Creación de empresas I

SAVYALOE

Presentado por

Juan Camilo Ospino

Daniel Andrés Perea de la Hoz

Reyner Yasir Núñez Robles

Docente

Luz Dary Gutiérrez

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior-CUN

Facultad de Ciencias Empresariales

Santa Marta D.T.H.C

2020

## Tabla de contenido

**Compromisos del autor**

**Introducción .....8**

Objetivos .....9

Claves para el exito.....10

**1. Análisis del contexto y la idea de negocio .....11**

1.1 Objetivos de desarrollo sostenible .....12

1.2 Teoría de valor compartido.....13

1.3 Tecnología Disruptiva.....13

1.4 Análisis del sector económico .....14

**2. Identificación del problema .....17**

2.1 Árbol de Problemas.....18

2.1 Árbol de Objetivos.....19

**3. Descripción de la idea de negocio .....20**

**4.Innovacion .....22**

**5. Fuerzas de la industria .....23**

**6. Segmentación del mercado .....31**

**7. Propuesta de valor .....34**

**8. Ficha técnica del producto .....36**

**9. Precio de venta .....38**

**10. Prototipo .....39**

**11. Modelo Running Lean .....40**

**12. Validación de ideas de negocio .....41**

**13. Tabulación y análisis de datos .....45**

**Resumen ejecutivo .....46**

**Bibliografia.....47**

**Tabla de contenido Figuras**

**Figura # 1. Cultivo de aloe vera elaboración propia de la empresa SAVYALOE……12**

**Figura # 2. Árbol de problemas…….18**

**Figura # 3. Árbol de objetivos……...…19**

**Figura # 4. Gráfico descripción idea de negocio ……..…21**

**Figura # 5. Logo de la empresa SAVYALOE……..…23**

**Figura # 6. Mapa del mercado publico…….26**

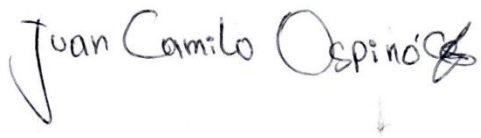
**Figura # 7. Aloe vera de mercado libre Colombia …….…...28**

**Compromisos del autor**

Yo, Juan Camilo Ospino, identificado con C.C 1.007.247.396, estudiante del programa Administración De Empresas, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:



**Compromisos del autor**

Yo, Daniel Andrés Perea De La hoz, identificado con C.C 1.004.120.077, estudiante del programa Administración De Empresas, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

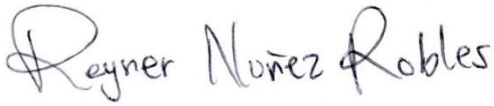
Firma:

## Compromisos del autor

Yo, Reyner Yasir Nuñez Robles, identificado con C.C 1.010.130.360, estudiante del programa Administración De Empresas, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:



## Introducción

En el documento que se presenta a continuación se da inicio al desarrollo del proyecto de creación de empresa en donde se mencionan los primeros ítems tales como la identificación del problema y la solución que se le da al mismo, así como los objetivos de desarrollo sostenible y la teoría del valor compartido a la cual corresponde.

En este primer acercamiento, se inicia la investigación y el planteamiento de la idea de negocio que busca responder a la necesidad de otras empresas de adquirir la materia prima para sus productos, en este caso la sábila o aloe vera. Por tal razón, se propone iniciar el cultivo de esta planta para responder a la demanda.

La iniciativa comenzó en la corporación unificada nacional de educación superior donde tres estudiantes encontraron la oportunidad de abastecer a los consumidores de aloe vera para ser los proveedores recomendados en la comunidad samaria, el cual por medio de diversos cuestionamientos se creó un logo armónico con el medioambiente y para el agrado de la comunidad nombrando el proyecto con el nombre de SAVYALOE.

## Objetivos

Savyaloe propósito es ofrecer a nuestros clientes un producto 100 por ciento natural que conserve las propiedades naturales de la aloe vera con el fin de suplir necesidades a precios competitivos. Estamos comprometidos con promover el respeto por nuestros recursos naturales y nuestro entorno. Buscamos cooperación y satisfacción en nuestras relaciones comerciales a fin de crear y establecer una cultura de sostenibilidad ambiental al igual que el desarrollo de las practicas social empresariales integradas de manera responsable para una mayor capacidad de oportunidades en el entorno actual.

## Claves para el exito

El trabajo en equipo y la motivación son los ejes principales para el desarrollo del proyecto que viene desarrollándose con total disposición para lograr los objetivos y/o metas estipulados durante la iniciativa del proyecto.

La innovación y la capacidad de adaptación son primordiales para la sostenibilidad empresarial en el mercado actual donde las capacidades de pensar diferente marcan el ritmo del éxito de una marca y su crecimiento en el largo plazo.

## 1. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio

A lo largo del tiempo se han realizado estudios que comprueban los múltiples usos y beneficios que tiene para la salud y la estética el uso de la sábila o aloe vera. Últimamente, su uso se ha hecho más común y con esto encontramos diversidad de productos como cremas faciales, productos para el cabello, bebidas a base de aloe vera, aceites, tratamientos para afecciones de la piel, remedios, entre otros.

Teniendo en cuenta lo anterior, se observa la necesidad que se tiene de aumentar el cultivo de esta planta y su producción para satisfacer los requerimientos de las diferentes empresas que solicitan la sábila o aloe vera para la producción de sus productos o las personas entre 20 y 60 años que se preocupan por la salud de la piel complementándolo con bebidas hechas de esta planta para limpiar el organismo ayudando a promover la economía del sector agrícola en conjunto con la promoción de una nueva cultura de consumo para un mejor estilo de vida.

Elegimos trabajar este proyecto basándonos en el programa de Facultad de ciencias empresariales ya que somos estudiantes de Administración de empresas. La creación de Savyaloe nos facilita poner en práctica lo que hemos aprendido y lograr tener un enfoque para futuros proyectos.

## 1.1 Objetivos de desarrollo sostenible

Promover la agricultura sostenible mediante practicas Agro-Tech que ayudan a mejorar los procesos de cultivos por medio del ahorro de agua, conservación de las plantas y la utilización de la tecnología durante el proceso para una mayor calidad permitiendo crear una nueva alternativa para las empresas que se preocupan por el cuidado del medioambiente al igual que brinda la confianza de un producto alternativo que puede suplir las necesidades reales de los consumidores en el tópico medioambiental.

**Figura 1. Cultivo de aloe vera elaboración propia de la empresa SAVYALOE.**

### 1.2 Teoría de Valor compartido

Objetivo 9: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización sostenible y fomentar la innovación.

Teniendo en cuenta lo anterior, Adaptamos este objetivo en nuestro cultivo de aloe vera para mejorar la competitividad en su plantación por medio de practicas sustentables que permitan una mayor calidad en el producto, reducir costos, promover una alternativa adecuada que permita generar un gran impacto en la sociedad fomentando practica s e cultivos optimas y un programa de conocimiento sobre los beneficios del producto para la comunidad.

