio
- Calidad

15. ¿Con cuál de estas palabras asocias la imagen número 3? Puedes escoger más de una opción.

- Mujer
- Natural
- Saludable
- Amigable

- Equilibrio
- Calidad

16. ¿Cuál de las imágenes puedes relacionar más con: “Infusiones de plantas medicinales para tratar dolencias menores de las mujeres”?

- Número 1
- Número 2
- Número 3

17. ¿En qué características te fijas para determinar si un producto es natural o no? Puedes escoger más de una opción.

- Empaque
- Color
- Forma
- Material
- Otro

18. Si las mujeres quisieran utilizar plantas medicinales para curar alguna dolencia menor, ¿Cuál te parece la manera más efectiva para que esto suceda?

- A través de una página web, con imágenes de la plantas e información de sus beneficios y utilización
- A través de un producto que incluya todos los implementos necesarios para la preparación de infusiones con plantas medicinales (Manual explicativo, plantas medicinales, taza e infusor)
- A través de una campaña publicitaria en los puntos de venta de las plantas medicinales

Respuestas encuesta

100 respuestas

RESUMEN INDIVIDUAL

Se aceptan respuestas

¿Qué edad tienes? (100 respuestas)

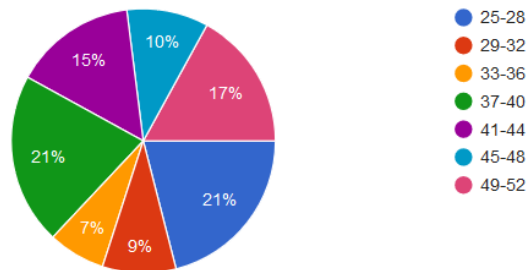


Figura 64. Resultado respuestas

¿Con cuál de estas palabras relacionas el nombre número 1? Puedes escoger más de una opción.
(100 respuestas)

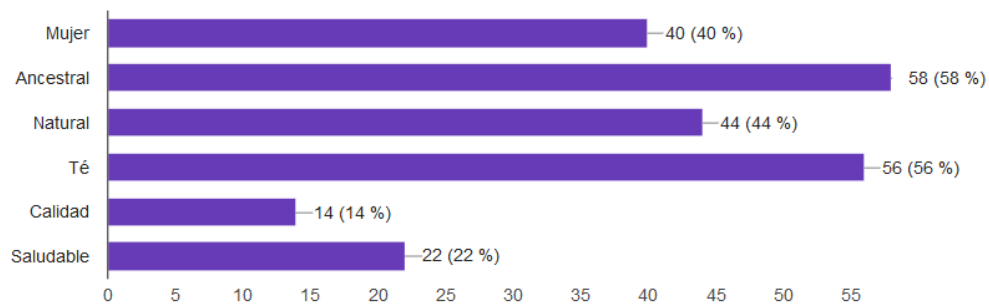


Figura 65. Resultado respuestas

El nombre WARMI TÉ es relacionado con el 58% con la palabra ancestral, con el 56% con té y el 40% con la palabra mujer

¿Con cuál de estas palabras relacionas el nombre número 2? Puedes escoger más de una opción.

(100 respuestas)

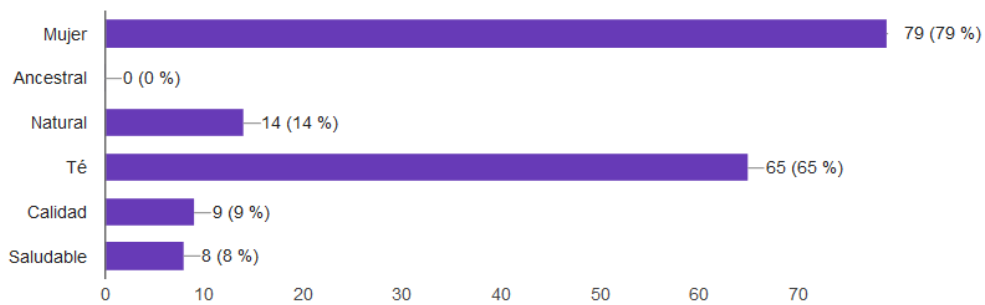


Figura 66. Resultado respuestas

El nombre ELLA TÉ es relacionado con el 79% con mujer y el 65% con té.

¿Con cuál de estas palabras relacionas el nombre número 3? Puedes escoger más de una opción.

(100 respuestas)

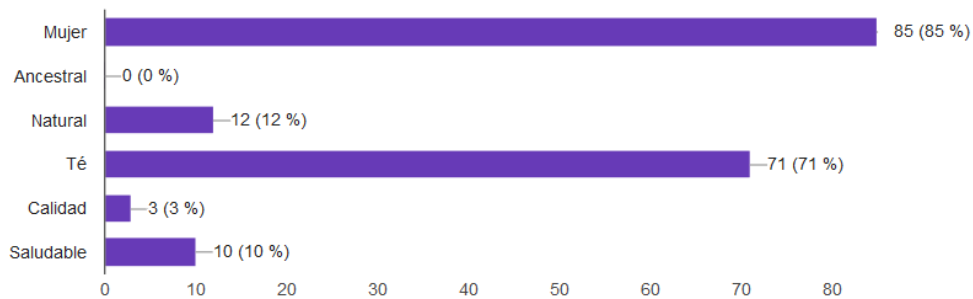


Figura 67. Resultado respuestas

El nombre HER TEA es relacionado 85% con mujer y 71% don té.

¿Cuál de los tres nombres es el que te llama más la atención por su pronunciación y sonido?

(99 respuestas)

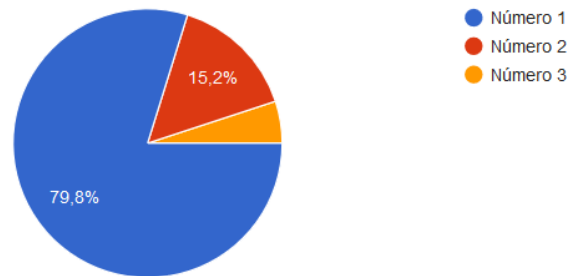


Figura 68. Resultado respuestas

El nombre que más llamó la atención de las encuestadas fue WARMI TÉ con el 79,8%

¿Cuál de los tres nombres relacionas más con: "Infusiones de plantas medicinales para tratar dolencias menores de las mujeres"?

(100 respuestas)

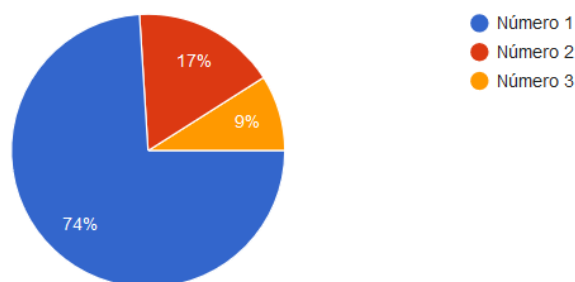


Figura 69. Resultado respuestas

El nombre que relacionan más las encuestadas con infusiones de plantas medicinales para tratar dolencias menores de las mujeres es WARMI TÉ con el 74%

¿Qué imagen llamó más tu atención? (100 respuestas)

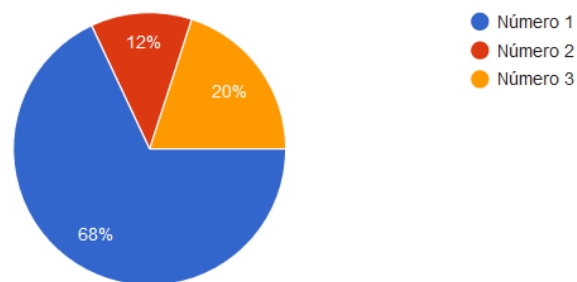


Figura 70. Resultado respuestas

La imagen que más llamó la atención de las encuestadas fue la número 1 con el 68%

Si la imagen número 1 fuera una mujer ¿Qué tipo de persona sería? Puedes escoger más de una opción.

(100 respuestas)

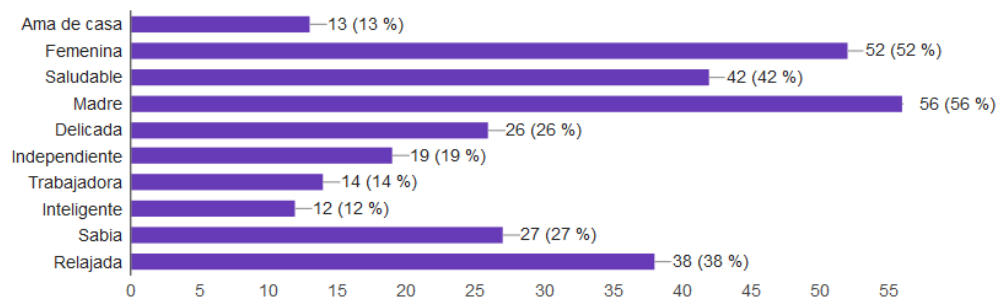


Figura 71. Resultado respuestas

El 52% de las encuestadas relacionaron la imagen número 1 con madre, el 52% con femenina y el 38% con relajada.

Si la imagen número 2 fuera una mujer ¿Qué tipo de persona sería? Puedes escoger más de una opción.

(100 respuestas)

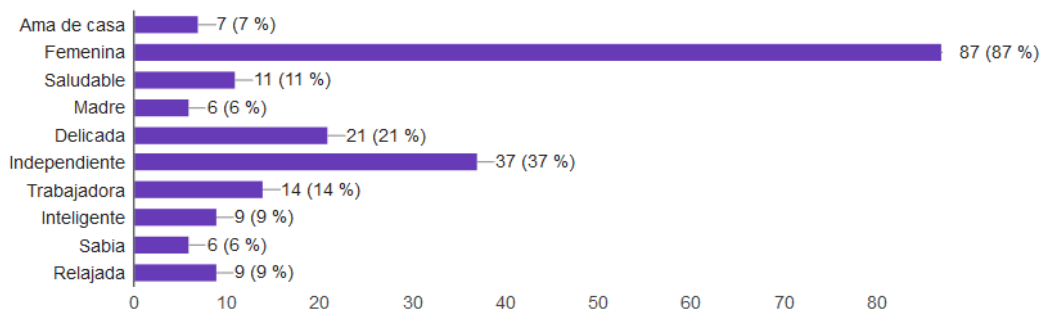


Figura 72. Resultado respuestas

El 87% de las encuestadas relacionaron la imagen número 2 con femenina y el 37% con independiente.

Si la imagen número 3 fuera una mujer ¿Qué tipo de persona sería? Puedes escoger más de una opción.

(100 respuestas)

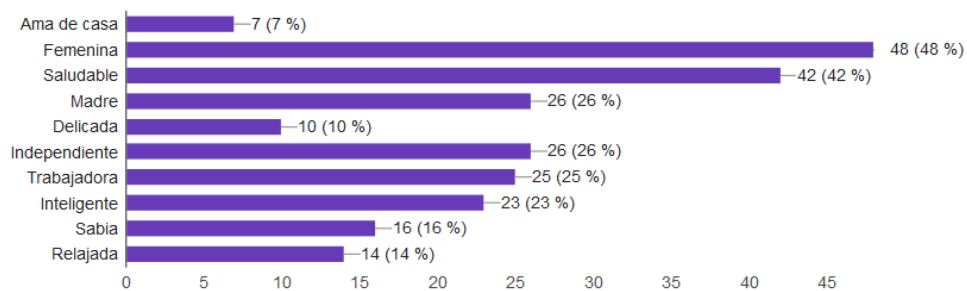


Figura 73. Resultado respuestas

El 48% de las encuestadas relacionaron la imagen número 3 con femenina y el 42% con saludable,

¿Con cuál de estas palabras asocias la imagen número 1? Puedes escoger más de una opción.

(100 respuestas)

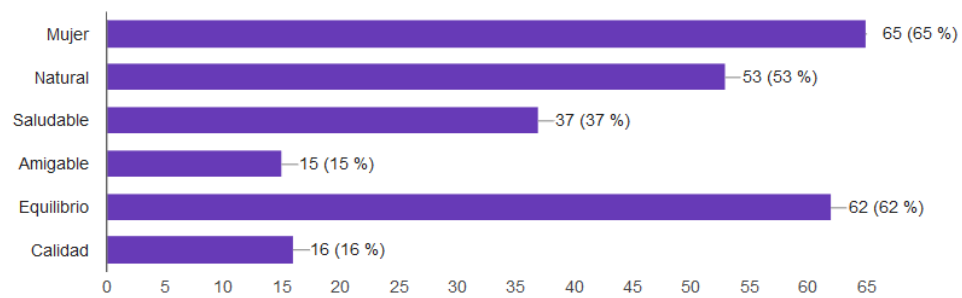


Figura 74. Resultado respuestas

Las palabras que las encuestadas relacionaron la imagen número 1 fueron, 65% mujer, 62% equilibrio, 53% natural y 37% saludable.

¿Con cuál de estas palabras asocias la imagen número 2? Puedes escoger más de una opción.

(100 respuestas)

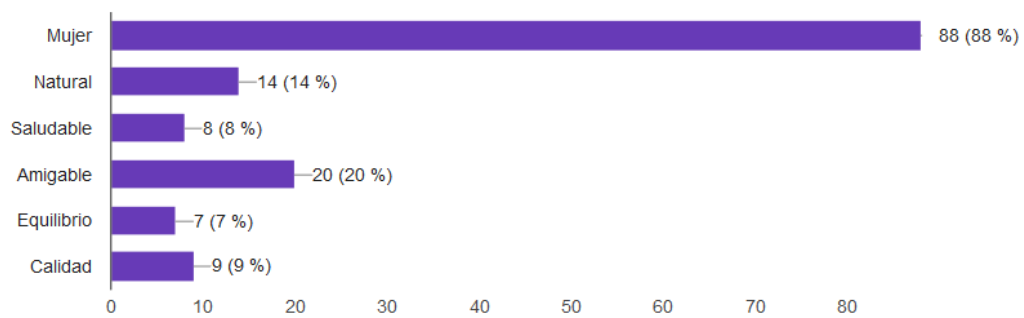


Figura 75. Resultado respuestas

Las palabras que las encuestadas relacionaron la imagen número 2 fueron, 88% mujer.

¿Con cuál de estas palabras asocias la imagen número 3? Puedes escoger más de una opción.

(100 respuestas)

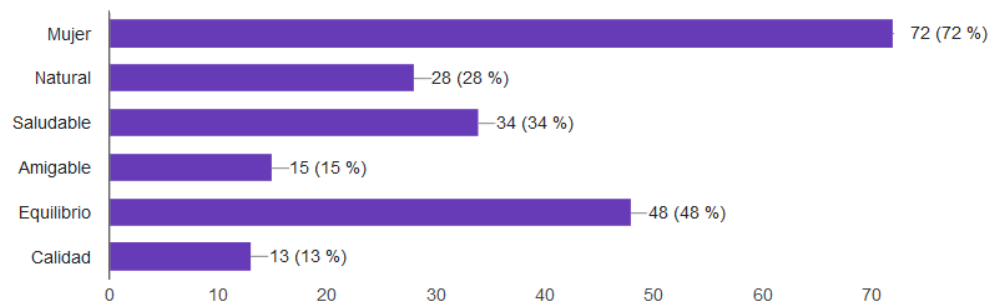


Figura 76. Resultado respuestas

Las palabras que las encuestadas relacionaron la imagen número 3 fueron, 72% mujer, 48% equilibrio, y 34% saludable.

¿Cuál de las imágenes puedes relacionar más con: “Infusiones de plantas medicinales para tratar dolencias menores de las mujeres”?

(100 respuestas)

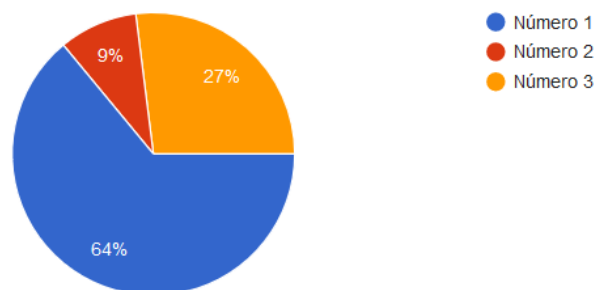


Figura 77. Resultado respuestas

La imagen que las encuestadas relacionaron más con infusiones de plantas medicinales para tratar dolencias menores de las mujeres fue la número 1 con el 64%

¿En qué características te fijas para determinar si un producto es natural o no? Puedes escoger más de una opción.

(100 respuestas)

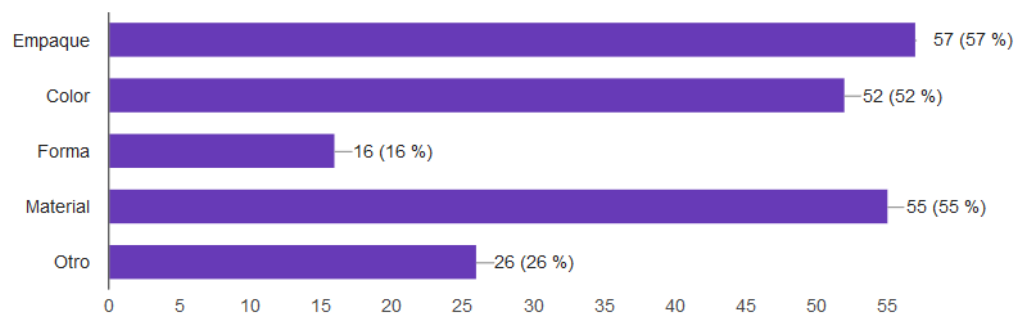


Figura 78. Resultado respuestas

Según las encuestadas, las características que permiten determinar si un producto es natural o no son 57% el empaque, 52% color, 16% la forma y el 26% dijo que sabe que un producto es natural o no por la información que lleva.

Si las mujeres quisieran utilizar plantas medicinales para curar alguna dolencia menor, ¿Cuál te parece la manera más efectiva para que esto suceda?

(100 respuestas)

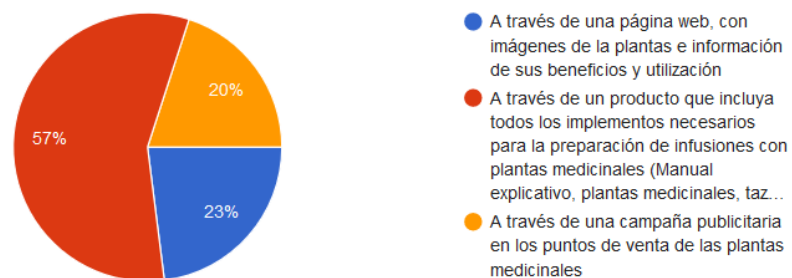


Figura 79. Resultado respuestas

Según el 57% de las encuestadas, la manera más efectiva para que las mujeres utilicen plantas medicinales para curar alguna dolencia menor es a través de un producto que incluya todo los implementos necesarios para la

preparación de infusiones con plantas medicinales (Manual explicativo, plantas medicinales, taza e infusor)

Conclusiones

De acuerdo a la encuesta realizada, se puede concluir que la palabra WARMITÉ es la que más llamó la atención de las encuestadas. Las características con las que relacionaron el nombre tienen sentido con lo que se desea comunicar, es decir, Ancestral, Naturaleza y Mujer. Además ésta fue la palabra que relacionaron más con “infusiones de plantas medicinales para tratar dolencias menores de las mujeres”. La imagen número 1 fue la que más llamó la atención de las encuestadas y también la que más relacionaron con “infusiones de plantas medicinales para tratar dolencias menores de las mujeres”. Esta imagen comunicó principalmente las palabras: Mujer, Equilibrio, Naturaleza y Saludable.

6.1.9 Análisis bibliográfico para estudio de materiales idóneos para la propuesta

Objetivo:

Evaluar los posibles materiales del envase primario para la buena conservación de las plantas medicinales, a través de la validación del cumplimiento de las características idóneas para el envase.

Tabla 4.

Evaluación de materiales para envase primario

Materiales	Alta resistencia a los golpes	Resistencia a altas temperaturas	Versátil	Reusable	Impermeable	Higiénico	Hermético	Barrera contra cambios de temperatura	Estético	Económico	Barrera contra la luz	liviano
------------	-------------------------------	----------------------------------	----------	----------	-------------	-----------	-----------	---------------------------------------	----------	-----------	-----------------------	---------

Vidrio	-	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	-	X
Metal	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	-	X	-
Plástico	X	-	X	-	X	X	X	X	X	-	X	X	X

Conclusión:

Los materiales que cumplieron con la mayoría de las características idóneas que debe tener el envase primario son el vidrio y el metal, ya que los dos poseen características idóneas para conservar y contener las plantas medicinales.

Objetivo:

Evaluar los posibles materiales del empaque secundario, para la buena conservación de todos los implementos, a través de la validación del cumplimiento de características idóneas del empaque.

Tabla 5.

Evaluación de materiales para empaque secundario

Materiales	Alta resistencia a los golpes	Resistencia a altas temperaturas	Versátil	Reciclable	Impermeable	Higiénico	Hermético	Barrera contra cambios de temperatura	Estético	Económico	Impresión	Liviano
Madera	X	X	X	X	X	X	X	X	X	-	-	-
Cartón	X	X	X	X	-	X	X	X	X	X	X	X

Conclusión

El material que cumple con más características idóneas para el empaque secundario es el cartón, al ser resistente a los golpes, resistente a altas temperaturas, versátil, reciclable, higiénico, hermético, estético, económico, liviano y es una barrera contra los cambios de temperatura exterior.

Objetivo:

Evaluar los posibles materiales P.O.P para el producto de estrategia de promoción.

Tabla 6.

Evaluación de materiales P.O.P

Material P.O.P	Pequeño	Económico	Fácil de producir	Funcional	Complementa al producto-servicio	Estético	Promocionar el producto-servicio	Larga vida
Lonchera	-	-	-	X	-	X	X	X
Funda para botellas	X	X	-	X	-	X	X	X
Pin	X	X	X	-	-	X	X	-
Termo	X	-	-	X	X	X	X	X
Vaso	X	X	X	X	-	-	X	X
Taza	X	X	X	X	X	X	X	X
Apoya vaso	X	X	X	X	-	-	X	X
Infusor	X	X	X	X	X	X	-	X

Conclusión:

El material P.O.P que cumple con todas las características que debe tener el producto de estrategia de promoción es la taza, ya que es pequeña, económica, fácil de producir, funcional, complementa al producto-servicio, es estéticamente agradable, puede promocionar al producto-servicio y tiene una larga vida.

Objetivo:

Analizar los posibles materiales para el producto de estrategia de promoción, a través de la validación de características idóneas.

Tabla 7.

Evaluación materiales para estrategia de promoción

Material	Alta resistencia al impacto	Resistencia a altas temperaturas	Versátil	Higiénico	Estético	Económico
Cerámica	-	X	X	X	X	X
Plástico	X	-	X	X	-	X

Conclusión:

La cerámica es el material que cumple con casi todos los determinantes que debe poseer el producto de estrategia promocional, ya que resiste a altas temperaturas, es versátil, higiénico, estético y económico.

Objetivo:

Evaluar los posibles materiales para el producto de estrategia de promoción de las plantas medicinales a granel.

Tabla 8.

Evaluación materiales plantas a granel

Materiales	Versátil	Reciclable	Impermeable	Higiénico	Hermético	Estético	Económico	Impresión	Liviano	Conserva las plantas medicinales adecuadamente
Plástico	X	-	X	X	X	X	X	X	X	-
Cartón	-	X	-	X	X	X	X	X	-	-
Papel	X	X	-	X	X	X	X	X	X	X
Metal	-	-	X	X	X	X	-	X	-	X

Conclusión:

El papel es el material que cumple con más características idóneas para la venta de las plantas medicinales a granel, ya que es versátil, reciclable,

higiénico, hermético, estético, económico, imprimible, liviano y conserva las plantas medicinales sin que se pierdan sus principios activos o se dañen. Sin embargo deben tener un recubrimiento interior para que no permita el ingreso de agua.

7. Desarrollo de la propuesta

7.1 Brief de diseño

7.1.1 Descripción del proyecto

Propuesta de un sistema de producto-servicio que incentive el consumo de infusiones con plantas medicinales para tratar dolencias menores en las diferentes etapas de desarrollo de las mujeres.

7.1.2 Objetivos

Investigar la opinión de mujeres en diferentes segmentos de edades, expertos en plantas medicinales y vendedores, a través de encuestas y entrevistas, para entender el alcance del conocimiento, usos y beneficios de las plantas medicinales.

Desarrollar un sistema producto-servicio para la preparación de infusiones que traten dolencias menores de las mujeres, considerando los resultados obtenidos de la investigación que permitan el diseño de sus elementos.

Validar el interés, aceptación y funcionalidad de la propuesta en mujeres del segmento escogido y competidores a través de encuestas y focus group.

7.1.3 Problema y justificación del producto

Si bien todas las personas enfrentamos diferentes tipos de dolencias, la mayoría de mujeres se ven afectadas por ciertos malestares que se atribuyen a la etapa de desarrollo en la que se encuentran. Es así que en la pubertad, las adolescentes sufren de cólicos menstruales e irregularidades en el ciclo menstrual; durante la maternidad, las mujeres padecen mareos, vómito y cansancio y normalmente se contraindica la utilización de fármacos ya que

pueden afectar al feto así como durante el puerperio y la lactancia. (Initial, 2017). Asimismo, la pre-menopausia y menopausia femenina conllevan cambios fisiológicos tales como sofocos, sudores, enrojecimientos en la piel, dolores de cabeza, etc. (Medline Plus, 2017)

La mayoría de las mujeres han experimentado alguna de estas dolencias en algún momento de su vida pero no siempre desean o pueden utilizar fármacos para contrarrestar los síntomas, debido a las reacciones adversas que estos pueden causar.

Por lo tanto, los fármacos no siempre son la mejor opción para tratar dolencias menores de las mujeres pues éstos pueden estar contraindicados.

