

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior “CUN”

Trabajo para Obtener el Título de Tecnología en Procesos Administrativos

Albahaca deshidratada

Presentado por: Diana Milena Sandoval Paredes

CC 52.449.575 de Bogotá

Docente: Esmeralda Romero

Colombia, Ciudad Bogotá

23 de Noviembre de 2.017

ÍNDICE

Tabla de contenido

1. INTRODUCCIÓN	4
2. JUSTIFICACIÓN DE LA IDEA	5
DESARROLLO DE LA MATRÍZ ESTRATEGICA.....	6
2.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA.	6
2.2 IDENTIDAD ESTRATEGICA.....	6
2.3 FUTURO PREFERIDO (VISIÓN).....	7
2.4 OBJETIVO GENERAL.	7
2.5. OBJETIVOS ESPECIFICOS	7
2.6 VALORES	7
2.7 ANALISIS PESTEL	8
2.8 ANÁLISIS DE PORTER.	11
2.9 MATRIZ DE CAMPOS DE FUERZA.....	12
2.10 MATRIZ DE DESPLIEGUE ESTRATEGICA GENERATIVA	12
2.11 CADENA DE VALOR	13
2.12 ESTRATEGIA COMPETITIVA	14
3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	14
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	14
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	15
OBJETIVOS	15
Objetivo General	15
Objetivos Específicos	15
JUSTIFICACIÓN.....	15
METODOLOGIA.....	16
MARCO TEORICO	16
TABLA DE VALORES NUTRICIONALES DE LA ALBAHACA DESHIDRATADA	18
HERRAMIENTA.....	24
APLICACIÓN	25
TABULACIÓN DE LA INFORMACIÓN	25
GRAFICOS	26

ANALISIS	28
CONCLUSIONES	29
CONCLUSIÓN GENERAL	29
4. PLAN DE MARKETING	29
4.1 OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING	29
4.2 ESTRATEGIA DEL PRODUCTO:	La
albahaca es un producto 100 % natural que	30
4.2.1 SLOGAN: “DEL CAMPO SALUDABLE, EN SU CASA”	30
4.2.1 ESTRATEGIA DE MARCA	¡Error! Marcador no definido.
4.2.2 ESTRATEGIA DEL EMPAQUE	31
4.2.3 ESTRATEGIA DE SERVICIO DE POST VENTA	32
4.3 ESTRATEGIA DE PRECIO	32
4.4 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD	32
4.4.1 PLAN DE MEDIOS	33
4.5 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	33
4.6 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN	33
4.7 PROYECTO DE VENTAS	33
5. CONCLUSIONES	34
6. REFERENCIAS	35

1. INTRODUCCIÓN

La albahaca es una hierba aromática nativa de Irán, India y Pakistán. Mide entre 30 y 130 cm y se cultiva en climas tropicales. Usada tanto fresca como seca en culinaria como aderezo de ensaladas, guisos, sopas, salsas para acompañar pastas y en infusión como bebida caliente o fría; tiene propiedades digestivas, diuréticas y carminativas. También combate el agotamiento, la depresión, la jaqueca y el insomnio entre otras.



El presente trabajo tiene como fin analizar la viabilidad de cultivar albahaca y comercializarla deshidratada. Además obtener una apreciación cuantitativa respecto al presente trabajo por parte de la universidad y así poder graduarme como tecnóloga en procesos administrativos.

2. JUSTIFICACIÓN DE LA IDEA

La idea de negocio es cultivar albahaca y distribuirla deshidratada a grandes empresas y pymes. En la actualidad existe mucha acogida por los productos naturales ya que ellos brindan grandes beneficios a la salud del cuerpo humano. La albahaca es una hierba aromática que aún no es tan conocida en el mercado. Este es un producto de consumo diario del cual aún no se conocen contraindicaciones. Actualmente el mercado no es tan competido debido a que pocas personas conocen el producto. Además del uso del producto como tisana (infusión caliente), también es utilizada en culinaria, cocteles, champú, crema, aceite. Esta idea es un negocio lucrativo ya que el costo de producción es muy bajo y es un cultivo de corta de vida. Es un modelo de negocio que le apunta al tema ecológico debido a que no requiere de usar pesticidas que contaminen el producto ni la tierra y los residuos de la planta se regresan a la tierra para abonarla de manera orgánica. El producto se cultiva en el municipio de Soatá Departamento de Boyacá Vereda Jabonera, la comercialización del producto beneficiara a 20 familias de la zona a quienes se piensa comprar la producción de albahaca debido a que actualmente no existe quien recoja el producto en la finca y lo comercialice. Por ende esto ayudará a mejorar el desempleo en esta zona.

DESARROLLO DE LA MATRÍZ ESTRATEGICA

2.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA.

Cultivar albahaca y comercializarla deshidratada en la ciudad de Bogotá, buscando la fidelización de clientes y la expansión del negocio..

2.2 IDENTIDAD ESTRATEGICA.

Venta de albahaca deshidratada a empresas productoras de tisanas, restaurantes y laboratorios que la utilicen como materia prima para sus productos. El factor diferencial; será un producto que no tendrá almacenaje, pasará directamente de la selección al cliente y en el proceso de venta se dará a conocer todos los beneficios que tiene para la salud humana.

