

# *SuaviCrem*

Lo natural combinado con innovación y tecnología  
al servicio del cuidado y la belleza de la piel.

Tutor: Amparo Cáceres Gutierrez

Martha Cañon Chingaté

Leidy Maya Preciado

Universidad Externado de Colombia / Bogotá 2017

## TABLA DE CONTENIDO

1. RESUMEN SUAVICREM.....	3
2. MARCO TEÓRICO.....	4
ALOE VERA .....	4
ANTECEDENTES ALOE VERA .....	5
TECNOLOGIA APLICADA A LA COSMETICA .....	7
BIOPLASTICO .....	8
BENEFICIOS DE LA SÁBILA EN LA CARA.....	8
3. OBJETIVOS.....	9
4. METODOLOGÍA PROPUESTA .....	10
5. RESULTADOS ESPERADOS .....	11
6. REFERENCIAS.....	11
7. ENLACES .....	12
8. PÁGINA WEB (IMÁGENES).....	12

## 1. RESUMEN SUAVICREM

Este proyecto denominado SuaviCrem es el resultado de la experiencia de observar la tendencia a la necesidad del autocuidado con productos naturales especialmente de las mujeres, el cuidado ambiental, el uso diario de sustancias químicas tóxicas en los productos y los costos elevados de los productos existentes en el mercado actual, existe en el mercado demasiada competencia tanto en la cosmética industrial como la cosmética natural que han ido apareciendo y cobrando gran importancia en la última década, las empresas con las que se compiten son verdaderamente poderosas, cada vez los nuevos productos abundan en el mercado pero también las necesidades cada vez son más específicas, las pieles cada vez más sensibles, que requieren mayor cuidado, por lo cual el diferenciador de SuaviCrem es que realmente se utilizarán 100% ingredientes de origen vegetal orgánico el principal es la sábila, que tiene propiedades excelentes en la regeneración celular siendo una alternativa como antioxidante tópico.

Existen varios estudios comprobados científicamente y patentes relacionadas con esta planta siendo la que lidera estudios donde cada vez se comprueba sus beneficios.

La clientela potencial de SuaviCrem es la siguiente:

- Mujeres y hombres de estrato socioeconómico del 3 al 6
- Farmacias naturistas.

El elemento diferenciador respecto a la competencia reside en lo natural de sus elementos sobre los que se elaborará.

Los factores de éxito en los que se basará el proyecto son los siguientes:

- Calidad del producto
- Plazos de entrega competitivos
- Servicio de información
- Atención personalizada y constante al cliente

- Devolución de los productos en caso de fallo

SuaviCrem es una marca cosmética que ofrece en su producto los beneficios de la sábila, aplicando la tecnología en sus procesos y disposición final, con lo que garantiza a sus clientes una crema con múltiples beneficios respetando el medio ambiente.

## 2. MARCO TEÓRICO

### ALOE VERA

Aloe vera también conocido como sábila, áloe de Barbados o áloe de Curazao, entre otros, es una planta suculenta de la subfamilia Asphodeloideae dentro de la familia Xanthorrhoeaceae.

#### **Descripción**

Arbusto acaule o con tallo cortó cubierto de hojas, estolonífero, con tallo de hasta 30 cm, erecto, sin rebrotes laterales. Las hojas miden 40-50 por 5-8 cm y son densamente agrupadas en una roseta basal de hasta 20 hojas; son estrechamente triangular-lanceoladas, canaliculadas, rectas, erecto-patentes, herbáceas, de un verde-grisáceo, glaucas, sin manchas —excepto unas motas claras en los renuevos jóvenes—, dentadas solo en el margen, con dientes de unos 2 mm, gruesos, duros, retrorsos, de un color más claro que el del limbo.

#### **Hábitat y distribución**

Arenales y roquedos costeros, alterados y nitrificados desde el nivel del mar hasta 200 m de altitud.<sup>1</sup> Probablemente originaria de Arabia y naturalizada en regiones subtropicales y templadas de ambos hemisferios, también incluido el Mediterráneo.

#### **Usos**

El áloe se cultiva como planta decorativa, para usos medicinales, en cosmética e incluso para la alimentación en algunos países.

En algunos lugares popularmente suele llamarse Aloe vera o Aloe maculata. Si bien este último puede tener propiedades medicinales similares, a nivel farmacéutico es importante una correcta identificación de la especie.

Actualmente, hay más de 250 diversas variedades reconocidas de Aloe, de las cuales, solamente tres o cuatro tienen características curativas o medicinales significativas. La más potente de estas, rica en vitaminas, minerales, aminoácidos y enzimas es el Aloe arborescens.

Una de las aplicaciones farmacéuticas, más antiguamente registrada, se puede encontrar en una tablilla sumeria de arcilla del siglo XXI a. C., pero hay informes de dibujos de la planta en las paredes de templos egipcios desde el IV milenio a. C.

En cosmética se usa cada vez más. La mayoría de los fabricantes responsables extraen y purifican los extractos evitando los componentes más irritantes; también, actualmente, se usa de forma directa mediante procedimientos domésticos muy rudimentarios, dando lugar a productos que pueden causar irritación (dermatitis, eccema) o reacciones alérgicas (urticaria).

## ANTECEDENTES ALOE VERA

El progreso tecnológico se refiere a la introducción de cualquier cambio en la aplicación de información al proceso de producción que permite la obtención de un incremento en la eficiencia: todo esto resultante o bien en la fabricación de un producto dado con menores recursos (esto es, menores costos), o la elaboración de nuevos o mejores productos. (Mokyr 1990). Por su parte, la innovación se refiere a la asimilación y explotación exitosa de una invención para la mejora de procesos o introducción de nuevos productos o servicios en el mercado. Es decir que si bien hoy para lograr la productividad de las empresas depende en gran parte del nivel de formación del recurso humano, también es cierto que se requiere la innovación tecnológica y con estas dos se lograría el objetivo.

Examinando las tendencias de consumo de cosmética, la conciencia por el medio ambiente es más notoria en el momento de escoger los productos a utilizar, además el aumento de enfermedades relacionadas con el consumo de los productos utilizados a diario, la imposibilidad de acceder a productos de excelente calidad a precios bajos, la falta de conocimiento o tiempo para preparar productos caseros donde prima la naturaleza de los elementos y asegura la inexistencias de sustancias tóxicas son los motivos que dieron a la idea de desarrollar SuaviCrem una crema 100% natural.

Los cosméticos más que artículos de lujo representan productos básicos que están presentes a lo largo de la vida de todas las personas en todas las culturas además el autocuidado aumenta la autoestima.

Una investigación realizada por la universidad de Vasco en España donde se estudio el uso de cremas comprobó que las compras de este tipo de productos es mas por razones emocionales. Sea por la

razón, el sector de la cosmética y especialmente las cremas para el rostro está constantemente evolucionando y después de probar con tantas sustancias se está tomando conciencia de la sabiduría de los ancestros y aprovechando lo que ofrece la naturaleza sin amenazar su sustentabilidad.

Es necesario identificar a que se le llama Biocosmetica, es al menos 95% de ingredientes son naturales y al menos 95% de los ingredientes de origen vegetal deberán ser de agricultura biológica. Por lo cual más que un realizar un producto con fines netamente lucrativos es realizar un producto donde desde su cadena de valor hasta su disposición final sea beneficioso para todos los actores que entren en contacto con dicho producto, saliendo de los estereotipos de cremas industriales, son demasiado costosas y tienen mucho proceso de manufactura y en ocasiones perjudiciales para la salud. Las marcas de cosméticos naturales van en auge porque cada vez existe más conciencia de llevar una vida saludable, autocuidado, cuidado y respeto al medio ambiente. El “consumo responsable” es una megatendencia.

“Orlando Saavedra, experto en marketing, asegura que los colombianos están volcándose a la moda de exigir y adquirir productos y servicios que no atenten contra la ecología ni la sociedad, y generen hábitos más saludables.”

Según estudios científicos “el aloe vera o la sábila es una planta que pertenece a la familia de las Alphodelaceas, que necesita sol, clima cálido y árido.

El jugo de esta planta ha sido utilizado desde hace varios siglos por sus propiedades hidratantes, regenerativas y cicatrizantes. En 1935 se realizó el primer estudio científico relativo al poder curativo del aloe que fue realizado por los doctores E y C Collins, pero a partir de 1959 la FDA (Food and Drug Administration), reconoce las propiedades regenerativas.”

