

UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLAS DE HIDALGO
FACULTAD DE ARQUITECTURA

HERBALBOX

BOTIQUÍN HERBOLARIO

Tesis para obtener el grado de Licenciada en Arquitectura

Presenta: Sofía Victoria Lucero Caballero

Asesor: Axel Becerra Santacruz

Sinodal: Mariela Pedraza Meza

Sinodal: Héctor Antonio Santoyo Vázquez

Morelia Michoacán | DICIEMBRE 2021





HERBAL BOX

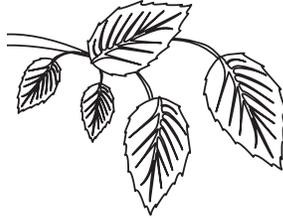
BOTIQUÍN HERBOLARIO





INDICE

- 1 AGRADECIMIENTOS
- 2 RESUMEN
- 3 ABSTRACT
- 4 INTRODUCCIÓN
- 5 PLANTEAMIENTO
- 6 JUSTIFICACIÓN
- 7 OBJETIVOS
- 8 METODOLOGÍA



Capítulo I: ESTADO DEL ARTE

CONCEPTOS BÁSICOS DEL DISEÑO	11
MÉXICO PREHISPANICO	13
MÉXICO COLONIAL	15
MÉXICO PORFIRISTA	17
REFORMA AGRARÍA 1915	20
TRATADO DE LIBRE COMERCIO	21
GLOBALIZACIÓN	22
PRÁCTICAS ALTERNATIVAS:	
HERBOLARIA	23
AROMATERAPIA	24
SISTESIS	26
CASOS ANALOGOS:	
CHINAMPAS	27
FARMACIA PARIS BOTICA	29
APHOTECARY TULUM	30
TIENDAS NATURISTAS	31
YERBEROS	32
EL CUERPO Y LA ENERGÍA	34



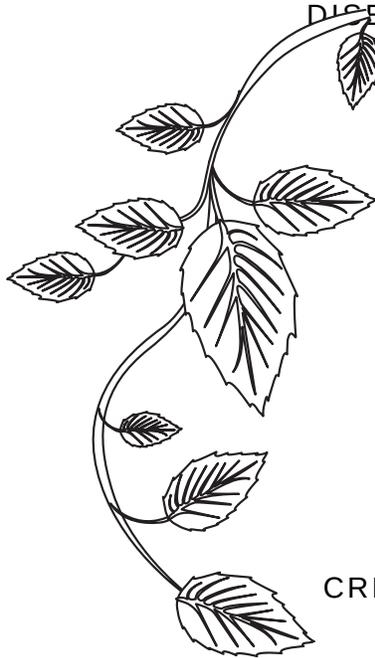
Capítulo II: INVESTIGACIÓN DE USUARIO

37	EL DISEÑO COMO VALOR AGREGADO
38	ANÁLISIS DE USUARIO
40	ESTUDIO DE MERCADO
42	CONCLUSIONES



Capítulo III: IDEACIÓN

	INTRODUCCIÓN	44
	BOTIQUÍN	46
	DISEÑO DE PRODUCTO	47
	JUSTIFICACIÓN	49
	CREMAS:	
	INTRODUCCIÓN	50
	Proceso de Diseño:	
	CONTENIDO NETO	51
	ENVASES	53
	ETIQUETAS	55
	ENVASADO	59
	CREMA DE AGUACATE	60
	CREMA DE SÁBILA	63
	CREMA DE TEPEZCOHUIE	66
	CREMA DE ÁRNICA Y MANZANILLA	69
	CREMA DE GARDENIAS	71
	EXFOLIANTES:	
	INTRODUCCIÓN	73
	EXFOLIANTE TÉ VERDE	74
	EXFOLIANTE DE HUESO DE AGUACATE	75



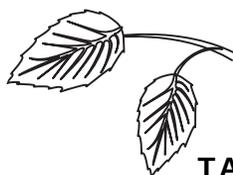


ARCILLAS:

- 77 INTRODUCCIÓN
- 78 ARCILLA NEGRA
- 79 ARCILLA VERDE
- 80 ARCILLA ROJA
- 81 **SHAMPO**
- 83 **ESENCIAS**
- 86 **INCIENSOS**
- 88 **INFUSIONES**
- 96 **EMBALAJE**
- 99 **CURSO DE HERBOLARIA**



CAPÍTULO IV: IMPLEMENTACIÓN Y PRIMEROS RESULTADOS



- CIRCULO FEMENINO** 101
- BAZAR MÁGICO** 102
- REDES SOCIALES** 103
- TALLER DE CUIDADO PERSONAL** 104
- REDES SOCIALES** 107
- ITEQUIYA "EL SITIO IDEAL"** 111

CAPITULO V: MEDICIÓN

- 113 ANALISIS DE RESULTADOS



CAPITULO VI:

- CONCLUSIONES** 123

- 126 REFERENCIAS
- 130 ANEXOS



AGRADECIMIENTOS

Agradezco primeramente a la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (U.M.S.N.H) y en especial a la Facultad de Arquitectura (FA), por cobijarme durante cinco años y poner en disposición sus instalaciones para otorgarme el mejor ambiente de estudio; por sus profesores, dedicados profundamente a su labor, en especial a aquellos que dejan cuerpo y alma en la hermosa vocación de la enseñanza.

Desde el alma agradezco a Dios, por ser mi fortaleza en los peores momentos, por darme la capacidad de sentir su presencia, por otorgarme salud y todas las capacidades de ser quién quiero ser, por acompañarme en el camino que él me ha presentado. Gracias, gracias, gracias.

A mi madre Ma. del Carmen Caballero Hurtado, por darme la vida y sustento, quién ha sido el pilar de la familia, quién me formó con valores y firmeza, para fijar metas y objetivos claros, por darme el ejemplo de una mujer trabajadora y valiente, por siempre apoyarme con todos mis emprendimientos y estudios, gracias.

A mi padre José Luis Lucero Cordero, por darme la vida y apoyar todas mis ideas, por estar al pendiente siempre de mi camino y aceptar todos los designios de la vida, gracias.

A mi hermano Francisco Javier García Caballero, por ser un ejemplo de constancia y disciplina escolar, por demostrar templanza en los peores momentos y por todo el apoyo incondicional, gracias.

A los profesores Axel Becerra Santacruz y Mariela Pedraza Meza, por ser mis padres en la arquitectura, por enseñar con el ejemplo y por su acompañamiento desinteresado en esta tesis y sobre todo en la vida, gracias.

A todos mis familiares, amigos, compañeros y conocidos que han sido parte de mi crecimiento profesional, gracias.

RESUMEN



Herbal Box es un botiquín herbolario que nace de la necesidad de cuidar nuestra salud con un método holístico de salud física, emocional y mental. No solo en el consumo de un producto efectivo, sino también aprender sobre los procesos del diseño que lo originan.

En síntesis, Herbal Box es un botiquín herbolario diseñado a la medida de cada persona, para trabajar la salud interna y externamente. Este proyecto está inspirado en la medicina tradicional mexicana, su herbolaria, botánica y elaboraciones tradicionales contenidas en un solo concepto, para trabajar en conjunto del cuerpo físico, mental, emocional y espiritual, reinventando el diseño de una botica tradicional para dar un valor agregado a recetas, técnicas y conocimientos milenarios.

Este proyecto es desarrollado por Mayeeh Artesanal, una marca comprometida con las tradiciones ancestrales, la creatividad y reinención de los conocimientos para el cuidado personal y la salud general de la población.

ABSTRACT

Herbal Box is, an herbal medicine treatment to take care of our health based on ancient mexican holistic method for physical, emotional and mental health.

The health process includes not only the consumption of an effective product, but also learning about the origin of health desequilibrium.

In short, Herbal Box is an herbal medicine cabinet tailored to each person, to work on internal and external health. This project is inspired by traditional Mexican medicine, its herbalism, botany and traditional preparations which is contained in a single box concept.

Herbal Box design is inspired by traditional pharmacy called BOTICA in order to work out thought the fysical, mental, emocional and spiritual body to give added value to ancient recipes, techniques and knowledge.

This project is developed by Mayeeh Artesanal, a brand committed to ancestral traditions, creativity and introducciontion of this knowledge for personal care and health of the population.





PALABRAS CLAVE

INNOVACIÓN

EMPRENDIMIENTO

DISEÑO

REINVENCIÓN

PROTOTIPADO

INTRODUCCIÓN

TARU (Taller de Acción Rur-Urbana) es un estilo de vida y una forma de trabajo, que rompe con los esquemas educativos tradicionales para lograr la conclusión de una tesis basada en acciones concretas de problemáticas reales. Vincula a alumnos de MDA (Maestría en Diseño Avanzado) y Licenciatura, con otros profesionales en diferentes ramas del diseño, con el objetivo de formar una unión de fuerzas, habilidades e ideas que hagan posible la realización de los proyectos propuestos. Dentro de éste esquema se propusieron cuatro líneas de acción las cuales son: diseño e innovación social, arquitectura a través del ciclo de la vida, proyectos independientes y agro-arquitectura, innovación y emprendimiento, siendo esta última la elegida para desarrollar el siguiente proyecto.



TARU 2020-2021 **COVIDA**

PLANTEAMIENTO

La diabetes, hipertensión, hipertiroidismo, gastritis, colitis y trastornos cardiovasculares son las enfermedades más comunes en México, representando altos niveles de mortandad[1].

En el 2014 la OMS (Organización Mundial de la Salud) declaró que se habían registrado 442 millones de personas con diabetes, aumentando un 6% del 2000 al 2016[2] , por otro lado el INSP (Instituto Nacional de Salud Pública) afirma que la diabetes es la primera causa de muerte en México desde el 2000[3] , siendo el resultado principal de la inactividad física y la **mala alimentación**. No es casualidad que estas enfermedades se originen en el sistema digestivo, como se explicará más adelante.

La alimentación y el uso de plantas medicinales en México se transformó en varios puntos importantes de la historia, como fue la colonia, la ruta transpacífica entre la Nueva España y las Filipinas, la época porfirista, la reforma agraria de 1953, el tratado de libre comercio de 1994 y la globalización; son algunos de los movimientos sociopolíticos, que han marcado para siempre la cultura alimenticia, la medicina tradicional mexicana y con ello la salud de todos los ciudadanos.

Con la introducción de nuevos alimentos y la prohibición de plantas medicinales - componentes pertenecientes a los cultos ancestrales-, se transformó la biodiversidad de especies, generando un desequilibrio biológico.

En tiempos contemporáneos se reclamaron las tierras para las industrias, exportando todos los productos de calidad, permitiendo que alimentos súper calóricos y adictivos sean parte del consumo diario de la población actual y de futuras generaciones.

Demandando hoy en día nuevas alternativas de cuidado de la salud física, mental, emocional y espiritual.

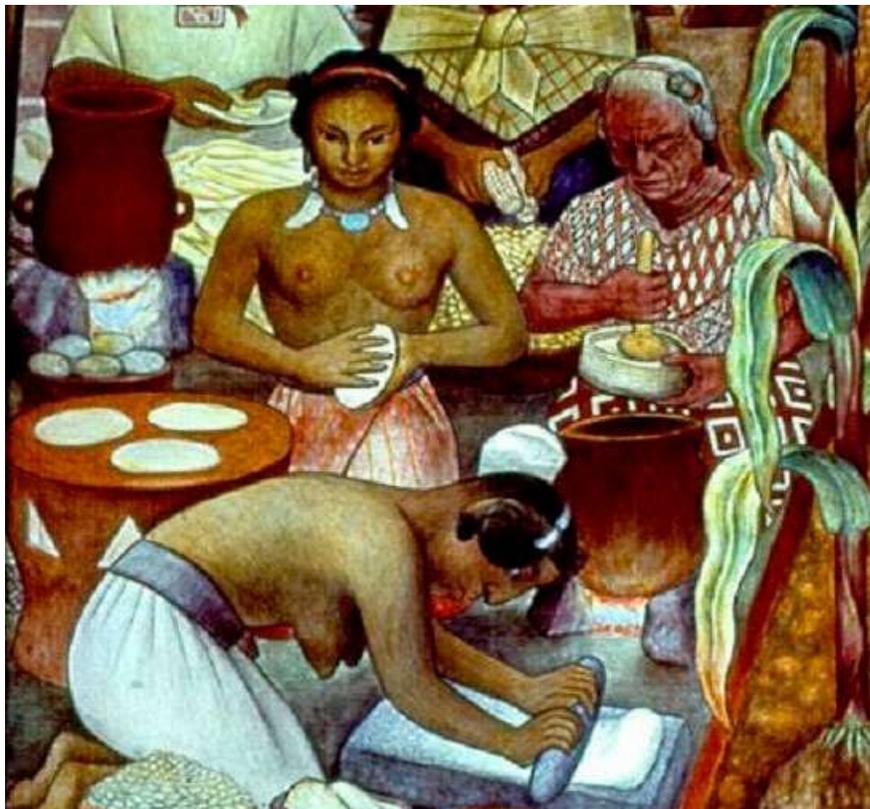


Imagen 1: Detalle del mural "Cultura huasteca" de Diego Rivera, plasmado en el Palacio Nacional, ubicado en el Centro Histórico de la Ciudad de México.

[1] Rev. Fac. Med. (Méx.) vol.59 no.6 Ciudadde México nov./dic. 2016, ISSN 0026-1742

[2] <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/diabetes>

[3] <https://www.insp.mx/avisos/3652-diabetes-en-mexico.html>



JUSTIFICACIÓN

En Morelia los principales promotores de la prevención de las enfermedades son los institutos de salud pública como es el IMSS, ISSTE, INSP, Hospital infantil, Hospital de la Mujer y Hospital Civil, En el sector privado también se promueve la prevención en la publicidad de sus instalaciones, pero además hay un fenómeno de establecimientos informales donde promueven el ejercicio y el uso de suplementos “naturales” como Herbalife.

Lamentablemente ninguno de los ejemplos anteriores es promotor de una educación integral, el uso terapéutico de las plantas y la fabricación de productos naturales o de alguna práctica alternativa de prevención.

Herbal Box es un producto que busca implementar el uso de las plantas medicinales con un diseño más atractivo, que permita que la herbolaria se reinvente en México y recupere su credibilidad y profesionalismo.



OBJETIVOS

El objetivo de esta tesis es reinventar un concepto histórico, a través del diseño y la exploración, para generar un nuevo mercado de la herbolaria.

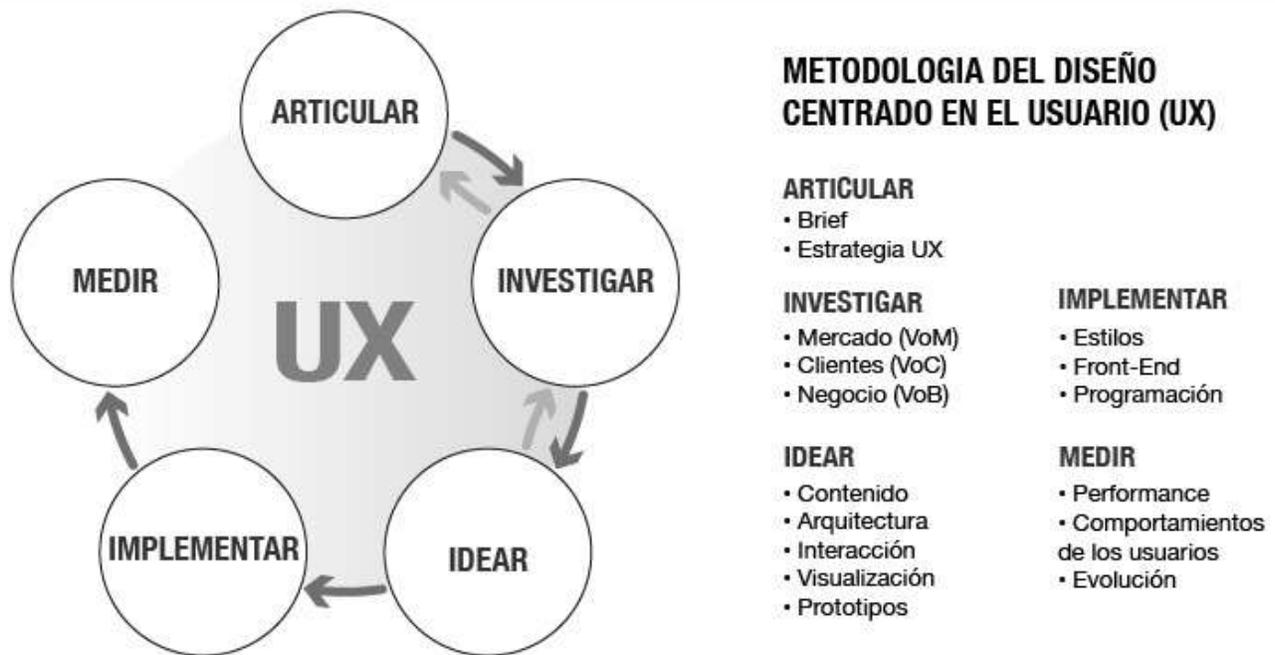
- Articular un objetivo medible y alcanzable.
- Investigar las necesidades y tipo de usuario.
- Idear un producto a través del diseño.
- Implementar los prototipos en usuarios reales.
- Medir el alcance a largo plazo.

METODOLOGÍA

La siguiente metodología fue basada en una preexistente y las necesidades que exige este proyecto.

Metodología del diseño centrado en el usuario (UX) “Reconstruida”

Creado por AyerViernes, es una metodología de 5 pasos: articular, investigar, idear, implementar y medir.



- **Articulación UX “Reconstruida”:**

Este punto se trata de identificar tus objetivos, visualizar cual es el resultado final que esperas alcanzar y con ello descubrir poco a poco los pasos que necesitas para llegar. Este paso permite que el diseño sea un proceso sistemático de trabajo constante y organizado. Algunas herramientas para lograrlo son: Abstract (Resumen), Diagrama de Gantt (Itinerario de actividades) y Asignación de roles.

- **Investigación UX “Reconstruida”**

Este paso se basa en entender al usuario, cuales son las necesidades, comprender los antecedentes, pulir los objetivos conforme al usuario y analizar el mercado que se quiere generar. Algunas estrategias son: Estudios y entrevistas con usuarios, establecer usuario ideal, contactar expertos en la materia, evaluar la usabilidad del diseño, identificar la competencia.



- Ideación o Diseño UX “Reconstruida”

Este paso se enfoca netamente en el diseño, pues es la ideación del producto, su contenido, la arquitectura y sus múltiples prototipos, en esta etapa se consolidan la forma y se observan los primeros resultados físicos, entregables de la implementación. Algunas herramientas son: Diseñar el producto y su contenido, etiquetar el producto, formar una identidad, iteraciones de diseño, pruebas pilotos con usuarios reales.

- Implementación UX “Reconstruida”

En esta etapa se pueden ver los prototipos funcionales en completa interacción con usuarios reales e identificar como converge el diseño con distintas disciplinas. Algunas herramientas son: identificar el modelo de negocio ideal, establecer un inmueble prototipo y su arquitectura, creación de una fachada de identidad, programar un sistema que de movimiento a todo el proceso.

- Medición UX “Reconstruida”

A pesar de que nunca existe una versión final, ya que el diseño se mantiene en movimiento, se hace una medición consiente si se han cumplido con los objetivos planteados en la primera parte, evaluar si el diseño corresponde con lo desarrollado y previsualizar los posibles movimientos de consumo y funcionamiento de un producto a largo plazo. Algunas herramientas son: Pruebas de usabilidad, test heurístico y eye tracking.

Imagen 2: Portada de la película mexicana "las buenas hierbas" del director María Novaro, estrenada en el 2010.



CAPÍTULO I

ESTADO DEL ARTE

CONCEPTOS BÁSICOS DEL PROYECTO

Botiquín: Caja o maleta para guardar medicinas o trasportarlas a donde convenga.[4] .

Botica: según Oxford Languages: la botica es un establecimiento donde se preparan medicamentos de forma artesanal y se venden.

Las boticas llegaron a la Nueva España en el siglo XVI, en un comienzo fueron establecimientos informales, muchas veces falsos que vendían pócimas mágicas para combatir enfermedades; la primer botica establecida en la ciudad de México fue en 1533, donde ser boticario era una actividad muy redituable durante el virreinato; para ello se tenía que ejercer una licencia, los boticarios contaban con conocimientos de física, química y biología, sin embargo había trampas en el sistema que no ordenaba en su totalidad esta práctica. Alrededor de 1722 las boticas comenzaron a tener un auge dentro de la iglesia católica, ya que se establecían cerca de hospitales y conventos atendidos por religiosos que dedicaban el aprendizaje de tal profesión, siendo los jarabes, aguardientes, vinos y sueros, los remedios más vendidos por los conventos, algunos de ellos se conservan hasta hoy día. [5]

Itéquiya es una palabra original de la lengua Nahuatl que se usa como adjetivo para indicar que algo “es así por naturaleza”. Se eligió la lengua Nahuatl por qué es la más difundida y conservada del país, se cree que es una lengua metafórica y romántica, por su caprichoso uso y traducción con una amplia variedad de significados en una sola palabra.

[4]<https://dle.rae.es/botiqu%C3%ADn> [Consultado 11/02/2021]

[5] Reyna, María del Carmen, “Boticas y boticarios. Siglos XVI al XIX”, en Dimensión Antropológica, vol. 7, mayo-agosto, 1996, pp. 55-72.

- Orgánico: según la RAE algunos de los significados son “Adjetivo: disposición o aptitud de vivir” y “adjetivo: que tiene armonía y constancia” [6]
- Natural: es un adjetivo muy complejo, el cual tiene varios significados, los más apropiados al tema son: que pertenece a la naturaleza y que es nativo de un lugar.[7]
- Mala alimentación: alimentación deficiente de los nutrientes necesarios para una buena salud.[8]
- Educación integral: Contempla la totalidad de las funciones humanas, en tres campos importantes: la conducta, el conocimiento y la voluntad. [9]
- Medicinas alternativas: Tratamientos o terapias, de bajo o nulo riesgo de ejecución, que son alternativas a la medicina alópata convencional, que pueden ser complementarias entre sí, con resultados clínicos, como: acupuntura, meditación, aromaterapia, yoga, masajes, etc. [10]
- Esencia aromática: Extracto líquido natural, en calidad concentrada, de alguna planta aromática, generalmente rica en aceites esenciales.
- Herbolaria: Botánica aplicada a la medicina [11]. Uso de plantas para prevenir, aliviar o curar enfermedades y otros trastornos de la salud[12].
- Plantas medicinales: son aquellas que tienen algún principio activo que produce un efecto benéfico para la salud.
- Aromaterapia: Método curativo de algunas enfermedades, fundamentado en los efectos producidos por los aromas agradables en el organismo.[13]
- Anáhuac: Nombre antiguo para referirse del territorio que comprende desde Alaska hasta Nicaragua.

[6] <http://dle.rae.es/organico> [Consultado 21 de Octubre 2020]

[7] <https://dle.rae.es/natural> [Consultado 21 de Octubre 2020]

[8] Definiciones de Oxford Languages [Consultado 21 de Octubre 2020]

[9] <https://www.cosasdeeducacion.es/que-es-la-educacion-integral/#:~:text=La%20educaci%C3%B3n%20integral%20contempla%20la,la%20conducta%20y%20la%20vo> luntad. [Consultado 27 de Octubre 2020]

[10] <https://dle.rae.es/medicinasalternativas> [Consultado 27 de Octubre 2020]

[11] <https://definicion.de/herbolaria/> [Consultado 27 de Octubre 2020]

[12] Definiciones de Oxford Languages [Consultado 21 de Octubre 2020]

[13] Definiciones de Oxford Languages [Consultado 21 de Octubre 2020]

MÉXICO PREHISPANICO

Diversas investigaciones antropológicas indican de acuerdo a los vestigios encontrados, que la agricultura en Mesoamérica data de hace 7,000-8,000 años, durante un periodo muy largo de transición entre la vida nómada sustentada en la caza y recolección de frutos y semillas (maguey, piñones, bellotas, nopales, mezquite, ciruelas y raíces de pochote), hasta la vida sedentaria, debido a que la agricultura demandó quedarse en un solo sitio, para poder cuidar todo su proceso de producción. Si bien fue un periodo lento, la vida nómada les ayudó a entender la riqueza climática con la que contaban, los relieves, la diferencia de suelos y los ciclos que tenían las estaciones, plantas y animales de la región donde se encontraban[14].

Se estiman que en el Anáhuac se cultivaban al rededor 88 especies endémicas y 17 traídas de otra parte del continente. Una vez entendido el arte de domesticación, se encontró una gran variedad de usos además de las de consumo humano, también se produjeron para la ornamentación como las flores, la salud (plantas medicinales), la recreación (el tabaco), la vestimenta, fabricación de muebles (Chuspata) y las hospederas de insectos para el consumo de ellos, como la grana-cochinilla. Con ello se considera que Mesoamérica fue el complejo agrícola más rico de occidente, con la mayor variedad de plantas[15].



Imagen 3: Detalle del mural “El Mercado de Tlatelolco” de Diego Rivera, plasmado en la plaza de la Constitución, ubicado en el Centro Histórico de la Ciudad de México.

La apreciación de los alimentos y sus procesos de producción, eran altamente valorados en nuestra cultura ancestral, es por ello que se contaba con una gran variedad de ritos agrícolas como: atraer las lluvias, espantar las granizadas, controlar las plagas, producir cosechas grandes, nutrir la tierra, entre muchos otros rituales de agradecimiento a los elementos que son parte de la agricultura como el agua, el viento, el sol, la tierra, etc. Estos ritos eran practicados por todas las clases, desde la elite prehispánica hasta el miembro más bajo de la sociedad, ya que los alimentos eran para toda la población.

[14] La agricultura y agronomía en la época prehispánica, Apuntes de agronomía I,

[15] *Ibidem*



Imagen 4: Ofrendas a Chicomecóatl en la celebración del Rey tocoztli. Reprografía de la Figura 29v del libro Historia general de las cosas de Nueva España escrito por Bernardino de Sahagún.

El Fraile Bernardino de Sahagún fue el único en relatar las tradiciones culinarias del México ancestral, basada principalmente en la inmensa variedad del maíz, frijol, chile, jitomate, calabaza, nopales y cacao[16], otras fuentes relatan que en cuanto a la carne se consumía venado, perro sin pelo, rana, guajolote, insectos y pescado en las costas, sin embargo la carne no era una fuente frecuente de alimentación[17].

Sin duda el México antiguo es un gran ejemplo de estudio en cuanto a la agricultura, las plantas medicinales, su organización social y los procesos de producción en los lugares más inhóspitos como pantanos o desiertos; ricos en cultura, espiritualidad y sabiduría ancestral, los cuales merecen ser rescatados y reinterpretados para las necesidades actuales del mexicano mestizo que hoy somos.

[16] Rev. Arqueología Mexicana, no.78 La comida prehispánica, Ciudad de México Marzo/Abril 2006

[17] Genética y evolución de la alimentación de la Población en México, Revista de Endocrinología y Nutrición, Volumen 21, No. 1, Enero-Marzo, pp. 42-51. Sonia Román, Claudia Ojeda Granados, Arturo Panduro

MÉXICO COLONIAL

Con la llegada de los españoles y la iglesia católica, el México antiguo se transformó por completo incluyendo su alimentación, por el afán de "europeizar" al nuevo territorio descubierto, en todos sentidos desde los procesos de producción, cocción, consumo e incluso sus rituales agrícolas, perdiendo mucho conocimiento ancestral de estas prácticas. Después de que se terminará con la clase elite indígena, se quedó en manos de los campesinos la conservación de esos rituales, los cuales algunos se mantuvieron de forma clandestina, sobre todo en estados como Oaxaca, Guerrero y algunas partes del centro de país[18].

Con la conquista se introdujeron nuevos alimentos, plantas, animales, especias, herramientas para la agricultura, procesos más elaborados de transformación de alimentos considerados materia prima, etc.

Los nuevos productos no solo fueron solo de origen europeo, también oriental y asiático, como: olivo, trigo y harina, granada, membrillo, zanahoria, lentejas, habas, garbanzos, alfalfa, lechugas, uva, espinaca, pepino, betabel, aceites, grasas y caña de azúcar, etc.

Plantas medicinales, aromáticas y especias como eucalipto, vainilla, canela, clavo, pimienta, romero, cilantro, perejil, mostaza, laurel, orégano, té, etc. Además de ornamentales florales y árboles frutales como la manzana, limón, mandarina, naranja, duraznos, etc.

Animales como el pollo, cerdo, cabra, vaca, caballo, borrego, por mencionar algunos; todos ellos desconocidos para el indígena, pero obligado a producirlo y consumirlo por sus conquistadores.

Asimismo también se dejaron de consumir semillas, como el amaranto rico en omega 6, utilizado en muchos rituales religiosos indígenas, prohibidos por la iglesia católica y llevada al desuso y casi al olvido en la gastronomía de nuestro país[19].

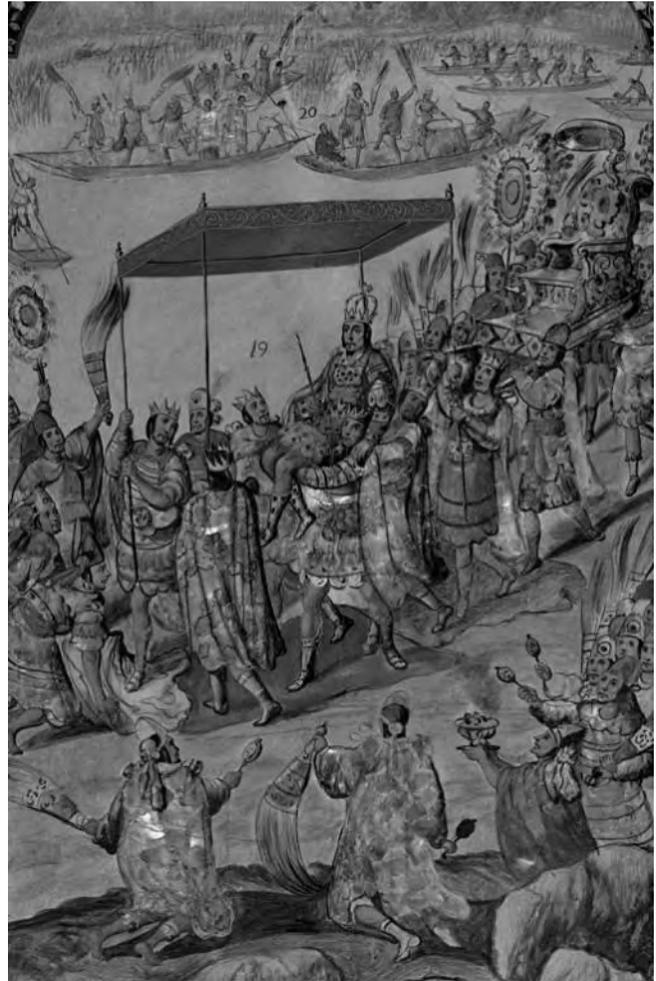


Imagen 5: Detalle de la pintura "Conquista de México por Hernán Cortes", de Gonzales Miguel, 1689

[18] La ritualidad mesoamericana y los procesos de sincretismo y reelaboración simbólica después de la conquista, por Johanna Broda.

[19] *Ibidem*

Otro fenómeno que introdujo más alimentos al país fue la “revolución biológica”, cuando se abrió una ruta directa transpacífica entre la Nueva España y las Filipinas en 1565, donde se trajo especies muy usadas en el México actual, como la palma cocotera con un amplio uso en la construcción y alimentación; también se introdujo el arroz, tamarindo, plátanos y especias como el jengibre, la mostaza, Jamaica, etc.; se estimaban que se intercambiaban alrededor de 230 especies de plantas útiles lo que generó otro gran golpe a la biodiversidad de Mesoamérica, quitando terreno a la producción de chí y amaranto, para producir cebada y trigo, además de desplazar al algodón por la demanda del cacao y el plátano[20].

La actividad que preservó las plantas y alimentos endémicos de México fueron los médicos y boticarios, quienes comenzaron a estudiar y experimentar con la sabiduría de los Indios, sin embargo muchos de los nombres en Nahuatl se fueron cristianizando por la iglesia católica, con el fin de que su utilización fuera médica y no ritualista.

Con las actividades de los boticarios, se expandió un gran interés por la herbolaria utilizada por los Indios de la Nueva España, haciendo un intercambio importante de conocimientos para el tratamiento de las enfermedades; además de los alimentos y elementos antes mencionados, en el tema de salud también llegaron ingredientes de Europa como el arsénico blanco y el cinabrio (ingredientes minerales muy utilizados por los boticarios), partes de animales como esperma de ballena y ojos de cangrejo, raíces de nardo, semillas de cardamomo y anacardos, así como gomas y resinas de opio, benjuí y almáciga. [21]



Imagen 6: Detalle del mural "La Conquista española de la Nación Azteca", de Diego Rivera, 1886

Además de traer ingredientes, se exportaron plantas de gran auge entre los indios como: el achiote, el xocohuoztli, el xuchicopale, tlanchinole, entre otras centenas de especies, plantas que llamaron en gran medida la atención de varios médicos en España como Nicolas Monardes, quién elaboro una relación de plantas, semillas y piedras que llegaron en 1565-1574 a sus tierras, llamada “Historia medicinal de las cosas que se traen de nuestras Indias Occidentales”. (Losana, 1993 132-133)

[20] La ritualidad mesoamericana y los procesos de sincretismo y reelaboración simbólica después de la conquista, por Johanna Broda.