2.3 IDENTIDAD CORPORATIVA.

La idea de negocio inicia hace 10 años en el municipio de Soatá (Boyacá) vereda Jabonera lugar de clima cálido (20°), donde apróx. 20 familias viven de cultivos como el tabaco, el tomate, maíz y aromáticas como la albahaca y la limonaria. Sin embargo estos cultivos los cuales son el sustento de la gente no dan ingresos suficientes para mantener una buena calidad de vida. Y es que el mercado del pueblo no da para manejar el producto de todas las personas de la región. El otro problema es que para comercializar a otra plaza en la que el comercio sea mayor (Duitama, Sogamoso, Bogotá) tampoco se justifica para cada familia toda vez que la ganancia que se obtiene se va a gastar en viáticos. A mi llegada a Bogotá inicié a buscar que forma de comercio podía tener la albahaca que es la aromática más fácil de cultivar. Al hacer una búsqueda telefónica se logra establecer contacto con varias empresas fabricantes de tisanas a las cuales se les llevó una muestra de albahaca deshidratada y durante varios años se ha intentado mantener el negocio en pie el cual

consiste en cultivar y comercializar la albahaca y además comercializar también la producción de los vecinos de la zona.

2.4 FUTURO PREFERIDO (VISIÓN)

Penetrar el mercado de las hierbas aromáticas deshidratadas y para el año 2020 estar posicionados y ser reconocidos como proveedores de un producto de excelente calidad. Contar con ventas de 2.000 kilos mensuales y comercializar el 100% de la siembra.

2.5 OBJETIVO GENERAL.

Cultivar albahaca y comercializarla deshidratada en un monto de 500 kilos mensual brindando a nuestros clientes estándares de calidad cumpliendo con la legislación vigente.

2.6. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- * Suministrar albahaca deshidratada a nuestros clientes logrando una venta mensual de 500 kilos.
- * Hacer buen uso de las herramientas tecnológicas para dar a conocer el producto a nivel nacional por medio de campañas publicitarias e internet con el fin de captar 1 cliente mensual.

2.7 VALORES

Integridad porque todo nuestro actuar será acorde a nuestros principios civiles morales.

Compromiso Con nuestros clientes suministrándoles un producto con los más altos estándares de calidad, con el medio ambiente ya que es un producto que no contamina y al hacer su recolección parte de la planta regresa a la tierra como abono orgánico, con la comunidad ya que al comercializar sus cultivos estamos ayudando a generar empleo.

Responsabilidad Acatamos y entendemos que somos responsables de cumplir con todo lo que prometemos y de no ser así asumimos las acciones legales correspondientes.

Cumplimiento: La fortaleza de nuestra idea de negocio se basa en el cumplimiento a nuestros clientes, proveedores y todas las partes involucradas.

Trabajo en equipo: Para que nuestro propósito se lleve a feliz término se requiere el compromiso y correcta ejecución de todos los procesos, de esto somos conscientes en la organización por ende se fomenta el trabajo en equipo y prima los intereses de la misma.

2.8 ANALISIS PESTEL

Política

Actualmente no existe mayor expectativa referente al entorno político, toda vez que el fuerte en este momento en el país en temas de política es la paz. Se acercan las elecciones presidenciales de 2.018 y aún no se dilucida algo que nos pueda favorecer al ciudadano de a pie. Es cierto que la paz es muy importante para el país y para todos y cada uno de los ciudadanos pero también es cierto que si no hay empleo o medios de subsistencia tampoco hay paz, porque de una u otra manera la gente conseguir su sustento diario a costa de lo que sea.

Ecológico

La albahaca es un producto que le apunta al tema ecológico debido a que su cultivo no requiere de pesticidas para su desarrollo. Por tanto ni la planta ni la tierra se afecta. Es un cultivo de corta duración no causa efectos dañinos a la tierra y en el proceso de deshidratación los residuos resultantes de la planta se devuelven a la tierra y estos sirven como abono orgánico.

Social

Con el cultivo de la albahaca la idea es beneficiar a las familias del sector ya que conocen muy bien del cultivo de esta aromática y es un medio de subsistencia. Con la comercialización podemos lograr que más familias se dediquen a este cultivo y así mejorar su calidad de vida.

Tecnológico

Hacer buen uso de la tecnología para dar a conocer el producto no solo en Bogotá, también a nivel internacional. Darnos a conocer en las redes sociales y páginas de negocios donde podamos contactar clientes y atender a los actuales. En la actualidad no existe maquinaria que nos pueda ayudar en el proceso de selección y empaquetado del producto sin embargo podemos evolucionar y solicitar la creación de maquinaria que nos ayude en la producción.

Económico

La economía en el país es de lento crecimiento se encuentra atada por los tratados de libre comercio que lo único que hacen es traer al país productos a muy bajo precio que realmente no compiten con los producidos en el país. Debemos tener muy en cuenta la variación de la economía en el país toda vez que de haber cambios bruscos en ella como inflación o recesión los precios de venta se deben ajustar a conveniencia de la empresa y del cliente para no causar traumatismo al negocio. Es muy importante verificar mensualmente la página de la DIAN en temas de importación de aromáticas; ya que si se llega a dar un importe elevado de este producto nos puede afectar directamente.