Las infusiones de plantas medicinales son una alternativa viable y no nociva para tratar dolencias menores pues sus principios activos no representan un riesgo para la salud del paciente ya no existen efectos colaterales o no deseados siempre y cuando se las utilice adecuadamente. (Ríos, París, Repetto, 2012, p. 213)

Sin embargo, la difusión de plantas medicinales en el Ecuador aún es pequeña y esto se debe al poco interés y conocimiento de las personas del área urbana y clase media y media alta sobre su utilización. (Ortiz-Prado, et al., 2014, pp. 59, 60)

Normalmente las plantas medicinales se las puede conseguir en centros naturistas o mayoritariamente en los mercados, sin embargo, en estos lugares no se encuentran explicaciones adecuadas de sus propiedades y preparación.

7.1.4 Usuario

Se tomará como estudio de población a mujeres quiteñas de 25 a 50 años de edad del grupo Wikimujeres de Ecuador.

En Quito hay 1.150.380 mujeres. Según el censo del 2010 hay 592.553 mujeres y de 25 a 50 años de edad. (INEC, 2010)

Wikimujeres de Ecuador es un grupo secreto y exclusivo de Facebook que tiene 6.691 miembros los cuales son solo mujeres del Ecuador.

7.1.4.1 Descripción del usuario

El usuario tiene interés por la comunicación por medio de las redes sociales, es una persona sociable que a través de una gran red de mujeres conectadas puede compartir opiniones, experiencias, sugerencias, emprendimientos, vender o comprar.

7.1.4.2 Interés del usuario

El usuario tiene interés en la utilización y beneficios de las plantas medicinales para tratar sus dolencias menores.

7.1.4.3 Necesidad del usuario

El usuario desea curar sus dolencias menores a través de un producto natural que no tenga efectos adversos o secundarios. Asimismo, necesita información sobre usos y beneficios de las plantas medicinales y puntos de venta. Es por esta razón que necesita un producto que tenga una imagen que comunique claramente su función. Además que contenga elementos que permitan la facilitación de preparación de infusiones con plantas medicinales y una clara explicación de sus usos. Adicionalmente, necesita un producto que sea fácil de transportar y de guardar.

7.1.5 Dolencias de las mujeres en las diferentes etapas

Dolencias menores más comunes en las mujeres en la menstruación y efectos colaterales de la medicina convencional

Síndrome premenstrual

Este síndrome ocurre antes de que exista el período menstrual siendo más fuerte durante los siete días previos al período menstrual y desapareciendo con

la menstruación. Durante esta etapa aparecen diferentes síntomas físicos como psicológicos variando en cada mujer, como por ejemplo:

- Acné
- Fatiga
- Dolores musculares
- Senos sensibles
- Hinchazón
- Dolor de cabeza
- Diarrea
- Antojos alimentarios
- Depresión
- Estreñimiento
- Decaimiento
- Irritabilidad
- Déficit de atención
- Estrés
- Ansiedad

(KidsHealth, 2017)

- Dolores menstruales

Los dolores menstruales, también conocidos como cólicos, son muy comunes durante los primeros días del período menstrual. Esto ocurre debido a que el músculo liso del útero se contrae por una sustancia química llamada prostaglandina, creando dolores agudos y fuertes. (KidsHealth, 2017)

- Periodos menstruales irregulares

El ciclo menstrual varía según cada mujer; la mayoría de veces dura 28 días, aunque algunos ciclos pueden durar 21 o 35 días. Se entiende como periodos irregulares a las variaciones hormonales que provocan que una mujer presente periodos de menstruación muy cortos, muy largos, muy seguidos, con fuertes hemorragias o poca pérdida de sangre. (KidsHealth, 2017)

- Amenorrea secundaria (Pérdida de la menstruación)

Se entiende como amenorrea cuando una mujer deja de menstruar. Los desbalances en los niveles de hormonas pueden ser la causa de una amenorrea secundaria y esto sucede cuando se suspende la regla por varios meses. Las causas de que exista la amenorrea son:

- Estrés
- Trastornos de la tiroides
- Pérdida exagerada de peso
- Quistes ováricos
- Anorexia
- Suspensión de anticonceptivos orales

(KidsHealth, 2017)

- Menorragia (Períodos menstruales demasiado fuertes o duraderos)

La menorragia ocurre cuando la mujer tiene períodos menstruales de más de siete días de duración, o sus sangrados son muy intensos. Esto sucede debido a un desequilibrio de la concentración de estrógeno y progesterona en el cuerpo, que hacen que el endometrio siga creciendo y cuando es expulsado, el sangrado es mucho más abundante de lo normal. (KidsHealth, 2017)

Para tratar estas dolencias se utiliza frecuentemente la pastilla anticonceptiva para disminuir el nivel hormonal y regular sus ciclos menstruales.

Sin embargo, esta pastilla puede tener diferentes efectos adversos en algunas mujeres, como por ejemplo:

- Períodos Irregulares
- Náusea
- Dolor de cabeza
- Cambios emocionales
- Acné
- Dolor en los senos
- Aumento y disminución del Peso

Dolencias menores más comunes en mujeres embarazadas y efectos colaterales de la medicina convencional

La gestación de un bebé es un trabajo muy arduo para la madre donde el cuerpo de la mujer pasa por una serie de cambios a medida que el feto se desarrolla. A la par de los dolores y molestias propias del embarazo, la mujer siente otros síntomas como:

- Cansancio al inicio y al final del embarazo
- Necesidad continua de ir al baño
- Náuseas
- Estreñimiento
- Acidez gástrica
- Dolores de cabeza
- Sangrados nasales y en las encías
- Hinchazón en las piernas
- Dificultad al respirar

(Medline Plus, 2017)

Es muy importante evitar tomar cualquier medicamento durante el embarazo, en especial los farmacológicos, sin antes haber recibido una prescripción médica, esto, porque la mayoría de fármacos atraviesan la placenta exponiendo al feto a dosis químicas que pueden perjudicar su desarrollo y producir anomalías congénitas. El primer trimestre del embarazo es la etapa en la cual el feto está más sensible a la acción de los medicamentos ya que sus órganos comienzan a formarse. Sin embargo, los fármacos pueden causar daño al bebé incluso en las últimas etapas de gestación. (Initial, 2017)

Dolencias menores más comunes en mujeres durante la premenopausia y menopausia y efectos colaterales de la medicina convencional.

Cuando la mujer alcanza entre los 45 y 55 años de edad es normal que comience a tener menstruaciones irregulares y cuando finalizan totalmente quiere decir que la mujer se encuentra en la etapa de la menopausia. En este periodo los ovarios dejan de producir óvulos por la falta de estrógeno y progesterona. Sin embargo, es normal que pasen meses o años antes de que esto ocurra, pero por causa de la variación de los niveles hormonales, en esta etapa conocida como la premenopausia, las mujeres pueden presentar diferentes síntomas y molestias. (Medline Plus, 2017)

Los síntomas comunes de la premenopausia pueden ser:

- Periodos menstruales menos frecuentes y que finalmente terminan
- Palpitaciones
- Sofocos, normalmente mayores durante los primeros 1 a 2 años
- Sudoración nocturna
- Enrojecimiento de la piel
- Insomnio

Otros síntomas de la premenopausia son:

- Falta de libido
- Incontinencia
- Pérdida de memoria

- Malgenio, angustia, cambios de temperamento
- Dolor de cabeza
- Infecciones vaginales
- Dolores musculares

(Medline Plus, 2017)

De acuerdo a la Sociedad Americana Contra El Cáncer, la manera más común para tratar los síntomas de la premenopausia y la menopausia es a través de la compensación con hormonas que la mujer pierde en esta etapa. Estas hormonas son el estrógeno y la progesterona, usadas juntamente para evitar el cáncer endometrial. Sin embargo, según un estudio de Women's Health Initiative, a lo largo del tiempo, utilizar estas dos hormonas puede incrementar el riesgo de padecer cáncer de seno o cáncer de ovario. (Sociedad Americana Contra El Cáncer, 2015).

7.1.6 Plantas útiles para tratar las dolencias comunes de las mujeres en las diferentes etapas:

Para tratar las molestias de la menstruación:

- Manzanilla

Debido a su efecto sedante, es utilizada para tratar los dolores de la menstruación, el insomnio, los nervios o dolores estomacales. Se recomienda tomar una infusión en la noche, con una o dos cucharaditas de flores u hojas secas por cada taza de agua. (Endara, Soria, Pozo, 2008, p. 239)

- Canela

La canela es buena para el tratamiento de dolores gástricos y sobre todo para tratar los dolores de la menstruación. Se debe tomar en infusión 3 veces al día, por 4 días. (Endara, Soria, Pozo, 2008, pp. 111,112)

- Cedrón

El cedrón ayuda a reducir la fiebre, calma el dolor del cólico menstrual, es digestivo y sedante. Se debe preparar la infusión con 5 hojas y se debe tomar tres tazas al día antes de cada comida. (Endara, Soria, Pozo, 2008, pp. 132,133)

- Ruda

Regular los ciclos menstruales ya que fortalece los capilares sanguíneos. Para la infusión se debe colocar $\frac{1}{2}$ cucharaditas de hojas y se debe tomar 2 a 3 taza el día. (Endara, Soria, Pozo, 2008, pp. 363,363)

Para tratar los síntomas del embarazo:

- Ortiga

La infusión de ortiga aumenta de leche en las madres. Se debe prepara la infusión con una o dos cucharaditas de hojas. (Endara, Soria, Pozo, 2008, p.296)

- Frambuesa

La infusión con las hojas de la planta de Frambuesa ayuda a fortalecer el útero, además aumenta la leche de las madres y ayuda a disminuir las náuseas. Se debe tomar 1 a 2 cucharaditas una vez al día. Esta planta debe ser ingerida únicamente durante los últimos meses del embazo. (Mendez, 2017)

- Tomillo

Esta planta posee vitaminas y minerales como manganeso, calcio y hierro. Además esta planta alivia los dolores que se suelen presentar durante el primer trimestre de embarazo. Se debe tomar 1 a 2 cucharaditas, una vez al día. (Canguero, 2017)

- Menta

Esta planta aumenta la secreción de leche de las madres, reduce las náuseas, alivia el dolor estomacal y el estreñimiento. Además alivia los calambres y estimula el sistema inmunológico. Se debe tomar 5 cucharaditas, 1 vez al día. (Endara, Soria, Pozo, 2008, pp. 259, 260)

Para tratar los síntomas de la menopausia:

- Salvia

La salvia reduce los sudores y la fiebre, esta planta también es utilizada para equilibrar las hormonas de las mujeres. Se recomienda tomar una taza de infusión al día, con 1 cucharadita de hojas. (Endara, Soria, Pozo, 2008, p. 373)

- Valeriana

Esta planta es útil para tratar dolencias de tipo nerviosas como dolores de cabeza o insomnios. Es buena para el tratamiento del estrés, la histeria y los nervios estabilizando el ritmo cardíaco. Se debe tomar una infusión diaria con una cucharadita de su raíz. (Endara, Soria, Pozo, 2008, pp. 441,442)

- Hierbabuena

La infusión de hierbabuena puede ser tomada para los nervios, el insomnio, la jaqueca o los calambres. Se debe tomar una infusión con tres cucharaditas de hojas durante una o dos veces al día por no más de 12 días. (Endara, Soria, Pozo, 2008, p. 199)

- Higo

La infusión con la hoja del Higo es un regulador hormonal, perfecta para las mujeres que se encuentran en la etapa de la premenopausia y menopausia. Además esta planta tiene propiedades que ayudan a fortalecer los huesos, los músculos y la pérdida visual. Se debe tomar 3 cucharaditas, dos veces al día. (Endara, Soria, Pozo, 2008, p. 204)

7.1.7 Generación de conceptos para solucionar la necesidad del usuario

- Página web con imágenes de plantas e información de sus beneficios y utilización

- Producto que incluya todos los elementos necesarios para la preparación de infusiones con plantas medicinales. (Manual explicativo, taza, infusor, plantas medicinales)
- Campaña publicitaria en los puntos de venta de las plantas medicinales

7.1.8 Encuestas y entrevistas

A través de encuestas a 100 mujeres del grupo Wikimujeres Ecuador se pudo definir el producto que se incluirá en el sistema producto-servicio ya que según el 57% de las encuestadas, la manera más efectiva para que las mujeres utilicen plantas medicinales para curar alguna dolencia menor es a través de un producto que incluya todo los implementos necesarios para la preparación de infusiones con plantas medicinales (Manual explicativo, plantas medicinales, taza e infusor). También se pudo definir las características de la marca (isotipo, nombre) y comprobar la necesidad del consumidor de un producto que facilite la preparación de infusiones y la explicación de los beneficios de las plantas medicinales.

A través de las entrevistas realizadas a personas que tienen relación con las plantas medicinales (experto en plantas medicinales, chamán, diseñador y vendedora de plantas medicinales) se pudo definir las plantas que deberían incluirse en el producto, las cuales son: Manzanilla, Canela, Cedrón, Ruda, Frambuesa, Menta, Ortiga, Tomillo, Valeriana, Higo, Hierbabuena y Salvia. La información que debería incluir el producto: Temperatura del agua, cantidad de planta que debe colocarse en el infusor, tiempo que debe colocarse la planta en el agua, cantidad de consumo de la infusión al día. Por ultimo las características que debería poseer el empaque: Hermético, estético, resistente, transportable, liviano, imprimible, económico, higiénico, reciclable, versátil.

7.1.9 Sistema producto-servicio:

El sistema producto-servicio tiene como objetivo cumplir con las demandas del cliente a través de la integración de productos y servicios, los productos son objetos y los servicios son las actividades que se realizan. Juntos aumentan la posibilidad de satisfacer al cliente. El sistema producto-servicio puede ser una

alternativa ecológicamente sostenible, reduciendo un impacto ambiental, a través del reciclaje, el reuso, el desuso, etc. del producto. La integración del producto con el servicio puede generar un aumento en el posicionamiento del producto en el mercado; crecimiento en los ingresos y mayor satisfacción del cliente y por ende una relación más fuerte y leal. (Van Halen, Vezzoli, Wimmer, 2005, Pg. 1, 2, 11)

7.1.10 Posición de la marca a comparación de su competencia

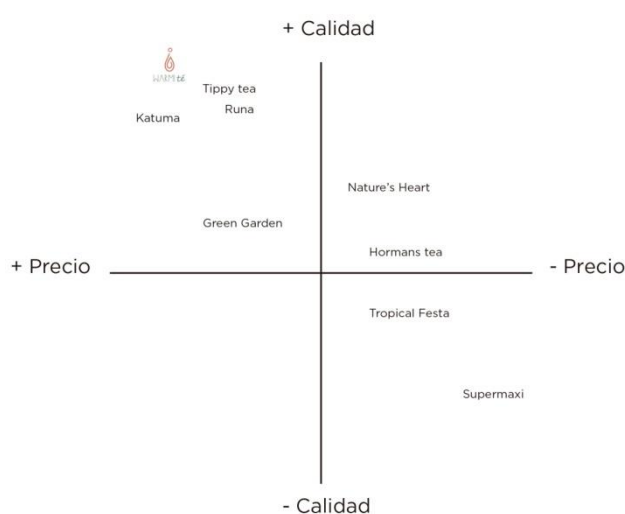


Figura 80. Posicionamiento de WARMITÉ

7.1.11 Presupuesto

Tabla 9.

Presupuesto

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO AL POR MAYOR	PRECIO POR UNIDAD	PRECIO SUGERIDO DE VENTA LA PUBLICO
PRODUCTO COMPLETO				
Taza	3000	3060	1,02	
Frascos	12000	6960	0,58	
Infusor	3000	1350	0,45	
Máquina de sublimación	1	175	0,05	
Etiquetas frascos	12000	360	0,03	
Cartón ilustración empaque	3000	800	0,8	
Troquel impresión empaque	1	180	0,06	
Impresión empaque	3000	900	0,3	
Pieza logo MDF	3000	20,5	0,01	
Plantas medicinales	12000	3600	0,3	

Gafetes	6000	320	0,05	
			6,29	12,58
EMPAQUE PLANTAS GRANEL				
Empaque plantas granel	12000	700	0,05	
Impresión empaque	12000	300	0,2	
Plantas medicinales	12000	3600	0,3	
			0,55	1,65
TAZA GRANEL				
Taza	3000	5350	1,45	
Sublimación	3000	150	0,05	
			1,5	4,5
REGISTRO DE NOMBRE			200	
Envase de metal	12000	10348,80	0,86	
Costo producto con envase de metal			7,41	14,82

7.2 Concepto de diseño

Los conceptos que se desean comunicar en el sistema producto-servicio son mujer, ancestral y naturaleza. Se desea comunicar el concepto de mujer, ya que el producto-servicio está enfocado en tratar las dolencias de la mujer en sus diferentes etapas. Para transmitir este concepto en el producto, se utilizarán tipografías curvadas que representen feminidad. También se desea comunicar el concepto de ancestral ya que la medicina con plantas fue la forma de curación utilizada por nuestros antepasados y transmitida de generación en generación. Para poder transmitir este concepto se tomará como base el arte rupestre de la amazonia, el cual se basaba en figuras lineales representativas de plantas, animales, etc. Esto se lo representará en el isotipo de la marca. Por último se desea comunicar la naturaleza, ya que el sistema producto-servicio se basa en la curación a través de plantas medicinales. Para representar esto, se utilizarán formas circulares con forma de hoja en el empaque exterior.

Para diferenciar las tres etapas de la mujer se utilizará las estaciones del año, primavera, verano y otoño. La menstruación de alguna manera es una etapa de

florecimiento en la mujer, por lo que se la representará con la primavera. El embarazo será representado por el verano, estación en la que los frutos germinan y maduran. Por último el otoño representará la etapa de premenopausia y menopausia, ya que esta estación refleja el cambio en las hojas de los árboles y su madurez.

Se utilizara el estilo de Low Poly para representar las plantas medicinales, ya que es un estilo liviano con pocos detalles, perfecto para representar las plantas sin ocupar mucho espacio en las etiquetas y en el empaque.

El concepto de DIY se evidenciará en el sistema producto-servicio, ya que el consumidor tratará sus dolencias menores a través de la preparación de infusiones con plantas medicinales, siendo autosuficiente y remplazando la necesidad de comprar fármacos o consultar a un médico.

7.3 Determinantes de diseño

Tabla 10.

Determinantes de diseño

	Requerimiento	Especificación
Plantas medicinales que deben incluirse en el Sistema producto-servicio	Tratar las dolencias en la menstruación	Se utilizará Manzanilla, Cedrón, Ruda y Canela.
	Tratar las dolencia en el embarazo	Se utilizará la hoja de Frambuesa, Ortiga, Menta y Tomillo.
	Tratar las dolencias en la menopausia	Se utilizará Valeriana, hoja del Higo, Hierbabuena y Salvia.
Empaque secundario del producto	Resistencia a los impactos	El empaque deberá resistir a golpes e impactos protegiendo los envases que contiene.
	Resistencia a altas temperaturas	El empaque deberá resistir a altas temperaturas del exterior.

	Versátil	El empaque deberá ser adaptable a diferentes formas.
	Reciclable	El empaque deberá ser reciclable.
	Higiénico	El empaque mantendrá a los productos que contiene libres de contaminación.
	Desperdicio	El empaque aprovechara todo el espacio del producto, minimizando desperdicio.
	Facilidad de uso	El empaque será fácil de abrir, cerrar y manipular.
	Liviano	El empaque deberá ser liviano para facilitar su transporte.
	Dimensiones	El tamaño del empaque irá de acuerdo al tamaño de los envases primarios y los elementos de estrategia de promoción.
	Forma	La forma del empaque irá de acuerdo al concepto establecido.
		La forma del empaque permitirá ser apilable.
		La forma del empaque permitirá ser transportada.
	Divisiones	El empaque poseerá divisiones para colocar los envases de las plantas, y el material promocional.
	Cromática	La cromática del empaque se basará en los colores que aparezcan con los conceptos, mujer o plantas.
	Comunicar	El empaque deberá comunicar de lo que se trata el producto.
	Publicidad engañosa	El empaque no llevará ninguna publicidad que sea mentira o que exagere las cualidades del producto que contiene.
	Impresión	El empaque deberá tener una alta calidad de impresión
	Producción en serie	El empaque deberá facilitar la producción en serie.

	Económico	El material prima del empaque será de bajos costos
	Rentable	El costo del proceso de elaboración del empaque y la materia prima permitirá que el producto sea rentable para el productor como para el consumidor.
Envase primario del producto	Resistencia a altas temperaturas	El envase deberá resistir a altas temperaturas del exterior.
	Versátil	El envase deberá poseer varias formas.
	Reusable	El envase deberá ser reusable.
	Impermeable	El envase no deberá absorber líquidos del exterior.
	Higiénico	El envase mantendrá a las plantas medicinales libres de contaminación.
	Hermético	El envase deberá cerrarse para evitar el ingreso de oxígeno.
	Barrera contra los cambios de la temperatura exterior	El envase protegerá a las plantas medicinales de los cambios de temperatura exteriores.
	Traslucido	El envase será translúcido para demostrar la planta medicinal que contiene.
	Desperdicio	El envase aprovechara todo el espacio del producto, minimizando desperdicio.
	Facilidad de uso	El envase será fácil de abrir, cerrar y manipular.
	Dimensiones	El tamaño del envase será pequeño, para no ocupar mucho espacio dentro del empaque secundario, sin embargo, deberá contener una gran cantidad de planta medicinal.
	Forma	La forma del envase será alto y delgado.
Información	El envase llevará la información sobre el producto en etiquetas.	

	Publicidad engañosa	El envase no llevará ninguna publicidad que sea mentira o que exagere las cualidades del producto que contiene.
	Producción en serie	El envase se producirá en serie, por lo que su diseño deberá ser básico.
	Económico	El material prima del envase será de bajo costo
	Rentable	El costo del proceso de elaboración del envase será rentable para el productor.
	Tiempo de almacenamiento	El envase podrá almacenar las plantas medicinales por 5 meses
Material de estrategia promocional	Tamaño	Será pequeño para ocupar el mínimo espacio en el empaque secundario.
	Material	Será un material económico y versátil.
	Funcional	Contará con características prácticas.
	Complementario	Contribuirá con la preparación de las infusiones con las plantas medicinales.
	Comunicar	Comunicará el concepto e imagen del producto principal.
	Producción	Será fácil de producir.
	Económico	El material y la producción serán económicos.
	Colores	Los colores se escogerán a partir de los moodboards de los conceptos de mujer y plantas.
	Estilo	Lineal y geométrico.
Empaque de venta a	Tamaño	Pequeño para ocupar mínimo espacio.

granel	Beneficios plantas medicinales	Definirá los beneficios de la planta medicinal para curar alguna dolencia específica.
	Preparación de las plantas medicinales	Definirá el tiempo de preparación de la infusión.
		Definirá la cantidad de planta medicinal incluida en la infusión.
		Definirá la cantidad de infusión que debe consumir el consumidor por día.
	Advertencias	Cuando no se deberá consumir la infusión.
Lugar de producción	Dónde será producido el producto.	

7.4 Generación y evaluación de alternativas

7.4.1 Imagen corporativa

7.4.1.1 Naming

Los conceptos que se desean establecer en el nombre son mujer, ancestral y naturaleza. Estos conceptos comunican el producto-servicio para la preparación de infusiones con plantas medicinales para tratar las dolencias menores de las mujeres.

Teniendo en cuenta estos conceptos, se desarrollaron las siguientes propuestas de nombres: WARMITÉ, ELLATÉ y HERTEA

Se escogió el nombre WARMITÉ ya que “warmi” significa mujer en el idioma Quichua. Dentro de este nombre se incluyen los conceptos de ancestral, al ser una palabra que forma parte de un idioma antiguo de descendencia incaica. Además se incluyó la palabra té para comunicar el producto del sistema producto-servicio.

Es necesario tomar en cuenta los diferentes significados que puede tener una palabra en otros idiomas, por lo que WARMITÉ es una opción que traducida

por ejemplo al idioma inglés, puede significar “caliente”, siendo una opción segura, ya que esta palabra tiene relación con el producto-servicio. Para la creación de este nombre se diseñó una tipografía lineal y liviana combinada con la tipografía Segoe Script.

Otra opción fue ELLATÉ, se eligió este nombre para que el mensaje que se desea comunicar sea inmediato, ya que la palabra “ella” hace referencia inmediata a la mujer. Dentro de este nombre se establece los conceptos de mujer y de té, sin embargo no entra el concepto de ancestral. Para la creación de este nombre se escogió una tipografía Serif, Lucida Bright y Sans Serif, Segoe Print.

Por último se escogió la palabra HERTEA, en esta opción se eligieron las palabras ella y té en inglés, para que el mensaje llegue a un público más grande. Sin embargo, el concepto de ancestral no entra en esta palabra. Para la creación de este nombre se escogió la tipografía Segoe Script y la tipografía Futura Lt BT Light.

7.4.1.2 Diseño del isotipo

Para el diseño del isotipo se hizo primero dos moodboards. El primer moodboard se hizo con fotos de cosas o situaciones que tengan relación con las mujeres. El segundo moodboard se hizo con fotos de plantas medicinales y medicina ancestral.

Color corporativo:

Mujer



Figura 83. Moodboard de naturaleza y plantas medicinales

Tomado de: Pinterest, s.f

Paleta de colores:



Figura 84. Paleta de colores tomada del moodboard

Desarrollo del diseño de Isotipo

Isotipo 1

Para el diseño de este isotipo, se buscó enlazar el símbolo mundial de la mujer y una hoja de una planta medicinal.



Símbolo de mujer



Hoja de Laurel

Figura 85. Imágenes para crear el isotipo

Tomado de: Freepick, 2015; 123RF, 2017

Bocetos:

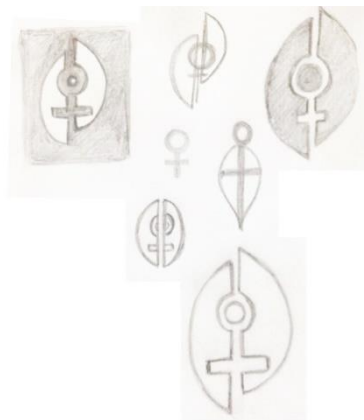


Figura 86. Bocetos del isotipo



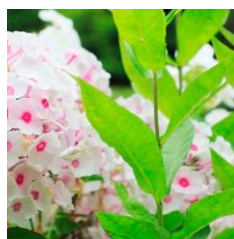
Figura 87. Pasos para crear el isotipo

Isotipo 2

Para el diseño de este isotipo, se escogió los labios de una mujer y la hoja de una planta medicinal.



