

PLAN DE NEGOCIO CREMA HUMECTANTE A BASE DE PRODUCTOS NATURALES



Plan de negocio para la fabricación y comercialización de una crema humectante a base de productos naturales en la ciudad de Bogotá

María Paula Linares Bohórquez

Profesor Instructor Laura Milena Cala Cristancho

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca

Facultad de Administración y Economía

Programa de Administración de Empresas Comerciales

2023

Tabla de Contenido

1. Introducción8
 1.1 Problema de investigación9
 1.2 Pregunta de investigación9
 2. Justificación10
 3. Objetivos.....10
 3.1 Objetivo general10
 3.2 Objetivos específicos10
 4. Estado del Arte.....11
 4.1 Marco referencial.....13
 5. Metodología.....17
 5.1 Enfoque y Tipo de Investigación.....17
 5.2 Diseño Muestral17
 5.3 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información.....17
 6. Desarrollo.....19
 6.1 Investigación ambiental.....19
 6.1.1. Cremas farmacéuticas más usadas en el mercado para la humectación de manos.....21
 6.1.2 Proceso de fabricación de cremas farmacéuticas y su efecto negativo en el medio ambiente.....24
 6.1.3 Comparación fabricación de cremas farmacéuticas y cremas naturales24
 6.2 Investigación de producto.....24
 6.2.1 Investigación de cremas naturales: envase, packaging y precios.....24
 6.2.2 Implementar mejoras en la crema humectante natural.....28
 7. Plan de negocio.....29
 7.1 Nombre comercial y razón social de la empresa.....29
 7.2 Descripción del producto29
 7.3 Oportunidad de negocio.....32
 8. Análisis del mercado.....33
 8.1 Análisis del mercado y la competencia.....33
 9. Plan de Marketing35
 9.1 Producto - Precio - Plaza y Promoción.....35
 10. Diseño del producto.....36
 10.1 Envase.....36
 10.2 Packaging.....36
 10.3 Logo.....37
 10.4 Ficha técnica.....38
 11. Plan estratégico40
 11.1 Misión y visión de la empresa.....40
 11.1.1 Misión.....40

11.1.2 Visión.....	40
11.2 Estrategia corporativa.....	40
11.3 Objetivos corporativos.....	40
11.4 Costo anual	42
11.5 Nómina.....	44
11.6 Modelo Canvas.....	46
12. Encuesta de investigación	46
12.1 Análisis de los resultados	55
13. Conclusiones y Recomendaciones.....	54
14. Bibliografía.....	56
15. Anexos.....	59

Lista de Figuras

Figura 1. The Business Model Canvas.....	14
Figura 2. Polímeros de un solo uso.....	23
Figura 3. Crema Ekos.....	25
Figura 4. Packaging Natura.....	26
Figura 5. Crema Weleda.....	26
Figura 6. Crema de manos “Ana María”.....	27
Figura 7. Packaging “Ana María”.....	28
Figura 8. Manteca de Karité.....	30
Figura 9. Aceite de Caléndula.....	30
Figura 10. Aloe Vera.....	31
Figura 11. Diseño de envase.....	36
Figura 12. Packaging en cartón.....	37
Figura 13. Logo.....	37

Lista de Tablas

Tabla 1 Análisis de las cremas farmacéuticas de manos.....	19
Tabla 2 Análisis del mercado y la competencia.....	33
Tabla 3 Producto, precio, plaza y promoción.....	35
Tabla 4 Ficha técnica por producto.....	38
Tabla 5 Costeo anual.....	42
Tabla 6 Nómina.....	44
Tabla 7 Modelo Canvas.....	46

Resumen

En la actualidad se evidencian diversos productos en el mercado del sector de cosméticos, de los cuales la mayoría de los consumidores no tienen certeza de qué se componen o de lo que están aplicando en su piel; en muchas ocasiones, se evidencia que los productos farmacéuticos que contienen ingredientes como parabenos o glicerina, terminan afectando la salud humana, ya que es un componente tóxico que al ser económico y excelente elemento conservador, se utilizan en muchos productos alimenticios y cosméticos, que al final se terminan detectando en la orina humana y en cuanto al medio ambiente, este afecta la biota marina y la fisiología de la fauna. Es por esto, que en el presente trabajo se realiza una investigación y análisis de los factores negativos de este tipo de productos en la salud y en el medio ambiente, para poder realizar una propuesta de negocio, que se adopte a los valores de los consumidores actuales, que buscan productos amigables con el medio ambiente y seguros para su uso.

Entre los análisis se encuentra la gran cantidad de desperdicios de plásticos a nivel mundial, de los cuales terminan en los océanos; también, según estudios científicos, se demuestra el daño ocasionado en la salud humana por los productos cosméticos y como alternativa los productos de origen natural con envases reutilizables, que minimizan el impacto negativo en el ambiente.

Entre los resultados se encuentra que el producto sería aceptado entre el público objetivo y se obtendría un buen nivel de ventas en la ciudad de Bogotá, del cual se obtiene un TIR tasa interna de retorno positiva.

Palabras clave: sustentabilidad, parabenos, nanotecnología, fabricación, comercialización, packaging.

Abstract

Currently, there are various products on the market in the cosmetics sector, of which the majority of consumers are not sure what they are made of or what they are applying to their skin; On many occasions, it is evident that pharmaceutical products that contain ingredients such as parabens or glycerin end up affecting human health, since it is a toxic component that, being economical and an excellent preservative element, is used in much food and cosmetic products, which at the same time ultimately it ends up being detected in human urine and in terms of the environment, it affects the marine biota and the physiology of fauna. This is why this degree work carries out an investigation and analysis of the negative factors of this type of products on health and the environment, in order to make a business proposal that is adopted to the values of consumers. Current, who look for products that are environmentally friendly and safe for use.

Among the analyses is the large amount of plastic waste worldwide, of which ends up in the oceans; Also, according to scientific studies, the damage caused to human health by cosmetic products are demonstrated and, as an alternative, products of natural origin with reusable packaging, which minimize the negative impact on the environment.

Among the results is that the product would be accepted among the target audience and a good level of sales would be obtained in the city of Bogotá, from which an internal IRR rate of return is obtained.

Keywords: sustainability, parabens, nanotechnology, manufacturing, marketing, packaging.

Introducción

El presente trabajo presenta los resultados de un estudio de los múltiples beneficios que aportan las cremas naturales para el cuidado de la piel, especialmente en las manos; identificando así, beneficios de estas para el cuidado de la piel a comparación de las cremas humectantes de farmacia. De esta forma, se realiza una investigación exhaustiva de componentes de origen 100% natural, donde se encuentran varios ingredientes que ayudan con la humectación y reparación de la piel, lo que es beneficioso para la fabricación de la crema humectante natural y ecológica de manos, se puede determinar que el producto contará con excelente calidad y será amigable con el medio ambiente; ya que en el proceso de fabricación y comercialización se utilizan envases reutilizables que disminuyen las micropartículas de plástico en el medio ambiente, como también ingredientes sin parabenos y glicerina.

De la investigación de la viabilidad del proyecto, se podría llegar a incluir al mercado un producto sustentable para el medio ambiente y económico, como también crear mayor cantidad de empleos en la ciudad de Bogotá, que a pesar de que el mercado es bastante competitivo, tiene grandes oportunidades para emprender y alcanzar una distinción de marca.

Desde un enfoque administrativo, la idea principal es realizar un plan de negocio para la creación de una crema de manos a base de productos naturales y libre de parabenos; fabricada y comercializada, especialmente en la ciudad de Bogotá, Colombia. Aportando en este proceso un nuevo producto en el mercado, para el beneficio de todas las personas, ya que contará con un precio accesible.

Para determinar la viabilidad del proyecto, se realizó un análisis de mercado, análisis del sector, se utilizaron herramientas administrativas, pruebas y encuesta de perspectiva sobre el público objetivo. Teniendo en cuenta las nuevas ideologías ambientales en los

compradores y el apoyo de las empresas al medio ambiente, por medio de proyectos de innovación, se desea aportar conocimiento ambiental en su fabricación y embalaje, para lograr un impacto ambiental reducido a comparación de la fabricación de cremas humectantes de farmacia.

1.1 Problema de investigación

En la mayoría de productoras de cremas humectantes, se utilizan ingredientes como parabenos que impactan negativamente en la salud, ya que, según la investigación de algunos autores, tal como Soler (2016), se han encontrado estos componentes en la orina, suero sanguíneo y leche materna que no se pueden eliminar por medio de procedimientos convencionales., Además, afecta el medio ambiente en los ecosistemas marinos, puesto que se altera la biota acuática. Por otro lado, las cremas convencionales también alteran el medio ambiente, debido a sus envases plásticos que son de un solo uso, los cuales pueden tardar en descomponerse más de 1.000 años según la ONU (2018). Es por esto que el proyecto desea brindar una alternativa natural, eficaz y eco amigable a todas las personas que en la actualidad adquieren productos naturales que sean seguros para su salud y que su fabricación tenga un impacto ambiental reducido.

1.2 Pregunta de investigación

¿Cuál es la viabilidad de un plan de negocio para la fabricación de una crema humectante de manos a base de productos 100% naturales?

Justificación

Las cremas naturales presentan diversos beneficios y en especial para el cuidado de la piel, es por esto que se ha logrado identificar los ingredientes esenciales para la resequedad y reparación de la piel para poder aplicarlos en la crema natural. Como el aceite de coco virgen (VCO), el cual “se compone casi al 90% de grasas saturadas, la mayoría de ellos beneficiosos y entre los cuales se destacan los Ácidos Grasos de Cadena Media (MCFA – Medium Chain Fatty Acids” (García, 2019, p. 62), los cuales, según el autor, ayuda a humectar la piel y evitar infección debido comezón.

Cabe resaltar que hay personas con piel más sensible, por lo que les es difícil usar una crema recetada, ya que generará alteraciones adicionales en la piel. Se ha evidenciado que el uso de cremas a base de derivados de las plantas y aceites naturales han sido beneficiosas para el cuidado de la piel.

Objetivos

3.1 Objetivo general

- Analizar la viabilidad de un plan de negocio para fabricar y comercializar una crema natural humectante a base de productos naturales en la ciudad de Bogotá.

