

Cremas a base de hierbas medicinales “jakada”.

Creams based on medicinal herbs “jakada”.

**Katherin Yulisa Carrero Castro, Karen Daniela Gómez Quintana,
James Eduardo Rodríguez**

Universidad de Pamplona, Facultad, Programa de Ing. Industrial, Villa del Rosario, Norte de Santander,
Colombia.

E-mail: yulisacar1998@hotmail.com, Kdani2097@gmail.com

Universidad de Pamplona, Facultad de Ingenierías y Arquitectura, Programa de Diseño Industrial, Villa del
Rosario, Norte de Santander, Colombia.

E-mail: jamese101953@gmail.com

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo la fiabilidad en el uso de ingredientes medicinales y conocidos, para la elaboración de productos para el cuidado de la piel femenina y/o masculina. Se quiere responder a las necesidades de los clientes de manera positiva con un producto a base de plantas medicinales, sin contener químicos y brinda solución a problemas en la piel, brindando así no solo humectar la piel si no prevenir cualquier tipo de enfermedad ocasionada por el estrés o por lo que conlleve no cuidarla adecuadamente.

Palabras clave: Piel, cuidado, hierbas, medicinal(es), natural (es).

Abstract:

The present work has the aims at reliability in the use of medicinal and known ingredients, for the elaboration of products for the care of female and / or male skin. It wants to respond to the needs of the clients in a positive way with a product based on medicinal plants, without containing chemicals and provides a solution to skin problems, thus providing not only moisturizing the skin but also preventing any type of disease caused by the stress or due to not taking proper care of it.

Keywords: Skin, care, herbs, medicinal (s), natural (s).

1. INTRODUCCIÓN

En la sociedad actual el uso de cremas hidratantes no es muy común en las personas de Norte de Santander según la encuesta que nuestra marca “JAKADA” realizó recientemente. Es por esto que tomamos la iniciativa de crear una crema que brinde cantidad de beneficios, ya que nos enfocamos en crear un producto que previene enfermedades de la piel tales como la xerosis. Además, nuestras cremas están hechas a base de plantas medicinales las cuales nosotros mismos cultivamos, lo cual hace que el producto llame más la atención por ser natural ya que da fundamento de sus beneficios y propiedades al no poseer ningún tipo de químico. Esta necesidad nace de que muchas personas no toman en serio su salud corporal, allí es donde entra nuestra marca a incentivar la importancia de hacerlo, lo que puede ser para estudiantes universitarios parte de su estudio (Velásquez T. et al., 2016).

En la actualidad los productos de belleza, han estado siempre basados y fabricados con grandes cantidades de productos químicos, y estos, a largo plazo, traen más problemas que beneficios a los consumidores de dichos productos de belleza y cuidado de la piel. Así como también se ha dejado el uso de productos tanto naturales como medicinales, reemplazándolos por productos o ingredientes “naturales”, pero la realidad es totalmente lo contrario.

Otro de los mayores problemas de las economías locales, que se dedican a la fabricación y distribución de esta clase de productos, es su poca o casi nula publicidad y campañas de marketing que se les da a sus productos, y que muy pocas personas se dan cuenta de la existencia de estos, y por esta razón se generan muy pocas ventas, provocando un declive y posterior cierre de dicha empresa.

También otro de los aspectos importantes, es el tabú que se le atribuye el uso de plantas y hierbas con cualidades medicinales y terapéuticas, y un ejemplo de esto, es la Marihuana, que su uso en la industria del cuidado de la piel y cosmética, es nula por las atribuciones que se le da a la drogadicción, cuando, con un buen uso, ese gran problema no aparece en ninguno de los

sentidos, en otros países se puede automatizar proceso para aumentar la producción utilizando diferentes técnicas (Suarez O. et al., 2018), (Pardo A. et al. 2017), (Castellanos J., 2015).

