

Diseño de un producto hidratante con Aloe Vera e implementación de estrategias de marketing tradicional y digital

Javier Leonardo Grajales Mantilla¹, Vannya Esther Méndez Chávez, Nathalia Figueroa Arias, Angela Melissa Peña Sepulveda²

PALABRAS CLAVE	RESUMEN
Aloe Vera, Rayos UV, células epiteliales. Roll-on, envejecimiento de la piel, hidratación.	<p>El cuidado de la piel es un hábito que cada días es mas relevante debido a la la exposición de las personas a los rayos solares y luces artificiales. Los rayos UV penetran las capas exteriores de la piel y pasan a las capas más profundas, dañando las células de la piel.</p> <p>Vanaloe es un producto a base de Aloe Vera junto con otros componentes, el cual se centra en la hidratación de la piel, según estudios previos la preocupación por las afecciones de la piel vienen en aumento, de aquí nace la necesidad de la creación de un producto novedoso que consiste en un roll-on cuya finalidad es cuidar, hidratar y proteger la piel de las personas.</p> <p>A través del proyecto también se identificó que solo crear el producto no es suficiente, sino que requiere de un proceso de mercadeo, que inicia por un mensaje de sensibilización y concientización a toda la comunidad en cuanto a lo que implica el cuidado de la piel, y dar a conocer cuáles son las consecuencias a las que se pueden enfrentar a largo plazo en caso de no tomar ninguna precaución.</p> <p>Con la creación de Vanaloe se pretende disminuir y el envejecimiento prematuro de la piel, la aparición de manchas y lograr que cada vez sean menos las personas que están propensas a sufrir en el peor de los casos enfermedades como el cáncer de piel.</p> <p>Con el lanzamiento de Vanaloe, las personas podrán tener un producto de buena calidad, con componentes naturales y a un precio accesible, Vanaloe le apunta a convertirse en el aliado número 1 para el cuidado de la piel, un producto que indudablemente todos deben tener.</p>

KEYWORDS	ABSTRACT
Aloe Vera, UV rays, epithelial cells. Roll-on, skin aging, hydration.	<p>Skin care is a habit that is becoming more relevant every day due to people's exposure to sunlight and artificial lights. UV rays penetrate the outer layers of the skin and pass into the deeper layers, damaging skin cells.</p> <p>Vanaloe is a product based on Aloe Vera along with other components, which focuses on skin hydration. According to previous studies, concern about skin conditions is on the rise, hence the need to create a innovative product consisting of a roll-on whose purpose is to care for, hydrate and protect people's skin.</p> <p>Through the project, it was also identified that just creating the product is not enough, but that it requires a marketing process, which begins with a message of</p>

¹ Ingeniero de Mercados, Docente Tecnológica Fitec. javierlgrajales180@fitecvirtual.edu.co

² Estudiantes TG. en Gestión de mercados.

awareness and awareness to the entire community regarding what skin care implies and make known what are the consequences that can be faced in the long term in case of not taking any precautions.

With the creation of Vanaloe, the aim is to reduce the premature aging of the skin, the appearance of spots and to reduce the number of people who are prone to suffering diseases such as skin cancer in the worst case.

With the launch of Vanaloe, people will be able to have a good quality product, with natural components and at an affordable price, Vanaloe aims to become the number 1 ally for skin care, a product that undoubtedly everyone should have.

Introducción:

Diariamente las personas están expuestas a las radiaciones ultravioletas (UV) y luz artificial que notoriamente han venido generando enfermedades y problemas dermatológicos.

Tomar el sol se ha considerado un hábito saludable, pero un exceso de esta práctica puede provocar ciertos problemas, como quemaduras solares, arrugas, pigmentaciones, cambios de la textura de la piel, y lo que es más importante cáncer de piel (Mapfre, 2022).

Aunque la luz ultravioleta daña directamente el ADN de las células, la luz azul destruye el colágeno mediante el estrés oxidativo que debe a una sustancia de la piel llamada Flavina, la cual absorbe la luz azul, produciendo moléculas inestables de oxígeno, mas conocidas como radicales libres, los cuales dañan la piel. (Martin, 2020).

Con esta creación se inicia una empresa innovadora dedicada a la fabricación y distribución de un gran producto para mejorar el cuidado de la piel, además de ser amigable con el medio ambiente y estar al alcance de cualquier persona ya que su precio y presentación es muy cómoda y asequible para todos los potenciales clientes.