Dada el auge del sector cosmético a nivel mundial, el factor de la sostenibilidad y sustentabilidad, el uso de sustancias tóxicas en la elaboración de productos para el consumo humano, surgió la idea de implementar la tecnología a productos naturales, dispuesto a la salud, bienestar y en especial a la belleza, además de ser una base para construir una economía circular donde todos los involucrados tanto en su cadena de producción, consumo y disposición final sea de beneficio para todos.

Una de las tendencias más marcada es una demanda por parte de los consumidores por productos más naturales.

Según Euromonitor internacional plantea para 2020 la demanda de productos botánicos será como se muestra en el siguiente grafico:

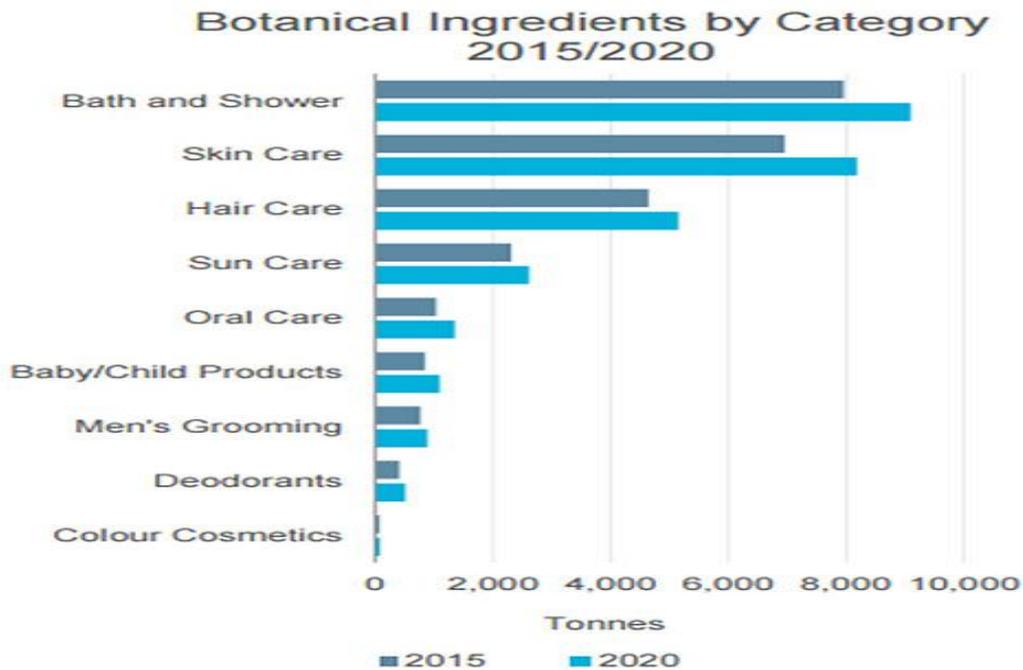


Fig 2. Potencial de los ingredientes naturales en productos cosméticos. Fuente: “The Broadening Meaning of Green Beauty”, Euromonitor Internacional 2017

### TECNOLOGIA APLICADA A LA COSMETICA

Según el centro tecnológico AINIA ubicado en España, donde estudian y trabajan por aplicar innovación en alimentación, cosmética, farmacia y químico. Nohemi Vidal publica en su artículo Cosmética: Una mirada hacia el futuro, las tecnologías que permiten la personalización del producto para mejorar la experiencia del cliente, como por ejemplo los Wearables: parches que informan sobre la radiación solar, la impresión de piel con bioimpresoras 3D lo cual evita la experimentación con animales, la realidad aumentada donde le permite a los consumidores experimentar con distintos productos viendo el resultado antes de utilizarlo.

Estas invenciones son solo un punto de referencia de lo que se puede construir alrededor de las necesidades identificadas, dando a lugar un producto de alta calidad, en el caso de Suavicrem la

innovación es salir del estándar de cosmética tradicional y ofrecer una crema natural pero aplicando tecnología que no perjudique.

## **BIOPLASTICO**

Elaborando un producto biocosmético, lo ideal sería que se envasara en un empaque de origen natural que tuviera las mismas condiciones que el producto, pensando en la sustentabilidad y en no alterar la composición de la crema, es importante encontrar nuevas posibilidades de elaboración de contenedores.

En este orden de ideas existe bioplásticos son plásticos derivados de productos vegetales que tiene la siguiente clasificación según AINIA:

Teniendo esto en cuenta, los bioplásticos se pueden dividir en 3 categorías principales en función de su origen y su biodegradabilidad:

– Procedentes de fuentes no renovables (derivados del petróleo) y son biodegradables, por ejemplo, policaprolactona (PCL), polibutilen succinato (PBS), polibutilen adipato/tereftalato PBAT. Aparecen en la figura sombreados en verde.

– Procedentes de fuentes renovables total o parcialmente (biobased) y no son biodegradables, por ejemplo, los conocidos como biobased polietileno (PE), poliamida (PA), polipropileno (PP) o polietilentereftalato (PET).

– Procedentes de fuentes renovables y que además son biodegradables, como el ácido poliláctico (PLA), polihidroxicanoatos (PHA) o almidones termoplásticos (TPS).

Este tipo de envases no alteran el producto y no contaminan por lo cual es ideal para el producto que está siendo demandado en el mercado.

Esta parte de la elaboración incrementa la ventaja competitiva.

## **BENEFICIOS DE LA SÁBILA EN LA CARA**

**Estos son los beneficios de la sábila en la cara que no puedes dejar de probar y recomendar.**

**Es humectante.** Por este motivo es un ingrediente muy común en cremas antienvjecimiento e hidratantes de uso diario. Lo mejor del aloe vera a propósito de esta propiedad es que, a diferencia de otras plantas humectantes, se puede utilizar tanto en piel grasa como en piel seca.

**Es regenerativa.** Ayuda a la renovación de la piel, debido a que estimula la producción celular. Además, mejora notablemente las quemaduras leves, las raspaduras y otro tipo de lesiones, como las rojeces de la rosácea.

**Es antibacteriana y antiséptica.** Debido a estas propiedades, es muy utilizado en tónicos y productos de limpieza del cutis. No solo elimina las bacterias, sino también limpia la grasitud y ayuda a equilibrar el ph de la piel.

**Es antiinflamatoria.** Este es otro de los motivos por los que utiliza en quemaduras, golpes, raspaduras y otras inflamaciones de la piel. Calma el ardor y ayuda a deshinchar el área afectada.

**Es suavizante.** Si tu piel no tiene la textura tersa que deseas puede deberse a muchas razones: cambios hormonales, clima frío y seco, entre otros. Pero siempre la puedes mejorar con un truco casero de aloe vera para suavizar la piel.

### 3. OBJETIVOS

- ✓ Profundizar en los conocimientos tácitos del proceso de elaboración de un producto cosmético, con el fin de tecnificar el proceso a un alto nivel.
- ✓ Potenciar el desarrollo de la creatividad mediante el uso y la aplicación del conocimiento científico y tecnológico.
- ✓ Aplicar la metodología GID2 GESTION DE LA INNOVACION Y DESARROLLO DIGITAL en un proyecto específico utilizando herramientas digitales.
- ✓ Realizar una investigación sobre la cosmética y el proceso enfocado en la producción y comercialización de la crema a base de sábila.
- ✓ Crear nuevas ideas mediante la inclusión de tecnologías y la utilización de herramientas digitales en la aplicación del conocimiento científico, para la elaboración de productos cosméticos como la crema.
- ✓ Desarrollar un plan de negocio y plasmarlo en herramientas digitales proporcionadas en el internet.

#### 4. METODOLOGÍA PROPUESTA

El presente trabajo de investigación se realiza sobre la base de la siguiente metodología y diseño, donde se manejan diversos estudios cuantitativos y cualitativos así:

<b>Gestión del Conocimiento</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Generación de la idea de negocio</li><li>• Recopilación de Información.</li><li>• Análisis de Datos.</li></ul>
<b>PRODUCTO</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• De lo tácito a lo explícito (conocimiento del proceso)</li><li>• Diseño de la presentación del producto</li><li>• Definición Empaque sustentable.</li></ul>
<b>PROCESO</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Elaboración del proceso desde lo básico y simple</li></ul>
<b>INTELIGENCIA COMPETITIVA</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Se analiza las empresas líderes en el mercado de la Cosmética.</li></ul>
<b>VIGILANCIA TECNOLÓGICA</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Validación sobre las últimas técnicas o tecnologías en patentes, otras compañías.</li><li>• Verificar que tecnologías requeridas para el nuevo producto.</li></ul>
<b>ESTRATEGIAS DE OPERACIÓN</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Elaboración del Mapa de Proceso.</li><li>• Creación matriz DOFA</li><li>• Elaboración Mapa Estratégico como resultado de la validación de la dofa.</li></ul>
<b>ESTRATEGIA FINANCIERA</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Elaboración Estados Financieros</li><li>• Presupuesto de operación</li><li>• Definición estrategias financieras.</li></ul>
<b>Estrategias en Marketing</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Definición estrategias Internas y Externas</li></ul>
<b>OTROS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Creación Pagina Web</li><li>• Creación Revista</li><li>• Entregable</li></ul>

## 5. RESULTADOS ESPERADOS

- Creación de un producto absolutamente natural logrado a través de la investigación y la aplicación de la tecnología.
- Aplicación de conceptos de economía circular en un producto, es decir la intersección de los aspectos económicos y ambientales.
- Atención de las necesidades de los consumidores actuales según las tendencias identificadas en un mercado global.
- Atracción de nuevos nichos de mercado.
- Integración de procesos de innovación identificados en la cadena de producción para lograr ofrecer un producto competitivo.