Para el caso de las aromáticas deshidratadas su uso se da en su mayoría para la producción de tisanas las cuales se encuentran en el mercado a un precio muy económico y asequible a todos los estratos sociales. Su valor comercial oscila en

Recibidos (95) - sandova x LA SALSA DE LOS GRAN x

com/Mercado-Alimentos_y_bebidas-Despensa-Aromaticas_y_te/_/N-2aog

Menú **exito.com** Lo que deseas, está en exito.com

Mercado > Alimentos y bebidas > Despensa > Aromáticas y té / x

Ciudad de envío:
Bogotá
Cambiar de ubicación

Categorías
Té (42)
Aromáticas (39)

Marcas
 HINDU (23)
 SIRAJ (10)
 TWININGS (8)
 JAIBEL (7)
 EXITO MARCA PROPIA (6)
 TAFQ (5)

Mostrando 1 - 20 de 83 resultados

Albahaca
DEL RIO
\$1.792
Antes: \$2-240 \$256.0/g

Aromatica Albhaca Exito
EXITO MARCA PROPIA
\$1.512
Antes: \$1-890 \$100.8/g tre \$

1.500 y \$ 1.800 la caja por 25 unidades.

Legal

La legislación que rige el emprendimiento es la **ley 1014 de 2.006** con la cual se crea el fondo emprender, el cual garantiza apoyo para las personas que quieran iniciar con un negocio. Asesoría profesional, apoyo de crédito con bancos, asesoría legal para la creación de empresa etc.

Resolución 2155 de 2.012 este es el requisito técnico sanitario para las hortalizas y legumbres que se procesen.

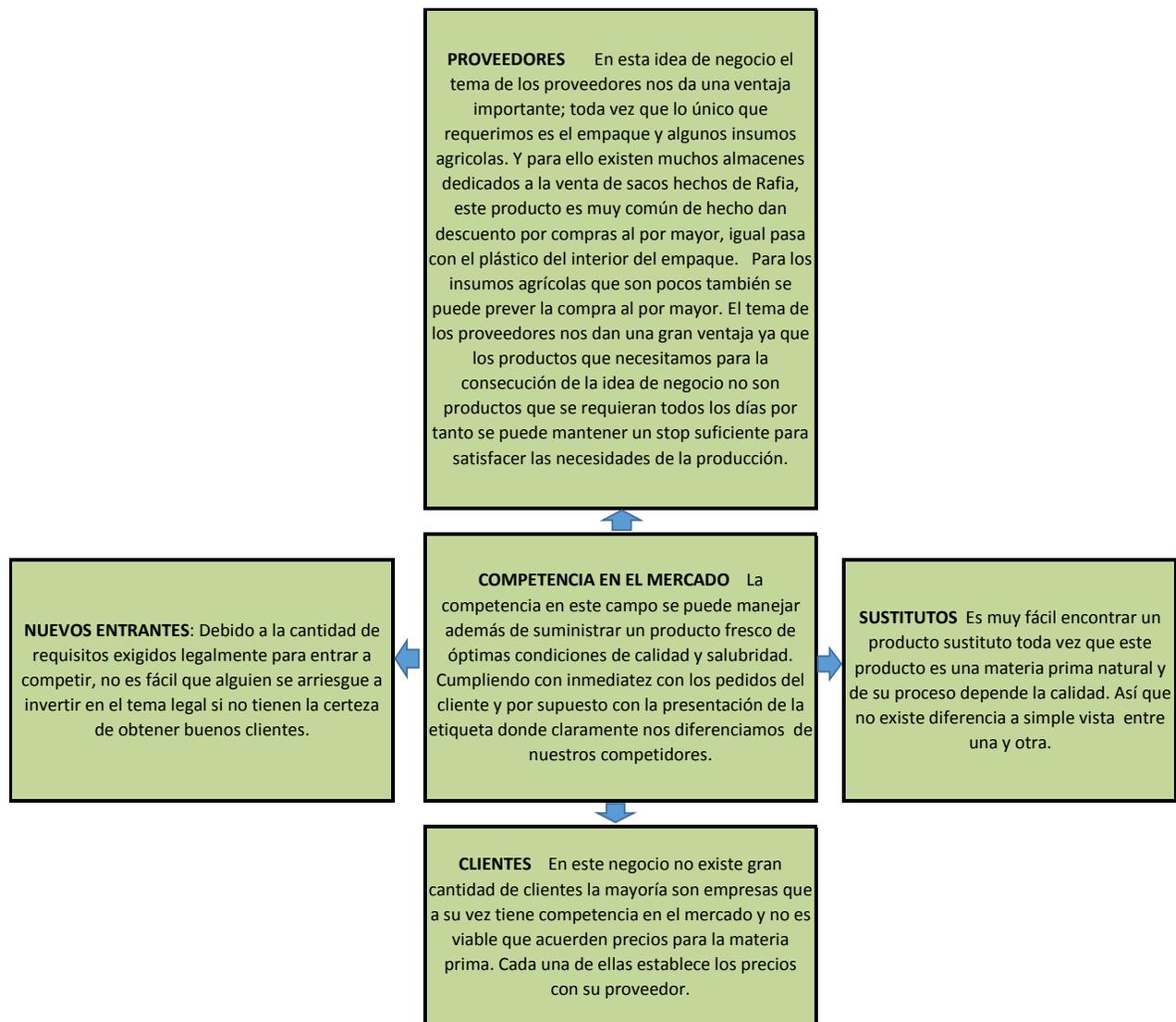
Resolución 719 de 2.015 Por medio de la cual se establece la clasificación de alimentos para consumo humano de acuerdo con el riesgo en salud pública.

Resolución 5109 de 2.005 Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano.

Resolución 2400 de 1.979 Título X Capítulo I Artículos 390 y 392 Reglamentación para el manejo y transporte manual de materiales.