Dentro de los propósitos de la empresa se encuentra en vender el producto mas de una vez a sus clientes, por lo cual cuenta con un centro de experiencias donde se lleva a cabo el seguimiento de cada uno de los consumidores antes, durante y después de la adquisición del producto para tener en cuenta su grado de satisfacción, la aceptación del producto, las mejoras y avances sugeridos.

El producto va dirigido a un segmento bastante amplio, desde menores de 12 años hasta adultos mayores que quieran cuidar y proteger su piel tanto de la luz solar como la luz artificial, teniendo como única contraindicación la alergia al Aloe Vera o a alguno de sus componentes.

Su materia prima son los cristales de Aloe Vera mas conocida en Colombia como sábila, que es una planta de la especie de las suculentas más conocidas y ampliamente empleada para la elaboración de productos para la cosmética, la belleza y el cuidado de la piel. Sus agentes antisépticos son ideales para desinfectar la piel, favoreciendo la eliminación de células muertas ofreciendo una apariencia más joven y saludable.

Teniendo en cuenta lo anterior el objetivo del presente estudio es diseñar un producto para el cuidado de la piel con base en Aloe Vera y establecer un plan de mercadeo para el área metropolitana de Bucaramanga.

Desarrollo del tema:

Para el desarrollo de este proyecto, se diseñó un producto cosmético para el cuidado de la piel, que satisfaga las necesidades de los consumidores. El producto está elaborado con base en Aloe Vera, 100% natural y sin preservantes, ayuda a mitigar y prevenir las enfermedades que se generan como consecuencia a la exposición diaria a los rayos UV y la luz artificial.

Para ingresar el producto al mercado cosmético se siguieron las siguientes estrategias: I. Realizar segmentación de mercado para el producto dirigido al cuidado de la piel, II. Diseñar y aplicar una encuesta que permita identificar los tipos de piel, necesidades y preferencias de los clientes que adquieren el producto, III Establecer las estrategias de marketing tradicional y digital que desarrollen el reconocimiento y crecimiento de la empresa y IV. Diseñar un centro de experiencias que permita conocer las vivencias de la compra antes, durante y después de la utilización del producto

Metodología:

Proyecto descriptivo que buscó identificar los gustos, preferencias y hábitos de compra del segmento de mercado, para el nuevo producto para el cuidado de la piel con Aloe Vera, para lo

cual se accedió a fuentes primarias, es decir a los consumidores, a través de una encuesta que contiene 12 preguntas cerradas que permitió obtener información sobre los gustos, preferencias, hábitos de compra, las marcas que habitualmente compran, tipos de piel, sus necesidades, las presentaciones que mas les llaman la atención, así como, identificar que tan expuestos están a los rayos solares y rayos de luces artificiales y el nivel de aceptación del nuevo producto.

Adicionalmente, se accedió a fuentes secundarias para lo cual se requirió de censos de población en términos de hogares, posibles competidores y los niveles de ingresos del segmento de mercado; además de tener en cuenta estudios previos que proporcionen una visión general del estado actual del mercado.

Para determinar el tamaño de la muestra se empleó un cálculo de proporciones poblacionales teniendo en cuenta un universo de 3.000, una probabilidad de éxito de 50%, un nivel de confiabilidad de 90% y un margen de error del 5%, obteniendo un total de 250 personas y tomando en cuenta que la literatura reporta que solo el 40% de las personas emplean productos para el cuidado de la piel, la muestra debe incluir al menos 100 participantes para que sea representativa.

Resultados:

En este proyecto se diseñó un producto con base en Aloe Vera, para el cuidado de la piel, el cual es llamado Vanaloe, nombre que se origina de unir

las letras iniciales de los nombres de sus creadoras. Su presentación es en Roll-on y su empaque un llamativo cilindro metálico color verde que representa el lado natural y fresco del producto (figura 1).



Figura 1. Envase Vanaloe

La encuesta para identificar los gustos, preferencias, hábitos de compra y nivel de aceptación del producto Vanaloe, fue enviada de manera masiva a través de la herramienta Formularios de Google y 105 personas dieron respuesta a la misma, encontrando que Vanaloe es un producto con un 75.2% de aceptación, la tabla 1 presenta algunas de las respuestas a las preguntas realizadas.

Adicionalmente, para el mercadeo del producto se empleó una estrategia de

Marketing Mix, dentro de la cual, como primera medida se diseñó la imagen del producto a través de un imago tipo (figura 2).