3.2 Objetivos específicos

- Identificar los efectos negativos en el medio ambiente generados por las cremas farmacéuticas en el mercado.
- Determinar los aspectos de mejora en las cremas naturales ya existentes en el mercado, para implementar en el producto a desarrollar.
- Desarrollar un estudio de mercado para determinar la viabilidad del producto.

Estado del Arte

En el presente desarrollo se contextualiza la importancia de la medicina natural, los efectos negativos de los fármacos en el medio ambiente y estudios realizados para determinar la viabilidad de productos naturales y sus resultados.

Yadwade et al., (2021), refieren en su investigación, que la nanotecnología se ha venido utilizando en diferentes sectores, tales como en la industria cosmética, esto es beneficioso para las empresas ya que permite una mayor estabilidad duradera en la piel, rendimiento como también mayor penetración, sin embargo, estos nanomateriales son capaces de provocar diferentes reacciones que pueden provocar efectos tóxicos, lo cual podría ser un efecto adverso para el área de la salud y cosmética.

Castro (2006), expresa en su artículo la importancia de seguir utilizando plantas medicinales en la en el tiempo actual, ya que, a pesar del advenimiento de la medicina moderna, aproximadamente el 80% de la población de los países en desarrollo, siguen usando la medicina natural para el cuidado de su salud. Esto se considera que es debido a la concientización que ha tenido la mayoría de personas con el cuidado del medio ambiente y debido a las alternativas en el sector de cosméticos, ya que en el mercado se encuentran diversos emprendimientos donde ofertan gran variedad de productos naturales y ecológicos. Adicionalmente, se ha visibilizado más el daño que producen los fármacos sintéticos en el medio ambiente que son utilizados en la mayoría de cremas y demás productos de cuidado personal.

De la autora Soler (2016), se puede destacar la información suministrada en su tesis en la que se expone la funcionalidad de los parabenos en los productos cosméticos, en alimentos y diversos productos de cuidado personal, los cuales son mayormente utilizados

debido a su bajo costo, su funcionalidad como conservantes por propiedades antimicrobianas y a la estabilidad que produce en el pH; sin embargo, se ha demostrado que sus componentes químicos, al final logran estar presentes en el agua destinada para el consumo humano, en el aire, polvo y suelos.

Además, también se ven detectados en la orina, suero sanguíneo y leche materna, es importante recalcar, que los parabenos no pueden ser eliminados por medio de procedimientos convencionales y estos son disruptores endocrinos en la biota acuática, por lo cual no solo afecta a la salud humana sino también a la estabilidad del medio ambiente.

El proyecto realizado por Santos et al., (2019), tiene como objetivo brindar alivio a los daños que sufre la piel por problemas dermatológicos, por medio de una crema con insumos naturales como la flor de caléndula, aloe vera, cera de abeja, entre otros componentes; adicional, que es libre de parabenos los cuales son dañinos para el medio ambiente y la salud humana. Este producto es una alternativa para las personas de pieles sensibles que desean reparar y mantener el equilibrio en la epidermis. La metodología de su investigación se basó en un plan estratégico, estudios de mercado, estudio legal y organizacional, como también planteamiento de terrenos, localización de financiamientos y análisis financieros. Como conclusión, se espera tener una rentabilidad de un 10% por año y se considera el proyecto viable, ya que obtienen un VANF (valor actual neto financiero) positivo.

A continuación, presenta la investigación de grado realizado por Sierra et al., (2020) donde se plantea una idea de negocio para una marca de cosméticos llamada “Naturalia SA cremas naturales”, la cual tiene como objetivo establecer la marca en el sector de belleza, proporcionando productos de excelente calidad e innovadores, que tendría a la disposición venta de mascarillas para el cuidado de la piel para hombres y mujeres, con ingredientes

naturales como: Avena, aceite de coco, aguacate, entre otros. Proponen utilizar materias primas de origen 100% natural, obtener una ganancia del 20% por producto y utilizar embalajes reciclables en vidrio. Para concluir, la idea de negocio se basa en un producto natural, innovador, para un público amplio, con servicio de domicilio. Con el cual se apoya a la concientización ambiental, disminución de desechos y reutilización de sus productos.

Para finalizar el proyecto de Mora (2020) tiene como objetivo crear una crema facial natural, para el cuidado de la piel, especialmente para la mujer colombiana; esto por medio de componentes como el aceite de cordero, que anteriormente, era rechazado por su mal olor y su textura; sin embargo, lo que plantea la autora es utilizar el producto totalmente procesado con aroma y textura agradable. Resalta el ingrediente provincial de la crema el cual es el aceite de cordero, que brinda propiedades de hidratación y elasticidad en la piel. Para concluir, realiza un estudio de viabilidad, donde se justifica que cada año la rentabilidad es positiva con un porcentaje de un 33,2% TIR (tasa interna de retorno).

4.1 Marco referencial

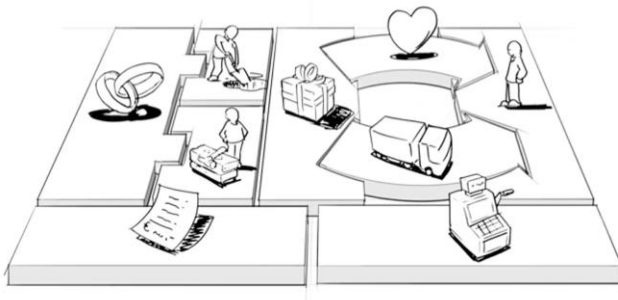
Teniendo en cuenta que el objetivo central del Working Paper de la creación de un plan de negocio, se realiza consulta en diversas fuentes de información, acerca del procedimiento para llevar esto a cabo. Donde se encuentra la importancia del Modelo Canvas, el cual es un formato o lienzo, para desarrollar nuevos proyectos o ideas. Permite a las empresas generar valor en sus nuevas ideas y brindar beneficios a los dueños y aliados del negocio.

La relación de los elementos considerados en el modelo de negocio Canvas estudia la creación de valor de las empresas, mediante la forma de obtener ingresos generados del valor que da a sus clientes, además de la consideración de la preservación de la

rentabilidad de la empresa. (Meertens, 2012).

Es por esto que, en el plan de negocios, se desea realizar diversos análisis, entre estos el Modelo Canvas, para poder identificar cada pieza clave en el negocio de crema natural, que permita generar valor, segmentar el mercado y crear una buena relación con los clientes. En la siguiente figura, se puede evidenciar las partes que componen el Modelo Canvas:

Figura 1.
The Business Model Canvas.



Tomada de: Emprenderalia, 2023, (www.emprenderalia.com).

Por otra parte, respecto a la ontología del modelo de negocio, la cual es una herramienta que ayuda a conseguir un aumento monetario para una empresa, se resalta que:

Hoy en día donde los modelos de negocio están cada vez más complejos y que diferentes variables influyen en su éxito, podría ser interesante aplicar una caracterización o clasificación más detallada. Por lo tanto, propongo evaluar el negocio modelos en nueve ejes que son los nueve pilares básicos de un modelo de negocio cada uno de estos ejes permitirían caracterizar una parte específica: Propuesta de valor, cliente objetivo, canal de distribución, relaciones, configuración de valores, capacidades, asociaciones, estructura de costo y modelo de ingresos. (Osterwalder, 2004, p. 156).

Para lograr introducir la crema hidratante natural en el mercado, se parte de las bases Sánchez (2006), en la resalta la importancia de analizar las diferentes dificultades de la producción de un producto, en este caso la crema natural, identificar sus ventajas y desventajas. Como también, identificar características del comportamiento del consumidor o cliente y precisar qué barreras habría en el mercado al introducir el producto o crema. Por ello, en este trabajo se realiza un análisis de la producción de cremas naturales, sus desventajas en el proceso y se plantean ideas de mejora. En cuanto al comportamiento del consumidor, se realizará una encuesta de percepción, de forma aleatoria a 30 personas: hombres y mujeres de la ciudad de Bogotá, utilizando el muestreo deliberado, crítico o por juicio.

En cuanto al marco legal, en Colombia el sector de productos cosméticos se entiende como: “toda sustancia o formulación de aplicación local a ser usada en las diversas partes superficiales del cuerpo humano “(Comunidad Andina de Naciones, CAN, 2002).

La misma entidad emitió la decisión 516 de 2002, artículo 5° donde se informa que: “Los productos cosméticos a que se refiere la presente decisión requieren, para su comercialización o expendio en la Sub Región, de la Notificación Sanitaria Obligatoria presentada ante la Autoridad Nacional Competente del primer País Miembro de comercialización.” (Comunidad Andina de Naciones, CAN, 2002. p. 1). Quienes van a garantizar que el producto no afecte a la salud humana, también que presente en sus etiquetas las debidas instrucciones de uso e información de su composición; como una fuente fidedigna de información y avalada por la entidad competente.

En el documento presentado por Comunidad Andina de Naciones, CAN. (2002), también se informa que la entidad sanitaria competente, en este caso el INVIMA, será responsable de hacer estudios científicos del producto, de incluir o excluir algún componente

que pueda afectar la salud de los consumidores. En dado caso, que se reconozca el producto como apto para su comercialización, se deberá notificar cada vez que se vaya a realizar algún cambio en su composición, anexando los debidos documentos.

En cuanto a los reguladores sanitarios, bien conocidos como INVIMA Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos. Son los encargados de dar el aval a las empresas para producir y comercializar los productos. Esto depende de la acreditación en la norma ISO 22716:2007, que establece directrices para la producción, el control, el almacenamiento y el despacho de productos cosméticos (Icontec, 2023).

5. Metodología

5.1 Enfoque y Tipo de Investigación

El presente paper tiene un enfoque mixto, ya que se contemplan informes de investigación científica de carácter informativo, investigación de mercados, proyectos de grado del grupo de cosméticos, postulados, análisis del entorno, teorías y observaciones del autor, esto como enfoque cualitativo. Por otra parte, se realizan análisis financieros y estadísticos que dan viabilidad al plan de negocio, por lo cual, se realiza un enfoque cuantitativo, con instrumentos de medición cómo: gráficas, encuesta y patrones de comportamiento.