Resolución 683 de 2.012 Por la cual se establece el reglamento técnico sobre requisitos sanitarios que deben cumplir los materiales, objetos, envases, equipamientos celulósicos y sus aditivos destinados a entrar en contacto con alimentos y bebidas para consumo humano.

2.9 ANÁLISIS DE PORTER.



2.10 MATRIZ DE CAMPOS DE FUERZA

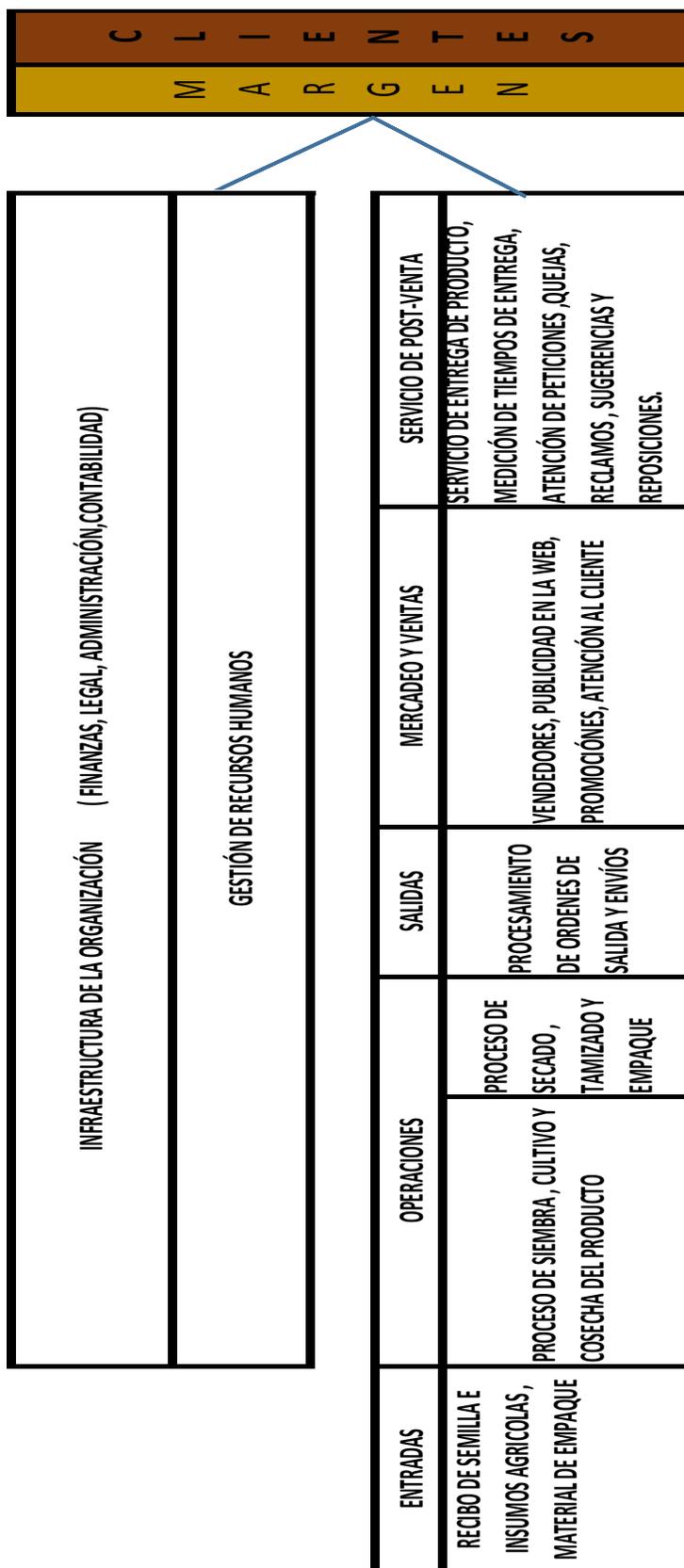


2.11 MATRIZ DE DESPLIEGUE ESTRATEGICA GENERATIVA

INVERTIR EN MEDIO DE TRANSPORTE QUE NOS PERMITA OPTIMIZAR LAS ENTREGAS. DE ACUERDO A LOS REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES.
HACER BUEN USO DE LA TECNOLOGÍA PARA DAR A CONOCER EL PRODUCTO EN DIFERENTES PARTES DEL PAÍS Y CON PROYECCIÓN A NIVEL INTERNACIONAL.
BRINDAR AL CLIENTE UNA EXCELENTE ATENCIÓN POST-VENTA ; SUMANDO AL CUMPLIENTO EN LAS ENTREGAS PARA LOGARA LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES
CREAR PLANES PARA EL BIENESTAR DE TODOS LOS PRODUCTORES, CREANDO CON ELLO MAYOR PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD EN EL PRODUCTO.
SOLICITAR ASESORIA TÉCNICA PARA MEJORAR EL SISTEMA E PRODUCCIÓN CON ARAS A AUMENTAR LA PRODUCCIÓN.