[21] Ibídem

La apreciación de dichas plantas en Europa fue tan grande, que era toda una odisea de extremas precauciones para poder transportarlas y preservarlas, que para hoy en día se le debe gran estudio de la herbolaria a esos médicos y boticarios que se interesaron en la medicina tradicional de nuestro México antiguo. Tanto así que se le atribuye al “Compendio Medicinal” de Francisco Capello los remedios para la peste y epidemias, antídotos elaborados con plantas mexicanas.

Así fue como desde entonces en México consumimos productos no endémicos del país, muchos de los cuales se creen originarios y representan una apreciación cultural en el extranjero, si bien muchos de estos alimentos se apropiaron en la gastronomía mexicana, dando riqueza por su reinterpretación, también muchos otros son rechazados por la genética y la lenta adaptabilidad de decenas de generaciones resistentes como el caso de la lactosa, el gluten y algunas carnes.

MÉXICO PORFIRISTA

Durante el siglo XIX las ideas del pensamiento ilustrado que ocurrieron en Europa principalmente en Francia, llegaron hasta México, influyendo en la medicina de forma positiva. Durante el gobierno de Porfirio Díaz se fundó el Instituto Médico Nacional, el cual contaba con un herbario que recolectaba y clasificaba en su botánica miles de especies curativas, siendo el mayor centro de investigación científica de la flora mexicana durante el siglo XIX.



Imagen 7: La última reunión donde se presenta la renuncia de Porfirio
Imagen 8: Fotografía de la botica tradicional en México, año 1923

Con la influencia francesa también llegaron distintos procesos de industrialización, entre ellas distintas investigaciones para prefabricar medicamentos, extraídos de las propiedades medicinales de cada planta y complementarlas con químicos y distintos procesos que abarataran los costos y permitirán que llegaran a más personas, dichos medicamentos era aprobados y recetados por médicos; con ello el gobierno de Porfirio busco hegemonía política y cultural, transformando la capital en una de las ciudades más saludables del continente americano.

Durante el último periodo del siglo XIX, se proliferó el consumo de medicamentos para alargar la vida y la salud, la publicidad era exhaustiva, surgían manuales para médicos y en su contraparte también algunos para el público en general, siendo estos últimos los que decaerían la práctica profesional de la medicina [23], con los famosos manuales de “medicina doméstica”, que se trataba de recetarios médicos caseros y herbolarios, fue tanto el auge de dichos manuales, que se dejaron de acudir a los médicos y boticarios, por resultar una solución mucho más económica [24]; esto desencadenó un problema más grande debido a la automedicación, sobre todo en las clases bajas, quienes no contaban con los medios de acudir a profesionales para obtener una receta segura [25].

Para poder recuperar su papel en la sociedad, los médicos comenzaron a desacreditar el consumo de remedios caseros, incluso se declararon los manuales de medicina doméstica y a la herbolaria como prácticas ilícitas, afirmando que tales prácticas podrían causar la muerte [26].



Imagen 9: Imagen del Hospital al beneficio de la Republica, inaugurado en la ciudad de Chihuahua por el general Porfirio Diaz.

[22] Hira de Gortari, “¿Un modelo de urbanización? La ciudad de México a finales del siglo XIX”, en secuencia. Revista Americana de Ciencias Sociales, enero-abril de 1987, p. 42-52.

[23] Francisco Flores, Historia de la medicina en México, desde la época de los indios hasta el presente México, Instituto Mexicano del Seguro Social, 1982, v. 3, p. 254

[24] Francisco Flores, Historia de la medicina en México, desde la época de los indios hasta el presente México, Instituto Mexicano del Seguro Social, 1982, v. 3, p. 255

[25] *Ibíd*em

[26] Secundino E. Sosa, "Las pagas del médico", El Estudio. Semanario de Ciencias Médicas, t. 1, septiembre 30 de 1889, n. 17, p. 259

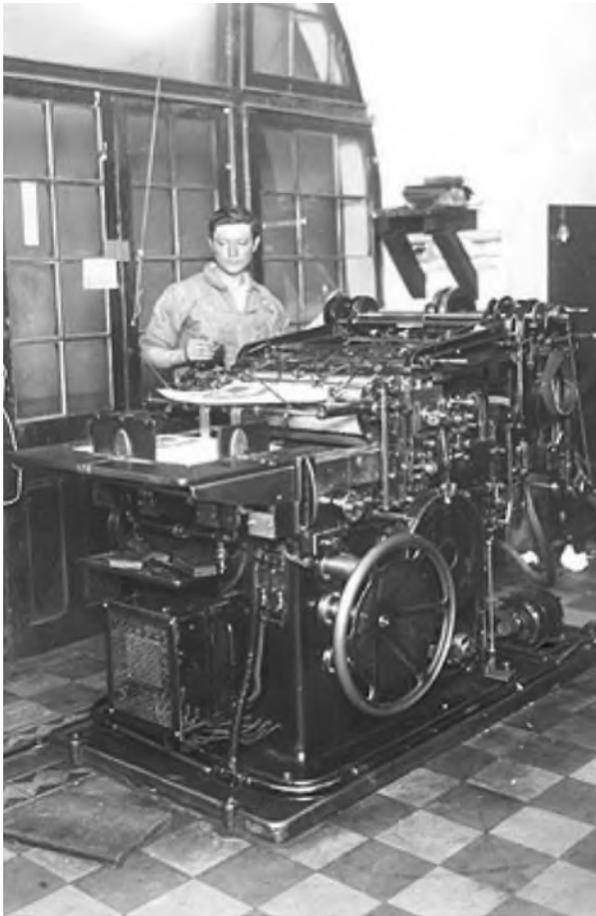


Imagen 10: Imprenta AGN, Archivo Fotográfico Díaz, Delgado y García, caja 1/26.

Las imprentas se llenaban de mitotes médicos, que eran gritados por los niños papeleros para desacreditar cualquier tipo de medicina que no fuera la alópata, hasta que el presidente Porfirio Díaz se vio muy afectado por una infección en la cadera, originada por una herida de bala que recibió en batalla, al ver que ningún médico ni mexicano o frases lo curaba, accedió a ser atendido por el doctor Segura y Pesado quien lo atendió con Homeopatía [27] y lo curó; en agradecimiento se les permitió fundar un hospital-escuela de Homeopatía en un edificio viejo, iniciando en el año de 1893, siendo hasta 1896 donde México se reconoció como el primer país en oficializar el ejercicio y enseñanza de tal práctica [28]. Por supuesto que hasta la fecha se declara como una pseudociencia, causa mucho escepticismo ya que a pesar de contar con efectividad clínica, sale de los esquemas tradicionales alópatas.



Imagen 11: "papelero" AGN, Colección Fotográfica de Propiedad Artística y Literaria, J. Lupercio, Niños.

[[27] Homeopatía: Es un tipo de medicina alternativa, que trabaja a través de contratacar los síntomas de cualquier enfermedad, basado en una ley de espejo, afirmando que una sustancia que causa los síntomas en una persona sana, atacará los síntomas de una persona enferma, esta se práctica aplicando micro dosis de distintas sustancias provenientes de plantas, minerales, químicos e incluso venenos animales.

[28] La homeopatía en México, Rafael Mejía, volumen 88, numero 716, enero-marzo 2019, p. 36-43.



Imagen 12: Plantio de platano 1918

REFORMA AGRARIA DE 1915

La reforma agraria surgió después de que un país muy acalorado por la revolución, tuviera por fin calma, dándole solución a las demandas de los más necesitados, otorgando miles de hectáreas a pequeños productores, enardecidos por los antecedentes sucedidos en la independencia, donde lejos de favorecer a las minorías, se continuo favoreciendo a los hacendados y a la iglesia católica, como los mayores poseedores de tierras; pero con los radicales movimientos zapatistas, se vieron en la obligación de responder por fin con leyes que ampararan a los agricultores, campesinos, indígenas y sus tierras que habían sido despojadas con la colonia[23].

En 1915 fue la primera ley agraria que se registró en el país, dando pie a muchas otras leyes y programas que se supone mejorarían la actividad agrícola, sin embargo muchos de esos terrenos fueron cambiando su uso de suelo, dando lugar a la compra de particulares, generando pérdidas de territorio para el cultivo de alimentos.

No se tiene el registro si de esté territorio alguno se dedico al cultivo y distribución de plantas medicinales, claro... con tal denominación, sin tomar en cuenta que algunas de esas plantas son de uso diario en la cocina mexicana, como: el perejil, romero, orégano, cilantro, etc.

[29] La Ley Agraria del 6 de enero de 1915, Elena del Rosario Patiño Flota y María de Jesus Espinoza Villela,

TRATADO DE LIBRE COMERCIO

México como muchos otros países tuvo el objetivo de auto abastecerse con su propia producción, creando muchos programas de apoyo al campo, como Fertimex, Pronase, o industrias procesadoras de alimentos como Miconsa, Liconsa, Iconsa; incluso surgió la creación de Banrural, un banco que hacía préstamos exclusivos al campo, nacieron también aseguradoras, organizaciones de cooperación y distribuidores nacionales e internacionales.

Todo marchaba con la intención de aumentar la economía del país y con ello surgió el pacto del tratado de libre comercio, lo que se suponía era un acuerdo ventajoso para México, pero no fue así.

En 1992 en el tratado de libre comercio con el país del norte, con el cuál se creía beneficiaria al país de México, ya que a pesar de los esfuerzos para apoyar al campo, se carecía aún de tierras útiles para la agricultura y ganadería, además la producción y calidad que se exigía para el extranjero no eran suficientes, por lo tanto se tardó más de lo esperado para poder exportar el producto requerido, una vez alcanzada esa calidad, toda se exportaba y la merma de esos alimentos son lo que hasta hoy sigue alimentando a la población menos favorecida, mientras tanto el país vecino logro introducir sus productos libremente sin pagar aranceles, desde que se firmó el pacto; fue así como nuestro país siguió favoreciendo la economía, alimentación y salud de los habitantes de Estados Unidos y de forma contraria a sí mismo y a su población[30].

Todas las reformas implementadas para lograr el objetivo de exportación, generaron caos y el periodo de transición fue muy difícil, en especial para los pequeños productores, ya que crecieron sus deudas, sin aumentar sus ingresos; después nacieron nuevos programas que buscaban amortiguar toda esta mala planeación, generando actividades deshonestas entre los pequeños productores; con el programa de Procampo, donde otorgaban subsidios de una cuota fija por cantidad de tierras productivas, sin importar lo que estas generaran, así fue como muchos se acostumbraban a recibir los beneficios económicos sin trabajar en su totalidad las tierras, generando aún más desabasto, carencias y corrupción[31].

Los problemas administrativos en México debido a sus malas estrategias de exportación siguen dejando al país con una tasa media de crecimiento anual, permitiendo que todos los alimentos de primera calidad salgan del país, que su población se alimente con la tercera calidad y por si fuera poco cuando es insuficiente, se compre producto que aquí se produce, por desabasto, calidades muy bajas a precios muy altos[32].

[30] El impacto de la globalización sobre el sistema alimentario en México, Magda Fritscher Mundt.

[31] El impacto de la globalización sobre el sistema alimentario en México, Magda Fritscher Mundt.

[32] El comercio exterior de México y los problemas de su organización administrativa, Lic. Antonio Armendáriz



Imagen 13: México: una fabrica de pobres, de El Perro Morao

GLOBALIZACIÓN

Durante el periodo de Globalización, se ha tenido un gran impacto en la alimentación, no solo en nuestro país si no en todo el mundo. Este nuevo periodo exacerbado en México a partir del TLC, trajo un cambio más radical que los de la conquista. Presionados por modernizar los procesos de producción de alimentos y acelerar su consumo, -se introdujeron nuevos elementos que ahora contienen los productos, como es el azúcar de caña, el jarabe de maíz, edulcorantes artificiales, entre otros-, que al descubrir sus altos niveles de adicción y economizar en su utilización, la gran mayoría de empresas creadoras de productos en masa lo utilizan, mermando la salud de todos los consumidores. Pero apoyados por publicidad falsa o subliminal, haciéndote creer que consumes un producto sano, pero es todo lo contrario.

En el 2014 Puebla México se convierte en gran exportador de plantas medicinales a países como la India, China y Asia, alcanzando hasta las 30 toneladas, traducidas a más de 60,000.00 dólares de ganancias, más de 300 hectáreas de cultivo con plantas tales como: romero, hierba buena, árnica, ruda, manzanilla, albaca, gordolobo, Damiana, pimienta, laurel, flor de sauco, entre otras, aumentando las ganancias en un 50% más que en ventas del mercado local. [33]

[33] <https://www.eleconomista.com.mx/estados/Exportaran-mas-plantas-medicinales-a-Asia--20140626-0154.html> [Consultado el 21-05-2021]

PRÁCTICAS ALTERNATIVAS

HERBOLARIA

“La herbolaria es la aplicación de la botánica a la medicina; es decir, al uso de hierbas contra las enfermedades que aquejan al hombre y a otras especies, para restablecer la salud”[33].

Se cree es una práctica milenaria, desarrollada por todas las culturas, con conocimiento empírico a través de la exploración de la prueba y el error, que se ha esparcido a todo el mundo, hay muchas teorías acerca del origen de la herbolaria o mejor dicho: del uso terapéutico de las plantas, siendo en la India donde las primeras civilizaciones que se enfocaron en tratar la salud a través de la medicina conocida como Ayurvéda que significa “la vida es conocimiento”, la cual consiste en la ingesta de plantas y sustancias específicas de acuerdo al elemento espiritual que predomina en tu cuerpo, para así lograr un equilibrio y balance emocional, sexual, físico, mental y espiritual.

En México la herbolaria fue una práctica ritual, ya que concebían a la enfermedad como un resultado de las acciones que realizaba el ser humano, pero que repercutían en otros planos, como el inframundo y el campo celeste; esto explicaba que la enfermedad era un desequilibrio de la dualidad dentro del hombre; por lo que las plantas eran las auxiliares en estos padecimientos, logrando restablecer el balance que se había pedido; implementaron diferentes técnicas desde ungüentos, pócimas, baños, vaporizaciones, etc.



Imagen 14: Hebolaria, elementos de Canva

[34] <http://www.ejournal.unam.mx/rfm/no48-6/RFM48606.pdf> Consultado 22-Noviembre-2020]



La herbolaria que conocemos en el México de hoy es una mezcla principalmente de plantas endémicas del país, algunas sudamericanas, europeas y asiáticas, se estima que en la actualidad en el país se utilizan alrededor de 4,000 especies de plantas, siendo que solo se tiene el estudio químico y clínico de 490 de ellas [34], Andrés Fierro investigador de la UAM afirma que a base de encuestas se detectó que el 90% de los mexicanos usan remedios herbolarios, pero solo el 13% de ellos fueron indicados por un profesional; estas cifras indican el conocimiento empírico que se conserva de la medicina tradicional mexicana, pero también de la gran desinformación que hay sobre el uso adecuado de las plantas, considerando que el primer mito es el de considerarse como un sustituto de la medicina alópata, cuando debería ser un complemento de la misma y sobre todo de uso preventivo para cualquier enfermedad.

AROMATERAPIA

La aromaterapia es considerada otra práctica alternativa que emplea aceites o líquidos aromáticos, provenientes de plantas, cortezas, raíces, flores y frutos, los cuales son inhalados para generar un bienestar físico y psicológico. Algunos autores consideran la aromaterapia como una rama de la herbolaria por ser consecuentes de usar los mismos principios terapéuticos; la esencia más antigua de la aromaterapia es el perfume, el cual se empleaba 4,500 años a.C en Egipto, Grecia, Roma, China e India[35].

Egipto fue el sitio donde se revolucionó el uso de los aceites aromáticos, extraídos a través de la maceración y el enfreulage[36], utilizados como medicina, recreativos como los masajes, cuidado de la piel, desodorantes y cosméticos, además de múltiples ritos religiosos y fúnebres como el embalsamamiento y ungimiento de estatuas para su veneración.

Posteriormente en Grecia se fascinaron con el poder de los olores, incluso consideraban que los aromas dulces provenían de las nubes, regalo de los dioses y que cuando morías ibas a los campos Elíseos donde estaba un aire permanentemente perfumado; los griegos también registraron muchos de los conocimientos obtenidos de los egipcios, gracias a Hipócrates “padre de la medicina” que escribió acerca de los beneficios de las hierbas tanto de uso externo como interno; también se le acuña el descubrimiento de la quema de plantas para ahuyentar insectos, al fumigar Atenas y liberarlos de las plagas; más tarde el filósofo Teofrasto (370-285 a.C) escribiría una extensa lista de plantas y sus usos internos, además de observar y agruparlas según su temporalidad, con ello medir cuando se podían encontrar[37]

[35] Entrevista para NTR Periodismo crítico, 27/09/2012, comunicado oficial, por: Andrés Fierro Álvarez, investigador del Departamento de Producción Agrícola y Animal de UAM Xochimilco.

[36]: Enfreurage: Es un tipo de extracción de aceites esenciales muy antiguo, donde se utilizaba la manteca de animal durante días, para después extraer todas las propiedades que se le penetraban.

[37] Regimen Sanitatis contra la peste, por E. de la Peña Barroso,



Todos estos conocimientos posteriormente heredados a los romanos quienes continuaron con el estudio de los aromas en tres consistencias, oleosos, ungüentos sólidos y perfumes en polvo.

El uso de los aromas se extendió en todas las culturas y religiones, incluso en la civilización hebrea se purificaban a las mujeres durante un año con aceite de mirra, por ser la mirra un elemento antimicótico y antibacterial muy poderoso, incluso en la biblia se hace referencia en varias ocasiones la mirra, incluso durante la crucifixión se le ofrece a Cristo una esponja bañada en Vinagre y Mirra para mitigar el dolor; sin duda hay muchas pruebas históricas que respaldan el uso de las esencias para aliviar cualquier padecimiento o enfermedad.

En 1887 se realizó la primera prueba de laboratorio que demostró los efectos antibacterianos de los aceites esenciales, dando pie al primer auge de investigaciones científicas a todas las propiedades de esta medicina; lo que también provocó la producción en masa y con ello la creación de versiones sintéticas más económicas, que explotaron a su vez los efectos secundarios. Fue en esta época cuando Grasse ciudad francesa, se agració con el título mundial de cultivo y extracción de esencias, por ello que el perfume se asocia con este país.

La Aromaterapia fue un término que se utilizó hasta 1969 cuando un estudiante de medicina y neuropatía Daniel Penoel y el químico Pierre Franchomme, desarrollaron la “aromaterapia científica”, cuyo enfoque consistía en tratar infecciones con aceites esenciales; dicho termino fue evolucionando como “aromatología”, “medicina aromática”, entre otros. Con el tiempo se establecieron industrias legales y profesionales que buscaban darle más crédito y estructura a esta terapia que emergía entre los mitos, creando incluso profesionales dedicados a la formación de Aromaterapeutas; hoy en día en Europa existen diferentes asociaciones gubernamentales que certifican a estos profesionales y que regulan la calidad de los aceites esenciales[38].

Imagen 15: Hebolaria, elementos de Canva



La salud y fuerza física de nuestros antepasados ha sido muy valorada, e incluso presumida, ante la capacidad de resistencia, de recorrer decenas o incluso cientos de kilómetros en un solo día, además de la fuerza física que se creía poseían los guerreros; todo ello estaba sustentado en la dieta, entrenamiento y actividades que se desempeñaban; cada año nuevas actividades surgen, tanto en el deporte como en lo laboral o recreativo, demandando más energía, diferentes posturas corporales e incluso mayor jornada de trabajo.

Pero a pesar de modificar nuestras actividades e incrementar la demanda física que le hacemos a nuestro cuerpo, no lo consentimos ni nutrimos con los elementos básicos necesarios, para una buena salud y balance energético.

El sistema digestivo, es el sistema que involucra más órganos y procesos, desde el olfato que estimulan las glándulas gustativas, para que la lengua integre el sabor y el olor, segregando saliva para formar el bolo con ayuda de los dientes, que será enviado hacia el estómago por medio del esófago y así es como se continúan involucrando órganos como: páncreas, hígado, riñones, vesícula, baso, intestino delgado, intestino grueso, esfínteres y más...

“deja que los alimentos sean tu medicina y que la medicina sea tu alimento”

Por lo anterior es muy importante divulgar el uso medicinal de los alimentos y plantas que siempre han estado con el mexicano y rescatar el conocimiento ancestral de su utilización.

CASOS ANALOGOS

CHINAMPAS

Es importante mencionar el caso único de las chinampas, por ser un proceso de agricultura endémico del país, además de ser un fenómeno importante de organización social y un buen ejemplo de trabajo colectivo en comunidad.

La palabra chinampa se define como “porción de tierra fértil echa con troncos y raíces rodeada de agua, construida por la mano del hombre”, este fue un sistema milenario inventado en Xochimilco México, considerado como Patrimonio Agrícola mundial;[39] surgió por la necesidad de producir alimentos en un ambiente que pareciera inhóspito, condiciones en un lago pantanoso; el éxito de este sistema no se debe solo a la ingeniería que mantiene flotantes los elementos, sino la organización social y la sabiduría ancestral que mantuvieron decenas de generaciones.

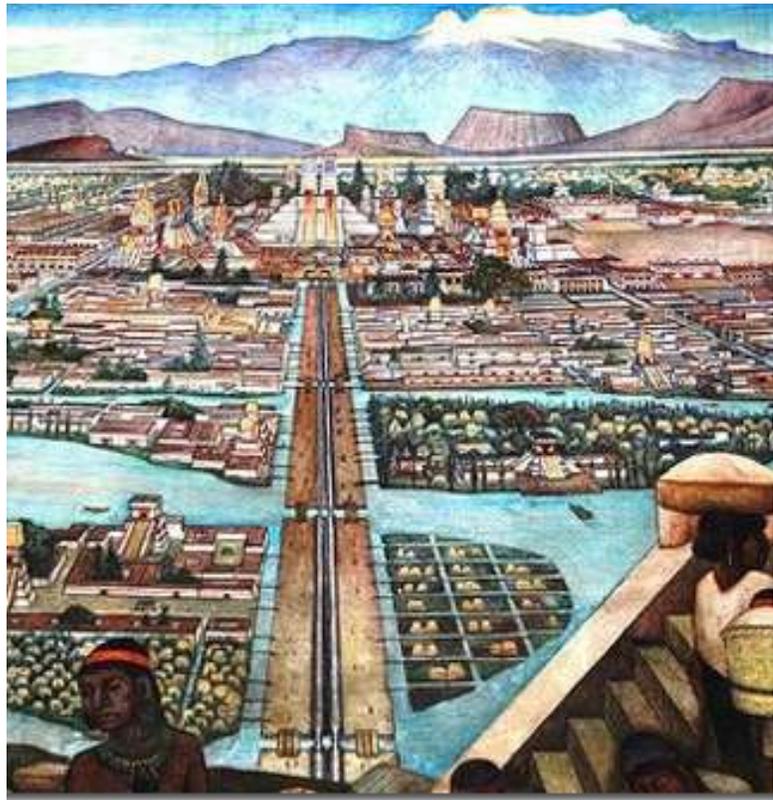


Imagen 17: Chinampas de Tenochtitlan.

Xochimilco se localiza en una zona de lagos y volcanes, el agua de concentración pantanosa, permitió almacenar muchos minerales y nutrientes, la organización consistía en formar islas flotantes de madera, las cuales se enclavan a los árboles del sitio llamados ahuejotes, estos árboles de gran absorción y de madera resistente al agua, formaron una red de canales que permitía agilizar el traslado y por lo tanto la comunicación de las personas, por medio de canoas, los árboles eran plantados en las orillas de las chinampas, además de contener la tierra y anclar con el suelo pantanoso, también sirven como una barrera contra el viento y el exceso de luz solar en los cultivos, estos canales eran alimentados por desechos orgánicos animales, los cuales se convertían en nutrientes para la cosecha, los canales además de ser vías de comunicación, también eran espacios para actividades como la pesca y el comercio.

[39]La sustentabilidad agrícola de las chinampas en el valle de México, caso: Xochimilco, Emma Gonzales Carmona, Cinthya Itzel Torres Valladares, Revista Mexicana de Agro negocios,



Esta actividad tenía una organización jerárquica familiar, en la que el hombre proveedor trabajaba para llevar el alimento a las mujeres de la casa y pudieran hacer la organización de todos los productos, los hijos varones se iban integrando poco a poco a esta actividad hasta que toda la familia se veían involucrada directa o indirectamente.

Imagen 18: Las chinampas, los aztecas y sus técnicas de cultivo

El éxito de este sistema y por lo cual lo menciono en este trabajo, es la basta utilización y aprovechamiento máximo de todos los recursos, el suelo, agua, sol, viento, recursos humanos y sobre todo la clave: la necesidad. Las chinampas es un caso de esfuerzo colectivo, trabajo en equipo y mucho ingenio y creatividad. Recordando que un proyecto no solo consiste en la idea o diseño de esa idea, si no en la implementación y los resultados de los mismos, gracias a la organización social que fue demandado en esos tiempos.

Otro elemento que se requiere rescatar de las chinampas, en la creación de un ecosistema natural, cíclico, donde todos los elementos involucrados son beneficiados, desde las plantas, el agua, los animales y el ser humano.



Imagen 19: Postal del antiguo Xochimilco.

FARMACIA PARIS BOTICA

La Farmacia Paris Botica, fue fundada por un químico farmacéutico de nombre Ignacio Merino Martínez, en el año de 1944, era uno de los establecimientos más grandes del momento, contaba con 5 empleados, su estilo asemejaba a una botica, sin embargo no solo era botica, sino también se vendían medicamentos de patente; este lugar sigue vigente hasta hoy en día contando actualmente con 600 empleados, su ubicación sigue siendo la misma desde su inauguración en la esquina de las calles 5 de Febrero y Republica de El Salvador [40],



Imagen 20: Farmacia Paris 1923

Entre sus productos de botica más famosos eran los jarabes y ungüentos para sanar heridas y eliminar las verrugas, sin embargo hasta la fecha se siguen elaborando más de 100 remedios al estilo antiguo, sin duda un espacio que vale la pena conocer, pues su estilo conserva una nostalgia de la época antigua, con métodos modernos para abastecer sus estantes, pero conservando la atención que se merecen los más de 20 habitantes que tiene su radio de influencia, sobre los 9 millones 209 mil 944 personas [41].

[40] <https://mxcity.mx/2018/03/sobre-la-historia-de-la-farmacia-paris-un-clasico-citadino/> [Consultado 19-04-2021]

[41] Censo de población y vivienda 2021, consultado en https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EstSociodemo/ResultCenso2020_CdMx.pdf [Consultado 19-04-2021]

APHOTECARY TULUM

En contra parte del caso anterior de una botica tradicional que se convierte en una farmacia, se reinventa el edificio en una botica naturista ubicada en Tulum Quintana roo. México, diseñada por “Índigo diseño y Arquitectura”[48], cuenta con un espacio de 55 mts², repartidos en dos niveles, su inspiración en diseño fue partiendo del oficio de boticario con un estilo fresco y tropical; cuenta con dos tipos de espacio el público y el privado, en el área publica se encuentra en la entrada la venta de productos naturistas y medicamentos que son exhibidos en frascos de cristal como se hacía en la antigüedad, en el mismo nivel al fondo se encontraría un espacio abierto que puede fungir como almacén, sala de juntas, taller o laboratorio, mientras que en el segundo nivel se encontrarían 3 espacios independientes que funcionarían como consultorios, con una pequeña sala de espera y medio baño.



Imagen 21, 22, 23: Renders de Aphotecary Tulum

[42] <https://www.arquitecturaindigo.com/proyectos/botica-2/> [Consultado 18-04-2021]

LAS TIENDAS NATURISTAS



Imagen 24: Fotografía de Don Crisanto, de Altournative.

Las tiendas naturistas surgen de una idea de vender productos más naturales, con regímenes establecidos de etiquetado y distribución en masa, sin embargo su venta es al menudeo, en estas tiendas puedes encontrar desde alimentos, suplementos, vitaminas, infusiones, pomadas, ungüentos, cremas, etc.

Incluso de medicamentos homeópatas de venta libre y otros tratamientos de medicina alternativa.

Aun que estos establecimientos tienen productos de origen más vegetal orgánico, son prefabricados en laboratorios, perdiendo así su fabricación artesanal.

Dentro de estos establecimientos se pueden encontrar una gran cantidad de fabricantes, marcas, presentaciones, etc., se caracterizan por estar abarrotadas de muchas opciones, carecen de estética y orden.

Los productos de más venta son los tradicionales, que tienen años en el mercado y cuentan con un prestigio y nombre de años, muchos de ellos tienen en sus diseños etiquetados que van de la mano con el folklor humorístico de los mexicanos como: tabletas de "me vale madre" para el dolor de cabeza, "chupa panza" pomada para adelgazar, "melapela" para disminuir el estrés, entre muchos otros, por algunos son considerados creativos y de confianza, mientras que para otro público puede parecer poco profesional y fraudulentos.

YERBEROS

La medicina tradicional mexicana se transformo en un hibrido muy complejo, desde las distintas cosmovisiones indígenas que existen en todo el país más los conocimientos del mestizaje, afortunadamente mucho conocimiento original se conserva, pero en su mayoría es una mezcla de plantas endémicas y occidentales, esta transformación se debe también a una estrategia de supervivencia y adaptabilidad para llegar a diferentes estratos sociales y la vida moderna, mezclada también con otras prácticas y métodos ancestrales de diferentes culturas.

Entre las mujeres y hombres que llevan estos conocimientos más originales podemos encontrar sobadores, rezadores, hueseros, hechiceros, parteras, granizeros y yerberos, que hacen uso de la herbolaria como principal fuente de conocimiento.

Entre las mujeres y hombres que llevan estos conocimientos más originales podemos encontrar sobadores, rezadores, hueseros, hechiceros, parteras, granizeros y yerberos, que hacen uso de la herbolaria como principal fuente de conocimiento.



Imagen 25: Fotografía de Don Crisanto, de Altournative.



Los Yerberos o Yerberas, es una de las tantas aplicaciones de esta tradición que se pueden encontrar más fácil, incluso en las grandes ciudades se puede encontrar a un Yerbero en los mercados; en la ciudad de Morelia localice a 10 Yerberos modernos de ciudad, que cuentan con puestos de venta de hierbas en los principales mercados del centro histórico y sus alrededores como son: mercado independencia, mercado de san Juan, mercado de Santo niño, mercado del auditorio, dichos puestos son atendidos por los propios dueños y/o familiares; en sus negocios su principal movimiento es la venta de plantas secas y frescas, contando con una variedad bastante grande, tanto de nacionales como de extranjeras, además de hacer limpias con huevo, trabajos de velomancia, preparados herbales entre otros, en estos establecimientos a diferencia de las tiendas naturistas, el 90% de lo que venden son hierbas a granel, tradicionalmente por "ramitos", que pueden variar entre los \$5, \$10, \$15 o \$20 pesos, dependiendo del tipo de planta.

Los conocimientos de estos hombres y mujeres es extenso, principalmente aprendido por tradición familiar; los puestos son muy característicos por despedir un olor intenso a hierbas frescas y secas en especial romero, ruda y eucalipto, por ser las más aromáticas, además se pueden apreciar incluso los métodos de secado y empaquetado que se realiza en el mismo sitio.



Imagen 26: Yerbera del Mercado San Francisco, foto de Alfredo Lagla / UN

EL CUERPO Y LA ENERGÍA

El cuerpo humano sin duda ha sido objeto de estudio y observación por mucho tiempo, desde un punto científico, orgánico, biológico y mecánico; pero también hay culturas como la maya, que le dieron gran importancia a la energía que despiden el cuerpo, para así darle sentido a las enfermedades, emociones o desequilibrios del ser como se describe en el Popol Vuh.

Para los mayas el ser humano se concebía como parte del cosmos, armonizado también por la energía de los animales y plantas; el cuerpo físico tangible contiene los demás cuerpos sutiles como es la mente, las emociones y el espíritu.

Para esto se explica mejor en el gráfico como el cuerpo se divide en dos: el izquierdo que representa el femenino, los ancestros femeninos, tu madre, las emociones y lo creativo; el derecho el cual representa lo masculino, los ancestros masculinos, el padre, la razón y la fuerza. Este cuerpo físico se encuentra en la tierra conectado con un inframundo y un mundo superior o cielo, en el inframundo se encontraban 9 niveles, estos niveles representaban las energías más densas, por las que se tenía que atravesar, mientras en el mundo superior se encuentran los dioses; a este cuerpo físico lo rodea una energía en constante movimiento de espiral, que se mueve de abajo hacia arriba, otorgando vitalidad y fuerza física. Ellos visualizaban 4 puntos importantes de energía, el de los pies que era el anclaje con la madre tierra, los recursos y lo material, el siguiente como unión a la pasión, la fertilidad, la procreación, el deseo y la sexualidad; el tercero en el pecho representando las emociones y la salud y por último en la cabeza, el cual conecta con la espiritualidad y lo divino. Este cuerpo tiene un centro regido por cuatro rumbos (norte, sur, este y oeste), estas direcciones también relacionadas a un elemento (fuego, agua, viento y tierra), los cuales formaban un equilibrio perfecto.