## 6. REFERENCIAS

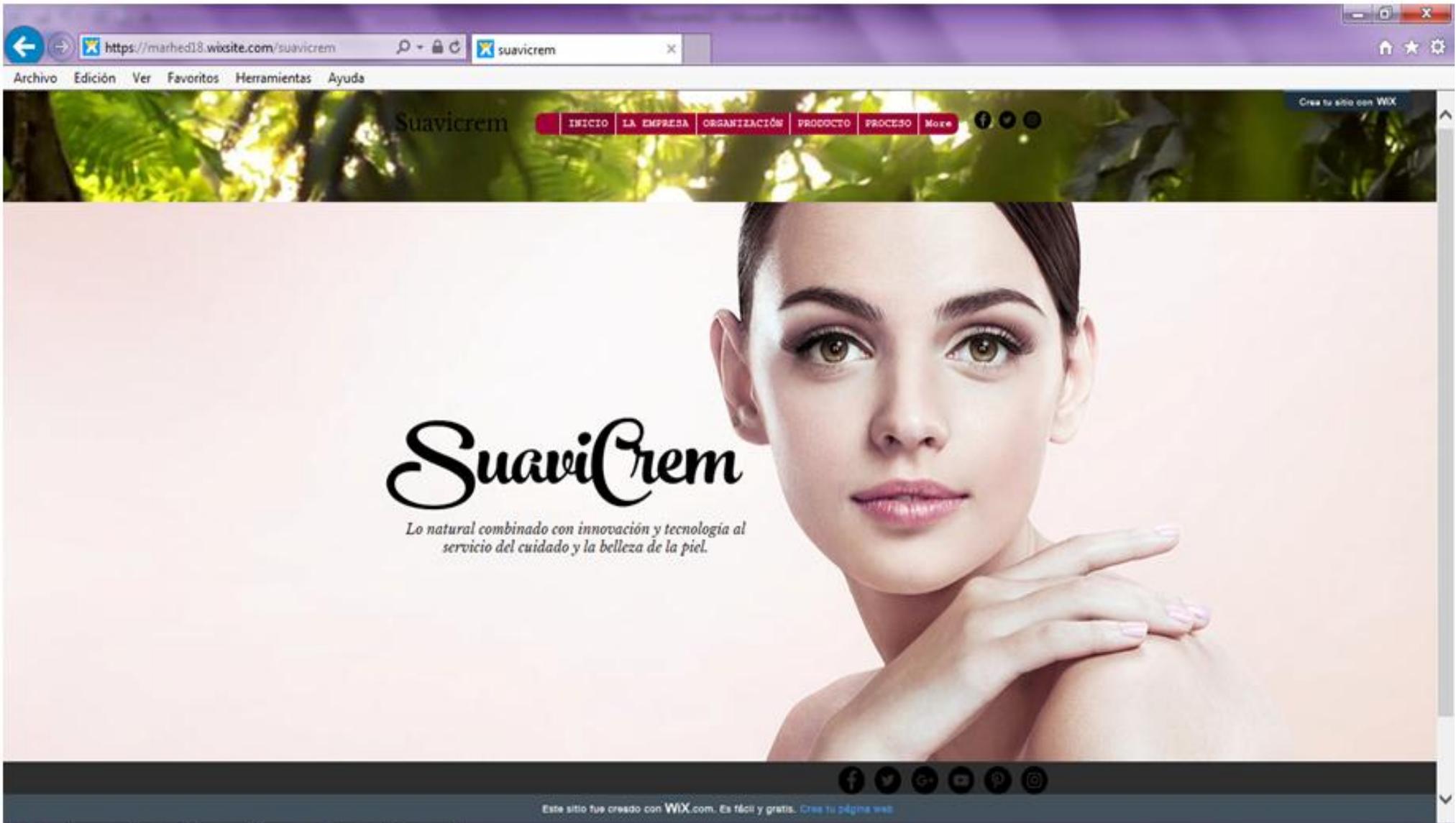
- <http://www.redalyc.org/pdf/620/62024415003.pdf>
- <https://es.scribd.com/document/308475170/Sabila-Soberania-Alimentaria-y-Ambiental>
- <https://sioc.minagricultura.gov.co/Sabila/Documentos/004%20-%20Documentos%20Competitividad%20Cadena/D.C.%202007%20Febrero%20-%20Caracterizacion%20del%20Gremio%20Sabilero.pdf>
- <https://www.lanzaloe.com/es/el-aloe-vera/la-produccion/>
- [http://www.aloeproduction.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=62&Itemid=73&lang=es](http://www.aloeproduction.com/index.php?option=com_content&view=article&id=62&Itemid=73&lang=es)
- [https://es.wikipedia.org/wiki/Aloe\\_vera](https://es.wikipedia.org/wiki/Aloe_vera)
- <http://noticias.universia.net.co/educacion/noticia/2017/07/27/1154654/hace-ingeniero-industrial.html>
- Aloe vera: a short review. Amar Surjushe, Resham Vasani, D G Saple. Indian J Dermatol. 2008.
- Characterization of Aloeride, a new high-molecular-weight polysaccharide from Aloe vera with potent immunostimulatory activity. J Agric Food Chem 2001.
- Aloe-emodin Is a New Type of Anticancer Agent with Selective Activity against Neuroectodermal Tumors. Teresa Pecere, M. Vittoria Gazzola, Carla Mucignat *et al.* Cancer Res June 1, 2000.
- Hepatotherapeutic Effect of Aloe Vera in Alcohol-induced Hepatic Damage. W.A. Saka, R.E. Akhigbe, O.S. Ishola, *et al.* 2011.
- Evaluation of the Nutritional and Metabolic Effects of Aloe vera. Meika Foster, Duncan Hunter, and Samir Samman. CRC Press; 2011.
- An in vivo and in vitro investigation of the effect of Aloe vera gel ethanolic extract using animal model with diabetic foot ulcer. Mohan Daburkar, Vikram Lohar, Arvind Singh Rathore *et al.* J Pharm Bioallied Sci. 2014 Jul-Sep;
- El gel de aloe vera: estructura, composición química, procesamiento, actividad biológica e importancia en la industria farmacéutica y alimentaria. R.N. Domínguez-Fernández, I. Arzate-Vázquez, J. J. Chanona-Pérez *et al.*

- Aloe vera as a Functional Ingredient in Foods. Elena Rodríguez Rodríguez, Jacinto Darias Martín, Carlos Díaz Romero. 2010.
- Effect of aloe cream versus silver sulfadiazine for healing burn wounds in rats. Hosseinimehr SJ, Khorasani G, Azadbakht M, Zamani P, Ghasemi M, Ahmadi A. 2010.
- Effects of Aloe vera Cream on Posthemorrhoidectomy Pain and Wound Healing: Results of a Randomized, Blind, Placebo-Control Study. Fariborz Eshghi, Seyed Jalal Hosseinimehr, Nasrin Rahmani *et al.*
- Two-Year Study Monitoring Several Physical and Chemical Properties of Field-Grown *Aloe barbadensis* Miller Leaves. Yin-Tung Wang, Kimberly J. Strong. 1995.
- Estimation of Tolerable Upper Intake Level (UL) of Active Aloe. Seung Jun Kwack, Kyu Bong Kim, Byung Mu Lee. 2009.
- <http://www.plantasparacurar.com/sabila-para-la-piel-de-la-cara/>
- 

## 7. ENLACES

- Página:  
<https://marhed18.wixsite.com/suavicrem>
- Revista:  
<https://www.flipsnack.com/mcanon/revistaii.html>

## 8. PÁGINA WEB (IMÁGENES)



## Nuestra Empresa

•SuaviCrem es una marca cosmética que ofrece en su producto los beneficios de la sábila, aplicando la tecnología en sus procesos y disposición final, con lo que garantiza a sus clientes una crema con múltiples beneficios respetando el medio ambiente

## Misión

• Producción y comercialización de crema a base sábila 100% natural de excelente calidad a bajo precio con las mejores prácticas de elaboración, brindando todas las bondades de esta maravillosa planta.

https://marhed18.wixsite.com/suavicrem/organiza... suavicrem | ORGANIZACIÓN x

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Suavicrem INICIO LA EMPRESA ORGANIZACIÓN PRODUCTO PROCESO More

Organización

Suavicrem trabaja para aportar cuidado y salud a la piel mientras conserva y sustenta el planeta a través de implementación de tecnología en la cadena de valor.