Labios de mujer



Hoja de Valeriana

Figura 88. Imágenes para el isotipo

Tomado de: Entre obleas y a lo loco, 2014; Hierbas medicinales, s.f

Bocetos:

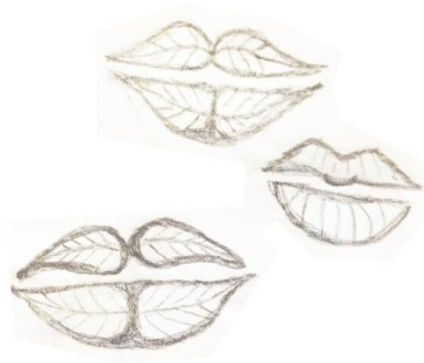


Figura 89. Bocetos del isotipo



Figura 90. Pasos para crear el isotipo

Isotipo 3

Para el diseño de este isotipo se buscó enlazar los conceptos de hoja de una planta medicinal, las diferentes etapas de las mujeres, y esto como un ciclo de la vida.



Hoja de menta



Etapas de la mujer



Ciclo

Figura 91. Imágenes para el isotipo

Tomado de: 123RF, 2017; Depositphotos, 2017

Adaptado de: Pixabay, 2017

Bocetos:



Figura 92. Bocetos del isotipo



Figura 93. Pasos para la creación del isotipo

7.4.2 Packaging

7.4.2.1 Moodboard de envases

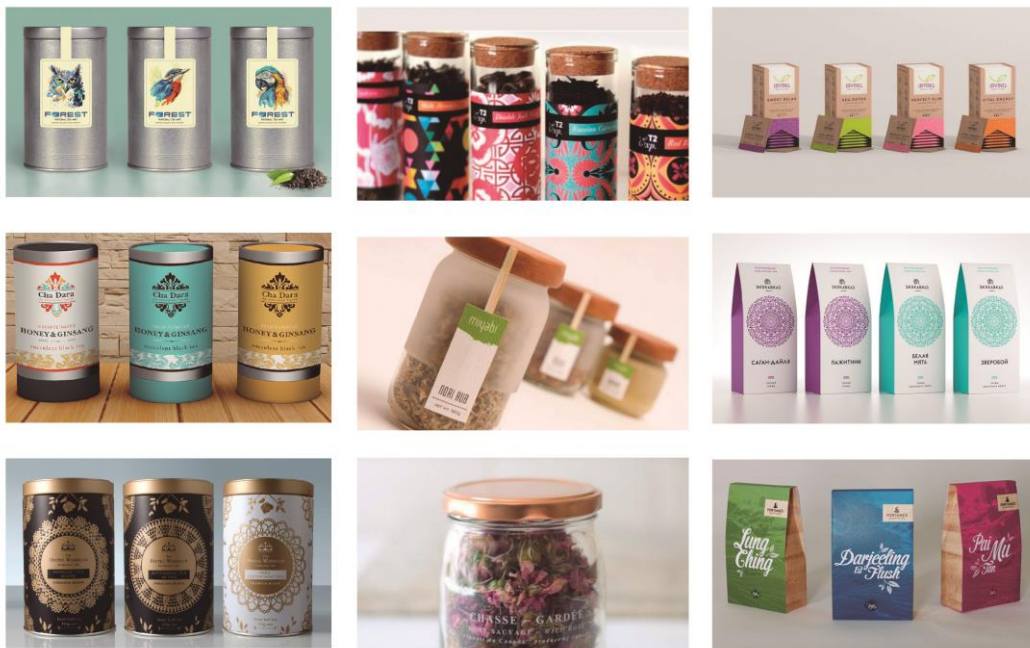


Figura 94. Moodboard de envases para té

Tomado de: Pinterest, s.f

7.4.2.2 Envase primario

A través de las calificaciones de atributos, se escogió el vidrio como el material para contener las plantas medicinales.

El grosor del vidrio es de 0,3 mm

A continuación se presenta las posibles opciones de frascos para las plantas medicinales.

Opción 1



Figura 95. Opción de frasco

Frasco de 145 ml.

Costo:

1 unidad: 39 ctvo + iva

100 unidades: 35 ctvo + iva

Opción 2



Figura 96. Opción de frasco

Frasco de 140 ml

Costo:

1 unidad: 0,59 ctvo + iva (2, 67) las 4

100 unidades: 52 ctvo + iva

Opción 3



Figura 97. Opción de frasco

Frasco de 120 ml.

Costo:

1 unidad: 79 ctvo + iva

100 unidades: 74 ctvo + iva

Opción 4



Figura 98. Opción de frasco

Frasco de 255 ml.

Costo:

1 unidad: 75 ctvo + iva

100 unidades: 65 ctvo + iva

Se realizó una nueva propuesta de envase con metal como opción de material.

Opciones de envases de metal



Figura 99. Opciones de frascos de metal

Tomado de: Arqhys Arquitectura, 2017

Empaque secundario

Después de la calificación de atributos se concluyó que el material para el empaque secundario será el cartón.

Bocetos:

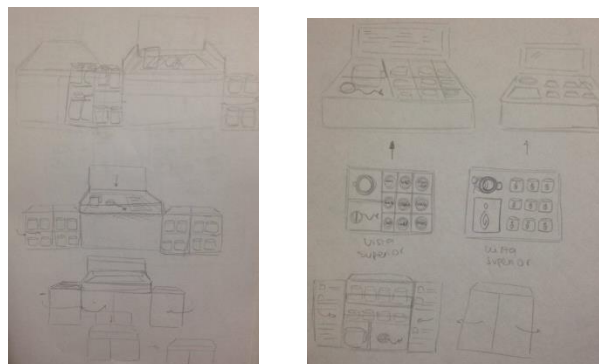


Figura 100. Bocetos de empaque

Opción 1

Tomando en cuenta las medidas del envase 1

Boceto

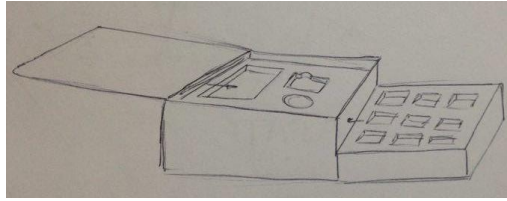


Figura 101. Bocetos de empaque

Planos

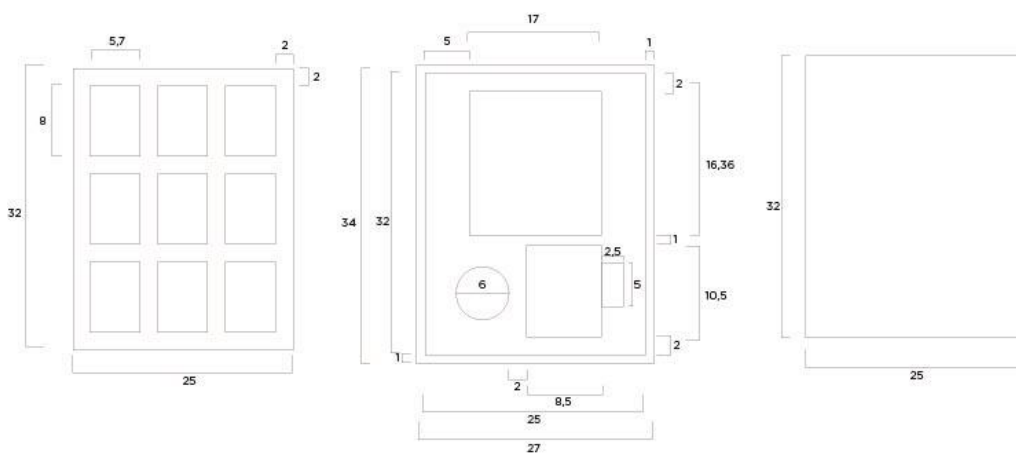


Figura 102. Planos empaque

Render

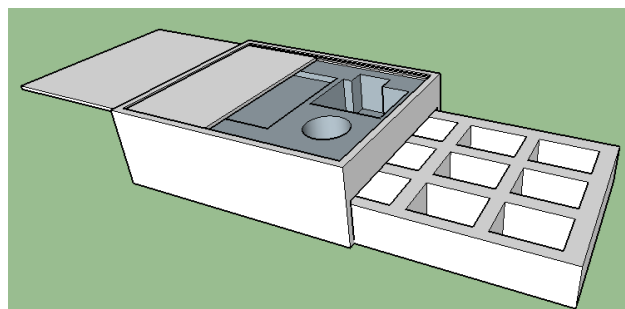


Figura 103. Render empaque

Observaciones:

El tamaño del envase dificultaría la manipulación de las plantas medicinales. Sin embargo, al ser pequeño se minimiza el tamaño del empaque secundario, y por ende este se vuelve más cómodo para el usuario.

Opción 2

Tomando en cuenta las medidas del envase 2

Boceto

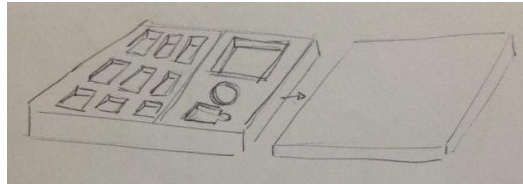


Figura 104. Boceto empaque

Planos

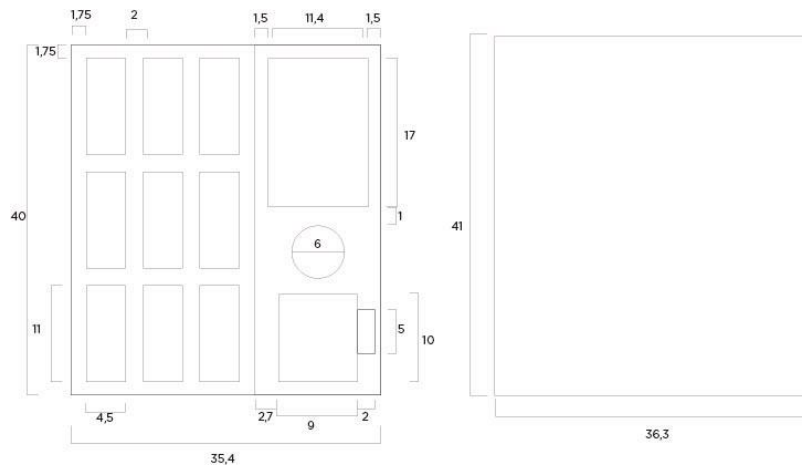


Figura 105. Planos empaque

Render

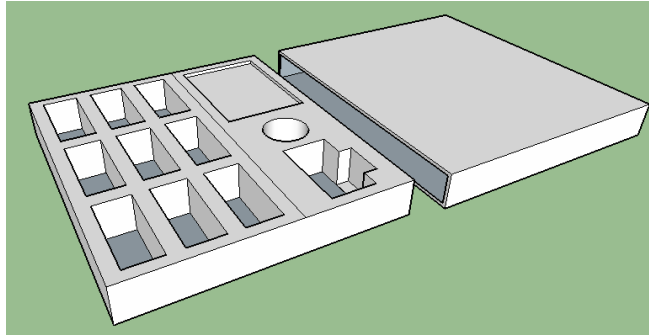


Figura 106. Render empaque

Observaciones:

El tamaño del envase puede ocupar mucho espacio si se lo coloca de manera horizontal, sin embargo se debería probar un diseño con el envase en sentido vertical, ya que al ser más delgado ocuparía menos espacio.

Opción 3

Tomando en cuenta las medidas del envase 3

Bocetos

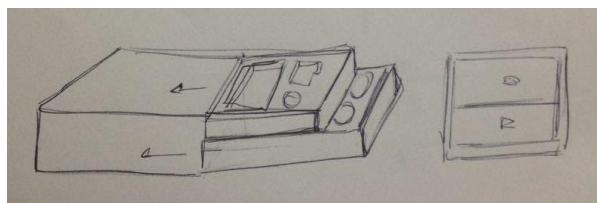


Figura 107. Bocetos empaque

Planos

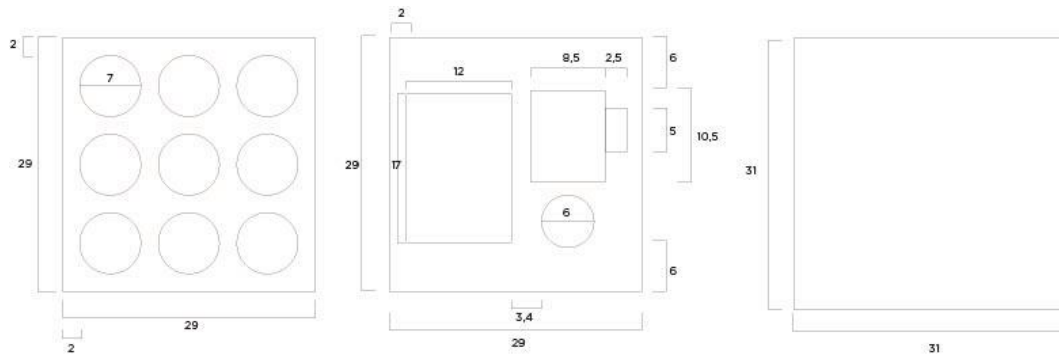


Figura 108. Planos empaque

Render

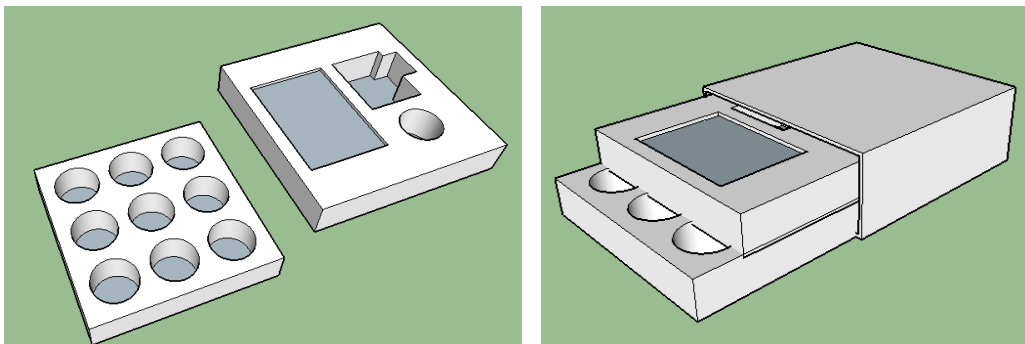


Figura 109. Render empaque

Observaciones:

El envase número 3 es el contenedor que menos cantidad de producto puede contener, por lo que no es muy recomendable. Sin embargo su tamaño permite guardarlo de manera vertical, ocupando un mínimo espacio en el empaque secundario, siendo cómodo y manipulable para el usuario.

Opción 4

Tomando en cuenta las medidas del envase 4

Boceto

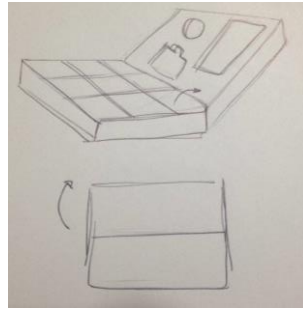


Figura 110. Boceto empaque

Plano

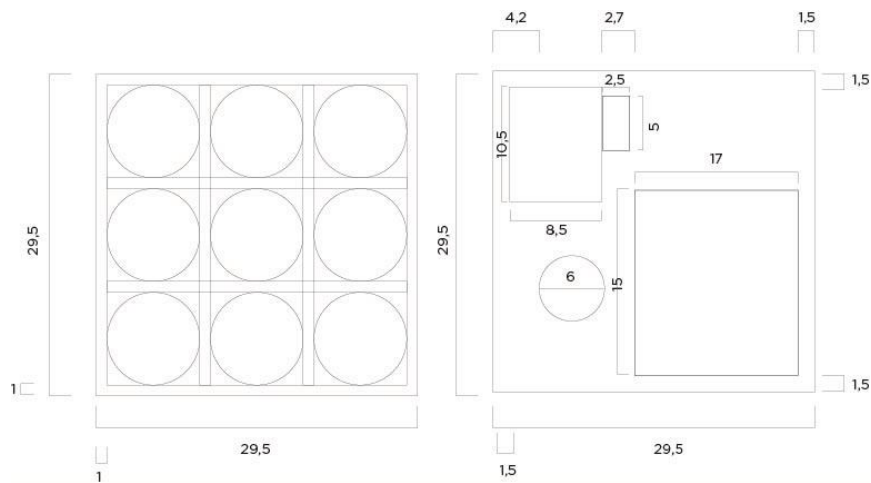


Figura 111. Planos empaque

Render

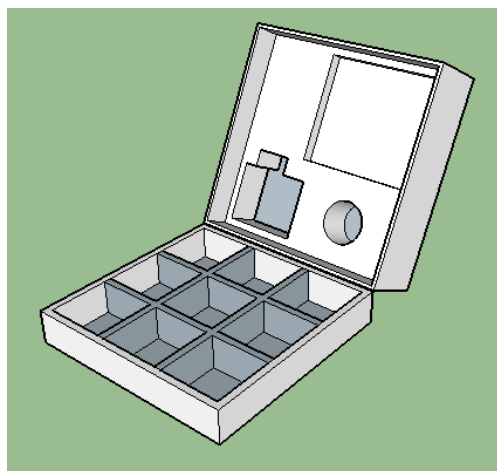


Figura 112. Render empaque

Observaciones:

El envase número 4 puede contener la mayor cantidad de plantas medicinales y su diseño es el más original. Sin embargo ocupa demasiado espacio y por ende el empaque secundario debe ser más grande para que los frascos entren adecuadamente.

Observaciones de los envases y los empaques

Analizando los envases el más recomendable es el número 2, ya que permite contener gran cantidad de plantas medicinales, su tamaño es el más adecuado en cuanto a ocupación del espacio, ya que al ser delgado ocupa menos espacio dentro del empaque secundario. La estética del envase llama la atención por su originalidad.

En los empaques diseñados previamente hacía falta de un concepto conciso y originalidad, por lo que se diseñó nuevas propuestas tomando en cuenta los conceptos: Mujer, Ancestral y naturaleza.

Propuesta 1

Se quiso representar las 3 etapas de las mujeres, por lo que se diseñó el empaque en forma triangular.

Bocetos:

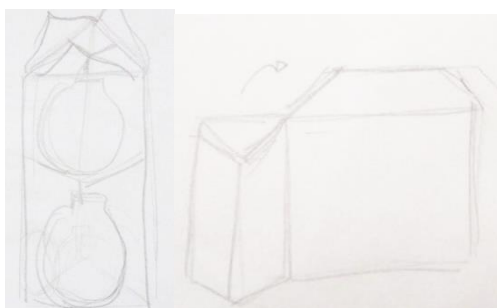


Figura 113. Boceto empaque

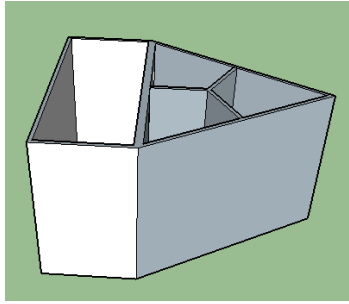


Figura 114. Render empaque

Propuesta 2

Bocetos:

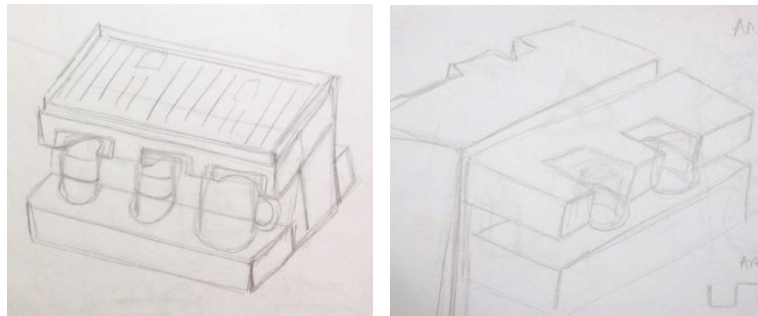


Figura 115. Boceto empaque

El concepto que se quiso plasmar en este diseño es lo ancestral enfocándonos en la geometrización utilizada en el arte rupestre en la Amazonía ecuatoriana Ecuador.

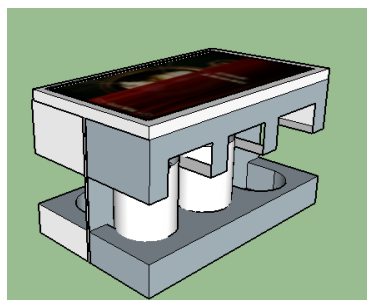


Figura 116. Render empaque

Propuesta 3

Bocetos:

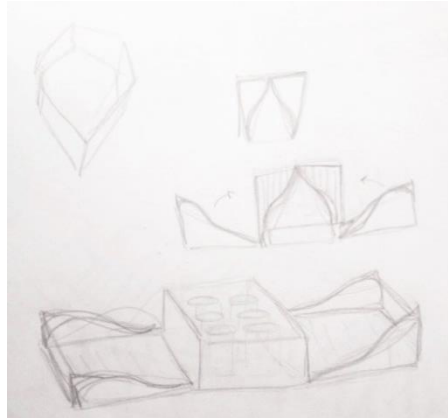


Figura 117. Bocetos empaque

El concepto que se quiso transmitir en este empaque es la naturaleza representada en una hoja de la planta medicinal.

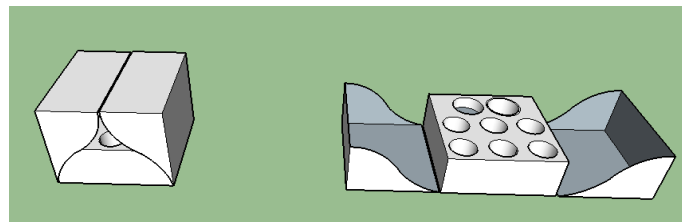


Figura 118. Render empaque

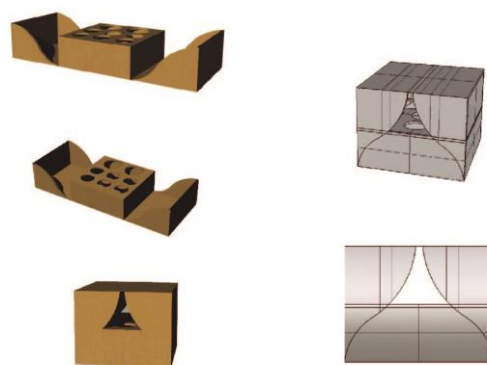
Análisis de las propuestas:

Tabla 11.

Análisis de propuestas de empaque

Propuesta	Resistencia a los impactos	Optimización de espacio	Facilidad de uso	Tamaño conveniente	Forma innovadora	Divisiones	Económico
1	X	-	X	-	X	X	X
2	-	X	X	-	X	X	-
3	X	X	X	X	X	X	X

Según la tabla de análisis de las propuestas, el empaque que cumple con todas las características idóneas para contener los envases primarios y los elementos de estrategia de promoción, es la propuesta número 3. Además se preguntó a Juan Carlos Endara, profesor de la UDLA y experto en Envases y Embalajes que empaque le parecía el más conveniente. Al igual que el análisis de la tabla anterior, Endara confirmó que el empaque que cumplía con más funciones idóneas para el producto es la propuesta número 3.

Propuesta inicial de empaque 3*Figura 119. Render empaque*

Planos

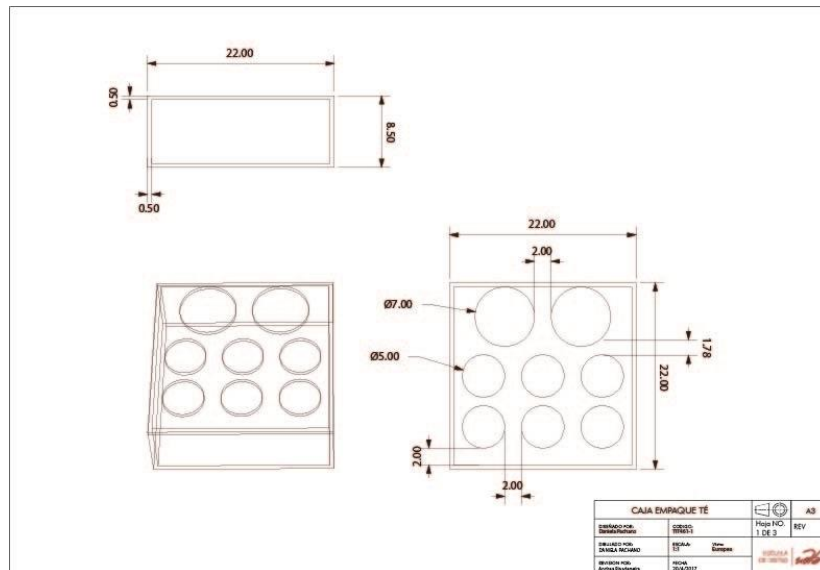


Figura 120. Planos empaque

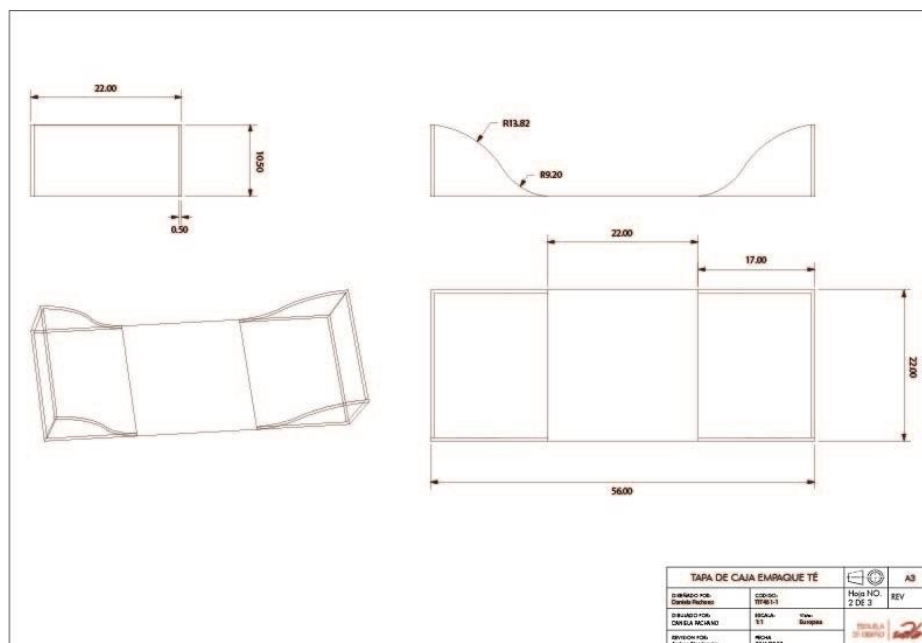


Figura 121. Planos empaque

Observaciones:

La forma de la hoja que se quiere representar en el empaque no tiene relación con la hoja de WARMITÉ, además el tamaño es muy grande para los frascos y la taza.