### 1.3 Tecnología Disruptiva

Se utilizará la recopilación de información de otras a través del sistema de integración para la implementación eficaz en el proceso de plantación para una mayor producción sostenible o toma de decisiones previas a la iniciación del proyecto y recopilación de información BIG DATA en el cual se implementara con el objetivo de conocer el entorno, en que zonas se puede cultivar, que medidas tomar durante el proceso, como prefieren los consumidores o empresas la presentación del producto o como se puede crear un producto único e innovador para el mercado.

### 1.4 Análisis del sector económico

El cultivo de aloe vera ha sido fundamental para la sociedad en el cuidado de las personas y el crecimiento de las empresas dedicadas al sector agrícola. Sin embargo, en la actualidad encontramos necesidades diferentes o en constante cambio el cual debemos tener en cuenta para que el proyecto logre su punto de equilibrio.

**Análisis pestel**

| FACTORES EXTERNOS | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
|---|---|---|
| **POLITICOS** | *El Tratado de libre comercio con Israel que permite la desgravación del 98 porciento de los productos agrícolas para una mayor exportación y promoción de la aloe vera. | *El congreso puede imponer medidas rigurosas que impidan el correcto cultivo de la aloe vera. |
| **ECONOMICOS** | *Sector primario<br><br>El sector ha crecido de manera exponencial en el mercado colombiano debido a la conciencia y campaña realizada por las empresas agrícolas.<br><br>*Las entidades pueden financiar sus proyectos a través del banco mundo mujer, fondo emprender y el | *Altos costos en maquinaria para llevar a cabo el proceso de cultivo y su producción.<br><br>*La competencia de precios desleales en el sector informal que perjudican la oferta y demanda en el mercado.<br><br>*Las medidas estrictas en el sector por la pandemia del COVID-19. |

| | | |
|---|---|---|
| | ministerio de agricultura en conjunto con la gobernación del magdalena. | |
| **SOCIALES** | *La mano de obra cualificada en el sector promueven los conocimientos para el correcto cultivo y conexión con las empresas que se encuentran en la comunidad.<br><br>*Favorecer a las mujeres y hombres con escasos recursos favoreciendo su estilo de vida y mejoramiento en la capacidad de capacitación para su formación integral. | *Puede disminuir la tendencia debido a la crisis por la pandemia provocando poca presencia y comunicación con los consumidores.<br><br>*Las criticas por parte de la comunidad en el aspecto de explotación laboral. |
| **TECNOLOGICOS** | * La implementación de la industria 4.0 Agro-Tech para un mayor control en el cultivo y proceso final del producto.<br><br>* Las TICS han sido herramientas fundamentales para la elaboración de la empresa y ha maximizado la búsqueda de la información optima. | * La información proporcionada muchas veces debe ser filtrada e investigada con precaución para no afectar el proceso de búsqueda. |
| **ECOLOGICOS** | *La tendencia de consumo de estos productos es favorable debido a su alto compromiso con el medioambiente y las propiedades naturales que puede brindar. | *Los materiales peligrosos que pueden afectar el medioambiente por su no correcta utilización. |

| | | |
|---|---|---|
| | *La correcta manipulación de los cultivos por medio de capacitaciones que benefician a la tierra y el entorno.<br><br>*Existen iniciativas que apoyan la reducción de materiales nocivos para la salud en los procesos de cultivos creando una nueva responsabilidad ecológica empresarial. | |
| **LEGAL** | *La Constitución Política de Colombia, en su artículo 44, expresa que es derecho fundamental de los niños, entre otros, la alimentación nutritiva y equilibrada como estrategia para garantizar su desarrollo armónico e integral (Constitución Política de 1991).<br><br>*Ley 101 de 1993 en la protección de la industria agropecuaria fomentando el cultivo y sus condiciones en el mercado. | *La falta de aprobación en el congreso para futuras leyes que puedan beneficiar al cultivo de aloe vera. |

## 2. Identificación del problema

Al analizar el mercado, se identificó la oportunidad de realizar cultivo de la planta de aloe vera. Tal como se mencionó anteriormente, en los últimos años se han realizado estudios que evidencian los múltiples beneficios que tiene primero para la salud que es la base fundamental para una vida plena en los consumidores, segundo la estética que se ha potencializado en la industria de la belleza que tiene un segmento importante de clientes a nivel de todos los estratos socioeconómicos y la nueva cultura de consumidores que favorecen a empresas que tiene alto nivel de responsabilidad ambiental o que mejoren su calidad de vida de manera indirecta.

| Criterio | Problema 1 | Problema 2 | Problema 3 |
|---|---|---|---|
| Conocimiento o experiencia | 3 | 3 | 5 |
| Asesoramiento de un experto si se requiere ¿Lo tenemos? | 3 | 4 | 3 |
| Tiempo posible solución | 4 | 3 | 4 |
| Costos posible solución | 3 | 2 | 3 |
| Impacto ¿Es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes? | 5 | 5 | 5 |
| ¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema ¿ | 5 | 3 | 5 |
| Alcance ¿tenemos las herramientas ¿ ¿ puedo darle alguna solución? | 4 | 4 | 5 |
| TOTAL | 27 | 24 | 30 |