Instalaciones

Nuestras instalaciones son espacios sustentables y sostenibles, agradables a la vista y confortables para el proceso de producción diario.

El aprovechamiento tanto de los espacios como de los recursos invertidos en la elaboración del producto es de vital importancia, donde optimizar es una prioridad, la forma de cultivo con la tecnificación aumenta la productividad siendo el área de cultivo acorde al crecimiento de la demanda.

Áreas de procesos con buenas practicas de manufactura donde no solo garantiza la calidad del producto sino que identifica los posibles errores para mejorar en tiempos y recursos. Los almacenes de cadena y la utilización de los recursos existentes como canales de distribución es el resultado de la toma de conciencia para cuidar el planeta.

15

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Crear tu sitio con WIX

**Cultivo**

**Laboratorio**

**Oficina**

**Almacén**

Este sitio fue creado con WIX.com. Es fácil y gratis. [Crea tu página web](#)

https://mahed18.wixsite.com/suavicrem/producto suavicrem | PRODUCTO

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Suavicrem INICIO LA EMPRESA ORGANIZACIÓN PRODUCTO PROCESO More

Creo tu sitio con WIX

## Crema Suavicrem

Dada la búsqueda de nuevos ingredientes y respondiendo la demanda que se crece como megatendencia de utilizar sustancias naturales por eso se presenta la crema como un producto integro donde en su cadena de producción y el producto es altamente ecológico, desde la elaboración hasta la disposición final es respetuoso con el medio ambiente, su empaque es 100% natural, con posibilidades de incluir nanotecnología para extender la vida del producto.



Al ser 100% natural la vida es corta pero se garantiza un producto libre de sustancia químicas que impacten negativamente el medio ambiente y la salud humana.

El producto esta elaborado con productos que tiene múltiples bondades y con practicas de manufacturación limpias.

Este sitio fue creado con WIX.com. Es fácil y gratis. [Crea tu página web](#)

limpias.

Para el empaque se maneja una forma que caracol debido a que refleja la naturaleza y la parte del contenedor de la crema estará en el caparazón del mismo, este es de color verde que nos refleja ecología, vida y salud.

El empaque está diseñado en bio-plástico, material que permite el reciclaje del mismo.

Crea tu sitio con WIX

Cuidado Facial



Crema Humectante  
50 min. | 13.000,00 \$

RESERVAR



suavicrem | PROCESO

marhed18.wixsite.com/suavicrem/proceso

Suavicrem

INICIO LA EMPRESA ORGANIZACIÓN PRODUCTO PROCESO More

Crea tu sitio con WIX

# El Proceso

Nuestro proceso está enmarcado en la transformación de materias primas naturales que se enfocan en el cuidado de la piel desde lo simple y básico, cumpliendo todos los estándares solicitados por los entes reguladores y brindando la mayor la satisfacción por parte del cliente.

## Elaboración

<p>Cortar una hoja de la planta de aloe vera</p> 	<p>Dejar escurrir la resina durante 10 minutos</p> 
--	---

Este sitio fue creado con WIX.com. Es fácil y gratis. [Crea tu página web](#)

suavicrem | PROCESO x suavicrem | PROCESO + v

marhed18.wixsite.com/suavicrem/proceso

Crea tu sitio con WIX

**Cortar los laterales de la hoja**



**Sacar el gel con una cuchara**



**Licuar el gel de la sábila sin agua**



**Mezclar los ingredientes de la crema: vitamina C, vitamina E y estabilizante**



**BENEFICIOS DE LA SÁBILA**

- MEJORA LA PIEL
- MEJORA LA DIGESTIÓN
- REDUCE EL COLESTEROL
- PREVIENE ÚLCERAS
- EVITA EL ENVEJECIMIENTO
- REGULA LA AZÚCAR EN SANGRE
- MEJORA LA INFLAMACIÓN
- ANTI INFLAMATORIO
- ANTI CÁNCERIGENO

**PROPIEDADES NUTRICIONALES**

Carbón	100g
Proteína	100g
Grasas	100g
Carbohidratos	100g
Fibra	100g
VITAMINA A	100g
VITAMINA C	100g
VITAMINA E	100g

**Empacar el producto**



**Etiquetar el producto**



Este sitio fue creado con WIX.com. Es fácil y gratis. [Crea tu página web >](#)

suavicrem | PROCESO

marhed18.wixsite.com/suavicrem/proceso

Crea tu sitio con WIX

Empacar el producto	Etiquetar el producto
	

## Estrategias

- Producción ecológica de los plantines y los materiales de reproducción vegetativa.
- Empaques elaborados con un alto contenido de materias primas de fuentes renovables y por tanto, evita ciento por ciento el uso de componentes provenientes del petróleo, no arroja sustancias que contaminen el producto cosmético.
- Estrategias de producción limpia, mejoramiento de producto, apertura de nuevos mercados

## Nuestro Equipo

Este sitio fue creado con WIX.com. Es fácil y gratis. [Crea tu página web >](#)



mercados

# Nuestro Equipo



## Perfiles:

**Agricultor** • Es quien se dedica a tratar los suelos y a cultivar la tierra en una explotación agraria para la extracción de la sábila, a su vez identificará el mejor tipo de planta



suavicrem | PROCESO

marhed18.wixsite.com/suavicrem/proceso

Crea tu sitio con WIX

## Perfiles:

- Agricultor**
  - Es quien se dedica a tratar los suelos y a cultivar la tierra en una explotación agraria para la extracción de la sábila, a su vez identificará el mejor tipo de planta de Aloe Vera para su respectiva extracción y la posterior fabricación de cremas.
- Ingeniero Químico**
  - Diseña procesos químicos, desarrolla procedimientos y procesos, analiza procesos de manufactura, modela productos químicos, mejora los procesos químicos, determina el destino final de los desechos y subproductos del producto.
- Ingeniero Industrial**
  - Profesional de la ingeniería y la tecnología encargado de mejorar la productividad empresarial aplicando conocimientos científicos y tecnológicos. Como expertos en eficiencia y rendimiento, no solo deben trabajar en el área técnica, sino que también deben analizar el ámbito financiero y humano.
- Cosmetólogo**
  - Persona especializada en productos de cosmética para la belleza corporal, quien con sus conocimientos, prácticas y actividades de embellecimiento, utiliza técnicas y tratamientos con el fin de mantener en mejor forma el aspecto externo y el bienestar del paciente.
- Especialista en innovación y desarrollo de negocios**
  - es un profesional con capacidad de: Liderar procesos de innovación desde la etapa de la idea hasta su implementación comercial, Diseñar y gestionar sistemas de gestión de la innovación que hagan de la generación de ideas exitosas parte de la cultura de la organización y Implementa estrategias para incrementar su competitividad a través de la innovación.