Si bien es un estudio breve para la complejidad del tema, en resumen se observa como el cuerpo físico, compuesto y afectado por las energías del universo, se relaciona entre sí para llegar a un equilibrio y las enfermedades son resultado de este desequilibrio energético de todo lo que lo rodea. Para lograr un equilibrio (salud) es necesario centrar el cuerpo en la orientación correcta, cuidar la relación de este con las plantas y animales, sanar emocionalmente el femenino y masculino, así como el linaje de los ancestros.

En resumen es un trabajo constante de autoconocimiento y cuidado que se debe enfrentar para poder entender.

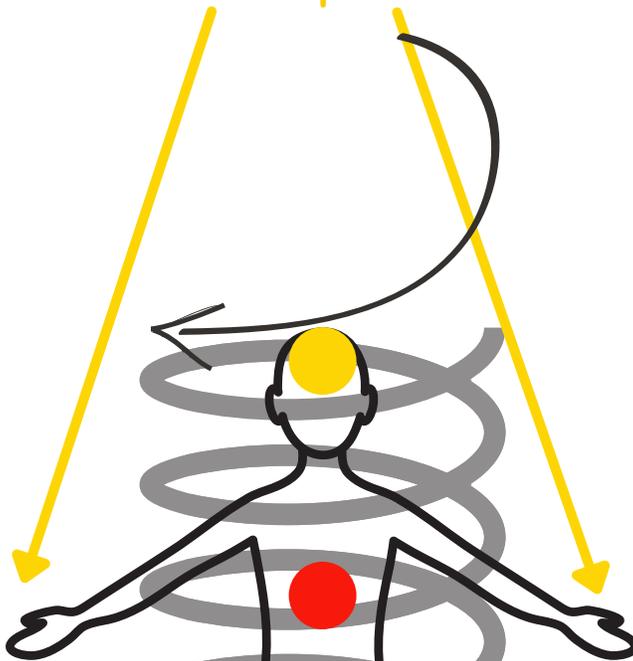
Desde una perspectiva personal una terapia holística de este tipo, debe ser llevada como un estilo de vida, no es una acción que solo se lleva por semanas, meses o años; se trata de ir evolucionando cada día, como sujetos en constante transformación, adoptar estas disciplinas del autocuidado deben ser parte del día a día, para lograr una estabilidad o por lo menos adoptar las herramientas necesarias para preservar mayor tiempo la salud en todas sus variantes. Mayeesh Artesanal es medicina natural entregada de buena mano.

FEMENINO

Medio día



CIELO



TIERRA

NORTE

OESTE

ESTE

INFRAMUNDO

SUR

MASCULINO



CAPÍTULO II

INVESTIGACIÓN DEL USUARIO

EL DISEÑO COMO VALOR AGREGADO

La herbolaría en México fue en decadencia después de que perdiera su relevancia con el uso de la medicina alópata, sin embargo a pesar de lo tener la misma credibilidad, más del 80% de los mexicanos han consumido algún producto de origen herbolario, como: ungüentos, pomadas, tinturas, geles, esencias, etc., convirtiendo esta práctica en una acción natural y/o tradicional, con recetas que traspasan generaciones, sin embargo se mantiene en opciones paliativas y no definitivas, además en su mayoría sin la prescripción de un profesional o de calidad de grado clínico.

El 50% de los productos herbolarios que se manejan en masa, se encuentran segregados en los mercados, tiendas informales o naturistas, carecientes de diseño en sus presentaciones, restando credibilidad a su contenido y efectividad, limitando con eso la expansión de ventas en más negocios o tipos de mercado.

Como se ve con los Yerberos, el otro 50% son productos que no tienen etiqueta alguna, en su mayoría homeópatas o simplemente plantas secas que se usan a la consideración del comprador o de quién la recomendó.



Los problemas que surgen de la venta de estos productos es el autodiagnóstico, el cuál puede ser erróneo y desencadenar más problemas que soluciones, como inflamaciones, diarreas, nauseas, presión arterial descontrolada, alergias o simplemente ningún beneficio, lo que pone en juego la credibilidad de las plantas y la disminución de su consumo por carencia de efectividad.

Si bien es cierto que la herbolaría tiene un efecto más lento en comparación de los medicamentos tradicionales, se podría dar un mejor uso e información por medio del etiquetado; agregando además un mayor valor con un diseño vistoso, limpio y profesional que expandiría el mercado a otros estándares de calidad.

Imagen 27: Yerbero, fotografía de: <https://www.macerandoando.com/2015/09/hierbero-o-yerbero.html>
imagen 28: Mercado de la laguna

ANÁLISIS DE USUARIO

Para determinar el usuario ideal de este proyecto me apoye en la base de datos de AECOC SHOPPERVIEW, que se encarga de elaborar estudios de consumidores y compradores; el estudio que tome en cuenta fue el que se hizo para determinar los 4 tipos de usuarios que consumen productos BIO y ECO.

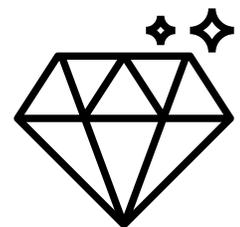
Los productos BIO y ECO son aquellos elaborados de formas más naturales, con responsabilidad ambiental, sin aditivos, etc.

Y los perfiles que arrojo dicho estudio fueron los siguientes:

1 Healthy: Mejor conocidos en México como personas Fitness, saludables, algunos como deportistas. Son las personas que compran estos productos por salud y nutrición, de género indistinto, comenzando las mujeres desde los 20s y los hombres desde los 30s.

2 Eco auténtico: Son las personas que están motivados por los productos que se preocupan por hacer una producción responsable con el medio ambiente. Se caracterizan por tener una posición socioeconómica de media a media alta, en su mayoría mujeres con un 56%, comenzando desde los 20s. alcanzando su punto clave en ambos géneros a los 40s, comprando 2 o 3 veces a la semana este tipo de productos; en México se identificarían como ecologistas, ambientalistas, hípsters o hippies modernos .

3 Trendy: En el país serían los Influencers o los que siempre están a la moda siguiendo tendencias saludables; Son quienes se preocupan por productos del cuidado personal, sin ninguna connotación de salud o conveniencia ecológica. Este grupo también está compuesto por su mayoría en mujeres, entre los 20s y 40s, de clase media baja a media alta, con tendencia a comprar productos de moda, por lo que su consumo puede variar dependiendo de la moda de ese momento.



4 Sibaris: Son los consumidores de productos de lujo, gourmet o premium, dispuestos a pagar más por un producto de alta calidad. Este usuario se distribuye por igual entre hombres y mujeres, de clase media a media alta, su top de edad son de los 40s a 50s.

De acuerdo a la investigación anterior se determinó lo siguiente para el usuario ideal:

- Género: Indistinto.
- Edad: rango entre los 20s y 50s
- Estatus socioeconómico: medio bajo - medio alto

Pero para comprobar ese estudio en México he realizado un test online con 100 personas, las cuales se encuentran entre el rango de edad, el estatus socioeconómico y son todos de Morelia, dicho formulario se puede ver más a detalle en el Anexo 1.

En dicho formulario se comprobó que el diseño de un producto interfiere en las decisiones de compra, donde los entrevistados se refirieron al diseño A como un producto poco efectivo, poco confiable, no amigable con el medio ambiente, mientras que con el diseño B hicieron comentarios positivos, acerca de la elección del recipiente de vidrio el cual puede reciclarse, se puede apreciar el producto en su interior lo que genera mayor confianza y además se ve más elegante y profesional.

Cabe destacar que el diseño no solo le dio confiabilidad a los usuarios, también se destacó la marca para próximas compras y aumento su valor monetario, ya que la mayoría valoró que la opción B podría ser más costosa que la opción A y aún así elegirían la opción B.

A



Con ello se demuestra como el diseño hace un cambio directo en la estética de un producto, pero con ello se realiza una reacción en cadena que afecta varios niveles, por ejemplo:

B



Si la pomada A de 125gr. tiene un valor real de \$18 pesos y es comprada por 3 de cada 10 personas, con un costo de \$30.00 pesos, suponiendo que el vendedor se la ofrezca a 30 personas al día, la pomada A generaría \$270.00 pesos diarios y por cada 3 de esas personas 2 vuelven a comprar al comprobar la efectividad, en un promedio de 2 veces al año, eso quiere decir que cada 6 meses se tendría 1080 clientes potenciales y 240 clientes frecuentes, lo que nos da un total de 1320 ventas seguras semestrales, lo que da un total monetario de \$39,360, de los cuales libres serían únicamente \$15,840.00, ya que el restante regresa a inversión. (véase el ejemplo B)

Imagen 27: Pomada de caléndula Big Jesús
imagen 28: Pomada de caléndula orgánica,
marca: Misha Rastrera

Ahora vamos con la opción B: el cual tiene una presentación de 50gr, en esta presentación el envasado es más pequeño pero por ser de vidrio es más caro, así que el precio real se incrementa a \$25 pesos, sin embargo su valor a la venta del público se eleva a \$55 pesos, esta versión la compran 6 de cada 10 personas y 3 de cada 6 personas que la compran, la vuelven a comprar al comprobar la efectividad de la fórmula, pero la consumen cada 2 meses, eso quiere decir que al semestre se tienen 2160 clientes potenciales y 3240 clientes frecuentes, lo que da un total de 5,400 ventas seguras semestrales, su total monetario sería de \$297,000.00 pesos y de ganancia libre \$162,000.00 pesos; dicho ejemplo elevó en un 180% las ganancias, todo esto con solo cambiar el diseño.

ESTUDIO DE MERCADO

Un estudio de mercado es una investigación que se requiere para determinar la viabilidad comercial y económica de algún producto, además de sus oportunidades de crecimiento. Con el estudio se pretende anticipar las respuestas y demandas de los posibles usuarios.

Para esto se realizó un estudio de observación directa, el cual consiste en estudiar el tráfico local de los establecimientos que puedan simbolizar la competencia, ver cuáles son los productos que más se demandan y cuál es el objetivo de ellos.

Solo en el centro histórico de Morelia y alrededores se observaron 17 tiendas, con las siguientes ubicaciones:

- NATURAMEX: Calzada Juárez #6, Col. Juárez C.P:58010
- ARCOIRIS: Calle Manuel Muñiz, #100-A, Col. Centro, C.P: 58000
- Tienda Naturista EL ÉDEN: Calle de Rayón, #204, Col. Centro, C.P:58000 (Cerro durante la pandemia)
- Tienda Naturista LA CRUZ: Vasco de Quiroga, #65 int. B, Col. Centro, C.P:58000
- Tienda Naturista: Calle: Juan José de Lejarza #90, Centro, C.P: 58000
- Tienda Naturista JAGUAR: Calle: Abasolo 375, Centro, C.P: 58000
- GRUPO LA ESPIGA: Calle: Abasolo #375, Col. Centro, C.P:58000
- EL COLMENAR Centro Naturista: Calle: La Corregidora 890-Int. A, Centro, 58000
- Tienda Naturista SALUD Y BELLEZA: Av. Morelos Sur 161, Centro, 58000
- SUPER SOYA: Ignacio Allende 15-C, Centro histórico de Morelia, 58000

- Tienda Naturista NM: Plan de Ayala 493, Centro histórico de Morelia, 58000
- LA TIA MANA: Calle Vasco de Quiroga #635, Centro, 58000
- VIDA Y SALUD: Calle Manuel Muñiz 88, Centro histórico de Morelia, 58000 (Cerrado durante la pandemia)
- LA ESPIGA DORADA: Calle: Juan José de Lejarza 496, Centro histórico de Morelia, C.P:58000 (Cerrado durante la pandemia)
- LA ESTRELLA: Calle: Álvaro Obregón #172, Centro histórico de Morelia, 58000
- LA HERBOLARIA Centro Naturista: Calle Vasco de Quiroga 616A, Centro, 58000
- SÚPER NATURISTA: Calle Vicente Sta. María No. 557, Cuauhtémoc, 58020

De las 17 tiendas que se identificaron, tres de ellas cerraron durante la pandemia, la observación en común de estas tres tiendas es que eran más informales, no contaban con buena publicidad, ni indicación externa de lo que se vendía ahí.

Las tiendas más grandes son aquellas que pertenecen a una franquicia como es el caso de: NATURAMEX, SUPER SOYA, LA TÍA MANA, GRUPO ESPIGA Y EL ARCOIRIS, estos cuadros establecimientos refirieron que los productos más vendidos son:

- Cremas
- Ungüentos
- Pomadas
- Suplementos alimenticios
- Derivados alimenticios
- Productos de higiene personal
- Productos de belleza

Según los entrevistados, declararon que algunos productos se fueron a la alza con la pandemia, como la plata coloidal, vitaminas, suplementos alimenticios, jarabes y productos para resfriados. (Véase más en el anexo 2)



CONCLUSIONES

En síntesis se concluye que la herbolaria continua teniendo una fuerte relación con la sociedad, de forma empírica, ya que su principal consumo se encuentra en los remedios caseros, infusiones y té sin prescripción de un profesional; en su mayoría se interesan por consumir productos confiables y efectivos, guiados intuitivamente por el diseño, para determinar el valor monetario, confiable y de efectividad de dicho resultado.

El usuario modelo se identifica en hombres y mujeres de entre 20 y 55 años de edad, de clase media, principalmente empleados, emprendedores y estudiantes.

El mercado de estos usuarios se describe principalmente en las ciudades, ya que es donde más se desarrollan las actividades que desempeñan los clientes potenciales.

Se concluye también que los precios serán revalorados por el diseño final, considerando el atractivo visual y su efectividad en comparación con la competencia, dichas comparaciones se desarrollaran en el capítulo III.

Por último se concluye que los productos naturales van en alza, debido a que la pandemia genero preocupación por la salud, los hábitos alimenticios y los productos que se consumen, haciendo que cada vez más personas busquen opciones alternativas y naturales a lo que ya consumen comúnmente o suplementar su dieta diaria.



CAPÍTULO III

IDEACIÓN

INTRODUCCIÓN



Nuestro cuerpo es un sistema muy complejo, con una relación perfecta en todas sus partes, no podemos hacer una dicotomía entre el cuerpo físico, emocional, mental y espiritual, ya que todos están relacionados y se afectan entre sí; como se hablo anteriormente los antiguos pobladores pensaban que las enfermedades era un desequilibrio de nuestro cuerpo, dicho desequilibrio no permitía que la energía vital fluyera correctamente, lo cual generaba una serie de señales (síntomas) los cuales eran un reflejo de la causa original de tal malestar, es decir que las emociones o pensamientos, podían influir en un resultado físico. [43]

Esto nos ayuda a entender por qué es necesario un tratamiento holístico que trabaje en varios niveles, tanto físicos, como mentales, emocionales y espirituales.

HERBAL BOX pretende generar este tratamiento holístico y personalizado, llegando a estos niveles a través de las plantas con sus aplicaciones de herbolaria, aromaterapia, cosmetología natural y el magnetismo de los cuarzos y la piedra de obsidiana, para generar un movimiento positivo de dentro hacía fuera.

Imagen 29: Recursos canva
imagen 30: Recursos canva



[43]: Lozoya Xavier, La Herbolaria en México, ED. CONACULTA, México, DF, 1998



En el 2016 la OMS presento que más de 300 millones de personas sufren depresión, mientras que el INEGI registro 7,223 suicidios en México en el año 2019, aumentando cerca de 1,000 personas en comparación con el año anterior y se registro que el 32.5% de los individuos mayores de 12 años han sufrido depresión alguna vez en su vida, de ese porcentaje el 66.9% lo ha padecido por varias ocasiones;. Estas son algunas estadísticas del padecimiento más común, pero se suman otros como la ansiedad, estrés, bipolaridad, déficit de atención, drogadicción y trastornos alimenticios; todos ellos limitan un crecimiento sano del individuo que lo padece, distorsionando su realidad y disminuyendo la capacidad de aceptación de las circunstancias que se presentan en si mismos o su contexto [44].

Si bien la Herbolaria no es un método de curación inmediato, si se puede auxiliar a todos estos padecimientos, acelerando la producción de hormonas de la felicidad como serotonina, adrenalina y dopamina que pueden apoyar cuando se encuentra en un nivel bajo de los mismos, además de que a través de la cosmetología natural se puede abordar temas estéticos de la piel, lo cuál genera un alza en la seguridad, confianza y aceptación personal.

Para abordar estos problemas se propone la ideación de dos líneas de productos que se entre lazan para generar una terapia completa.

La línea de "Conciencia medicinal" consiste en una variedad de productos herbolarios que trabajen en un nivel profundo terapéutico, como son las infusiones para un tratamiento de grado medico que apoye a diferentes enfermedades, inciensos y esencias que abordan estados emocionales y mentales de calma, a través de la aplicación clínica de la aromaterapia.

La línea de "Amor estético" esta enfocada al tratamiento de la piel de una forma natural, con fundamentos en la cosmetología natural aplicada en cremas, mascarillas, exfoliantes, etc. que juntos forman un tratamiento completo de cuidado de la piel, no solo para rostro, sino también para manos, piernas y cuerpo completo.

Para lograr ese objetivo se plantean distintos productos de la marca Mayeeh Artesanal que en su combinación generen un botiquín completo, para generar un tratamiento integral de los estados del ser humano antes mencionado.

BOTIQUÍN

El botiquín tiene un origen muy antiguo, desde las civilizaciones Egipcias, contaban con una caja que transportaba diversos instrumentos, mejor conocida como la caja del serrucho la cuál portaba un gran cortador de huesos.

Posteriormente el botiquín más moderno se desarrollo por un medico Alemán de nombre Whilhelm Wienerschnitzel, sin embargo esté fue traicionado por su colega ruso de apellido Votikyn el cuál patento el invento con su apellido. Posteriormente el Botiquín se fue asociando con las boticas ya que eran en estos establecimientos donde se surtían los elementos de que contenían los botiquines, además de que eran los boticarios conocidos por sus botiquines portables para las consultas a domicilio. [45]

El botiquín fue un elemento indispensable en las casas, como elemento de emergencia y uso cotidiano, había dos tipos, los fijos que se encontraban en las casas, estos eran de aspecto pesado, generalmente de madera, con acabados finos dependiendo de la familia que lo poseía y los otros eran transportables en forma de maleta o maletín y quienes los portaban eran médicos, enfermeras y boticarios.

Hoy en día el botiquín sigue siendo un recurso de emergencia en los hogares e indispensable para paramédicos y médicos de profesión.



- Imagen 31: Botiquín egipcio.
- Imagen 32: Botiquín de madera tallada, Alemania siglo XIX.
- Imagen 33: Botiquín siglo XX.
- Imagen 34: Botiquín de paramédico.
- Imagen 35: Botiquín casero de plástico.

E
V
O
L
U
C
I
Ó
N

D
E
L

B
O
T
I
Q
U
Í
N

[45] <http://elreydelpop.over-blog.net/article-historia-del-botiquin-116774048.html>

DISEÑO DE PRODUCTO (ESPECULACIONES)

De acuerdo a las características vigentes del botiquín casero, se especulo sobre el tamaño, la forma, su contenido y diseño, a continuación se presenta la primera lluvia de ideas;



Tamaño portable



Diseño personalizado



Segura transportación



Posible entrega a domicilio



Atractivo visualmente



Embalaje Artesanal

Imagen 36-41: Recurso de google imágenes, titulo de busqueda: "cajas de cartón"

DISEÑO DE PRODUCTO (ESPECULACIONES)

CONTENIDO

● "Conciencia medicinal"

● "Amor estético"

CREMAS

De grado terapéutico para diferentes padecimientos de la piel como: flacidez, enrojecimiento, inflamación, resequedad, manchas, etc.

ACEITES ESENCIALES

Son un recurso de la aromaterapia que trabajan a nivel físico, emocional y mental.

INCIENSOS

De uso terapéutico como recurso de la aromaterapia para transformar atmosferas.

SHAMPOO

Como remedio herbolario para tratar la alopecia, contrarrestar la caída, aumentar el crecimiento y nivelar el Ph.

MASCARILLAS

De origen natural para restaurar y mejorar el aspecto estético de la piel, además de prevenir o erradicar padecimientos como acné e imperfecciones.

EXFOLIANTES

Como tratamiento complementario de skincare para remover la piel muerta.

INFUSIONES

Preparados herbolarios de varias plantas, de origen orgánico, con grado terapéutico para la digestión, insomnio, diuresis, etc.

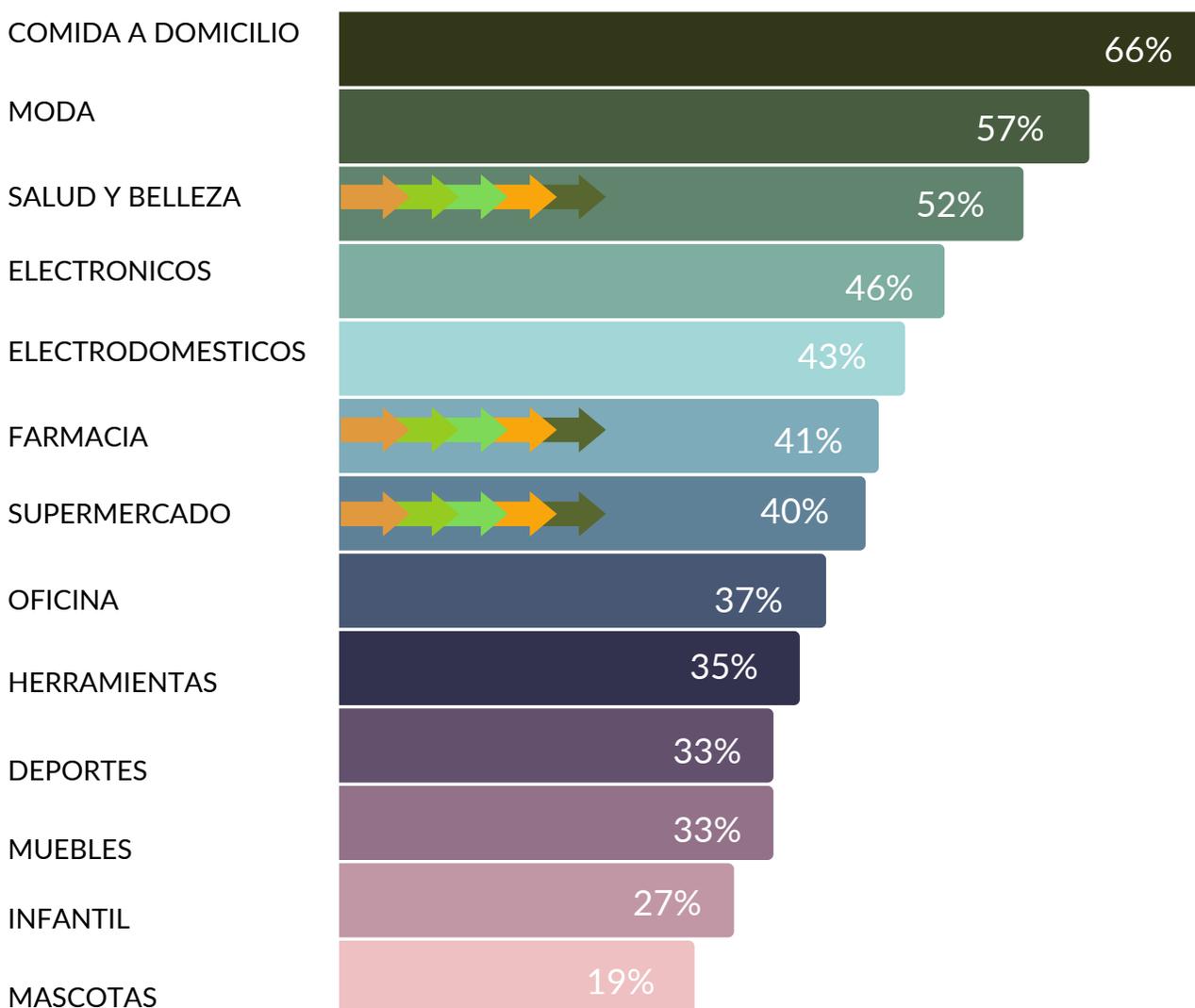
MACERACIONES HERBOLARIAS

Son preparados de varias plantas, macerados en alcohol o aceite para extraer y conservar las propiedades de las plantas por mayor tiempo.



CONTENIDO JUSTIFICACIÓN

Statista es un portal de estadísticas que se dedica a realizar encuestas en línea de varios países, su base de datos se renueva año con año, la siguiente grafica son de resultados de una encuesta en México 2021, con 907 encuestados, mayores de 18 años, donde se determinan las principales compras en línea, titulada "Porcentaje de compradores en línea en México 2021". [46]



En esta grafica se encuentra un listado de los productos más vendidos en plataformas digitales, siendo que el botiquín que se propone puede estar en tres de este top 10 (resaltadas con flechas).

Lilián Robayo, directora de Medios para América Latina PPMI, escribió para mundo PPMI, que durante sus estudios del 2019, se ve un gran incremento de compras de productos de cuidado personal, aumentando un 7% su valor en el mercado. [47]

[46] <https://es.statista.com/estadisticas/640074/principales-categorias-de-compra-online-por-porcentaje-de-compradores-mexico/>

[47] <https://www.mundoppmi.com/empaque/inteligencia-de-negocios/article/14037212/sigue-creciendo-en-mexico-la-demanda-de-productos-para-cuidado-personal>

Las cremas son un preparado semi solido de aplicación tópica, la cual tiene un base entre el 35% y el 65% de agua[48], sus usos pueden varias dependiendo de su composición química y la consistencia dependerá de sus propiedades grasas, hidratantes y tonificantes; sus efectos pueden ser en un tiempo (lipófilo) donde se absorbe muy rápido a la piel y en dos tiempos (hidrófoba) la cual es más rica en aceites y puede tener una absorción más lenta, pero una hidratación más profunda.



Imagen 42: Crema de Aguacate,
Recursos Canva

Este producto se agrega a HERBAL BOX, indicado en la línea de "Amor estético"; en esta presentación se pretende que se llegue a un mercado importante, por eso se analizo cuales son los principales problemas cutáneos y los productos más vendidos en el mercado y cuales son las formulas con las que se pretende cubrir la demanda.

Por ello se investigó y planteo lo siguiente:

- Para rejuvenecimiento e hidratación.
- Para las manchas en la piel y quemaduras del sol:
- Para pieles sensibles con tendencia a inflamaciones y alergias.
- Para fatiga de las piernas.
- Para la hidratación de las manos.

" Según CB Insights, en 2023 la industria cosmética generará 800.000 millones de dólares, un 50% más que en 2017, cuando la facturación alcanzó los 530.000 millones" [49]

CREMAS: PROCESO DISEÑO

Para comenzar un proceso de diseño, fue necesario realizar una investigación a fondo de las opciones de mercado, las cuales se trabajaron en comparativa con los productos propuestos y así determinar si el producto puede ser atractivo para el mercado que se busca.

Los datos investigados fueron:

- Contenido Neto
- Variedad de presentaciones (envases)
- Etiquetas

[48]: <https://desesperada.org/de-que-estan-hechas-las-cremas>

[49] <https://www.eleconomista.es/status/noticias/10233767/12/19/En-2023-la-industria-cosmetica-generara-800000-millones.html>

1

CONTENIDO NETO



Marca: Avón

Contenido: 100ml



Marca: Victoria Secret

Contenido: 266ml



Marca: Nivea

Contenido: 100ml



Marca: St Ives

Contenido: 530ml



Marca: Mary Kay

Contenido: 51ml



Marca: Vichy

Contenido: 50ml.



Marca: Loreal

Contenido: 50ml



Marca: Dove

Contenido: 150ml



Marca: Jafra

Contenido: 50ml



Marca: Yves Roche

Contenido: 75ml



Marca: Maja

Contenido: 35ml



Marca: CeraVe

Contenido: 51ml



Marca: Goicochea

Contenido: 400ml



Marca: Phyto complex

Contenido: 150ml



Marca: Vanigel

Contenido: 250ml



Marca: Mom to mom

Contenido: 150ml

CORPORALES

PARA ROSTRO

PARA MANOS

PARA PIERNAS

De acuerdo a la investigación anterior, ejemplificando los tipos de crema más vendidos con las marcas más representativas en México, se determinó que el gramaje que más se repite es el de 100ml y 50ml, siendo muy variados, inclusive en la investigación se observó que varias marcas tienen dos presentaciones para un mismo producto, ejemplo:



Imagen 56-59: Resultados de búsqueda en Google imágenes, con el título de: Crema Nivea.

El mercado de un solo producto puede ser muy variado, sin embargo la gran variedad de opciones hace más accesible el producto para más personas.

Rendimiento aproximado:

Porción de 100gr:

De acuerdo a la revista digital "Grazia", la proporción correcta de aplicación es de un chicharo para el rostro y cuello, esto puede variar de acuerdo a las propiedades de la crema, si es en base agua o aceite; es decir que aproximadamente 1 gramo de crema rendiría para el rostro y cuello, mientras que entre 5 y 7 gramos para todo el cuerpo[50-1], suponiendo que el uso de la crema es diario, un envase de 100gr rendiría entre 15 a 35 días aproximadamente.

Porción de 50 gr:

Utilizando las mismas porciones que el ejemplo anterior un kit viajero para todo el cuerpo rendiría entre 7-15 días, ideal para un viaje corto o inclusive te da la oportunidad de llevar más de un envase para tener más días cubiertos o tener una variedad de tratamientos.

[50-1]<https://graziomagazine.com/es/articles/cuanto-dura-una-crema/> [Consultado el 22 de Agosto 2021]

2

ELECCIÓN DEL ENVASE DE 100ml

Se determinó que el material sería vidrio debido a que es más elegante, se puede reciclar el recipiente, además de higiénico. A continuación las opciones de frascos que se encuentran en el mercado con la capacidad de 100ml:



Imagen 60-63: Imágenes de frascos de vidrio de diferentes catálogos online de distribuidores en México.

La elección del envase se determinó en base a diferentes variables como fue el costo, tamaño, color, forma y capacidad. En la siguiente imagen se muestra el frasco elegido



Imagen 61: Envase de cremera con tapa blanca.

Capacidad de 100ml, de color transparente con tapa metálica en color blanco, su fabricación es común, por lo que es más sencillo de encontrar con varias distribuidoras de envases en Morelia.

Su costo actual es de \$13.4 pesos, aplicando un 10% de descuento en cantidades superiores a 50 piezas.

La forma y tamaño del frasco también interviene directamente con el diseño de una etiqueta, por ello es importante tener una buena superficie para trabajar en la imagen estética del producto, ya que la etiqueta le da una identidad al contenido.

3

ELECCIÓN DEL ENVASE DE 50ml

En esta variable se determinó que convenía hacer una presentación portable, apta para viaje, a continuación las opciones del mercado con material de vidrio:



En primera instancia se descartó la opción de una botella de vidrio, debido a que no se encuentran muchas opciones en el mercado que cubran con las necesidades y características que se requieren para hacer de una imagen portable y segura. Ahora véase las opciones de plástico:



Imagen 62-66: Imágenes de frascos de vidrio de diferentes catálogos online de distribuidores en México.

El frasco que se eligió fue el de la imagen de la derecha, es de plástico, las opciones de la tapa eran varias, en plástico en color negro y blanco, además de la opción con tapa metálica, se eligió la tapa metálica por qué aporta más originalidad y estética, su capacidad es de 50ml y su color transparente.

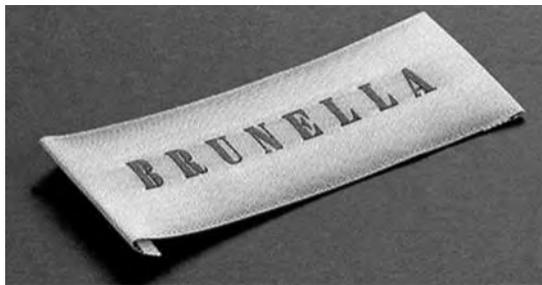
4

ETIQUETAS

Según Stanton, Etzel y Walker, la etiqueta es "la parte de un producto que transmite información sobre el producto y el vendedor. Puede ser parte del empaque o estar adherida al producto" [50].

La etiqueta es una parte muy importante de un producto, ya que por este medio se identifica una marca y las características básicas de un producto, existen varios tipos de etiquetas: Etiqueta de marca, etiqueta descriptiva, etiqueta de grado, etiqueta obligatoria y etiqueta no obligatoria.