## 2.1 Árbol de problemas

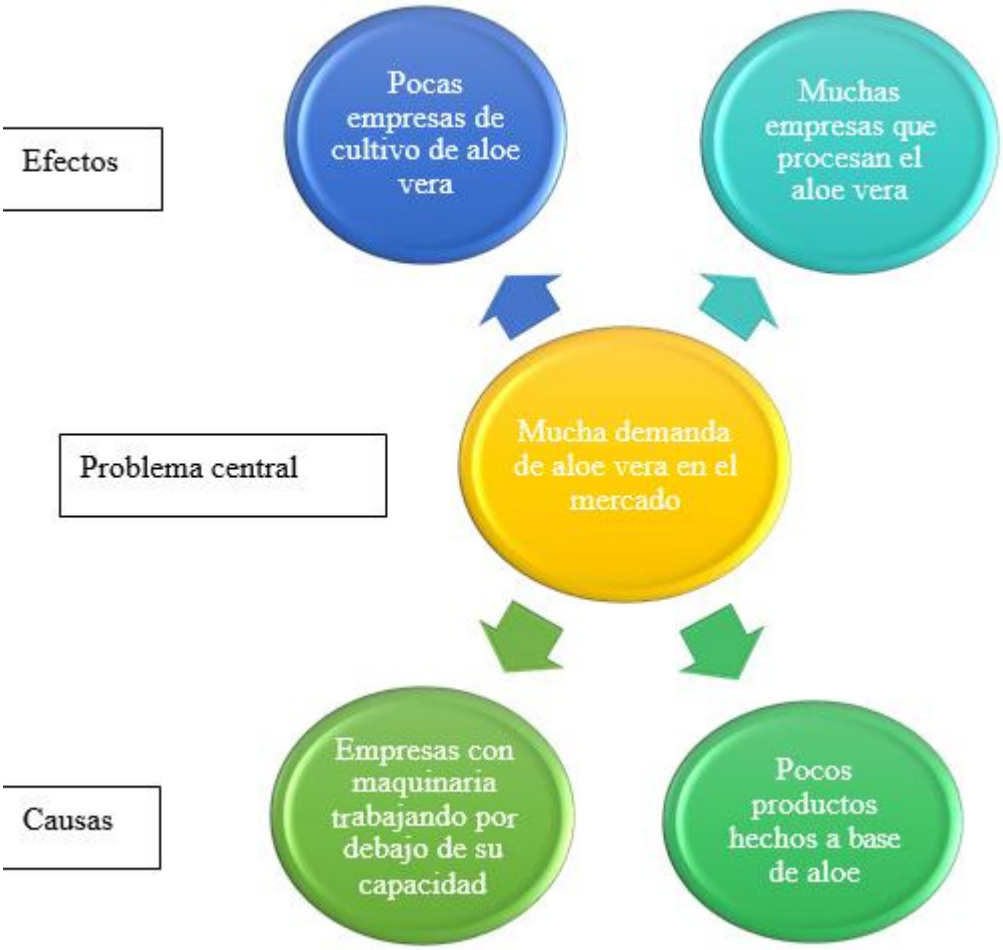



**Figura 2. Árbol de problemas**

## 2.2 Árbol de objetivos

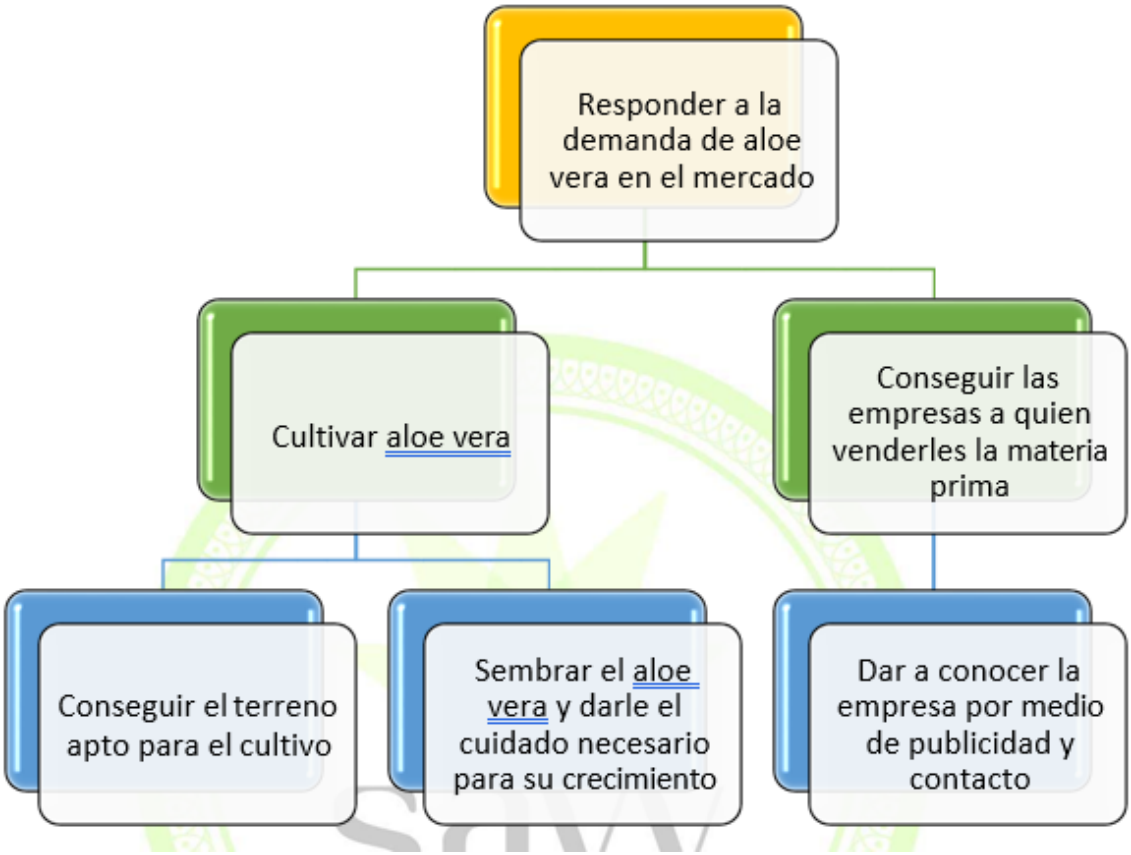



**Figura 3. Árbol de objetivos**

**Pregunta problema.**

¿Cómo innovar en la industria teniendo en cuenta el alto nivel de competitividad de las otras empresas?

### 3. Descripción de la idea de Negocio.

SAVYALOE, es una empresa dedicada al cultivo, distribución y venta de aloe vera, un producto único en el mercado que aporta beneficios y grandes oportunidades a la comunidad diferenciándose de la competencia de manera responsable implementando practicas innovadores para el crecimiento progresivo.

| | |
|---|---|
| **¿Cuál es el producto o servicio?** | SAVYALOE reúne todas las propiedades de la aloe vera en un producto terminado único natural que brinda grandes beneficios de salud o estética a las personas que se preocupan por su estilo de vida. |
| **¿Quién es el cliente potencial?** | El cliente potencial viene identificado en las personas entre 20 y 60 años que tienen la necesidad de buscar un rejuvenecimiento en su vida o mejorar su diario vivir. |
| **¿Cuál es la necesidad?** | La necesidad de mejorar un producto que a priori trae beneficios pero que se puede mejorar para una mayor efectividad en la producción en menor tiempo permitiendo favorecer el tiempo laboral de los cultivadores y brindar calidad a los consumidores en su satisfacción integral. |
| **¿Como?** | La cultivación y comercialización de aloe vera, con diferentes presentaciones y valores, serán distribuidos en santa marta al igual que se mantendrá un servicio personalizado para acompañar en todo momento de forma estratégica con el fin de mantener nuestro |

| | |
|---|---|
| | estándar de calidad y nuestro tiempo de entrega. |
| **¿Por qué lo preferirán?** | La preferencia viene determinada por ser un producto natural, técnicamente elaborado y aunque es sometida a un proceso de transformación conserva propiedades naturales que permiten al cliente disfrutar o mantener una buena salud tanto interna como externa. |

**Grafico.**

**Figura 4. Gráfico descripción idea de negocio**

## 4. Innovación

La innovación se aplicará en el procesamiento del producto, en el servicio al cliente y su correcta publicidad para su posterior comercialización.

| Variable | Descripcion de la innovacion |
|---|---|
| Producto o servicio | *En el producto se puede innovar en la conservación de sus propiedades moldeando su imagen física y estética que permitan una mayor atracción en el mercado.<br><br>*El método de implementación de prácticas agro-tech , servicio de calidad en atención al cliente y publicidad permiten dar un salto de calidad a nivel competitivo. |
| Mercadeo | *Se mantienen procesos de retroalimentación con la demanda para la perfección del producto. |
| Proceso | *Se involucran todas las variables, desde los agricultores hasta el consumidor final permitiendo crear espacios para lograr alcanzar nuevos estándares o nuevas maneras de procesar el producto para una mayor innovación. |

## 5. Fuerzas de la industria

### 5.1 Contextualización de la empresa

**Nombre de la empresa:** SAVYALOE

**Figura 5. Logo de la empresa SAVYALOE**

**Actividad Económica:** Dedicada a la cultivación, distribución y venta de la aloe vera en una presentación única.

**Tamaño:** La empresa Savyaloe cuenta con 3 socios encargados de la administración y gerencia de la empresa acompañado de 6 empleados que conforman el área de cultivos, procesamiento y posterior comercialización.