2.12 CADENA DE VALOR

ACTIVIDADES DE APOYO



ACTIVIDADES PRIMARIAS

2.13 ESTRATEGIA COMPETITIVA

Nuestro producto albahaca deshidratada es un producto dirigido a grandes, medianas y pequeñas empresas, restaurantes, y en general para todo tipo de persona que pueda sacar provecho de su presentación ya que no tiene contraindicación alguna y es un producto 100% natural. Nuestros clientes estarán ubicados en la ciudad de Bogotá y con objetivo de expansión por el resto del país. Nuestra estrategia competitiva se basará en la alta calidad la cual se obtiene de un producto recién deshidratado el cual se entregará de manera inmediata a nuestros clientes, óptimos tiempos de entrega los cuales se lograrán con nuestro propio vehículo de transporte en muy buenas condiciones mecánicas y legales. El producto se diferenciará de los demás en el logo, el cual tiene colores que contrastan entre sí y llaman la atención, se pensó en incluir la imagen de una planta de albahaca para dar al cliente una imagen clara del producto que está adquiriendo, esto junto con un color amarillo crea la sensación de renovación y frescura propias del campo.

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA: En el mundo de hoy la mayoría de las personas viven sumidas en la rutina diaria y pocas veces toman tiempo para alimentarse de manera saludable. La albahaca es un producto 100% natural debido a que no se somete a proceso alguno que altere su esencia y propiedades originales. La idea de cultivar y comercializar albahaca surge a raíz de la gran aceptación que tiene en los hogares colombianos por su sabor, aroma y los grandes beneficios que aporta a la salud; no tiene contraindicaciones a su consumo ni restricciones de tipo alguno además la pueden consumir todas las personas de todas las edades y por su precio está al alcance de todos los estratos sociales.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es posible cultivar albahaca y comercializarla deshidratada sin que se altere su esencia y propiedades naturales brindándole a nuestros clientes la certeza de adquirir un producto 100% natural de alta calidad conservando su sabor y aroma característicos del producto?

OBJETIVOS

Objetivo General

Realizar una investigación de mercados para conocer la aceptación que tiene la albahaca deshidratada en las empresas de la ciudad de Bogotá que se dedican a su distribución directa al consumidor y como materia prima para la producción de otros productos.

Objetivos Específicos

1. Determinar qué factores influyen en las empresas. Consumidores al momento de comprar albahaca deshidratada.
2. Establecer precios promedio de venta en el sector.
3. Conocer tamaño y cantidad adquirida por pedido.

JUSTIFICACIÓN

Con el presente trabajo pretendemos adentrarnos en el mercado de la albahaca deshidratada, ya que es un producto 100% natural de gran aceptación en los hogares colombianos no tiene contraindicaciones y puede ser consumida por todas las personas a cualquier edad. La albahaca es una planta que no requiere pesticidas para su cultivo y el único proceso que se realiza es el deshidratado, proceso en el cual no se requiere de transformar el producto manteniendo así sus propiedades naturales.

METODOLOGIA

La presente investigación será de tipo exploratoria, la técnica será cuantitativa para lo cual se hará una recolección de datos mediante la elaboración y posterior aplicación de una encuesta la cual tendrá las tres variables nominales, ordinales y escalares, que se realizará de manera telefónica; para lo cual se define el sector poblacional donde se quiere realizar este será la ciudad de Bogotá área sector empresarial, podemos definir como universo la ciudad de Bogotá, población sector empresarial, muestra recolección de datos a empresas aleatorias elegidas al azar. Con el fin de obtener mayor precisión en los datos recolectados se tiene en cuenta lo siguiente: Clasificación: Sector poblacional a donde se dirigirá la encuesta; estará dirigida a pequeñas, medianas y grandes empresas. Parametrización: Se definirán todas las variables del producto que tienen injerencia para conocer a profundidad las preferencias de los empresarios a la hora de adquirirlo como (precio, tamaño, cantidad, medios y método de pago). Recolección de datos: se llevaron a cabo mediante la elaboración, y posteriormente aplicación de una encuesta. Análisis de datos obtenidos: a partir de la recolección de datos, estos se organizaron según parámetros establecidos con el fin de segmentar el mercado. Interpretación de resultados: Con los resultados obtenidos se definirá las preferencias de los encuestados a la hora de adquirir el producto y nos basaremos en ello para lanzar la nueva marca al mercado.

MARCO TEORICO

Ocimum basilicum o albahaca; es una planta de la familia de las lamiáceas nativa de Irán, India, Pakistán y otras regiones tropicales de Asia. Crece de 30 a 1.30 cm y contiene hojas puntiagudas dentadas de color verde. Tiene flores blancas y es nativa de climas tropicales. Tiene múltiples usos como ej. Es muy utilizada en culinaria como sopas, guisos, carnes, salsas, pastas. Se puede tomar como infusión. Se utiliza tanto fresca como seca en diferentes productos como

lociones, jarabes, bálsamos, aceites, lociones, cremas, cocimientos, cataplasmas etc. La esencia de la idea de negocio es comercializarla deshidratada a las empresas productoras de tisanas, por ende solo la manejaremos en esta presentación. Dentro de los múltiples beneficios a la salud que por demás no son tan conocidos tenemos los siguientes:

- Combate el agotamiento, la depresión, la jaqueca y el insomnio. Y se le atribuyen características afrodisíacas.
- Es antiespasmódica, digestiva, diurética y carminativa. También es buena contra la inapetencia, los parásitos intestinales y las dispepsias nerviosas.
- Puede aumentar la secreción de leche de las madres.
- Es excelente para calmar irritaciones cutáneas, combate el acné y tiene propiedades analgésicas, antisépticas y cicatrizantes.
- Es buena para curar laringitis o faringitis y disminuye los estados febriles. Además, activa el sistema inmunitario.
- Desinflama aftas y pezones irritados.
- Es muy buena contra las inflamaciones osteoarticulares.