2. MATRÍZ DOFA

Desde el momento en el que se piensa en una idea de negocios nos van naciendo incertidumbres de las fortalezas y debilidades que el proyecto tendrá, por esta razón es necesario analizar en qué situación se encuentra la empresa.

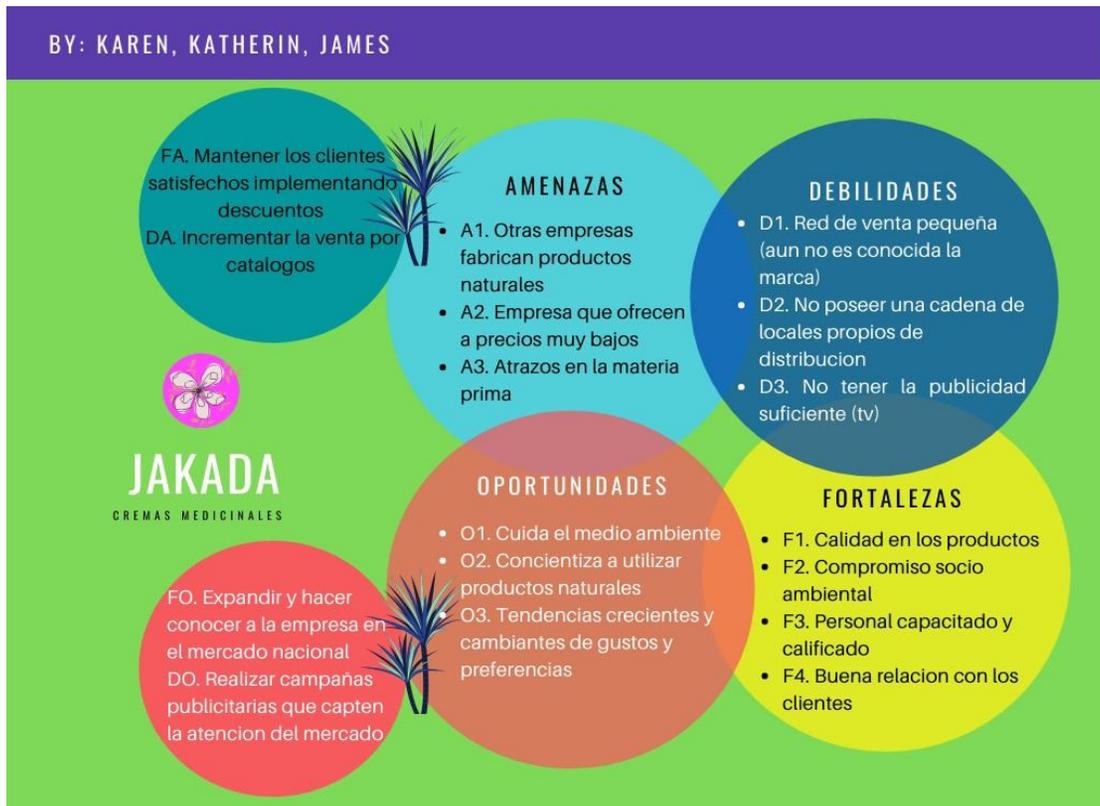


Figura. 1. JAKADA: Matriz DOFA (Anexos)

3. ESTUDIO DE MERCADO

Desde el momento en el que se piensa en una idea de negocios nos van naciendo incertidumbres de las fortalezas y debilidades que el proyecto tendrá, por esta razón es necesario analizar en qué situación se encuentra la empresa.