## 5.2 Análisis de la demanda

### Influencias Internas

**Personalidad:** Los habitantes de la ciudad de Santa Marta tiene la capacidad de adaptarse al cambio y buscar nuevas tendencias de consumo en el mercado.

**Motivación:** Las personas se sienten motivadas por el impulso de mejorar su salud o la necesidad de mantener una piel a nivel estético agradable.

**Aprendizaje:** Los conocimientos adquiridos se basan en la cultura colectiva heredada por la comunidad samaria que consideran que el clima o aspectos relevantes de la naturaleza afectan de manera directa o indirecta la piel, considerando el producto aloe vera como una alternativa para sus necesidades.

**Percepción:** El entorno se interpreta con pensamientos únicos de riqueza atractiva en los cultivos y fomentos del consumo en productos naturales para el beneficio colectivo creando un impacto en el sector formal e informal de la Ciudad.

**Memoria:** El uso de la información es libre, donde es un auge demostrar o divulgar las situaciones en cualquier espacio o momento determinado, en especial lo relacionado al ecosistema que es parte del patrimonio de la ciudad como los cultivos, el medioambiente y los productos naturales.

**Etapa de la vida:** La presente generación de consumidores busca un rejuvenecimiento en su etapa de vida donde las variables de consumo y necesidades cambian automáticamente por la mayor capacidad de reflexión de la generación presente para conservar la futura.

**Influencias Externas**

**Cultura:** Las actitudes de las personas se encuentran identificadas por la multiculturalidad atrapada donde predomina las raíces caribeñas donde se toman las situaciones con calma y las personas son más felices permitiendo que en las recomendaciones del aloe vera los consumidores tomen estas iniciativas con buen agrado.

**Grupos Sociales:** Cualquier grupo o comunidad se puede identificar con el producto debido a que a pesar de los diferentes intereses, siempre se apoya o mantiene una propuesta que favorezca el entorno inmediato en materia de salud y economía en general.

**Estructura Familiar:** La religión predominante es el catolicismo la cual son muy dedicados, donde la mayoría de las personas se encuentran casadas, los solteros y las personas en unión libre son en su parte la mitad de la población samaria el cual tienen prioridades para el consumo de la canasta familiar en los cuales el aloe vera es un producto óptimo para su diario vivir .

**Clase Social:** La distribución del estrato social es de estrato alto, estrato medio y estrato bajo, donde cualquiera puede beneficiarse del producto de aloe vera por su precio accesible.

**Tamaño del mercado**

La población de la Ciudad de Santa Marta en el año 2020 es de 523.619 habitantes, donde 300.000 habitantes confirman haber productos relacionados con la plantación de aloe vera o sus derivados, estimando unos ingresos por valor de 60.000.000 millones de pesos.

**Cuota de Mercado**

El producto Savyaloe mantendrá una concentración de 150.000 habitantes en el producto, tomando la mitad del tamaño del mercado del aloe vera en Santa Marta a través de su ubicación estratégica en el mercado publico ubicado en el centro histórico de la ciudad.

**Figura 6. Mapa del mercado público. Fuente: Google Maps**

**5.3 Análisis de la oferta**

| Nombre del competidor | Producto | Precio | Servicio (Ventaja Competitiva) | ubicación |
|---|---|---|---|---|
| Naturales y orgánicos de aloe vera | Productos de aloe vera | 5.000 pesos col por kg | Servicio incluido de variedad en los productos para la salud, alimentos, cuidados de la piel. | Calle 14 Centro Histórico Santa Marta |
| Grandezza Group | Aloe vera derivados | 10.000 pesos col por kg | Servicio puerta a puerta acompañado de una guía para el correcto uso del aloe vera | Centro comercial Ocean mall local 10 segundo píso |
| CAPSO SAS | Productos aloe vera | 4.000 pesos col por kg | Estrategia de marketing y publicidad a traves de redes explicando sus propiedades y pedidos online. | Homecenter Buenavista sección plantas y cultivos local 1 |

### 5.4 Análisis de la comercialización

Muestras de los productos comercializados en el mercado.

**Naturales y orgánicos de aloe vera**

Planta Sábila (aloe Vera)

$ 5.000

en Hasta 12x $ 416[67] sin interés

**Figura 7. Aloe vera de mercado libre Colombia. Fuente: Mercado libre Colombia**

**Calidad**

- Ley 09 de 1979. Por el cual se dictan medidas sanitarias.
- Resolución 2674 de 2013.
- Resolución 5109 de 2005. Por el cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos a envasar y materias primas de alimentos de consumo humano.

**Precios:** El ultimo precio establecido por los competidores se encuentra en un valor de 5.000 Pesos Col por kg de acuerdo con los últimos precios mostrados en el mercado.

**Envase:** El producto se encuentra al descubierto, pero en altos niveles de conservación para el público, permitiendo una mayor conservación de las propiedades naturales.

**Diseño:** La forma es alargada permitiendo su distribución en el mercado y su procesamiento al igual que el mantenimiento de su olor característico o su calidad.

**Marca:** Los nombres llevan el seudónimo de empresas grandes en materias de provisionamiento de productos agrícolas o con el empleo del seudónimo aloe vera.

**Servicio:** La calidad en el producto es uno de los pilares fundamentales en el mercado de la aloe vera por su gran manera de ser incluido dentro del mercado a través de múltiples campañas debido a su alta demanda incluyendo al consumidor final en el proceso para una mayor selectividad o garantía del producto.

**Distribución de los competidores:**

- **Canales:**

**Mayorista**. Justo y bueno, Tiendas ARA, Supermercados olímpica.

**Distribuidores**. Distribuidora Grupo daabon, Distribuidora Chalos SAS.

**Almacenistas**. Bodega Santa Marta, C.I. Tequendama.

**Minoristas**. Tiendas de barrio y establecimientos informales.

- **Medios de venta:**

**Internet.** Redes sociales y pagina web**.**

**Punto de venta.** Locales autorizados de productos de aloe vera, almacenes jumbo, Grupo éxito, almacenes olímpica.

**5.5 Análisis de los proveedores**

**Grupo DAABON**

Una empresa samaria que abastece el mercado con plátanos, aceite de palma y productos fruto del cultivo que domina el mercado samario creando gran confiabilidad en la calidad de su servicio.