Etiqueta de marca: Son aquellas que solo están vendiendo un nombre, ejemplo las etiquetas de la ropa, aplicadas directamente en el producto o empaque. [51]



Etiqueta de grado: es un tipo muy especial con el que se juzga la calidad del producto mediante una letra, numero o palabra. [53]



Etiqueta descriptiva: Es aquella que describe brevemente el uso, fabricación y cuidado, ejemplo: las etiquetas de medicamentos y productos nutricionales. [52]



Etiqueta obligatoria y no obligatoria: las obligatorias son aquellas regidas por normas gubernamentales para proteger la salud y seguridad del usuario y las no obligatorias son para los productos que no requieren información alguna, sin embargo no justifica no brindar información. [54]

Imagen 67 y 68: Resultados de búsqueda de Google imagenes, titulo de búsqueda: etiqueta de marca, etiqueta descriptiva.

[50] Del libro: «Fundamentos de Marketing», Decimocuarta Edición, de Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, McGraw-Hill Interamericana, 2007, Pág. 289.

[51] Del libro: «Marketing», Novena Edición, de Kerin Roger, Hartley Steven y Redelius William, McGraw-Hill Interamericana, 2009, Pág. 299.

[52] Del libro: «Mercadotecnia», Tercera Edición, de Fischer Laura y Espejo Jorge, McGraw-Hill Interamericana, 2004, Págs. 201 al 206.

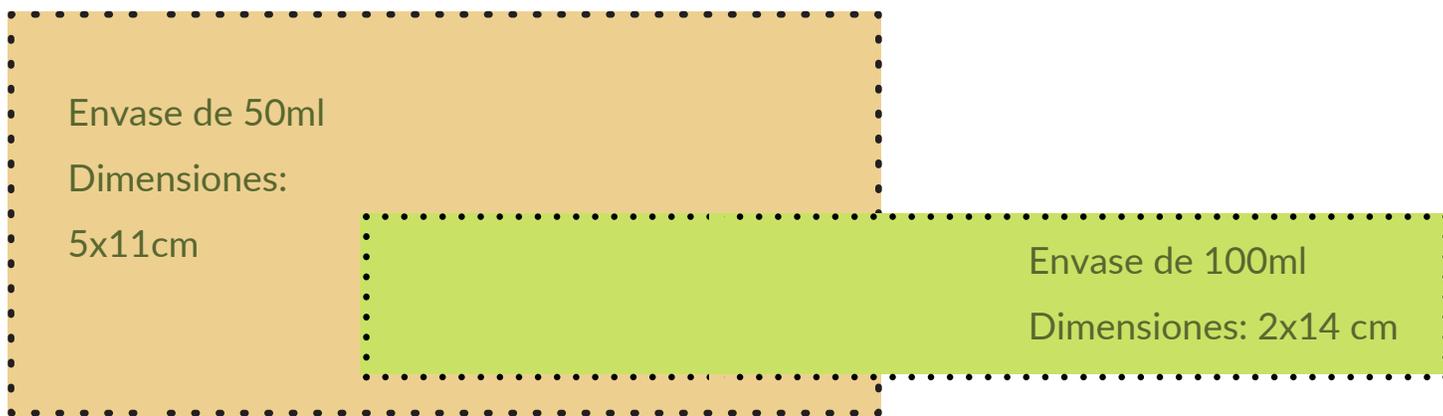
[53] Del libro: «Marketing», Novena Edición, de Kerin Roger, Hartley Steven y Redelius William, McGraw-Hill Interamericana, 2009, Pág. 299.

[54] Del libro: «Mercadotecnia», Tercera Edición, de Fischer Laura y Espejo Jorge, McGraw-Hill Interamericana, 2004, Págs. 201 al 206.

ETIQUETA ELEGIDA

De acuerdo con la investigación anterior se determinó que la etiqueta de los productos del HERBAL BOX, debían ser con una etiqueta descriptiva, ya que es necesario que los usuarios conozcan un poco de lo que están consumiendo, a pesar de que el producto está dentro de la categoría de no obligatorias, ya que no representa un peligro para la salud, aun así es necesario darles más información para causar una sensación de seguridad.

DIMENSIONES



CONTENIDO

Para las etiquetas se determinaron los siguientes elementos básicos de un producto de esta índole.

- Marca
- Logo
- Nombre
- Uso
- Descripción
- Contenido neto
- Información de contacto



Imagen 69: EJEMPLO: Etiqueta de células madre de mi rebotica

CONTENIDOS DE ETIQUETAS

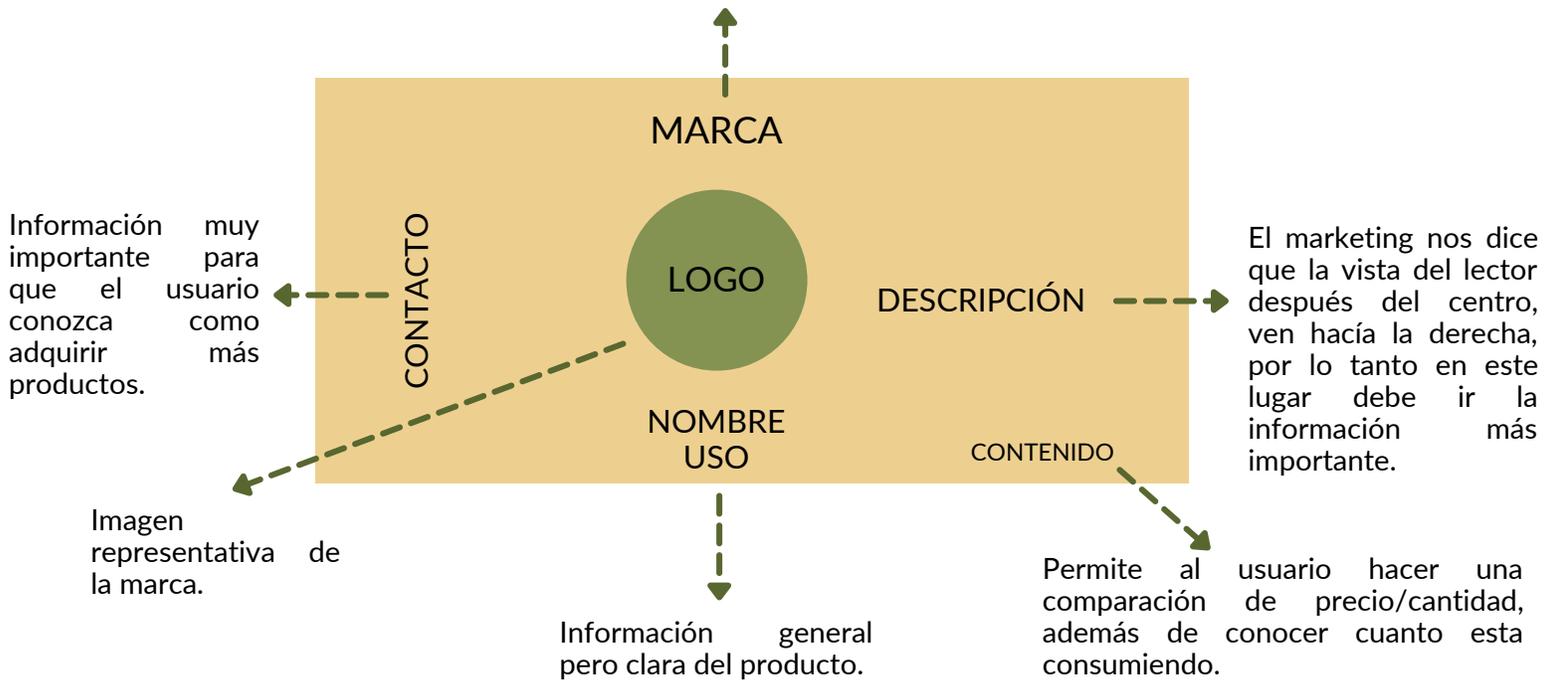
Con respecto a lo que dicta la Comisión Estatal de Protección Contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS), publico en el Diario Oficial de la Federación la norma sobre el etiquetado de **productos cosméticos**, con el siguiente código: **NOM-141-SSA1/SCFI-2012**, (ligados con las siguientes normas: productos preenvasados **NOM-002-SCFI-1993**, sistema general de unidades de medida **NOM-008-SCFI-2002**, información general del contenido de la etiqueta **NOM-030-SCFI-2006**) en dicha norma se establece lo siguiente: tipo de productos cosméticos, sus nombres oficiales, la nomenclatura utilizada según su origen, estado de la materia, abreviaturas, etc. así como las sanciones legales en caso de infringir o no apegarse a lo que se establece; con respecto a los productos que se presentan en esta tesis no se ven obligados a presentar formulas químicas o ingredientes específicos, ya que ninguno de los ingredientes representa un riesgo a la salud, como indica dicha norma en caso de contener ciertos ingredientes que se pueden ver más claramente en el comunicado; los productos que sí requieren dicha descripción explícita son los protectores solares, cremas depilatorias, desmaquillantes, aclarantes, colorantes, alaciadores o bronceadores, cuyo caso deberá también contar con una leyenda de método de uso y advertencias.

Con respecto a lo que la ley confiere no estamos obligados a declarar las formulas del contenido de los productos, además de que dichas formulas aún no se encuentran registradas y por protección a la propiedad creativa a intelectual de dichas cremas, no se declaran en esta tesis. Pero se aclara que dicho registro se encuentra en proceso, para en un futuro se puedan incluir en las etiquetas, el cuál puede tardar de 6 a 9 meses, como lo fue el registro de la marca Mayeeh Artesanal, cuyo registro se puede observar en el Anexo 8.



DISTRIBUCIÓN Y DISEÑO

Nombre que respalda y da profesionalismo a los productos.



RESULTADOS PILOTOS



5

PROCESO A DETALLE DEL ENVASADO



El primer paso es pesar el envase y descontar su peso en la bascula de gramos, el frasco de 100ml, pesa entre 98 y 100gr, mientras el de 50ml pesa entre 8 y 10 gr.

1

2

Después se vierte el producto, hasta completar los 100gr. con exactitud para los 100ml y 50gr. para el envase más pequeño.

3

Por ultimo se coloca la tapa, en total el envase de 100ml llega a pesar los 204 o 205gr. y el de 50ml, pesa 60 a 63 gr.



Imágenes 70-75: Fotografías del proceso de envasado de Sofía Lucero.

CREMA DE AGUACATE

La crema de aguacate enriquecida con vitamina E, es una formula altamente hidratante, con un aroma suave y anti edad, gracias a la vitamina E y sus ingrediente estrella rico en aceites esenciales.

A fines prácticos de esta tesis no se revelará el proceso de elaboración de las cremas, sin embargo a continuación se describe el proceso de diseño que se llevo a cabo.

1

ETIQUETA

PROTOTIPO A



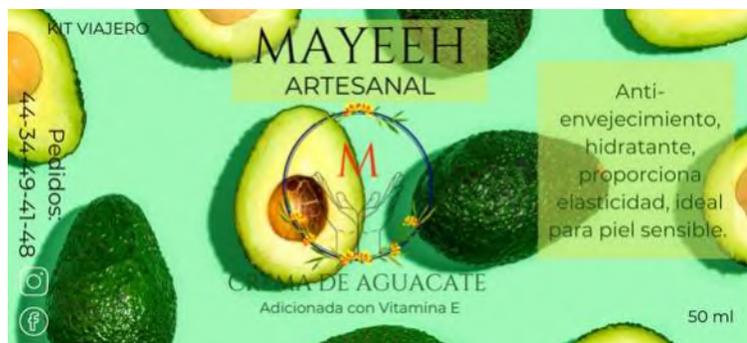
Este primer prototipo se determinó que los colores no representaban en el ingrediente principal del producto.

PROTOTIPO B



El segundo si tenía colores muy claros del aguacate, sin embargo el fondo estaba sobre cargado, lo que impedía la visualización del texto.

PROTOTIPO C



La tercera fue la elegida, la cual es una etiqueta con ilustración de mayor realismo, colores fuertes y sin sobre saturación de información.

Imágenes 76-78 prototipos de etiqueta de Sofía Lucero.

2

ENVASADO Y ETIQUETADO



El proceso de envasado y etiquetado fue un proceso muy sencillo sin embargo de mucho tiempo, debido a que el proceso es 100% manual, las etiquetas fueron impresas en un papel con pegamento de calidad semi plástica, en un formato de tamaño tabloide, del cual se cortaron a mano 14 etiquetas en sus 4 bordes cada una, para que fuera exacto, después se colocó el envase en una bascula eléctrica de gramaje, donde se restaba el peso del envase y después se hacía el llenado con ayuda de una bolsa plástica a forma de embudo, colocar la etiqueta fue de igual manera una tarea fácil, aproximadamente en el envasado y etiquetado se invierte 1.3 minutos por pieza.



Imágenes 79-85: fotografías de Sofía Lucero.

RESULTADO FINAL DE
FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO PARA
REDES SOCIALES

2

ENVASADO Y ETIQUETADO



En el caso el recipiente más grande su elaboración fue casi del mismo tiempo, debido a que el recorte de las etiquetas es más tardado, ya que en un formato tamaño tabloide se obtienen 52 etiquetas, sin embargo su llenado es más rápido ya que la boca del recipiente es mucho más grande y se permite utilizar otros instrumentos como una cuchara medidora.



RESULTADO FINAL DE
FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO PARA
REDES SOCIALES

Imágenes 86-92: fotografías de Sofía Lucero.

CREMA DE SÁBILA

La crema de sábila esta enriquecida con todas las propiedades del Aloe Vera, cicatrizante, desinflamatoria, analgésico, antiséptico y demulcente; además de contener Vitamina E la cuál es un antioxidante ideal para detener el envejecimiento de la piel; esta crema se recomienda para pieles sensibles, ideal por sus propiedades humectantes y refrescante.

1

ETIQUETA

PROTOTIPO A



En esta primer etiqueta se descarto debido a que los cortes de la sábila no eran un representante claro del aloe vera.

PROTOTIPO B



En la segunda se trato de mantener la idea de la sábila cortada para apreciar el interior el gel, sin embargo los colores del fondo no hacen posible visualizar las letras.

PROTOTIPO C



La tercer etiqueta fue la elegida ya que la forma de la penca completa de la sábila es una de las más conocidas, además de que los colores si permitían ver las letras.

Imágenes 93-95 prototipos de etiqueta de Sofía Lucero.

CREMA DE SÁBILA



Imágenes 94-99: fotografías de Sofía Lucero.

El "Aloe Vera" mejor conocido como sábila, es una planta con muchas propiedades, su composición química es rica en Vitaminas (Ácido fólico, B1, B2, B3, B6, E, C, colina y betacaroteno), minerales (Calcio, magnesio, potasio, zinc, sodio, cobre, hierro, manganeso, fósforo, cromo), carbohidratos (Celulosa, galactosa, glucosa, xilosa, manosa, arabinosa, fructuosa y acemanano), enzimas (Amilasa, ciclooxidasa, carboxipeptidasa, lipasa, catalasa, oxidasa, etc.), lípidos (Esteroides, ácido salicílico, triglicéridos, saponinas, giberelina, triterpenos, sorbato de potasio), compuestos orgánicos y aminoácidos. [55]

Sin embargo uno de los problemas que se presentan al trabajar con esta planta es que requiere un proceso complejo, debido a que el gel del aloe vera se oxida rápidamente al tener contacto con el oxígeno y se ha demostrado que muchos de los procesos tradicionales para extraer sus propiedades, terminan desactivando los beneficios de este.

El proceso de extracción consiste en lo siguiente: Recepción de hojas de Aloe Vera, lavado, fileteado, homogenización, adición de enzimas (para evitar la oxidación), filtración, adición de vitamina C y ácido cítrico, desaereación, pasteurización, enfriamiento rápido, empaclado y almacenamiento. (Descripción para la producción común de gel de Aloe Vera, Adaptada de Ramachandra y Srinivasa, 2008).

2

ENVASADO Y ETIQUETADO



Los nuevos métodos de procesamiento de la materia orgánica, nos ha permitido conservar las propiedades de las plantas, en una mayor concentración, haciendo que un método natural sea potenciado, sin añadir ningún químico tóxico.

La crema de sábila tiene una fórmula muy simple, ya que el gel de Aloe Vera ya le proporciona bastantes propiedades, pero se le añadió vitamina E, como a la mayoría de los productos de Mayeeh Artesanal, para incrementar los beneficios de uso tópico.



RESULTADO FINAL DE FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO PARA REDES SOCIALES

Imágenes 100-106: fotografías de Sofía Lucero.

CREMA DE TEPEZCOHUIE

El tepezcohuite es un árbol que se encuentra en varias partes de América, es conocido también con el nombre de mimosa, es de un tronco delgado fibroso y espinudo, puede alcanzar hasta los 6 metros de altura y es uno de los árboles más usados en la medicina tradicional mexicana, debido a sus múltiples propiedades, en crema su uso principal es eliminar las marcas de acné, las manchas de sol, aliviar rozaduras, aclarador y desinflamatorio.

1

ETIQUETA

PROTOTIPO A



En este primer diseño las letras no se pueden visualizar bien, además que la imagen de fondo no es 100% representativa de la especie que se usa para elaborar el producto.

PROTOTIPO B



Este segundo prototipo si es representativo del árbol, sin embargo la flor al centro compite con el logo y roba la atención de la demás información.

PROTOTIPO C



El tercero fue el elegido debido a sus colores más claros y constantes, con tonos representativos de la planta, además de destacar los filamentos de la flor.

Imágenes 107-109 prototipos de etiqueta de Sofía Lucero.

CREMA DE TEPEZCOHUIE



El tepezcohuite también conocido como cabrera, carbón colorado, jurema, yurema, calumbi, entre otros, es un árbol nativo de Sudamérica, de la cuál se conocen dos especies principales, la de Brasil y la de México; la parte que más se utiliza es la corteza de la raíz y del tronco, la cuál es secada y posteriormente pulverizada, en sus usos tópicos se encuentra: aliviar quemaduras, heridas, desaparecer cicatrices y manchas, pero también se comercializa en capsulas para tratar las úlceras estomacales, en jarabes para la tos y bronquitis. [33]



RESULTADO FINAL DE
FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO PARA
REDES SOCIALES

Imágenes 110-116: fotografías de Sofía Lucero.

CREMA DE TEPEZCOHUIE



CORTEZA DEL ÁRBOL DE TEPEZCOHUIE

PULVERIZACIÓN DE LA CORTEZA

Imágenes 117-123: fotografías de Sofía Lucero.

CREMA DE ÁRNICA Y MANZANILLA

El árnica es una planta que se usa desde el siglo XII, tiene propiedades analgésicas y desinflamatorias muy fuertes, que en combinación con la manzanilla y mentol hacen un efecto relajante en las piernas, en sus propiedades se encuentra que: activa la circulación, combate las varices y celulitis, tónico estimulante, reafirmante y des inflamatorio, con efecto refrescante.

1

ETIQUETA

PROTOTIPO A



La primera imagen se adecuó muy bien, sin embargo se pudo a consideración que planta debería representar la imagen, por lo que se optó por otras opciones de la manzanilla.

PROTOTIPO B



En la primera opción de la manzanilla se descartó debido a que la imagen de fondo generaba mucho ruido, lo que generaba imposible leer o concentrar la vista en un objetivo particular.

PROTOTIPO C



La tercera opción fue la elegida debido a que conserva los colores pasteles de fondo como la crema de aguacate y sábila, además de no competir con la información.

Imágenes 124-126: prototipos de etiqueta de Sofía Lucero.

CREMA DE ARNICA Y MANZANILLA



En el caso de la crema de árnica y manzanilla, se encuentra indicada para las piernas, se determinó que solo se tendría una presentación de este producto, ya que la mayoría de las cremas que se encuentran en el mercado para tratar este padecimiento, son de tamaño grande, superior a los 200ml, considerando que la presentación de 100ml es ya una versión de bolsillo.



RESULTADO FINAL DE
FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO PARA
REDES SOCIALES

Imágenes 127-133: fotografías de Sofía Lucero.

CREMA DE GARDENIAS

La gardenia es un árbol frondoso que genera unas flores blancas muy aromáticas, sus propiedades principales son analgésicas y sedante, pero es mejor conocida por su fragancia dulce y delicada; esta crema se elaboró con una base humectante, añadida con vitamina E y aceite de coco para prolongar la hidratación, además de una fuerte fragancia de gardenias, ideal para hidratar la piel, es de uso corporal sin embargo se recomienda principalmente en manos como humectante.

1

ETIQUETA

PROTOTIPO A



Este primer prototipo de etiqueta fue muy claro, sin embargo los colores del fondo no transmitían frescura y suavidad de otorga el producto.

PROTOTIPO B



La segunda etiqueta tenía tonos más claros, el texto se apreciaba muy bien sin embargo no se entendía por completo el mensaje de las flores.

PROTOTIPO C



La tercera imagen fue la ideal, correctamente iluminada, con colores claros y suaves que no competían con el texto, además de una buena apreciación de las flores.

Imágenes 133-135: prototipos de etiqueta de Sofía Lucero.

2

ENVASADO Y ETIQUETADO



Para la crema de gardenias y su recomendación de uso en manos, también se determinó que solo tendría una presentación, ya que en el mercado también se observó que este tipo de crema solo tenía presentación de bolsillo, ya que su uso es más frecuente, por lo tanto es pequeño para poder ser portable.

Su consistencia es más líquida que las anteriores debido a que tiene aceite de coco para mejorar la hidratación, sin olvidar la vitamina E.



RESULTADO FINAL DE
FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO PARA
REDES SOCIALES

Imágenes 136-142: fotografías de Sofía Lucero.

EXFOLIANTES

 "Amor estético"

La exfoliación es la eliminación de células muertas para su propia regeneración, para el beneficio directo de la dermis, con ello evitar las manchas, irritaciones, resequedad, palidez, etc. (Ronald,2004) [57]

Los exfoliantes se clasifican en varios tipos:

NATURALES: de consistencia granulosa o cremosa:

- Semillas
- Herbales
- Minerales
- Arcillas
- Algas
- Enzimáticos: frutales.

QUIMICOS:

- Ácidos frutales
- Ácidos lácticos
- Ácido glicólico
- Ácido pirúvico
- Ácido salicílico, entre otros. (Mourelle; etal, 2009)

El exfoliante que elaboró Mayeeh Artesanal, consiste en un exfoliante natural herbal, de aplicación en seco, la cual consiste en una aplicación directa sobre la piel con ayuda de los dedos, una esponja o guante, dando ligeros masajes para activar la circulación superficial, con una duración de 5 minutos aproximadamente.

Recomendado como tratamiento de skincare, en primer paso, en conjunto con una limpieza profunda, con agua y jabón.



Imágenes 143: Mascarillas, recurso de canva.

EXFOLIANTE DE TÉ VERDE



Elaborado con ingredientes naturales como: azúcar morena de medio grano, aceite de coco, miel como conservador natural, esencia de té verde, aceite de árbol de té, vitamina E y té verde deshidratado.

No contiene colorantes, ni conservadores artificiales, elaborado con estándares de calidad e higiene.

Su uso es externo, para eliminar la piel muerta, como pre depilación y reducir notoriamente el acné, por sus propiedades astringentes.



RESULTADO FINAL DE
FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO PARA
REDES SOCIALES

Imágenes 144-150: fotografías de Sofía Lucero.

EXFOLIANTE DE HUESO DE AGUACATE



La Persea americana, mejor conocida como aguacate o palta, es un árbol que alcanza hasta los 6 metros de altura y genera una fruta comestible para el ser humano, de una riqueza nutritiva en todos sus elementos, desde las hojas, el fruto, la cascara del fruto y su semilla, ya que todos ellos tienen muchos compuestos bioactivos que potencian la salud.

Entre sus propiedades del hueso encontramos ácido oleico, vitamina E, luteína, polifenoles, entre otros, cuyos beneficios son una fuerte actividad antioxidante. [58]



Imágenes 151-157: fotografías de Sofía Lucero.

PROCESO DE ELABORACIÓN

El proceso de la elaboración de este producto es bastante tardado, por lo siguiente:

1. Elegir el mejor fruto.
2. Extraer la semilla, mejor conocida como hueso.
3. Lavar muy bien la semilla y dejar secar al sol directo por 2 días.
4. Después de dos días la capa de piel de la semilla se abra desprendido y se podrá apartar para ser usada después.
5. Siguiente paso: se raya el hueso en pequeñas limaduras.
6. El rayado se deja secar otros dos días.
7. Una vez seco se procesa para una textura más fina y se añade la piel del hueso que previamente se aparto.
8. Una vez que se obtiene ese producto, se puede realizar el exfoliante.
9. Se añaden los demás ingredientes: azúcar morena, vitamina E, esencia de árbol de té, aceite de aguacate y miel.



Las arcillas son de los tratamientos estéticos más antiguos de la historia, ya que contienen muchos beneficios como:

- Eliminar toxinas
- Reparar tejidos
- Oxigenar la piel
- Aportar minerales
- Desintoxicantes
- Hidratantes
- Anti acné
- Regeneradoras
- Anti-arrugas
- Desinflamatorias
- Activadores de la circulación
- Depuradoras
- Antibacterianas
- Curativas
- Regeneradora de células
- Revitalizantes

Cada mascarilla tiene propiedades diferentes, por lo cuál es necesario elegir la correcta, de acuerdo al tipo de piel, ya sea piel grasa, seca, mixta, madura, sensible, etc.

Antes de usar una mascarilla la piel debe estar completamente limpia con agua y jabón, el arcilla que se encuentra en polvo, previamente tratada para eliminar impurezas que no son necesarias, se rehidrata con la misma cantidad de agua y se aplica suavemente sobre la piel, aproximadamente 10min, dependiendo del clima y su rapidez para secarse; pasado el tiempo se enjuaga el arcilla con abundante agua, algunas arcillas suaves se pueden lavar dando un ligero masaje circular con las yemas de los dedos para hacer una exfoliación profunda. [59]

Imagen 170: Arcilla, Recursos de canva.

ARCILLAS NEGRA



El arcilla negra tiene un origen volcánico con alto contenido en minerales como: hierro, magnesio y carbón, siendo este último el principal mineral que compone esta arcilla.

Esté tipo de arcilla se recomienda para todo tipo de pieles.

Se recomienda para controlar el ph de la piel, eliminar impurezas, piel muerta, controlar la grasa y eliminar el acné.

Esta arcilla es suave e ideal también para pieles sensibles que sufren de inflamaciones o enrojecimiento, controlando paulatinamente estos síntomas, además de un efecto aclarador.



RESULTADO FINAL DE FOTOGRAFÍA DE
PRODUCTO PARA REDES SOCIALES

Imágenes 171-174: Fotografías de Sofía Lucero.

ARCILLAS VERDE



El arcilla verde es de un origen marino, contiene algas y otros minerales como: hierro, potasio y calcio.

Esta arcilla se recomienda para pieles grasas y mixtas.

Entre sus beneficios son eliminar el exceso de grasa, sin deshidratar la piel, aporta nutrientes por su composición en algas, limpiador y purificante.

Se recomienda su utilización de 1 a 3 días a la semana, alternando los descansos, dependiendo de los resultados que se desean obtener.



RESULTADO FINAL DE FOTOGRAFÍA DE
PRODUCTO PARA REDES SOCIALES

Imágenes 175-178: fotografías de Sofía Lucero.

ARCILLAS ROJA



Esta arcilla es de las más comunes, no solo en la cosmetología sino también en la alfarería, para tener un grado cosmético es necesario una limpieza y esterilización de la misma, para eliminar impurezas y residuos orgánicos que contaminen la piel, por ello no se recomienda utilizar cualquier arcilla; la roja tiene alto contenido en hierro, cobre, magnesio y calcio.

Se recomienda para pieles maduras y cansadas.

Entre sus beneficios es restauradora, regeneradora de piel nueva, astringente, estimula la cicatrización, efecto blanqueador y ayuda a suavizar las líneas de expresión.



RESULTADO FINAL DE FOTOGRAFÍA DE
PRODUCTO PARA REDES SOCIALES

Imágenes 179-182: fotografías de Sofía Lucero.

SHAMPOO

● "Conciencia medicinal"

El shampoo es uno de los productos más usados en higiene personal desde hace milenios, desde los egipcios quienes usaban una mezcla de cítricos, pero fueron los griegos quienes comenzaron a elaborar mezclas herbales aromáticas, para la limpieza del cabello[77], cuyo fin se limitaba únicamente a la limpieza profunda del cuero cabelludo; hoy en día se utiliza el shampoo para tener distintos beneficios como es: contrarrestar la caída, eliminar o prevenir la caspa, acelerar el crecimiento, regular el Ph, etc.

En el mercado se pueden encontrar un sin fin de marcas, con diferentes beneficios, consistencias, aromas y precios, pero en su mayoría con muchos químicos y conservadores artificiales que pueden alterar la naturaleza del cabello, generando otros problemas a largo plazo.



Imágenes 183: fotografías de Sofía Lucero para Mayeeh Artesanal

El shampoo que se presenta para HERBAL BOX es un producto ya prediseñado de la marca MAYEEH Artesanal, con la presentación que se observa en la imagen, este producto está inspirado en todas las necesidades contemporáneas que se necesita para mantener un estado saludable del cabello, apoyado en plantas selectas como: romero, sábila, cola de caballo, hueso de aguacate, hueso de mamey, espinosilla, aceites esenciales de lavanda y almendras, entre mucho más ingredientes; la diferencia con los shampoo comerciales es que no contiene químicos añadidos, ni conservadores artificiales, como conservador se usa la miel pura de producción local y su consistencia es completamente líquida ya que se dispensa la utilización de espesantes, sin embargo si tiene un efecto de espuma suave para el lavado gracias a una propiedad fitoquímica de ciertas plantas llamada "saponina", la cual genera dicho efecto, que no es más que un alivio mental que genera mayor limpieza.

Este producto no es solo de limpieza, sino tiene un grado terapéutico ya que combate la alopecia, acelera el crecimiento, regula el ph, disminuye la dermatitis seborreica del cuero cabelludo, previene y combate la caspa, entre otros.

[60]: <https://curiosfera-historia.com/historia-del-champu-origen-inventor/>

SHAMPOO REDISEÑO



CAMBIO
DE
IMAGEN



Imágenes 184-185: fotografías de Sofía Lucero para Mayeeh Artesanal.

Al ser un producto de Mayeeh Artesanal, no se realizó muchos cambios más que de imagen, se conservó el mismo envase conocido como Boston, pero se cambió el color, anteriormente de color transparente y ahora con un envase blanco, el cual le aporta más limpieza y elegancia, la etiqueta se mantuvo con los mismos colores, sin embargo ahora con el nuevo color de imagen, resalta todos los elementos.



RESULTADO FINAL DE
FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO PARA
REDES SOCIALES

Imagen 186: Preparación del shampoo, fotografía de Sofía Lucero

Imagen: 187: fotografías de Sofía Lucero.



Imágenes 189: Herbolaria, recursos de canva.

El sentido del olfato se encuentra directamente conectado con el sistema límbico compuesto de la glándula pineal, tálamo, hipotálamo, pituitaria, hipocampo, amígdala, fórnix, giro cingulado y cuerpo mamilar; dicho sistema se encuentra en una parte del cerebro que se encarga de procesar las emociones y la memoria, por ello es que en ocasiones los aromas los remontan a vivencias pasadas, personas o lugares.

El Dr. Alan Hirsch, neurólogo radicado en Chicago, realizó un estudio que demostró que los pacientes que perdieron el olfato sufrían significativamente de problemas como la depresión y ansiedad.

La Aromaterapia se encuentra fundamentada en el uso de aromas y aceites esenciales, los cuales trabajan a nivel mental y emocional, sin embargo también se encuentran enriquecidas de propiedades para combatir bacterias, virus y hongos, además de componerse de hormonas y muchos nutrientes.[61]

Para el botiquín se ideó la utilización de 7 esencias principales para combatir los padecimientos más comunes como:

- Lavanda: relajante y anti-estrés.
- Menta: digestiva y desinflamatoria, antiespasmódico.
- Canela: Auxiliar en cefaleas.
- Eucalipto: expectorante, anti viral.
- Clavo: Analgésico, antibiótico, antirreumático.
- Árbol de té: antiséptico, bactericida y cicatrizante.
- Manzanilla: Analgésico, antiinflamatorio, cicatrizante, carminativo, bactericida. [62]

[61] Aromaterapia: esencias de plantas para tu salud, Rafael Valle Rivera, M.A., NL

[62] Manual de Aromaterapia, Dr. Héctor B. Sierra Alcázar, Artesano Natural S.A.de C.V

ELABORACIÓN



Se eligió una presentación de 5ml, para que el precio fuera más accesible, ya que la extracción de una esencia de forma casera resulta ser un trabajo costoso, el cuál se describe a continuación:

- Se corta la planta fresca.
- Se pone a secar en completa sombra, esta debe conservar el mismo color que cuando estaba fresco (2 imagen).
- Una vez seca, se coloca en el alambique casero con 2lt de agua por 500gr de planta aproximadamente.
- Después de pasados 40min comienza el proceso de extracción, donde se genera agua perfumada y aceite.
- La hoya exprés se conecta por su válvula a una espiral de cobre, la cual se encuentra sumergida en agua muy fría con hielos, para posteriormente conectarse con un tercer recipiente que recibe todo el extracto.
- Se separa el aceite del agua perfumada.
- Se envasa.

