

**CREACIÓN DE COMERCIALIZADORA DE FRAGANCIAS BASADA EN EL USO DE
LOS ACEITES ESENCIALES UTILIZADOS EN LA AROMATERAPIA CON ÉNFASIS
FINANCIERO**

JONATHAN ARMANDO BARRAGAN CORTES

ID:718989

Doc. Asesor Hernando Parra Barrios

Mag. En Educación

UNIVERSIDAD MINUTO DE DIOS

ESPECIALIZACION EN GERENCIA DE PROYECTOS

SOACHA

AGOSTO, 2023

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	4
PALABRAS CLAVE	5
ABSTRACT	6

KEYWORDS	7
INTRODUCCIÓN	8
CAPITULO I	10
OBJETOS DE LA SISTEMATIZACION.....	10
PREGUNTA DE LA SISTEMATIZACIÓN	11
Pregunta problema	11
Ilustración 1: Árbol de problemas autor: Elaboración propia	11
OBJETIVOS.....	13
Objetivo general	13
Objetivos específicos	13
JUSTIFICACIÓN.....	14
DISEÑO METODOLÓGICO	16
TIPO DE INVESTIGACION	16
METODO DE INESTIGACION	16
TECNICA DE RECOLECCION E INSTRUMENTOS	17
VARIABLES DE REOCLECCION DE DATOS	18
CAPITULO II	18
DESCRIPCIÓN DE LA EXPERECIA.....	18
ANTECEDENTES.....	19
CAPITULO III	22
APORTES CONCEPTUALES	22
MARCO GEOGRAFICO	22
MARCO TEMPORAL	23
Ilustración 3: Imagen de la Duración de las fases del proyecto Autor: elaboración propia ...	24
MARCO LEGAL	25
Ilustración 4. Marco Legal, Normas y aplicaciones para el proyecto autor: elaboración propia	25
CAPITULO IV	26
RESULTADOS DE LA EXPERIENCIA	26
EVALUACIÓN DE IMPACTOS	
RECOMENDACIONES.....	28
CONCLUSIONES	29
REFERENCIAS	31

RESUMEN

Se puede evidenciar las diferentes fases planteadas para la creación de este proyecto, dificultades y teorías que son fuentes para identificar la viabilidad del emprendimiento. Al igual se identifica una posibilidad para contribuir con mejorar algunos problemas personales, baja autoestima, depresiones, dificultades laborales e incluso situaciones del entorno de la sociedad como discriminaciones, con este portafolio de perfumes se brindará seguridad a las personas que adquieran los diferentes productos ofertados, los aromas estimulan los sentidos, ayuda con la ansiedad, el estrés y mejora los estados de ánimo, ayudando a mejorar el estado emocional. Dar a conocer los diferentes beneficios que se pueden encontrar con los aceites esenciales y feromonas utilizados en la aromaterapia es uno de los pilares para la creación de este proyecto, teniendo como objetivo principal identificar los factores que inciden en la creación de una Comercializadora de fragancias que ayuden a mejorar aspectos emocionales teniendo como ingrediente base algunos los aceites esenciales utilizados en la aromaterapia.

El objetivo principal de este proyecto es establecer una empresa independiente, especializada en la producción y comercialización de fragancias a base de ingredientes perfumados fuertes, incluidos los ingredientes de aromaterapia para contribuir al control emocional. Los sentimientos y las emociones cambian con el tiempo a diario en la sociedad actual, creando alternativas de trabajo, fácil acceso a productos para todos los ámbitos de la vida; el sistema respiratorio conecta con la memoria emocional del olor, que conserva los hermosos recuerdos de la infancia, para comprender la influencia positiva del perfume en las emociones y en la vida cotidiana, este proyecto tiene como objetivo apoyar a las mujeres de familias líderes o que no pueden vincularse a la producción, generar ingresos como distribuidores, brindar un excelente apoyo en el área emocional, de seguridad y personal.

PALABRAS CLAVE

Aromaterapia

Comercializadora

Mercado objetivo

Desempleo

Estabilidad emocional

Distribuidor

Perfumes

Odorífero

Esencias

ABSTRACT

The different phases proposed for the creation of this project, difficulties and theories that are sources to identify the viability of the venture can be evidenced. Likewise, a possibility is identified to contribute to improving some personal problems, low self-esteem, depression, labor difficulties and even situations in the environment of society such as discrimination, with this portfolio of perfumes security will be provided to people who purchase the different products offered, the aromas stimulate the senses, help with anxiety, stress and improve moods, helping to improve the emotional state. Making known the different benefits that can be found with essential oils and pheromones used in aromatherapy is one of the pillars for the creation of this project, with the main objective of identifying the factors that affect the creation of a fragrance marketer that helps to improve emotional aspects having as a base ingredient some essential oils used in aromatherapy.