Este sitio fue creado con WIX.com. Es fácil y gratis. [Crea tu página web >](#)

suavicrem | INTELIGENC X + v

marhed18.wixsite.com/suavicrem/inteligencia-competitiva

Crema tu sitio con WIX

Suavicrem

INICIO LA EMPRESA ORGANIZACIÓN PRODUCTO PROCESO More

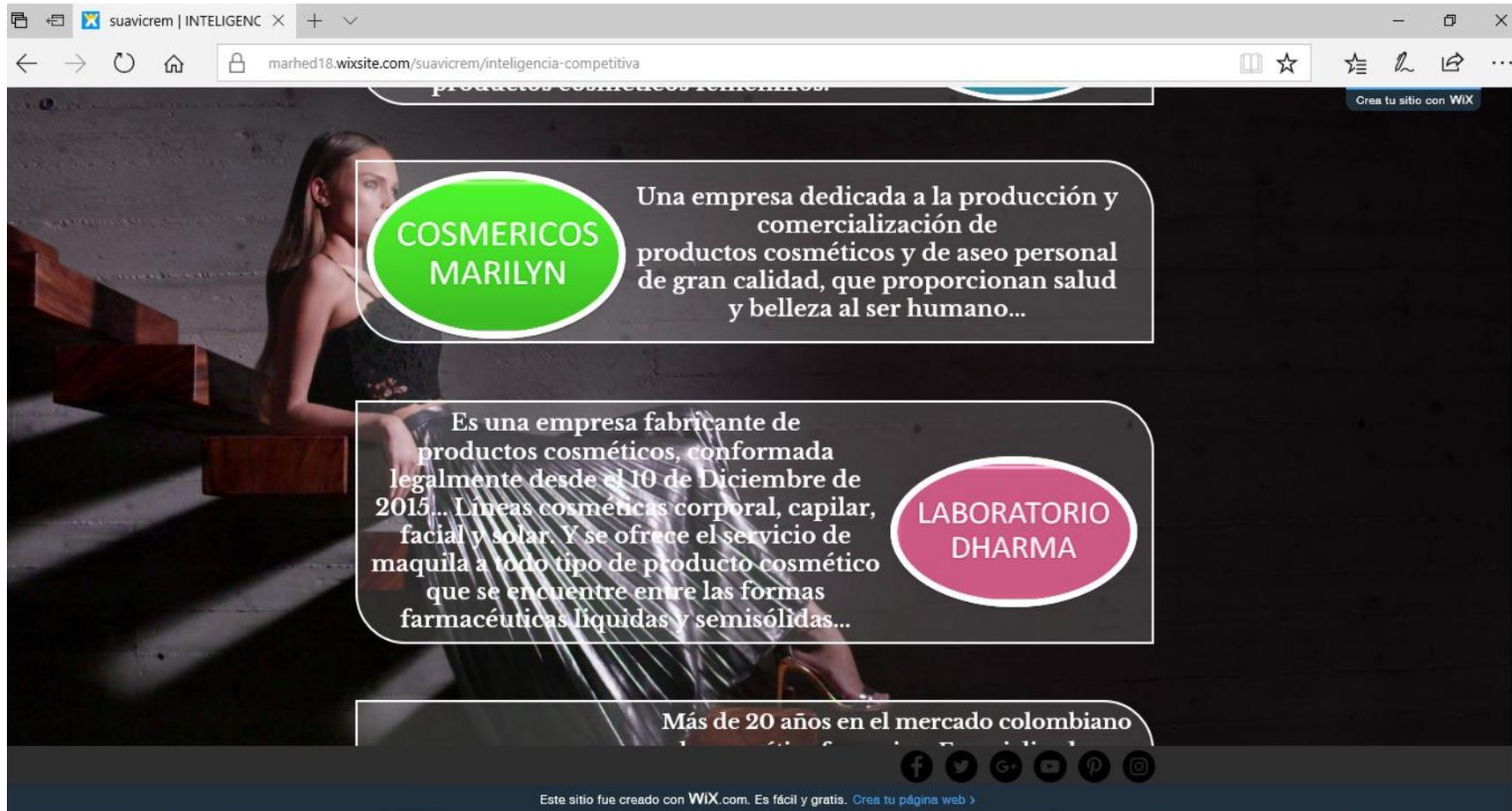
# Empresas Líderes en Cosmética



Una empresa dedicada a fabricar y vender productos cosméticos de excelente calidad y estamos orgullosos por ser innovadores, modernos con la voluntad de convertirnos en líderes en el mercado de productos cosméticos femeninos.

**BRESIA  
COSMETICOS**

Este sitio fue creado con WIX.com. Es fácil y gratis. [Crea tu página web >](#)



**COSMERICOS  
MARILYN**

Una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos cosméticos y de aseo personal de gran calidad, que proporcionan salud y belleza al ser humano...

Es una empresa fabricante de productos cosméticos, conformada legalmente desde el 10 de Diciembre de 2015... Líneas cosméticas corporal, capilar, facial y solar. Y se ofrece el servicio de maquillaje a todo tipo de producto cosmético que se encuentre entre las formas farmacéuticas líquidas y semisólidas...

**LABORATORIO  
DHARMA**

Más de 20 años en el mercado colombiano

Este sitio fue creado con WIX.com. Es fácil y gratis. [Crea tu página web >](#)

suavicrem | INTELIGENCIA

marhed18.wixsite.com/suavicrem/inteligencia-competitiva

Crea tu sitio con WIX

**COSMETICOS SLENDY**

Más de 20 años en el mercado colombiano de cosmética femenina. Especializada en formulación, desarrollo y fabricación de esmaltes para uñas. Producimos componentes, bases, lacas y colorantes con materias primas nacionales e importadas de la mejor calidad. Desarrollamos productos innovadores con colores, texturas y tonalidades que anticipan las tendencias de la moda en cosméticos...

Empresa colombiana, con más de 70 años de experiencia en el mercado de productos de belleza y cuidado personal... Desarrollamos, fabricamos y comercializamos productos de belleza y cuidado personal. Fabricación para Terceros > Nuestra planta industrial cuenta con un área productiva de 16.900 mts<sup>2</sup>, en la cual fabricamos cosméticos, fragancias y productos de aseo personal. Contamos con un área de manufactura para la elaboración de las diferentes líneas de productos cosméticos con una capacidad superior a las 25.000 toneladas anuales...

**PREBEL**

Este sitio fue creado con WIX.com. Es fácil y gratis. [Crea tu página web >](#)

suavicrem | VIGILANCIA

marhed18.wixsite.com/suavicrem/vigilancia-tecnologica

Suavicrem

INICIO LA EMPRESA ORGANIZACIÓN PRODUCTO PROCESO More

Facebook Twitter Instagram

Crea tu sitio con WIX

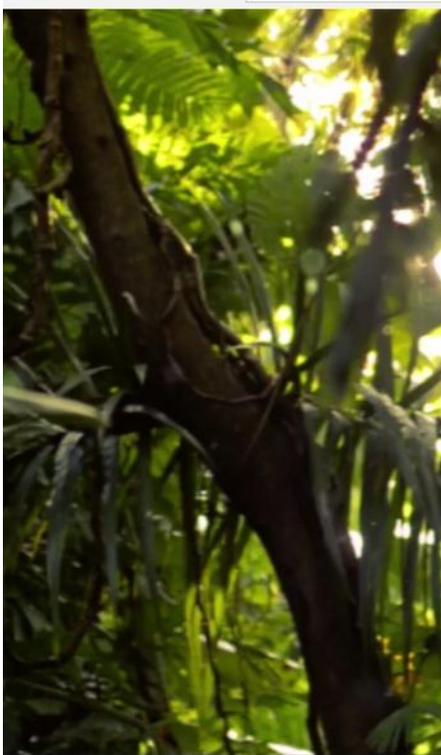
# Vigilancia Tecnológica

Patente	Descripción
MX2010008006	La presente invención se refiere a una solución orgánica natural hecha con Aloe Vera cultivada en condiciones de invernadero, estando dicha solución disponible en una forma farmacéutica líquida de aplicación tópica de fácil aplicación en pulverización, que se usa para tratar la dermatitis del pañal. El objetivo de la presente invención es ofrecer un tratamiento novedoso como agente inhibidor del dolor, antiinflamatorio, cicatrizante y reestructurador de tejidos aplicado en la piel del bebé, que no incluye óxido de cinc o sustancias sintéticas en la composición de la fórmula, esta última presentando una aplicación higiénica y práctica, la misma que se obtiene de un proceso que es amigable con el medio ambiente debido a la diversificación de los cultivos en la región y los trabajos de cultivo.
DE102010030654	La composición cosmética comprende al menos un extracto de una planta de Aloe vera y (b) al menos un extracto de una planta de jazmín, bambú, uva, karité, actinidia, arroz, oliva, magnolia, melisa, té, aceite de jojoba, lúpulo, algodón, girasol, granada, almendra, hamamelis, caléndula o algas pardas. ACTIVIDAD: Dermatológico.
MX2009012495 (A)	La presente invención se refiere a un proceso para fabricar una crema cosmética blanda que se puede usar para proporcionar agentes beneficiosos para la piel; la crema inventiva está hecha de aloe vera, metil parabeno sódico, carbonato de potasio, dióxido de titanio, cera de abeja, grasa de ballena, vaselina, aceite de almendras, esencias y aceite de vitamina E.