Este proceso tiene un costo aproximado de 250 pesos (entre plantas, agua, hielos y gas), donde se extrae aproximadamente 50ml de aceite esencial. por lo que costaría \$25 pesos los 5ml.

Imagen 190: Invernadero "Jardín del cubilete" en Uruapan, fotografía de Sofía Lucero.

imagen: 191: Secado en sombra, fotografía de Sofía Lucero.

Imagen 192: Alambique casero, imagen de recursos de Google imágenes.

ESENCIAS ELABORACIÓN



Para este producto fue difícil determinar el tamaño y el envase que se requería, para ello se busco en el mercado el tamaño que tenían las esencias, los tamaños más comunes fueron de 20ml, 10ml, 8.5ml y 5ml.



Imágenes 193-196: Recursos de Google imágenes, búsqueda: esencias.

Se eligió una presentación de 5ml, para que el precio fuera más accesible, ya que la extracción de una esencia de forma casera resulta ser un trabajo costoso, el cuál se describe a continuación:

- Se corta la planta fresca.
- Se pone a secar en completa sombra.
- Una vez seca, se coloca en el alambique casero con 2lt de agua por 500gr de planta aproximadamente.
- Después de pasados 40min comienza el proceso de extracción, donde se genera agua perfumada y aceite.
- Se separa el aceite del agua perfumada.
- Se envasa.

Este proceso tiene un costo aproximado de 200 pesos, donde se extrae aproximadamente 50ml de aceite esencial. por lo que costaría \$20 pesos los 10ml.

El frasco que se encontró en el mercado fue un envase de vidrio de 5ml, usado para esmalte, pero se le retiro la brocha para cumplir su función.

Imágenes 197-200: fotografías de Sofía Lucero.



Imagen 201: Inciensos, recursos canva.

El incienso es un elemento muy antiguo, el cual durante mucho tiempo fue la base de la riqueza de países como Omán y Yemen, pero fue el pueblo fenicio quien introdujo el incienso a Occidente, ya hace más de 3,000 años; esta sustancia era tan codiciada que solo podían disfrutarla los altos rangos como los reyes y sacerdotes, sus usos eran mayormente de culto y ritualistas, como para honrar a los muertos, alejar los malos espíritus, etc. Incluso en la biblia aparece como los Reyes Magos obsequiaron al niño Jesús incienso, como símbolo de purificación, poco a poco el incienso fue volviéndose más común y parte del día a día de muchas culturas, convirtiéndose actualmente la India como el primer productor y exportador de este elemento.

Si bien en la actualidad sigue siendo mayormente consumido con un fin ritualista y supersticioso, también tiene un fin terapéutico, debido a que tiene el elemento de transformar los espacios, generando una atmosfera de paz, tranquilidad y armonía.

El incienso más antiguó provenía de una resina, que al ser quemada con fuego despedía un olor intenso, lo que ahora se conoce como copal, sin embargo también se utilizaba la mirra y amarres de distintas plantas como la salvia, la lavanda y el romero, hoy podemos encontrar una variedad inmensa de aromas, tanto naturales como artificiales, además de diversas combinaciones e incluso nombres con intenciones fijas como: éxito, buena suerte, fortuna, etc.

Se considero que el incienso tenía que ser parte de HERBAL BOX para poder transformar las atmosferas de los espacios y así generar más emociones positivas.

Para los inciensos que llevaría el botiquín se realizó un pedido de 50 cajas de inciensos con 36 aromas diferentes, de la marca ULLAS, estos inciensos son exportados desde la India, de gran calidad aromática, entre la gama de aromas se encuentran: fresa, eucalipto, mirra, laurel, coco y miel, frutos rojos, clavo, palo santo, rosas, copal, ámbar, lima-limón, café, antitabaco, frambuesas, frutos tropicales, menta, opio negro, entre otros aromas llamados: protección, buena suerte, 1 millón, lluvia de plata y oro, éxito, buen negocio, mamá y bebé, tantra y yoga, entre otros.



Los inciensos cuentan con su propio diseño, esté diseño tienen una imagen de fondo, del principal aroma o elemento que contiene el incienso, con sus respectivas instrucciones e ingredientes; para el botiquín se realizaron ramilletes sin envolturas de varios aromas, para que fuera más completo el botiquín.



Imágenes 201-203: fotografías de Sofía Lucero.

INFUSIONES

"Conciencia medicinal"

El uso de las plantas es muy extenso, ya que se pueden encontrar una variedad grande de presentaciones y preparaciones como plantas frescas o secas, en cocción, maceración o infusión, siendo esta última la más común. Existen muchos remedios herbolarios que tienen una preparación prologada, es decir de mucho tiempo de reposo como las maceraciones o tinturas, pero hay otras más rápidas como las infusiones o cocciones; la diferencia entre las dos ultimas es que la cocción se realiza con tallos, maderas, cortezas, raíces o cualquier elemento duro de la planta, mientras que las infusiones se hacen con las hojas, flores, tallos delgados o plantas trituradas que no requieren tanto calor para poder despedir sus propiedades.



Para fines de transformación de la materia prima (las plantas) a un producto comercial se optó por la utilización de plantas secas, las cuales conservan sus propiedades intactas si se realiza un buen secado y se pueden conservar en ambientes favorables por muchísimo tiempo.

Para diseñar este producto se desplegaron varios conocimientos tanto de herbolaria, fitoquímica, anatomía, diseño, marketing, etc., debido a que es el producto más complejo al ser el más utilizado y demandado en el mercado. (Véase el capítulo IV)

Algunas de las plantas que se utilizaron son:

- | | | | |
|-------------|-----------|-------------------|----------------|
| -Romero | -Hinojo | -Hierba buena | -Caléndula |
| -Lavanda | -Nurite | -Hojas de guayaba | -Azares |
| -Manzanilla | -Toronjil | -Camelina | -Anís Estrella |
| -Menta | -Té verde | -Gordolobo | - Orégano |



PRESENTACIONES EN EL MERCADO



En el mercado se pueden encontrar un sin fin de presentaciones para infusiones, las más comunes son las que se muestra en la primera imagen, la cuál es una caja que contiene sobres de fibras vegetales, completamente sellados, con una cantidad exacta en cada uno, algunas presentaciones incluye un empaquetado individual de cada sobre y otros no, su precio depende mucho de la calidad y la marca, pero se puede encontrar entre los \$20 pesos hasta los \$80, por una caja de 20 a 35 sobres.

El segundo son infusiones de plantas selectas, en un solo frasco, con instrucciones de uso, para que cada usuario consuma la cantidad recomendada, pero con la libertad de consumir la cantidad deseada, esta segunda presentación ronda entre los \$200 y \$250 pesos, de 100gr.

La ultima presentación que se investigo es una presentación premium, la cual consiste en una caja con infusiones selectas, con porciones individuales, de origen orgánico y con un diseño elaborado, costoso y elegante, dependiendo de la marca y la cantidad de cajas o sobres que contenga, pero se puede encontrar una presentación desde \$400 hasta \$800 pesos o más.

FRASCOS PARA ENVASADO

De acuerdo a las opciones del mercado se optó por una presentación pequeña, elegante e individual, con un envase de vidrio que sea amigable con el ambiente, estos fueron los frascos que se encontraron en el mercado.



Imagen 209-213: Imágenes de frascos de vidrio de diferentes catalogos online de distribuidores en México.



El elegido fue un frasco de vidrio con corcho, con una capacidad de 60ml, en el cuál caben aproximadamente 35gr de plantas, su tamaño es de 6cm de alto y 3.5cm de diámetro, de color transparente, con 8gr de peso, su capacidad rinde al menos 10 tazas, según la cantidad recomendada.

Para que el usuario pueda consumir una cantidad segura, se anexo también una cuchara de madera, la cual mide la cantidad correcta de plantas para una taza de 250 ml.



Imagen 214: Cuchara medidora de madera, fotografía de Sofía Lucero.



Para la elaboración de las infusiones se realiza un proceso artesanal muy básico y antiguo.

- Primero es cortar la planta pidiendo permiso.
- Secar las plantas en sombra por aproximado 2-5 días dependiendo del tipo de planta.
- Triturar las plantas en el molcajete, dependiendo de la dureza de la planta se determinará la calidad de la molienda.
- Se mezclan todas la plantas elegidas.
- Se envasan en frascos pequeños y se sella el frasco con corcho.

Para este primer botiquín se realizaron 4 mezclas terapéuticas, de aromas fuertes, sabores dulces y colores brillantes; se describen a continuación:

- Té "encontré con suerte": Nurite, Hinojo, Menta, Manzanilla, Romero, Toronjil y Té verde. (7 plantas que representan la abundancia y la fortuna, con propiedades antivirales e inmunológicas)
- Té "amor": Fresa, Pétalos de rosa, Cereza y Lavanda. (Una mezcla frutal, muy aromática, digestiva y relajante)
- Té "vi en sueños": Lavanda, Tila, Pasiflora, azares y manzanilla. (Ideal para combatir el insomnio)
- Té "cante al oído": Anís Estrella, Manzanilla, Gordolobo, Hierba Buena y Eucalipto. (Preparado para el sistema respiratorio, combate la tos, resfriados, fiebre y gripa).

Los conocimientos de estos preparados se obtuvieron de la preparación en el curso de herbolaria a través de órganos y sistemas, en el Instituto Tzapín de Medicinas Complementarias.

EJEMPLO CON EL ROMERO

1. Buscar la planta

2. Cortarla con permiso.

3. Dejarla secar en sombra para que conserve su color y propiedades, puede ser colgada o sobre una reja donde le de ventilación.

4. Desojar la planta.

5. Reservar las hojas en un recipiente, para su posterior uso ya sea en las infusiones o el shampoo.

6. Moler la planta en mortero.

7. Mezclar con la selección de plantas.

8. Envasarlas.



ETIQUETADO

Para la etiqueta de la infusión se pensó en un proceso más artesanal, así como su embasamiento, la etiqueta tenía que ser de la misma naturaleza, para que se representará bien su origen, por ello se decidió que las etiquetas fueran de papel craft y marcadas con un sello a tinta. Los pasos fueron los siguientes:



DISEÑO DIGITAL



SELLOS DE GOMA



RESULTADOS

Imagen 218 y 219: Diseño de los sellos de Sofía Lucero.

Imagen 220 y 221: Sellos de goma, fotografía de Sofía Lucero.

Imagen 222 y 223: Etiquetas de papel kraft selladas, fotografía de Sofía Lucero.

ETIQUETADO



IMPLEMENTACIONES

Además de la etiqueta de papel craft, fue necesario hacer una etiqueta que indicará certeramente que era el producto, además de realzar la calidad del producto.

Las etiquetas de papel plástico, fueron cortadas a mano y pegadas de una en una en los frascos de vidrio.



DISEÑO DIGITAL



IMPRESIÓN FÍSICA



IMPLEMENTACIÓN

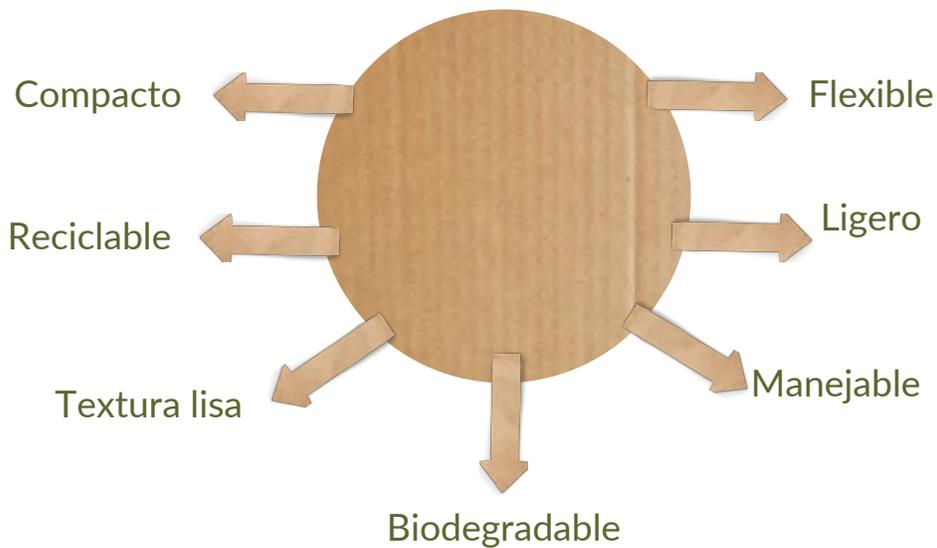


UNIÓN DE ETIQUETAS

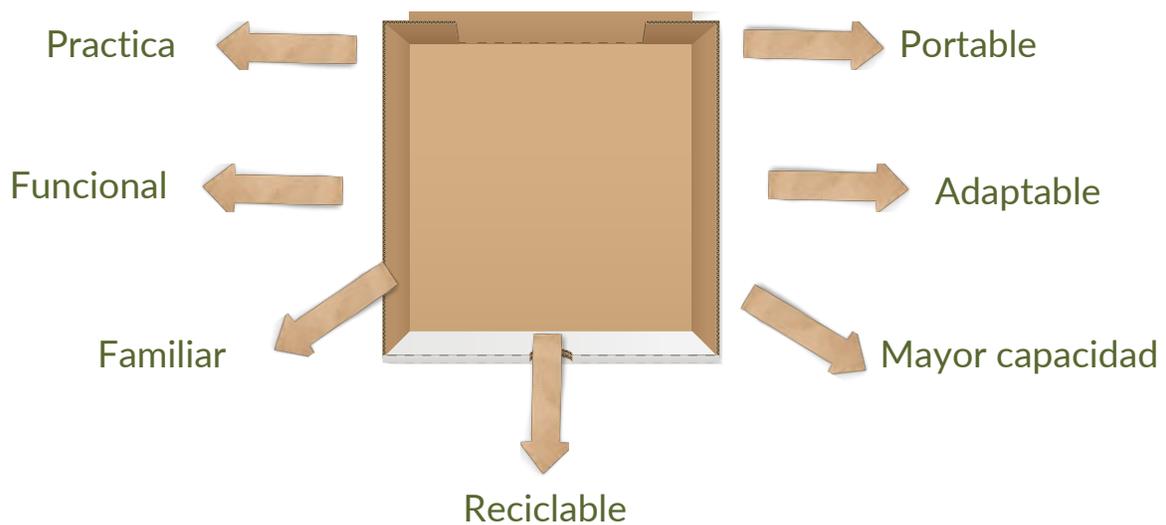
EMBALAJE

Basado en las características principales del botiquín tradicional se eligieron las características principales como la forma, sin embargo se cambio el uso de materiales más comunes como el cartón, a continuación se presentan las principales ventajas:

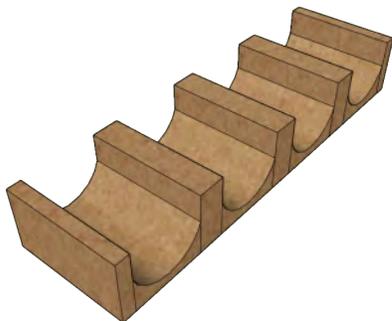
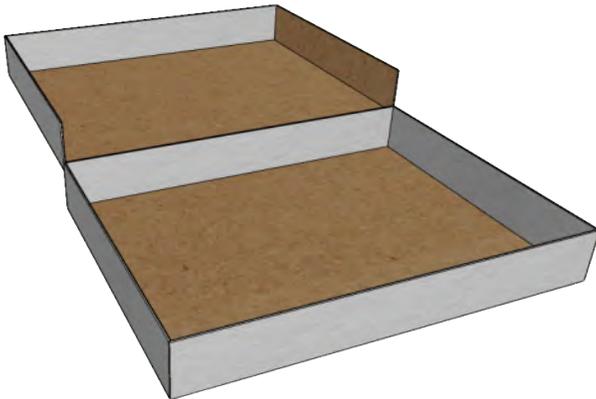
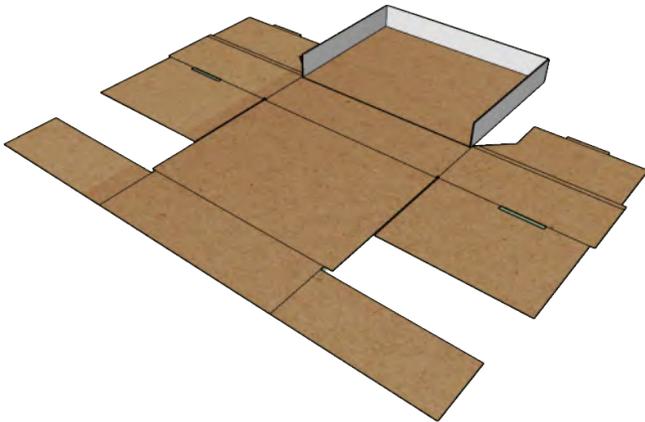
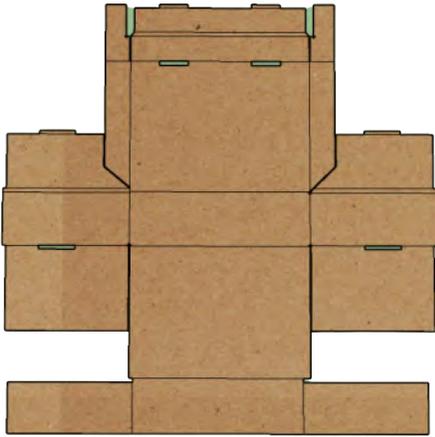
MATERIAL: CARTÓN



FORMA: RECTANGULAR



EMBALAJE



1

El primer paso consistió en determinar la cantidad de productos que se requerían en cada HERBAL BOX y con ello determinar el tamaño adecuado.

El primer diseño fue en 2D, donde se creó los pliegues y dobleces necesarios para tener el tamaño adecuado.

2

El segundo paso es marcar todos los dobleces para poder armarla firmemente, asegurando que sin importar el peso que se le agregue esta se desarme.

3

Siguiendo todos los dobleces la caja se arma prácticamente sola, sin ninguna complejidad especial.

4

Por último se diseñó una base para portar las infusiones de vidrio.

PROTOTIPOS



La caja se hizo posible gracias a la Tienda de Cartón y Diseño.com, ubicados en la avenida Lázaro Cárdenas #2839, col. Chapultepec. Morelia Michoacán.

En su exterior tiene un acabado liso de cartón blanco y en su interior se colocó el sello de la marca Mayeeh Artesanal, como señal del profesionalismo de los productos.

Por último se diseñó una etiqueta para la tapa con el diseño de HERBAL BOX, creado en esta tesis.

A continuación el diseño de los sellos de goma de la marca.



PROTOTIPOS



Aquí se presenta el primer prototipo del HERBAL BOX, el cual contiene las 4 infusiones, una mascarilla de arcilla roja, una crema de árnica y manzanilla, un preparado herbolario, una crema de gardenias, inciensos y un rollo de sobres reutilizables para las infusiones.

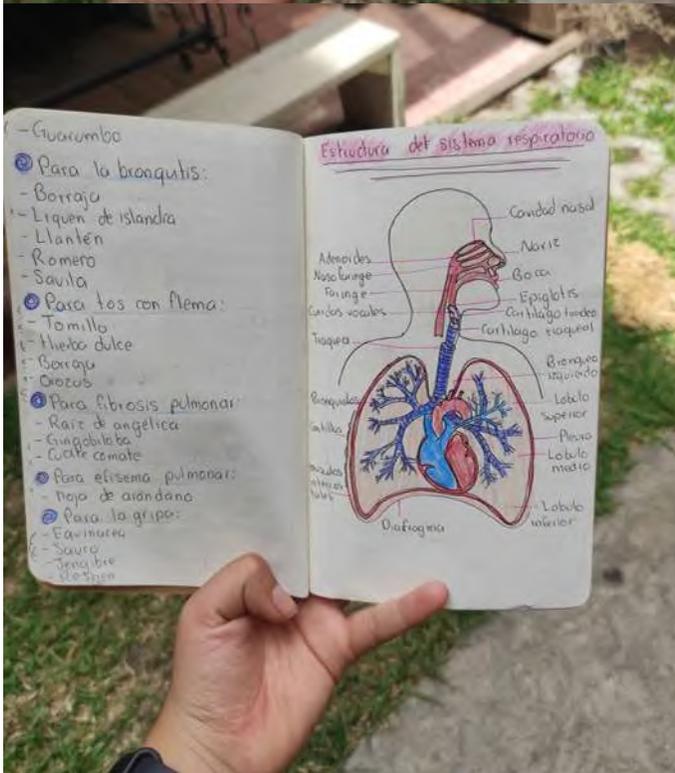
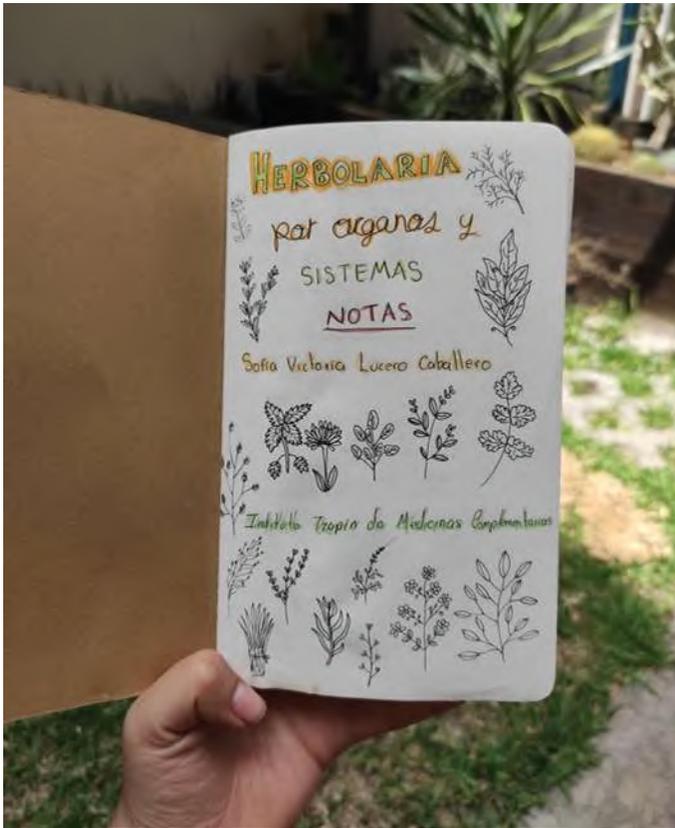


Imagen 241 y 242: Apuntes a mano de Sofía Lucero 2021.

El curso de Herbolaria a través de órganos y sistemas, facilitado por el Instituto Tzapín de Medicinas Complementarias, impartido por el profesor Dr. Guillermo Mendoza Castelán, fue un curso con valor curricular con la duración de 9 meses. los cuales se concluyeron exitosamente por Sofía Victoria Lucero Caballero, tesista del presente trabajo, el 03 de marzo del 2021, con la duración de 90 horas, en los que el programa comprendió lo siguiente:

- Plantas para el sistema endocrino y reproductor.
- Plantas para el sistema respiratorio.
- Plantas para el sistema oseo y articular.
- Plantas para el sistema nervioso.
- Plantas para el sistema digestivo y urinario.
- Plantas para el sistema cardio vascular.
- Plantas para el sistema linfático.
- Plantas para el sistema inmunológico.
- Plantas para el sistema muscular.

Estás herramientas fueron indispensables para la creación de esté botiquín.



CAPÍTULO IV

IMPLEMENTACIÓN Y
PRIMEROS RESULTADOS

CIRCULO FEMENINO



Imagen 244: Participantes, fotografía de Diego Silva.

Imagen 245: Salón del evento, fotografía Sofía Lucero

Imagen 246: Mesa de exposición de productos, fotografía Sofía Lucero.

Círculo Femenino fue el primer evento donde se estrenaron toda la variedad de productos de Mayeeh Artesanal, los cuales conforman el HERBAL BOX, para poder comprobar cuáles son los productos que llaman más la atención y si cumple con las expectativas deseadas.

Este evento se trató de un taller con solo mujeres, en total fueron 11 participantes, en dicho evento se trataron muchos temas tabú sobre salud femenina, sexualidad, maternidad, menopausia, cambios hormonales, menstruación y diferentes terapias holísticas; dentro de esta experiencia se enfatizó principalmente en el cuidado personal y la importancia de tratar nuestro cuerpo físico con amor, que sea el reflejo de un trabajo interno de trabajo emocional y mental.

Para hacer un tratamiento completo se realizó también un temazcal donde se ofrecieron los tratamientos de skincare de Mayeeh Artesanal, como arcillas, exfoliante, crema de árnica y manzanilla y al finalizar crema de sábila para consentir la piel.

La aceptación de los productos fue muy grata, se pusieron a la venta en una mesa con un mantel azul cuyo color aporta limpieza e higiene, los productos más vendidos fueron los ofrecidos durante la sesión del temazcal, en promedio se vendieron 3 productos por persona.

BAZAR MÁGICO



El segundo evento fue organizado por la administración del Hotel San Miguel, ubicado en el cuadro poniente del centro histórico de Morelia, ese evento se tituló "Bazar mágico", en el cual participaron 11 emprendedores locales, con diferentes productos artesanales, en el cual se podían encontrar alimentos veganos, arte, velas, productos esotéricos, bordados y más... en esta exhibición el producto más popular de Mayeeh Artesanal fueron las esencias y en segundo lugar las cremas, sin embargo si se vendieron de todos los productos exhibidos, incluyendo inciensos, shampoo, mascarillas y exfoliantes.

Dentro de los comentarios positivos de los clientes fue que le gustaron mucho las etiquetas y daba una sensación de mucha limpieza y profesionalismo.

El producto que menos se vendió fueron las infusiones, preguntaban mucho acerca de los ingredientes y los beneficios; el envase vistoso atraía a las personas a observarlo, sin embargo la carencia de información y métodos de preparación generaba desconfianza, incluso se llegó a pensar que el envase era para solo 3 porciones, máximo 5, cuando la realidad es que rinde más de 10 tazas.

Imagen 247-249: Evento del Bazar mágico, fotografía de Sofía Lucero.

TALLER DE TENSEGRIDAD



El Taller de tensegridad fue un evento que llevo dos fines de semana consecutivos, organizados nuevamente en las instalaciones del Temazcal Xochiquetzali, entre los dos eventos se reunieron 25 personas, donde un 100% realizaron la compra de 1 o más productos, en esta ocasión se compartió una reseña muy elaborada de las infusiones, los ingredientes, procesos de elaboración y beneficios, además de enfatizar en las medidas de proporción que se deberían consumir en cada taza, para con ello lograr desvanecer la mayor cantidad de dudas posibles y efectivamente los resultados fueron los esperados, el producto más vendido fueron las infusiones.

El segundo producto más vendido en este evento fueron las cremas y en tercer lugar el shampoo.

El evento fue mixto, sin embargo la asistencia de los varones fue únicamente de 4, de los cuales 3 realizaron compras de infusiones de "Té encontré con suerte".

Imagen 250-252: Evento taller tensegridad, fotografía de Sofía Lucero.

TALLER DE CUIDADO PERSONAL



El Taller de cuidado personal, fue el primer taller donde se aplicaron test de validación, cuyos resultados totales se pueden consultar en el Anexo 4.0.

El evento se llevo acabo en "la vecindad creativa", un coworking ubicado en la colonia centro histórico de Morelia Michoacán, el cual tuvo un total de 9 asistentes, desde los 18 años, hasta los 65 años, 7 personas del sexo femenino y 2 del sexo masculino.

La primera parte del taller consistió en un ejercicio de auto evaluación critica del estado físico y anímico de cada participante. -inspirado en el ejercicio de "mapa corporal", del libro compendio de herramientas de autocuidado y sanación de IM-Defensoras-.

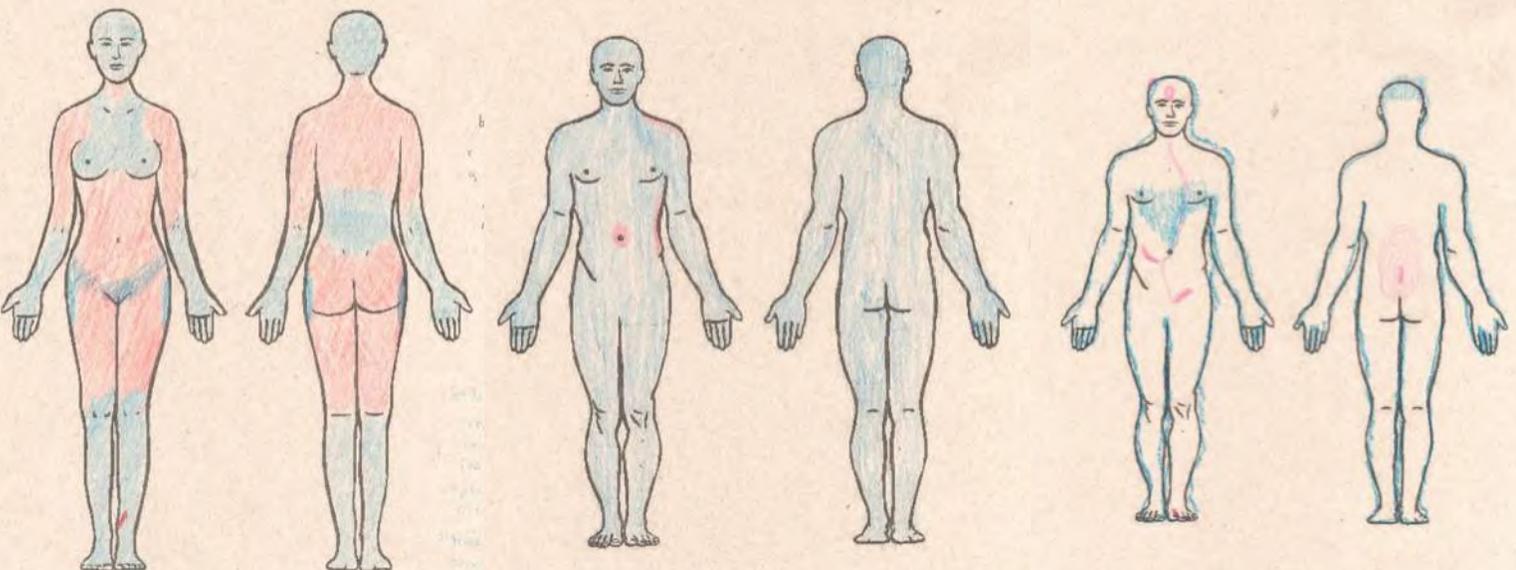
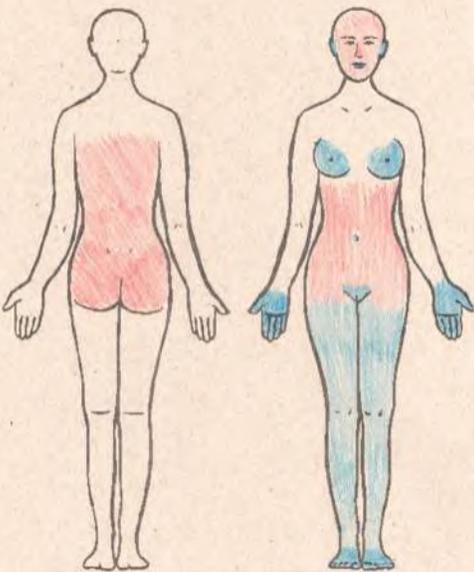
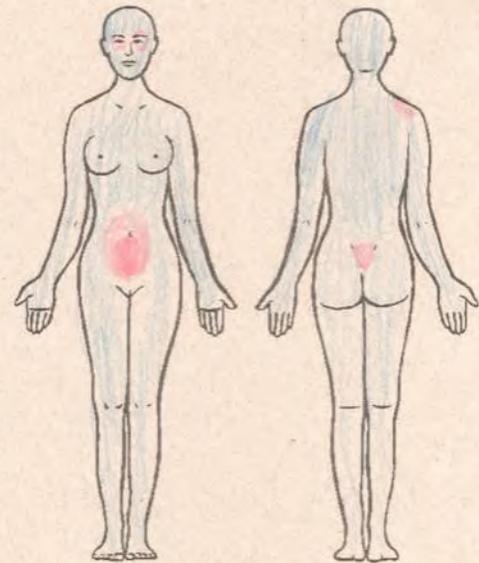
La primera parte es hacer una pequeña meditación de visualización mental del estado físico de nuestro cuerpo, recorriendo parte por parte e identificando todas las partes de nuestro cuerpo que nos generan insatisfacción, dolor o cualquier emoción negativa, así como las partes del cuerpo que generan satisfacción y un buen autoestima.

Este ejercicio se realiza facilitando un dibujo de la silueta femenina o masculina en blanco y la persona tiene que colorear con azul las partes que le gusten y no le generen ninguna emoción negativa, mientras que con el rojo colorea todas las partes que le generan dolor o insatisfacción.

Fue un ejercicio muy interesante por qué en su mayoría fue un trabajo de completa honestidad consigo mismos, lo que provocó un "freno" como lo expreso una participante, sobre la percepción de su propio cuerpo.

Imagen 253: Evento taller Autocuidado, fotografía de Sofía Lucero.

Imagen 254: Evento taller Autocuidado, fotografía de Axel Becerra.