5.2 Diseño Muestral

La población a la que está dirigido este plan de negocios es para personas de la ciudad de Bogotá, Colombia. Respecto a la muestra, está orientada a hombres y mujeres para abarcar una población mayor.

Variable: Independiente de los análisis anteriores, donde se identifica aspectos positivos y negativos y concluir si el plan de negocio cumple con los objetivos: Eficiente, económico y eco amigable.

5.3 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información

La investigación se alimentó de fuentes de información como: tesis, informes, artículos de investigación, revistas científicas, periódicos, bases de datos y método deductivo de los informes e investigaciones.

Respecto a los instrumentos de recolección de información, se realizan por medio de encuestas, análisis de datos y demás por medio de repositorios, artículos web y libros académicos.

Desarrollo

6.1 Investigación ambiental

6.1.1. Cremas farmacéuticas más usadas en el mercado para la humectación de manos.

En la Tabla 1, se realiza investigación donde se logra desarrollar el objetivo de identificar las cremas más usadas en el sector farmacéutico de la ciudad de Bogotá, como sus: Marcas, precios, presentación, ingredientes principales, ventajas y desventajas desde el punto de vista del autor.

Tabla 1

Análisis de las cremas farmacéuticas de manos

Análisis ambiental de las cremas farmacéuticas de manos			
Dirección web: https://listado.mercadolibre.com.co/crema-de-manos-lubriderm			
Marca	Precio	Presentación	Ingredientes
Lubriderm	Sus precios varían de \$19.800 a \$955.990	200ml - 473 ml	Agua, Aceite Mineral; Glicerina; Triglicérido Caprílico/Cáprico; Cetyl Alcohol; Pantenol; Alcohol Cetearílico; Fenoxietanol; Ácido Esteárico, entre otros.
Ventaja	Variedad de presentaciones y precios, cremas dermatológicas efectivas y de fácil aplicación.		
Desventaja	Packaging en plástico, sus ingredientes principales impactan negativamente en el medio ambiente tal como la glicerina en los suelos y crecimientos de plantas.		

Análisis ambiental de las cremas farmacéuticas de manos			
Dirección web: https://listado.mercadolibre.com.co/crema-neutrogena-manos			
Marca	Precio	Presentación	Ingredientes
Neutrogena	\$96.800 - \$328.990	50 ml - 75 ml	Aqua, Glicerina, Alcohol Cetearílico, Sulfato Cetearílico de Sodio, Etilhexilglicerina, Caprilil Glicol, Ácido Palmítico, Ácido Esteárico, Fosfato Disódico, entre otros.
Ventaja	Sus cremas son efectivas para la piel seca, protege la barrera cutánea.		
Desventaja	Sus productos son para un público determinado, ya que no son de fácil adquisición; a pesar de que Neutrogena tiene cremas para el rostro con envases en vidrio, para el caso de crema de manos no se utiliza, su packaging se basa en contenedores plásticos.		
Análisis de las cremas farmacéuticas de manos			
Dirección web: https://listado.mercadolibre.com.co/cerave-crema			
Marca	Precio	Presentación	Ingredientes
Cerave	\$49.000 - \$58.700	56 ml - 177ml	Agua purificada, glicerina, Cetareth-20 y alcohol cetearílico, triglicérido caprílico / cáprico, metosulfato de behenrimonio, alcohol cetearílico, entre otros.
Ventaja	Lograron fidelidad en sus clientes, amplio reconocimiento y precios asequibles.		
Desventaja	Poca variedad para crema de manos, sus ingredientes principales impactan negativamente en el medio ambiente tal como la glicerina en los suelos y crecimientos de plantas.		

Fuente: Elaboración propia

Nota: De la tabla anterior podemos concluir que los precios en el mercado de estas marcas varían de \$19.800 a \$955.990, este precio depende de la espacialidad de la crema de manos, o en el caso de Neutrogena por kits de cremas donde incluyen hasta 6 productos.

6.1.2 Proceso de fabricación de cremas farmacéuticas y su efecto negativo en el medio ambiente.

Proceso de fabricación:

El proceso de fabricación de las cremas farmacéuticas primeramente, debe estar alineado a los requerimientos de Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima) de Colombia, la cual es la entidad que tiene como objetivo actuar como institución de referencia nacional en materia sanitaria y ejecutar las políticas del Ministerio de Salud y Protección Social en la inspección, vigilancia y control de calidad de los medicamentos, productos biológicos, alimentos, bebidas, cosméticos, productos naturales, etc (Invima, Plan Estratégico, 2011).

Cabe informar que todo producto sea comestible o no, debe contar con un número de notificación Invima para poder realizar su comercialización, importación o fabricación, es por esto que en las cremas farmacéuticas y naturales deben solicitar permiso ante la entidad con tiempo de antelación y para el caso de los cosméticos, la autorización corresponde a la Notificación Sanitaria Obligatoria (NSO).

Según Inoxpa Colombia SAS el proceso de fabricación de cremas farmacéuticas se lleva a cabo por medio de 4 pasos:

1. **Proceso de preparación:** Asegurarse de que todos los equipos estén limpios y comprobar que las conexiones sean correctas.
2. **Proceso de mezcla y fusión:** Primero se cargan las grasas y ceras en la caldera fusora, se calienta a más de 90 °C durante 10 a 15 minutos, una vez fundidos los ingredientes, se agita a ~30% y la temperatura entre 70 y 80 °C hasta el momento del trasvase, luego de esto, en la caldera de fabricación los componentes pasan por varios procesos hasta llegar a añadir elementos aditivos, refrigerar, mantener la agitación y temperatura para hacer trasvase al producto acabado.

3. **Producto acabado:** En este paso el producto nuevamente pasa por el proceso de calentamiento y agitación, se trasvasa el producto y se continúa con el paso final.
4. **Envasado:** Este proceso se hace desde la caldera utilizando una una bomba de trasiego, de igual forma, se recomienda utilizar un sistema SIL PIG para el sistema de envasado.

Información tomada y modificada de: Inoxpa Colombia SAS, (s.f). Fabricación de Cremas.

<https://www.inoxpa.co/productos/procesos/procesos/fabricacion-de-cremas#accept>

Impacto en el medio ambiente

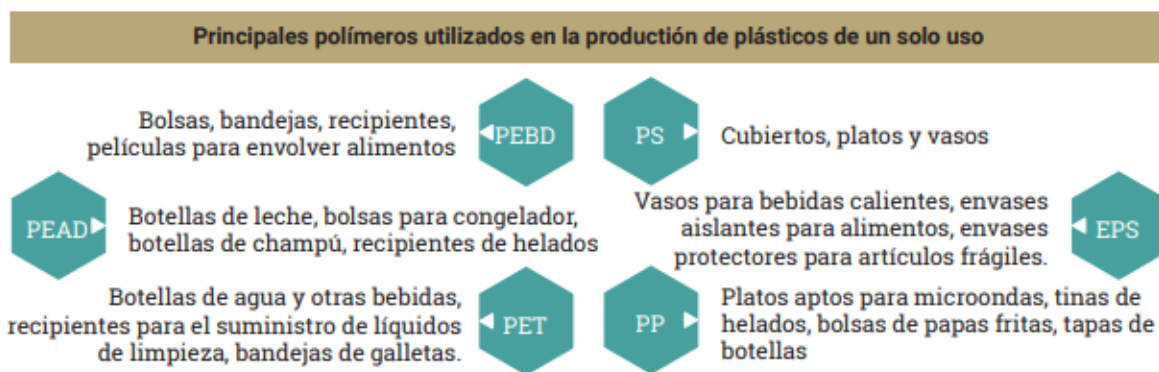
Como se ha evidenciado en diversos estudios citados en el desarrollo de la investigación, las cremas farmacéuticas contienen componentes como: parabenos, que tienen efectos nocivos para el medio ambiente y la salud de las personas; sin embargo, son muy utilizados, ya que son excelentes conservantes para los productos cosméticos, farmacéuticos y en productos alimenticios. “Los parabenos están presentes en el 80% de los productos de cuidado personal” (Pouillot et al., 2006). Adicional, “la presencia de parabenos en muestras de orina, señala que los seres humanos estamos expuestos a los parabenos por diferentes vías” (Moos et al., 2013).

Respecto a los plásticos de un solo uso, desde su popularización en la década de 1950, el uso del plástico se ha disparado debido a sus beneficios para la salud, la seguridad y la energía de la sociedad (Andrady & Neal, 2009). Sin embargo; según los autores: “Está afectando particularmente en los vertebrados marinos, ya que los plásticos impactan directamente a los microbiomas, ejerciendo efectos tóxicos, proporcionando fuentes suplementarias de carbono y actuando como balsas para la colonización y dispersión

microbiana.” (Lear, G et al., 2021). Lo cual también terminaría afectando a la comunidad de la zona, su salud y respuesta inmune.

En la actualidad, los plásticos han sido un gran aporte para los diferentes sectores económicos e incluso en la medicina, debido al almacenamiento seguro de diferentes productos y alimentos, como también su fácil adquisición debido a su bajo costo; no obstante, han sido un gran desafío para los ambientalistas y para los entes reguladores, ya que “si los patrones de consumo y prácticas de gestión de residuos actuales continúan, entonces para el año 2050 habrá aproximadamente unos 12 mil millones de toneladas de basura plástica en los vertederos y en el medio ambiente” (ONU, Medio Ambiente, 2018). A continuación, se relacionan los principales productos a base de plásticos de un solo uso:

Figura 2.
Polímeros de un solo uso



Tomada de: ONU, Medio Ambiente, 2018.

Los materiales indicados anteriormente, son los que representan una mayor contaminación en el medio ambiente y que pueden ser reemplazados por botellas de vidrio, fibras naturales, madera, cartón y papel.

“No todos los materiales plásticos plantean problemas, pero muchos de ellos filtran sustancias químicas peligrosas que pueden ser absorbidas por el cuerpo. Por tanto, pueden tener un impacto negativo en adultos y niños” (Klar, M et al., 2014, p. 2).