The main objective of this project is to establish an independent company, specializing in the production and marketing of fragrances based on strong scented ingredients, including aromatherapy ingredients to support emotional control. Feelings and emotions change over time daily. of today's society, creating work alternatives, easy access to products for all walks of life; in the lacing system there is the emotional memory of the smell, which preserves the beautiful memories of childhood, to understand the positive influence of perfume on emotions and daily life, this project aims to support women from leading families or who cannot be linked to production, generate income as distributors, provide excellent support in the emotional, security and personal area.

KEYWORDS

Aromatherapy

Marketer

Target market

Unemployment

Emotional stability

Distributor

Lotions

Odoriferous

Essences

INTRODUCCIÓN

Elaborar un plan para la creación de una empresa de comercialización de fragancias, con base concentrada de los componentes utilizados en la aromaterapia ayudando a desarrollar el sistema odorífero, ofreciendo un excelente servicio al cliente en la venta de diferentes perfumes en conjunto de elementos utilizados en la aromaterapia para mejorar el control de las emociones de las personas, obteniendo de esta manera mayor rentabilidad y mejor retorno en la inversión.

Teniendo en cuenta la importancia del olor en la vida diaria se ve la necesidad de crear una empresa independiente creando diferentes aromas y perfumes, aprovechando el sentido del olfato, en el mercado actual, comprendiendo las necesidades emocionales de las personas, siendo una herramienta que puede generar estímulos olfativos fundamentales que ayudan a crear diferentes tipos de atracción, mediante los diferentes aromas como cítricos, frutales, aromas dulces y amaderados, para así satisfacer las necesidades básicas y psicológicas de los clientes.

El mercado objetivo es llegar al mayor número de personas, sin distinción de edad, ni distinción socioeconómica, la comercialización del producto estaría disponible para los clientes en puntos propios de ventas, permitiendo la venta a asesores externos quienes podrían vender y promocionar dichos perfumes dando la posibilidad de crear nuevos empleos a personas vulnerables de la sociedad, de esta manera los productos llegarían al mayor número de personas, mejorando las necesidades psicológicas y emocionales de la población.

En la actualidad la sociedad es muy visual y emocional, busca el buen gusto en la presentación de los productos, que sean de excelente calidad y precios cómodos, la tecnología y las nuevas aplicaciones en los celulares ayudan a avanzar en la comercialización de dichos productos sin embargo estas fragancias serían vendidas y promocionadas por personas externas

las cuales se les daría la oportunidad de recibir ingresos desde la comercialización y venta de estos.

Los criterios para la elección de la investigación es ayudar con problemas personales, baja autoestima, depresiones, laborales e incluso situaciones del entorno de la sociedad como discriminaciones, con este portafolio de perfumes se brindara seguridad a las personas que adquieran los diferentes productos ofertados, los aromas estimulan los sentidos, ayuda con la ansiedad, el estrés y mejora los estados de ánimo, ayudando a mejorar el estado emocional, permitiendo un ambiente propio y agradable, más seguro, acompañado de experiencias gracias a las esencias y lo que crean en las personas, permite que se pueda trabajar como distribuidor y que se superen las situaciones presentadas anteriormente en este texto. Además de generar algunas alternativas del empleo en ventas externas, virtuales o en lugar físico.

CAPITULO I

OBJETOS DE LA SISTEMATIZACION

Objetivo principal de la sistematización: El objetivo principal de este proyecto es establecer una empresa independiente, especializada en la producción y comercialización de fragancias a base de ingredientes perfumados fuertes, incluidos los ingredientes de aromaterapia para contribuir al control emocional. Los sentimientos y las emociones cambian con el tiempo a diario en la sociedad actual, creando alternativas de trabajo, fácil acceso a productos para todos los ámbitos de la vida; el sistema respiratorio conecta con la memoria emocional del olor, que conserva los hermosos recuerdos de la infancia, para comprender la influencia positiva del perfume en las emociones y en la vida cotidiana, este proyecto tiene como objetivo apoyar a las mujeres de familias líderes o que no pueden vincularse a la producción, generar ingresos como distribuidores, brindar un excelente apoyo en el área emocional, de seguridad y personal.