El ejercicio se llevo a cabo con la intención de evaluar la percepción de los participantes con respecto a su propio cuerpo y con ello generar una lluvia de ideas que respondiera cuales son sus oportunidades de cambio.

Lo sorprendente de este ejercicio es que ningún participante tuvo un 100% coloreado su imagen en azul, todos tenían manchas rojas en diferentes zonas; incluso algunas personas tenían mayormente manchas rojas que colores azules.

Otra observación importante es que los dos varones que participaron tenían en su mayoría color azul con muy pocas zonas rojas, contrario a las mujeres quienes se puede determinar tenían más inseguridades y dolores.

Dentro de sus oportunidades de cambio se mencionaron:

- Hacer ejercicio
- Mejorar hábitos
- Cambiar alimentación
- Dormir mejor
- Valorar mi cuerpo
- Subir el autoestima

Imagen 255-259 : Ejercicio mapa corporal del taller de autocuidado, autores anónimos.

La segunda parte del taller consistió en responder el test de valoración que se elaboro con los siguientes parámetros: Consistencia, fragancia, usabilidad, etiqueta, envase, costo, propiedades, confiabilidad, embalaje; dependiendo del producto que se estuviera valorando, los productos que se valoraron fueron: cremas, exfoliantes, esencias, inciensos, infusiones, mascarillas, el botiquín y por ultimo el taller.

Para poder responder a estas preguntas se les obsequio a cada participante una muestra de cada producto, para que pudieran valorar cada parámetro del test, además de comprobar en casa su efectividad.

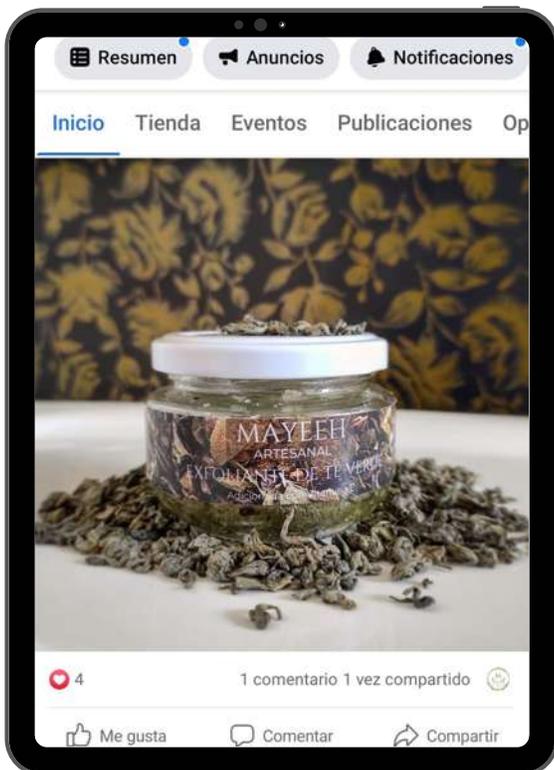
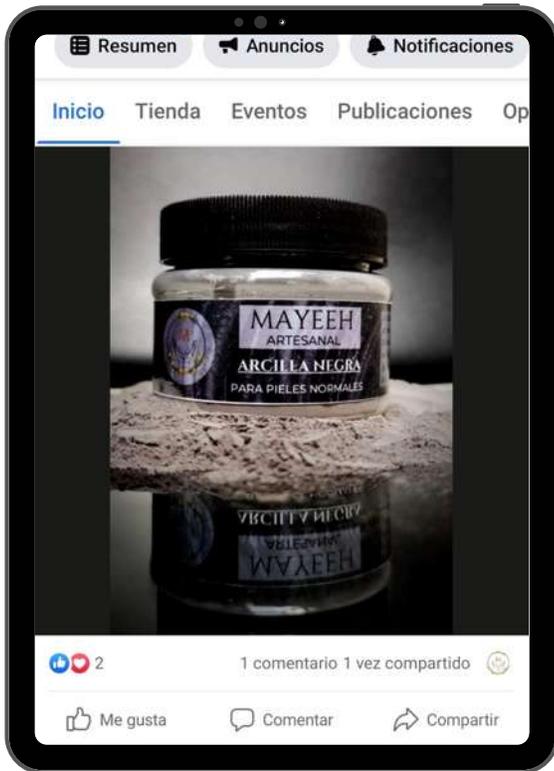
Los resultados a detalle se tratan en el capítulo de conclusiones y resultados preliminares.

La presentación que se realizó en el taller se encuentra en el anexo 4.



imagen 260: pruebas de test de validación del taller de autocuidado, checar todas las respuestas en el anexo 3

REDES SOCIALES



El uso de la redes sociales es muy importante en nuestros días, más en este tiempo de pandemia donde se ha digitalizado lo más posible la comunicación humana, es por ello que se debe contar con un buen uso del marketing, diseño y constancia para lograr posicionar un producto que sea del gusto de la mayoría.

En las fotografías de la izquierda se pueden observar dos capturas de pantalla, estas publicaciones pertenecen a la plataforma de Facebook, la cuál es una de las redes sociales con más usuarios, en la primera imagen se observa la arcilla negra, para pieles normales, en esta publicación se alcanzo un total de 169 personas alcanzadas en la primera semana, dos interacciones y un comentario, en esa semana se vendieron 2 mascarillas en línea, el encuentro de entrega fue personalizado.

En la segunda imagen se observa el producto del exfoliante de té verde, el cuál se vende en \$45 pesos la cual tuvo un total de 96 visualizaciones en su primera semana, un comentario, cuatro interacciones, sin embargo este producto obtuvo más pedidos, los cuales fueron 5 en la misma semana de las respuestas.

Estos resultados se pueden consultar en el Facebook de Mayeeh Artesanal.

REDES SOCIALES



La fotografía es clave para las ventas en internet, ya que de la vista nace el amor, una buena fotografía interfiere con la calidad, el proceso, la mano de obra y profesionalismo de la marca.

Este segundo ejemplo es de la página de Instagram de la marca Mayeeh Artesanal, esta red social exige un nivel de fotografía y publicidad más elevado, debido a que el origen de esta plataforma fue precisamente el de la fotografía artística.

En la imagen de la izquierda se observa la publicación de 5 de los productos que conforman el botiquín de HERBAL BOX, los cuales se encuentran en el centro del scroll de la página principal y en sus laterales una imagen que es el fondo de cada etiqueta, esta forma de acomodo es una tendencia llamada PREVIEW, que permite dar un énfasis en una imagen, en la más importante que se desea resaltar.

También durante la pandemia esta red social tuvo un fuerte auge en las pequeñas empresas y microinfluencers para apoyar la economía local y las ventas en línea que favorecieran el emprendimiento de particulares.

REDES SOCIALES

Los influencers en esta era digital son las personas que influyen por medio de las redes sociales a personas de entre 16 a 35 años. quienes son la mayor parte de la población en México y quienes más consumen productos en tendencia. Aprovechando esta oportunidad se contacto con dos chicas influencers dentro de la categoría de "belleza", "cuidado personal" y "maquillaje".

La primera que se contacto fue Monica, con su página "MonicaLZMakeup", quien tiene actualmente 8,876 seguidores en su página de instagram, promocionando productos de belleza de origen natural, probándolos y generando su opinión de test sobre lo que le ofrecen, en este caso ella mostro su experiencia usando el shampoo de MAYEEH ARTESANAL



La segunda fue Cindy Cid, con su página de Instagram "CiindyCiid", la cual cuenta con 2908 seguidores solo en esta página, usualmente su contenido esta basado en el arte del maquillaje y para nosotros realizo un "UNBOXING" del botiquín herbolario y su contenido, así como propiedades y aromas.



Imagen 263: Capturas de pantalla de los resultados en Instagram.



CAPÍTULO V

MEDICIÓN

ITEQUIYA "EL SITIO IDEAL"



Imagen 264: Fotografía de Sofía Lucero

Itéquiya (significa: es así por naturaleza" es el prototipo de tienda ideal donde se puede comercializar de forma fija un botiquín herbolario.

En esta tienda se propone que se realice venta de productos a granel, de origen herbolario y cosmético natural, evocando la antigua Botica, sin embargo como parte del HERBAL BOX es muy importante las infusiones por todas sus propiedades y beneficios a la salud, por ello se propone que en el establecimiento se puedan disfrutar dichas infusiones, con un origen tanto recreativo como curativo, orientado por un profesional en la herbolaria que podría generar en tiempo real una infusión personalizada para cada persona.

Pero el plus sería que pueden adquirir su HERBAL BOX con todo el contenido de lo que ya probaron y visualizaron en tienda.

ITEQUIYA

Botica herbal - Infusiones



ANÁLISIS DE RESULTADOS PRELIMINARES

OTROS PROTOTIPOS



El botiquín se fue desarrollando con varias ideas, las cuales no todas funcionaron, como es el caso del "tubo transportador", el cual consistía en un tubo de cartón, con tapas plásticas en ambos extremos que se pueden quitar en forma de tapón, la idea inicial es que este tubo aportará seguridad para los frascos de vidrio, el cual puede transportar hasta 4 infusiones, sin embargo este prototipo presento varias desventajas, la primera es que lógicamente extraer los envases era más complejo, las tapas con el eso se desajustaban con el cartón lo que provoco que se abrieran y expusieran la seguridad de los frascos y además de que la forma resultaba muy poco familiar y llamativa para el usuario.

OTROS PROTOTIPOS



Esta caja es de un tejido a mano, con un material biodegradable, el cual es un bejuco conocido como "Chuspata" en la región lacustre de Michoacán y "Mimbre" en otras zonas; este tipo de tejidos puede tener muchas formas, este en especial se le llama de cordón y es un tejido más resistente que el de tabloncillos o trenza; sus dimensiones aproximadas fueron de 20x15x10, el tamaño es mucho más reducido que el de la caja de cartón, sin embargo en su máxima capacidad podría portar: 5 cremas grandes, 4 pequeñas y 2 infusiones o algunas otras combinaciones entre arcillas, exfoliantes o esencias.

Su aspecto es muy agradable, además de ser amigable con el medio ambiente, su única desventaja es que el costo por caja es de \$95 pesos, lo que aumenta el costo del botiquín considerablemente.

ANÁLISIS DE RESULTADOS PRELIMINARES



Otro problema que se presentó durante la búsqueda de frascos que mejor se adecuarán al diseño del producto fue el color de las tapas, las tapas de la mayoría de los envases tienen una variedad de colores, por ejemplo los frascos de esencias su tapa podía ser blanca o negra, la de las cremas de 50ml, podía ser blanca o negra de plástico o metálica plateada; de los ejemplos anteriores se eligió la tapa que aparece en el diseño original, sin embargo en el caso de las cremas de 100ml, la oferta era de tapas doradas y tapas blancas, en un inicio se eligieron las tapas doradas, comprando 10 unidades para probarlas, pero la sorpresa fue que ese color no es muy demandado en el mercado, por lo cual los distribuidores lo discontinúan a menudo, por lo que se optó por cambiar a color blanco, siendo la opción más fácil de conseguir.

ANALISIS DE RESULTADOS PRELIMINARES

OTRA VIDA



Pensando en la segunda vida que podrían utilizarse los frascos, se realizó una encuesta en el Instagram de Mayeeh Artesanal, donde personas que ya consumían los productos, pudieran dar una idea de como se reutiliza los frascos y fue una gran lluvia de ideas, como lo siguiente:

- Guardar un cereal sobrante de la despensa.
- Guardar especias o hierbas finas.
- Transportar sal para un día de camping.
- Usar como alhajero.
- Hacer velas de parafina o aceite.
- transportar shampoo o jabón para viajes.
- Hacer recuerdos o regalos de manualidades.
- Rellenar con más crema.
- Transportar gel, aceite, crema o cualquier liquido.
- Dulceros.
- Guardar agujas y alfileres.
- Guardar clips y grapas de la oficina.
- Guardar mermeladas.



ANÁLISIS DE RESULTADOS PRELIMINARES

OTRA VIDA



La idea que más les gustó fue la de hacer velas, ya que la marca "Home Interior México", usa los mismos frascos para sus velas aromáticas petit, así que aquí va una receta de cómo hacer este tipo de velas en casa:

Materiales:

- Trozos de vela sobrantes o parafina sólida
- Mecha
- Aceite esencial de tu aroma preferido
- Un recipiente de vidrio reciclado
- Palito de madera
- una cazuela o pocillo

Preparación:

- Pica en trozos pequeños la parafina o pedazos de vela sin la mecha.
- Derrite la cera en la cazuela a fuego medio-bajo moviendo de vez en cuando.
- Añade unas gotas de tu aceite esencial, depende de la intensidad de aroma que quieras
- Limpia bien el frasco, coloca una gota de cera al fondo para pegar la mecha en ella y enróllala en el palito de madera para evitar que se mueva.
- Vierte con cuidado la cera derretida.
- Deja solidificar mínimo 2 horas.
- Corta la mecha a la medida que quieras y disfruta.

ANÁLISIS DE RESULTADOS PRELIMINARES

RESULTADOS DEL TEST DE VALIDACIÓN, TALLER DE AUTOCUIDADO

Crema de tepezcohuite:

Consistencia: 6 muy bueno, 2 bueno, 1 malo.

Fragancia: 2 muy bueno, 5 bueno, 2 regular.

Usabilidad: 5 muy bueno, 2 bueno, 1 regular, 1 (sin respuesta)

Etiqueta: 5 muy bueno, 3 bueno, 1 (sin respuesta).

Envase: 6 muy bueno, 2 bueno, 1 regular.

Costo: 7 muy bueno, 2 (sin respuesta)

Crema de Gardenias:

Consistencia: 7 muy bueno, 2 bueno.

Fragancia: 6 muy bueno, 2 bueno, 1 regular.

Usabilidad: 8 muy bueno, 1 bueno.

Etiqueta: 7 muy bueno, 2 bueno.

Envase: 7 muy bueno, 1 regular, 1 (sin respuesta).

Costo: 8 muy bueno, 1 (sin respuesta).

Crema de Árnica:

Consistencia: 8 muy bueno, 1 bueno.

Fragancia: 5 muy bueno, 4 bueno.

Usabilidad: 5 muy bueno, 3 bueno, 1 regular.

Etiquetas: 7 muy bueno, 2 bueno.

Envase: 8 muy bueno, 1 regular.

Costo: 8 muy bueno, 1 (sin respuesta).

Crema de Sábila:

Consistencia: 8 muy bueno, 1 bueno.

Fragancia: 6 muy bueno, 2 bueno, 1 regular.

Usabilidad: 6 muy bueno, 3 bueno.

ANÁLISIS DE RESULTADOS PRELIMINARES

Arcilla Roja:

Consistencia: 7 muy bueno, 2 bueno.

Propiedades: 7 muy bueno, 1 regular, 1 (sin respuesta).

Usabilidad: 5 muy bueno, 3 bueno, 1 (sin respuesta).

Etiqueta: 5 muy bueno, 4 bueno.

Envase: 6 muy bueno, 2 bueno, 1 regular.

Costo: 7 muy bueno, 1 bueno, 1 (sin respuesta).

Arcilla Verde:

Consistencia: 5 muy bueno, 4 bueno.

Propiedades: 7 muy bueno, 2 regular.

Usabilidad: 6 muy bueno, 3 bueno.

Etiqueta: 2 muy bueno, 6 bueno, 1 (sin respuesta).

Envase: 6 muy bueno, 1 bueno, 1 regular, 1 (sin respuesta).

Costo: 7 muy bueno, 2 (sin respuesta).

Arcilla Negra:

Consistencia: 6 muy bueno, 2 bueno, 1 (sin respuesta).

Propiedades: 5 muy bueno, 1 regular, 3 (sin respuesta).

Usabilidad: 5 muy bueno, 3 bueno, 1 (sin respuesta).

Etiqueta: 4 muy bueno, 4 bueno, 1 (sin respuesta).

Envase: 6 muy bueno, 1 regular, (sin respuesta).

Costo: 7 muy bueno, 2 (sin respuesta).

Inciensos:

Presentación: 7 muy bueno, 2 bueno.

Fragancia: 6 muy bueno, 3 bueno.

Usabilidad: 8 muy bueno, 1 bueno.

Etiqueta: 7 muy bueno, 2 bueno.

ANALISIS DE RESULTADOS PRELIMINARES

Envases: 7 muy bueno, 1 bueno, 1 regular.

Costo: 7 muy bueno, 1 bueno, 1 (sin respuesta).

Esencias:

Color: 8 Muy bueno, 1 bueno.

Fragancia: 9 muy bueno.

Usabilidad: 8 muy bueno, 1 bueno.

Etiqueta: 5 muy bueno, 3 bueno, 1 muy malo.

Envases: 6 muy bueno, 2 bueno, 1 regular.

Costo: 7 muy bueno, 1 bueno, 1 (sin respuesta)

Infusiones:

Sabor: 7 muy bueno, 2 bueno.

Fragancia: 7 muy bueno, 2 bueno.

Usabilidad: 7 muy bueno, 1 bueno, 1 (sin respuesta).

Etiqueta: 7 muy bueno, 2 bueno.

Envase: 6 muy bueno, 3 bueno.

Costo: 7 muy bueno, 1 bueno, 1 (sin respuesta).

Botiquín:

Tamaño: 9 muy bueno.

Confiabilidad: 9 muy bueno.

Usabilidad: 9 muy bueno.

Etiqueta: 7 muy bueno, 2 bueno, 1 regular.

Embalaje: 5 muy bueno, 2 bueno, 1 regular.

Costo: 8 muy bueno, 1 (sin respuesta).

ANALISIS DE RESULTADOS PRELIMINARES

Los resultados no fueron siempre positivos, durante las ventas de los talleres, el bazar y las compras en línea se demostró lo siguiente:

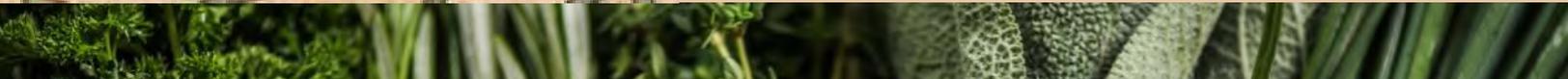
- La crema de tepezcohuite se vendió un 60% menos que todas las demás. Y en el test de evaluación que se realizó en el taller de autocuidado, se observó que la fragancia fue la que menos agrado.
- El arcilla verde y negra se vendieron 50% más que la roja. Esto también se debe a que el público de compra fue mayormente menores de 40 años.
- El 90% de las ventas se realizaron por mujeres.
- El cambio de imagen del shampoo aumento las ventas un 15% mensual.
- Las esencias tuvieron una sobredemanda, llegando a la escases, logrando el 100% de venta en un solo día (30 esencias).
- Las infusiones tuvieron una gran demanda en segundas y terceras compras por el mismo cliente.
- Las etiquetas de papel Kraft en las infusiones no funcionaron, resultaron incómodas, muy grandes para el producto.
- Los inciensos mantuvieron una venta constante pero lenta, el 50% de las ventas fueron por mayoreo.

Si bien no todos los resultados tuvieron el 100% de éxito, si se ha logrado mucho más del 50%, lo cuál es un porcentaje muy bueno para un emprendimiento reciente.



CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES



CONCLUSIONES PRELIMINARES

La Herbolaria es y seguirá siendo una práctica medicinal efectiva, no solo en México, sino en todo el mundo, no se puede negar su efectividad, ya que tiene cientos de años de ser estudiada; las pruebas empíricas llevaron a su descubrimiento, pero el análisis clínico a su comprobación.



El test realizado en Google formularios, a casi 100 personas, demostró el interés genérico que se tiene por las plantas y los productos más naturales; esto demuestra como es un tema también antropológico, como esta práctica se une a las tradiciones, herencias y recuerdos familiares o recursos ancestrales, cuya información ya está naturalmente contenida en nuestro ADN.

En este proyecto tan diferente a lo tradicional, se puede poner en tela de juicio su relación con la arquitectura, pero es en este punto donde yo expongo la capacidad creativa y versátil que otorga esta hermosa disciplina, para crear "experiencias"; demostrar el "¿cómo?" aplicar el diseño para crear cualquier cosa que exponga tu "imaginario", mezclado y enriquecido con otras disciplinas y por supuesto herramientas como: el arte, la fotografía, el diseño en 3D, el maquetado, pero también de habilidades como: capacidad de análisis, valoración de funcionalidad, estructura de los tiempos de un proyecto, organización de espacios, entre muchas más que logre aprender y desarrollar en el transcurso de la carrera.

Atraverse a romper con lo convencional no es tarea fácil, porque surgen muchas barreras de lo tradicional, pero en el momento en el que se logra flexibilizar al cerebro y permitir que lo aprendido sea olvidado, en ese preciso instante es cuando puedes declarar que cada aprendizaje es moldeable a todas las situaciones profesionales, académicas y personales que te presente la vida.

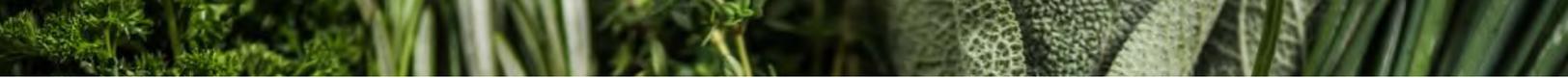
Los análisis que se desarrollaron en el proceso de esta tesis se enfocaron principalmente en el diseño, sin olvidar el objetivo principal de reinventar el concepto del botiquín y para dichos objetivos se lograron cumplir con lo estudiado, sin embargo se considera que este trabajo puede continuar siendo enriquecido con otros estudios más profesionales.

Con la Intención de demostrar con datos duros la efectividad de los productos que se diseñaron en esta tesis, para con ello continuar un proceso de comparación y mejora, con la finalidad de ofrecer siempre la mejor calidad, efectividad y profesionalismo, ya que estos productos inciden directamente con la salud, aun que no impliquen un riesgo mayor.

Es por ello que se plantea un posible escenario de como se puede continuar con ese proceso a futuro, de las manos de más profesionales en el área de laboratorio medico.

A continuación se muestra un grafico del proceso clínico que se podría dar como seguimiento a este trabajo.





Por otra parte en el tema del diseño se logro un trabajo muy positivo, ya que por medio de los distintos talleres y test, se logro observar como el diseño si afecta en las decisiones al momento de elegir un producto, con ello es indispensable pensar en la responsabilidad de esto conlleva, a continuación una reflexión:

Las enfermedades y problemas de salud que ataca a la mayor parte de la población en México, no serán resueltos por productos milagro, ni con la absoluta aplicación de la herbolaria, sin embargo si es un gran avance, la aportación de elementos cada vez más naturales, que permitan continuar avanzando hacia delante.

El diseño juega un papel muy importante en el consumidor, por qué afecta directamente la psique y emoción, alterando los resultados de ventas y la determinación de la efectividad de un producto, por ello es importante actuar con ética en el diseño, para involucrar a las personas con la elaboración y la realidad de los componentes que utilizan, así como calidad y beneficios.

Ninguna idea es mala, solo la implementación de esa idea será medible con los resultados esperados, "la abundancia esta para todos", solo se tiene que tomar con determinación, constancia y mucha conciencia de encaminar los objetivos para un bien mucho mayor que el personal.

Personalmente deseo que este trabajo sea la inspiración de muchas personas que quieran romper con los esquemas tradicionales que les limita su área de estudio y que nunca dejen de correlacionar sus pasatiempos o pasiones secundarias con su profesión.

Este trabajo esta inspirado en nuestros ancestros, en la herbolaria y la sabiduría de la tierra.



REFERENCIAS

- [1] Rev. Fac. Med. (Méx.) vol.59 no.6 Ciudad de México nov./dic. 2016, ISSN 0026-1742
- [2] <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/diabetes>
- [3] <https://www.insp.mx/avisos/3652-diabetes-en-mexico.html>
- [4] <https://dle.rae.es/botiqu%C3%ADn> [Consultado 11/02/2021]
- [5] Reyna, María del Carmen, "Boticas y boticarios. Siglos XVI al XIX", en *Dimensión Antropológica*, vol. 7, mayo-agosto, 1996, pp. 55-72.
- [6] <http://dle.rae.es/organico> [Consultado 21 de Octubre 2020]
- [7] <https://dle.rae.es/natural> [Consultado 21 de Octubre 2020]
- [8] Definiciones de Oxford Languages [Consultado 21 de Octubre 2020]
- [9] <https://www.cosasdeeducacion.es/que-es-la-educacion-integral/#:~:text=La%20educaci%C3%B3n%20integral%20contempla%20la,la%20conducta%20y%20la%20voluntad.> [Consultado 27 de Octubre 2020]
- [10] <https://dle.rae.es/herbolario> [Consultado 27 de Octubre 2020]
- [11] <https://definicion.de/herbolaria/> [Consultado 27 de Octubre 2020]
- [12] Definiciones de Oxford Languages [Consultado 21 de Octubre 2020]
- [13] Definiciones de Oxford Languages [Consultado 21 de Octubre 2020]
- [14] La agricultura y agronomía en la época prehispánica, Apuntes de agronomía I,
- [15] La agricultura y agronomía en la época prehispánica, Apuntes de agronomía I,
- [16] Rev. Arqueología Mexicana, no.78 La comida prehispánica, Ciudad de México Marzo/Abril 2006
- [17] Genética y evolución de la alimentación de la Población en México, Revista de Endocrinología y Nutrición, Volumen 21, No. 1, Enero-Marzo, pp. 42-51. Sonia Román, Claudia Ojeda Granados, Arturo Panduro
- [18] La ritualidad mesoamericana y los procesos de sincretismo y reelaboración simbólica después de la conquista, por Johanna Broda.
- [19] La ritualidad mesoamericana y los procesos de sincretismo y reelaboración simbólica después de la conquista, por Johanna Broda.
- [20] La ritualidad mesoamericana y los procesos de sincretismo y reelaboración simbólica después de la conquista, por Johanna Broda.
- [21] La ritualidad mesoamericana y los procesos de sincretismo y reelaboración simbólica después de la conquista, por Johanna Broda.

REFERENCIAS

- [22] Hira de Gortari, "¿Un modelo de urbanización? La ciudad de México a finales del siglo XIX", en secuencia. Revista Americana de Ciencias Sociales, enero-abril de 1987, p. 42-52.
- [23] Francisco Flores, Historia de la medicina en México, desde la época de los indios hasta el presente México, Instituto Mexicano del Seguro Social, 1982, v. 3, p. 254
- [24] Francisco Flores, Historia de la medicina en México, desde la época de los indios hasta el presente México, Instituto Mexicano del Seguro Social, 1982, v. 3, p. 255
- [25] Francisco Flores, Historia de la medicina en México, desde la época de los indios hasta el presente México, Instituto Mexicano del Seguro Social, 1982, v. 3, p. 255
- [26] Secundino E. Sosa, "Las pagas del médico", El Estudio. Semanario de Ciencias Médicas, t. 1, septiembre 30 de 1889, n. 17, p. 259
- [[27] Homeopatía: Es un tipo de medicina alternativa, que trabaja a través de contratacar los síntomas de cualquier enfermedad, basado en una ley de espejo, afirmando que una sustancia que causa los síntomas en una persona sana, atacará los síntomas de una persona enferma, esta se práctica aplicando micro dosis de distintas sustancias provenientes de plantas, minerales, químicos e incluso venenos animales.
- [28] La homeopatía en México, Rafael Mejía, volumen 88, numero 716, enero-marzo 2019, p. 36-43.
- [29] La Ley Agraria del 6 de enero de 1915, Elena del Rosario Patiño Flota y María de Jesus Espinoza Villela,
- [30] El impacto de la globalización sobre el sistema alimentario en México, Magda Fritscher Mundt.
- [31] El impacto de la globalización sobre el sistema alimentario en México, Magda Fritscher Mundt.
- [32] El comercio exterior de México y los problemas de su organización administrativa, Lic. Antonio Armendáriz
- [33] <https://www.eleconomista.com.mx/estados/Exportaran-mas-plantas-medicinales-a-Asia--20140626-0154.html> [Consultado el 21-05-2021]
- [34] <http://www.ejournal.unam.mx/rfm/no48-6/RFM48606.pdf> Consultado 22-Noviembre-2020]
- [35] Entrevista para NTR Periodismo crítico, 27/09/2012, comunicado oficial, por: Andrés Fierro Álvarez, investigador del Departamento de Producción Agrícola y Animal de UAM Xochimilco
- [36]: Enfleurage: Es un tipo de extracción de aceites esenciales muy antiguo, donde se utilizaba la manteca de animal durante días, para después extraer todas las propiedades que se le penetraban.
- [37] Regimen Sanitatis contra la peste, por E. de la Peña Barroso,
- [38] https://ifaroma.org/es_ES/home/explore_aromatherapy/history-aromatherapy [Consultado 22-
Noviembre-2020]
- [39] La sustentabilidad agrícola de las chinampas en el valle de México, caso: Xochimilco, Emma Gonzales Carmona, Cinthya Itzel Torres Valladares, Revista Mexicana de Agro negocios,

REFERENCIAS

- [40] <https://mxcity.mx/2018/03/sobre-la-historia-de-la-farmacia-paris-un-clasico-citadino/> [Consultado 19-04-2021]
- [41] Censo de población y vivienda 2021, consultado en https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EstSociodemo/ResultCenso2020_CdMx.pdf [Consultado 19-04-2021]
- [42] <https://www.arquitecturaindigo.com/proyectos/botica-2/> [Consultado 18-04-2021]
- [43-1] Referencia: Revista pueblos y fronteras digital, versión On-line ISSN 1870-4115, Javier Hirose López, universidad de oriente Valladolid, Yucatán.
- [43]: Lozoya Xavier, La Herbolaria en México, ED. CONACULTA, México, DF, 1998
- [44] <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/280081/descifremos15-2.pdf>
- [45] <http://elreydelpop.over-blog.net/article-historia-del-botiquin-116774048.html>
- [46] <https://es.statista.com/estadisticas/640074/principales-categorias-de-compra-online-por-porcentaje-de-compradores-mexico/>
- [47] <https://www.mundopmmi.com/empaque/inteligencia-de-negocios/article/14037212/sigue-creciendo-en-mexico-la-demanda-de-productos-para-cuidado-personal>
- [48]: <https://desesperada.org/de-que-estan-hechas-las-cremas>
- [49] <https://www.eleconomista.es/status/noticias/10233767/12/19/En-2023-la-industria-cosmetica-generara-800000-millones.html>
- [50] Del libro: «Fundamentos de Marketing», Decimocuarta Edición, de Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, McGraw-Hill Interamericana, 2007, Pág. 289.
- [50-1] <https://graziomagazine.com/es/articulos/cuanto-dura-una-crema/> [Consultado el 22 de Agosto 2021]
- [51] Del libro: «Marketing», Novena Edición, de Kerin Roger, Hartley Steven y Redelius William, McGraw-Hill Interamericana, 2009, Pág. 299.
- [52] Del libro: «Mercadotecnia», Tercera Edición, de Fischer Laura y Espejo Jorge, McGraw-Hill Interamericana, 2004, Págs. 201 al 206.
- [53] Del libro: «Marketing», Novena Edición, de Kerin Roger, Hartley Steven y Redelius William, McGraw-Hill Interamericana, 2009, Pág. 299.
- [54] Del libro: «Mercadotecnia», Tercera Edición, de Fischer Laura y Espejo Jorge, McGraw-Hill Interamericana, 2004, Págs. 201 al 206.
- [55]: El gel de Aloe Vera, R.N. Domínguez-Fernández, I. Arzate-Vázquez y otros, Revista Mexicana de Ingeniería Química, Vol, 11, No, 1 (2012), pp: 23-43.
- [56]: Uso medicinal del "tepescohuite" *Mimosa tenuiflora* (Iuguminoseae) en México, Camargo-Ricalde S, Grether R, Martínez-Bernal A. México 1994; 5:29-34



REFERENCIAS

[57]: <https://www.idermo.com/mx/home/el-blog/item/cuantos-tipos-de-exfoliantes-existen-2>

[58]: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-75182019000400491

[59]: <https://encolombia.com/salud-estetica/estetica/cuidado-de-la-piel/mascarillas-de-arcilla/> [Consultado el 11/06/2021]

[60]: <https://curiosfera-historia.com/historia-del-champu-origen-inventor/>

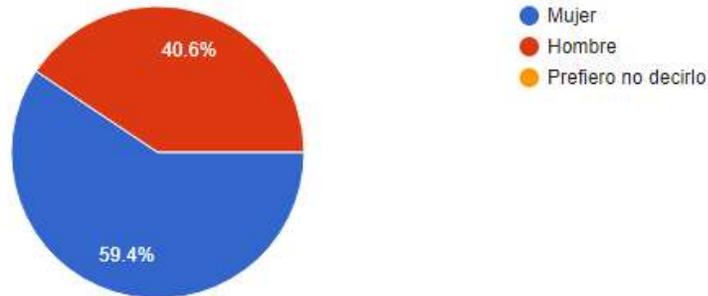
[61] Aromaterapia: esencias de plantas para tu salud, Rafael Valle Rivera, M.A., NL

[62] Manual de Aromaterapia, Dr. Héctor B. Sierra Alcázar, Artesano Natural S.A.de C.V

ANEXOS (1)

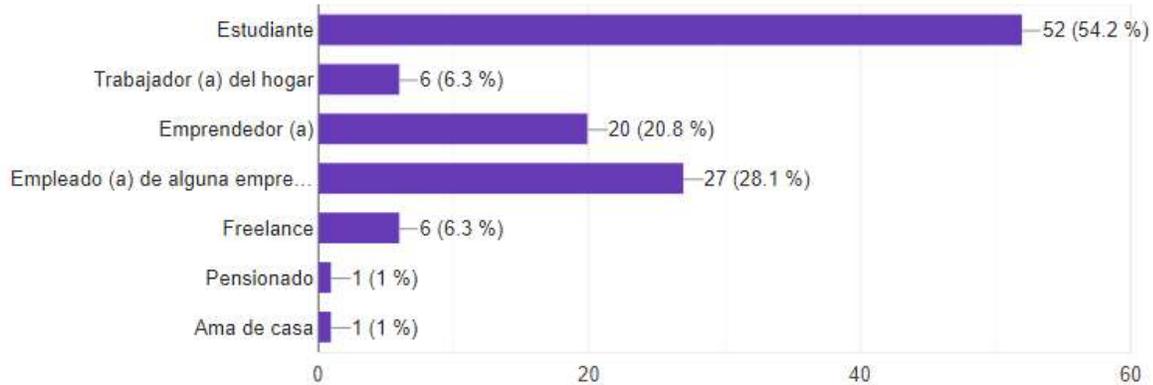
Genero

96 respuestas



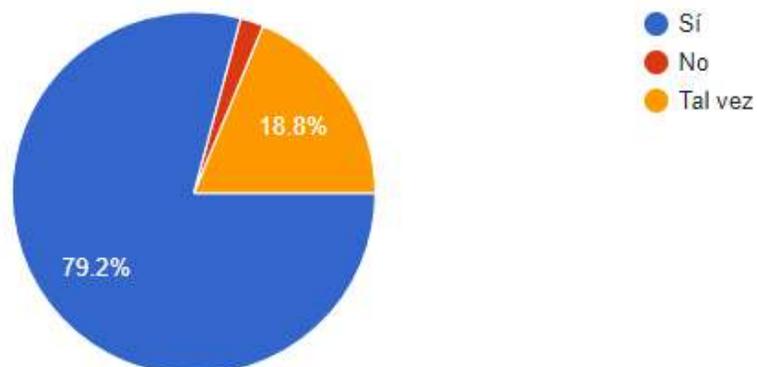
Ocupación

96 respuestas



¿Crees en la efectividad de la herbolaria en México?