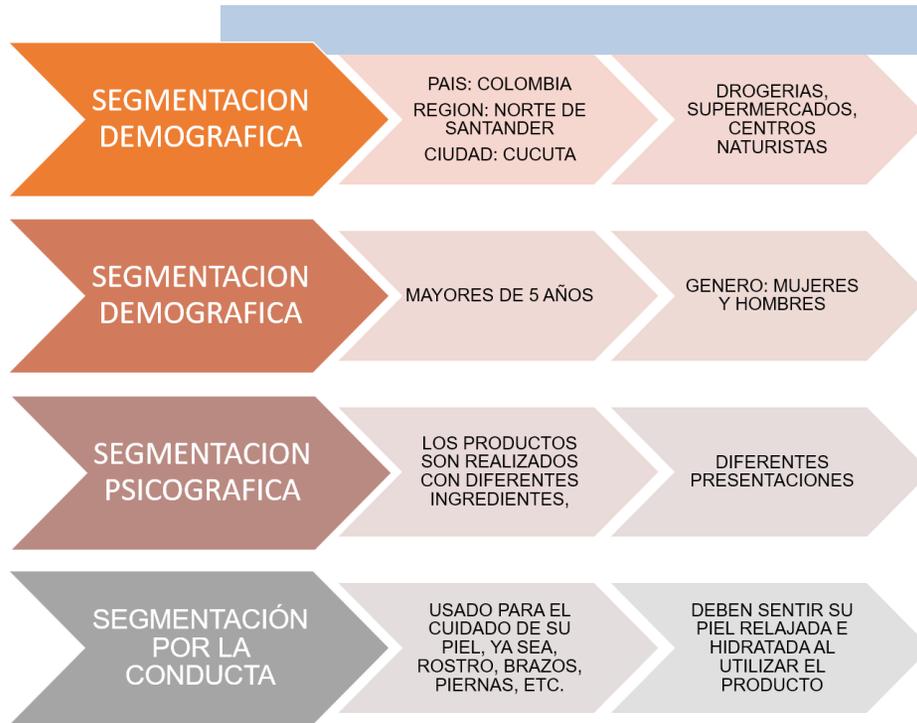


Figura. 2. JAKADA: Segmentación de Mercado (Anexos)

Cliente Potencial

Un cliente potencial para nuestro producto sería aquella persona que le guste cuidar su piel por lo general son personas de edad avanzada, también es la persona que tiene algún tipo de enfermedad y nuestro producto le brinde una solución al problema (apto para cualquier tipo de persona que lo requiera). Nuestro producto manejaría 3 tipos de clientes potenciales que es el frecuente como lo nombramos anteriormente el que cuida su piel y lo usa para prevenir algún tipo de problema corporal, el habitual que es el que lo compra cada que pueda (económicamente) y lo necesite y el ocasional que es el que compra el producto en un caso extremo de que lo necesite con urgencia.

Se realizaron diversas encuestas para recopilar información sobre su posición con los productos de cuidado de la piel.

Con estas encuestas se llegó a la conclusión de que los clientes buscan: productos relacionados con las cremas humectantes; los medios de difusión del producto para hacer conocimiento de

estos; el interés que se tiene ante el nuevo producto del proyecto; sus hábitos con el cuidado de su piel; los aspectos importantes a la hora de comprar un nuevo producto, etc.

Con este análisis se concluyen los aspectos a tener en cuenta y que son significativos de la competencia para el desarrollo del producto.

Análisis del Crecimiento del Mercado

Los cambios previstos en los consumidores son:

- Bajo consumo del producto.
- Quejas por el precio final del producto.
- Cambio del producto a otro por el de un competidor directo.
- Cambien el uso de cremas para el cuidado de la piel, por lociones o jabones naturales.



Figura. 3. JAKADA: Encuesta #1 (Anexos)