6.1.3 Comparación de la fabricación de cremas farmacéuticas y de las cremas naturales.

A pesar de que las cremas naturales no necesitan de un proceso exhaustivo y riguroso como las cremas farmacéuticas, ni de máquinas industriales, estas tienen un procedimiento de desinfección de los utensilios, manejo adecuado de temperaturas en el proceso de elaboración y cuidados especiales para su conservación, los cuales se tienen en cuenta para el presente proyecto de la crema hidratante natural de manos.

Proceso de fabricación cremas naturales:

Según los autores Chauhan & Gupta (2020)

La preparación de la crema natural se realiza con componentes solubles en aceite y emulsionantes, son tomados en un vaso de precipitado y derretidos en un baño de agua a 75°C y en otro vaso de precipitados se toman agua, conservantes y agua. Se toman los componentes solubles y se funden a 75°C. Después de calentar, se toma la fase oleosa en un mortero y lentamente se añade la fase acuosa y se tritura hasta que se escucha un chasquido. Finalmente, cuando la temperatura baje, se añaden agentes perfumantes y/o conservantes. En esta preparación el contenido de agua será mayor que el de aceite. (p. 287)

6.2 Investigación de producto

6.2.1 Investigación de cremas naturales: envase, packaging y precios

En la presente investigación se trae a colación la empresa “Natura”, la cual es una fabricante y comercializadora de cosméticos de Brasil, también está presente en países como Colombia, Chile y Argentina, la empresa tiene la gama: “Ekos”, la cual se encarga de la venta

de cremas, perfumes y diversos productos naturales 100% veganos, con ingredientes de la amazonía colombiana. Adicionalmente, la empresa Natura se define como sustentable, ya que sus productos y packaging se componen de materiales reciclables, compostables, también de un 50 % de plástico reciclado (PET) en los envases, plástico verde (proveniente de la caña de azúcar) y cajas de fibras de cartón reciclado de un 40 % y reciclables.

Figura 3.
Crema Ekos



Tomada de: Natura.com.co

La crema anterior tiene un contenido de 75 gramos, cuenta con ingredientes como manteca y óleo de tukumá, tiene un precio de \$45.900 y está envasada en plástico PET.

Figura 4.

Packaging Natura



Tomada de: Natura.com.co

Las cajas anteriores corresponden a “Natura Box” unas cajas de alta calidad, con cierre de imán, son sustentables, ya que son coleccionables, y, por lo tanto, reutilizables.

Continuando con la investigación, se encuentra la empresa “BNatural”, la cual es una empresa Colombiana radicada en Bogotá, cuenta con diferentes productos orgánicos para el cuidado personal de diferentes marcas del mercado; entre sus productos, se encuentra la Crema para Piel Secas y Ásperas Skin Food Weleda la cual sirve para la piel seca y agrietada, algunos de sus ingredientes son el aceite de semilla de girasol, cera de abejas, caléndula y manzanilla

Figura 5.
Crema Weleda.



Tomado de: bnaturalstore.com

Su contenido es de 75 ml para un precio de \$89.900, sin embargo, no se evidencia concientización ambiental en el producto, ya que sus ingredientes contienen parabenos. Adicional, el envase y packaging están compuestos de plástico de un solo uso, por lo cual no se estaría ofreciendo un producto sustentable al mercado.

En el mercado Colombiano es muy conocida la marca “Ana María”, la cual inició en el año 1959, con el fin de implementar los activos naturales en los productos de cuidado facial, corporal y maquillaje, entre los cuales se encuentran: El extracto de pepino, extracto de manzana, fresa, caléndula, romero, arrayán y polvo de arroz.

Figura 6.
Crema de manos “Ana María”.



Tomado de: Cosmeticosanamaria.com

La crema anterior tiene un contenido de 240 ml, el cual está por un precio de \$36.300, está elaborada con vitamina A y E. Se diferencia, ya que no es testeada en animales y contiene ingredientes de origen natural.

Figura 7.
Packaging “Ana María”



Tomado de: Cosmeticosanamaria.com

Usualmente, el packaging de la marca Ana María se compone de caja de cartón, dependiendo del tamaño del producto, el cual al final de su proceso se puede reciclar.

6.2.2 Implementar mejoras en la crema humectante natural

En el presente proyecto se desea implementar envases en vidrio, los cuales los compradores puedan reutilizar para fechas especiales, también en creación de velas o para guardar objetos como hilos, anillos, dinero, etc. Adicional, al ser un producto amigable con el medio ambiente no contará con packaging o envases en plástico de un solo uso, tampoco contendrá ingredientes dañinos para la salud o para el ecosistema como: Parabenos y Glicerina.

7. Plan de negocio

En la presente investigación, se desarrolla un producto eco amigable en el mercado, que no genera un efecto negativo en el medio ambiente gracias a sus componentes 100% naturales y a sus envases reutilizables, va dirigido para todas las personas que prefieren el uso de productos naturales y amigables con el medio ambiente.

7.1 Nombre comercial y razón social de la empresa

Nombre Comercial: Karité Essence.

Razón social: Belleza Verde - Cremas Naturales S. A. S.

7.2 Descripción del producto

El producto es una crema natural de origen natural para el cuidado de las manos, que se compone de ingredientes como: manteca de karité, aceite vegetal de caléndula, aceite de almendras y gel de aloe vera, los cuales se envasan en un frasco de vidrio con tapa higienizada.

Beneficios de los diferentes componentes de la crema de manos:

Manteca de karité: Según Ruiz y Huesa, en su investigación del año 1991, la manteca de karité, tiene propiedades medicinales, ya que protege a la piel contra la intemperie, irritaciones superficiales, quemaduras y cortes, además de esto, su composición facilita la aplicación en la piel y su rápida absorción; según estudio clínicos, la manteca de karité se destaca por sus propiedades de cicatrización, también actúa contra los rayos ultravioleta de longitud de onda 296-3000 nm, siendo este el componente principal de la crema natural de manos.

Figura 8.

Manteca de Karité



Tomada de: Cliki Salud, 2023 <https://www.clikisalud.net/>.

Aceite vegetal de caléndula: Este aceite es muy usado en la industria de belleza, ya que este componente cuenta con propiedades que aceleran la regeneración de los tejidos y epitelización, (Sarmiento Pérez, 2016).

Figura 9.

Aceite de Caléndula



Tomada de: Druni Blog, 2019 <https://www.druni.es/blog/aceites-esenciales/calendula/>.

Aloe vera: Como bien se sabe el aloe vera ha sido utilizado en el transcurso de la historia por la gran variedad de propiedades y beneficios que tiene esta planta para la salud de las personas. Además, el gel de Aloe Vera contiene la vitamina A que actúa en la fase lipídica atrapando radicales libres y protegiendo de la oxidación a las sustancias liposolubles. Por tanto, esta vitamina protege la piel y evita que se erupcione (Vega et al., 2005).

Figura 10.
Aloe Vera



Tomada de: El país.com <https://www.elpais.com.co/salud/asi-se-consume-el-aloe-vera-para-bajar-los-niveles-de-azucar-en-la-sangre-0824.html>

7.3 Oportunidad de negocio

¿Cuál es la necesidad?

La necesidad es brindar un producto sustentable en el mercado, el cual brinde una alternativa para hombres y mujeres de cualquier edad, que estén en búsqueda de crema de manos que no afecte su salud a mediano o largo plazo, que sea efectiva para el cuidado de la piel y a la vez no genera mayor contaminación en el ambiente.

¿Cuál es el público objetivo?

Hombres y mujeres de 16 a 50 años aproximadamente, que tengan el poder adquisitivo del producto, que estén en búsqueda de alternativas naturales para el cuidado de su piel y se preocupen por minimizar el impacto negativo en el medio ambiente.

8. Análisis del mercado

8.1 Análisis del mercado y la competencia

Tabla 2
Análisis del mercado y la competencia

	Descripción		Análisis	
			Valoración	Amenaza
Intensidad De la competencia	1	Ritmo de crecimiento del sector	4	Sí
	2	Número de competidores actuales	2	No
	3	Adaptabilidad de la competencia	3	No
Entrada De nuevos competidores	1	Número de nuevos competidores	4	Sí
	2	Reacción de la competencia	3	No
	3	Facilidad instalación	3	No
Productos Alternativos	1	Mejor precio	2	No
	2	Mejor rendimiento	4	Sí
	3	Mejor diseño o campañas de marketing	3	Sí
Proveedores poder para negociar	1	Número de proveedores alternativos	4	No
	2	Volumen compras de la empresa	5	No
	3	Grado diferenciación del producto/servicio	3	No
Clientes	1	Número de clientes	5	No

poder para negociar	2	Facilidad cambio de proveedor/producto	4	Sí
	3	Grado diferenciación del producto/servicio	3	No

Fuente: Elaboración propia.

Actualmente, se cuenta con alto índice de competencia de cremas farmacéuticas para el cuidado de las manos, como también para el sector de cremas naturales, cada una de ellas tiene un valor agregado, un buen rendimiento, excelente manejo de diseño de productos y estrategias de marketing, por lo cual se refleja en sus ventas y fidelidad de sus clientes, por lo cual, se considera una amenaza para el proyecto actual.

La competencia de cremas naturales se mantiene en crecimiento, sus productos son novedosos, pero no marcan una diferencia en su contenido o en su benchmarking, por lo cual si se adoptan medidas centradas en el público objetivo y en sus tendencias, se marcaría una diferencia entre estas y un punto a favor.

9. Plan de Marketing

9.1 Producto - Precio - Plaza y Promoción

Tabla 3

Producto - Precio - Plaza y Promoción

PRODUCTO	PRECIO
Venta de crema Karité Essence, la cual brinda una alternativa natural para el cuidado de las manos con ingredientes naturales, aportando firmeza, elasticidad y reparación de la piel	Según el estudio realizado, el cliente está dispuesto a pagar el precio pactado, el cual se tuvo en cuenta con los costos de producción y se obtendrá el 25% de ganancia por producto vendido.
PLAZA	PROMOCIÓN
Los canales de distribución son puntos de venta físicos y página web de la marca, se realizan entregas por medio de domiciliarios o abono para recoger en una de las tiendas cercanas.	Campañas en centros concurridos de la ciudad, bonos de regalo y un 15% de descuento por la segunda compra.