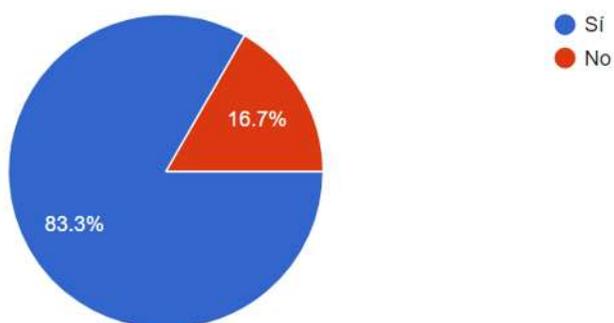
96 respuestas



ANEXOS (1)

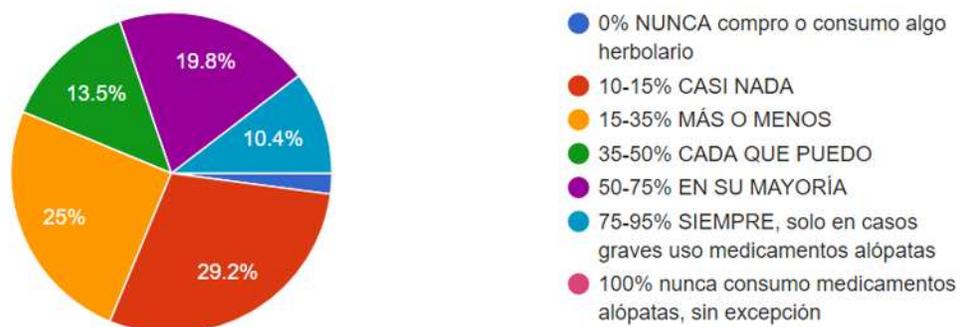
¿Usas algún producto de origen herbolario? como: infusiones, ungüentos, tinturas, pomadas, cremas, jabones, esencias etc.

96 respuestas



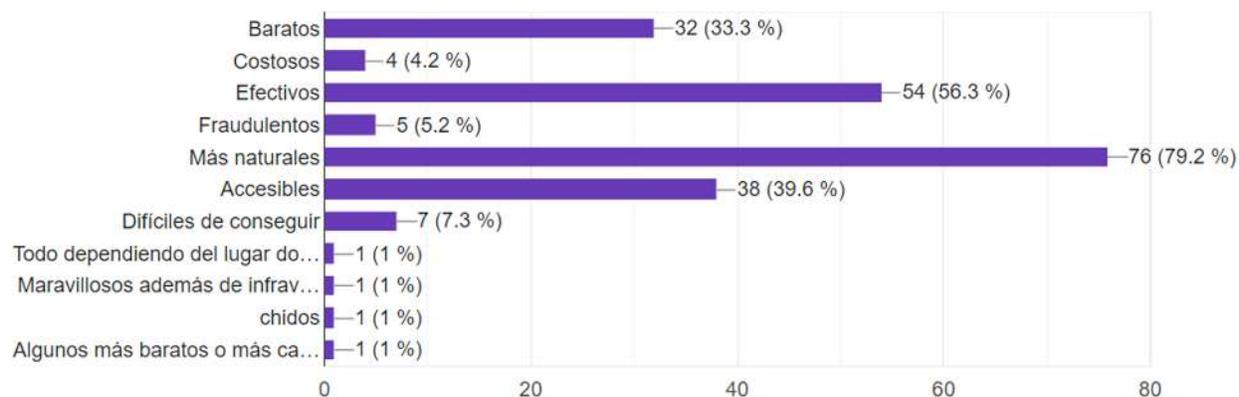
En que porcentaje consumes productos herbolarios, en comparación con medicamentos alópatas

96 respuestas



¿Consideras que los productos herbolarios son _____? Marca todas las respuestas con las que te identifiques

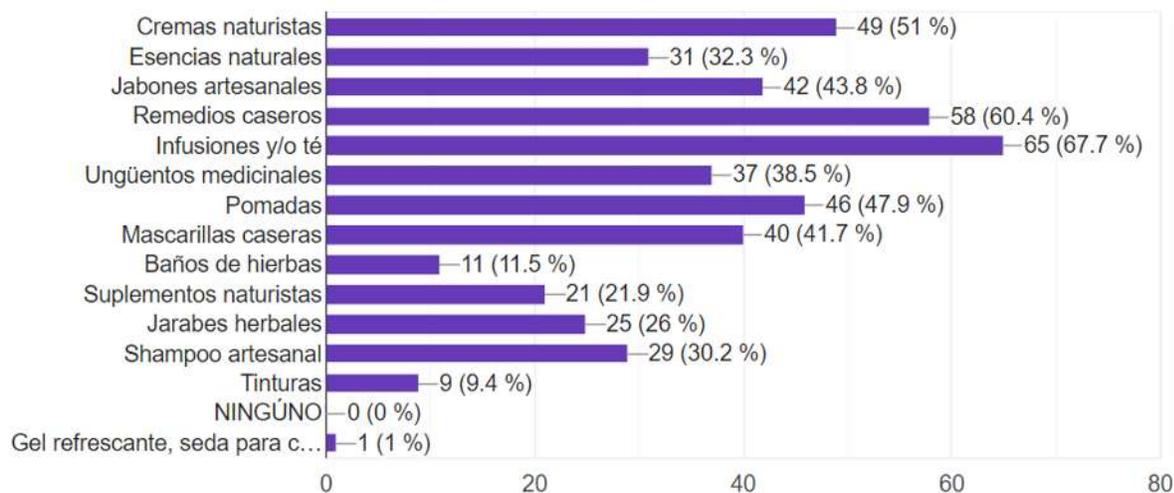
96 respuestas



ANEXOS (1)

¿Qué productos herbolarios de esta lista son los más utilizados por ti o tu familia?

96 respuestas



OPCIÓN
1

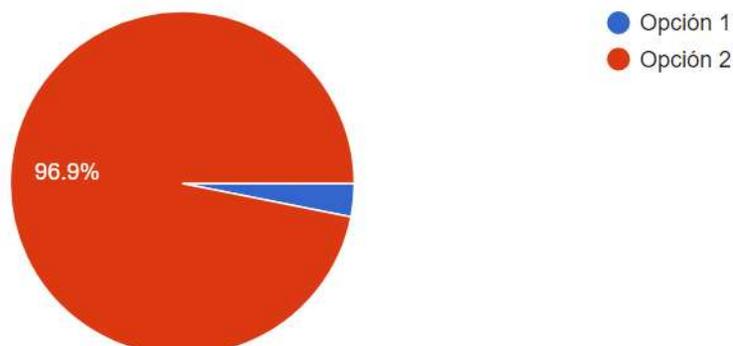


OPCIÓN
2



¿Cuál de estas dos presentaciones de pomada de árnica, te parece más costosa?

96 respuestas



ANEXOS (1)



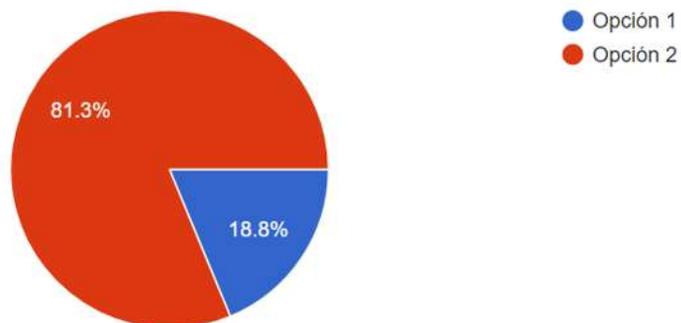
OPCIÓN
1



OPCIÓN
2

¿Cuál de estas dos opciones de productos te parecen más profesionales y efectivos?

96 respuestas



Justifica tu elección de la pregunta anterior

82 respuestas

se ve con una mejor presentacion

Por vista me parece más bonita

Tiene un mejor diseño gráfico en cuando a sus colores, proporciones e imágenes

ANEXOS (1)

Algunas de las 96 respuestas:

Justifica tu elección de la pregunta anterior

82 respuestas

Diseño y presentación más elaborada y bonita

La segunda ya que me gusta más su presentación

Al momento de la compra me guío por la presentación prácticamente.

Por su estética.

El empaque es mas lindo y al ser un frasco de vidrio se puede reutilizar o reciclar mas fácilmente

Imagen

Me gusta más envasado en vidrio.

Me agrada mas la presentación

La estética de la presentación llama más la atención

La presentacion llamativa y mas limpia elegante te hace creer que es mejor

El diseño

Me parece agradable a la vista que se vea el producto en lugar de tener una etiqueta/envase que tape el contenido.

Se ve más minimalista, más limpio y profesional

Me agrado mucho la etiqueta sentí que llamaba mas la atención

Me da la sensación de que es más natural

Me parece que cuando el diseño de una marca se ve más trabajado le da más seriedad y confianza al cliente

El etiquetado se ve mas cuidado y el frasco tiene mejores colores

ANEXOS (1)

por la presentación

Tiene más presentación que la otra y por lo tanto llama más la atención

El producto está más visible

Tiene mayor uso, una vez terminada (el recipiente) y se ve más confiable

Llamo más mi atención

Una presentación más limpia

El recipiente lo hace ver más atractivo

Los colores

El vidrio y la elección de colores le da más seriedad

Por que es visible el producto

La más atractiva para comprarla la elegí debido a que en su mayoría de las personas que buscan los remedios naturales son personas que en su mayoría tienen edad mayor y se van a lo más simple y sencillo que comúnmente solían consumir. En la opción de los productos más profesionales pero más efectividad podría apostar por la 1 opción.

El frasco de arriba se ve que trae mas producto

El envase tiene un mejor diseño y es vidrio por lo que lo puedes reutilizar una vez que te acabes el producto.

El diseño del envase, los colores y el diseño de la marca se ven más y mejor elaborados

Más armonía en colores

Visual

El envase es más atractivo y no tiene referencias religiosas que me hacen dudar de su efectividad

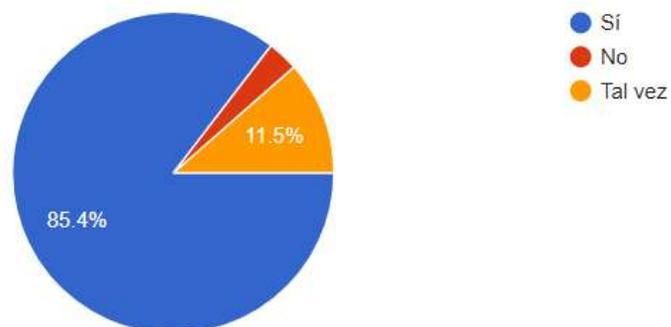
Las presentaciones con poca producción hace que los productos se vean más caseros, y por lo regular son los mejores. Los que tienen más producción dan la impresión que son artificiales.

La presentación está más limpia en cuanto al color y material, al igual que el estampado o imagen

ANEXOS (1)

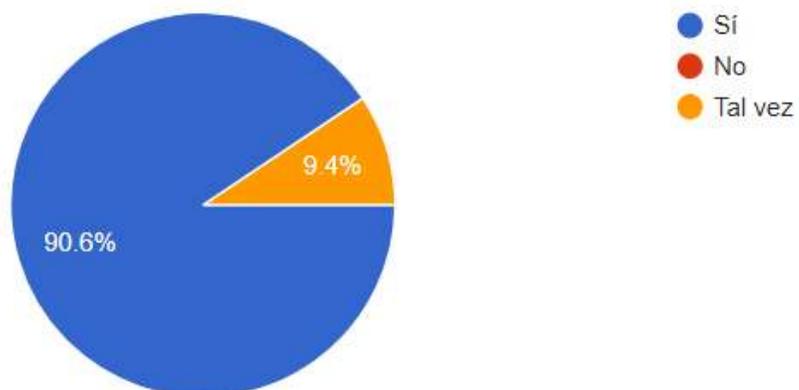
De acuerdo a tus respuestas, ¿consideras que el diseño y presentación influyeron en tus decisiones?

96 respuestas



¿Te gustaría consumir productos herbolarios confiables y efectivos?

96 respuestas



ANEXOS (2)

Nombre de la tienda:

Tiempo de establecida:

Producto más vendido:

Producto menos vendido:

Aproximado de afluencia al día:

Fecha:

Efecto la pandemia: SI NO POSITIVAMENTE O NEGATIVAMENTE

Experiencia:

Estrategias en pandemia:

Ubicación:

Responsable:

ANEXOS (3)

HERBAL BOX BOTIQUÍN HERBOLARIO

FECHA:

Nombre:

TEST DE VALIDACIÓN

CREMA DE TEPEZCOHUIITE						CREMA DE ÁRNICA					
Consistencia:	1	2	3	4	5	Consistencia:	1	2	3	4	5
Fragancia:	1	2	3	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	5
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5
CREMA DE GARDENIAS						CREMA DE SÁBILA					
Consistencia:	1	2	3	4	5	Consistencia:	1	2	3	4	5
Fragancia:	1	2	3	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	5
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5
CREMA DE AGUACATE						<p>Instrucciones:</p> <p>De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados.</p> <p>1= Muy malo muy poco</p> <p>2= Malo poco</p> <p>3= Regular</p> <p>4= Bueno a menudo</p> <p>5= Muy bueno mucho</p>					
Consistencia:	1	2	3	4	5						
Fragancia:	1	2	3	4	5						
Usabilidad:	1	2	3	4	5						
Etiqueta:	1	2	3	4	5						
Envase:	1	2	3	4	5						
Costo:	1	2	3	4	5						
Efectividad:	1	2	3	4	5						

ANEXOS

EXFOLIANTE DE AGUACATE					EXFOLIANTE DE TÉ VERDE							
Consistencia:	1	2	3	4	5	Consistencia:	1	2	3	4	5	
Fragancia:	1	2	3	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	5	
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5	
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5	
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5	
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5	
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5	
ARCILLA ROJA					ARCILLA VERDE							
Consistencia:	1	2	3	4	5	Consistencia:	1	2	3	4	5	
Propiedades:	1	2	3	4	5	Propiedades:	1	2	3	4	5	
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5	
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5	
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5	
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5	
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5	
ARCILLA NEGRA					<p>Instrucciones: De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados. 1= Muy malo muy poco 2= Malo poco 3= Regular 4= Bueno a menudo 5= Muy bueno mucho</p>							
Consistencia:	1	2	3	4								5
Propiedades:	1	2	3	4								5
Usabilidad:	1	2	3	4								5
Etiqueta:	1	2	3	4								5
Envase:	1	2	3	4								5
Costo:	1	2	3	4								5
Efectividad:	1	2	3	4	5							

Comentarios y sugerencias:

ANEXOS

INCIENSOS						ESENCIAS					
Presentación:	1	2	3	4	5	Color:	1	2	3	4	5
Fragancia:	1	2	3	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	5
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5
INFUSIONES						BOTIQUÍN HERBAL BOX					
Sabor:	1	2	3	4	5	Tamaño:	1	2	3	4	5
Fragancia:	1	2	3	4	5	Confiabilidad:	1	2	3	4	5
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5
Envase:	1	2	3	4	5	Embalaje:	1	2	3	4	5
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5
Efectividad:	1	2	3	4	5	Contenido:	1	2	3	4	5
TALLER						Instrucciones:					
Explicación:	1	2	3	4	5	De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados.					
Claridad:	1	2	3	4	5	1= Muy malo muy poco					
Presentación:	1	2	3	4	5	2= Malo poco					
Profesionalismo:	1	2	3	4	5	3= Regular					
						4= Bueno a menudo					
						5= Muy bueno mucho					

Comentarios y sugerencias:

ANEXOS

HERBAL BOX
BOTIQUÍN HERBOLARIO

FECHA: 25 Junio

Nombre: Diego Adan

TEST DE VALIDACIÓN 18

CREMA DE TEPEZCOHUIE						CREMA DE ÁRNICA					
Consistencia:	1	2	3	4	5	Consistencia:	1	2	3	4	5
Fragancia:	1	2	3	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	5
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5
CREMA DE GARDENIAS						CREMA DE SÁBILA					
Consistencia:	1	2	3	4	5	Consistencia:	1	2	3	4	5
Fragancia:	1	2	3	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	5
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5
CREMA DE AGUACATE						Instrucciones:					
Consistencia:	1	2	3	4	5	De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados.					
Fragancia:	1	2	3	4	5	1= Muy malo muy poco					
Usabilidad:	1	2	3	4	5	2= Malo poco					
Etiqueta:	1	2	3	4	5	3= Regular					
Envase:	1	2	3	4	5	4= Bueno a menudo					
Costo:	1	2	3	4	5	5= Muy bueno mucho					
Efectividad:	1	2	3	4	5						

ANEXOS

EXFOLIANTE DE AGUACATE					EXFOLIANTE DE TÉ VERDE							
Consistencia:	1	2	3	4	5	Consistencia:	1	2	3	4	5	
Fragancia:	1	2	3	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	5	
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5	
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5	
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5	
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5	
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5	
ARCILLA ROJA					ARCILLA VERDE							
Consistencia:	1	2	3	4	5	Consistencia:	1	2	3	4	5	
Propiedades:	1	2	3	4	5	Propiedades:	1	2	3	4	5	
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5	
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5	
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5	
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5	
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5	
ARCILLA NEGRA					Instrucciones: De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados. 1= Muy malo muy poco 2= Malo poco 3= Regular 4= Bueno a menudo 5= Muy bueno mucho							
Consistencia:	1	2	3	4								5
Propiedades:	1	2	3	4								5
Usabilidad:	1	2	3	4								5
Etiqueta:	1	2	3	4								5
Envase:	1	2	3	4								5
Costo:	1	2	3	4								5
Efectividad:	1	2	3	4	5							

Comentarios y sugerencias:

me gusta Tefeliso

ANEXOS

INCIENSOS					ESENCIAS						
Presentación:	1	2	3	4	5	Color:	1	2	3	4	5
Fragancia:	1	2	3	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	5
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5
INFUSIONES					BOTIQUÍN HERBAL BOX						
Sabor:	1	2	3	4	5	Tamaño:	1	2	3	4	5
Fragancia:	1	2	3	4	5	Confiabilidad:	1	2	3	4	5
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5
Envase:	1	2	3	4	5	Embalaje:	1	2	3	4	5
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5
Efectividad:	1	2	3	4	5	Contenido:	1	2	3	4	5
TALLER					Instrucciones:						
Explicación:	1	2	3	4	5	De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados.					
Claridad:	1	2	3	4	5	1= Muy malo muy poco					
Presentación:	1	2	3	4	5	2= Malo poco					
Profesionalismo:	1	2	3	4	5	3= Regular					
						4= Bueno a menudo					
						5= Muy bueno mucho					

Comentarios y sugerencias:

ANEXOS

HERBAL BOX BOTIQUÍN HERBOLARIO

FECHA: 25. Junio - 2021

Nombre: *Avel Becerra*

TEST DE VALIDACIÓN 43. *Masculina.*

CREMA DE TEPEZCOHUITE					CREMA DE ÁRNICA							
Consistencia:	1	2	3	4	5	Consistencia:	1	2	3	4	5	
Fragancia:	1	2	3	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	5	
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5	
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5	
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5	
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5	
Efectividad: ?	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5	
CREMA DE GARDENIAS					CREMA DE SÁBILA							
Consistencia:	1	2	3	4	5	Consistencia:	1	2	3	4	5	
Fragancia:	1	2	3	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	5	
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5	
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5	
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5	
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5	
Efectividad: ?	1	2	3	4	5	Efectividad: ?	1	2	3	4	5	
CREMA DE AGUACATE					<p>Instrucciones:</p> <p>De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados.</p> <p>1= Muy malo muy poco</p> <p>2= Malo poco</p> <p>3= Regular</p> <p>4= Bueno a menudo</p> <p>5= Muy bueno mucho</p> <p><i>Lo recomendamos</i></p> <p><i>... de la cantidad un que muy</i></p>							
Consistencia:	1	2	3	4								5
Fragancia:	1	2	3	4								5
Usabilidad:	1	2	3	4								5
Etiqueta:	1	2	3	4								5
Envase:	1	2	3	4								5
Costo:	1	2	3	4								5
Efectividad: ?	1	2	3	4	5							

ANEXOS

EXFOLIANTE DE AGUACATE					EXFOLIANTE DE TÉ VERDE							
Consistencia:	1	2	3	4	5	Consistencia:	1	2	3	4	5	
Fragancia:	1	2	3	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	5	
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5	
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5	
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5	
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5	
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5	
ARCILLA ROJA					ARCILLA VERDE							
Consistencia:	1	2	3	4	5	Consistencia:	1	2	3	4	5	
Propiedades:	1	2	3	4	5	Propiedades:	1	2	3	4	5	
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5	
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5	
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5	
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5	
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5	
ARCILLA NEGRA					Instrucciones: De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados. 1= Muy malo muy poco 2= Malo poco 3= Regular 4= Bueno a menudo 5= Muy bueno mucho							
Consistencia:	1	2	3	4								5
Propiedades:	1	2	3	4								5
Usabilidad:	1	2	3	4								5
Etiqueta:	1	2	3	4								5
Envase:	1	2	3	4								5
Costo:	1	2	3	4								5
Efectividad:	1	2	3	4	5							

Comentarios y sugerencias:

ANEXOS

INCIENSOS					ESENCIAS						
Presentación:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Color:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Fragancia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Fragancia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Usabilidad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Usabilidad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Etiqueta:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Etiqueta:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5
INFUSIONES					BOTIQUÍN HERBAL BOX						
Sabor:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Tamaño:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Fragancia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Confiabilidad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Usabilidad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Usabilidad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Etiqueta:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Etiqueta:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Embalaje:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5
Efectividad:	1	2	3	4	5	Contenido:	1	2	3	4	5
TALLER					Instrucciones:						
Explicación:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados.					
Claridad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	1= Muy malo muy poco					
Presentación:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	2= Malo poco					
Profesionalismo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	3= Regular					
						4= Bueno a menudo					
						5= Muy bueno mucho					

Comentarios y sugerencias:

ANEXOS

HERBAL BOX
BOTIQUÍN HERBOLARIO

FECHA: *25 de mayo 2021*

Nombre: *Dra. Gestado*

TEST DE VALIDACIÓN

CREMA DE TEPEZCOHUITE					CREMA DE ÁRNICA						
Consistencia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Consistencia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Fragancia:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Fragancia:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
Usabilidad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Usabilidad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
CREMA DE GARDENIAS					CREMA DE SÁBILA						
Consistencia:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Consistencia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Fragancia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Fragancia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Usabilidad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Usabilidad:	1	2	3	4	5
Etiqueta:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Etiqueta:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Costo:	1	2	3	4	5
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5
CREMA DE AGUACATE					<p>Instrucciones:</p> <p>De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados.</p> <p>1= Muy malo muy poco</p> <p>2= Malo poco</p> <p>3= Regular</p> <p>4= Bueno a menudo</p> <p>5= Muy bueno mucho</p>						
Consistencia:	1	2	3	4						<input checked="" type="checkbox"/>	
Fragancia:	1	2	3	4						<input checked="" type="checkbox"/>	
Usabilidad:	1	2	3	4						<input checked="" type="checkbox"/>	
Etiqueta:	1	2	3	4						<input checked="" type="checkbox"/>	
Envase:	1	2	3	4						<input checked="" type="checkbox"/>	
Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>						
Efectividad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>						

ANEXOS

EXFOLIANTE DE AGUACATE					EXFOLIANTE DE TÉ VERDE							
Consistencia:	1	2	3	4	<input checked="" type="radio"/>	Consistencia:	1	2	3	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	
Fragancia:	1	2	3	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	<input checked="" type="radio"/>	
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	<input checked="" type="radio"/>	
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	<input checked="" type="radio"/>	
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="radio"/>	
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="radio"/>	
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	<input checked="" type="radio"/>	
ARCILLA ROJA					ARCILLA VERDE							
Consistencia:	1	2	3	4	<input checked="" type="radio"/>	Consistencia:	1	2	3	<input checked="" type="radio"/>	5	
Propiedades:	1	2	3	4	5	Propiedades:	1	2	3	<input checked="" type="radio"/>	5	
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5	
Etiqueta:	1	2	3	4	<input checked="" type="radio"/>	Etiqueta:	1	2	3	4	5	
Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="radio"/>	Envase:	1	2	3	4	5	
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5	
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5	
ARCILLA NEGRA					<p>Instrucciones:</p> <p>De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados.</p> <p>1= Muy malo muy poco</p> <p>2= Malo poco</p> <p>3= Regular</p> <p>4= Bueno a menudo</p> <p>5= Muy bueno mucho</p>							
Consistencia:	1	2	3	<input checked="" type="radio"/>								5
Propiedades:	1	2	3	4								5
Usabilidad:	1	2	3	4								5
Etiqueta:	1	2	3	4								5
Envase:	1	2	3	4								5
Costo:	1	2	3	4								5
Efectividad:	1	2	3	4	5							

Comentarios y sugerencias:

Muy buen trabajo se felicita

ANEXOS

INCIENSOS					ESENCIAS						
Presentación:	1	2	3	4	5	Color:	1	2	3	4	5
Fragancia:	1	2	3	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	5
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5
INFUSIONES					BOTIQUÍN HERBAL BOX						
Sabor:	1	2	3	4	5	Tamaño:	1	2	3	4	5
Fragancia:	1	2	3	4	5	Confiabilidad:	1	2	3	4	5
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5
Envase:	1	2	3	4	5	Embalaje:	1	2	3	4	5
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5
Efectividad:	1	2	3	4	5	Contenido:	1	2	3	4	5
TALLER					Instrucciones:						
Explicación:	1	2	3	4	5	De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados.					
Claridad:	1	2	3	4	5	1= Muy malo muy poco					
Presentación:	1	2	3	4	5	2= Malo poco					
Profesionalismo:	1	2	3	4	5	3= Regular					
						4= Bueno a menudo					
						5= Muy bueno mucho					

Comentarios y sugerencias:

ANEXOS

HERBAL BOX
BOTIQUÍN HERBOLARIO

FECHA: 25/Junio/2021

Nombre: Celso Ramirez C.
37 años.

TEST DE VALIDACIÓN

CREMA DE TEPEZCOHUIE					CREMA DE ÁRNICA							
Consistencia:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Consistencia:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	
Fragancia:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Fragancia:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	
Usabilidad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Usabilidad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	
Etiqueta:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Etiqueta:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	
Envase:	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5	Envase:	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5	
Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Efectividad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Efectividad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	
CREMA DE GARDENIAS					CREMA DE SÁBILA							
Consistencia:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Consistencia:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	
Fragancia:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Fragancia:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	
Usabilidad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Usabilidad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	
Etiqueta:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Etiqueta:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	
Envase:	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5	Envase:	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5	
Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Efectividad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Efectividad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	
CREMA DE AGUACATE					<p>Instrucciones:</p> <p>De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados.</p> <p>1= Muy malo muy poco</p> <p>2= Malo poco</p> <p>3= Regular</p> <p>4= Bueno a menudo</p> <p>5= <u>Muy bueno mucho</u></p>							
Consistencia:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>								5
Fragancia:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>								5
Usabilidad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>								5
Etiqueta:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>								5
Envase:	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4								5
Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>							
Efectividad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5							

ANEXOS

EXFOLIANTE DE AGUACATE					EXFOLIANTE DE TÉ VERDE							
Consistencia:	1	2	3	4	5	Consistencia:	1	2	3	4	5	
Fragancia:	1	2	3	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	5	
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5	
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5	
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5	
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5	
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5	
ARCILLA ROJA					ARCILLA VERDE							
Consistencia:	1	2	3	4	5	Consistencia:	1	2	3	4	5	
Propiedades:	1	2	3	4	5	Propiedades:	1	2	3	4	5	
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5	
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5	
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5	
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5	
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5	
ARCILLA NEGRA					<p>Instrucciones:</p> <p>De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados.</p> <p>1= Muy malo muy poco</p> <p>2= Malo poco</p> <p>3= Regular</p> <p>4= Bueno a menudo</p> <p>5= <u>Muy bueno mucho</u></p>							
Consistencia:	1	2	3	4								5
Propiedades:	1	2	3	4								5
Usabilidad:	1	2	3	4								5
Etiqueta:	1	2	3	4								5
Envase:	1	2	3	4								5
Costo:	1	2	3	4								5
Efectividad:	1	2	3	4	5							

Comentarios y sugerencias:

Para lo que sirve cada producto con imagen.

ANEXOS

Presentación:	1	2	3	4	5	Color:	1	2	3	4	5
Fragancia:	1	2	3	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	5
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5
INFUSIONES						BOTIQUÍN HERBAL BOX					
Sabor:	1	2	3	4	5	Tamaño:	1	2	3	4	5
Fragancia:	1	2	3	4	5	Confiabilidad:	1	2	3	4	5
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5
Envase:	1	2	3	4	5	Embalaje:	1	2	3	4	5
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5
Efectividad:	1	2	3	4	5	Contenido:	1	2	3	4	5
TALLER						Instrucciones:					
Explicación:	1	2	3	4	5	De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados.					
Claridad:	1	2	3	4	5	1= Muy malo muy poco					
Presentación:	1	2	3	4	5	2= Malo poco					
Profesionalismo:	1	2	3	4	5	3= Regular					
						4= Bueno a menudo					
						5= <u>Muy bueno mucho</u>					

Comentarios y sugerencias:

Muy buen producto, pero le falta un sello que identifique tu producto, y presentaciones para más producto a futuro.