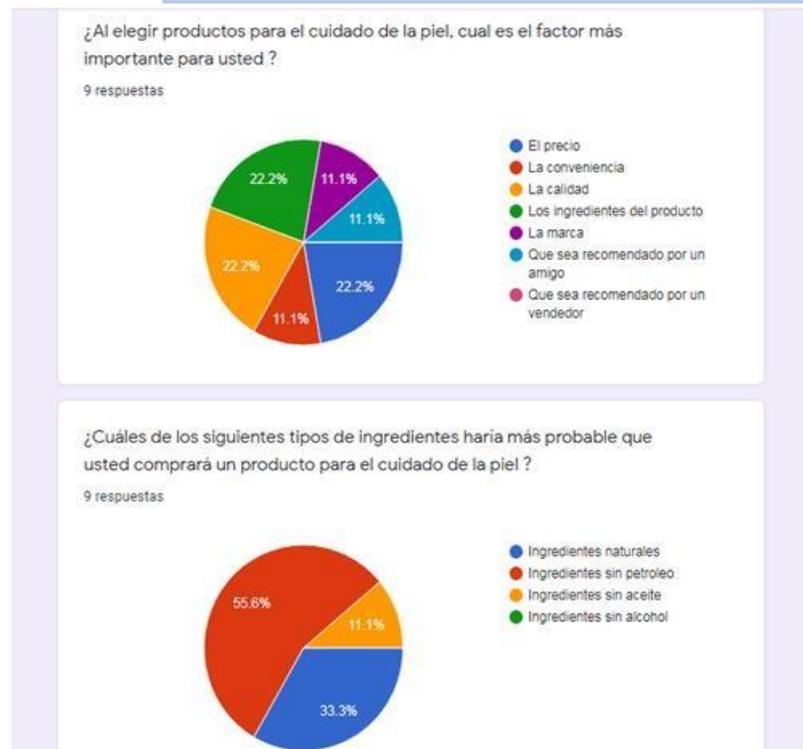


Figura 4. JAKADA: Encuesta #2 (Anexos)

Info métrica

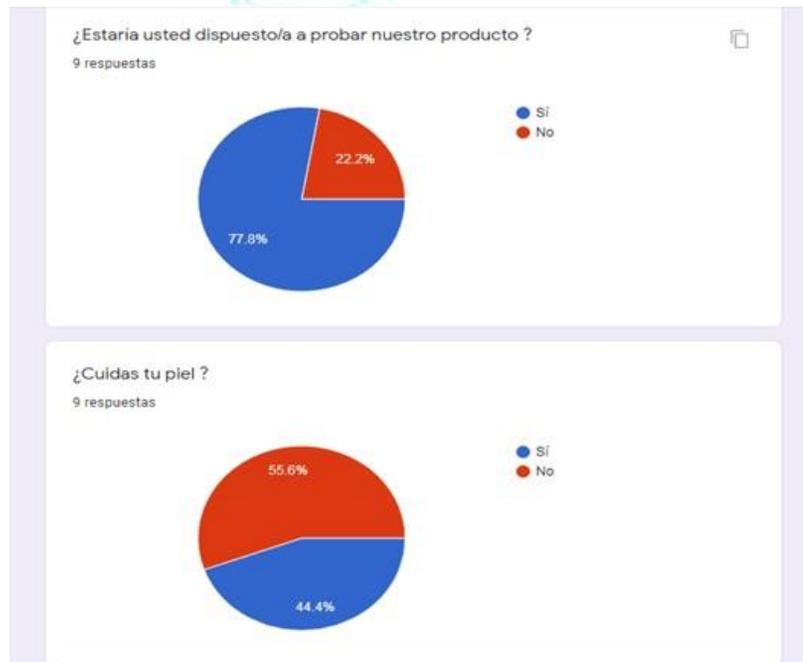


Figura 5. JAKADA: Encuesta #3 (Anexos)

Análisis de la Competencia



Figura 6. JAKADA: Análisis de la Competencia

El gasto medio de los consumidores, hacia productos de cuidado de la piel es:

35 Mil – 50 Mil COP

Debilidades del Proyecto

Las debilidades del proyecto son:

- Aumento del costo de fabricación.
- La competencia exigente.
- Actitud negativa por parte de los clientes, como un taboo debido al uso de componentes naturales, en este caso, del Cannabis.

Las soluciones para estas debilidades serían:

- Ofrecer el producto en envases o presentaciones de menor cantidad o contenido.
- Generar un acercamiento a los clientes potenciales, creando una relación de estrecha confianza.
- Ofrecer información de los beneficios que tienen los componentes naturales hacia el cuidado de la piel, y la ausencia de complicaciones con el uso de estos.