Segunda propuesta de empaque

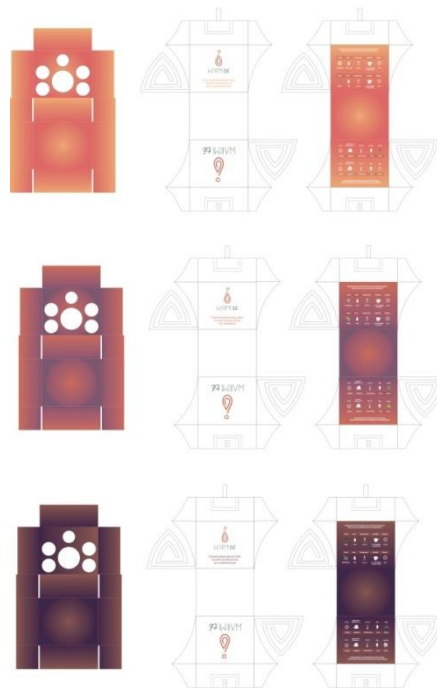


Figura 122. Propuesta gráfica empaque



Figura 94. Prototipo empaque

Observaciones:

La altura del empaque no permite visualizar lo que contiene. El tamaño de la información es muy grande. Los colores son muy similares, por lo que no se

diferencian las tres etapas. El agarre del empaque para transportarlo es muy frágil, se debe incluir las estaciones del año establecidas para cada etapa.

Tercera propuesta de empaque

Prototipo:



Figura 123. Prototipo

Observaciones:

El agarre del empaque todavía no es conveniente debido al peso de la taza y los frascos, por lo que se debe diseñar una nueva propuesta de agarre para transporte, la información del empaque debe ser más grande y clara.

Cuarta propuesta del empaque

Propuesta gráfica del empaque

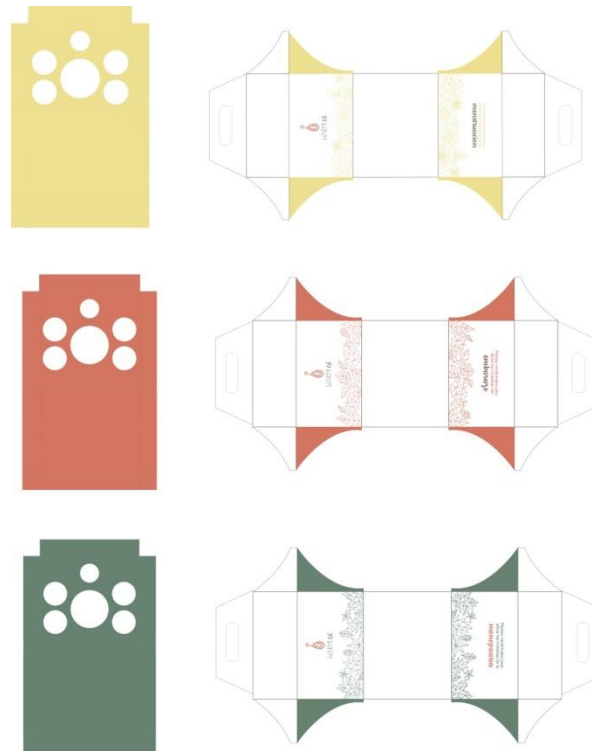


Figura 124. Propuesta gráfica

Planos del empaque:

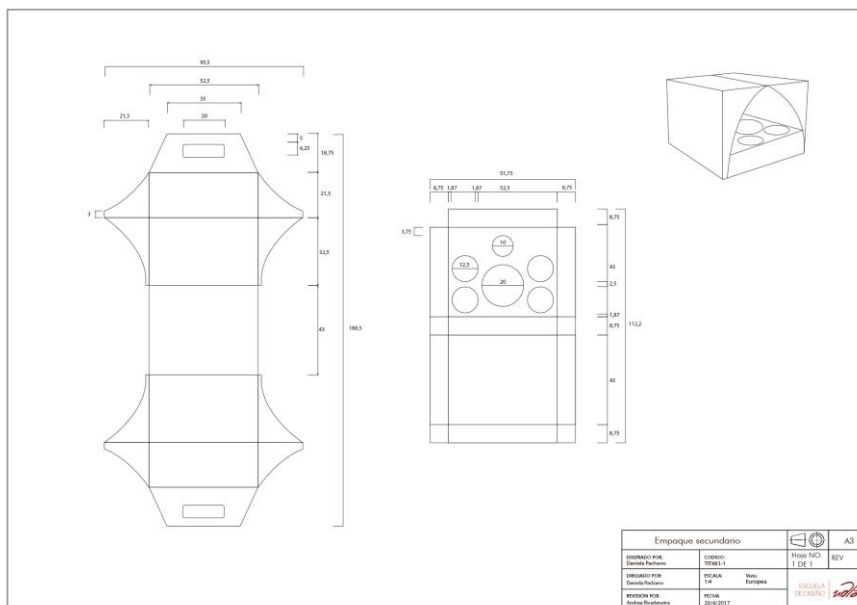


Figura 125. Planos empaque

Observaciones:

La agarradera del empaque sigue siendo débil y no permite un buen cierre de empaque.

Quinta propuesta del empaque



Figura 126. Opción de agarre del empaque para el cierre

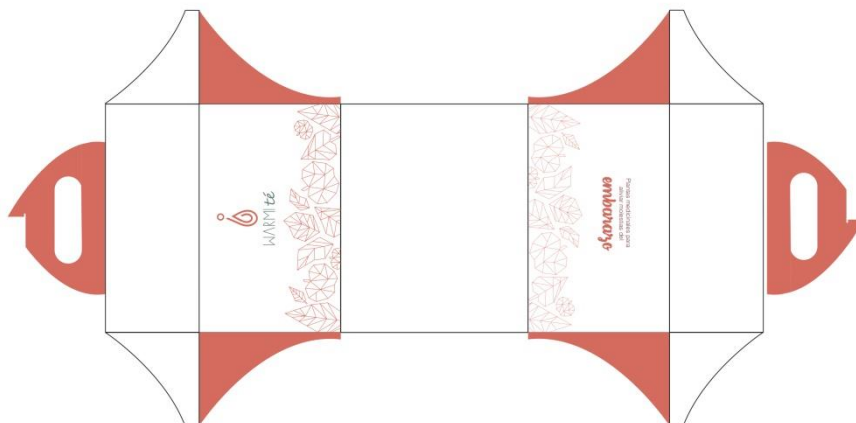


Figura 127. Opción de cierre del empaque



Figura 128. Foto de opción de cierre del empaque

Observaciones:

Las pestañas propuestas para el cierre del empaque no son lo suficientemente duras para mantenerlo cerrado, por lo que se incluyó velcros para mantener el empaque cerrado, sin embargo esta opción no funciona, ya que el velcro hace que el empaque pierda su estética.

Sexta opción del empaque

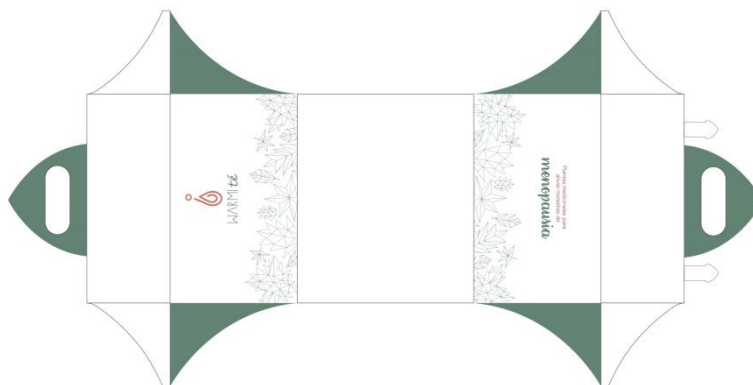


Figura 129. Opción de cierre del empaque

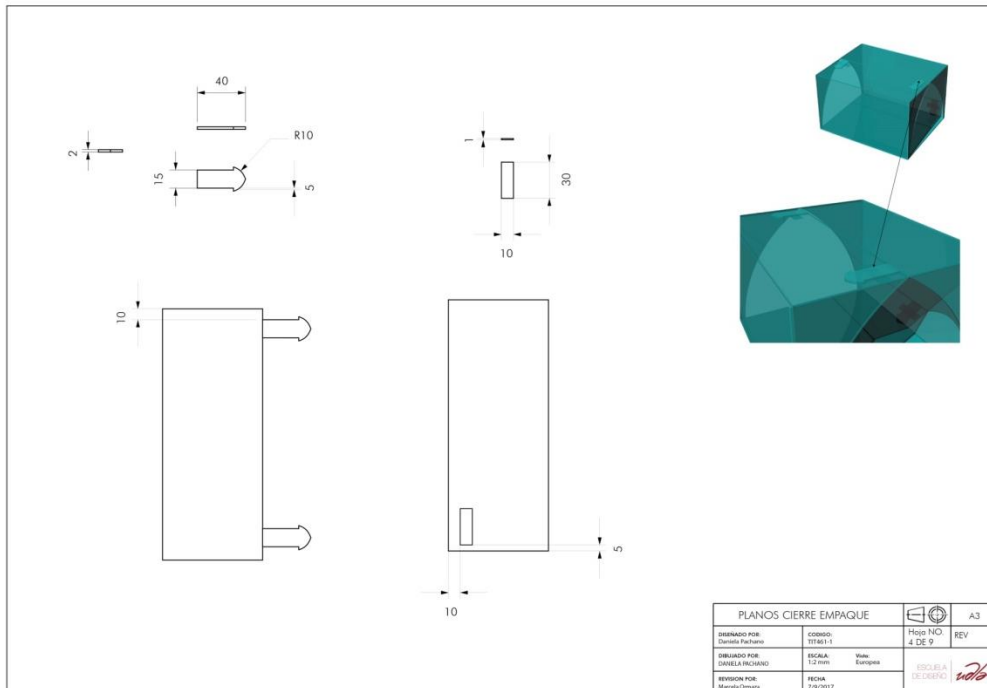


Figura 130. Planos del nuevo cierre del empaque



Figura 131. Foto nuevo cierre del empaque

Observaciones:

Las pestañas funcionan ya que cierran el empaque, sin embargo, los agarres que se encuentran adentro del empaque para que las pestañas entren complican el proceso de armado del empaque y se las ve demasiado artesanales.

Se concluye a través de las pruebas realizadas, que el cierre del empaque debe colocarse en el mango, pues en este lugar es donde se ejerce más presión para cerrarlo.

7.4.3 Etiquetas

Las etiquetas debían mostrar los conceptos de mujer, naturaleza y ancestral, incluyendo la paleta de los colores escogidos. Para demostrar el concepto de ancestral se desarrolló la geometrización de las plantas medicinales basado en la geometrización del arte ancestral amazónico.

Plantas medicinales para síntomas de la menstruación:



Manzanilla

Cedrón

Ruda

Canela

Figura 132. Plantas medicinales para tratar los síntomas de la menstruación

Geometrización Manzanilla

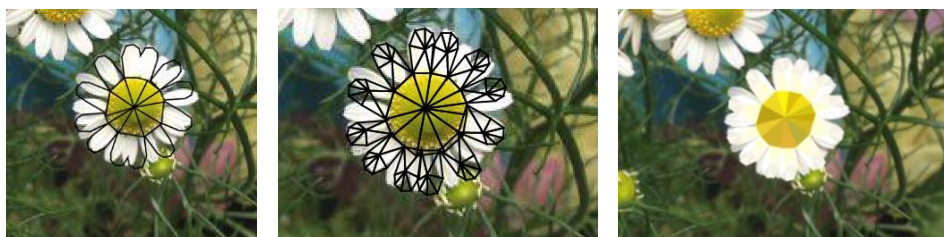


Figura 133. Geometrización manzanilla

Geometrización Cedrón



Figura 134. Geometrización Cedrón

Geometrización Ruda



Figura 135. Geometrización Ruda

Geometrización Canela



Figura 136. Geometrización Canela

Plantas medicinales para síntomas del embarazo:



Frambuesa

Ortiga

Menta

Tomillo

Figura 137. Plantas medicinales para tratar los síntomas del embarazo

Geometrización frambuesa



Figura 138. Geometrización Frambuesa

Geometrización de la Ortiga



Figura 139. Geometrización Ortiga

Geometrización de la Menta



Figura 140. Geometrización Menta

Geometrización del Tomillo

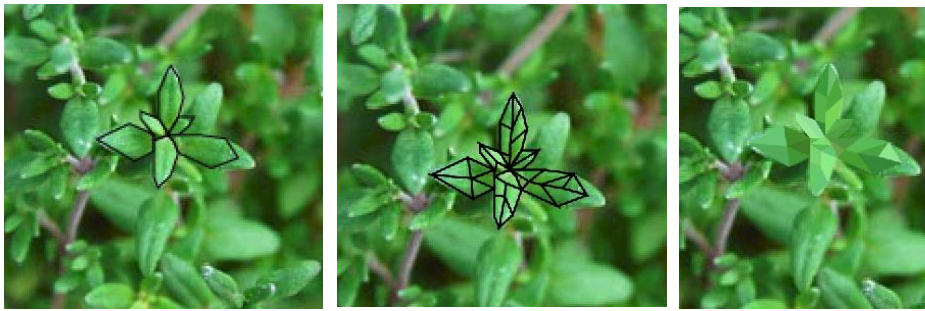


Figura 141. Geometrización Tomillo

Plantas medicinales para síntomas de la menopausia:



Higo

Hierbabuena

Valeriana

Salvia

Figura 142. Plantas medicinales para síntomas de la menopausia

Geometrización de la hoja del Higo



Figura 143. Geometrización hoja de Higo

Geometrización de la Hierbabuena



Figura 144. Geometrización de la Hierbabuena

Geometrización de la Valeriana

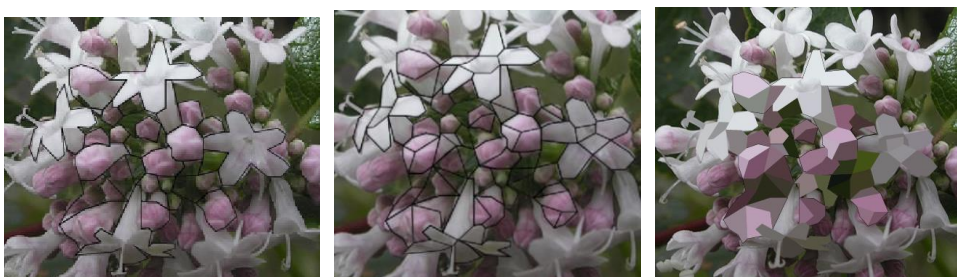


Figura 145. Geometrización de la Valeriana

Geometrización de la Salvia



Figura 146. Geometrización de la Salvia

Primeras opciones de etiquetas



Figura 147. Primeras opciones de etiquetas

Etiquetas en los envases



Figura 148. Etiquetas en los envases

A partir de la impresión de las etiquetas se pudo observar que el tamaño era muy grande, cubriendo el producto que contiene el envase, además se concluyó que al ser una etiqueta para un envase redondo debía tener continuidad.

Segunda opción de etiquetas

Colores escogidos de la paleta:



Figura 149. Paleta de colores escogidos

Nuevas opciones para las etiquetas menstruación a partir del color:



Figura 150. Propuesta de etiquetas

Etiquetas embarazo a partir del color:



Figura 151. Propuesta de etiquetas

Etiquetas menopausia a partir del color:



Figura 152. Propuesta de etiquetas



Figura 153. Propuesta de etiquetas en los envases

Observaciones:

Al observar las etiquetas adheridas a los envases se pudo ver que los colores eran muy similares y que no se observaba mucha diferencia entre las tres etapas. Por lo que se utilizó otros colores de la paleta.

Tercera opción de etiquetas



Figura 154. Propuesta etiquetas menstruación



Figura 155. Propuesta etiquetas embarazo



Figura 156. Propuesta etiquetas menopausia



Figura 157. Medidas etiqueta

Se elaboró una nueva propuesta de envase utilizando el envase de metal, que al igual que el vidrio cumplía con las características idóneas de envase.

Envase de metal



Figura 158. Envase de metal



Figura 159. Etiquetas metal menstruación



Figura 160. Etiquetas metal embarazo



Figura 161. Etiquetas metal menopausia

Medidas etiqueta



Figura 162. Etiquetas metal menopausia



Figura 163. Opción de frascos en metal menstruación



Figura 164. Opción de frascos en metal embarazo



Figura 165. Opción de frascos en metal menopausia

Validación de material por parte de dueño del negocio JuanGranel

Según Sebastián Gangotena, propietario de JuanGranel, el mejor envase para las plantas medicinales es el vidrio, ya que según su opinión, es importante que el cliente pueda ver el producto que contiene para determinar si es que le

interesa comprarlo, además que el vidrio no contamina de ninguna manera a las plantas medicinales. Opina que es importante que la luz no dé directamente al producto ya que en ese caso lo puede dañar, por lo que aprueba el diseño del empaque, que protege a las plantas del sol. En JuanGranel se utiliza frascos de vidrio, por lo que demuestra que es un buen material para conservar el producto.



Figura 166. Frascos en JuanGranel

Diseño de envase de metal con adaptación en la tapa para que el cliente pueda observar el producto.

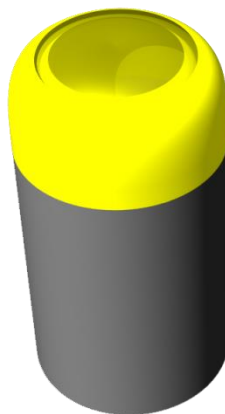


Figura 167. Render envase de metal con hueco

7.4.4 Empaque plantas al granel

Este empaque es únicamente para la compra de las plantas medicinales al granel para poder rellenar los frascos del primer producto.



Figura 168. Propuesta empaque promocional

Observaciones: Se debe unir la información del producto y reducir el tamaño de la letra.

7.4.5 Tazas promocionales

Primera opción tazas promocionales



Figura 169. Primera opción gráfica tazas promocionales

Fotos:



Figura 170. Tazas promocionales

Al realizar la sublimación con el diseño en las tazas, se pudo ver que el diseño se perdía al ser líneas delgadas, además la gráfica no era impactante ni llamaba la atención del usuario.

Segunda opción tazas promocionales

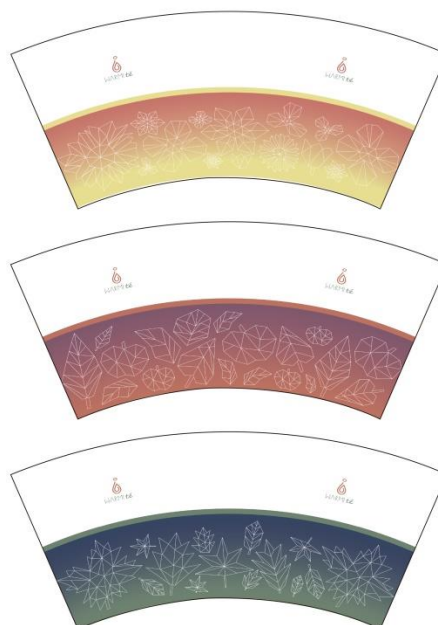


Figura 171. Segunda opción tazas promocionales

Fotos



Figura 172. Segunda opción tazas promocionales

7.4.6 Infusores

Los infusores necesitan un prendedor para que el usuario pueda manipularlo y colocarlo en la taza por el tiempo establecido. Para esto se utilizó una parte del diseño de la gráfica establecida del empaque para cada etapa de la mujer y el logo de WARMITÉ

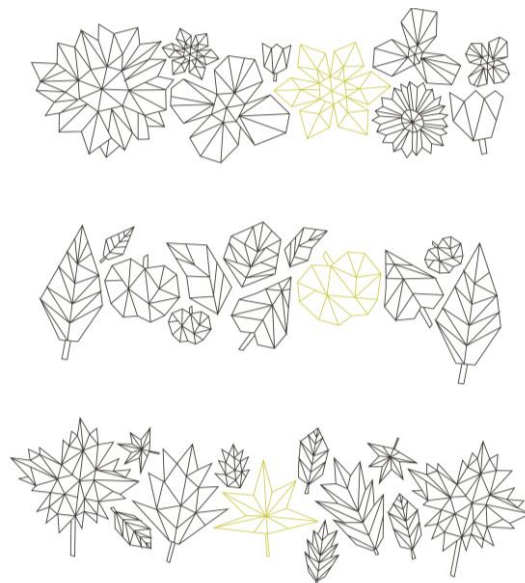


Figura 173. Elección de figura para prendedor



Figura 174. Elección de figuras para prendedor

Fotos



Figura 175. Infusores con prendedores

Observaciones:

Se utilizará únicamente los prendedores de la estación de cada etapa de la mujer ya que de esta manera cada empaque será diferente y especial.

7.5 Propuesta definitiva

7.5.1 Sistema producto-servicio

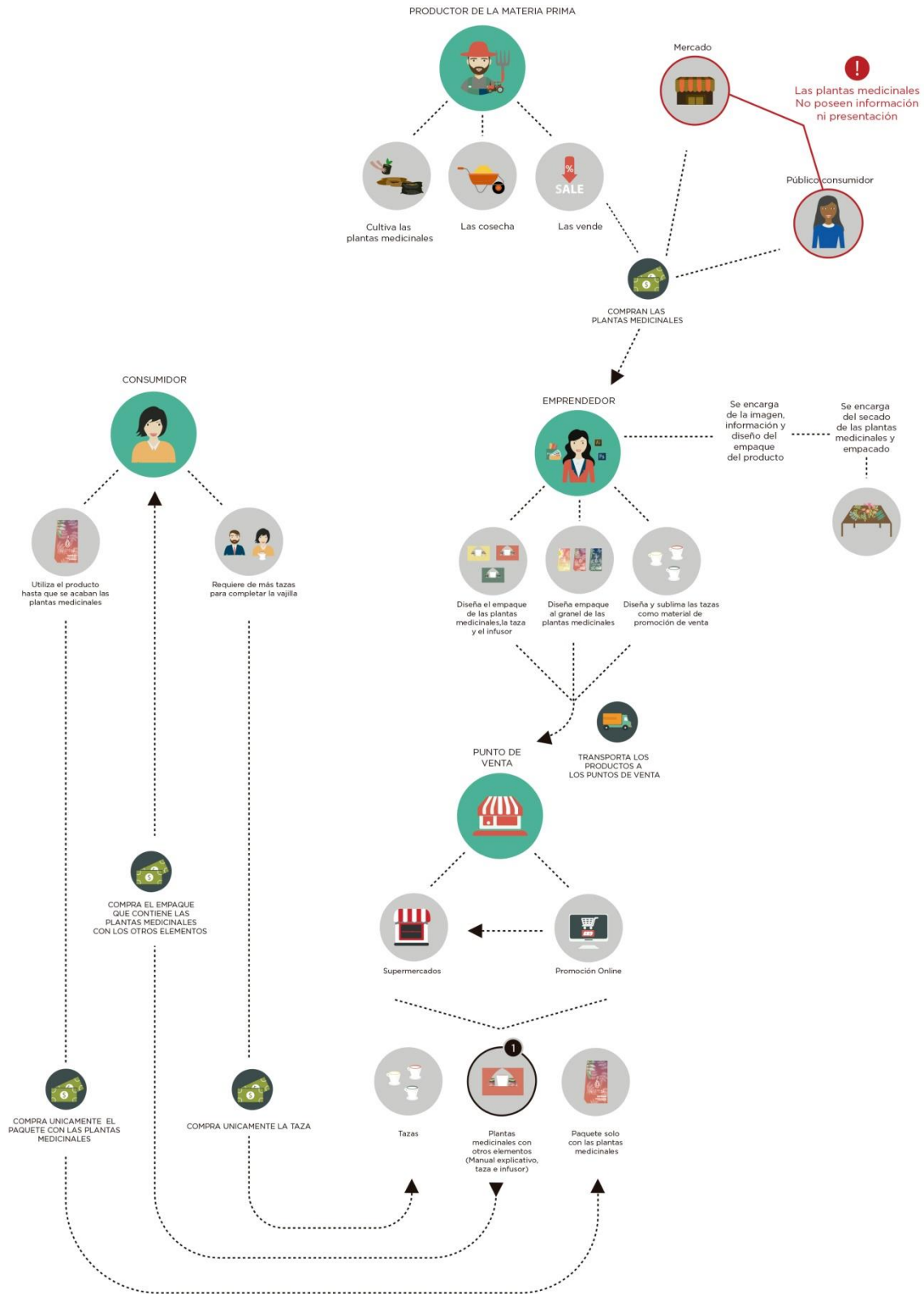


Figura 176. Sistema producto-servicio

El Sistema Producto-Servicio propuesto, tiene como objetivo determinar el proceso y los integrantes que van a intervenir en la producción y distribución de las plantas medicinales.