## 6.Segmentación del mercado

**Describa 15 bondades de su producto (bien o servicio) que proporciona**

1. Es reconstructor de la flora intestinal, ataca las bacterias que producen ulceras estomacales.
2. Ayudar a eliminar las células muertas. Es cicatrizante, alivia quemaduras y es efectiva para el acné.
3. Es un potente antiinflamatorio natural: Sus propiedades antioxidantes son perfectas para disminuir la inflamación.
4. Ayudan a la dermis a mantenerse fresca, cuidada e hidratada.
5. Alivia el picor, el escozor, piel descamada, y varicela.
6. Combate el mal aliento.
7. Estimula el crecimiento del cabello.
8. Combate la caspa.
9. Combate las arrugas.
10. Ayuda a controlar el peso gracias a sus jugos que benefician la digestión y desintoxicación.
11. Aumenta los niveles de energía y mejora el metabolismo.
12. Mejora el sistema inmunológico gracias a las vitaminas, minerales, antioxidantes, y aminoácidos que existen en el gel de la planta.
13. Es adaptogeno, es decir, ayuda al cuerpo a adaptarse al estrés, balanceando el estado de ánimo, calmar los nervios y reducir el estrés.
14. Mejora la salud del corazón. Los polifenoles de la planta pueden ayudar a prevenir las enfermedades cardiacas. Y adicionalmente, consumir Aloe vera baja los niveles de colesterol, la presión arterial alta y mejora la circulación de la sangre en el cuerpo.
15. Mejora las funciones del hígado gracias a la mezcla de vitaminas, minerales y aminoácidos, que permiten la desintoxicación del cuerpo.

| **Nombre**<br>Alex consuegra | **Describa los miedos, frustraciones y ansiedades**<br>• Miedo a tener una piel grasosa o irritada.<br>• Miedo a tener un organismo que afecte su salud. | **Desea, necesita, anhela, sueña**<br>• Mantener unorganismo sana y equilibrada<br>• Conservar la piel suave y densa a nivel estético. |
|---|---|---|
| **Demográficos y geográficos**<br>Hombre de 30 años<br><br>Empleado en la empresa Daabon.<br><br>Ubicado en Santa Marta | **¿Qué están tratando de hacer y por qué es importante para ellos?**<br><br>• Fortalecer el sistema inmune.<br>• Es importante mantener un habito alimenticio y cuidado de la piel. | **¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?**<br>• Los pocos lugares para guiarse a la meta objetivo del cuidado.<br>• La meta es lograr mantener un producto al alcance de nuestro bolsillo y necesidad. |
| **Frases que mejor describen sus experiencias** | El estilo del ritmo de vida es el resultado de los hábitos de consumo y cuidado a nivel interno y externo de nuestro cuerpo. | |

| | |
|---|---|
| **¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?** | Los obstáculos para distribuir, promocionar o atraer de manera oportuna en diversos momentos requeridos. |

**Describa lo siguiente:**

- **¿En dónde encuentra personas similares a su cliente ideal? Si su negocio es B2B, ¿dónde se encuentran las compañías que son su cliente?**

  En las ciudades de Barranquilla y Santa Marta se encuentran clientes potenciales.

- **¿Qué valores destacan a su cliente ideal?**

  Su deseo de ampliar el mercado y la búsqueda de otras empresas que suplan su necesidad de materia prima.

- **¿Qué encuentra en el entorno de su cliente durante la semana? Con entorno nos referimos a cómo y con quienes se relaciona durante una semana normal.**

  Su entorno está relacionado con los clientes, los proveedores y los asesores que ayudan al proceso de ampliación del mercado.

  **¿Cuáles crees que son las necesidades más urgentes que presenta su cliente ideal?**

  Realizar el estudio de mercado y diseño publicitario que le ayude a alcanzar las metas que se ha trazado.

- **¿Cuál es la población total de personas o negocios que potencialmente podrían comprar su producto o productos similares al suyo?**

  Las diferentes empresas del mercado que requieren del aloe vera para la elaboración de sus productos, así como clientes individuales que requieran el aloe para sus necesidades.

- **¿Cuántas personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual, similar o sustituto al suyo?**

  El producto no tiene sustituto porque se esta trabajando con la producción de la planta de aloe vera, la cual se necesita para el consumo cotidiano y en grandes cantidades para las empresas que hagan uso de ella como la materia prima para sus productos.

## 7. Propuesta de valor

### Perfil del cliente

- **Trabajo del cliente**

En su vida laboral los clientes se dedican al procesamiento y transformación de la materia prima, en este caso, el aloe vera para la fabricación de productos tales como bebidas, shampoo, cremas faciales, cremas cicatrizante y otros productos cosméticos. El principal problema que tienen los futuros clientes es la escasez de materia prima, que resulta ser insuficiente para alcanzar las metas de producción que se han propuesto.

### Frustraciones del cliente

La frustración más importante a la que se enfrentan los clientes es la poca producción de aloe vera que hay en la zona, lo que incrementa el costo de producción de sus productos debido a las largas distancias de transporte o desde otra perspectiva, la baja productividad que pueden tener a causa del poco suministro de la materia prima.

- **Alegrías del cliente**

Tener una empresa proveedora de aloe vera cercana a las instalaciones de su empresa para poder adquirir la materia prima a menor precio, incluyendo menos gastos de transporte y que tenga la cantidad necesaria para responder a sus requerimientos y poder aumentar su producción.

**Mapa de valor**

- **Productos y servicios**

La empresa se va a dedicar a la plantación de aloe vera. Para esto se va a extender en un amplio terreno una gran cantidad de plantas que permitan responder a la demanda existente en el mercado de las diferentes empresas que procesan esta materia prima para la elaboración de sus productos.

- **Aliviadores de frustraciones**

Las frustraciones de los clientes se alivian al poder contar con un proveedor que le brinde la cantidad de materia prima que necesitan para cumplir con sus metas de producción.

- **Generadores de alegría**

La alegría de los clientes se va a ver manifestada al poder aumentar su capacidad de producción gracias a que tienen la cantidad necesaria de materia prima para poder cumplir sus metas propuestas, llegando a mas clientes y ampliando su mercado.

**Declaración de la propuesta de valor**

La idea de negocio diseñada ofrece a los clientes un producto acompañado de un servicio único que crea una experiencia enriquecedora diseñado exclusivamente para generar un impacto positivo en las personas que buscan constantemente un cambio en sus vidas o el comienzo de una nueva etapa.