Análisis de las Tendencias del Mercado

Las tendencias en el mercado cosmético, hacia el cuidado de la piel, tienden a enfocarse en:

- Tener un equilibrio calidad – precio.
- Precios medios que redondean los 70 Mil COP.
- Kits para el cuidado de la piel, en los que se incluyen, además de las cremas, espuma de lavado, paños para la limpieza facial, etc.
- Presentaciones pequeñas, con su secuencia de uso.

5. ESTUDIO TÉCNICO

Definición del Proceso de Producción. Materias Primas, Maquinaria y Equipo.

Dentro de nuestra empresa se manejan 5 etapas de producción las cuales están definidas como:

1. Verificación de los equipos:
 - Asegurarnos de que los equipos se encuentren limpios, en condiciones óptimas de trabajo y conectados correctamente.
2. Unión de las mezclas:
 - Se carga el caldero con las grasas y las ceras, se deja calentar 90°C durante 15 minutos, se mezcla y finalmente se deja a una temperatura de 70°C hasta el momento del trasvase.
3. Fabricación:
 - Se efectúa el trasvase, se enfría la caldera de fabricación, cuando la mezcla está a una temperatura de 50°C se le añaden los aditivos en este caso el aroma y las plantas medicinales que previamente ya están listas.
4. Producto acabado:
 - Se envía el producto de la caldera de fabricación a la caldera de producto terminado.
5. Envasado:
 - El envasado se hace directamente desde la caldera de producto terminado.

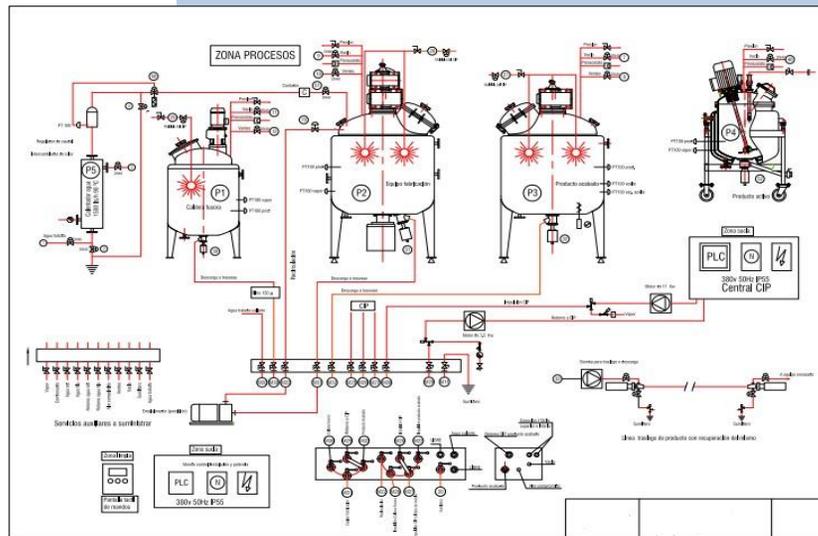


Figura 7. «Fabricación de Cremas». Ref:

<https://www.inoxpa.com/uploads/document/Fitxa%20tecnica/Processos/Crems/FA.Cremas.1 ES.pdf>

6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

La organización de los puestos de trabajo dentro de JAKADA son los siguientes:

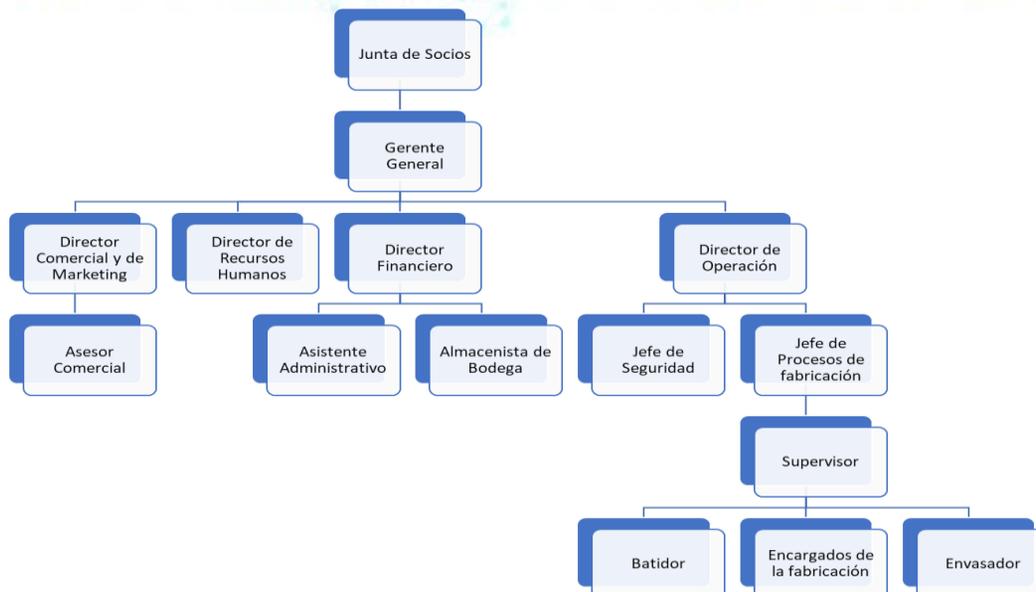


Figura 8. Organigrama JAKADA (Anexos)

Se determinaron las funciones de:

- **Funciones del Gerente General:**
- **Funciones del Director Comercial y de Marketing:**
- **Funciones del Asesor Comercial:**
- **Funciones del Director de Recursos Humanos:**
- **Funciones del Director Financiero:**
- **Funciones del Asistente administrativo:**
- **Funciones del Almacenista de Bodega:**
- **Funciones del Director de Operación:**
- **Funciones del Jefe de Seguridad:**
- **Funciones del Jefe de Procesos de fabricación:**
- **Funciones del Supervisor de Operación:**
- **Función del Batidor:**
- **Funciones de los Encargados de la fabricación:**
- **Función del Envasador:**

Microlocalización

Nuestra empresa estará localizada en la ciudad de Cúcuta (ciudadela de Atalaya), se tomaron en cuenta varios aspectos para la localización de nuestra empresa ya que en esta nos basaremos en ser fabricantes al por mayor para poderlas comercializar a los centros estéticos, droguerías, centros de belleza para que sea más accesible su adquisición.

7. ESTUDIO FINANCIERO

Se calcularon las Materias Primas, la Maquinaria y Equipo, los Insumos.

Se obtuvo el punto de equilibrio de 30 unidades producidas diariamente.

Se realizó un Análisis de los Proveedores

Después de hacer cotizaciones por vía online, con ciertas empresas tomamos la decisión de contar como proveedores iniciales a las empresas el campo y Benfrut Moringa La Granjita La

Planta Milagrosa S A S, ya que estas nos brindan las materias primas necesarias para la fabricación de nuestro producto, las empresas se encuentran localizadas en el centro de Cúcuta.

Para la selección de nuestros proveedores tuvimos en cuenta varios factores:

Variedad de los precios, Calidad en los productos, Facilidad de pago, Compras a domicilio y transporte seguro, Garantía en sus productos, Descuentos al por mayor.

Se tiene los *Análisis Financier* donde se calcularon el VAN, y el TIR,.

CONCLUSIONES.

Se presentan los estudios de factibilidad, se muestra la matriz DOFA, así como los estudios realizados: técnico, administrativo y financieros.

Los resultados presentados cumplen con las expectativas de los clientes, lo que se espera en poco tiempo se posicione como una de las empresas que cumplen con la efectividad de las cremas a base de plantas medicinales, generadora de empleo, lo que facilitara su expansión en el área metropolitana de Cúcuta.