1. El punto de partida inicia con la productora de la materia prima, que será la señora Monica Pillajo, quien siembra las plantas medicinales en el campo fértil. Cuando las plantas se encuentran listas para su extracción, las cosecha y las vende a los mercados, al público consumidor y al emprendedor.

2. El emprendedor crea la gráfica e información que irá en el producto-servicio. Posteriormente diseña la gráfica y estructura del empaque secundario el cual contendrá los frascos de vidrio que guardarán las plantas medicinales, además de una taza y un infusor. Adicionalmente, el emprendedor diseña un empaque de papel el cual contiene las plantas medicinales de manera individual, esto con el fin de rellenar los frascos de vidrio para una mejor conservación y mayor tiempo de uso de las plantas medicinales. Además crea y sublima el diseño de la gráfica en las tazas extras para la venta a granel como parte de una estrategia de promoción de venta de colección de las tazas. Por ultimo seca las plantas medicinales en un lugar oscuro y ventilado, este proceso toma 2 a 3 semanas. Cuando las plantas están secas las tritura y las coloca en los envases de vidrio.

3. Una vez creado el empaque secundario que contiene todos los implementos para la preparación de las infusiones con las plantas medicinales, así como el empaque al granel que contiene las plantas medicinales y las tazas de promoción de venta, el emprendedor los transporta hacia los puntos de venta tales como el supermercado y los promociona a través del grupo de facebook Wikimujeres Ecuador, para así poder llegar al consumidor final.

6. En este punto llega el consumidor, quien a través de la adquisición del empaque secundario que contiene los implementos para la preparación de las infusiones contará con las diferentes herramientas para tratar sus dolencias menores.

7. Al terminarse todas las plantas medicinales del producto, el consumidor contará con la posibilidad de rellenar los frascos de las plantas medicinales en

los diferentes puntos de venta, adquiriendo los empaques de papel que contienen las plantas medicinales a granel. Además, a través de la estrategia de promoción de venta de colección de las tazas, el consumidor se verá atraído a comprar más tazas para completar su colección y de esta manera reusar el producto dándole un mayor tiempo de vida.

7.5.2 Proceso de secado de las plantas medicinales

El proceso de secado de las plantas debe ser en un espacio limpio, a la sombra y ventilado, a una temperatura ambiente ya que de esta manera se evita que se pierdan los principios activos de las plantas. Este proceso dura 2 a 3 semanas. Las plantas deben estar separadas por un espacio mínimo de 10cm entre cada una.



Figura 177. Secado de las plantas medicinales

Una vez secadas las plantas viene el proceso de trituración y envasado. La trituración debe realizarse retirando las partes utilizables de la planta.








Figura 178. Trituración de las plantas medicinales

7.5.3 Paleta de colores corporativos

A través de estos moodboards se pudo obtener una paleta de colores y diferentes elementos para incluir en las propuestas de los isotipos.



	CMYK	RGB	CODIGO RGB
	C 63 % M 31 % Y 54 % K 16 %	R 100 G 132 B 115	# 648473
	C 9 % M 9 % Y 54 % K 0 %	R 240 G 223 B 142	# F0DF8E
	C 3 % M 42 % Y 59 % K 0 %	R 241 G 167 B 112	# F1A770
	C 13 % M 68 % Y 60 % K 2 %	R 214 G 106 B 92	# D66A5C
	C 33 % M 67 % Y 55 % K 32 %	R 130 G 76 B 73	# 824C49

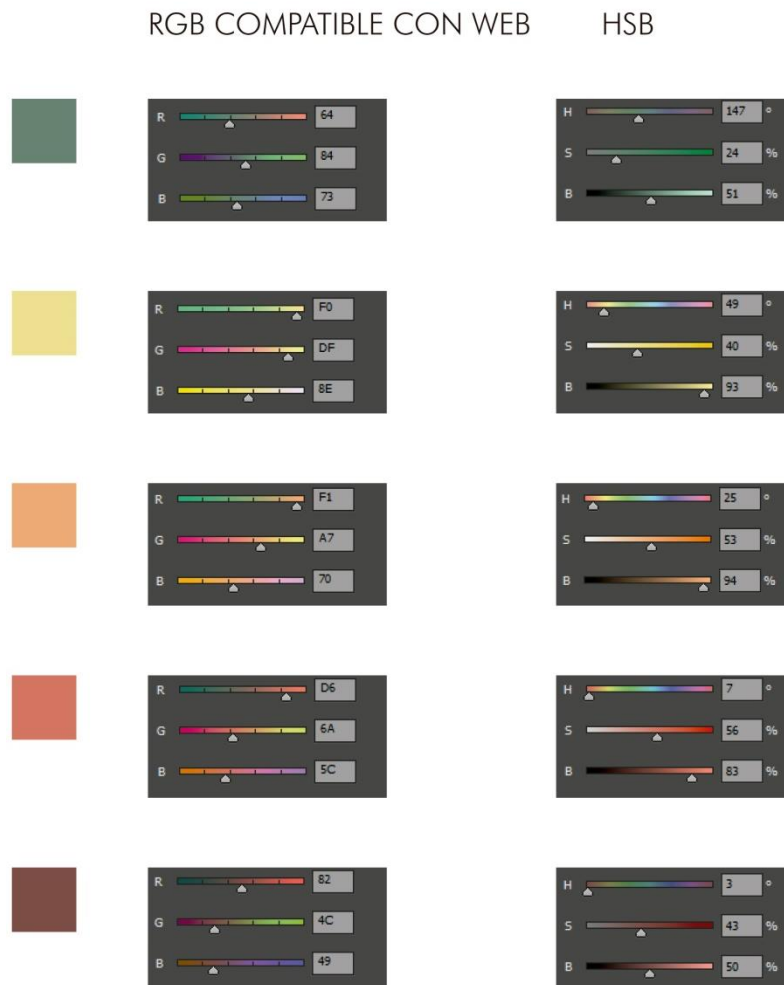


Figura 179. Códigos de paleta de colores escogido

7.5.4. Marca corporativa de título

7.5.4.1 Nombre

El nombre preferido de las encuestas a las mujeres de Wikimujeres Ecuador fue WARIMTÉ. La letra para el nombre WARMI fue diseñada con rasgos livianos y lineales. Lo que se desea comunicar con esta letra es lo ancestral y natural.

7.5.4.2 Logotipo

Modulo geométrico:

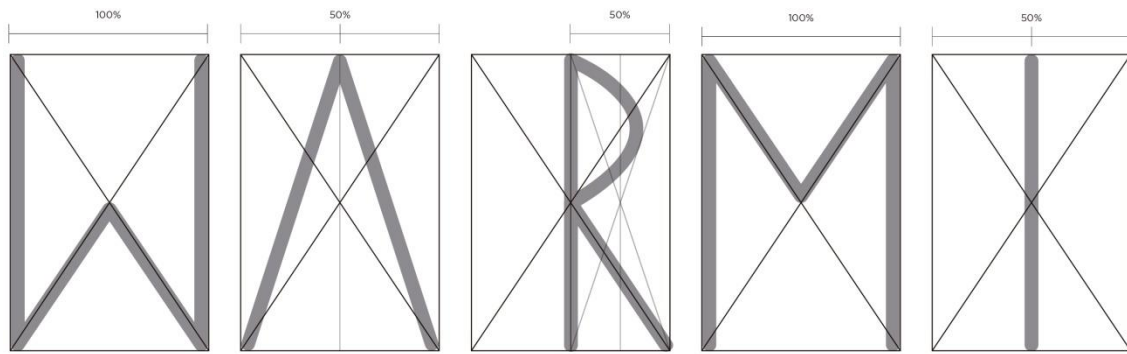


Figura 180. Módulo geométrico WARMI

Modulo:

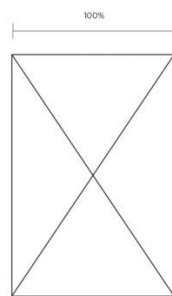


Figura 181. Módulo

Retícula:

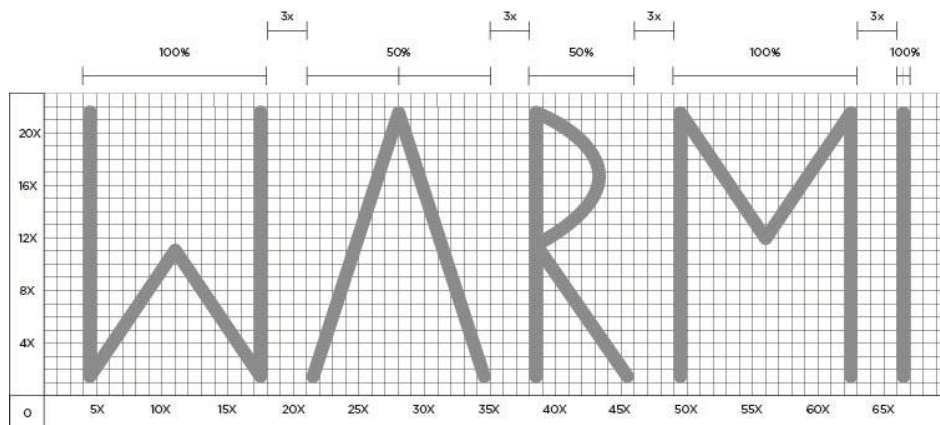


Figura 182. Retícula WARMI

Modulo:

Retícula basada en el grosor de la letra

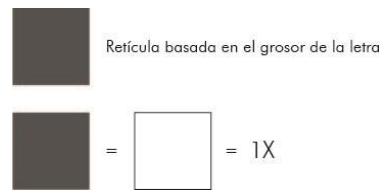


Figura 183. Retícula basada en el grosor de la letra

Stroke: 0,075 cm

Tracking: 1,1145 cm

La letra escogida para la palabra “té” fue Segoe Script. Se escogió esta letra ya que es relajada y femenina.

Tipografía en mayúsculas

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Tipografía en minúsculas

A b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Numeración

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

té

Figura 184. Tipografía utilizada en la palabra té

Retícula nombre completo:

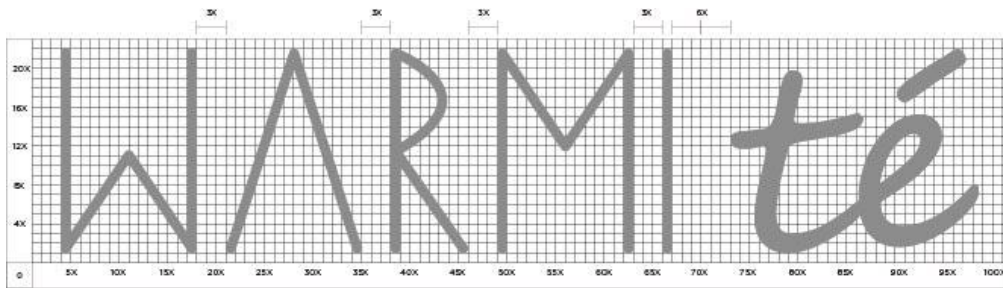


Figura 185. Retícula nombre completo

Tipografía final:

WARMITÉ

Figura 186. Tipografía final

7.5.5 Isotipo final

Modulo geométrico del isotipo

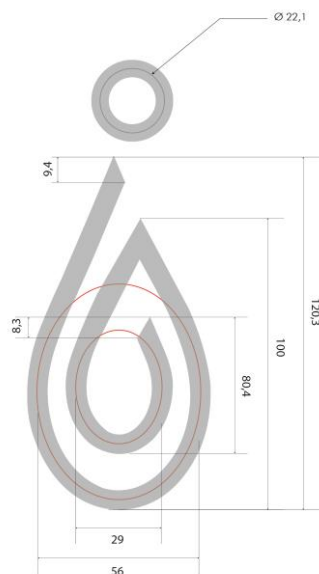


Figura 187. Modulo geométrico del isotipo

Retícula isotipo

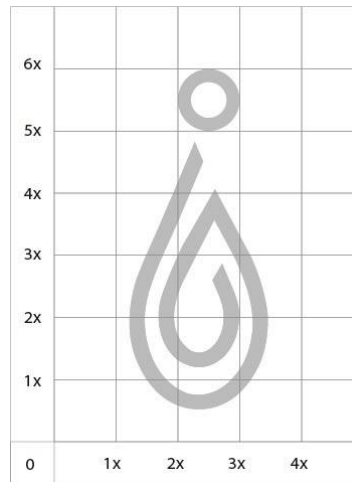


Figura 188. Retícula isotipo

Retícula basada en el tamaño del círculo

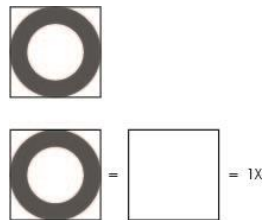


Figura 189. Retícula basada en el círculo

Isotipo final:



Figura 190. Isotipo final

Retícula del imagotipo

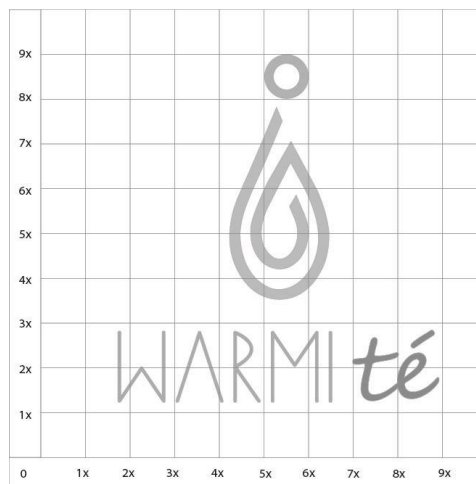


Figura 191. Retícula del imagotipo

Retícula basada en el círculo

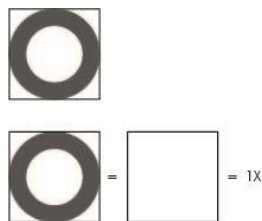


Figura 192. Retícula basada en el círculo

Imagotipo final



Figura 193. Imagotipo final

Usos de color del imagotipo

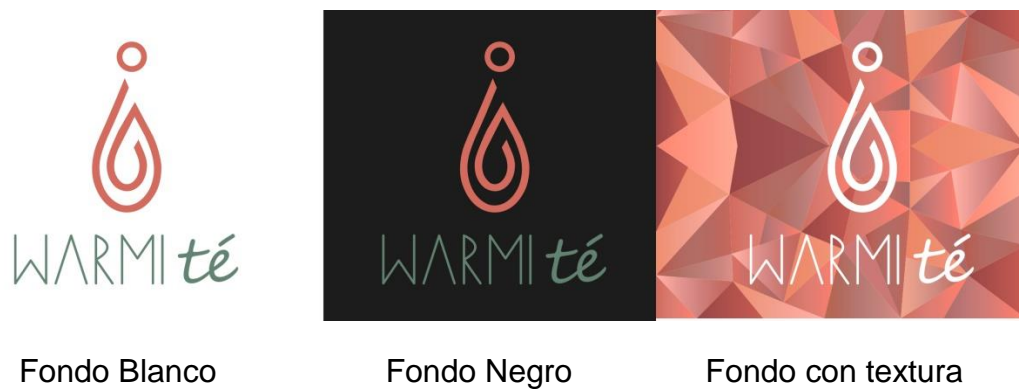


Figura 194. Usos de color del imagotipo en fondos

7.5.6 Etiquetas finales

Geometrización de las plantas aplicada en las etiquetas:



Figura 195. Geometrización en las etiquetas

Plantas medicinales con Low Poly:



Figura 196. Low Poly de plantas medicinales

Paleta de colores escogida:



Figura 197. Paleta de colores final

Etiquetas finales:



Figura 198. Propuesta final etiquetas menstruación



Figura 199. Propuesta final etiquetas embarazo



Figura 200. Propuesta final etiquetas menopausia



Figura 201. Medidas etiqueta final

Fotos:



Figura 202. Etiquetas menstruación en frascos



Figura 203. Etiquetas embarazo en frascos



Figura 204. Etiquetas premenopausia y menopausia en frascos

7.5.7 Empaques finales

Para los empaques finales se utilizaron tres líneas diferentes basadas en las estaciones del año para identificar cada etapa de la mujer.

Gráfica de las estaciones escogidas:



Figura 205. Gráfica de las estaciones escogidas

Planos empaque:

Anexo 4

Render empaque:

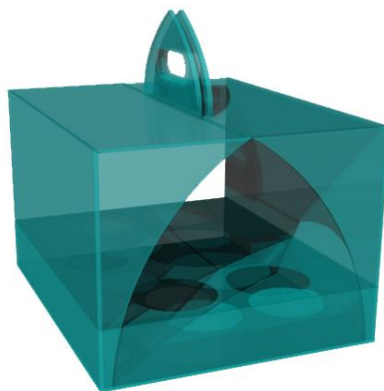


Figura 206. Render empaque final

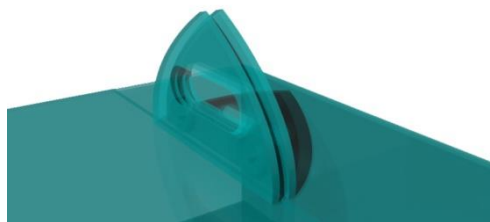


Figura 207. Render empaque final

Fotos empaque:



Figura 208. Empaques finales



Figura 209. Empaques finales

7.5.8 Empaque al granel final

Planos empaque a granel:

Anexo 5

Rrender:

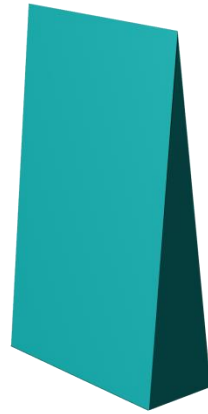


Figura 210. Empaque al granel final

Fotos:

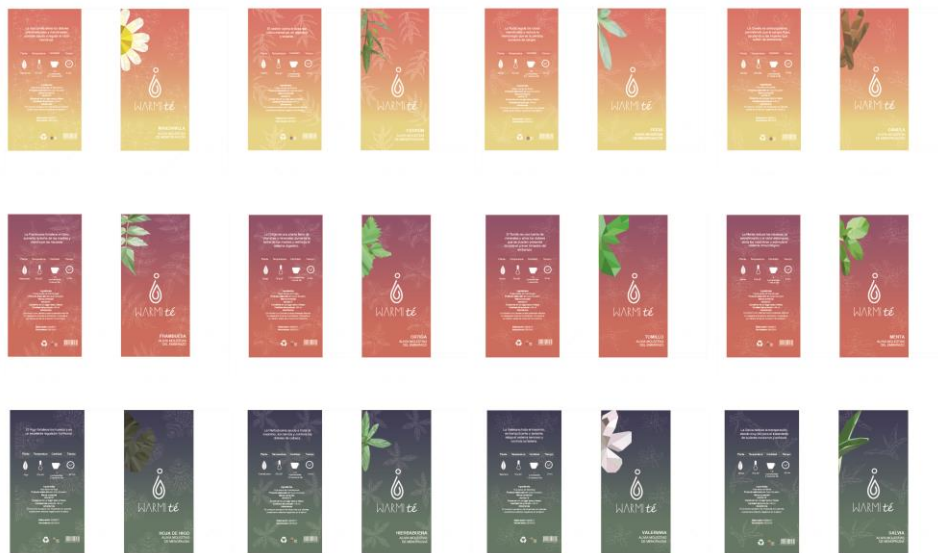


Figura 211. Empaques finales al granel



Figura 213. Empaque al granel final

El empaque será abierto de esta manera para rellenar los frascos de vidrio.



Figura 214. Empaque al granel final

9.5.9 Tazas finales:

La taza escogida por las mujeres del focus group es:



Figura 215. Tazas finales

7.5.10 Infusor:

El prendedor final para el infusor es:



Figura 216. Prendedores finales para infusor

7.6 Plan de producción y distribución

7.6.1 Producción

El producto principal del sistema producto-servicio está formado por un empaque que contiene 4 frascos con plantas medicinales, además de una taza y un infusor. La producción de este producto está calculada para 3000 unidades, ya que esta es la cantidad demandada por Supermaxi para la venta en sus establecimientos.

Las plantas medicinales son sembradas y cosechadas en el valle de Nayón. Mónica Pillajo, proveedora de las plantas las vende al emprendedor, quien luego las seca, tritura y envasa en los frascos de vidrio. Aproximadamente una planta medicinal puede llenar hasta 25 frascos de 140 ml. Por lo que se necesitaría 480 plantas medicinales para llenar los 12000 frascos.

Los frascos de vidrio se los obtiene en Ecuavases, empresa dedicada a la fabricación de envases. Se necesitan 12000 frascos de vidrio para la producción de 3000 empaques, ya que en cada empaque se encuentran 4 frascos.

Los 3000 empaques se los produce en Xerox, empresa dedicada a impresiones. En este lugar se elabora un troquel a partir de la forma del empaque, determinando los cortes y dobleces finales. A través del troquel se producen más empaque en menor tiempo y costo.

Las 12000 etiquetas de los frascos se las produce igualmente en Xerox, que al igual que en los empaques elabora un troquel para que el corte de las etiquetas sea más rápido.

Las 6000 tazas se las consigue en Importadora GB. Se necesitan 3000 tazas para los empaques y las otras 3000 tazas para la venta a granel. Para sublimar la taza se necesitaría adquirir una máquina de sublimación, la cual tiene un costo de \$175.

Los 3000 infusores de los consigue en Aliexpress. El prendedor del infusor se lo realiza a través del corte a laser de mdf. En una plancha de Mdf de 180 x 214 de 3mm entran 12.840 piezas de prendedores, sin embargo solo se debería cortar a laser 3000 prendedores. Este corte se lo realiza en Clic Naranja.

Los empaques para la venta de las plantas medicinales a granel, se los realiza en Xerox. Al igual que los empaques y las etiquetas, estos se realizan con un troquel el cual realiza los cortes y los dobleces. Se debe producir 12000 empaques.

Los 6000 gafetes se los consigue en Vinyl Pack quien entrega cada gafete con el color de los empaques.

7.6.2 Costos de producción

Tabla 12.

Costo de producción

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO AL POR MAYOR	PRECIO POR UNIDAD	PRECIO SUGERIDO DE VENTA LA PUBLICO
PRODUCTO COMPLETO				
Taza	3000	3060	1,02	
Frascos	12000	6960	0,58	

Infusor	3000	1350	0,45	
Máquina de sublimación	1	175	0,05	
Etiquetas frascos	12000	360	0,03	
Cartón ilustración empaque	3000	800	0,8	
Troquel impresión empaque	1	180	0,06	
Impresión empaque	3000	900	0,3	
Pieza logo MDF	3000	20,5	0,01	
Plantas medicinales	12000	3600	0,3	
Gafetes	6000	320	0,05	
			6,29	12,58
EMPAQUE PLANTAS GRANEL				
Empaque plantas granel	12000	700	0,05	
Impresión empaque	12000	300	0,2	
Plantas medicinales	12000	3600	0,3	
			0,55	1,65
TAZA GRANEL				
Taza	3000	5350	1,45	
Sublimación	3000	150	0,05	
			1,5	4,5
REGISTRO DE NOMBRE				
			200	
Envase de metal	12000	10348,80	0,86	
Costo producto con envase de metal			7,41	14,82

7.6.3 Distribución

El producto será distribuido en el Supermaxi y se promocionará a través de la página de Facebook Wikimujeres Ecuador. El mínimo de productos que Supermaxi obliga a producir es 3000, por lo que se realizó los cálculos para esta cifra.

Una vez producidos los elementos de venta, el emprendedor lleva los implementos a la oficina principal de Supermaxi, quienes se encargan de distribuir los productos en sus diferentes establecimientos.

8. Validación de propuesta

Para validar el sistema producto-servicio se realizó un focus group con 25 mujeres del grupo de Facebook Wikimujeres Ecuador, donde se les pregunto

su opinión sobre el producto y sobre el sistema. Además se realizó una entrevista con Juan Granel para validar el sistema producto-servicio.

8.1 Preguntas del focus group

1. Al observar el empaque, qué producto piensa que contendrá:

2. Con qué relaciona el empaque (Puede señalar más de una opción)

- Mujer
- Infusiones
- Natural
- Medicina
- Calidad
- Riesgo
- Atractivo
- Poco interesante
- Poca calidad
- Otro

3. ¿Cuántas etapas de la mujer usted determina en el producto?

4. ¿Cómo logró determinar cada etapa?

5. ¿En qué etapa usted se encuentra?

- Menstruación
- Embarazo
- Menopausia

6. Por favor examine la información que consta en el interior del empaque y escoja las características con las que lo relaciona.

- Relevante
- Poco útil
- Insuficiente
- Completa
- Clara
- Confusa
- Otro

7. Por favor examine los productos interiores del empaque. Con qué concepto lo relaciona (Puede señalar más de una opción)

- Mujer
- Infusiones
- Natural
- Medicina
- Calidad
- Riesgo
- Atractivo
- Poco interesante
- Poca calidad
- Otro

8. Por favor examine los frascos que contienen las plantas medicinales.Cuál de estas características piensa que posee la etiqueta del frasco. (Puede señalar más de una opción)

- Atractivo
- Innovador

- Información clara
- Común
- Desorganizado
- Ordenado
- Información confusa
- Relevante
- Irrelevante
- Otro

9. Por favor examine las tazas. ¿Qué diseño le parece el más atractivo?

- Taza con gráfica de líneas
- Taza con grafica a color

10. Le parece que el empaque es fácil de abrir

- Si
- No

11. Le parece que el empaque es fácil de cerrar

- Si
- No

12. Le parece que el empaque es fácil de transportar

- Si
- No

13. Por favor analice el producto completo. Escoja las opciones que más se acerquen a su opinión.

Muy atractivo	Algo atractivo	Poco atractivo
Muy útil	Algo útil	Poco útil
Información muy clara	Información algo clara	Información nada clara

14. ¿Si usted tuviera la opción de adquirir este producto lo haría? Por qué.

- Si
- No

15. ¿Cuánto pagaría por este producto?

Por favor observe los empaques a granel.

16. ¿Compraría plantas medicinales de la misma marca, para rellenar los frascos del producto inicial? Por qué.