Composición en forma de crema, líquido o aceite con aplicación sobre la piel con el

Facebook Twitter YouTube Pinterest Instagram

Este sitio fue creado con WIX.com. Es fácil y gratis. [Crea tu página web >](#)

	<p><b>MX2010008006</b></p>	<p>cultivada en condiciones de invernadero, estando dicha solución disponible en una forma farmacéutica líquida de aplicación tópica de fácil aplicación en pulverización, que se usa para tratar la dermatitis del pañal. El objetivo de la presente invención es ofrecer un tratamiento novedoso como agente inhibidor del dolor, antiinflamatorio, cicatrizante y reestructurador de tejidos aplicado en la piel del bebé, que no incluye óxido de cinc o sustancias sintéticas en la composición de la fórmula, esta última presentando una aplicación higiénica y práctica, la misma que se obtiene de un proceso que es amigable con el medio ambiente debido a la diversificación de los cultivos en la región y los trabajos de cultivo.</p>	
<p><b>DE102010030654</b></p>	<p>La composición cosmética comprende al menos un extracto de una planta de Aloe vera y (b) al menos un extracto de una planta de jazmín, bambú, uva, karité, actinidia, arroz, oliva, magnolia, melisa, té, aceite de jojoba, lúpulo, algodón, girasol, granada, almendra, hamamelis, caléndula o algas pardas. ACTIVIDAD: Dermatológico.</p>		
<p><b>MX2009012495 (A)</b></p>	<p>La presente invención se refiere a un proceso para fabricar una crema cosmética blanda que se puede usar para proporcionar agentes beneficiosos para la piel; la crema inventiva está hecha de aloe vera, metil parabeno sódico, carbonato de potasio, dióxido de titanio, cera de abeja, grasa de ballena, vaselina, aceite de almendras, esencias y aceite de vitamina E.</p>		
<p><b>WO2008091161</b></p>	<p>Composición en forma de crema, linimento o aceite para aplicación sobre la piel para el tratamiento de afecciones de la piel como arrugas, quemaduras, quemaduras solares, envejecimiento, piel cansada y estresada, y se distingue por la inclusión de una mezcla de espermina, aceite de emú y posiblemente Aloe vera. La composición puede contener adicionalmente uno o más de los aditivos elegidos entre el grupo de conservantes, tampones, pigmentos, fragancias, agentes estabilizantes, agentes formadores de geles, conservantes, aceites, agentes antibióticos, vitaminas, agua, espesantes y ingredientes neutralizantes.</p>		
<p><b>US2009162304</b></p>	<p>Se proporciona una composición tópica para tratar enfermedades de la piel. La composición comprende caléndula, aceite de árbol de té, aceite de eucalipto, aceite de semilla de uva y Aloe vera. En alguna realización, la composición también puede incluir cera de abejas, aceite vegetal, vitamina E, aceite de romero o manteca de karité o combinaciones de los mismos para mejorar aún más sus efectos beneficiosos. En algunas realizaciones, la composición también puede incluir hierbas. Los kits y métodos para el tratamiento de enfermedades de la piel también se divulgan</p>		



## Análisis Financiero

La estructura de capital que utilizará el proyecto para su operación el primer año, es con aporte de socios: \$30.000.000 la cual es la inversión inicial para iniciar operación que se ve reflejada de la siguiente manera:

INVERSIONES	
MAQUINARIA	7.530.000
EQUIPOS DE OFICINA	2.490.000
EQUIPOS DE COMPUTO	2.270.000
PREOPERATIVOS	6.544.018
CAPITAL TRABAJO	11.165.982
FLUJO DE CAJA	30.000.000

## Proyección mensual y anual

Con relación a los resultados obtenidos en el análisis de los tres estratos 1, 2, 3, 4, 5 y 6 se decidió que el producto va dirigido a mujeres y hombres entre los 30 y 50 años de estrato 3 al 6. El precio será de \$13.000 pesos, según la disposición de compra de las encuestadas y la comparación de productos similares en el mercado donde puede tener

## Proyección mensual y anual

Con relación a los resultados obtenidos en el análisis de los tres estratos 1, 2, 3, 4, 5 y 6 se decidió que el producto va dirigido a mujeres y hombres entre los 30 y 50 años de estrato 3 al 6. El precio será de \$13.000 pesos, según la disposición de compra de las encuestadas, y la comparación de productos similares en el mercado donde puede tener precios para las cremas con componentes naturales entre los 28 y 60 pesos.

## Tabla Proyección anual de ventas

Se tendrá un incremento anual del precio por unidades del 1,05 %, a partir del segundo año en adelante. El número de unidades vendidas aumentará para el primer año en un 10% y para el segundo en un 20%, después se mantendrá en un 5% hasta el décimo.

Cantidades	Precio unitario
\$ 43.200	\$ 13.000
\$ 47.520	\$ 13.650
\$ 57.024	\$ 14.333
\$ 59.875	\$ 15.049
\$ 62.869	\$ 15.802
\$ 66.012	\$ 16.592
\$ 69.313	\$ 17.421
\$ 72.779	\$ 18.292
\$ 76.418	\$ 19.207
\$ 80.238	\$ 20.167



# Balance General

Empresa: SUAVICREM S.A.

BALANCE GENERAL	Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Activo</b>											
Efectivo	30.000.000	22.963.820	101.941.287	144.573.325	474.710.389	669.647.153	955.630.192	1.298.263.302	1.704.352.117	2.181.250.168	2.737.665.249
Caja	30.000.000	6.435.117	63.116.723	144.661.958	194.738.322	240.302.029	273.335.621	347.068.028	411.251.859	483.126.961	470.807.358
Bancos		16.618.700	38.024.564	99.951.167	199.972.207	429.545.123	682.324.511	955.175.074	1.293.000.247	1.698.124.197	2.266.857.891
Derechos		46.900.000	64.054.000	46.326.040	75.000.116	80.785.748	91.371.071	100.524.804	110.940.000	122.312.254	134.640.251
Diferidos		5.238.214	3.924.411	2.437.627	1.308.804	-	-	-	-	-	-
Prepagados		6.944.018	6.944.018	6.944.018	6.944.018	6.944.018	6.944.018	6.944.018	6.944.018	6.944.018	6.944.018
Amortización		11.303.206	(2.417.627)	(3.926.411)	(5.238.214)	(6.944.018)	(8.944.018)	(10.944.018)	(12.944.018)	(14.944.018)	(16.944.018)
Papeles de planta y equipos		10.834.000	9.378.000	7.922.000	6.466.000	5.010.000	4.008.000	3.006.000	2.004.000	1.002.000	-
Maquinaría y equipo		7.920.000	7.920.000	7.920.000	7.920.000	7.920.000	7.920.000	7.920.000	7.920.000	7.920.000	7.920.000
Equipo de oficina		2.490.000	2.490.000	2.490.000	2.490.000	2.490.000	2.490.000	2.490.000	2.490.000	2.490.000	2.490.000
Equipo de computo y comunicación		2.170.000	2.170.000	2.170.000	2.170.000	2.170.000	2.170.000	2.170.000	2.170.000	2.170.000	2.170.000
Depreciación acumulada		(14.646.000)	(2.812.000)	(4.368.000)	(5.824.000)	(7.280.000)	(8.736.000)	(10.192.000)	(11.648.000)	(13.104.000)	(14.560.000)
<b>Total activo</b>	30.000.000	10.587.820	165.373.287	320.603.365	536.265.509	757.442.900	1.090.954.749	1.403.896.496	1.817.356.947	2.304.564.423	2.872.554.903
<b>Pasivo y patrimonio</b>											
<b>Pasivo corriente</b>											
Obligaciones financieras											
Cuentas por pagar comerciales		23.210.000	23.919.900	24.651.777	25.426.324	26.254.258	26.936.316	27.813.263	28.665.836	29.545.000	30.491.443
Proveedores		20.410.000	21.022.300	21.652.969	22.302.558	22.971.435	23.640.734	24.370.607	25.101.726	25.844.777	26.610.421
Otras C/P		2.400.000	2.897.600	2.998.808	2.720.766	2.312.423	2.325.530	2.442.656	2.554.441	2.692.222	2.821.021
Pasivos por beneficios a empleados		9.391.897	9.651.492	10.134.066	10.640.770	11.172.303	11.731.448	12.318.021	12.932.912	13.580.618	14.295.649
Intereses sobre cesantías		1.785.977	1.875.276	1.969.839	2.067.491	2.170.866	2.279.409	2.393.300	2.513.049	2.638.701	2.770.636
Vacaciones acumuladas		7.408.820	7.776.216	8.165.027	8.573.278	9.001.942	9.452.039	9.924.441	10.420.713	10.944.157	11.498.023
<b>Total pasivo</b>		32.401.897	33.571.282	34.785.643	36.047.394	37.357.066	38.717.765	40.131.284	41.599.808	43.125.618	44.711.092
<b>Patrimonio</b>											
Capital	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
Utilidad neta del año		18.183.912	18.413.371	184.026.627	184.400.807	279.887.425	292.155.800	349.822.898	413.837.726	482.414.667	565.284.626
Resultados de ejercicios anteriores		1.315.923	101.801.895	255.817.522	430.218.429	600.005.834	982.241.715	1.331.764.412	1.745.597.139	2.211.483.828	
<b>Total patrimonio</b>	30.000.000	48.185.913	331.801.895	285.817.522	480.218.409	780.005.834	1.032.181.715	1.365.764.412	1.775.897.139	2.264.838.806	2.872.834.810
<b>Total pasivo y patrimonio</b>	30.000.000	10.587.820	165.373.287	320.603.365	536.265.509	757.442.900	1.090.954.749	1.403.896.496	1.817.356.947	2.304.564.423	2.872.554.903
<b>Variación</b>											