Criterios para la elección del objeto: identificar los diferentes factores que pueden ayudar de manera efectiva los problemas personales, baja autoestima, depresiones, laborales e incluso situaciones del entorno de la sociedad como discriminaciones. Creando una comercializadora perfumes brindando con este producto seguridad. Las fragancias estimulan los sentidos, ayuda a combatir la ansiedad, el estrés y mejora el estado anímico, ayuda a mejorar el estado emocional, brinda un ambiente más personal y placentero, más seguro, acompañado de vivencias. Experimenta gracias a las esencias y esto que hacen en el hombre, permitiéndote trabajar como un distribuidor y remediar las situaciones presentadas anteriormente en este texto.

Delimitación del objeto: El mercado objetivo es llegar al mayor número de personas, sin importar edad o diferencias socioeconómicas, la comercialización de los productos será accesible a los clientes en sus propios puntos de venta, permiso de venta para que asesores externos puedan

vender y publicitar dicho. El perfume ofrece la posibilidad de crear nuevos puestos de trabajo para personas vulnerables de la sociedad, de esta forma el producto llegará al mayor número de personas, mejorando las necesidades psicológicas y emocionales de las personas.

Actualmente la sociedad es muy intuitiva y emotiva, buscan el buen gusto en la presentación de los productos, excelente calidad y precios accesibles, nueva tecnología y aplicaciones móviles que ayuden a promover la comercialización de dichos productos sin necesidad de que estas fragancias sean vendidas y promocionadas por personas ajenas que probablemente reciban ingresos de la comercialización y venta de las fragancias.

PREGUNTA DE LA SISTEMATIZACIÓN

Pregunta problema: ¿qué factores inciden en la creación de una comercializadora de fragancias que ayuden a mejorar aspectos emocionales teniendo como ingrediente base algunos los aceites esenciales utilizados en la aromaterapia?



Ilustración 1: Árbol de problemas autor: Elaboración propia

Se crea esta pregunta debido a los factores analizados en la población del sector y las herramientas, (situación económica, personal, familiar, comercio y accesibilidad). Actualmente se encuentran pocas opciones en el mercado para el tipo de producto propuesto en este proyecto, al igual poca renovación de las opciones de perfumería del sector, generando la búsqueda de nuevos productos. Al igual se evidencia un mercado con pocas opciones de nuevos contratos laborales o personas que gracias a su poca experiencia o falta de capacitación no encuentran empleo de forma rápida, es otra de las problemáticas que se evidencian para la creación de esta iniciativa.

Algunos de los paquetes en el mercado de aromaterapia se encuentran en un precio bastante elevado, convirtiéndose en un producto y/o servicio poco accesible para estratos bajos y medios, convirtiéndose como una buena opción la creación de la comercializadora para dar más accesibilidad a los clientes potenciales a este tipo de productos. En el sector de la perfumería se pueden encontrar marcas muy tradicionales que se pueden tornar monótonas, con poca variedad en sus productos o con pocas innovaciones en algunos de los casos son productos muy clásicos con poca evolución.

Con el pasar del tiempo, la economía ha presentado sobresaltos, afectando el ingreso de los colombianos, los factores como la pandemia, las bajas ofertas de empleo y en muchos casos la falta de comercialización de productos, los nuevos avances han generado demandas de consumo que siguen siendo una oportunidad para el estafador que en muchos casos no responden por el envío del producto comprado. Las grandes marcas llegan a comercios que normalmente para brindar la referencia del gusto del consumidor, requieren dejarlo a un precio que para la mayoría de los casos no es accesible y no es rentable para el bolsillo del cliente, la pérdida de la venta y la pérdida de adquisición del producto son los factores más discutidos a la hora de estudiar la comercialización de perfumes, la empresa de producción y comercialización determina que su

puesta en marcha participa eficazmente en una solución con un aporte social en las oportunidades de trabajar y mejorar los estados emocionales que se viven en la sociedad actualmente.

En búsqueda de mejorar y ayudar a los clientes potenciales con los problemas personales, baja autoestima, depresiones e incluso situaciones del entorno de la sociedad como discriminaciones, con este portafolio de perfumes se brindara seguridad a las personas que adquieran los diferentes productos ofertados, los aromas estimulan los sentidos, ayuda con la ansiedad, el estrés y mejora los estados de ánimo, ayudando a mejorar el estado emocional, permitiendo un ambiente propio y agradable, más seguro, acompañado de experiencias gracias a las esencias y lo que crean en las personas.

OBJETIVOS

Objetivo general

Elaborar un plan de trabajo para la creación de una empresa comercializadora de perfumes teniendo como ingredientes principales productos utilizados en la aromaterapia para mejorar algunos aspectos emocionales de los clientes potenciales principalmente en la localidad de Teusaquillo.

Objetivos específicos

Analizar la viabilidad de la creación de la comercializadora de perfumes en la localidad de Teusaquillo, identificando el valor agregado, precio de venta, gastos, costos y la inversión inicial del proyecto para el tercer trimestre del año 2023.