Fuente: Elaboración propia

10. Diseño del producto

10.1 Empaque

El envase de Karité Essence, se compondrá por envases en vidrio, los cuales se podrán reutilizar, con tapa metálica de la siguiente forma:

Capacidad: 230 ml.

Color: Flint:

Peso: 135 gr.

Altura: 79.4

Diámetro: 71.8

Tapa: Metálica - Twist off - 63 mm.

Figura 11.

Diseño de envase



Fuente: Unicor S.A.

10.2 Packaging

Teniendo en cuenta que el envase es en vidrio, se optó por packaging en caja de cartón, que garantice que el producto llegue en perfectas condiciones al cliente final.

Figura 12.
Packaging en cartón



Fuente: Cajas de Cartón Bogota.com

10.3 Logo

A continuación, se presenta el logo de la marca de crema hidratante de manos “Karité Essence”.

Figura 13.
Logo



Fuente: Creación propia.

10.4 Ficha técnica del producto

Tabla 4.

Ficha técnica del producto

Ficha Técnica del Producto	
Código:	GH - 01
Fecha:	17/10/2023
Nombre del producto:	
	Karité Essence: Crema hidratante de manos, compuesta de ingredientes 100% naturales.
Composición del producto:	
	Manteca de karité, aceite vegetal de caléndula, aceite de almendras y gel de aloe vera.
Presentación comercial:	
	Frasco en vidrio para contenido de 230 ml
Tipo de envase:	
	Frasco de vidrio redondo y transparente
Material del envase:	
	Capacidad: 230 ml. Color: Flint: Peso: 135 gr. Altura: 79.4 Diámetro: 71.8 Tapa: Metálica - Twist off - 63 mm.
Condiciones de conservación:	
	Mantener en un lugar fresco donde no llegue luz directa al producto y evitar los cambios bruscos de temperatura
Proceso de elaboración:	

Ingreso de ingredientes (materia prima) Desinfección de los elementos Pesar los ingredientes y verificar los gramos de cada uno Baño María para los aceites y manteca Medir la temperatura y verificar la consistencia Realizar emulsión de agua y aceites Agregar aroma y color Se envasa, empaca y etiqueta Distribución
Vida útil estimada:
Desde que se destapa 6 meses de vida útil
Proporción recomendada:
Se recomienda aplicar una pequeña porción la cual cubra ambas manos
Firma de ficha técnica:
Firma del responsable del producto: Firma Representante legal: <hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; width: 60%; margin-left: 0;"/>

Fuente: Elaboración propia

11. Plan estratégico

11.1 Misión y visión de la empresa

11.1.1 Misión

Karité Essence es una empresa Colombiana dedicada a la venta de productos cosméticos de origen natural, con el fin de brindar a sus clientes productos seguros y sustentables.

11.1.2 Visión

La visión de Karité Essence es ser una marca reconocida a nivel nacional para el año 2028, por su alta calidad en productos cosméticos naturales, que brinda precios accesibles y aporta a la sociedad valores ambientales.

11.2 Estrategia corporativa

La estrategia del proyecto consiste en realizar un producto sustentable, innovador, seguro y atractivo para el cliente; en cuanto a estrategias de marca: campañas de benchmarking, las cuales de este tipo se adaptan más al público objetivo, en cuanto a precios, mantener un rango accesible entre \$31.000 a \$50.000 de la crema de manos y campañas pre lanzamiento las cuales sean didácticas por medio de las redes sociales y la página.

11.3 Objetivos corporativos

Innovación: En nuevos productos, lo primordial es generar nuevas ideas en cuanto a su diseño, contenido y publicidad.

Calidad: Es fundamental brindar productos y servicios donde se obtenga el mejor resultado posible, con la finalidad de generar fidelidad con el cliente.

Compromiso: Cada actividad realizada en la empresa debe ser desarrollada en el tiempo estipulado.

Sustentabilidad: Las bases de la empresa, son preservar los recursos naturales y evitar el impacto negativo en el medio ambiente.

11.4 Costeo anual

Tabla 5.
Costeo anual

COSTOS MPD Y MPI					
Proveedor: Unicorsa			Proveedor:		
Producto - Costos MPD	Cantidad y Precios	Anual	Costos MPI	Cantidad y Precios mensuales	Anual
Hidrolato de lavanda	precio frasco 250 ml	\$50.000	Arrendamiento	\$800.000	\$9.600.000
	cantidad mensual	30	Servicios públicos	\$600.000	\$7.200.000
	cantidad anual	360	Nómina	7 colaboradores	\$86.264.683
	Precio final	\$1.500.000			
Manteca de Karité	precio kilo	\$9.000	Bascula digital	precio unitario	35.500
	cantidad mensual	104		cantidad requerida	4
	cantidad anual	1.244		precio final	\$142.000
	Precio final	\$933.120			
Aceite vegetal de caléndula	precio frasco 150 ml	\$15.000	Vaso Precipitado	precio unitario	19.999
	cantidad mensual	29		cantidad requerida	20
	cantidad anual	353		precio final	\$399.980
	Precio final	\$440.640			
Aceite de almendras	precio unitario	\$15.000	Termómetro Laboratorio	precio x 4 unid	31.150
	cantidad mensual	29		cantidad requerida	9
	cantidad anual	353		precio final	\$280.350
	Precio final	\$440.640			

Cera Lanette	precio kilo	\$42.000			
	cantidad mensual	17			
	cantidad anual	207			
	Precio final	\$725.760			
Totales	4.040.160		Totales	103.887.013	
	Costo Total Anual	Total ventas	Ganancia		
Totales	107.927.173	331.776.000	223.848.827		

Ventas					
	Cédulas de ventas				
	Precio de venta público		\$32.000	unid	
	Cantidad		10.368	anual	864 unidades mensual
	Total de ventas		\$331.776.000		

cantidad de producto necesario x unid	
Producto	Gramos c/u
Hidrolato de lavanda	20
Manteca de karité	120
Aceite vegetal de caléndula	34
Aceite de almendras	34
Cera Lanette	20
Aroma	2
	230

Fuente: Elaboración propia

11.5 Nómina

Tabla 6.

Nómina

NÓMINA								
CARGO	DEVENGADO					DEDUCCIÓN		
	SUELDO	SUB. TRANSPORTE	HORAS EXTRA S	OTROS	TOTAL	SALUD	PENSIÓN	NETO A PAGAR
GERENTE	\$2.850.000				\$2.850.000	\$114.000	\$114.000	\$2.622.000
DISEÑADOR	\$2.500.000				\$2.500.000	\$100.000	\$100.000	\$2.300.000
SUPERVISOR	\$1.500.000	\$117.172			\$1.617.172	\$60.000	\$60.000	\$1.497.172
OPERARIO1	\$1.160.000	\$117.172	\$20.833		\$1.298.005	\$47.233	\$46.400	\$1.204.372
OPERARIO 2	\$1.160.000	\$117.172	\$31.250		\$1.308.422	\$47.650	\$46.400	\$1.214.372
OPERARIO 3	\$1.160.000	\$117.172			\$1.277.172	\$46.400	\$46.400	\$1.184.372
VENDEDOR	\$1.160.000	\$117.172		\$420.000	\$1.697.172	\$63.200	\$46.400	\$1.587.572
TOTAL	\$11.490.000	\$585.860	\$52.083	\$420.000	\$12.547.943	\$478.483	\$459.600	\$11.609.860

PRESTACIONES SOCIALES						
CARGO	SUELDO	CESANTÍAS	INT. CESANTÍAS	PRIMA	VACACIONES	
GERENTE	\$2.850.000	\$237.500	\$28.500	\$237.405	\$118.845	
DISEÑADOR	\$2.500.000	\$208.333	\$25.000	\$208.250	\$104.250	
SUPERVISOR	\$1.500.000	\$125.000	\$15.000	\$134.710	\$62.550	
OPERARIO1	\$1.000.000	\$83.333	\$10.000	\$108.124	\$49.241	
OPERARIO 2	\$1.000.000	\$83.333	\$10.000	\$108.992	\$49.675	
OPERARIO 3	\$1.000.000	\$83.333	\$10.000	\$106.388	\$48.372	
VENDEDOR	\$1.000.000	\$83.333	\$10.000	\$141.374	\$65.886	
TOTAL	\$10.850.000	\$904.167	\$108.500	\$1.045.244	\$498.819	\$2.556.729

PARAFISCALES		
CAJA COMPENSACIÓN	\$12.547.943	\$478.483
ICBF	\$12.547.943	\$376.438
SENA	\$12.547.943	\$250.959
TOTAL		\$1.105.881

SEGURIDAD SOCIAL		
SALUD	\$12.547.943	\$1.016.777
PENSIÓN	\$12.547.943	\$1.505.753
ARL	\$12.547.943	\$65.500
TOTAL		\$2.588.031