## 8. Ficha Técnica del producto

| | | | |
|---|---|---|---|
| | SAVYALOE | | |
| | 1 | NUEVA VERSION | 2020 |

**FICHA TECNICA DEL PRODUCTO**

**A. NOMBRE DEL PRODUCTO**

BEBIDA SAVYALOE

**B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE**

Contenido neto: 420 ml , registro invima: RSA- 000557-2020, Peso: 1,5 kg

**C. PRESENTACIONES COMERCIALES**

**D. TIPO DE ENVASE**

BOTELLA

**E. MATERIAL DE ENVASE**

PLASTICO BIODEGRADABLE BASE DE FIBRA

**F. CONDICIONES DE CONSERVACION**

**TEMPERATURAS DE 15 GRADOS CELSIUS EN REFRIGERACION**

**G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)**

Para su proceso de elaboracion es necesario primero recoger el cultivo en buenas condiciones, procesarlo atraves de las diversas maquinas y practicas humanas que la empresa savyaloe ha realizado en sus constantes capacitaciones en la agroindustria, luego

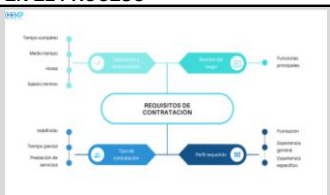
**H. VIDA UTIL ESTIMADA**

**Su vida util estimada se encuentra entre los 30 y 45 dias a temperatura moderada.**

**I. PORCION RECOMENDADA**

**Se recomienda la botella en su pequeña y unica presentacion.**

**J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO**




**K. GRUPO POBLACIONAL**

**El grupo poblacional selecto son las personas entre los 20 y 60 años de edad que desean cuidar su organismo.**

**Firma del responsable del producto:** REPRESENTANTE LEGAL

**Nombre del Responsable del producto** Reyner Nuñez Robles

**Firma:** *SAVYALOE*

### 8.2 Ciclo de vida

La aloe vera se encuentran en introducción en un mercado altamente complejo, que se debe consolidar debido que su ciclo comienza en la primera semana, se madura en la tercera y se degrada al final de la semana 4 si no se conserva en temperatura ambiente, si por el contrario se mantiene en condiciones óptimas puede conservarse hasta el final de la semana número 5.

## 9. Precio de venta

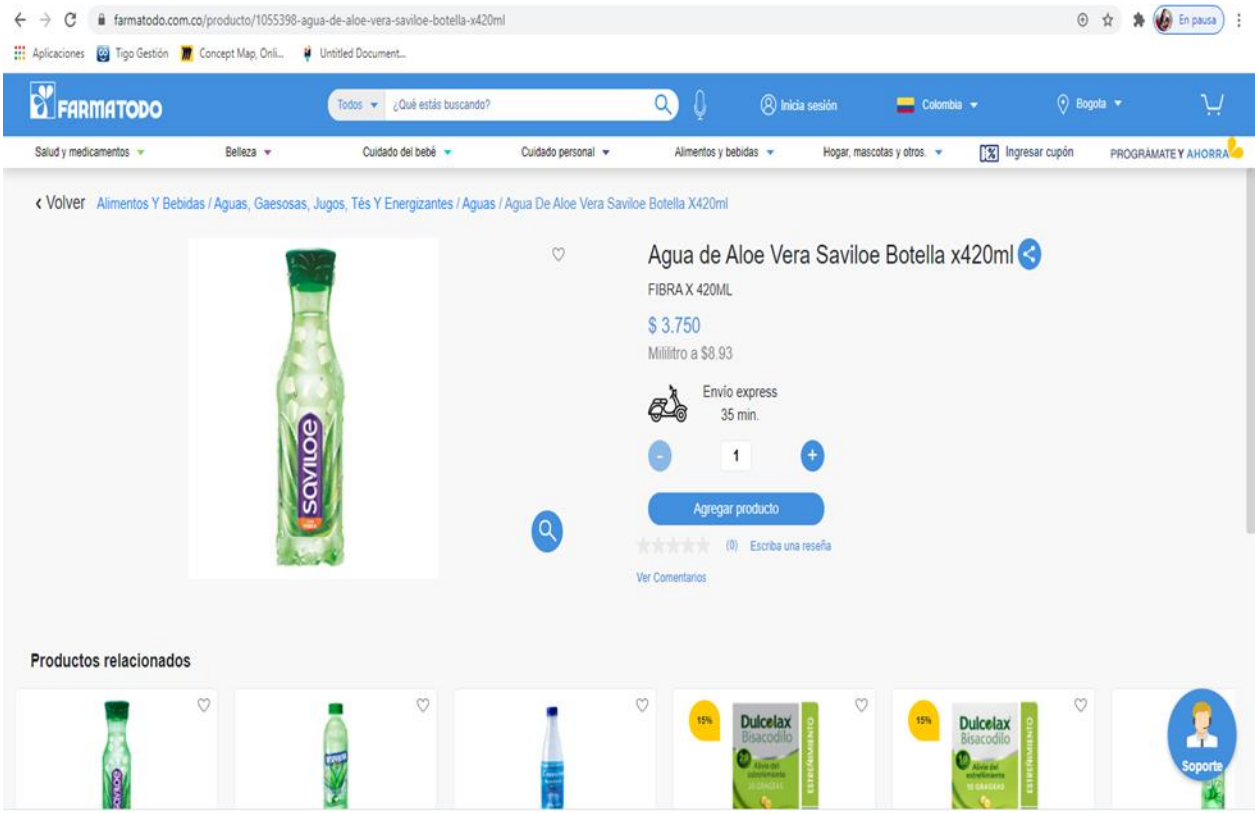
### Costos de producción

| | |
|---|---|
| **Costo Unitario de materiales** | $ 1000 PESOS COL |
| **Costo Unitario de mano de obra** | $ 1000 PESOS COL |
| **Costo unitario de CIF (costos indirectos de fabricación)** | $ 200 PESOS COL |
| **COSTO TOTAL UNITARIO** | **$ 2200 PESOS COL** |