TABLA DE VALORES NUTRICIONALES DE LA ALBAHACA DESHIDRATADA

Tabla de valores nutricionales de Albahaca seca

Nutriente	Valor
Calorías	233.0 kcal
Agua	10.35 g
Hidratos de carbono	47.75 g
Proteínas	22.98 g
Grasa total	4.07 g
Ceniza	14.85 g

Hidratos de carbono de Albahaca seca

Nutriente	Valor
Hidratos de carbono	47.75 g
Fibra	37.7 g
Azúcares totales	1.71 g

Azúcares de Albahaca seca

Nutriente	Valor
Azúcares totales	1.71 g
Sacarosa	0.02 g
Glucosa	0.75 g
Fructosa	0.75 g
Lactosa	0.0 g
Maltosa	0.0 g
Galactosa	0.19 g

Folato

Nutriente	Valor
Folato	310.0 mcg
Ácido Fólico	0.0 mcg
Folato (DFE)	310.0 mcg

Vitamina A

Nutriente	Valor
Retinol	0.0 mcg
Beta Caroteno	378.0 mcg
Alfa Caroteno	113.0 mcg
Criptoxantina	24.0 mcg
Licopeno	393.0 mcg
Luteína + Zeaxantina	1150.0 mcg
Vitamina A (RAE)	37.0 mcg
Vitamina A (UI)	744.0 IU

Vitaminas de Albahaca seca

Nutriente	Valor
Vitamina C (Ácido ascórbico)	0.8 mg
Vitamina B1 (Tiamina)	0.08 mg
Vitamina B2 (Riboflavina)	1.2 mg
Vitamina B3 (Niacina)	4.9 mg
Vitamina B5 (Ácido pantoténico)	0.838 mg
Vitamina B6	1.34 mg
Vitamina B12	0.0 mcg
Colina	54.9 mg
Betaína	16.1 mg
Folato (DFE)	310.0 mcg
Vitamina A (RAE)	37.0 mcg
Vitamina A (UI)	744.0 IU
Vitamina E (alfa-tocoferol)	10.7 mg
Vitamina D (D2 + D3)	0.0 mcg
Vitamina D (UI)	0.0 IU
Vitamina K1 (filoquinona)	1714.5 mcg
Dihidrofiloquinona	0.0 mcg

Vitamina E

Nutriente	Valor
Beta Tocoferol	0.0 mg
Gamma Tocoferol	0.77 mg
Delta Tocoferol	0.0 mg
Alfa Tocotrienol	0.0 mg
Beta Tocotrienol	0.0 mg
Gamma Tocotrienol	0.0 mg
Delta Tocotrienol	0.0 mg
Vitamina E (alfa-tocoferol)	10.7 mg

Minerales de Albahaca seca

Nutriente	Valor
Calcio	2240.0 mg
Hierro	89.8 mg
Magnesio	711.0 mg
Fósforo	274.0 mg
Potasio	2630.0 mg
Sodio	76.0 mg
Zinc	7.1 mg
Cobre	2.1 mg
Manganeso	9.8 mg
Selenio	3.0 mcg

Ácidos grasos Omega 3 de Albahaca seca

Nutriente	Valor
Ácido alfa-linolenico	0.296 g
Acido Eicosapentaenoico EPA	0.0 g
Acido Docosapentaenoico	0.0 g
Acido Docosahexaenoico	0.0 g

Aminoácidos de Albahaca seca

Nutriente	Valor
Triptófano	0.26 g
Treonina	0.76 g
Isoleucina	1.06 g
Leucina	1.85 g
Lisina	1.15 g
Metionina	0.32 g
Cistina	0.19 g
Fenilalanina	1.25 g
Tirosina	0.75 g
Valina	1.45 g
Arginina	1.23 g
Histidina	0.45 g
Alanina	1.18 g
Ácido Aspártico	3.02 g
Ácido Glutámico	2.57 g
Glicina	1.25 g
Prolina	2.7 g
Serina	0.53 g
Hidroxiprolina	0.0 g

Esteroles de Albahaca seca

(colesterol y
fitoesteroles)

Nutriente	Valor
Colesterol	0.0 mg
Fitoesteroles totales	106.0 mg

Ácidos grasos de Albahaca seca

Nutriente	Valor
Ácidos Grasos Saturados	2.157 g
Ácidos Grasos Monoinsaturados	1.238 g
Ácidos Grasos Poliinsaturados	0.498 g
Ácidos Grasos Trans	0.0 g
Ácidos Grasos Trans Monoenoicos	0.0 g

Ácidos grasos saturados

Nutriente	Valor
Ácido Hexanoico	0.0 g
Ácido Caprílico	0.0 g
Ácido Cáprico	0.0 g
Ácido Láurico	0.0 g
Ácido tridecanoico	0.0 g
Ácido Mirístico	0.046 g
Ácido Pentadecanoico	0.0 g
Ácido Palmitico	1.036 g
Ácido heptadecanoico	0.0 g
Ácido Esteárico	1.075 g
Ácido Araquídico	0.0 g
Ácido Behénico	0.0 g
Ácido lignocérico	0.0 g

Ácidos grasos monoinsaturados

Nutriente	Valor
Ácido Miristoleico	0.0 g
Ácido pentadecenoico	0.0 g
Ácido Palmitoleico	0.171 g
Ácido heptadecenoico	0.0 g
Ácido Oléico	1.067 g
Ácido Gadoleico	0.0 g
Ácido docosenoico	0.0 g
Ácido Nervónico	0.0 g