Referencias:

Botia R. Irene, Cardona A. Gabriel. (2015). Valor Nutricional del Pan de Sal Tipo Rollo Elaborado con Bienestarina Mas [®]. Revista @limentech, Ciencia y Tecnología Alimentaria. ISSN 1692-7125, 13 (2), pp: 136 – 144.

Castellanos J, Alvarado R.T., Aranguren Zambrano S. (2015). Diseño de Estrategia de Control Avanzado para Sistema de Celdas de Flotación en el Tratamiento de aguas de Producción de Petróleo y Gas. Revista Tecnologías de Avanzada, ISSN: 1692-7257.

García B. Yulieth P., Caballero P. Luz A., Maldonado O. Yohanna. (2016). Evaluación del color en el tostado de Haba (Vicia faba). Revista @limentech, Ciencia y Tecnología Alimentaria. ISSN 1692-7125, 14 (2), pp: 53 -66.

- García M., Natalia, Giraldo B. Dayro, Castro-Ríos, Katherin (2016). Eficiencia de tratamientos para el control de hongos competidores, durante la producción de cepa comercial de pleurotus spp. Revista @limentech, Ciencia y Tecnología Alimentaria. ISSN: 1692-7125. Volumen 14 N°1, pp: 27 - 37.
- García, M. Orlando y Gelvez, O. Victor M. (2015). Efecto de la inclusión de linaza (Linum Usitatissimum) en la dieta. Revista @limentech, Ciencia y Tecnología Alimentaria. ISSN 1692-7125. Volumen 13 N° 1, pp: 48 - 53.
- Granados, C. C., y Torrenegra, M. A. (2016). Elaboración de una mermelada a partir del peciolo de ruibarbo (Rheum rhabarbarum). Revista @limentech, Ciencia y Tecnología Alimentaria. ISSN 1692-7125. Volumen 14 N° 2, pp: 33 – 41.
- Pardo García A, Castellanos González L. (2017). Automatización de Ambientes en Invernaderos Simulando Escenarios Futuros, Revista Colombiana de Tecnologías de Avanzada, ISSN: 1692-7257. Volumen1–Número 29-2017.
- Pérez, J, Castro, J (2018). LRS1: un robot social de bajo costo para la asignatura “Programación 1”. Revista Tecnologías de Avanzada, ISSN: 1692-7257
- Pua R. Amparo L., Barreto G. R., Ariza, C. S. (2015). Extracción y caracterización de la pectina obtenida a partir de la cáscara de limón Tahití (citrus x latifolia) en dos estados de maduración. Revista @limentech, Ciencia y Tecnología Alimentaria. ISSN 1692-7125, 13 (2), pp: 180 - 194.
- Quintana F. Lucas F. Gómez, Salomón García Alberto, Martínez Nubia. (2015). Perfil sensorial del clon de cacao (Theobroma cacao L.) CCN51. Revista @limentech, Ciencia y Tecnología Alimentaria. ISSN: 1692-7125, 13 (1), pp. 60 -65.

Santiago, EJ, Allende, JS (2017). Diseño de un sistema multiagentes híbrido basado en aprendizaje profundo para la detección y contención de ciberataques. Revista Tecnologías de Avanzada, ISSN: 1692-7257

Suarez O, Vega C, Sánchez E, González A, Rodríguez Jorge, Pardo García A. (2018). Degradación anormal de p53 e inducción de apoptosis en la red p53-mdm2 usando la estrategia de control tipo pin. Revista Tecnologías de Avanzada, ISSN: 1692-7257

Velásquez Pérez T, Espinel Blanco E, Guerrero Gómez G. (2016). Estrategias pedagógicas en el aula de clase. Revista Tecnologías de Avanzada, ISSN: 1692-7257.

Villamizar, R y Parra, M. L. M. (2015). Uso de Nanopartículas de plata en el control de microorganismos patógenos presentes en alimentos. Revista @limentech, Ciencia y Tecnología Alimentaria. ISSN 1692-7125, 13 (1), Pp: 54 – 59.