**PV**= $ 2200 / 1- 40% = 3750 pesos

**El precio de venta es de $ 3750 Pesos Colombianos para el producto.**

## 10. Prototipo



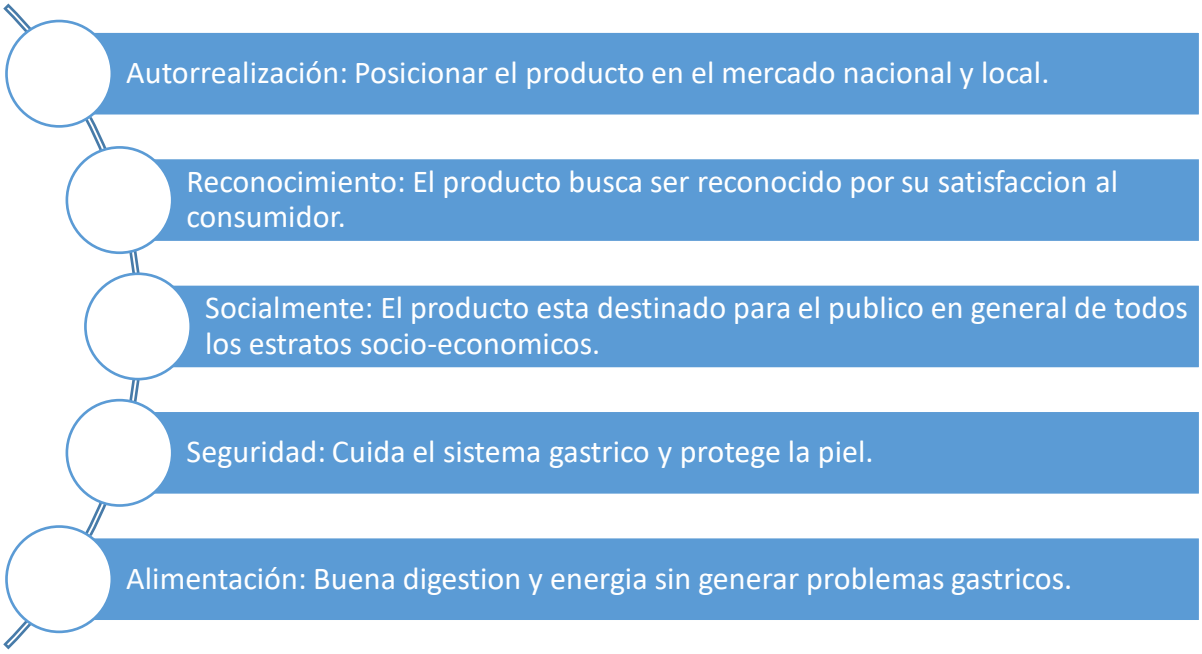

**Fuente: Pagina web: www. Savyaloe.com.**

**11. Modelo Running Lean de la empresa SAVYALOE**

<table>
<tr>
<td rowspan="2">Problema<br><br>Problemas:<br><br>*Aloe vera mal procesado que afecta el organismo.<br><br>*No se encuentran proveedores cercanos para la distribución del aloe vera.<br><br>Alternativas:<br><br>*Aloe vera procesado.<br><br>*Sitio cercano de distribución de aloe vera.</td>
<td>Solución<br><br>*Consumo De aloe vera natural.<br><br>*Utilización del aloe vera para el cuidado de la salud.</td>
<td rowspan="2">Propuesta de Valor única<br><br>Brindar aloe vera en sitios estratégicas que contenga las propiedades requeridas por el consumidor para su salud.</td>
<td>Ventaja justa<br><br>*Ofertas y promociones para mayor interacción con el cliente fomentando el consumo del aloe vera.</td>
<td rowspan="2">Segmento de clientes<br><br>*Persona con una dieta balanceada u organismo delicado.<br><br>Early adopters<br><br>*Personas entre 20 y 60 años de edad que busca mantenerse saludable.</td>
</tr>
<tr>
<td>Métricas Clave<br><br>*Trafico en plataformas digitales<br><br>*Frecuencia de clientes<br><br>*Incrementos de nuevos clientes</td>
<td>Canales<br><br>*Plataformas digitales<br><br>*Domicilio Puerta a Puerta<br><br>*Atencion punto de venta autorizado.</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="3">Estructura de costos<br><br>*Publicidad<br>*Sueldos<br>*Materia prima<br>*Mantenimientos</td>
<td colspan="2">Fuentes de ingresos<br><br>*Ventas directas punto autorizado<br>*Ventas por pedidos en plataforma online<br>*ventas por pedidos</td>
</tr>
</table>

## 12. Validación de ideas de negocio

Nuestros productos deben satisfacer a los consumidores las necesidades y beneficios para el consumo de nuestros productos. Sabemos que el ser humano debe consumir buenas dosis de aloe vera para obtener beneficios y nutrientes necesarios para su salud y su bienestar; Permitiendo establecer unos límites o parámetros necesarios para la correcta distribución del producto debido a que la cultivación ha sido un proceso totalmente requerido, en el cual se toma en cuenta el consumidor final para lograr el objetivo final de nuestro cliente potencial representado de la siguiente manera:



En el presente trabajo, estamos llevando a cabo el desarrollo de la investigación de tipo cualitativo del producto savyaloe, a todo tipo de público, teniendo en cuenta las características y propiedades que cuenta para la buena salud de los consumidores, realizara en una muestra de 10 personas al azar tomando en cuenta todos sus datos.

Nuestra investigación se realizará de manera de muestreo a los consumidores en los puntos de venta mediante degustación para la realización posterior de una encuesta mediante una Tablet digital por la plataforma de encuestas de Google con preguntas como las que a continuación detallaremos:

**Encuesta:**

1. ¿Consideras que nuestro producto es recomendable para los niños o adultos?
2. ¿El producto te aporta algo diferente con referencia a la competencia?
3. En la escala del 1 al 5 como calificarías nuestro producto.
4. ¿Te sientes atraído por el empaque y presentación de nuestro producto?
5. ¿Qué crees que debe tener el producto para ser único e inigualable?
6. ¿Qué tan agradable es el sabor del producto? a. Bueno, b. Regular, c. Poco deleitoso

## Muestra de la encuesta:

| Consumidor | Consideras que nuestro producto es recomendable para los niños o adultos. ¿Si, No y por que? | ¿Qué tan agradable es el sabor del producto? | ¿El producto te aporta algo diferente con referencia a la competencia? ¿Si, no y por que? | En la escala del 1 al 5 como calificarías nuestro producto. | ¿Te sientes atraído por el empaque y presentación de nuestro producto? | ¿Qué crees que debe tener el producto para ser único e inigualable? | ¿Consideras que el producto es amigable con tu estomago? ¿Si, No y Por Qué? |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| maria elena, 20 años, no presenta alteraciones en su salud. | Si, cumple con muchas funciones para el organismo tanto adulto como niño | A. Bueno | Si, es algo único y no muy visto en todos | 4 | Tienes que ser un poco más llamativo | Cambio de empaque | Si, me ayuda a tener una excelente digestión |
| camila fontalvo, 40 años, no presenta alteraciones en su salud. | Si para todo tipo de consumidores, porque es naturalmente sano. | A. Bueno | Si, tranquilidad en el estomago, no siento acidez estomacal. | 5 | Me parece un empaque un poco normal, sería bueno realizarlo con material que sea agradable con el medio ambiente. | A parte de su presentacion una publicidad unica. | Si, no me hizo sentir ardor ni reflujo gástrico. |
| carmen montaño, 70 años, pertenece a la comunidad con hipertensión y sobrepeso. | Si..... porque tiene vitaminas | A. regular | Si.....el sabor | 5 | Si | Su calidad y sabor | Si...por la digestión |
| arnulfo bello, 46 años, población con sobrepeso. | Si, es muy rico y apto para todo paladar | A. Bueno | Si, por la cantidad de calorías y aporta los nutrientes esenciales para el cuerpo | 5 | Si, normal | Variedad | Si... por la sensasion de tranquilidad en el estomago |
| Milta bello, 52 años, no presenta alteraciones en su salud. | Es para todas las edades....por que promueve a una excelente dijetión | A. regular | Si....ya que es más cremoso y un poco más agridulce | 5 | Si | Su consistencia y variación de sabores | Si....ya que me matiene mi dijestión en excelentes condiciones |
| maria alejandra moncada, 25 años, no presenta alteraciones en su salud. Dieta por autocuidado. | Es para todas las edades....por la buena digestión | A. Bueno | Si....ya que es más cremoso y un poco más agridulce | 5 | Si | Su consistencia y variación de sabores | Si....ya que me matiene mi dijestión en excelentes condiciones |
| blanquicet herminda, 40 años, deportista activa. | Si , por qué es practico y muy bueno su sabor | A. Bueno | No lo consumo antes de realizar ejercicio | 4 | Un poco | Más grande el empaque para más cantidad | Si, por qué hace digestión pronto |
| martina acuña, 20 años, estreñimiento y poblemas de gastritis. | Recomendable para toda edad | A. Bueno | Si tiene un sabor muy agradable | 4 | Claro q si | Creo q no le falta nada puesto q es muy saludable | Si permite una buena digestión |
| manuel peralta, 27 años, diabetico y con sobrepeso. | Si, es de buen sabor | A. Bueno | Si, contiene menos calorías y conservantes | 5 | Le doy un 4, me gusta mas ayudar al medio ambiente con empaque biodegradable y que conserven el producto | Mas contenido en el empaque | Si, claro por supuesto es apropiado para mi |
| ezequiel montiel, 30 años, trabajador con porblemas de digestion. | Para todos, porque es bueno para la salud | A. Bueno | Si, mas proteína y vitaminas | 5 | Poco, es un empaque un poco duro. | Variedad en sabores | Si, siento tranquilidad en el estomago al consumirlo |