Ácidos grasos Omega 6 de Albahaca seca

Nutriente	Valor
Ácido octadecadienoico (linoleico)	0.199 g
Ácido Eicosadienoico	0.0 g
Ácido Gamma Linolénico	0.004 g

Otros valores nutricionales

Nutriente	Valor
Alcohol	0.0 g
Cafeína	0.0 mg
Teobromina	0.0 mg

Ácidos grasos poliinsaturados

Nutriente	Valor
Ácido octadecadienoico (linoleico)	0.199 g
Ácido Linolénico	0.3 g
Ácido Parinarico	0.0 g
Ácido Eicosadienoico	0.0 g
C20:3	0.0 g
Ácido Eicosatetraenoico	0.0 g
Ácido Eicosapentaenoico EPA	0.0 g
Ácido Docosapentaenoico DPA	0.0 g
Ácido Docosahexaenoico DHA	0.0 g

HERRAMIENTA



ENCUESTA INVESTIGACION DE MERCADOS ALBAHACA DESHIDRATADA

1. FECHA:		2. TAMAÑO DE LA EMPRESA		
¿ACTUALMENTE TRABAJAN CON ALBAHACA DESHIDRATADA?		PEQUEÑA	MEDIANA	GRANDE
1	2	1	2	3
SI	NO			
3. ¿ CON QUE FRECUENCIA ADQUIEREN EL PRODUCTO?		4. ¿QUE CANTIDAD DE ALBAHACA DESHIDRATADA ADQUIEREN EN CADA COMPRA?		
8 DÍAS	15 DÍAS	DE 100 A 500 KILOS	DE 500 A 1,000 KILOS	MAS DE 1,000 KILOS
1	2	1	2	3
1 MES	NINGUNO			
3	4	6. ¿ LE GUSTARÍA CONOCER OTRA MARCA DE ALBAHACA DESHIDRATADA?		
OTRO	CUAL	SI	NO	ES INDIFERENTE
		1	2	3
5. ¿ES FÁCIL ENCONTRAR EN EL MERCADO PROVEEDORES DE ALBAHACA DESHIDRATADA?		8. ¿QUÉ MODALIDAD DE PAGÓ HABITUALMENTE MANEJA?		
SI	NO			
1	2			
ALGUNAS VECES	CASI NUNCA			
3	4			
NUNCA	5			
7. ¿CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR 1 KILO DE ALBAHACA DESHIDRATADA?				
MENOS DE \$ 8,000	\$8,000			
1	2			
\$9,000	\$10,000			
3	4			
MAS DE \$ 10,000	5			
9. ¿A TRAVES DE CUAL MEDIO DE COMUNICACION LE GUSTARIA ENTERARSE DE LA EXISTENCIA DEL PRODUCTO?				
1	2	3	4	
TELEVISION	RADIO	VOZ A VOZ	VOLANTES INFORMATIVOS	

ENCUESTA REALIZADA POR ESTUDIANTE DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA "CUN" VI SEMESTRE PARA ANALIZAR LA VIABILIDAD DE LANZAR AL MERCADO UNA NUEVA MARCA DE ALBAHACA DESHIDRATADA



APLICACIÓN

La encuesta fue aplicada a 20 empresas ubicadas en la ciudad de Bogotá, elegidas al azar en internet en las páginas de GURU y QUIMINET.

TABULACIÓN DE LA INFORMACIÓN

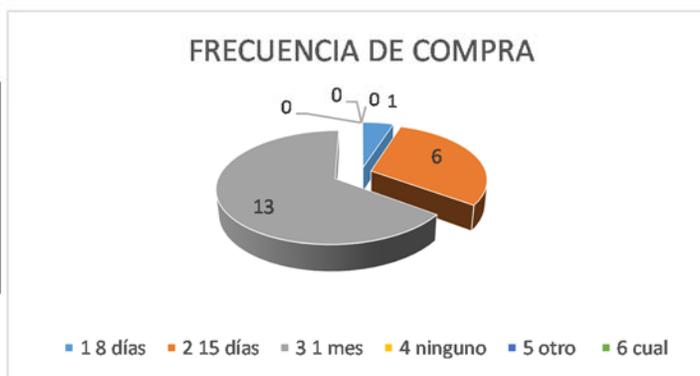
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9				
E1	0	1	3	2	1	1	1	0	4				
E2	0	1	1	1	1	1	2	0	1				
E3	0	2	3	2	1	1	1	0	3				
E4	0	1	2	1	1	3	2	0	3				
E5	0	2	3	1	2	1	2	0	3				
E6	0	1	2	2	1	1	1	0	3				
E7	0	3	3	3	4	1	4	0	1				
E8	0	1	3	2	1	1	2	0	3				
E9	0	2	2	1	1	1	1	0	4				
E10	0	2	3	1	2	3	1	0	3				
E11	0	1	3	2	1	1	2	0	1				
E12	0	1	3	1	1	3	3	0	4				
E13	0	1	2	1	2	1	1	0	3				
E14	0	2	3	2	1	1	2	0	3				
E15	0	1	3	2	1	1	2	0	4				
E16	0	2	3	1	2	1	1	0	3				
E17	0	1	2	1	1	1	1	0	4				
E18	0	1	3	2	2	3	1	0	3				
E19	0	3	2	3	4	1	1	0	3				
E20	0	1	3	1	2	1	2	0	3				
	N/A	1 2 3	12 6 2	1 2 3	1 6 2	10 8 3	1 2 3	6 0 4	1 2 3	10 8 1	N/A	1 2 3	3 0 12
		20	4 5 6	0 0	20	4 5 6	2 0 20	20	4 5 6	1 0 20		4 5	20
			20		20		20		20				20