- Si
- No

17. ¿Le gustaría tener la opción de poder adquirir las tazas individualmente? Por qué.

- Si
- No

18. ¿Qué opina de que la Marca WARMITÉ le dé el servicio extra de comprar el producto principal y luego poder reutilizarlo a través de la adquisición de plantas medicinales y tazas al granel?

Respuestas:

Anexo 6

Se presentó a las entrevistadas los empaques cerrados y se les pidió que los observe detenidamente, luego se les pidió que contesten las siguientes preguntas.

1.

Al observar el empaque, qué producto piensa que contendrá:

25 respuestas

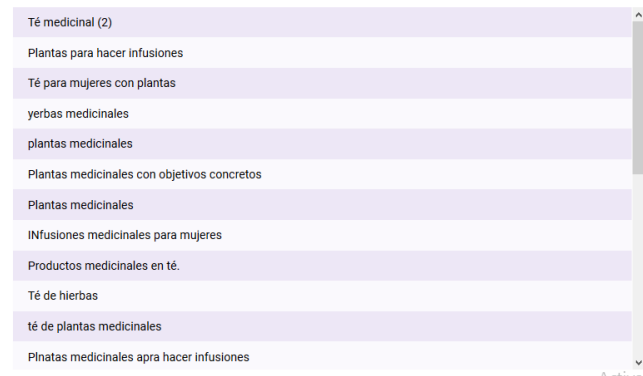


Figura 217. Resultado respuestas

Todas las entrevistadas entendieron que el producto tiene que ver con infusiones de plantas medicinales para mujeres.

2.

Con qué relaciona el empaque (Puede señalar más de una opción)

25 respuestas

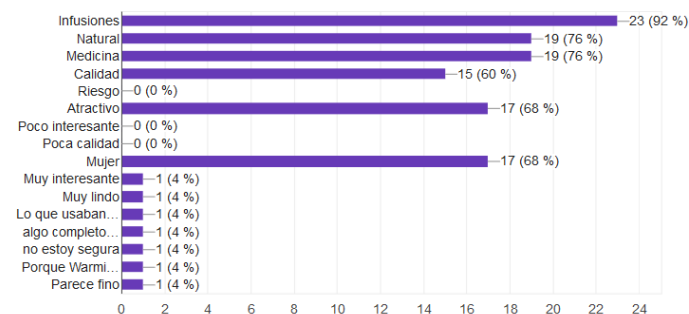


Figura 218. Resultado respuestas

La mayoría de las entrevistadas relacionaron el empaque con infusiones, natural, medicina, calidad, atractivo y mujer.

3.

¿Cuántas etapas de la mujer usted determina en el producto?

25 respuestas

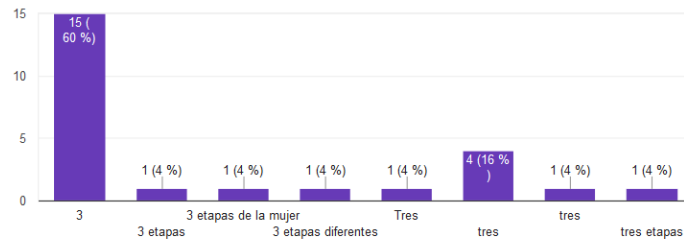


Figura 219. Resultado respuestas

Todas las entrevistadas determinaron que son tres etapas

4.

¿Cómo logró determinar cada etapa?

25 respuestas

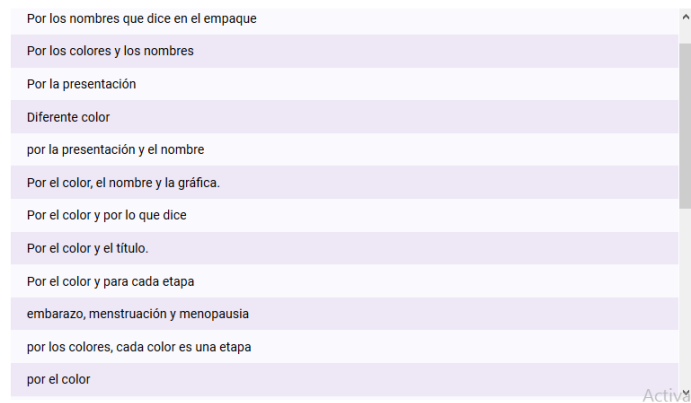


Figura 220. Resultado respuestas

Las entrevistadas determinaron que el producto era para tres etapas de la mujer, gracias a su color y a la información exterior del empaque.

5.

¿En qué etapa usted se encuentra?

24 respuestas

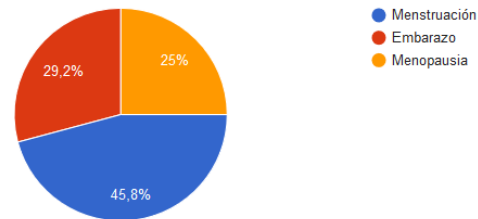


Figura 221. Resultado respuestas

El 45,8% de las entrevistadas estaban en la etapa de la menstruación el 29,2% en embarazo y el 25% en la menopausia.

Una vez analizado el exterior del empaque, se enseñó a las entrevistadas el interior del mismo.

6.

Por favor examine la información que consta en el interior del empaque y escoja las características con las que lo relaciona.

25 respuestas

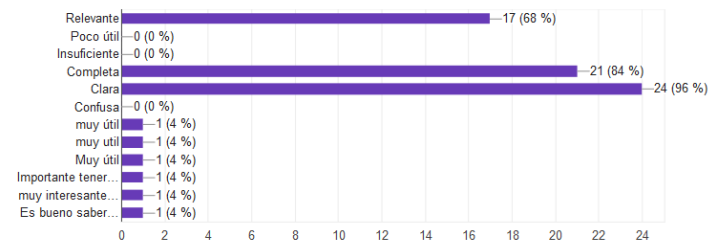


Figura 222. Resultado respuestas

La mayoría de las entrevistadas relacionaron la información del interior del empaque con: Relevante, completa, clara, muy útil.

7.

Por favor examine los productos interiores del empaque. Con qué concepto lo relaciona (Puede señalar más de una opción)

25 respuestas

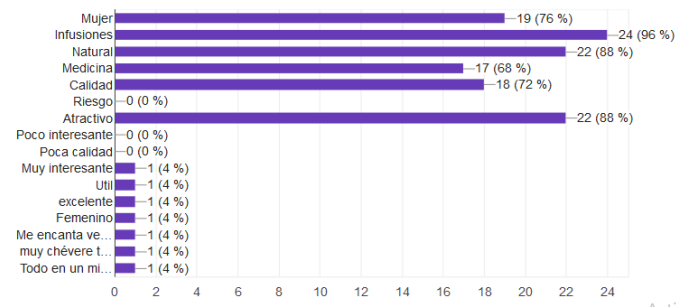


Figura 223. Resultado respuestas

Al observar los productos del interior del empaque la mayoría de las entrevistadas lo relacionaron con mujer, infusiones, natural, medicina, calidad, atractivo.

8.

Por favor examine los frascos que contienen las plantas medicinales.Cuál de estas características piensa que posee la etiqueta del frasco. (Puede señalar más de una opción)

25 respuestas

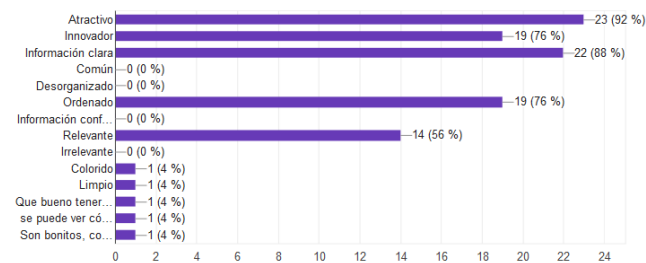


Figura 224. Resultado respuestas

Las características que relacionaron la mayoría de las entrevistadas con las etiquetas de los frascos fueron, atractivo, innovador, información clara, ordenado y relevante.

9.

Por favor examine las tazas. ¿Qué diseño le parece el más atractivo?

25 respuestas

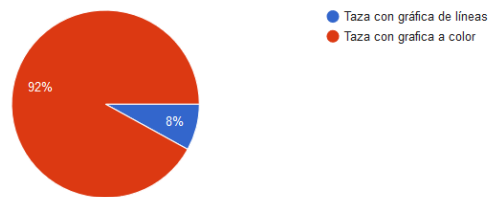


Figura 225. Resultado respuestas

A la mayoría de las entrevistadas le pareció más atractiva la taza con gráfica a color.

10.

¿Le parece que el empaque es fácil de abrir?

25 respuestas

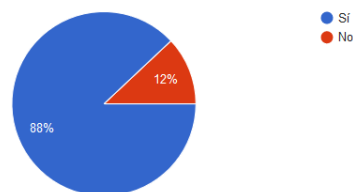


Figura 226. Resultado respuestas

A la mayoría de entrevistadas les pareció que el empaque era fácil de abrir.

11.

¿Le parece que el empaque es fácil de cerrar?

25 respuestas

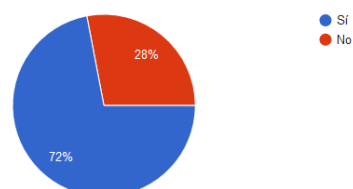


Figura 227. Resultado respuestas

A la mayoría de entrevistadas les pareció que el empaque era fácil de cerrar.

12.

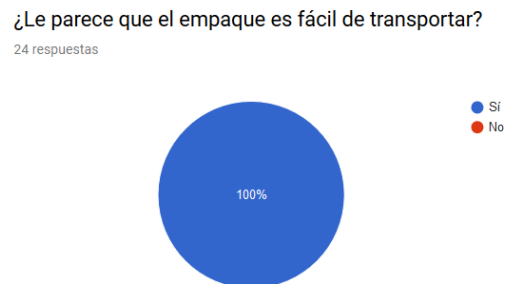


Figura 228. Resultado respuestas

A todas las entrevistadas les pareció que el empaque era fácil de transportar.

13.

Por favor analice el producto completo. Escoja las opciones que más se acerquen a su opinión.

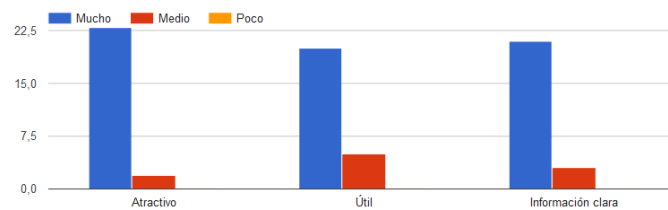


Figura 229. Resultado respuestas

A la mayoría de entrevistadas les pareció que el producto era muy atractivo, muy útil y que la información está muy clara.

14.

¿Si usted tuviera la opción de adquirir este producto lo haría?

25 respuestas

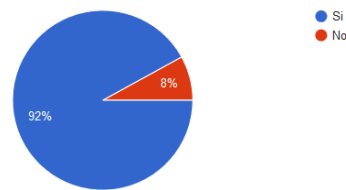


Figura 230. Resultado respuestas

¿Por qué?

25 respuestas

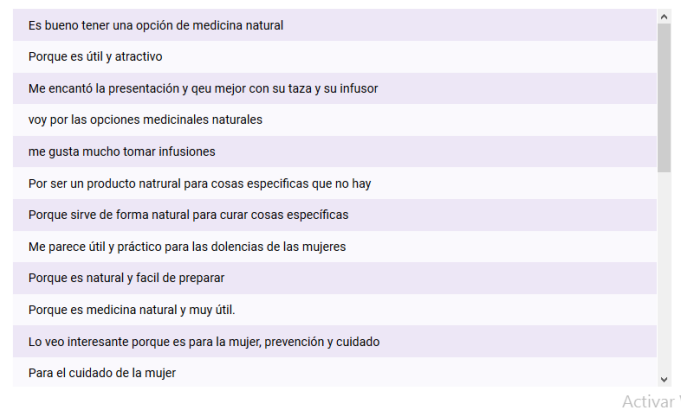


Figura 231. Resultado respuestas

La mayoría de las entrevistadas si adquirirían este producto, porque les parece un producto útil y atractivo.

15.

¿Cuánto pagaría por este producto?

25 respuestas

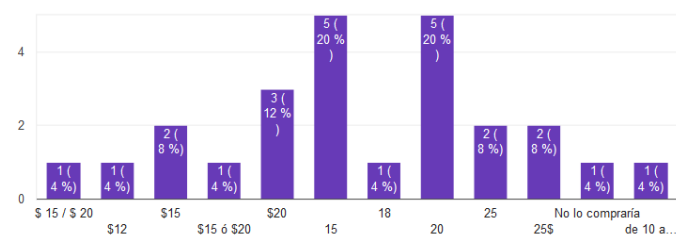


Figura 232. Resultado respuestas

Las entrevistadas pagarían entre \$15 a \$20 por el producto.

A continuación se presentó a las entrevistadas los empaque a granel.

16.

¿Comprarías plantas medicinales de la misma marca, para rellenar los frascos del producto inicial?

25 respuestas

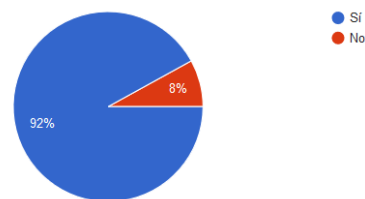


Figura 233. Resultado respuestas

¿Por qué?

25 respuestas

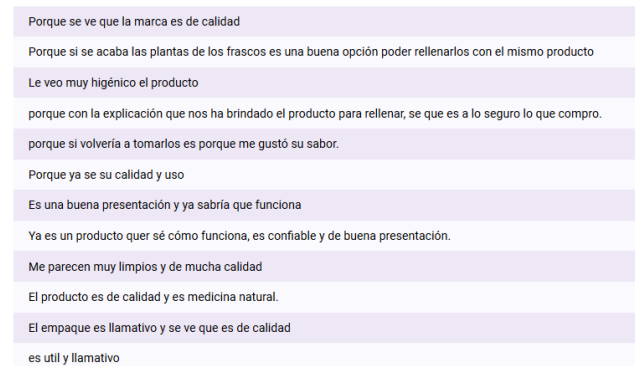


Figura 234. Resultado respuestas

La mayoría de las entrevistadas contestaron que si comprarían las plantas medicinales a granel para rellenar los frascos del producto inicial, porque les parece que es un producto de calidad y porque no tienen que comprar las plantas medicinales en otro lado, como mercado.

17.

¿Le gustaría tener la opción de poder adquirir las tazas individualmente?
25 respuestas

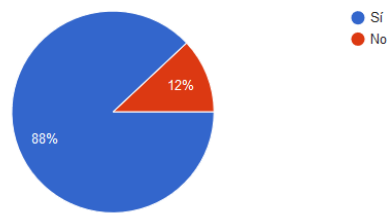


Figura 235. Resultado respuestas

¿Por qué?

24 respuestas

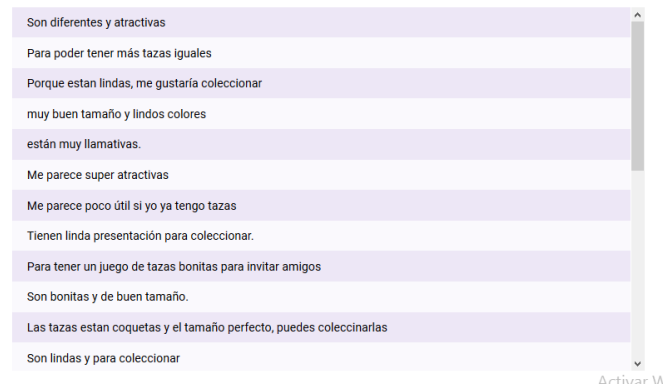


Figura 236. Resultado respuestas

A la mayoría de las entrevistadas les gustaría poder adquirir las tazas individualmente por su diseño y además porque les interesa comprar las tazas de las otras etapas.

18.

¿Qué opina de que la Marca WARMITÉ le dé el servicio extra de comprar el producto principal y luego poder reutilizarlo a través de la adquisición de plantas medicinales y tazas al granel?

25 respuestas

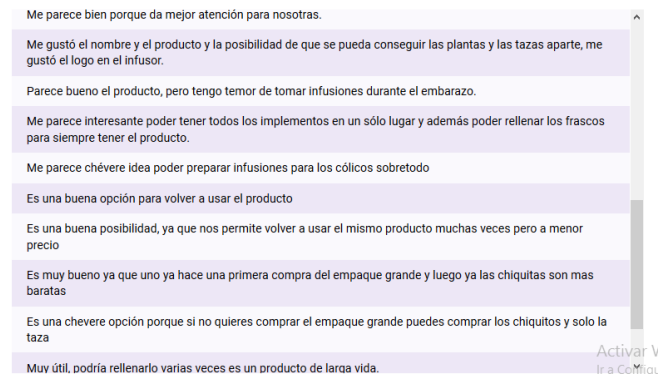


Figura 237. Resultado respuestas

La mayoría de encuestadas contestaron que les parece muy útil y una buena opción hacer un gasto único del empaque principal y luego el relleno es más económico además les pareció que es una buena forma de reutilizar el producto principal.

Conclusiones:

A través de las preguntas del Focus group se pudo concluir que todas las mujeres entrevistadas entendieron que el producto contendría infusiones para mujeres. Las características con las que relacionaron el empaque tienen relación con lo que se desea comunicar. Todas las mujeres determinaron que existen tres etapas del producto, por lo que se entiende que la gráfica y colores están bien representados. La mayoría respondió que la información interior del producto es, completa, clara, y relevante. Al observar los productos que contiene el empaque la mayoría de encuestadas los relacionaron con los siguientes conceptos, mujer, infusiones, natural, calidad y atractivo. Al observar las etiquetas de los frascos la mayoría de las encuestadas lo relacionaron con atractivo, innovador, información clara, ordenada y relevante. El diseño de tazas que llamo más la atención fue las tazas con gráfica a color, por lo que se usará este diseño. A la mayoría de encuestadas les pareció que el empaque era fácil de abrir, de cerrar y de transportar. El análisis que tuvo la mayoría

sobre el empaque completo es que es muy atractivo, muy útil y que la información está muy clara. La mayoría de encuestadas dijo que si comprarían este producto y que pagarían entre \$15 - \$20. La mayoría de las encuestadas contestaron que si comprarían las plantas medicinales de la marca para rellenar los frascos del producto inicial, porque les parece que es un producto de buena calidad y así el producto durará más tiempo. A la mayoría de encuestas les interesó poder adquirir las tazas individualmente, porque les parecieron atractivas y porque quisieran poder adquirir las tazas de otra etapa en la que no se encuentran. Por ultimo a la mayoría le pareció que la posibilidad de comprar un producto principal y luego poder reutilizarlo a través de la adquisición de plantas medicinales y tazas al granel es una buena opción que ofrece el sistema, ya que es una forma de reutilizar el producto principal y que compran el producto principal y luego el gasto es menor para poder seguir reutilizándolo.

Fotos



Figura 238. Focus Group

8.2 Entrevista a dueño de JuanGranel



Figura 239. Sebastian Gangotena, dueño de JuanGranel

JuanGranel es un negocio ubicado en Cumbayá, dedicado a la venta de productos orgánicos a granel. En este lugar se pueden encontrar granos, harinas, especias, plantas medicinales, etc. Todos producidos y recolectados por agricultores del país. Este negocio incentiva el consumo consciente, al conocer quiénes son los productores y como es la forma de producción de los productos.

Nombre: Sebastián Gangotena

1. ¿Qué productos se pueden encontrar en JuanGranel?

Juan Granel es la antigua tienda de abarrotes pero un poquito renovada, donde puedes encontrar productos sanos, productos orgánicos. Buscamos mucho proteger el medio ambiente, entonces por eso es una tienda a granel, donde tratamos de que no haya empaques, los empaques pueden ser reutilizables y además buscamos también que el aporte no sea solo en lo orgánico si no en lo social, entonces la mayoría de nuestros proveedores son agrupaciones u organizaciones campesinas que trabajan con responsabilidad social y responsabilidad ambiental.

2. ¿Cuál dirías que es el sistema servicio-producto de JuanGranel?

El producto, son productos sanos, productos orgánicos en su mayoría. El sistema comienza desde los agricultores, quienes cultivan y cosechan los productos, luego nosotros vamos a recoger de donde ellos y los traemos a la tienda y aquí los vendemos. Además es un sistema de no empaques, todo al granel, además de libre consumo. Yo puedo atender a los clientes, pero es por decisión del cliente, si el cliente quiere atención, o si no ellos mismo toman una canasta y pueden coger todo lo que quieran de acá, lo pasamos por la caja y listo.



Figura 240. Visita de los proveedores de Juan Granel
Tomado de Facebook, 2017

3. ¿A quién está dirigido estos productos?

La verdad es que está dirigido a todo el mundo, porque mi idea es que el consumo de orgánico no sea un consumo elitista, porque aquí no dice nada de productos orgánicos en la ventana, porque lo orgánico está relacionado con caro, con costoso. Entonces mi idea es que sea más accesible a todos, que con eso va a haber más gente que empiece a producir orgánicamente, porque hay mayor demanda y va a haber gente que comienza a alimentarse mejor porque es más accesible.

4. ¿Cuál crees que es la tendencia de la gente en la actualidad? Y ¿Piensas que esta tendencia va a durar?

Hay una tendencia que creo que necesita más fuerza, se ha empezado a consumir orgánicamente a buscar productos sanos productos orgánicos, pero

creo que necesita un poquito más de fuerza, que no sea solo un tema de moda, si no de conciencia, por eso aquí dice “Consumo Consiente” de saber dónde compras, que compras, a quien compras. Porque cuando tú compras algo estas llevándote algo que lo vas a consumir, lo vas a mantener en tu cuerpo y eso tienes que saber que es un producto sano, un producto orgánico, quien lo hizo, como lo hizo. Hay una frase del Papa Francisco, quien fue quien me inspiró mucho para poner esto acá, que decía “Todos estamos en la oportunidad de combatir la pobreza en el mundo” Y es saber qué es lo que compramos, quién es la persona que fabricó la camiseta que estas puesta tú, porque hay mucha ropa de muy buena marca que la hace gente que vive prácticamente en la esclavitud, que es explotada, y cuando tu compras eso estas aportando prácticamente a eso. Cuando tú sabes quién lo hace y como lo hace y das el dinero allá, estas aportando a que esa pobreza se disminuya.

Conclusión:

A través de la entrevista se pudo validar el sistema producto-servicio propuesto, ya que en algunos aspectos es muy parecido al de JuanGranel, negocio que funciona ya 9 meses y que ha tenido una gran acogida del público. El sistema de este negocio comienza a partir de los agricultores quienes siembran y cosechan el producto, para luego entregarlos a Gangotena, quien los transporta y envasa en el lugar de expendio, para luego venderlos a los consumidores, quienes adquieren el producto en fundas reciclables. Cuando se les termina el producto lo vuelven a adquirir en el mismo lugar. Este sistema aporta a la ayuda social, al incluir a personas que se encarguen de la producción del producto, generando trabajo. Los productos de JuanGranel son muy variados, pero se basan en el mismo concepto de lo saludable y orgánico. El servicio que ofrece este lugar, es la atención personalizada al cliente y la información de las propiedades medicinales de algunas hierbas que se venden.

La entrevista en JuanGranel valida el proyecto de Warmité puesto que permite comprobar la aceptación del público por lo orgánico y saludable y valida el funcionamiento del sistema que pretende tener Warmité.

9. Conclusiones y Recomendaciones

9.1 Conclusiones

El sistema producto-servicio resuelve el problema al proponer un empaque que contenga las plantas medicinales y todos los implementos necesarios para la preparación de infusiones con plantas medicinales y explicación de sus usos y beneficios.

El sistema producto-servicio facilita la adquisición de plantas medicinales para tratar las dolencias menores del consumidor.

El producto del sistema producto-servicio será en empaque que contiene todos los elementos para preparar la infusión (Frascos con las plantas medicinales, taza e infusor) y los empaque a granel. El servicio del sistema producto-servicio es la información que se proporciona a los consumidores sobre los beneficios y usos de las plantas medicinales.

Al ser un producto que no se encuentra en el mercado no tiene competencia directa, además por su originalidad atrae a los posibles consumidores.

El funcionamiento del sistema de producto-servicio es un emprendimiento que beneficia no solo al emprendedor, si no a los otros participantes del sistema, como productores, lugares de venta y a los consumidores.

La venta a granel de las plantas medicinales y la taza como material promocional, ayuda a posicionar la marca de WARMITÉ al mismo tiempo que lo promociona y comunica el sistema producto-servicio.

La posibilidad de adquirir las plantas medicinales y la taza de manera individual, viabiliza continuar con las ventas, en caso de que no se comercialice el producto principal que incluye todos los implementos.

Al incluirse tres líneas diferentes representadas en los empaques que reflejan las etapas de la mujer, se logra que el posible consumidor identifique de mejor manera la opción que más le interesa. Además posiciona la marca sobre todo en las mujeres más jóvenes que podrán mantener su fidelidad en el producto a lo largo de su vida.

El sistema de producto-servicio enfatiza la tendencia de hoy en día por el DIY, ya que permite que el consumidor trate sus dolencias de manera autosuficiente y sin la necesidad de pedir ayuda a terceros.

El sistema producto-servicio cumple con el objetivo de informar los usos y beneficios de las plantas medicinales.

El sistema producto-servicio cumple con ser una alternativa ecológica pues logra la re-utilización de los implementos.

El producto-servicio logra recuperar los conocimientos ancestrales y tradiciones orales sobre el uso de plantas medicinales del Ecuador.

Los conceptos escogidos se reflejan en el producto.

El costo de producción del producto es viable para lograr un emprendimiento que beneficie no solo al emprendedor, si no al resto de integrantes del sistema.

9.2 Recomendaciones

El material del empaque debe ser moldeable, ya que los cortes y dobleces pueden debilitarlo.

Para disminuir el costo de producción del empaque, se debe fabricar un troquel para realizar los cortes y dobleces a menor precio.