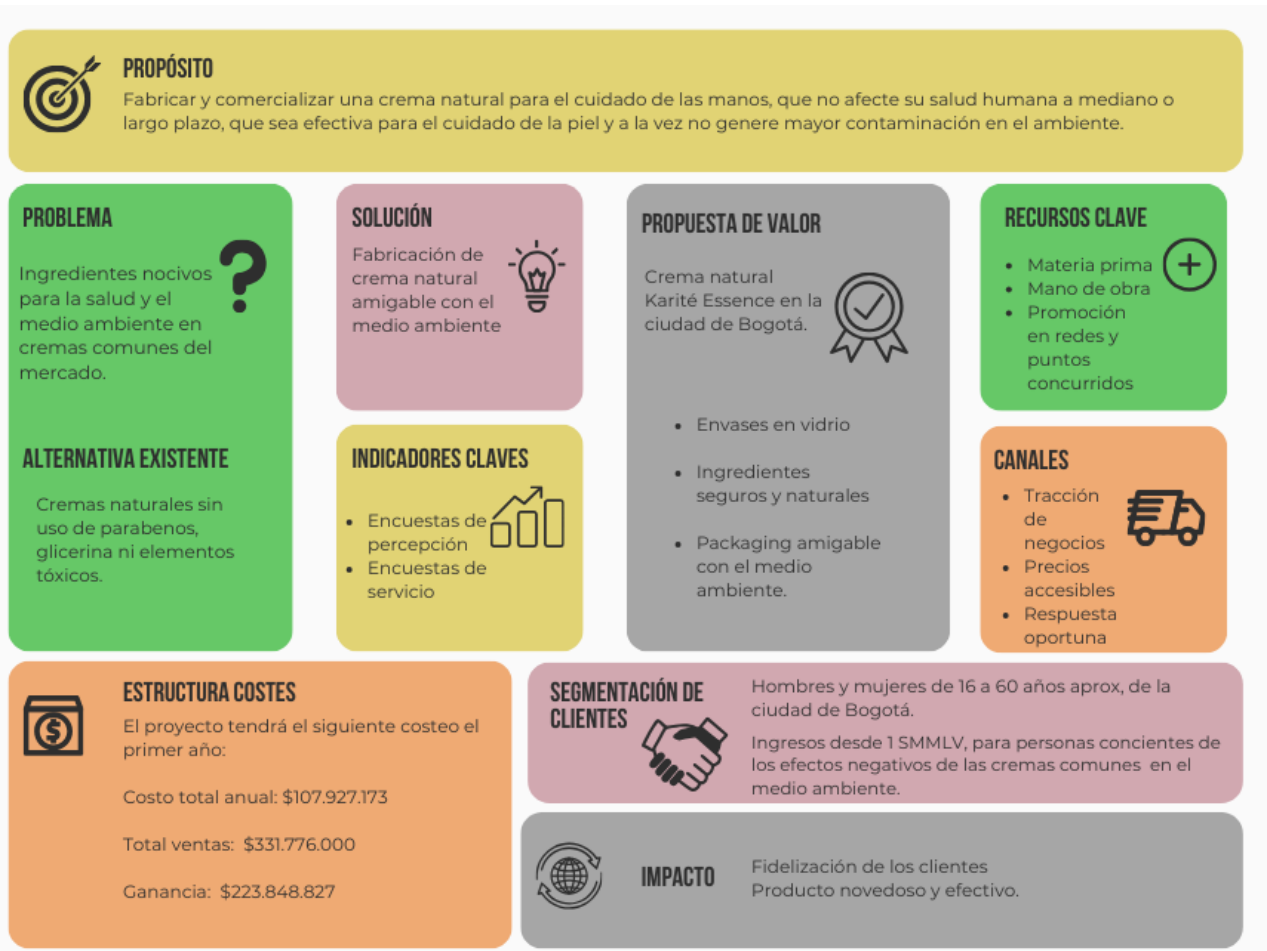
	MENSUAL	ANUAL
NÓMINA	\$12.547.943	\$150.575.321
PARAFISCALES	\$1.105.881	\$13.270.566
PRESTACIONES SOCILAES	\$2.556.729	\$30.680.751
SEGURIDAD SOCIAL	\$2.588.031	\$31.056.367
DEDUCCIÓN	\$11.609.860	\$139.318.320
TOTAL NÓMINA	\$7.188.724	\$86.264.683

Fuente: Elaboración propia

Nota: La Tabla 6, relaciona la nómina que se necesita anualmente en Karité Essence y está relacionada en la tabla de costeo anual (ver Tabla 5), para un total de \$86.264.683, compuesto por 7 colaboradores: Gerente, diseñador, supervisor, tres operarios y vendedor.

11.6 Modelo Canvas

Tabla 7.
Modelo Canvas



Tomado y actualizado de: Canva, autora: Tania Licea.

12. Encuesta de investigación

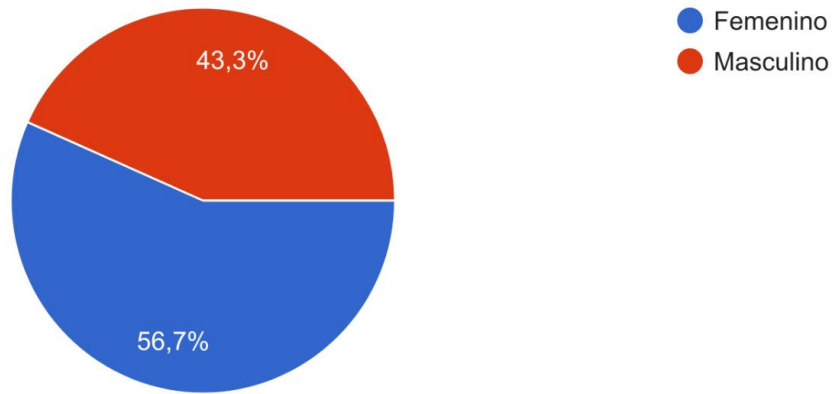
Objetivo: La presente encuesta tiene el objetivo de evaluar el conocimiento y opinión de las personas sobre los productos para el cuidado de la piel. Con el fin de realizar un análisis en el trabajo de grado y determinar viabilidad del proyecto de crema hidratante natural “Karité Essence”

Población: Hombres y mujeres de 18 a 50 años.

Tabulación

1. ¿Cuál es su género?

30 respuestas

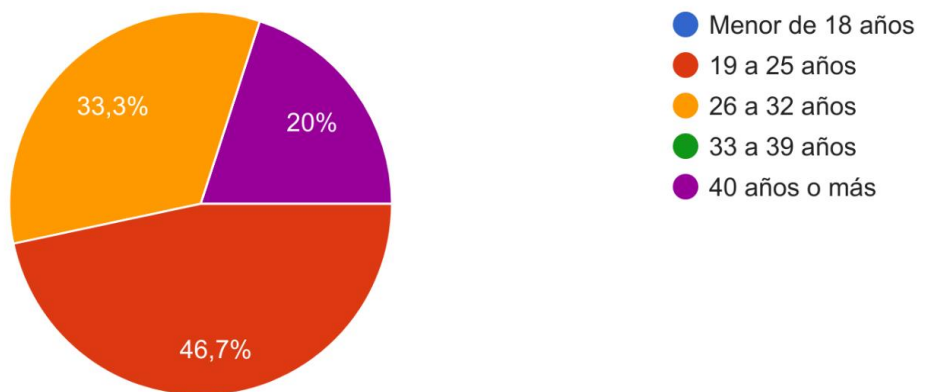


Fuente: Elaboración propia

Nota: La mayor parte de encuestados son mujeres, ya que representan un 56.7% del total.

2. ¿Cuál es su edad?

30 respuestas

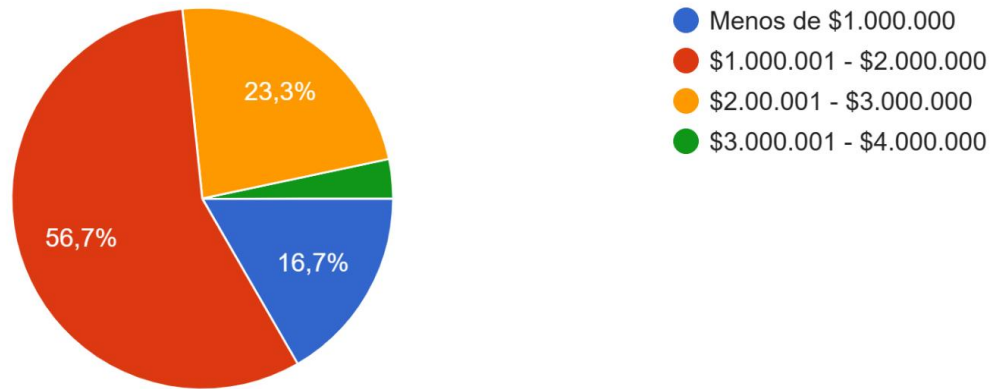


Fuente: Elaboración propia

Nota: La mayor parte de encuestados se encuentran en el rango de 19 a 25 años representando un 46,7%, seguido de encuestados de 26 a 32 años por 33.3% y por último 40 o más con un 20%.

3. ¿Cuál es su rango de ingreso mensual?

30 respuestas

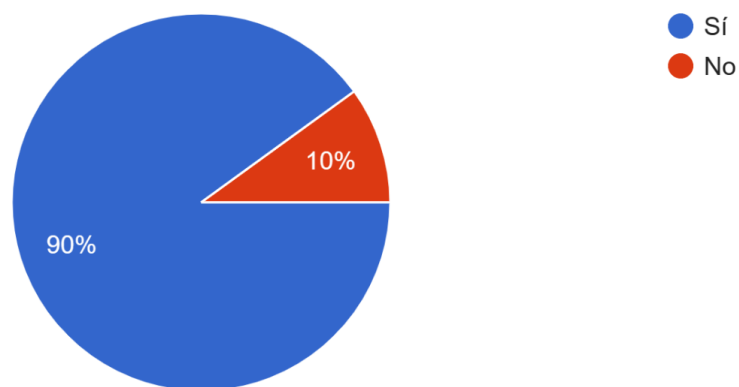


Fuente: Elaboración propia

Nota: Podemos destacar que el 56,7% de encuestados tienen un rango salarial de \$1.000.000 a \$2.000.000, seguido de un 23,3% de personas con rango salarial de \$2.000.000 a \$3.000.000, menos de \$1.000.000 el 16,7% por último un 3,3% más de \$3.000.000.

4. ¿Utiliza cremas hidratantes?

30 respuestas

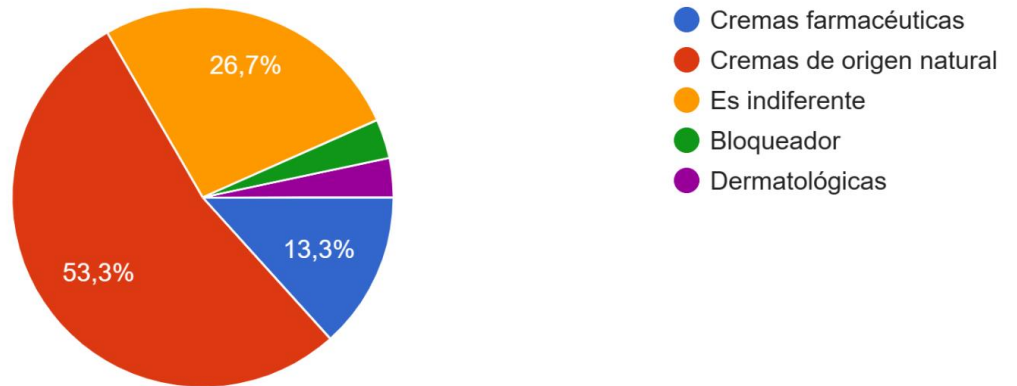


Fuente: Elaboración propia

Nota: El 90% de encuestados utiliza cremas hidratantes, el 10% es representada únicamente por hombres.