ANEXOS

HERBAL BOX
BOTIQUÍN HERBOLARIO

FECHA: 25 / Jun / 2021

Nombre: Itzel Oelgado, 24 años

TEST DE VALIDACIÓN

CREMA DE TEPEZCOHUIE					CREMA DE ÁRNICA							
Consistencia:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Consistencia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Fragancia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Fragancia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Usabilidad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Usabilidad:	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5	
Etiqueta:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Etiqueta:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	
Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Efectividad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Efectividad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	
CREMA DE GARDENIAS					CREMA DE SÁBILA							
Consistencia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Consistencia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Fragancia:	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Usabilidad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Usabilidad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Etiqueta:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Etiqueta:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	
Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Efectividad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Efectividad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	
CREMA DE AGUACATE					<p>Instrucciones:</p> <p>De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados.</p> <p>1= Muy malo muy poco</p> <p>2= Malo poco</p> <p>3= Regular</p> <p>4= Bueno a menudo</p> <p>5= Muy bueno mucho</p>							
Consistencia:	1	2	3	4								<input checked="" type="checkbox"/>
Fragancia:	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4								5
Usabilidad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>								5
Etiqueta:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>								5
Envase:	1	2	3	4								<input checked="" type="checkbox"/>
Costo:	1	2	3	4								<input checked="" type="checkbox"/>
Efectividad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5							

ANEXOS

Consistencia:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Consistencia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Fragancia:	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Usabilidad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Usabilidad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
Etiqueta:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Etiqueta:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Efectividad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Efectividad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
ARCILLA ROJA						ARCILLA VERDE					
Consistencia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Consistencia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Propiedades:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Propiedades:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Usabilidad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Usabilidad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
Etiqueta:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Etiqueta:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
Envase:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Efectividad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Efectividad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
ARCILLA NEGRA						Instrucciones: De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados. 1= Muy malo muy poco 2= Malo poco 3= Regular 4= Bueno a menudo 5= Muy bueno mucho					
Consistencia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>						
Propiedades:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>						
Usabilidad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5						
Etiqueta:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5						
Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>						
Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>						
Efectividad:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5						

Comentarios y sugerencias:

Algunas fragancias son muy fuertes, pero eso ya sería personal y al gusto, me gusta que no tenga fragancia química

ANEXOS

Presentación:	1 2 3 4 5	Color:	1 2 3 4 5
Fragancia:	1 2 3 4 5	Fragancia:	1 2 3 4 5
Usabilidad:	1 2 3 4 5	Usabilidad:	1 2 3 4 5
Etiqueta:	1 2 3 4 5	Etiqueta:	1 2 3 4 5
Envase:	1 2 3 4 5	Envase:	1 2 3 4 5
Costo:	1 2 3 4 5	Costo:	1 2 3 4 5
Efectividad:	1 2 3 4 5	Efectividad:	1 2 3 4 5
INFUSIONES		BOTIQUÍN HERBAL BOX	
Sabor:	1 2 3 4 5	Tamaño:	1 2 3 4 5
Fragancia:	1 2 3 4 5	Confiabilidad:	1 2 3 4 5
Usabilidad:	1 2 3 4 5	Usabilidad:	1 2 3 4 5
Etiqueta:	1 2 3 4 5	Etiqueta:	1 2 3 4 5
Envase:	1 2 3 4 5	Embalaje:	1 2 3 4 5
Costo:	1 2 3 4 5	Costo:	1 2 3 4 5
Efectividad:	1 2 3 4 5	Contenido:	1 2 3 4 5
TALLER		Instrucciones:	
Explicación:	1 2 3 4 5	De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados.	
Claridad:	1 2 3 4 5	1= Muy malo muy poco	
Presentación:	1 2 3 4 5	2= Malo poco	
Profesionalismo:	1 2 3 4 5	3= Regular	
		4= Bueno a menudo	
		5= Muy bueno mucho	

Comentarios y sugerencias:

ANEXOS

HERBAL BOX
BOTIQUÍN HERBOLARIO

FECHA: 25/6/2014

Nombre: María Citali Padua Avalos *[Signature]*

TEST DE VALIDACIÓN

18 años

CREMA DE TEPEZCOHUIE					CREMA DE ÁRNICA						
Consistencia:	1	2	3	4	5	Consistencia:	1	2	3	4	5
Fragancia:	1	2	3	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	5
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5
CREMA DE GARDENIAS					CREMA DE SÁBILA						
Consistencia:	1	2	3	4	5	Consistencia:	1	2	3	4	5
Fragancia:	1	2	3	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	5
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5
CREMA DE AGUACATE					Instrucciones:						
Consistencia:	1	2	3	4	5	De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados.					
Fragancia:	1	2	3	4	5	1= Muy malo muy poco					
Usabilidad:	1	2	3	4	5	2= Malo poco					
Etiqueta:	1	2	3	4	5	3= Regular					
Envase:	1	2	3	4	5	4= Bueno a menudo					
Costo:	1	2	3	4	5	5= Muy bueno mucho					
Efectividad:	1	2	3	4	5						

ANEXOS

EXFOLIANTE DE AGUACATE					EXFOLIANTE DE TÉ VERDE							
Consistencia:	1	2	3	4	5	Consistencia:	1	2	3	4	5	
Fragancia:	1	2	3	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	5	
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5	
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5	
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5	
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5	
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5	
ARCILLA ROJA					ARCILLA VERDE							
Consistencia:	1	2	3	4	5	Consistencia:	1	2	3	4	5	
Propiedades:	1	2	3	4	5	Propiedades:	1	2	3	4	5	
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5	
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5	
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5	
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5	
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5	
ARCILLA NEGRA					Instrucciones: De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados. 1= Muy malo muy poco 2= Malo poco 3= Regular 4= Bueno a menudo 5= Muy bueno mucho							
Consistencia:	1	2	3	4								5
Propiedades:	1	2	3	4								5
Usabilidad:	1	2	3	4								5
Etiqueta:	1	2	3	4								5
Envase:	1	2	3	4								5
Costo:	1	2	3	4								5
Efectividad:	1	2	3	4	5							

Comentarios y sugerencias:

no usable

ANEXOS

INCIENSO					BOTIQUÍN HERBAL BOX						
Presentación:	1	2	3	4	5	Color:	1	2	3	4	5
Fragancia:	1	2	3	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	5
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5
INFUSIONES					BOTIQUÍN HERBAL BOX						
Sabor:	1	2	3	4	5	Tamaño:	1	2	3	4	5
Fragancia:	1	2	3	4	5	Confiabilidad:	1	2	3	4	5
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5
Envase:	1	2	3	4	5	Embalaje:	1	2	3	4	5
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5
Efectividad:	1	2	3	4	5	Contenido:	1	2	3	4	5
TALLER					Instrucciones:						
Explicación:	1	2	3	4	5	De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados.					
Claridad:	1	2	3	4	5	1= Muy malo muy poco					
Presentación:	1	2	3	4	5	2= Malo poco					
Profesionalismo:	1	2	3	4	5	3= Regular					
						4= Bueno a menudo					
						5= Muy bueno mucho					

Comentarios y sugerencias:

todo y encanto muy calificado

ANEXOS

HERBAL BOX
BOTIQUÍN HERBOLARIO

FECHA: 25 junio 2020

Nombre:

TEST DE VALIDACIÓN

CREMA DE TEPEZCOHUIITE					CREMA DE ÁRNICA						
Consistencia:	1	2	3	4	5	Consistencia:	1	2	3	4	5
Fragancia:	1	2	3	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	5
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5
CREMA DE GARDENIAS					CREMA DE SÁBILA						
Consistencia:	1	2	3	4	5	Consistencia:	1	2	3	4	5
Fragancia:	1	2	3	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	5
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5
CREMA DE AGUACATE					Instrucciones: De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados. 1= Muy malo muy poco 2= Malo poco 3= Regular 4= Bueno a menudo 5= Muy bueno mucho						
Consistencia:	1	2	3	4						5	
Fragancia:	1	2	3	4						5	
Usabilidad:	1	2	3	4						5	
Etiqueta:	1	2	3	4						5	
Envase:	1	2	3	4						5	
Costo:	1	2	3	4						5	
Efectividad:	1	2	3	4	5						

ANEXOS

EXFOLIANTE DE AGUACATE					EXFOLIANTE DE TE VERDE							
Consistencia:	1	2	3	4	5	Consistencia:	1	2	3	4	5	
Fragancia:	1	2	3	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	5	
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5	
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5	
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5	
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5	
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5	
ARCILLA ROJA					ARCILLA VERDE							
Consistencia:	1	2	3	4	5	Consistencia:	1	2	3	4	5	
Propiedades:	1	2	3	4	5	Propiedades:	1	2	3	4	5	
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5	
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5	
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5	
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5	
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5	
ARCILLA NEGRA					Instrucciones: De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados. 1= Muy malo muy poco 2= Malo poco 3= Regular 4= Bueno a menudo 5= Muy bueno mucho							
Consistencia:	1	2	3	4								5
Propiedades:	1	2	3	4								5
Usabilidad:	1	2	3	4								5
Etiqueta:	1	2	3	4								5
Envase:	1	2	3	4								5
Costo:	1	2	3	4								5
Efectividad:	1	2	3	4	5							

Comentarios y sugerencias:

ANEXOS

INCIENSOS					ESENCIAS						
Presentación:	1	2	3	4	5	Color:	1	2	3	4	5
Fragancia:	1	2	3	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	5
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5
INFUSIONES					BOTIQUÍN HERBAL BOX						
Sabor:	1	2	3	4	5	Tamaño:	1	2	3	4	5
Fragancia:	1	2	3	4	5	Confiabilidad:	1	2	3	4	5
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5
Envase:	1	2	3	4	5	Embalaje:	1	2	3	4	5
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5
Efectividad:	1	2	3	4	5	Contenido:	1	2	3	4	5
TALLER					Instrucciones:						
Explicación:	1	2	3	4	5	De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados.					
Claridad:	1	2	3	4	5	1= Muy malo muy poco					
Presentación:	1	2	3	4	5	2= Malo poco					
Profesionalismo:	1	2	3	4	5	3= Regular					
						4= Bueno a menudo					
						5= Muy bueno mucho					

Comentarios y sugerencias:

ANEXOS

HERBAL BOX BOTIQUÍN HERBOLARIO

FECHA: 25 / Junio / 2021

Nombre: Karla Yurven Gonzalez V.

TEST DE VALIDACIÓN 22 años

CREMA DE TEPEZCOHUIE						CREMA DE ÁRNICA					
Consistencia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Consistencia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Fragancia:	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Usabilidad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Usabilidad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Etiqueta:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Etiqueta:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
CREMA DE GARDENIAS						CREMA DE SÁBILA					
Consistencia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Consistencia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Fragancia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Fragancia:	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5
Usabilidad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Usabilidad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Etiqueta:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Etiqueta:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Efectividad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Efectividad:	1	2	3	4	5
CREMA DE AGUACATE						<p>Instrucciones:</p> <p>De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados.</p> <p>1= Muy malo muy poco</p> <p>2= Malo poco</p> <p>3= Regular</p> <p>4= Bueno a menudo</p> <p>5= Muy bueno mucho</p>					
Consistencia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>						
Fragancia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>						
Usabilidad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>						
Etiqueta:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>						
Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>						
Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>						
Efectividad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>						

ANEXOS

Consistencia:	1 2 3 4 5	Consistencia:	1 2 3 4 5
Fragancia:	1 2 3 4 5	Fragancia:	1 2 3 4 5
Usabilidad:	1 2 3 4 5	Usabilidad:	1 2 3 4 5
Etiqueta:	1 2 3 4 5	Etiqueta:	1 2 3 4 5
Envase:	1 2 3 4 5	Envase:	1 2 3 4 5
Costo:	1 2 3 4 5	Costo:	1 2 3 4 5
Efectividad:	1 2 3 4 5	Efectividad:	1 2 3 4 5
ARCILLA ROJA		ARCILLA VERDE	
Consistencia:	1 2 3 4 5	Consistencia:	1 2 3 4 5
Propiedades:	1 2 3 4 5	Propiedades:	1 2 3 4 5
Usabilidad:	1 2 3 4 5	Usabilidad:	1 2 3 4 5
Etiqueta:	1 2 3 4 5	Etiqueta:	1 2 3 4 5
Envase:	1 2 3 4 5	Envase:	1 2 3 4 5
Costo:	1 2 3 4 5	Costo:	1 2 3 4 5
Efectividad:	1 2 3 4 5	Efectividad:	1 2 3 4 5
ARCILLA NEGRA		<p>Instrucciones: De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados. 1= Muy malo muy poco 2= Malo poco 3= Regular 4= Bueno a menudo 5= Muy bueno mucho</p>	
Consistencia:	1 2 3 4 5		
Propiedades:	1 2 3 4 5		
Usabilidad:	1 2 3 4 5		
Etiqueta:	1 2 3 4 5		
Envase:	1 2 3 4 5		
Costo:	1 2 3 4 5		
Efectividad:	1 2 3 4 5		

Comentarios y sugerencias:

ANEXOS

INCIENSOS						ESENCIAS					
Presentación:	1	2	3	4	5	Color:	1	2	3	4	5
Fragancia:	1	2	3	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	5
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5
INFUSIONES						BOTIQUÍN HERBAL BOX					
Sabor:	1	2	3	4	5	Tamaño:	1	2	3	4	5
Fragancia:	1	2	3	4	5	Confiabilidad:	1	2	3	4	5
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5
Envase:	1	2	3	4	5	Embalaje:	1	2	3	4	5
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5
Efectividad:	1	2	3	4	5	Contenido:	1	2	3	4	5
TALLER						Instrucciones:					
Explicación:	1	2	3	4	5	De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados.					
Claridad:	1	2	3	4	5	1= Muy malo muy poco					
Presentación:	1	2	3	4	5	2= Malo poco					
Profesionalismo:	1	2	3	4	5	3= Regular					
						4= Bueno a menudo					
						5= Muy bueno mucho					

Comentarios y sugerencias:

De ser posible el uso de más fragancias y exfoliantes.

ANEXOS

HERBAL BOX
BOTIQUÍN HERBOLARIO

FECHA: 25 de Junio 2021
Nombre: Ma del Carmen Caballero H

TEST DE VALIDACIÓN 59 años

CREMA DE TEPEZCOHUITE					CREMA DE ÁRNICA							
Consistencia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Consistencia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Fragancia:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Fragancia:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	
Usabilidad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Usabilidad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Etiqueta:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Etiqueta:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
CREMA DE GARDENIAS					CREMA DE SÁBILA							
Consistencia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Consistencia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Fragancia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Fragancia:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	
Usabilidad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Usabilidad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Etiqueta:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Etiqueta:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Efectividad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Efectividad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
CREMA DE AGUACATE					<p>Instrucciones: De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados. 1= Muy malo muy poco 2= Malo poco 3= Regular 4= Bueno a menudo 5= Muy bueno mucho</p>							
Consistencia:	1	2	3	4								<input checked="" type="checkbox"/>
Fragancia:	1	2	3	4								<input checked="" type="checkbox"/>
Usabilidad:	1	2	3	4								<input checked="" type="checkbox"/>
Etiqueta:	1	2	3	4								<input checked="" type="checkbox"/>
Envase:	1	2	3	4								<input checked="" type="checkbox"/>
Costo:	1	2	3	4								<input checked="" type="checkbox"/>
Efectividad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>							

ANEXOS

HERBAL BOX
BOTIQUÍN HERBOLARIO

FECHA: 25 de Junio 2021
Nombre: Ma del Carmen Caballero H

TEST DE VALIDACIÓN 59 años

CREMA DE TEPEZCOHUITE					CREMA DE ÁRNICA							
Consistencia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Consistencia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Fragancia:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	Fragancia:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	
Usabilidad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Usabilidad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Etiqueta:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Etiqueta:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
CREMA DE GARDENIAS					CREMA DE SÁBILA							
Consistencia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Consistencia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Fragancia:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Fragancia:	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	
Usabilidad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Usabilidad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Etiqueta:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Etiqueta:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Envase:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Costo:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
Efectividad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	Efectividad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>	
CREMA DE AGUACATE					<p>Instrucciones: De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados. 1= Muy malo muy poco 2= Malo poco 3= Regular 4= Bueno a menudo 5= Muy bueno mucho</p>							
Consistencia:	1	2	3	4								<input checked="" type="checkbox"/>
Fragancia:	1	2	3	4								<input checked="" type="checkbox"/>
Usabilidad:	1	2	3	4								<input checked="" type="checkbox"/>
Etiqueta:	1	2	3	4								<input checked="" type="checkbox"/>
Envase:	1	2	3	4								<input checked="" type="checkbox"/>
Costo:	1	2	3	4								<input checked="" type="checkbox"/>
Efectividad:	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>							

ANEXOS

EXFOLIANTE DE AGUACATE					EXFOLIANTE DE TE VERDE							
Consistencia:	1	2	3	4	5	Consistencia:	1	2	3	4	5	
Fragancia:	1	2	3	4	5	Fragancia:	1	2	3	4	5	
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5	
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5	
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5	
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5	
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5	
ARCILLA ROJA					ARCILLA VERDE							
Consistencia:	1	2	3	4	5	Consistencia:	1	2	3	4	5	
Propiedades:	1	2	3	4	5	Propiedades:	1	2	3	4	5	
Usabilidad:	1	2	3	4	5	Usabilidad:	1	2	3	4	5	
Etiqueta:	1	2	3	4	5	Etiqueta:	1	2	3	4	5	
Envase:	1	2	3	4	5	Envase:	1	2	3	4	5	
Costo:	1	2	3	4	5	Costo:	1	2	3	4	5	
Efectividad:	1	2	3	4	5	Efectividad:	1	2	3	4	5	
ARCILLA NEGRA					Instrucciones: De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados. 1= Muy malo muy poco 2= Malo poco 3= Regular 4= Bueno a menudo 5= Muy bueno mucho							
Consistencia:	1	2	3	4								5
Propiedades:	1	2	3	4								5
Usabilidad:	1	2	3	4								5
Etiqueta:	1	2	3	4								5
Envase:	1	2	3	4								5
Costo:	1	2	3	4	5							
Efectividad:	1	2	3	4	5							

Comentarios y sugerencias:

ANEXOS

Presentación:	1 2 3 4 5	Color:	1 2 3 4 5
Fragancia:	1 2 3 4 5	Fragancia:	1 2 3 4 5
Usabilidad:	1 2 3 4 5	Usabilidad:	1 2 3 4 5
Etiqueta:	1 2 3 4 5	Etiqueta:	1 2 3 4 5
Envase:	1 2 3 4 5	Envase:	1 2 3 4 5
Costo:	1 2 3 4 5	Costo:	1 2 3 4 5
Efectividad:	1 2 3 4 5	Efectividad:	1 2 3 4 5
INFUSIONES		BOTIQUÍN HERBAL BOX	
Sabor:	1 2 3 4 5	Tamaño:	1 2 3 4 5
Fragancia:	1 2 3 4 5	Confiabilidad:	1 2 3 4 5
Usabilidad:	1 2 3 4 5	Usabilidad:	1 2 3 4 5
Etiqueta:	1 2 3 4 5	Etiqueta:	1 2 3 4 5
Envase:	1 2 3 4 5	Embalaje:	1 2 3 4 5
Costo:	1 2 3 4 5	Costo:	1 2 3 4 5
Efectividad:	1 2 3 4 5	Contenido:	1 2 3 4 5
TALLER		Instrucciones:	
Explicación:	1 2 3 4 5	De acuerdo a un criterio personal, califica del 1 al 5 los productos presentados.	
Claridad:	1 2 3 4 5	1= Muy malo muy poco	
Presentación:	1 2 3 4 5	2= Malo poco	
Profesionalismo:	1 2 3 4 5	3= Regular	
		4= Bueno a menudo	
		5= Muy bueno mucho	

Comentarios y sugerencias:

Son productos de uso diario y muy saludables. Felicidades y te deseo el mayor éxito del mundo, como diseñador y empresaria. Súper genial. Apoyate con buenos profesionales que te ayuden a realizar una comercialización universal.



HERBAL BOX
**TALLER DE
AUTOCUIDADO**

**VIAJE
IMAGINARIO**

COMO OBSERVO MI CUERPO

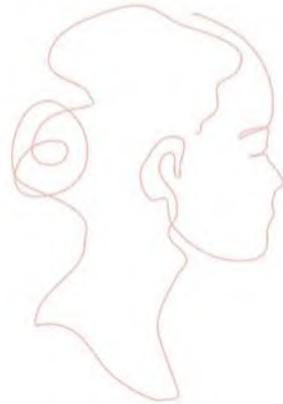
PASO
1



AUTODIAGNOSTICO

EJERCICIO PRÁCTICO

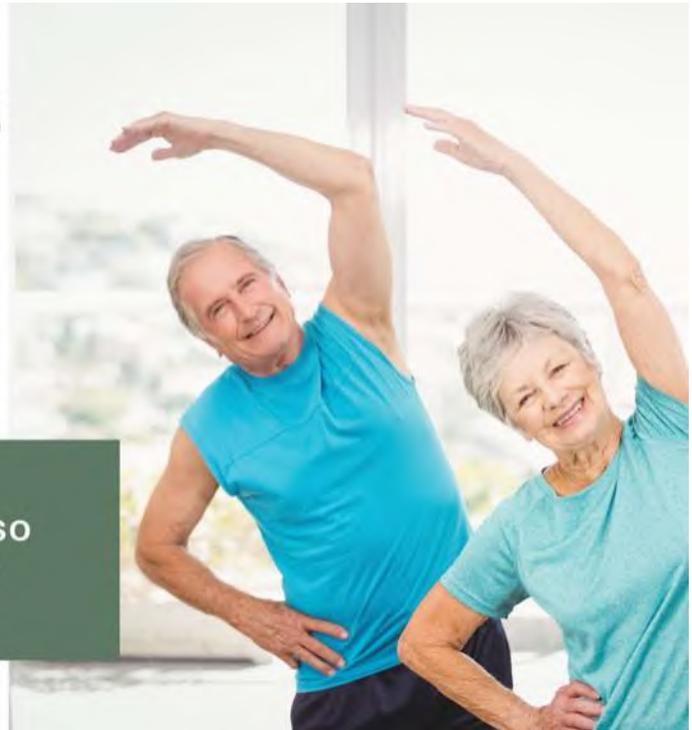
PASO
2



OPORTUNIDADES PARA ACTUAR

EJERCICIO
MEJORAR HABITOS
CUIDAR DE MI

PASO
3





ANEXOS (4)



BELLEZA REAL



BELLEZA REAL

¿Qué determina mi salud?

MEDICINA CHINA

PULMONES: Tristeza y depresión

HIGADO: Ira y enojo.

PIEL: Negación, frustración,

ARTICULACIONES: Rencor

UTERO: Represión

RIÑONES: Miedo o susto



¿Cómo apoya la herbolaria mi salud?



La herbolaria es una practica milenaria que hace uso de las plantas para detonar un beneficio físico, emocional, mental o espiritual.



HERBAL BOX

BOTIQUÍN HERBOLARIO



CULTURAS ANTIGUAS

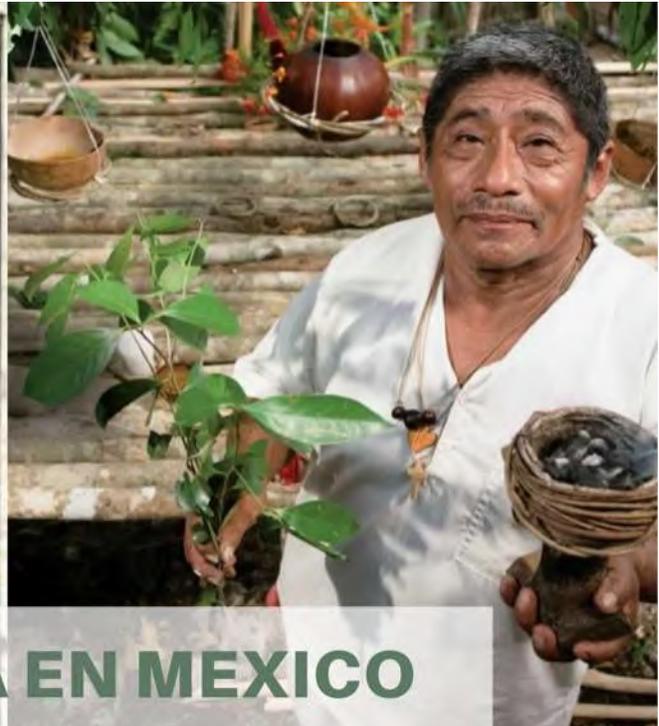
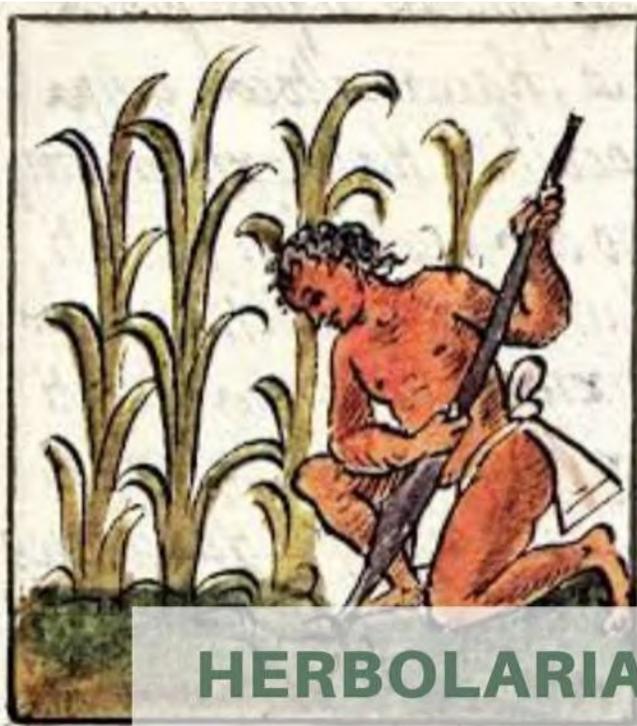
EXTERIOR

ME AMO POR FUERA



INTERIOR

ME AMO POR DENTRO



HERBOLARIA EN MEXICO

AMOR ESTÉTICO

LINEA DE CUIDADO DE LA PIEL

Surge con el propósito de consentir y cuidar del órgano más grande (la piel). Formar un hábito de autocuidado, autovaloración, auto aprobación y con ello mejorar el autoestima, provocando una mejor visión de nosotros mismos y del mundo que nos rodea.



CONCIENCIA MEDICINAL

LÍNEA DE CUIDADO DE LA SALUD INTERNA

Esta línea nace con la intención de rescatar la herbolaria, tanto en su sabiduría como métodos y formas de utilización.

Para prevenir y mejorar enfermedades o síntomas no favorables a la salud física y que repercuten en el estado anímico de las personas.





GRACIAS

HERBAL BOX
MAYEEH ARTESANAL

ANEXOS (5)



MAYEEH Significa dar de buena mano y buena fé.

ENCUÉTRANOS
AQUÍ

443-449-4148

Mayeeh.artesanal@gmail.com

Facebook e Instagram:
Mayeeh Artesanal



MAYEEH
ARTESANAL [®]

PRODUCTOS HERBOLAREOS



NUESTRA HISTORIA

MAYEEH Artesanal nació en el 2018 con un shampoo basado en plantas, elaborado de forma artesanal y fue en el 2020 que adquirimos el registro oficial de la marca y con ello la creación de más productos como cremas, mascarillas y preparados, enfocados en un tratamiento físico, emocional, mental y espiritual.

PRODUCTOS



Shampoo herbolario, con más de 10 plantas, que fortalecen el cabello, contrarrestando la caída, regulando el Ph, elimina la caspa y acelera el crecimiento.

1 Litro: \$190
1/2 Litro: \$95



Mascarilla verde de origen marino, enriquecida con algas, auxiliar en regular el ph y disminuir la grasa de la piel, combatir el acné y suavizar la piel.

100gr: \$45



Mascarilla de arcilla roja, ideal para pieles maduras, rica en magnesio y cobre, reafirmante y rejuvenecedora.

100gr: \$45



Mascarilla de arcilla negra, de origen volcánico con carbón activado, ideal para pieles mixtas, ataca imperfecciones.

100gr: \$45



Crema de aguacate, enriquecida con vitamina E, disminuye las líneas de expresión.

100gr: \$5
50gr: \$35

ANEXOS (5)



Crema de sábila, enriquecida con vitamina E, ideal para pieles sensibles, disminuye enrojecimiento, el acné y las picaduras de insectos.

100gr: \$55
50gr: \$35



Crema de árnica y manzanilla, para piernas cansadas, activa la circulación, disminuye la celulitis y varices, efecto refrescante con aroma a mentol.

100gr: \$55
50gr: \$35



Crema de gardenias para pieles secas, adicionada con vitamina E y aceite de coco, fragancia fuerte y de aroma prolongado.

100gr: \$40



Crema de tepezcohuite adicionada con vitamina E, ideal para quemaduras, manchas de sol, exclusivo de uso nocturno.

100gr: \$55
50gr: \$35



Exfoliante de te verde con aceite de árbol de té, ideal para rostros de piel mixta y para prevenir vellos enterrados antes de la depilación.

100gr: \$55



Exfoliante de hueso de aguacate, para pieles mixtas y grasas, regula el ph, disminuye las líneas de expresión y antioxidante.

100gr: \$55

ANEXOS (5)



Incensos exportados de la India, ideal para transformar atmosferas, 36 aromas diferentes:

- Ámbar
- Rosas
- Fresa
- Eucalipto
- Manzana canela
- Coco y miel
- Frutas tropicales
- Lima limón
- Ruda
- Ruda y palosanto
- Clavo
- Protección
- Mamá y bebé

- Buena suerte
- Fortuna
- Éxito
- Lluvia de plata y oro
- Mejor negocio
- Tantra y yoga
- Pauchulli
- 7x7 contra todo
- San Pancracio
- Meditación
- Frutos rojos
- Fresa y lima
- Amor
- Opio
- Opio negro
- Almizcle
- Pasión
- Anti-tabaco
- Palo santo
- Copal
- Sándalo
- Aventus
- 1 millón

Caja con 20 incensos

1x \$20

2x \$30

5x \$60



Preparados herbolarios para infusiones, completamente personalizadas para tratar lo siguiente:

- Depresión
- Ansiedad
- Insomnio
- Gripas
- Cefaleas
- Desintoxicante
- Cansancio
- Digestivo
- Diurético
- Desinflamatorio
- Carminativo

50gr: \$55



HERBAL BOX

BOTIQUÍN HERBOLARIO

HERBAL BOX surge a partir de la sabiduría de la herbolaria y la sabiduría ancestral mexicana, basada sanar el desequilibrio energético, afectado por las emociones, la mente, el cuerpo y el espíritu, apoyado desde las plantas, la aromaterapia y el auto cuidado.

Este botiquín fue creado por la marca MAYEEH Artesanal, cuya marca se basa en realizar productos más naturales, desde procesos artesanales, honrando el conocimiento de los ancestros.



ANEXOS (6)

Bienvenid@ al instructivo de tu

HERBAL BOX

Propietari@: _____

Contenido: _____

Beneficios: _____

Indicaciones especiales: _____

Hoy _____ comienzo a consentirme y sanarme.
Fecha

El compromiso que hago con mi ser es:

Recordatorio de uso:

Producto: _____ Hora(s): _____

D L M M J V S

Producto: _____ Hora(s): _____

D L M M J V S

Producto: _____ Hora(s): _____

D L M M J V S



ANEXOS (8)

REGISTRO OFICIAL DE LA MARCA MAYEEH ARTESANAL

DIRECCIÓN DIVISIONAL DE MARCAS.
 SUBDIRECCIÓN DIVISIONAL DE
 PROCESAMIENTO ADMINISTRATIVO DE
 MARCAS.
 COORDINACIÓN DEPARTAMENTAL DE
 RECEPCIÓN Y CONTROL DE
 DOCUMENTOS.

EXPEDIENTE: 2451470
 FOLIO DE RECEPCIÓN: 255932
 FECHA Y HORA DE LA RECEPCIÓN
 DE LA SOLICITUD: 09/11/2020 17:31:39

SOLICITUD DE:

REGISTRO DE MARCA

SOLICITANTE(S) O REPRESENTANTE LEGAL:

SOFIA VICTORIA LUCERO CABALLERO

DOCUMENTOS ANEXOS:

COMPROBANTE DE PAGO 10048218381_Pago.pdf 24.74 kB

Los documentos adjuntos están sujetos al estudio correspondiente que el Instituto realice de conformidad con la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial y el Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial.

EL USUARIO MANIFESTÓ

Que reconoce como propia y auténtica la información contenida en la solicitud enviada a través de este medio, asumiendo la responsabilidad por el uso de su nombre, de su CURP y contraseña por persona distinta a la autorizada, quedando bajo su exclusiva responsabilidad y acepta como propia la información que ésta envíe o reciba a través del PASE o de los servicios electrónicos del Instituto.

Declaró bajo protesta de decir verdad que cuenta con un domicilio en la República Mexicana.

Declaró bajo protesta de decir verdad que los documentos anexos a la solicitud son originales o copia debidamente certificada.

CON LA FECHA Y HORA REFERIDA SE HA RECIBIDO SU SOLICITUD CON LOS DATOS SEÑALADOS DE LA QUE SE ACUSA RECIBO.

FIRMA DE ACUSE:

Sello Digital del IMPI

EqHbyjZpn1678gkFxu5CQzW3IE1qxOUkPpSuyknk7+shojtMv81s2UJpcCEKzBPcwuacrhd8nOZGzc
 ufBcu9gk4Cug+AoyF6Rzun9Jdo9j60Dd48CxN0Byr2t9iY6OTLrNtQLyIAa1Xo4tIAj6lkskCsPtVdUzP
 QVSWr4zTJLTKkToyZc71ZzPjo2x2hyBp/qpWX1NAhWueUn9gZrPEIMF1JZ+xbC3PgcdTTSmFdjG
 xOiwHqsJdE0YNFIXlv0giik+HBtwlZuyPm2wikno0zsiE6XUVKUZR0KrlmqZYajLiX6HQQoXUQH+pn9l
 LP39pa1zczeFdgEfpPpreQoPm7Ktg==