Para disminuir los costos de producción, se debe adquirir la máquina de sublimación de las tazas.

En el proceso de secado de las plantas medicinales se debe mantener una distancia mínima de 10 cm, ya que de ser menor, las plantas toman el olor de las otras.

Para que el sistema producto-servicio cumpla con un concepto de emprendimiento justo, solidario y participativo, debe plantearse como objetivo ser parte de la iniciativa de Comercio Justo, logrando el beneficio, no sólo de quien lo ponga al mercado, sino de todos sus participantes.

El cierre del empaque funciona, sin embargo se lo ve como algo artesanal y no industrial, por lo que se debe proponer una nueva opción.

Debido al tiempo y costo solo se elaboró la gráfica de las tazas, sin embargo a continuación se adjunta como sería el diseño de la forma y los planos.

Render:



Figura 241. Render taza menstruación

Para la taza de la etapa de menstruación se quiso demostrar modernidad y juventud, por lo que se diseñó una taza con rasgos lineales.



Figura 242. Render taza embarazo

Para la taza de la etapa de embarazo se diseñó una taza con una especie de "panza" para representar a la mujer embarazada.



Figura 243. Render taza menopausia

Para la etapa de menstruación se diseñó una taza con curvas para representar la feminidad y delicadeza.

Planos:

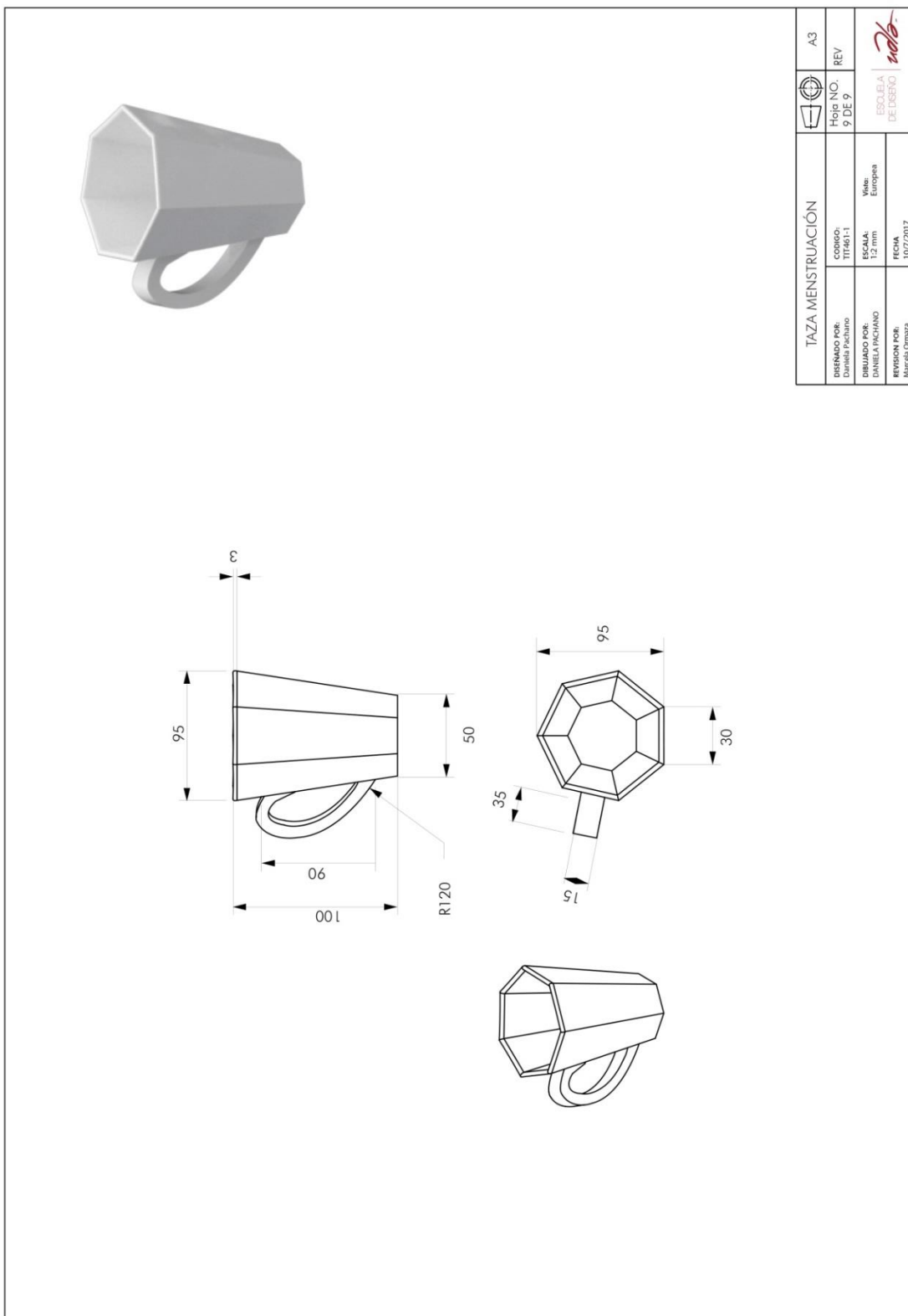


Figura 244. Planos taza

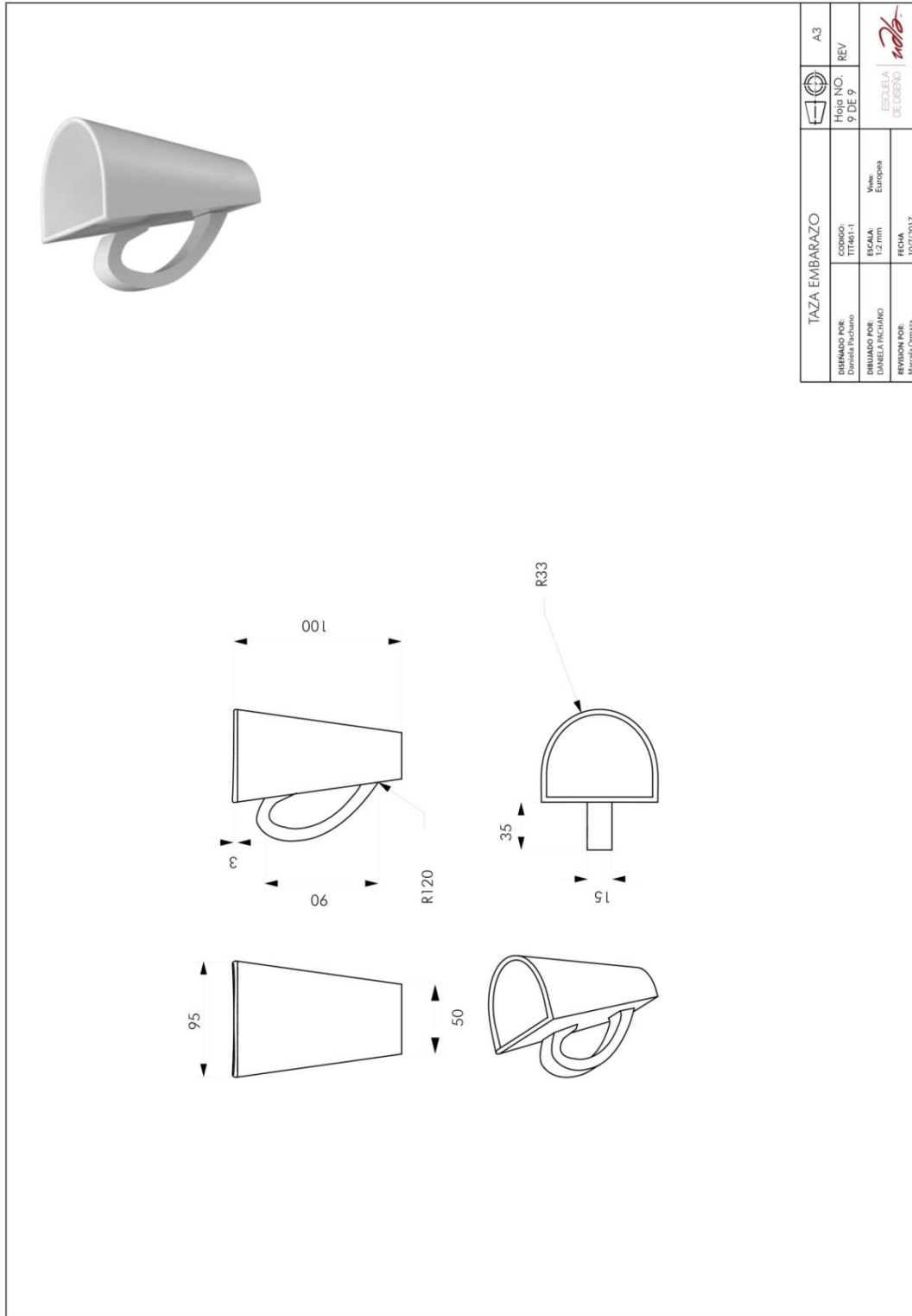


Figura 245. Planos taza

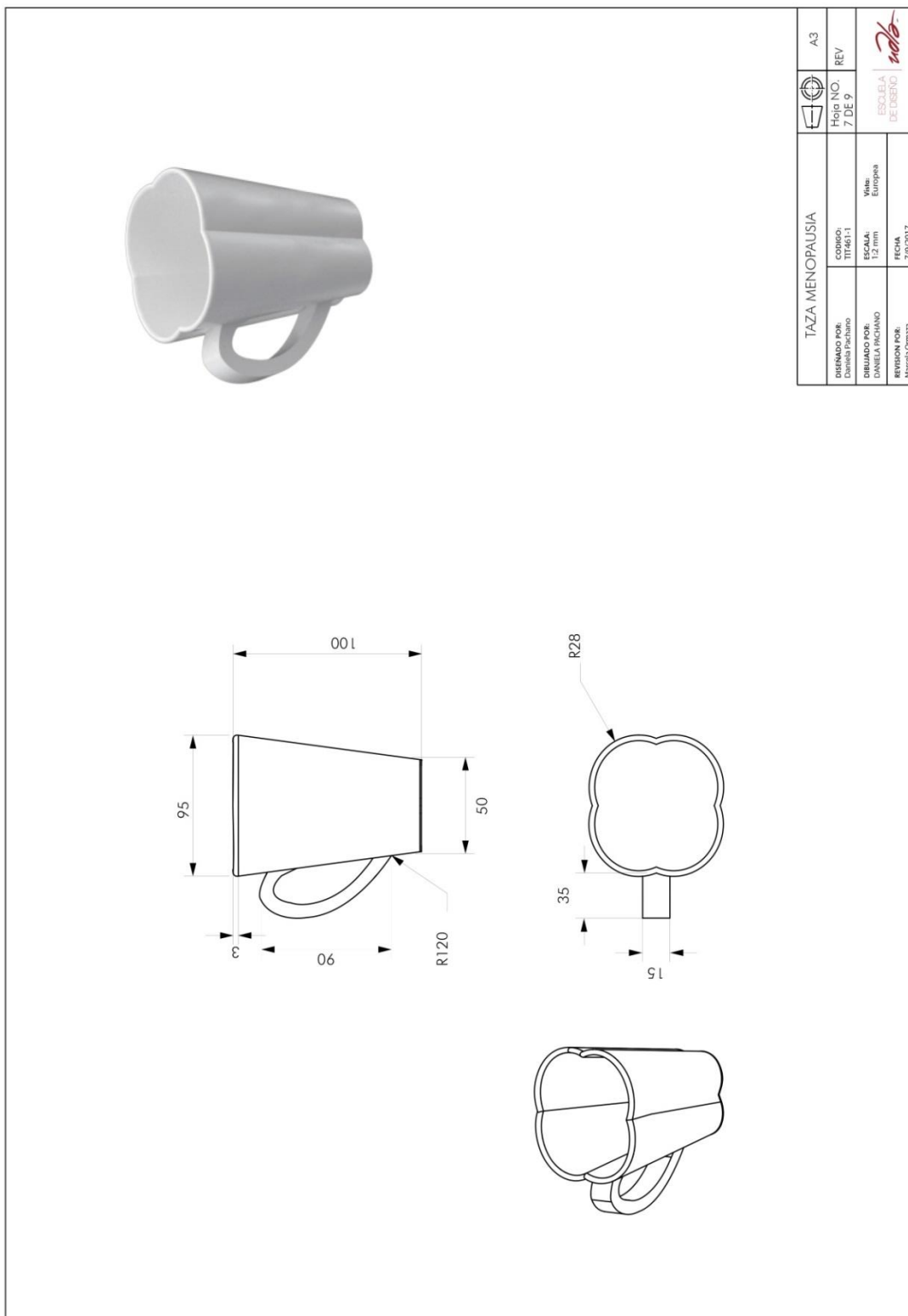


Figura 246. Planos taza

Debido al tiempo y costo solo se elaboró el prendedor de los infusores, sin embargo a continuación se adjunta los planos y render del diseño final.



Figura 247. Render infusor

En el diseño del infusor se quiso demostrar la forma de Warmité.

Planos:

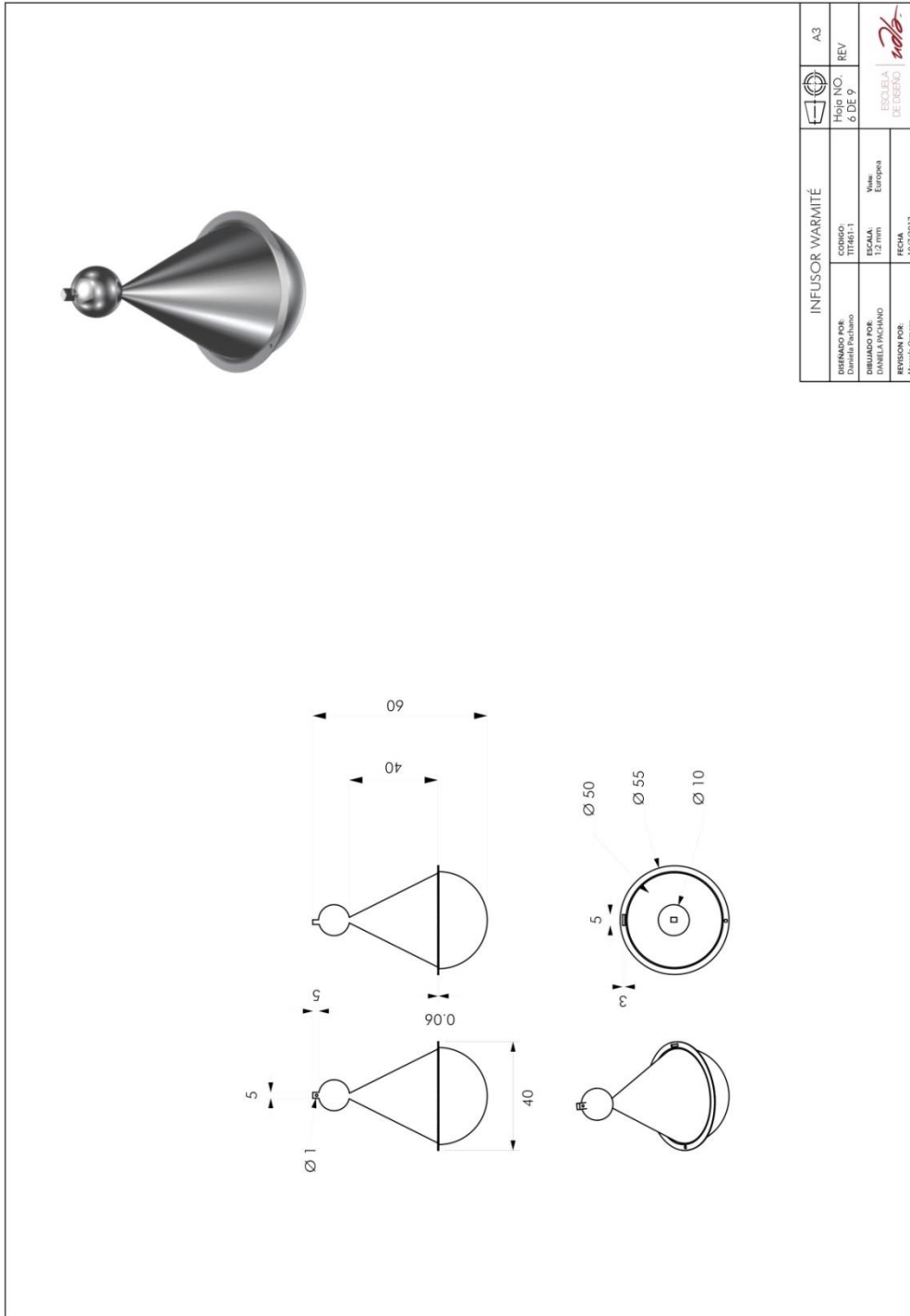


Figura 248. Planos infusor

Para que el envase de metal funcione se debería incluir un hueco en la tapa para que se pueda observar el producto. Sin embargo debido al costo y al tiempo se diseñó esta adaptación en render y planos.

Render:



Figura 249. Render envase de metal

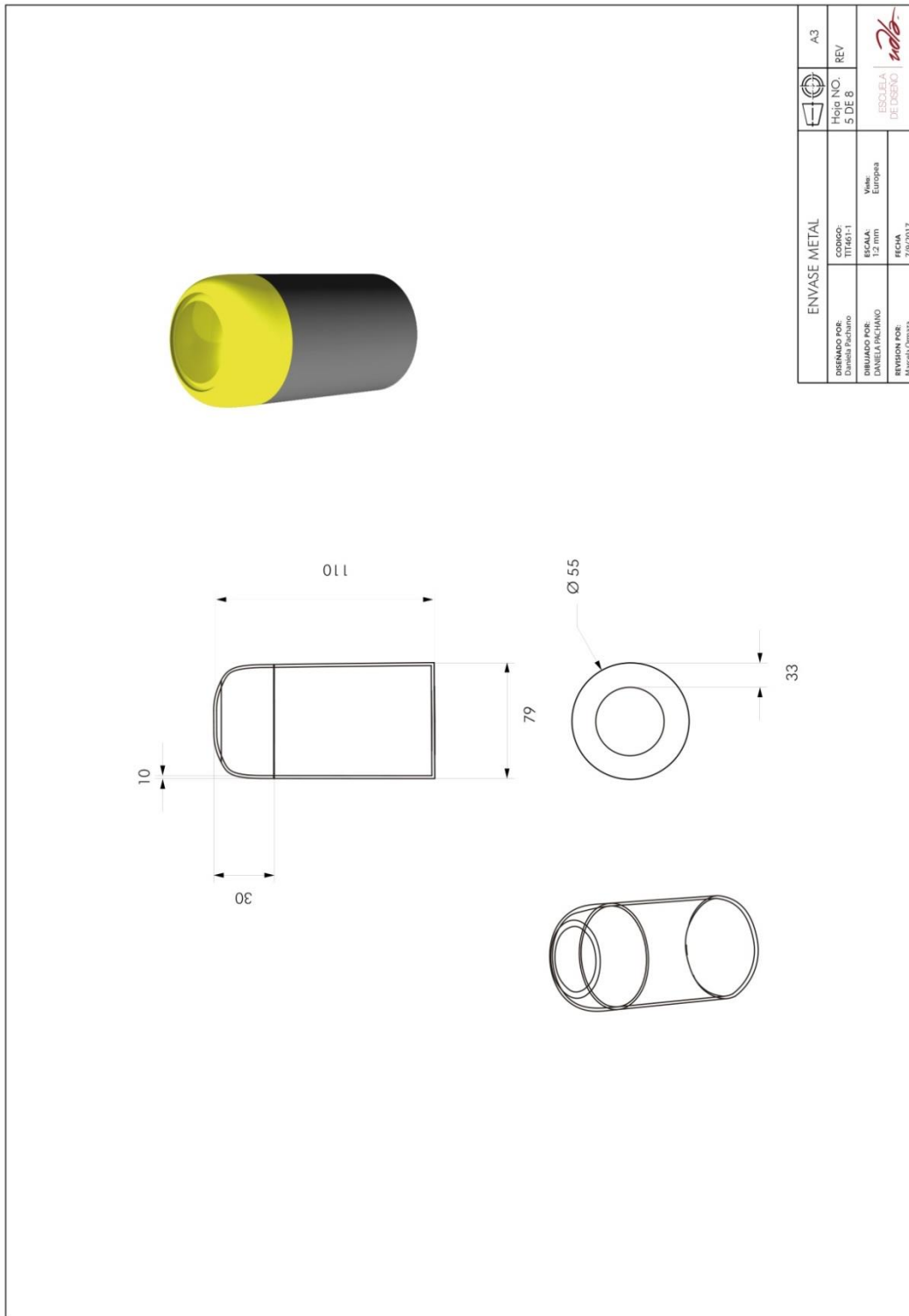


Figura 250. Planos taza

Referencias

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2014). *Requisitos para la inscripción del registro sanitario de productos naturales procesados de uso medicinal nacionales*. Recuperado el 15 de enero del 2017 de <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/10/inscripciones-productos-naturales-nacional.pdf>
- Arqhys Arquitectura. (2017). *Envases Metálicos*. Recuperado el 23 de junio del 2017 de <http://www.arqhys.com/arquitectura/metalicos-envases.html>
- PUCE. (2008). *Enciclopedia de las plantas útiles del Ecuador*. Recuperado el 07 de octubre del 2016 de <http://www.puce.edu.ec/portal/wr-resource/blobs/1/PUB-QCA-PUCE-2008-Enciclopedia.pdf>
- Bakus Guaraná. (2012). *Promoción de ventas*. Recuperado el 10 de abril del 2017 de <http://blogdeguarana.blogspot.com/2012/05/promocion-de-ventas.html>
- Bergmann, A. (2013). *Packaging: Especial Café & Té*. Recuperado el 05 de abril del 2017 de <http://www.designals.net/2013/04/packaging-especial-cafe-te/>
- Bramston, D. (2010). *Bases del Diseño de Producto O2 Materiales*. España, Barcelona: Parramón Ediciones.
- Campos, C. (2010). *Diseño y Packaging Promocional*. Barcelona, España: Promotora de Prensa Internacional SA.
- Canguro. (2017). *Infusiones permitidas y nocivas durante el embarazo y la lactancia*. Recuperado el 09 de abril del 2017 de http://embarazo10.com/infusiones-durante-el-embarazo/#Infusion_de_Tomillo_durante_el_embarazo
- Cañigüeral, S., Dellacassa, E., Bndoni, A. (2003). *Plantas Medicinales y Fitoterapia: ¿Indicadores de Dependencia o Factores de Desarrollo?*. Barcelona, España. Recuperado el 27 de junio del 2017 de http://www.latamjpharm.org/trabajos/22/3/LAJOP_22_3_6_1_S966JS548J.pdf

- Casa ofertas. (2015). *Promoción Nescafé Dolce Gusto Hot Sale 2015: 3 tarros GRATIS en la compra de capsulas*. Recuperado el 10 de abril del 2017 de <https://cazaofertas.com.mx/abarrotes/promocion-nescafe-dolce-gusto-hot-sale-2015-3-tarros-gratis/>
- Center For Young Womens Health. (2014). *Usos médicos de la píldora anticonceptiva*. Recuperado el 02 de febrero del 2017 de <http://youngwomenshealth.org/2012/04/18/usos-medicos-de-la-pildora-anticonceptiva/>
- Centro de Comercio Internacional. (2014). *Plantas y extractos medicinales*. Recuperado el 24 de enero del 2017 de <http://www.intracen.org/itc/sectores/plantas-medicinales/>
- Colegio Andolina. (2013). *Taller de cerámica*. Recuperado el 05 de abril del 2017 de <https://colegioandolina.wordpress.com/2013/05/03/taller-de-ceramica/>
- Comunidad educativa virtual. (2003). *Efectos de los medicamentos*. Recuperado el 08 de octubre del 2016 de <http://es.slideshare.net/bLaCkTeArS01/efectos-de-los-medicamentos>
- Coordinadora Estatal del Comercio Justo. (2010). *Comercio Justo*. Recuperado el 08 de Julio de <http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/definicion/los-10-principios-internacionales/>
- Cruz, O. (2016). *Bioconocimiento de la flora ecuatoriana: algunas plantas medicinales y sus usos*. Quito, Ecuador: Laboratorio de Biotecnología Vegetal de la Escuela de Ciencias Biológicas de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Korea Research Institute of Bioscience and Biotechnology Department of Environment and Forest Resources, Chungman National University.
- DepositPhoto. (2017). *Mujer de generaciones, etapas de desarrollo*. Recuperado el 05 de abril del 2017 de <https://sp.depositphotos.com/37872727/stock-illustration-generations-woman-stages-of-development.html>
- De la Torre, L., Navarrete, H., Muriel, P., Macía, M., Blaslev, H. (2008). *Enciclopedia de las plantas útiles del Ecuador*. Quito, Ecuador. Quito Aarhus: Herbario QCA de la Escuela de Ciencias Biológicas de la

- Pontificia Universidad Católica del Ecuador Herbario AAU del Departamento de Ciencias Biológicas de la Universidad de Aarhus.
- Díaz, M. (2014). *Buenas prácticas con las plantas medicinales en comunidades de la Amazonía ecuatoriana: una experiencia en la fusión del conocimiento ancestral y el conocimiento científico*. La Habana, Cuba: Editorial Universitaria.
- Drane, J., Simón, P., Broggi, M. (2008). *Aproximación al problema de la competencia del enfermo*. España, Barcelona: Fundació Víctor Grífols i Lucas.
- Entre obleas y a lo loco. (2014). *Labios Mate*. Recuperado el 05 de abril del 2017 de <https://entreobleasyaloloco.wordpress.com/2014/06/14/labios-mate/>
- El Comercio. (2017). 28 187 plantas medicinales ayudan a la salud, 3 200 están en Ecuador. Recuperado el 27 de junio del 2017 de <http://www.elcomercio.com/tendencias/plantasmedicinales-informe-botanica-ecuador-mundo.html>
- El Comercio. (2014). *Los esfuerzos en Ecuador por frenar la pérdida de conocimientos ancestrales*. Recuperado el 07 de octubre del 2016 de <http://www.elcomercio.com/tendencias/esfuerzos-ecuador-frenar-perdida-de.html>
- El Comercio. (2014). *Una vida saludable reduce a la mitad el riesgo de infarto cerebral en mujeres*. Recuperado el 22/06/17 de <http://www.elcomercio.com/tendencias/estilodevida-salud-infartocerebral-mujeres-estudio.html>
- El Universo. (2014). *La comida saludable local gana más adeptos en mejorar el estilo de vida*. Recuperado el 28 de octubre del 2016 de <http://www.eluniverso.com/vida-estilo/2016/04/17/nota/5527416/comida-saludable-local-gana-mas-adeptos-mejorar-estilo-vida>
- Endara, L., Soria, S., Pozo, F. (2008). *Medicina tradicional andina y plantas curativas*. Quito, Ecuador: Centro Orientamiento Educativo C.O.E.
- Euromonitor International. (2017). *Las 10 principales tendencias globales de consumo para 2017*. Recuperado el 22/06/17 de <http://go.euromonitor.com/white-paper-2017-top-10-global-consumer-trends-SP.html>