Incentivar a la creación de empleo teniendo como base el portafolio de productos ofertados por la comercializadora, se establecerá un punto de venta físico, virtual y además

asesores externos. 2 empleos nuevos directos en la primera semana de funcionamiento y 3 nuevos empleos externos después de los 3 meses de poner en marcha el proyecto

Divulgar los beneficios que brinda la aromaterapia como opción terapéutica en el manejo de las emociones, sentimientos y actuar de las personas, en este caso mediante el uso de perfumes o lociones en el diario vivir. Después del análisis generado al final de este proyecto culminando el último trimestre del 2023.

JUSTIFICACIÓN

El vínculo entre el olfato y las emociones es muy profundo. Ningún otro sentido tiene la capacidad para actuar tan directamente sobre el ámbito más primitivo de la mente, que es la sede atemporal de nuestros estados de ánimo y nuestras emociones. (Zeck, 2019), la aromaterapia se utiliza desde hace mucho tiempo como una opción terapéutica, que con el pasar del tiempo se a intentado incentivar las emociones y el control de estas, buscando replicar algunos de los beneficios de la aromaterapia se plantea la creación de una comercializadora de perfumes teniendo como base los aceites esenciales de este tipo de terapias, para contribuir con la mejora en el día a día del estado emocional de los clientes potenciales.

Según Zeck El sentido del olfato nos transporta en el tiempo y el espacio, en ese mágico viaje revivimos las experiencias y emociones largo tiempo olvidadas. El aroma de hoy se encuentra en la memoria con el aroma de ayer, sorteando los filtros de la mente consciente y lógica (2019). Los olores son percibidos por todas las personas mediante receptores que se encuentran en las fosas nasales los cuales captan los estímulos odoríferos, viajan a través de un circuito específico al bulbo olfatorio, de allí pasan a las áreas temporales que son las áreas primarias del olfato y finalmente llegan al sistema límbico y el hipocampo estas últimas son las áreas encargadas de regular las emociones y el comportamiento instintivo emocional.

Con el tiempo el avance de las tecnologías, el crecimiento de la población, las nuevas modas y las exigencias en el mercado estético permiten establecer prototipos en la belleza y la apariencia, la población se interesa ampliamente en los perfumes, su calidad y su presentación, hay empresas que se dedican a manejar catálogos de perfumes.

Un habitante promedio, pasa por situaciones de todo tipo, que personalmente crea cambios en los estados de ánimo, pasando por fases de ansiedad, depresión, cansancio, inseguridades e incluso el más llamado estrés, está comprobado por estudios de la aromaterapia, que las esencias o fragancias, ayudan a mejorar el estado emocional a recuperar la energía, la empresa busca comercializar los productos odoríficos y a través de las fragancias, regular las emociones y el comportamiento instintivo emocional, lo cual permitiría impactar de una manera positiva a la comunidad.

En Colombia el hábito de consumo se dice que “un colombiano promedio compra un perfume cada cuatro meses” (Arango, 2019), con el tiempo se busca la mejor inversión, los buenos hábitos de consumo y el buen gusto con la calidad de los productos, no solo estar a la vanguardia es reconocer que se pueden adquirir productos de manera cómoda y sin olvidar la rentabilidad para un negocio como para el cliente. El mercado de la perfumería en el país es muy tradicional con poca innovación en el país, con el valor agregado propuesto en este proyecto se puede tomar gran parte del nicho de mercado del sector.

La empresa consiste en la implementación del sistema de compra de las esencias, para la creación de fragancias propias con precios exequibles permitiendo llegar a todos los mercados de la economía.

El proyecto pretende dar iniciativa, además, de seguimiento de la creación de empresa cumpliendo con los valores y requerimientos actualmente exigidos en el mercado, mano de obra cómoda, practica y fácil de obtener, cumplimiento con servicios como el valor agregado le da la posibilidad al cliente de obtener en su fragancia un toque de feromonas, se oferta el producto en bellos envases con presentaciones de diferentes tamaños los cuales sean fáciles de llevar a cualquier lugar.

DISEÑO METODOLÓGICO

TIPO DE INVESTIGACION

Para el método de investigación científica utilizado en una línea de innovaciones sociales y productivas, con una medición cuantitativa Descriptiva del mercado del sector, teniendo en cuenta el número de habitantes de la localidad y realizando estimaciones con los resultados por el auge digital y los datos estadísticos de estudios del producto, trabajando de la mano con el plan del negocio de la perfumería, la estrategia financiera y la organización para ejecutar el proyecto.