GRAFICOS

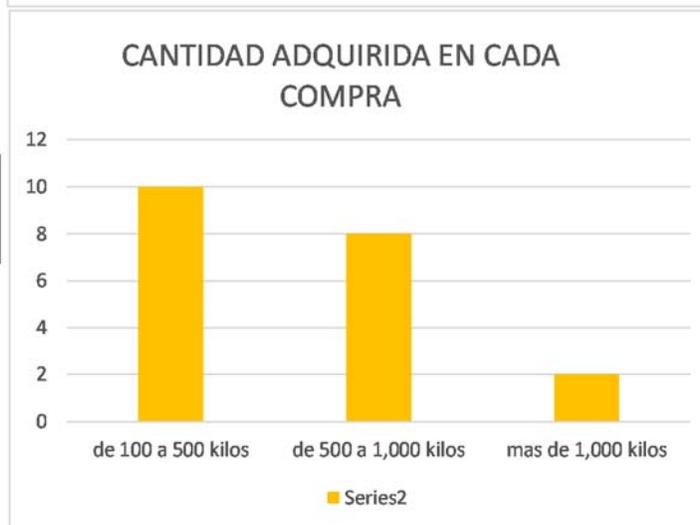
pequeña	1	12
mediana	2	6
grande	3	2



1	8 días	1
2	15 días	6
3	1 mes	13
4	ninguno	0
5	otro	0
6	cual	0

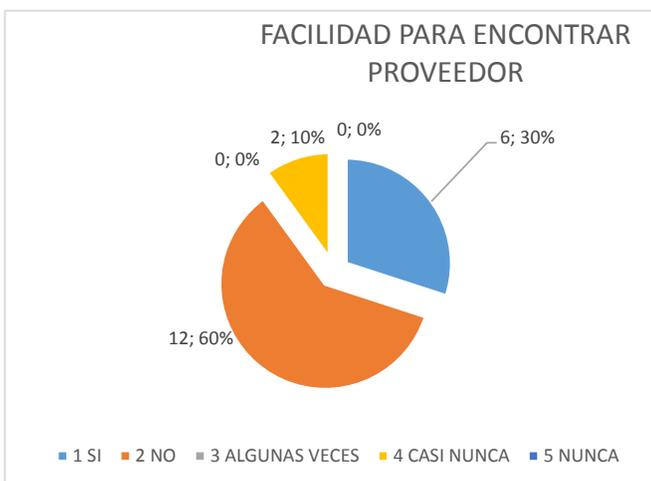


de 100 a 500 kilos	1	10
de 500 a 1,000 kilos	2	8
mas de 1,000 kilos	3	2

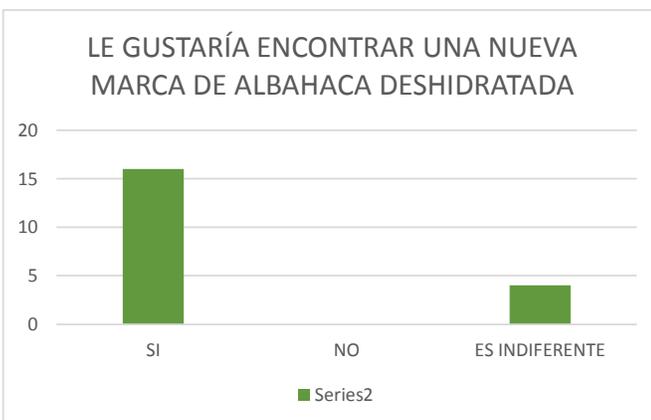


GRAFICOS

1	SI	6
2	NO	12
3	ALGUNAS VECES	0
4	CASI NUNCA	2
5	NUNCA	0



SI	1	16
NO	2	0
ES INDIFERENTE	3	4



< \$ 8,000	1	10
\$8,000	2	8
\$9,000	3	1
\$10,000	4	1
> \$ 10,000	5	0



GRAFICOS

1	TELEVISION	3
2	RADIO	0
3	VOZ A VOZ	12
4	VOLANTES	5



ANALISIS

Con la información recolectada podemos darnos cuenta que la mayoría de empresas encuestadas son pequeñas y medianas. En promedio las compras las realizan cada mes sin embargo no hay que dejar de lado la opción de proveer cada 15 días. La cantidad de producto que actualmente están adquiriendo varía de 100 a 1.000 kilos. Respecto a la facilidad para encontrar proveedor de albahaca deshidratada podemos decir que no es tan fácil de encontrar por ende tenemos gran oportunidad en el mercado de este producto, ya que también se pudo establecer que la mayoría de los encuestados quieren conocer una nueva marca de albahaca deshidratada. Respecto al precio este fluctúa entre < \$ 8.000 y \$ 8.000 por tanto este valor se tiene en cuenta para lanzar el producto al mercado. La modalidad de pago se establece que todos los encuestados requieren de 15 días a 1 mes para terminar de pagar el pedido, coincidiendo todos con hacer un abono contra entrega que varía entre el 20% y el 40%, y a la gran mayoría les gustaría enterarse del nuevo producto a través de un comunicado voz a voz por lo cual es viable hacer la visita en la empresa dando a conocer el producto y entregando una muestra del mismo.