5. ¿Qué tipo de cremas prefiere para el cuidado de la piel?

30 respuestas

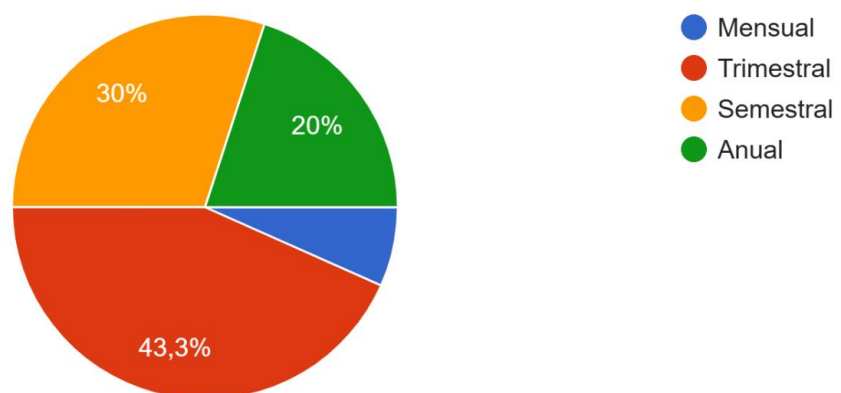


Fuente: Elaboración propia

Nota: Podemos destacar de la figura anterior que la mayoría de encuestados prefieren comprar cremas de origen natural representando un 53.3%. Adicional, un 26.7% es indiferente si es una crema natural o farmacéutica, el 13.3% de encuestados prefieren comprar cremas farmacéuticas y un 6.7% relaciona cremas que también son de origen farmacéutico, por lo cual este sería un 20% en total para la opción de cremas farmacéuticas.

6. ¿Con qué frecuencia compra cremas humectantes de manos?

30 respuestas

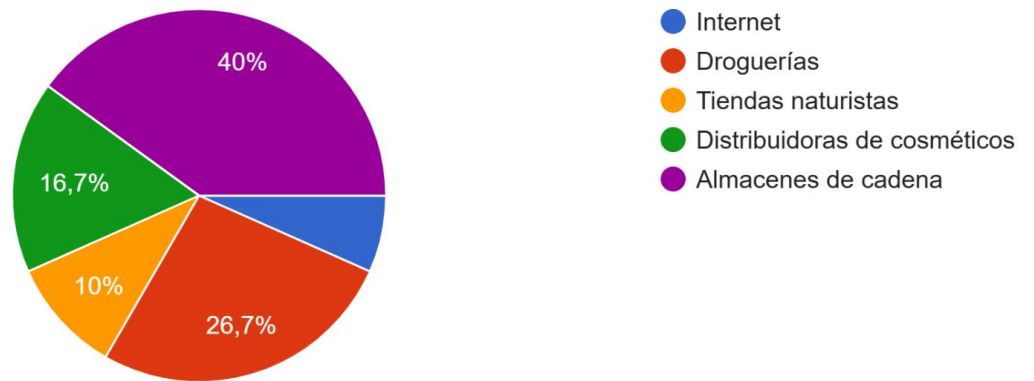


Fuente: Elaboración propia

Nota: Se destaca de la figura anterior que la mayor parte de encuestados compra cremas de manos de forma trimestral 43.3%, luego con el 30% semestral, el 20% anual y el 6.7% mensual, por lo cual se identifica que los productos que utilizan duran de 3 meses a seis meses.

7. ¿En qué lugares usualmente compra cremas humectantes?

30 respuestas

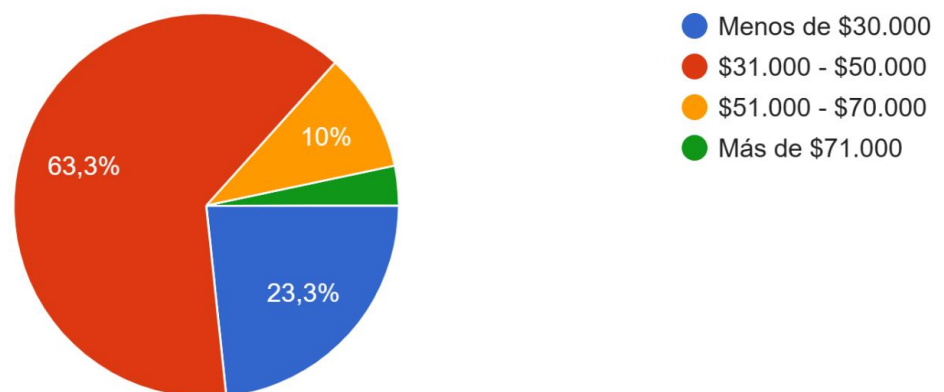


Fuente: Elaboración propia

Nota: Se puede destacar que el 40% de los encuestados prefieren comprar sus cremas en almacenes de cadena, el 26.7% en droguerías, 16.7% en distribuidoras de cosméticos y el 10% en tiendas naturistas.

8. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un producto para el cuidado de la piel?

30 respuestas

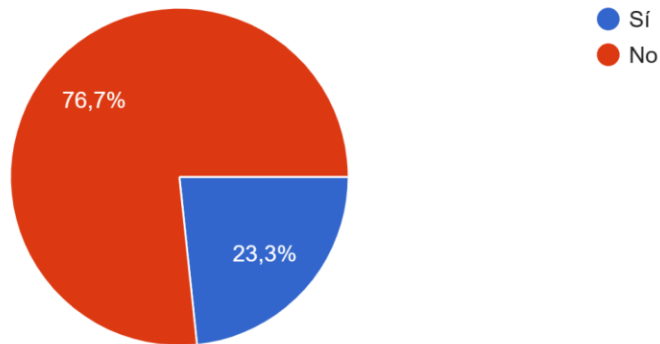


Fuente: Elaboración propia

Nota: Cabe resaltar que el 63.3% de los encuestados están dispuestos en pagar por un producto de cuidado de la piel entre \$31.000 - \$50.000.

9. ¿Ha escuchado o leído de los efectos negativos que tienen las cremas farmacéuticas para la salud humana y el medio ambiente?

30 respuestas

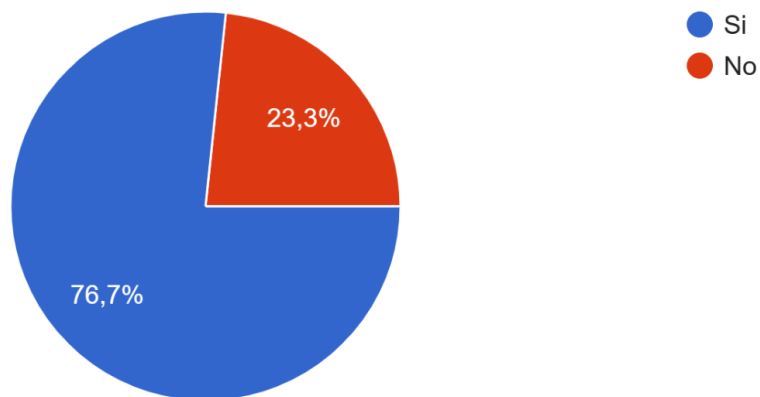


Fuente: Elaboración propia

Nota: La mayoría de los encuestados no tiene conocimiento, ya que el 76.7% refiere o haber escuchado o leído al respecto.

10. ¿Ha tenido experiencias positivas con productos de origen natural?

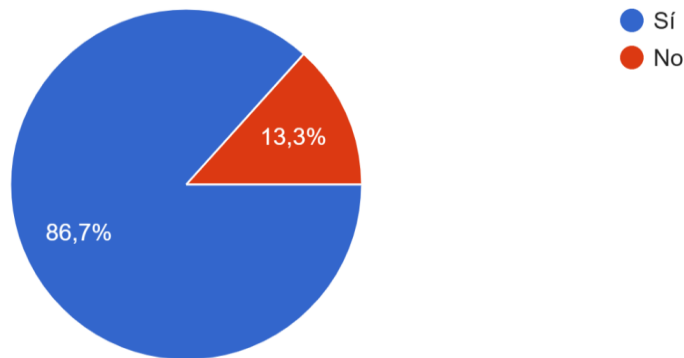
30 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Nota: La mayoría de los encuestados han tenido buenas experiencias con las cremas naturales, por lo cual las volverían a comprar. (La pregunta #11 se puede encontrar en anexos).

12. ¿Estaría dispuesto a comprar cremas humectantes de origen 100% natural y sustentables?
30 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Nota: La mayoría de los encuestados compraría una crema natural, sustentable y a un precio accesible.

12.1 Análisis de los resultados

La encuesta se realizó con 30 personas: hombres y mujeres de la ciudad de Bogotá, utilizando el muestreo deliberado, crítico o por juicio, del cual el 56.7% fue resuelta por mujeres y un 43.3% por hombres, en cuanto a sus edades la mayor cantidad de encuestados se encontraban entre los 19 a 25 años, seguido de 26 a 32 años. Por otro lado, un poco más de la mitad de los encuestados tienen un ingreso de \$1.000.001 a \$2.000.000, ya que en la gráfica se vieron representados por un 56.7%.

Adicionalmente, en cuanto a su consumo de productos para la piel, el 90% afirma usar cremas hidratantes, de tipo natural el 53.3%, de tipo farmacéutica el 13.3% y el 26.7% refiere utilizar cualquier tipo de crema. La frecuencia de este tipo de cremas es de forma trimestral para la mayoría de encuestados, seguido de compras semestrales.