METODO DE INESTIGACION

Las variables abordadas en la organización del proyecto permiten evaluar el procedimiento de ejecución de un plan de trabajo para las personas con pocas o nulas oportunidades de vinculación laboral, así como le proceso para aplicarse, dando pautas de direccionamiento como oportunidad de trabajo como distribuidor de un producto, elaborable, comercialmente accesible y de buena distribución.

Para la propuesta se tienen en cuenta las necesidades del negocio en la sociedad y la población del sector, el avance del producto y la actividad comercial en el mercado de los perfumes. Teniendo como principal trabajo el exponer los recursos, elaboración de fragancias con esencias diluidas en un alcohol especial con antioxidantes, en una presentación en frascos de

diferentes tamaños, con empaque de bolsas decoradas que permiten optimizar y reciclar el frasco ya que es diseñado con una tapa rosca tipo spray, se comercializarían las diferentes fragancias propios los cuales serían elaborados según los gustos de cada cliente, permitiendo satisfacer las necesidades de cada cliente.

TECNICA DE RECOLECCION E INSTRUMENTOS

Se utilizará el enlace de la encuesta que genera Google a partir del correo electrónico, se comparte la población reclutada y referenciada para recopilar información, luego los datos serán analizados por Office y así crear un gráfico por objetivo.

Para determinar los resultados se realizarán tablas con los resultados obtenidos de las encuestas vía Excel, para analizarlos, organizarlos y presentar la información de forma clara al lector del proyecto. analizar información para ilustrar datos informativos y relacionarlos con los objetivos comerciales previstos.

Es necesaria la planificación, con el fin de conocer los requerimientos de las personas o consumidores, definiendo la investigación de mercado de acuerdo con los resultados analizados en la muestra estadística de 100 personas y sus respuestas. Trabajar en la estructura, permitiendo construir el plan de desarrollo del proyecto en base a los requerimientos del mercado, permitiendo recolectar información auténtica y confiable con información obtenida de los clientes potenciales que dieron sus aportes.

El seguimiento de la programación prevista para el desarrollo de lo planeado, argumentando en tipos la estructura organizacional y el cumplimiento de esta etapa, comprobando su efectividad en la ejecución. La entrega y cierre de su puesta en marcha, los

resultados e implementación en el sector objetivo del proyecto, así como sus viabilidades de estructura aplicada al mercado.

VARIABLES DE REOCLECCION DE DATOS

Para la recolección de los datos, fuentes como información estadística del DANE, información del sitio oficial de la localidad de Teusaquillo, datos de información de la Alcaldía de Bogotá, Secretaría de Planificación Departamental, el registro de información del tema, Páginas de datos de perfumes y compras, con apoyo de la Cámara de Comercio de Bogotá. Comercio. Se realizarán encuestas web de Google a 100 personas de los estratos socioeconómicos 1, 2, 3 y 4 de la ciudad de Bogotá con ingresos económicos básicos, para estudiar niveles de compra, preferencias, accesibilidad y gustos de productos.

CAPITULO II

DESCRIPCIÓN DE LA EXPERENCIA

Con la estructuración de la sistematización se evidencian los aportes conceptuales que puede aportar al proyecto los diferentes beneficios que tienen los procesos de aromaterapia en la sociedad, al igual es importante resaltar el aporte en buscar los diferentes factores que pueden afectar la creación de una comercializadora de productos. Se ponen en práctica los diferentes conocimientos financieros al crear un simulador para las diferentes fases planteadas en la creación de la comercializadora, capital e inversión, costos y gastos, al igual se entregan diferentes indicadores financieros para tener como apoyo en la toma de decisiones de esta innovación.

Es importante interpretar que las opciones de crear y emprender que tiene la sociedad, está permitiendo que las personas con problemas financieras creen la capacidad de relacionarse y

generar planes de negocio para emprender, la innovación productiva de la sistematización que se relaciona en este escrito, ayuda a comprender que no depende únicamente de una Gerencia de Proyectos, es más que se contemple en una creación buscando argumentos que permitan beneficiar a una persona en una circunstancia y lograr llegar con ese aporte de negocio independiente ayudar a otros, esa es la experiencia más importante y aquí presente.

Con lo anterior es importante resaltar que es una experiencia enriquecedora por las diferentes investigaciones que se tuvieron en cuenta para la creación de este documento, al igual se pusieron en práctica los diferentes conocimientos que se obtuvieron en los diferentes espacios de la especialización en gerencia de proyectos, además de fortalecer las bases obtenidas en el pregrado en administración financiera.