- Expansión con alanza con CNN. (2013) *¿Quieres comer delicioso? Empieza por limpiar tus especias.* Recuperado el 05 de abril del 2017 de http://expansion.mx/salud/2013/01/26/quieres-comer-delicioso-empieza-por-limpiar-tus-especias?internal_source=PLAYLIST
- Farmacia medicity.(s.f). *Tu salud en las plantas medicinales.* Quito, Ecuador, Vol. 7. Recuperado el 05 de abril del 2017 de <http://www.farmaciasmedicity.com/noticias/>
- Facebook. (2017). JuanGanel. Recuperado el 10 de junio del 2017 de <https://www.facebook.com/JuanGanel/>
- Foro Ecuador.ec. (2013). *Requisitos para inscribirse en Mucho mejor si es hecho en Ecuador.* Recuperado el 09 de febrero del 2017 de <http://www.forosecuador.ec/forum/comunidad/foro-libre/3510-requisitos-para-inscribirse-en-mucho-mejor-si-es-hecho-en-ecuador>
- Freepik. (2015). *Símbolo Femenino.* Recuperado el 05 de abril del 2017 de http://www.freepik.es/iconos-gratis/simbolo-femenino-de-un-circulo-con-una-cruz_755631.htm
- Global Healing Center. (2015). *The 7 Best Herbs for Women's Health.* Recuperado el 27 de junio del 2017 de <https://www.globalhealingcenter.com/natural-health/the-7-best-herbs-for-womens-health/>
- Google Trends. (2017). *DIY.* Recuperado el 09 de enero del 2017 de <https://www.google.es/trends/explore?q=DIY>
- Google Trends. (2017). *Vida Saludable.* Recuperado el 09 de enero del 2017 de <https://www.google.es/trends/explore?q=vida%20saludable>
- Google Trends. (2017). *Vida Saludable.* Recuperado el 09 de enero del 2017 de <https://www.google.es/trends/explore?geo=EC&q=vida%20saludable>
- Hierbas medicinales. (s.f). *Valeriana: cuándo tomarla, en qué dosis y a quién se la puedes dar.* Recuperado el 05 de abril del 2017 de <https://www.hierbaspara.com/valeriana/>
- Immick. (2004). *Artículos Promocionales Bebidas.* Recuperado el 10 de abril del 2017 de <http://gimmick.mx/articulos-promocionales/bebidas/>
- Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual. (2014) *¿Cómo registro unamarca?* Recuperado el 27 de marzo del 2012 de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Hablando de mujeres y estadísticas*. Recuperado el 18 de enero del 2017 de http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/webinec/Infografias/info_mujer001.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Población por grupos de edad, según provincia, cantón, parroquia y área de empadronamiento*. Recuperado el 18 de enero del 2017 de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Población por sexo, según provincia, parroquia y cantón de empadronamiento*. Recuperado el 18 de enero del 2017 de www.inec.gob.ec/tabulados_CPV/13_POBL_PROV_CANT_PARR_SEX_O.xls
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Resultados del censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador*. Recuperado el 18 de enero del 2017 de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/pichincha.pdf>
- Initial. (2017). *El uso de medicamentos durante el embarazo*. Recuperado el 23 de enero del 2017 de <http://inatal.org/el-embarazo/consultas/medicamentos-radiografias-y-otras-exposiciones/105-el-uso-de-medicamentos-durante-el-embarazo.html>
- Instituto de Promociones de Exportaciones e Inversiones. (2012). *El movimiento de tendencias saludables en alimentos y bebidas*. Recuperado el 28 de octubre del 2016 de <http://www.proecuador.gob.ec/2012/04/28/el-movimiento-de-tendencias-saludables-en-alimentos-y-bebidas/>
- Instituto Nacional del Cáncer de los Institutos Nacionales de Salud de EE.UU. *Diccionario de cáncer*. Recuperado el 08 de enero del 2017 de <https://www.cancer.gov/espanol/publicaciones/diccionario?cdrid=449752>
- Jin Sheu Enterprise. (2017). *Productos Promocionales*. Recuperado el 10 de abril del 2017 de <https://www.jinsheu.com/es/category/Productos-promocionales/5.html>

- KidsHealth. (2017). *Problemas menstruales*. Recuperado el 02 de febrero del 2017 de <https://kidshealth.org/es/parents/menstrual-problems-esp.html>
- Kutama. (2014). *Acerca de nosotros*. Recuperado el 28 de marzo del 2017 de <https://kutama.com.ec/collections/todos-los-productos/products/infusion-de-frutas-deshidratadas-caja-de-8-fundas>
- KYE. (2017). *Tea infuser*. Recuperado el 16 de abril del 2017 de <http://kyeteahouse.com/shop/tea-infuser>
- Laguna. (2010). *Ambientadores Airwick Nenuco Electrico+Rec*. Recuperado el 10 de abril del 2017 de <https://www.perfumeriaslaguna.com/ambientadores-airwick-nenuco-electricorec>
- La Sociedad Americana Contra El Cáncer. *Terapia hormonal en la menopausia y el riesgo de padecer cáncer*. Recuperado el 23 de enero del 2017 de <http://www.cancer.org/es/cancer/causas-del-cancer/tratamientos-medicos/terapia-de-restitucion-de-hormonas-en-la-menopausia-y-el-riesgo-de-cancer.html>
- López, M., Álvarez, N., Abad, G., Alonso, A. (2008). *Plantas medicinales: guía para su uso en la atención primaria de la salud*. Corpus Editorial.
- Mallet, A. (2010). *Breve historia del empaque*. Recuperado el 27 de junio del 2017 de <http://elmodo.mx/el-modo-del-modo/breve-historia-del-empaque/#>
- Medline Plus. (2017). *Menopausia*. Recuperado el 23 de enero del 2017 de <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/000894.htm>
- Medline Plus. (2017). *Síntomas comunes durante el embarazo*. Recuperado el 02 de febrero del 2017 de <https://medlineplus.gov/spanish/ency/patientinstructions/000583.htm>
- Mendez, A. (2017). *Beneficios para la salud del té de hojas de frambuesa*. Recuperado el 05 de abril del 2017 de <https://www.mis-remedios-caseros.com/hojas-frambuesa.htm>
- Mike´s. (2016). *Bolsos y Loncheras > Loncheras*. Recuperado el 16 de abril del 2017 de http://www.mikes.cl/web/producto_detalle.php?id=290&cat=35
- Ministerio de Salud Pública. (2014). *Proceso de control y vigilancia sanitaria*. Quito, Ecuador. Recuperado el 05 de enero del 2017 de

- http://instituciones.msp.gob.ec/dps/santo_domingo/images/stories/ministerio_de_salud_publica_registro_san_productos_naturales.pdf
- Ministerio de Salud Pública. (2014). *Reglamento y control de productos naturales de uso medicinal*. Quito, Ecuador. Recuperado el 27 de enero del 2017 de <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/07/Reglamento-y-Control-de-Productos-Naturales-de-Uso-Medicinal-Decreto-Ejecutivo-1395.pdf>
- Ministerio de Salud Pública. *Sistema Nacional de Farmacovigilancia*. Quito, Ecuador. Recuperado el 04 de enero del 2017 de <http://www.salud.gob.ec/sistema-nacional-de-farmacovigilancia/>
- Muñiz, Marta. (2012). *Promociones en el punto de venta*. Barcelona, España: Ediciones Pirámide, PrintMuñoz, F. (2002). *Plantas medicinales y aromáticas*. Madrid, España: Mundi-Prensa
- Nescafe Dolce Gusto. (2017). *Accesorio - Termo con protector - 540 puntos*. Recuperado el 10 de abril del 2017 de <https://www.dolce-gusto.com.co/accesorio-termo-con-protector-540-puntos>
- Ortiz-Prado, E., Galarza, C., Cornejo, F., Ponce, J. (2014). *Acceso a medicamentos y situación del mercado farmacéutico en Ecuador*. Quito, Ecuador: Rev Panam Salud Pública.
- Petrinovic, J. (2015). *D.I.Y Personaliza tus frascos de cocina*. Recuperado el 05 de abril del 2017 de <http://www.thedecojournal.com/cook/2015/08/14/d-i-y-personaliza-tus-frascos-de-cocina/>
- Pinterest. (s.f). *Mujeres*. Recuperado el 06 de abril del 2017 de [https://www.pinterest.com/search/pins/?q=mujeres&rs=typed&term_meta\[\]=mujeres%7Ctyped](https://www.pinterest.com/search/pins/?q=mujeres&rs=typed&term_meta[]=mujeres%7Ctyped)
- Pinterest. (s.f). *Naturaleza*. Recuperado el 06 de abril del 2017 de [https://www.pinterest.com/search/pins/?q=naturaleza&rs=typed&term_meta\[\]=naturaleza%7Ctyped](https://www.pinterest.com/search/pins/?q=naturaleza&rs=typed&term_meta[]=naturaleza%7Ctyped)
- Pinterest. (s.f). *Tea Packaging*. Recuperado el 06 de abril del 2017 de [https://www.pinterest.com/search/pins/?q=tea%20packaging&rs=typed&term_meta\[\]=tea%7Ctyped&term_meta\[\]=packaging%7Ctyped](https://www.pinterest.com/search/pins/?q=tea%20packaging&rs=typed&term_meta[]=tea%7Ctyped&term_meta[]=packaging%7Ctyped)
- Pinterest. (s.f). *Tea Packaging*. Recuperado el 09 de junio del 2017 de <https://www.pinterest.com/pin/416020084313205834/>

- Pixabay. (2017). *Vector gratis: Espiral, Curva, Negrita, Ronda*. Recuperado el 05 de abril del 2017 de <https://pixabay.com/es/espiral-curva-negrita-ronda-dise%C3%B1o-38640/>
- Porto, J., Merino, M. (2008). *Definición de aculturación*. Recuperado el 08 de octubre del 2016 de <http://definicion.de/aculturacion/>
- Pro Ecuador. (2012). *Plantas medicinales-China*. Recuperado el 06 de marzo del 2017 de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/plantas-medicinales-china/>
- Pro Ecuador. (2013). *Té de Ecuador recibe premio de mejor producto orgánico en feria*. Recuperado el 05 de junio del 2016 de <http://www.proecuador.gob.ec/en/2013/07/03/te-de-ecuador-recibe-premio-a-mejor-producto-organico-2/>
- Ramírez, Hoffmann. (2006). *Acondicionamiento físico y estilos de vida saludable*. Colombia: Red Colombia Médica.
- Ríos, J., París, E., Repetto, G. (2012). *Intoxicaciones por plantas medicinales*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Ríos, M., Kosiol, M., Borgtoft, H., Granda, G. (2007). *Plantas útiles del Ecuador: aplicaciones, retos y perspectivas*. Quito, Ecuador: Ediciones Abya-Yala.
- Risot Promocionales S.A de C.V. (2014). *Ríos Promocionales*. Recuperado el 16 de abril del 2017 de http://riospromocionales.com/271087_fundas-para-latas-y-botellas.html.
- Sir Agencia. (2017). *Azafatas para Degustaciones*. Recuperado el 10 de abril del 2017 de <http://siragencia.com/portfolio/azafatas-para-degustaciones/>
- Smile Pill. (2014). *El diseño de material pop en México*. Recuperado el 10 de abril del 2017 de <https://sp-marketing.com/el-diseno-de-material-pop-en-mexico/>
- Sparta. (2017). *Productos*. Recuperado el 16 de abril del 2017 de <http://www.spartabp.com/productos>
- Tipos. (2014). *Tipos de medicina*. Recuperado el 08 de enero del 2017 de www.tipos.co/tipos-de-medicina/
- Ugalde, M. (2012). *Catazho. Arte rupestre en la Amazonía ecuatoriana*. Quito, Ecuador. Recuperado el 02 de febrero del 2017 de http://www.academia.edu/8999750/Catazho._Arte_rupestre_en_la_Amazon%C3%ADa_ecuatoriana

- Van Halen, C., Vezzoli, C., Wimmer, R. (2005). *Methodology for Product Service System Innovation*. Países Bajos: Koninklijke Van Gorkum.
- Velasco, L., Rubio, M. (1994). *Estudio de utilización y detección de reacciones adversas por fármacos cardiovasculares en el medio hospitalario*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Wikispaces. (2014). *Promociones de venta*. Recuperado el 10 de abril del 2017 de <https://mercadrid.wikispaces.com/9.Promoci%C3%B3n+de+venta>
- World Heritage Encyclopedia. (2016). *DIY culture*. Estados Unidos: WorldPublic Library. Recuperado el 14 de diciembre del 2016 de <http://community.ebooklibrary.org.bibliotecavirtual.udla.edu.ec/Articles/DIY%20culture?&Words=DIY>
- Zarco, A., Ardura, I. (2007). *Comunicación e imagen corporativa*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- 123RF. (2017). *Hojas de menta fresca aislados en fondo blanco*. Recuperado el 05 de abril del 2017 de https://es.123rf.com/photo_13229080_hojas-de-menta-fresca-aislados-en-fondo-blanco-estudio-macro.html
- 123RF. (2017). *Tres hojas de laurel verde sobre fondo blanco*. Recuperado el 05 de abril del 2017 de https://es.123rf.com/photo_7156340_tres-hojas-de-laurel-verde-sobre-fondo-blanco.html

ANEXOS

Anexo 1

Búsqueda fonética de WARMITÉ

https://drive.google.com/drive/folders/0B5LwPL_8W7yMRnpUNG1Sa180RFk?usp=sharing

Anexo 2

Encuestas realizadas a Wikimujeres Ecuador

Link de las respuestas individuales:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1R60vFAeazY0ve8KHikfsiwrlGuw7_lcwCX804WtnAvE/edit?usp=sharing

Anexo 3

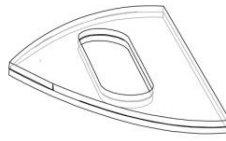
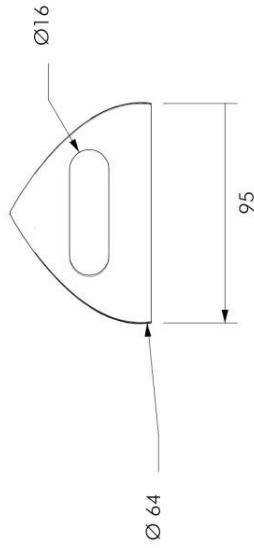
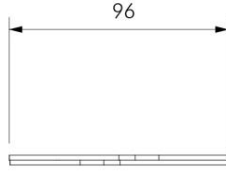
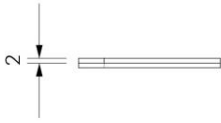
Encuesta Wikimujeres Ecuador sobre marca

Link de las respuestas individuales:

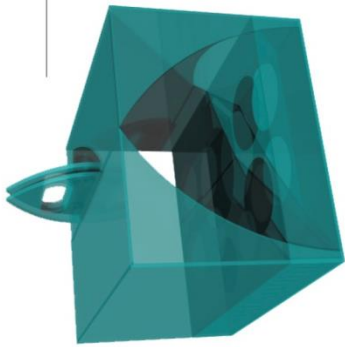
https://docs.google.com/a/udlanet.ec/spreadsheets/d/1d9Zns_oV8GnVIKqib1ngJd238MHCS5gIW1dXQhgGONY/edit?usp=sharing

Anexo 4

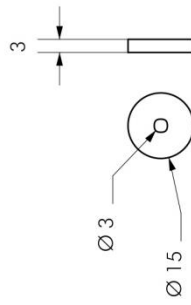
Planos empaque



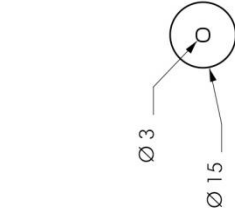
PLANOS AGARRADERA EMPAQUE			A3
DISEÑO POR: Daniela Pachano	CODIGO: TIT401-1	Hoja NO. 1 DE 9	REV
DIBUJADO POR: DANIELA PACHANO	ESCALA: 1:2 mm	VUELTA: Europea	
REVISIÓN POR: Marcela Ormazá	FECHA: 7/9/2017		



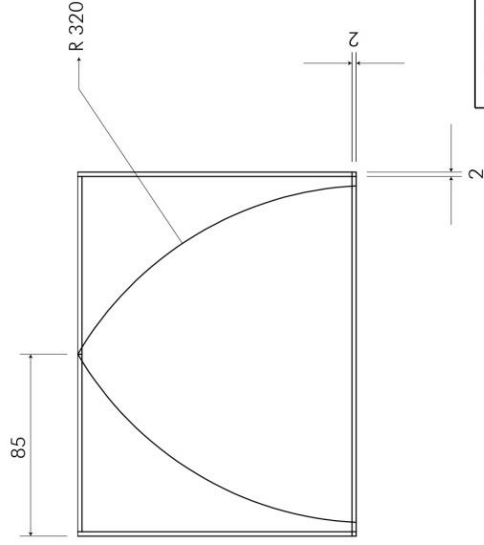
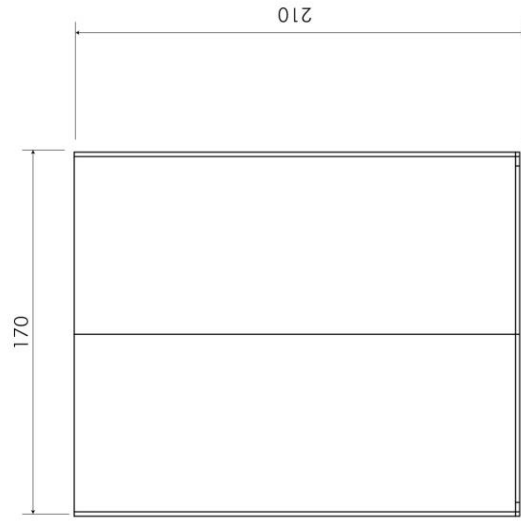
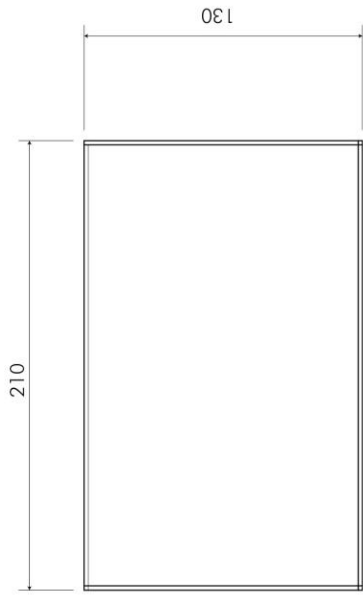
PIEZA HEMBRA



PIEZA MACHO



PLANOS CIERRE EMPAQUE			A3
DISEÑADO POR: Daniela Pachano	CODIGO: TIT1461-1	Hoja NO: 4 DE 9	REV
DIBUJADO POR: DANIELA PACHANO	ESCALA: 1:1 mm	Veloc: Europea	
REVISION POR: Marcela Cimaiza	FECHA: 15/09/2017		



PLANOS EMPAQUE EXTERIOR

DISEÑADO POR: Daniela Puchano	CODIGO: TIT461-1	ESCALA: 1:2 mm	FECHA: 7/9/17
DIBUJADO POR: Daniela Puchano	Ver: Europea		
REVISION POR: Marcela Ormaza			



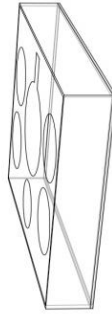
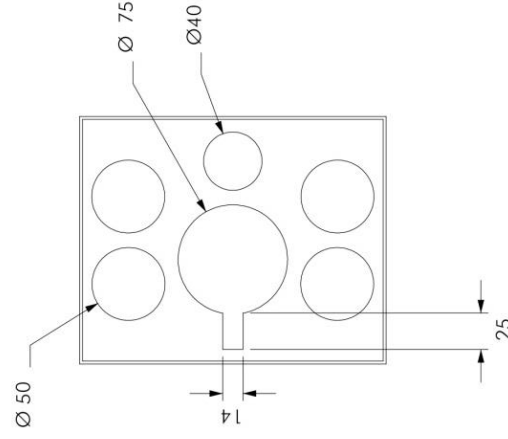
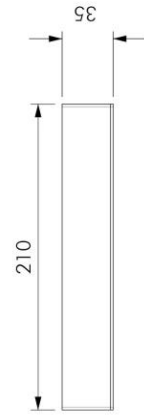
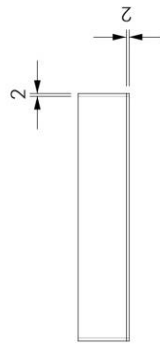
Hoja NO.
2 DE 9

ESQUEMA
DE DISEÑO



A3

REV

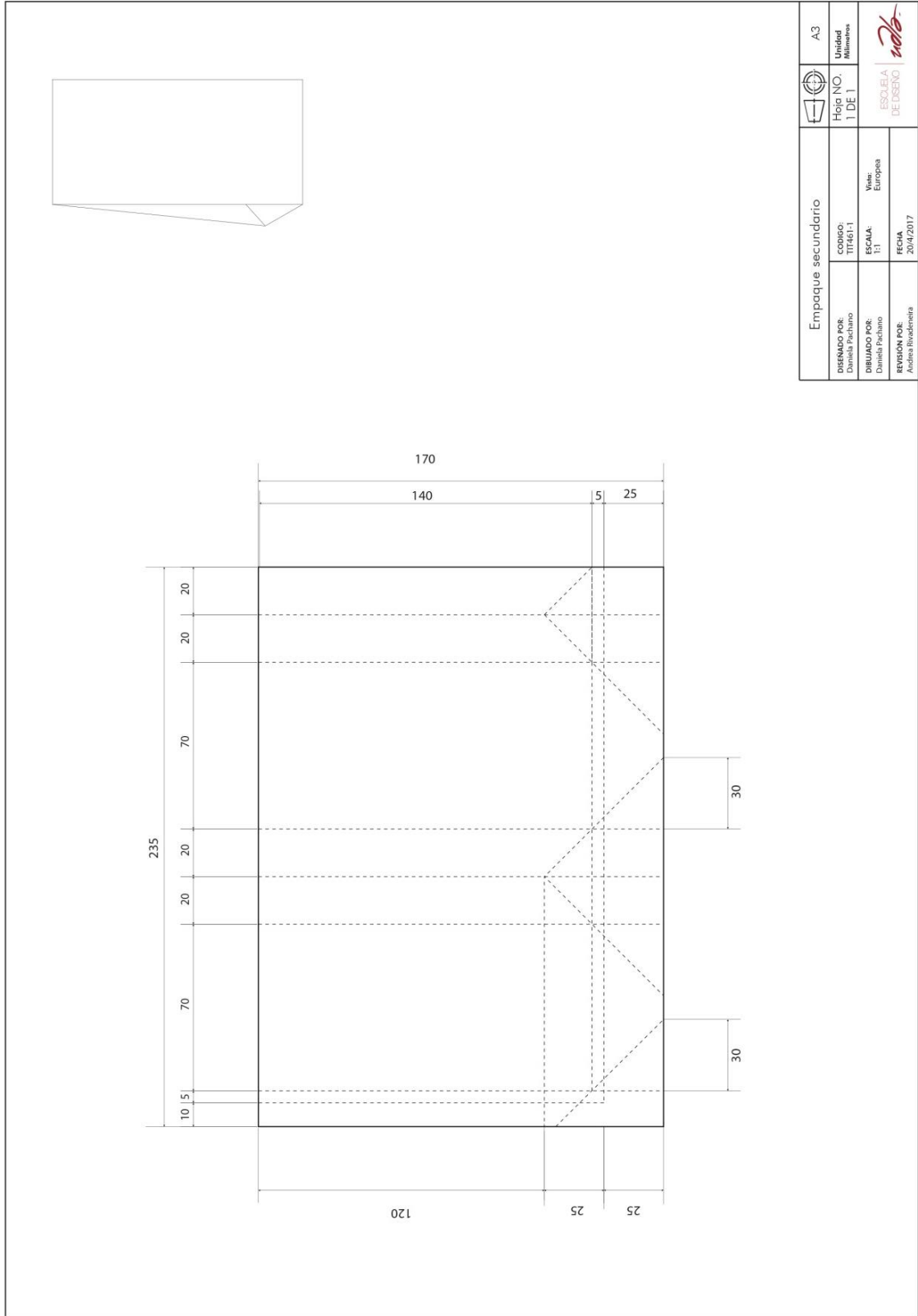


PLANOS EMPAQUE TAZA Y FRASCOS

DISEÑADO POR: Daniela Pachano	CÓDIGO: TIT461-1	Hoja NO. 3 DE 9	A3 REV
DIBUJADO POR: DANIELA PACHANO	ESCALA: 1:1 mm	Yve: Europea	
SERVIDOR POR: Marcela Ormaz	FECHA: 9/7/2017	ESCUELA DE DISEÑO	

Anexo 5

Planos empaque a granel



Anexo 6.

Validación Warmité a Wikimujeres Ecuador

Link de las respuestas individuales:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1zylp1weORfT7_Pq_6MhMgqqmLHJ5o7196Smz-FGgDwc/edit#gid=242215075