Tabla 1:
Resultados encuesta inicial (n=105)

Pregunta	Opciones de respuesta	%
¿Conoce usted qué tipo de piel tiene?	Si	62,9%
	No	37,1%
¿Cuida su piel de la exposición de los Rayos solares y luz artificial?	Si	42,9%
	A veces	34,3%
	Tal vez	16,2%
	No es de mi interés	6,6%
¿Conoce los beneficios que ofrece el Aloe Vera para el cuidado de la piel?	Si	68,6%
	No	31,4%
¿Sería de su agrado un producto natural hecho a base de Aloe Vera para el cuidado de la piel?	Si	75,2%
	No	24,8%



Figura 1. Imago tipo Vanaloe

Para la distribución de Vanaloe se destinó un punto de venta ubicado en la ciudad de Bucaramanga, de tal manera que los clientes reales y potenciales pueden realizar sus compras, en este

punto o por las redes sociales de la tienda, Facebook o Instagram.

Como estrategia de promoción, para la comunicación con el cliente se estableció que se hará a través de marketing sensorial, estimulando la visión con la presentación del producto el cual cuenta con una imagen basada en colores fríos que transmiten frescura, el olfato porque el producto emite un agradable olor a menta y el tacto porque se les permite a los clientes entrar en contacto con el producto para que lo conozcan y se familiaricen con él y de ahí se logre posicionamiento del producto a través del voz a voz de los clientes, adicionalmente, se diseño material POP para la difusión del producto (figura 3).



Figura 3. Material POP

Como estrategia de servicio se estableció que todo cliente será atendido por uno de los colaboradores de Vanaloe, dando inicialmente introducción sobre el producto, informando sobre sus características, beneficios, modo de aplicación entre otros. Además, después de adquirir el producto por primera vez, Vanaloe cuenta con servicio de reenvasado, el cual consiste en que al

necesitar nuevamente del producto, el cliente debe llevar el envase de su primera compra y por recargarlo recibe un 5% de descuento, estrategia que apunta a una disminuir la huella de contaminación en el planeta, lo cual resulta ideal para las personas que son amigables con el medio ambiente, finalmente se cuenta con un centro de experiencias donde los clientes pueden valorar su satisfacción con el producto (figura 4).



Figura 4. estrategia de servicio

Como se mencionó previamente los clientes también pueden adquirir Vanaloe a través de las redes sociales de la empresa, las cuales hacen parte de la estrategia de marketing digital, en ellas, los clientes reale y potenciales consultan las características y beneficios del producto, además de hacer efectiva la compra (figura 5).

Conclusiones:

Conocer la aceptación del producto por medio de las diferentes preguntas planteadas en la encuesta, fue un gran primer paso que ayudó a determinar el tipo de producto y la imagen que se quería ofrecer a los clientes, además permitió determinar que Vanaloe es del

agrado de las personas, y que el segmento al que va dirigido está bien estructurado.



Facebook:

(<https://www.facebook.com/Vanaloe03/>)

Instagram:

(https://www.instagram.com/vanaloe_rollon/)

Figura 5. Marketing digital

Este proyecto plantea estrategias de marketing tradicional como lo es elegir la presentación, crear el nombre del producto, establecer las 4 P's y estrategias de marketing digital por medio de redes sociales como la creación de la página en Facebook y la cuenta de Instagram donde poco a poco se ha ido subiendo contenido acerca del producto para su promoción, el producto actualmente cuenta con 101 seguidores y se estima que sigan en aumento.

Como herramienta estratégica de servicio, se crea la idea del centro de experiencias, con el fin de que Vanaloe no sea una marca que venda una sola vez, sino que por el contrario permanezca en el mercado por mucho tiempo, con esta idea lo que se busca es brindarle al cliente y consumidor un acompañamiento antes, durante y después de la compra.

Referencias:

Agronegocios. (2022) Obtenido de agronegocios: <https://www.agronegocios.co/agricultura/la-industria-pone-sus-ojos-en-el-cultivo-de-la-sabila-2621397>

Angulo, A. C. (29 de junio de 2021). Blog farmacia angulo . Obtenido de blog farmacia angulo : <https://nutricionyfarmacia.es/blog/belleza/cara/aloevera/#:~:text=es%20antis%3a%9ptico%20y%20antibacteriano%2c%20lo,gracias%20a%20sus%20propiedades%20hidratantes.>

Anonimo. (24 de 11 de 2021). Cuidate. Obtenido de cuidate.

Anonimo. (s.f.). Oxfamintermon. Obtenido de oxfamintermon: <https://blog.oxfamintermon.org/por-que-usar-cosmetica-natural-con-aloevera-para-la-cara/>

nstituto nacional del cancer (2020). Nih.