ANTECEDENTES

Un olor en concreto puede desencadenar recuerdos que haya que observar desde una perspectiva distinta, la sutil cualidad de un aceite esencial o esencia puede penetrar en un área de la conciencia que haya quedado fija o limitada. La forma en la que nos relacionamos con un aceite esencial concreto se produce en función de nuestra fisiología, nuestras experiencias y nuestro sistema de valores. “Mediante estas íntimas conexiones con la mente primitiva e influyendo en las energías más sutiles, la aromaterapia genera un efecto muy positivo y beneficioso que alivia el estrés y salvaguarda el bienestar emocional” (Zeck, 2019)

El uso de la esencia se remonta desde el principio de las civilizaciones, con las plantas aromáticas, para usarse en terapia, belleza o para la preparación de alimentos; durante la época según los escritos cuando llegó la peste, el cólera y demás epidemias, los perfumistas que trabajaban con los aceites esenciales, fueron los menos afectados por las enfermedades, demostrando las propiedades antisépticas.

La perfumería data sus orígenes en la Edad de Piedra, cuando los hombres quemaban maderas aromáticas para complacer con humo a sus divinidades. Pueblos como el egipcio, los mesopotámicos y los griegos convertían en auténticos rituales el hecho mismo de perfumarse. El Imperio Romano fue fundamental para la difusión del uso del perfume por los vastos territorios que dominaba, en los que impuso sus costumbres. Más tarde, en el mundo islámico, en las cortes de califas y príncipes, merced al comercio caravanero, se propagan las nuevas esencias por el ámbito mediterráneo, alcanzando la Península Ibérica. Luego durante la Edad Media los Cruzados trajeron de Oriente materias primas y las primeras técnicas de perfumería. Ya en el Renacimiento llegados de España, y sobre todo de Italia con los Médicis, los perfumistas extranjeros se instalan en París y los guantes perfumados invaden Francia y otros países. (González Minero, 2017)

La evolución del perfume se trajo de Oriente materias primas y nuevas técnicas en la perfumería, los alquimistas de Europa descubren el alcohol etílico y la destilación, se implementan creencias curativas y desinfectantes, aplicados en las epidemias, convirtiéndose en un elemento en las condiciones de vida. En la sociedad ya es común el uso de fragancias adaptadas al gusto del individuo siendo parte de su uso diario siendo este, el factor importante para trabajar en su comercialización.

Las empresas de perfumes han desarrollado técnicas de elaboración y distribución óptimas como la prueba olfativa se realiza en un lugar tranquilo, inodoro, con aire templado y humedad natural, conseguir una concentración perfecta se requiere paz y soledad, es difícil oler una sustancia en un aire excesivamente frío o seco por eso el ambiente en el que se elabora debe ser el más adecuado.

Durante la pandemia la industria de las fragancias fue esencial, de acuerdo con mediciones realizadas en la industria, demostrando su respaldo en las necesidades emocionales en la sociedad, cuidado personal y del hogar.

El desarrollo del proyecto contribuye el aporte al empleo sustentado a través de la creación de empresa de comercialización de fragancias en base concentrada del componente odorífero, esta actividad genera buenas ganancias y su desarrollo tiene auge en la población, es de rápida comercialización y buena accesibilidad de los insumos en el mercado. La comercialización de fragancias en base concentrada del componente odorífero es un negocio que, con el tiempo, crece en un mercado en el que la sociedad se ha desarrollado dentro de una psicología del olor y las respuestas humanas en gusto y buena percepción.

La evolución del perfume se trajo de Oriente materias primas y nuevas técnicas en la perfumería, los alquimistas de Europa descubren el alcohol etílico y la destilación, se implementan creencias curativas y desinfectantes, aplicados en las epidemias, convirtiéndose en un elemento en las condiciones de vida. En la sociedad ya es común el uso de fragancias adaptadas al gusto del individuo siendo parte de su uso diario siendo este, el factor importante para trabajar en su comercialización.

Las empresas de perfumes han desarrollado técnicas de elaboración y distribución óptimas como la prueba olfativa se realiza en un lugar tranquilo, inodoro, con aire templado y humedad natural, conseguir una concentración perfecta se requiere paz y soledad, es difícil oler una sustancia en un aire excesivamente frío o seco por eso el ambiente en el que se elabora debe ser el más adecuado.

CAPITULO III

APORTES CONCEPTUALES

Comercializadora: la razón de ser de una empresa comercializadora es mercadear un producto y/o servicio ya existente o manufacturado. la comercializadora se encarga de dar las condiciones y organización a un producto y/o servicio para su venta al público.