Cabe resaltar que el 63.3% de los encuestados están dispuestos en pagar por un producto de cuidado de la piel entre \$31.000 - \$50.000, por lo cual se optó porque el producto Karité Essence tenga un precio de \$32.000. En cuanto al conocimiento del daño que tienen algunos ingredientes de las cremas farmacéuticas, la mayoría de los encuestados no tiene conocimiento, ya que el 76.7% refiere o haber escuchado o leído al respecto. Sin embargo, la misma cantidad de personas, han tenido experiencias positivas con el uso de productos naturales y el 86.7% compraría cremas humectantes de origen 100% natural y sustentable, el 13.7% restante corresponde a hombres que no usan cremas a menudo y no se muestran interesados en el tema.

13. Conclusiones y Recomendaciones

En el desarrollo del trabajo se encuentra que las cremas tradicionales o farmacéuticas, contienen componentes tales como parabenos y glicerina que afectan la salud humana y la estabilidad de los sistemas tales como el acuático; se debe concientizar a las personas de esta problemática para optar por usar productos seguros y con un menor impacto en la naturaleza.

Realizando la comparación de la fabricación de las cremas naturales con las cremas farmacéuticas, se evidencia que el proceso de las cremas farmacéuticas es muy elaborado, compuesto de diferentes pasos y máquinas industriales que permiten entregar los productos en perfectas condiciones, sin embargo, algunos de sus componentes no son los mejores para aplicar a diario en la piel, como también sus envases, ya que la gran mayoría están compuestos por plástico de un solo uso que terminan por descomponerse luego de 1.000 años; en cambio, la fabricación de las cremas naturales es de una forma más tradicional, pero manteniendo las medidas de salubridad, utilizando ingredientes naturales y seguros.

Adicional, en el mercado de cremas humectantes se encontraron varias marcas que están comprometidas con el medio ambiente, que están en contra del testeado en animales y con utilización de ingredientes seguros, se pudo implementar ideas para el packaging y envases de Karité Essence, como envases en vidrio, plástico PET, cajas de cartón convencionales o de edición especial que se puedan reutilizar para diferentes ocasiones.

La mayoría de encuestados no tienen conocimiento de que el sector de cosméticos, en especial de cremas de farmacia, afectan el medio ambiente y su salud, en la mayoría de ocasiones son indiferentes con los productos que compran para su uso personal.

Los resultados obtenidos del costo mensual son viables para el plan de negocios de la crema natural, por lo cual la empresa podría solventar en sus primeros cinco años, según la tasa interna de retorno (TIR) y ganancias positivas.

Bibliografía

- Acosta, R. M., Flores, M. D., & García, G. (2015). Cómo crear un modelo de negocio: caso Taxiwoman. *RAN: Revista Academia & Negocios*, 1(2), 105-114.
- Andrady, A. L., & Neal, M. A. (2009). Applications and societal benefits of plastics. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 364(1526), 1977-1984.
- Castro Méndez, I. (2006). Actualidad de la medicina tradicional herbolaria. *Revista Cubana de Plantas Medicinales*, 11(2), 0-0.
- Comunidad Andina de Naciones, CAN. (2002). *Armonización de Legislaciones en materia de Productos Cosméticos*. <http://www.sice.oas.org/trade/junac/decisiones/dec516s.asp>
- Chauhan, L., & Gupta, S. (2020). Creams: A review on classification, preparation methods, evaluation and its applications. *Journal of drug delivery and therapeutics*, 10(5-s), 281-289.
- García, L. M. B. (2019). Eficacia del uso del Aceite de Coco Virgen (VCO) en el tratamiento de pacientes con Eccema Alérgico por Contacto, Eccema Atópico y Eccema por Estasis en relación al Linimento Oleocalcáreo (LOC) en el Centro Nacional de Dermatología Francisco José Gómez Urcuyo. [Tesis para optar al Título de Especialista en Dermatología]. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.
- Icontec. (2023). Certificación ISO 22716 Buenas Prácticas de Manufactura para la producción de cosméticos. https://www.icontec.org/eval_conformidad/certificacion-iso-22716-buenas-practicas-de-manufactura-para-la-produccion-de-cosmeticos/
- Inoxpa Colombia SAS. (s.f). Fabricación de Cremas. <https://www.inoxpa.co/productos/procesos/procesos/fabricacion-de-cremas#accept>

Invima. (s.f). Plan Estratégico. Recuperado el 29 de octubre de 2023 de

<https://www.invima.gov.co/>

Klar, M., Gunnarsson, D., Prevodnik, A., Hedfors, C., & Dahl, U. (2014). Everything you (don't) want to know about plastics. Swedish Society for Nature Conservation, 1-197.

Kotler, P. (1992). Dirección de mercadotecnia: análisis, planeación, implementación y control. *Editorial Mc-Graw-Hill*. Madrid.

Ruiz, M. Huesa, J. (1991). Grasas y Aceites. *Revista CSIC*, 42 (151-153).

Meertens, D. (2012). Cómo crear un modelo de negocio: caso Taxiwoman. in *Revista Academia & Negocios*, 1(2), 105-114.

Mora Bernate, N. (2020). Línea cosmética artesanal a base de aceite de cordero para el cuidado de la piel: Bridanna Lamb [Proyecto de grado empresarial]. Universidad Santo Tomás.

Moos, R.K.; Angerer, J.; Wittsiepe, J.; Wilhelm, M.; Bruning, T.; Koch, H.M."Rapid determination of nine parabens and seven other environment phenols in urine sample of German children and adults". *Int. J. Hyg. Environ. Health*. 2017, 845 (2014).

Osterwalder, A. (2004). The business model ontology a proposition in a design science approach. [Doctoral dissertation], Université de Lausanne.

ONU Medio Ambiente (2018). Plásticos de un solo uso: Una hoja de ruta para la sostenibilidad.

Pouillot, A., Polla, B.S. y Polla, AS. (2006). Conservateurs in cosmetology mise au point sur less parabens. *J. Méd. Esthét. Chir. Dermatol.* 33, 187.

Sánchez Pérez, M. (2012). Casos de marketing y estrategia. *Editorial UOC*, 0-0.

Santos Tarazona, C., Silva Condori, G., Sparrow Anicama, B., Tumialan Ramos, Y. y Zegarra Anastacio, J. (2019). Producción y comercialización de crema de caléndula

para el cuidado de la piel – Calendula Crepil. [Trabajo de grado] Universidad San Ignacio de Loyola.

Sarmiento Pérez, O. I. (2016). Evaluación de la Cinética de Extracción del Aceite Esencial de *Calendula officinalis* L. Mediante Hidrodestilación y Calentamiento Óhmico Asistido por Hidrodestilación. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, Escuela de Ciencias Básicas Tecnología e Ingeniería.

Sierra Sanchez, D. M., Nossa Preciado, C. A., & Mendez Sarmiento, Y. T. (2020). Naturalia SA Cremas Naturales [Modelo de Innovación]. Corporación Unificada Nacional de Educación Superior.

Soler De La Vega, A. C. (2016). Toxicidad de los parabenos y su uso en cosméticos. [Master's thesis]. Universitat Politècnica de Catalunya.

Vega, A., Ampuero, N., Díaz, L., & Lemus, R. (2005). El Aloe vera (*Aloe barbadensis* Miller) como componente de alimentos funcionales. *Revista chilena de nutrición*, 32(3), 208-214.

Yadwade, R., Gharpure, S. y Ankamwar, B. (2021). Nanotechnology in cosmetics pros and cons. *NanoExpres*, 2 (2), 022003.

Anexos

Encuesta:

1. ¿Cuál es su género?
 - Femenino
 - Masculino

2. ¿Cuál es su edad?
 - Menor de 18 años
 - 19 a 25 años
 - 26 a 32 años
 - 33 a 39 años
 - 40 años o más

3. ¿Cuál es su rango de ingreso mensual?
 - Menos de \$1.000.000
 - \$1.000.001 - \$2.000.000
 - \$2.000.001 - \$3.000.000
 - \$3.000.001 - \$4.000.000

4. ¿Utiliza cremas hidratantes?
 - Sí
 - No

5. ¿Qué tipo de cremas prefiere para el cuidado de la piel?
 - Cremas farmacéuticas
 - Cremas de origen natural
 - Es indiferente

6. ¿Con qué frecuencia compra cremas humectantes de manos?
 - Mensual
 - Trimestral
 - Semestral
 - Anual

7. ¿En qué lugares usualmente compra cremas humectantes?
 - Internet
 - Droguerías
 - Tiendas naturistas
 - Distribuidoras de cosméticos
 - Almacenes de cadena

- 8. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un producto para el cuidado de la piel?
 - Menos de \$30.000
 - \$31.000 - \$50.000
 - \$51.000 - \$70.000
 - Más de \$71.000

- 9. ¿Ha escuchado o leído de los efectos negativos que tienen las cremas farmacéuticas para la salud humana y el medio ambiente?
 - Sí
 - No

- 10. ¿Ha tenido experiencias positivas con productos de origen natural?
 - Sí
 - No

- 11. Cuéntenos su experiencia

11. Cuéntenos su experiencia

22 respuestas

- Siento que no generan un doble efecto negativo y son más efectivas, además de no dañar el medio ambiente.
- Excelente, son productos que aportan a la piel
- Muy buena, se siente bien
- He visto buenos resultados
- Los productos cumplen con su función, hidratan y no manchan la piel
- Me parece que los productos naturales traen más beneficios para la piel y no perjudican al medio ambiente
- Logran mas resultados en menor tiempo que los productos a base de quimicos
- No uso cremas

11. Cuéntenos su experiencia

22 respuestas

Han sido saludables para el cuerpo.

Las cremas de origen natural son productos de excelente calidad

Solo son buenas cuando realmente si se necesitan

En realidad no he tenido la disposición de probar productos naturales

Dejan la piel muy suave

Disminución de granos corporalmente

Por ser productos naturales no dañan el PH de la piel...

Mejoran la piel

Las cremas que he probado al ser de origen natural no me han generado ninguna reacción alérgica ni efectos secundarios en la piel

Compro productos naturales para el cuidado de la piel, que sean éticamente responsables

Resultados verdaderos

Ninguna

Son buenas ya que reparan la piel

No las he probado, pero dicen que son buenas

12. ¿Estaría dispuesto a comprar cremas humectantes de origen 100% natural y sustentables?

- Sí
- No