# Flujo de Efectivo

SUAVICREM S.A.  
ESTADO DE RESULTADO

	Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>INGRESOS</b>												
VENTAS	\$	563.600.000	648.648.000	817.296.400	901.069.369	993.421.800	1.095.255.450	1.207.533.134	1.331.289.845	1.467.747.054	1.618.191.127	
VENTA DE ACTIVOS	\$	563.600.000	648.648.000	817.296.400	901.069.369	993.421.800	1.095.255.450	1.207.533.134	1.331.289.845	1.467.747.054	1.618.191.127	
<b>ROMPEN</b>												
COSTOS FIJOS	\$	295.583.023	320.853.373	324.821.878	340.523.131	356.953.426	374.370.491	392.204.377	411.406.352	431.350.910	452.271.823	
COSTOS VARIABLES	\$	244.920.000	252.287.600	258.835.628	267.430.697	275.659.618	283.929.406	292.447.228	301.220.707	310.257.318	319.566.040	
<b>TOTAL CARGOS</b>	\$	540.503.023	569.120.973	583.657.506	608.153.828	632.613.044	658.299.897	684.641.465	712.627.059	741.608.228	771.838.863	
<b>SALDO NETO BRUTO</b>	\$	23.096.977	79.527.027	232.474.592	292.945.541	360.775.896	437.005.553	522.877.669	615.160.786	712.916.244	846.356.064	
<b>GASTOS NO REALIZABLES</b>												
DEPRECIACIÓN	\$	753.000	753.000	753.000	753.000	753.000	753.000	753.000	753.000	753.000	753.000	
EQUIPOS DE OFICINA	\$	249.000	249.000	249.000	249.000	249.000	249.000	249.000	249.000	249.000	249.000	
EQUIPOS DE COMPUTO	\$	454.000	454.000	454.000	454.000	454.000	454.000	454.000	454.000	454.000	454.000	
PREPAGADOS	\$	1.303.004	1.303.004	1.303.004	1.303.004	1.303.004	1.303.004	1.303.004	1.303.004	1.303.004	1.303.004	
<b>ACTIVOS VARIABLES LIBROS</b>												
<b>SALDO ANTES DE IMPUESTOS</b>	\$	18.342.174	81.762.023	229.874.070	293.190.579	358.011.092	436.004.553	522.675.669	615.160.786	712.916.244	846.356.064	
IMPUESTOS	\$	184.821	17.461.534	72.858.443	95.799.893	118.163.673	143.897.671	171.183.790	203.836.505	239.296.149	279.966.551	
<b>SALDO ANTES DE AJUSTES</b>	\$	18.157.353	64.299.489	157.015.627	197.390.686	239.847.419	292.106.882	351.491.879	411.124.739	473.619.895	566.389.513	

## Flujo de Efectivo

SUAVICREM S.A. ESTADO DE RESULTADO	Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>INGRESOS</b>												
VENTAS	\$	561.600.000	648.648.000	817.296.480	901.089.160	993.421.800	1.095.255.400	1.207.519.134	1.331.289.945	1.467.747.054	1.618.191.127	1.618.191.127
VENTA DE ACTIVOS												
<b>TOTAL INGRESOS</b>	\$	561.600.000	648.648.000	817.296.480	901.089.160	993.421.800	1.095.255.400	1.207.519.134	1.331.289.945	1.467.747.054	1.618.191.127	1.618.191.127
<b>COSTOS</b>												
COSTOS FIJOS	\$	295.581.022	320.853.273	324.821.978	340.523.191	356.993.476	374.370.481	392.394.177	412.406.382	431.362.910	452.272.923	452.272.923
COSTOS VARIABLES	\$	244.920.000	232.287.600	259.835.628	267.630.697	275.689.810	283.920.406	292.447.280	301.220.707	310.257.318	319.568.048	319.568.048
<b>TOTAL COSTOS</b>	\$	540.501.022	553.140.873	584.657.606	608.153.888	632.683.286	658.290.887	684.841.457	713.627.089	741.620.228	771.840.971	771.840.971
<b>GANANCIA OPERATIVA</b>	\$	21.098.978	95.797.127	232.474.872	292.565.969	336.428.524	420.964.513	515.127.977	618.883.856	736.386.824	906.346.153	846.350.156
<b>GASTOS NO FINANCIEROS</b>												
DEPRECIACIÓN	\$	751.000	751,000	751,000	751,000	751,000	751,000	751,000	751,000	751,000	751,000	751,000
EQUIPOS DE OFICINA	\$	249,000	249,000	249,000	249,000	249,000	249,000	249,000	249,000	249,000	249,000	249,000
EQUIPOS DE COMPUTO	\$	454,000	454,000	454,000	454,000	454,000	454,000	454,000	454,000	454,000	454,000	454,000
PREPAGUOS	\$	1,300,000	1,300,000	1,300,000	1,300,000	1,300,000	1,300,000	1,300,000	1,300,000	1,300,000	1,300,000	1,300,000
ACTIVOS FINANCIEROS Y LIBROS												
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$	18,102,174	81,762,221	229,874,070	299,120,578	358,011,082	436,093,933	521,675,668	617,662,796	725,136,816	846,390,158	846,390,158
<b>IMPUESTOS</b>	\$</											

suavicrem | ESTRATEGIA x

marhed18.wixsite.com/suavicrem/analisis-dofa

Grea tu sitio con WIX

# Suavicrem

INICIO LA EMPRESA ORGANIZACIÓN PRODUCTO PROCESO More

f t @

## Análisis DOFA

### Debilidades

- La falta de experiencia en la comercialización de cremas a base de sábila.
- Uso de productos no sostenible
- No se cuenta con un portafolio variado
- Al principio los productos pueden salir defectuosos
- No se cuenta con el posicionamiento en el mercado
- El capital de inversión es bajo
- Solo se cuenta con un producto

### Oportunidades

- Aprovechamiento de ocasiones especiales
- Aprovechas los medios de comunicación
- Aprovechamiento de los residuos de origen vegetal
- Diversidad de productos que se pueden fabricar con las mismas materias primas
- Clientes no satisfechos con los productos existentes a base de elementos químicos
- Poco conocimiento de las consecuencias de productos con bases químicas

### Fortalezas

### Amenazas

f t g+ v p @

Este sitio fue creado con WIX.com. Es fácil y gratis. [Crea tu página web >](#)

suavicrem | ESTRATEGIA

marhed18.wixsite.com/suavicrem/analisis-dofa

Crea tu sitio con WIX

## Fortalezas

- Capacidad de generar empleo
- Un producto 100% natural
- Asociaciones estratégicas con empresas dedicadas a eventos cosméticos.
- Incurción en nuevos mercados
- Proceso sencillo de producción
- Comercialización a mercados de estratos nivel 2

## Amenazas

- Bajo crecimiento del mercado
- Existencia de otros sustitutos en el mercado
- Poca aceptación del producto por parte del consumidor
- Escases de la materia prima
- Competencia posicionada en el mercado
- Mantener una estructura de costos bajos que permitan al negocio mantener los precios competitivos y constantes
- Diversas marcas extranjeras con una alta participación en el mercado

# Plan Estratégico

Objetivos (D + F + O)

- No se cuenta con un portafolio variado + Proceso sencillo de producción + Aprovechamiento de los residuos de origen vegetal.
- La falta de experiencia en la comercialización de cremas a base de sábila + Un producto 100% natural +Aprovechamiento de ocasiones especiales.
- No se cuenta con el posicionamiento en el mercado + Asociaciones estratégicas con

Este sitio fue creado con WIX.com. Es fácil y gratis. [Crea tu página web >](#)

suavicrem | ESTRATEGIA

marhed18.wixsite.com/suavicrem/analisis-dofa

de estratos nivel 2

negocio mantener los precios competitivos y constates

- Diversas marcas extranjeras con una alta participación en el mercado

# Plan Estratégico

Objetivos (D + F + O)

- No se cuenta con un portafolio variado + Proceso sencillo de producción + Aprovechamiento de los residuos de origen vegetal.
- La falta de experiencia en la comercialización de cremas a base de sábila + Un producto 100% natural +Aprovechamiento de ocasiones especiales.
- No se cuenta con el posicionamiento en el mercado + Asociaciones estratégicas con empresas dedicadas a eventos cosméticos + Aprovechas los medios comunicativos.