Aromaterapia: La aromaterapia consiste en el uso médico emocional de esencias o aceites esenciales, componentes presentes en ciertas plantas que se caracteriza por su olor penetrante. Se trata de una técnica que suele incluirse dentro de la medicina alternativa para el manejo de las emociones, el estrés y despertar recuerdos a corto, mediano y largo plazo.

Perfume: es una mezcla de esencias aromáticas, alcohol y un fijador, utilizado para proporcionar un agradable y duradero aroma a diferentes objetos, pero, principalmente al cuerpo humano.

Compuestos Odoríferos: son sustancias químicas volátiles transportados por el aire, Algunos objetos aromáticos liberan a la atmosfera pequeñas moléculas que percibimos al inspirar. Estas moléculas alcanzan la mucosa olfativa, donde se encuentran los receptores químicos del olfato.

MARCO GEOGRAFICO

Esta población pertenece a la UPZ 101 Localidad de Teusaquillo #13, La Localidad de Teusaquillo limita al norte con la calle 63, que la separa de la localidad de Barrios Unidos, al Oriente llega hasta la avenida Caracas, que la separan de las localidades de Teusaquillo y Santafé. Al sur, por la diagonal 22, la Avenida Eldorado y la Avenida Las Américas, los barrios de esta

localidad son Galerías, Teusaquillo, Parque Simón Bolívar, La Esmeralda, Quinta Paredes y Ciudad Salitre Oriental, el negocio estará ubicado en el barrio Galerías.



Ilustración 2 : Mapa Cultural de Teusaquillo UPZ 101 autor: Google maps

MARCO TEMPORAL

Identificación del Proyecto: la primera presentación de la justificación, problemática y los planteamientos generados primer mes y continua en proceso hasta que inicie la ejecución de acuerdo con el cronograma.

Planificación: En este se presenta los Objetivos y los relacionados a cada una de las problemáticas se establece al tercer mes de la mano con la ejecución

Ejecución: El valor real siempre estará desde el inicio y se planea al 5to mes

Control y seguimiento: Es de vital importancia en el proceso proyectado hasta el 7mo mes cumpliendo con lo proyectado en la estructura y planificación del tiempo.

Cierre del proyecto: Se presentarán los resultados de la puesta en marcha, así como las correcciones en el proceso en seguimiento, estableciendo los resultados del mercado analizado.