Juridicos comerciales. Obtenido de <https://www.juridicoscomerciales.com/blog/cosmeticos-invima-como-puedo-registrar-mi-producto-cosmetico-en-colombia/>

Sistema unico de informacion normativa. (10 de agosto de 2020) Decreto 2047.

Obtenido de: [https://www.suin-juricol.gov.co/viewdocument.asp?ruta=leyes/30039697#:~:text=ley%202047%20de%202020&text=\(agosto%2010\)-,por%20la%20cual%20se%20proh%3%a%20en%20colombia%20la%20experi%20mentaci%3%b3n%2c%20importaci%3%b3n,y%20se%20dictan%20otras%20dispos](https://www.suin-juricol.gov.co/viewdocument.asp?ruta=leyes/30039697#:~:text=ley%202047%20de%202020&text=(agosto%2010)-,por%20la%20cual%20se%20proh%3%a%20en%20colombia%20la%20experi%20mentaci%3%b3n%2c%20importaci%3%b3n,y%20se%20dictan%20otras%20dispos)

Ecocosas. (s.f.). Obtenido de: <https://ecocosas.com/como-cultivar/aloe-vera/>

El Espectador (21 de junio de 2020). Obtenido de: <https://www.elespectador.com/contentido-patrocinado/consciencia-y-prevencion-son-los-aliados-para-evitar-el-cancer-de-piel-article/>

Eva.Gov.co (2001). Obtenido de: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=14756>

Mapfre. (2022). Salud blog mapfre. Obtenido de: <https://www.salud.mapfre.es/enfermedades/dermatologicas/lesiones-en-la-piel-por-radiaciones-solares/#:~:text=tomar%20el%20sol%20e%20ha,m%3%a1s%20importante%20c%3%a1ncer%20de%20piel.>

Maricarmen y Ramon. (27 de 11 de 2016). Obtenido de: <https://maricarmenyramon.com/aloe-vera-ventajas-y-desventajas/#:~:text=el%20uso%20t%3%b3pico%20del%20aloe,ser%20al%3%a9rgicas%20al%20aloe%20vera.>

Martin, c. (26 de 05 de 2020). Estilos de vida. Obtenido de: <https://www.nytimes.com/es/2020/05/26/espanol/estilos-de-vida/efectos-luz->

pantalla-
piel.html#:~:text=aunque%20la%20luz%20ultravioleta%20da%3%b1a,libres)%20que%20da%3%b1an%20la%20piel.

Oxfamintermon. (s.f.). Obtenido de: <https://blog.oxfamintermon.org/porque-usar-cosmetica-natural-con-aloe-vera-para-la-cara/>

Quiminet. (26 de enero de 2006). informacion y negocios segundo a segundo Obtenido de: <https://www.quiminet.com/articulos/normas-para-productos-cosmeticos-invm-colombia-5388.htm>

Radio Caracol (s.f.). Obtenido de: https://caracol.com.co/radio/2021/08/22/salud/1629662315_094028.html
Radio, c. (22 de 08 de 2021). Obtenido de https://caracol.com.co/radio/2021/08/22/salud/1629662315_094028.html

Rodríguez, r. M. (25 de 08 de 2015) Obtenido de: 92f873d1-3e48-461c-9d18-8506fbcc836d: <https://www.imn.ac.cr/documents/10179/27818/efectos-radiac-uv.pdf/92f873d1-3e48-461c-9d18-8506fbcc836d>

Sabater., v. (24 de 01 de 2022). Mejor con salud. Obtenido de: <https://mejorconsalud.as.com/aprende-cultivar-en-casa-aloe-vera/>

Sánchez, B. C. (01 de julio de 2021). Como usar el Aloe. Obtenido de: <https://www.mundodeportivo.com/uncomo/salud/articulo/como-usar-el-aloe-vera-para-las-quemaduras-51377.html>

SciELO. (2006). Beneficios del aloe vera. Cuba.

Scielo. (septiembre de 2006).
Scientific electronic library online.
Obtenido de:
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s0864-03192006000300004
SI, I. (08 de 11 de 2019). Biotech. Obtenido de biotech.

Unidad editorial revistas, s. (2021).
Cuidate. Obtenido de:
<https://cuidateplus.marca.com/>

Vasquez, p. (12 de junio de 2020).
Consultor salud. Obtenido de:
<https://consultorsalud.com/cancer-de-piel-como-esta-colombia-en-esta-materia/#>

Villegas, c. (2022). Muy saludable.
Obtenido de:
<https://muysaludable.sanitas.es/salud/la-importancia-revisarse-la-piel-tras-verano/>