Objetivos (A + F + O)

- Poca aceptación del producto por parte del consumidor + Incursión en nuevos mercados + Clientes no satisfechos con los productos existentes a base de elementos químicos

Con las anteriores validaciones y uniones se generan los siguientes objetivos:

Objetivo	Estrategia	Tácticas	Parámetros de control	Indicador de gestión
----------	------------	----------	-----------------------	----------------------

Este sitio fue creado con WIX.com. Es fácil y gratis. [Crea tu página web](#)

suavicrem | ESTRATEGIA

marhed18.wixsite.com/suavicrem/analisis-dofa

Crea tu sitio con WIX

	Objetivo	Estrategia	Tácticas	Parámetros de control	Indicador de gestión
Producto	Elaborar otros tipos de crema cuyo componente principal sea de origen vegetal para que sea elaborado con procesos sencillos que brinden una buena calidad.	Identificar los componentes naturales que puedas ser incluidos en la elaboración de cremas cosméticas	Investigar sobre los componentes naturales. Elaborar cremas que puedan tener un mayor servicio.	Número de componentes naturales que sean útiles para la elaboración de cremas	No. de cremas con componentes naturales/ No. De cremas fabricadas
	Elaborar un producto que sus componentes sean 100% natural y no se requiera una experiencia grande para que las mujeres lo hagan parte de sus ocasiones especiales	Realizar estudio de mercado para identificar los beneficios y componentes naturales que preferidos por el consumidor	Seleccionar un nicho de mercado y realizar entrevistas con preguntas ya elaboradas	Número de personas que refieren su aceptación por las cremas 100% naturales	No. de personas que refieren su aceptación/ No. de personas entrevistadas
Infraestructura	Aprovechar los medios comunicativos y establecer asociaciones estratégicas para posicionamiento en el mercado	Identificar quienes son mis posibles aliados. Identificar que medios de comunicación son estratégicos	Recopilar los medios que vayan dirigidos a segmentos de hogar, eventos y belleza.	No. de medios que van dirigidos a segmentos de hogar, eventos y belleza.	No. de aliados concretados/No. de aliados contactados
Servicio	Incursonar en el mercado de los clientes que no se encuentran satisfechos con los productos existentes a base de elementos químicos logrando la aceptación por parte del consumidor.	Participar en eventos o ferias especializadas en productos naturales	Planificar los eventos que durante el año se llevarán a cabo en el sector cosmético y de belleza	No. de participación en actividades	No. de personas asesoradas/ No. De eventos realizados

*Mapa de Proceso*

Este sitio fue creado con WIX.com. Es fácil y gratis. [Crea tu página web >](#)

# Mapa de Proceso

Procesos estratégicos					
	Cultivo - Obtención de ingredientes	Producción y Empaque	Gerencial	Comercial y Marketing	Financiero
Servi	existentes a base de elementos químicos logrando la aceptación por parte del consumidor.	productos naturales	llevarán a cabo en el sector cosmético y de belleza		
Objetivos	Cultivo con prohibición de organismos modificados genéticamente, así como del tratamiento por radiaciones ionizantes. Respeto por parte de todos los tratamientos del suelo a la vida y a la fertilidad natural. Autorización por parte de la Comisión de todos los productos de limpieza y fitofarmacéuticos utilizados. Producción ecológica de los plantines y los materiales de reproducción vegetativa.	Buenas prácticas de manufactura bajo la norma ISO 22716:2007. Empaques elaborados con bioflex que referencia a compuestos de copoliéster y del ácido poliláctico (PLA), un polímero biodegradable derivado del ácido láctico que, de acuerdo con su grado, posee un alto contenido de materias primas de fuentes renovables y por tanto, evita ciento por ciento el uso de componentes provenientes del petróleo, no arroja sustancias que contaminen el producto cosmético	Estrategias de producción limpia, mejoramiento de producto, apertura de nuevos mercados	Redes sociales, voz a voz, supermercados	Maximizar la rentabilidad y apalancar el crecimiento de la empresa
Recursos Tecnológicos	FARMAPP aplicación móvil para monitorear las plagas, pronosticar el impacto del clima, evaluar la eficiencia de la fumigación y analizar las condiciones del suelo con el propósito de identificar el método de fertilización más efectivo.	Servidores de computación de alto rendimiento IBM Power Systems. Los servidores Power Systems, que pueden configurarse en clústeres de Linux con un alto nivel de escalabilidad, ofrecen un excelente rendimiento para las cargas de trabajo exigentes, como las relacionadas con la química computacional y la analítica de datos de alto rendimiento.	DotProject.net es un software para gestión de proyectos basado en web, multusuario, multidioma y es Software Libre.	INES Marketing Manager permite elaborar, lanzar, supervisar y evaluar la eficiencia de sus campañas. Precisamente, este módulo le brinda la posibilidad de realizar una correcta segmentación multicriterio	Turbocash 3.7.4 programa contable con la capacidad para varios usuarios
Recursos Humanos	Agricultor Ingeniero químico	Ingeniero Químico Cosmetólogo Ingeniero industrial	Administrador de empresas especialista en innovación	Publicista Mercadólogo	Administrador financiero
Procesos de apoyo		Contabilidad Gestión humana			

suavicrem | ESTRATEGIA x + v

marhed18.wixsite.com/suavicrem/estrategia-de-marketing

Creando tu sitio con WIX

Suavicrem INICIO LA EMPRESA ORGANIZACIÓN PRODUCTO PROCESO More f t @

# Estrategías de Marketing

## Externas

- Para transformar la forma en la que la empresa se relaciona con sus clientes se utilizarán herramientas tales como Big Data, la tecnología móvil, la tecnología Cloud y las redes sociales.
  - Redes sociales como Facebook, Instagram, Youtube y Twitter.
- Se trabajará simultáneamente en diferentes idiomas a través de CORE BPN – Multiidioma
  - Ambient Marketing

## Internas

- Implantar procesos utilizando la herramienta BPM AuraPortal, para automatizar en lo posible las tareas explícitas, que permitan monitorear e identificar de manera oportuna los actores en las tareas más tácitas.
- Para garantizar la consistencia y control en los procesos se incorpora el motor de reglas de negocio de iBPMS.
  - Adquisición de Clientes (atracción), la Retención de Clientes (lealtad) y la Consolidación de

f t G+ v p @

Este sitio fue creado con WIX.com. Es fácil y gratis. [Crea tu página web >](#)

suavicrem | ESTRATEGIA

marhed18.wixsite.com/suavicrem/estrategia-de-marketing

Crea tu sitio con WIX

## Externas

- Para transformar la forma en la que la empresa se relaciona con sus clientes se utilizarán herramientas tales como Big Data, la tecnología móvil, la tecnología Cloud y las redes sociales.
  - Redes sociales como Facebook, Instagram, Youtube y Twitter.
- Se trabajará simultáneamente en diferentes idiomas a través de CORE BPN – Multiidioma
  - Ambient Marketing
  - Campañas concebidas con gran creatividad, realizadas a través de videos (videomarketing).
    - Página web
- Día de feria: los miembros de la comunidad podrán participar y llevar un acompañante, para de esta manera ampliar la comunidad.
  - Voz a voz

## Internas

- Implantar procesos utilizando la herramienta BPM AuraPortal, para automatizar en lo posible las tareas explícitas, que permitan monitorear e identificar de manera oportuna los actores en las tareas más tácitas.
- Para garantizar la consistencia y control en los procesos se incorpora el motor de reglas de negocio de iBPMS.
  - Adquisición de Clientes (atracción), la Retención de Clientes (lealtad) y la Consolidación de Marca (branding).
    - Se tienen instalaciones confortables y sustentables
  - Gestionar campañas a través de “Blended Marketing” software de BPM
- Jornada lúdica realizada el día de la Innovación.
- Biblioteca digital con los links de información de universidades para tener cursos de capacitación a nivel interno

Este sitio fue creado con WIX.com. Es fácil y gratis. [Crea tu página web >](#)

# Dirección

Parque Industrial Celta Vía Siberia - Tenjo Bodega 30  
info@suavicrem.com \ Tel: 300-123-456  
HORARIO DE TRABAJO  
Lun - Vier: 7am - 6pm \ Sábado: 8am - 2pm \ Domingo: 8am - 2pm