**Observación del consumidor:**

**Análisis del consumidor en punto de venta:**

1. Quien Compra?: Población menor y adulta, con sintomatología de afectaciones en su salud o personas que gozan de una buena salud, los cuales buscan en el producto satisfacer su gusto.

2. Por qué Compra?: Por los beneficios que obtienen del producto.

3. Cómo lo Compra?: Conforme a su adquisición económica en efectivo o dinero plástico.

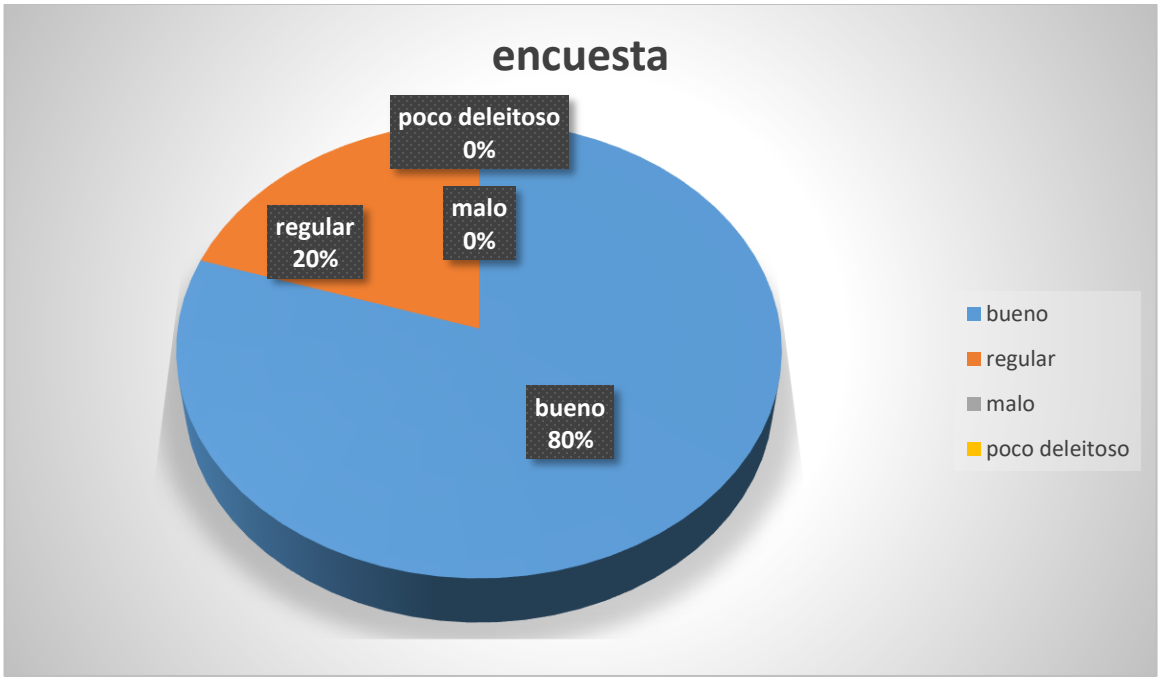
4. Cuando Compra?: Siempre que vea la ausencia del producto en su casa.

5. Dónde Compra?: En los diferentes puntos de venta, donde somos proveedores del producto, tales como: Almacenes de cadena, Minimarket, Supermercados, tiendas de barrio entre otros.

6. Cuánto Compra?: Las porciones a consumir durante la semana o tiempo de duración en su despensa.

7. Cómo lo utiliza?: Como complemento a su alimentación y en otros casos para consumo de medias tarde u onces, se cuidan y se alimentan al mismo tiempo.

**13. Tabulación y análisis de datos**




**Fuente: Elaboración propia en Excel.**

**Se** obtuvo un resultado de aprobación del 80 % de los encuestados que fueron un total de 10 personas en un primer intento siendo un éxito en su primera degustación al público en general y solamente 2 personas (20 %) mostraron su inconformismo ante el producto reiterando que le falta una mejor presentación, una publicidad adecuado o un mayor sabor que pueda deleitar y al mismo tiempo cuidar de su salud.

## Resumen ejecutivo

El presente proyecto busco promover un cultivo responsable de aloe vera, permitiendo identificar diversas variables que pueden dificultar el proceso de correcta promoción de un producto nuevo y original en base a propiedades naturales que se conservan por las buenas practicas a nivel de proceso y empresariales.

Savyaloe es un proyecto que nace en la corporación unificada nacional de educción superior-cun para aportar un valor agregado importante a la sociedad y favorecer los procesos de crecimiento agrícola en la ciudad Santa Marta y ser el ejemplo para la región para una posterior postulación o mejoramiento en el futro de nuevas ideas ya que se han implementado facetas de la industria 4.0 importantes para el desarrollo y culminación de una empresa que promete ser lucrativa para los cultivadores y empresas que desean un crecimiento a nivel social, medioambiental y económico.

## Bibliografía


- Objetivos de desarrollo sostenible. (2020). Recuperado de https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/infrastructure/
- El Aloe Vera: un mercado en crecimiento. (17 de mayo de 2017). Recuperado de https://www.eltiempo.com/economia/el-aloe-vera-un-mercado-en-crecimiento-88824#:~:text=La%20s%C3%A1bila%2C%20tambi%C3%A9n%20conocida%20como,para%20la%20econom%C3%ADa%20del%20pa%C3%ADs.
- Bernal, Cesar A. Metodología de la investigación., 3ra edición, Pearson. Colombia, 2010.
- Modelo Metacognitivo para las Competencias Investigativas del Estudiante – Accedido 9 de Agosto de 2017 https://modelometacognitvo.wordpress.com/como- hacer-el-cuadro-de-la-operacionalizacion-de-la-variable/ NURIS CHIRINOS MOLERO