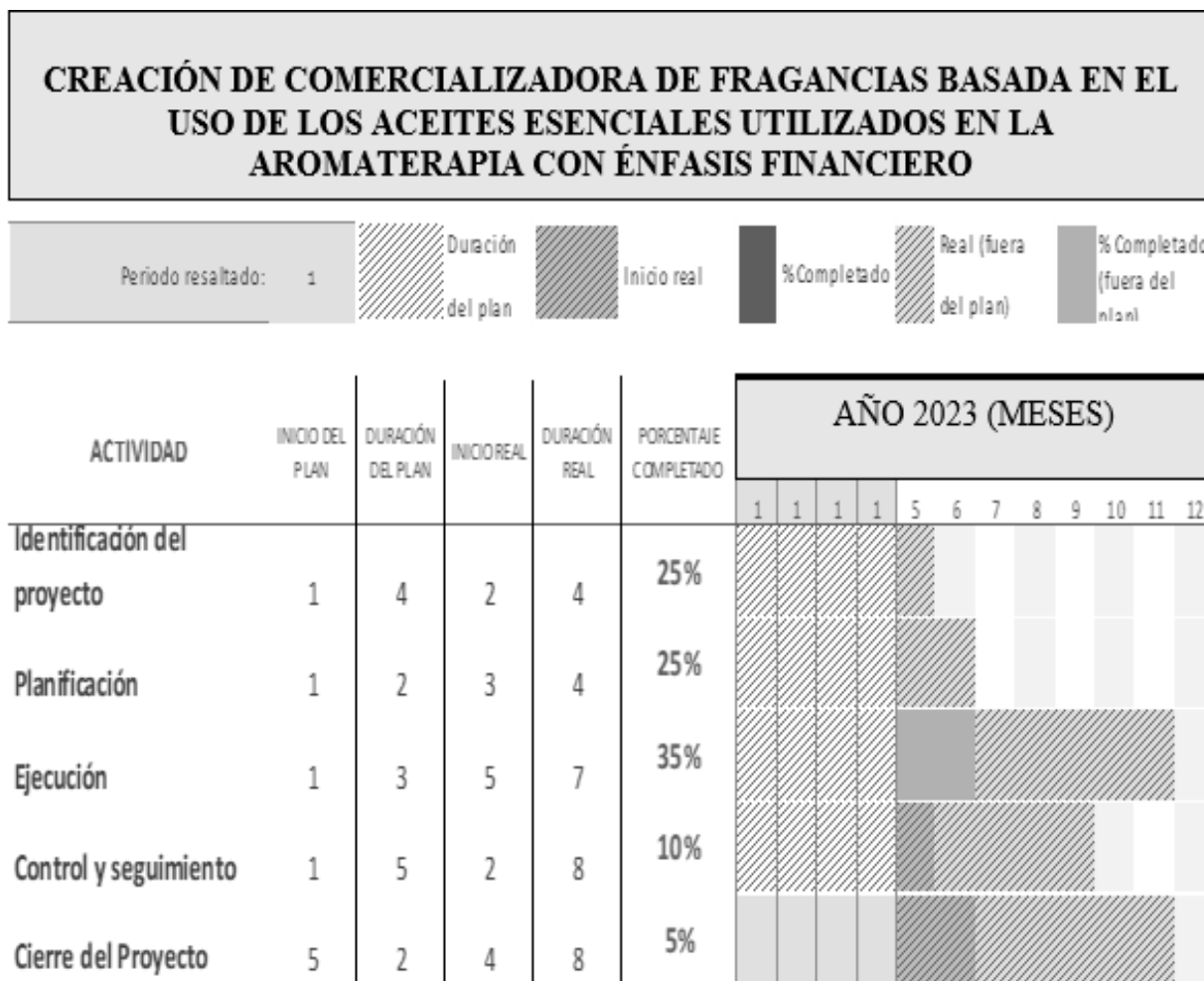


Ilustración 3: Imagen de la Duración de las fases del proyecto Autor: elaboración propia

MARCO LEGAL

Este proyecto considera varios factores legales establecidos para la conformación del emprendimiento, importantes a considerar en la puesta en marcha con las aplicaciones del comercio.

NORMA	APLICACIÓN
Constitución política de Colombia segunda edición corregida de la Constitución Política de Colombia, publicada en la Gaceta Constitucional No. 116 de 20 de julio de 1991 Artículo 26 Toda persona es libre de escoger profesión u oficio.	Principalmente lo aplicamos teniendo en cuenta que los comerciantes eligen su profesión libremente como se ha establecido en la ley, para ello la creación de un local y su oficio de trabajo
Constitución política de Colombia segunda edición corregida de la Constitución Política de Colombia, publicada en la Gaceta Constitucional No. 116 de 20 de julio de 1991 Artículo 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.	La empresa escoge la actividad económica enfocada a el desarrollo de la comercialización así mismo debe incurrir con parametros establecidos para su constitución
Código de Comercio de Colombia, Decreto 410 de 1971, LIBRO PRIMERO Título I De los comerciantes Capítulo I Calificación de los comerciantes, Art. 10. Comerciantes. Concepto. Calidad. La calidad de comerciante se adquiere aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona.	Se tiene que cumplir con el registro del representante legal según lo establecido, así como el correcto cumplimiento de la actividad económica establecida por el tipo de negocio de productos ecogido
Cámara de Comercio de Bogotá. Código CIU. Actividad Económica 4645 Comercio al por mayor de productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador	Aplicado a la comercialización al por mayor de artículos de perfumería y al empaque de dichos productos realizados por cuenta propia.
Código Sustantivo del Trabajo ordenada por el artículo 46 del Decreto Ley 3743 de 1950, la cual fue publicada en el Diario Oficial No 27.622, del 7 de junio de 1951, compilando los Decretos 2663 y 3743 de 1950 y 905 de 1951. Artículo 11	Por el derecho al trabajo, la libertad a escoger su oficio y profesión, teniendo en cuenta el negocio independiente y su creación para el libre desarrollo
Decreto 612 - Abril 5 Invima. Se reglamenta parcialmente el régimen de registros sanitarios automáticos o inmediatos (INVIMA, 2009).	El cumplimiento de tener en los productos el debido registro Invima así como el seguimiento de la calidad establecida en la operación del producto
Resolución 003774 - Noviembre 10/2004 Ministerio de Protección Social Se adopta la Norma Técnica Armonizada de Buenas Prácticas de Manufactura Cosmética y la Guía de Verificación de Buenas Prácticas de Manufactura Cosmética (Ministerio de Protección Social, 2004)	Durante el proceso del manejo de la empresa se va a comercializar un producto con intermediación propia se establecen y se deben cumplir las normas de la buena práctica

Ilustración 4. Marco Legal, Normas y aplicaciones para el proyecto autor: elaboración propia

CAPITULO IV

RESULTADOS DE LA EXPERIENCIA

A lo largo de la búsqueda de elementos para la construcción de la sistematización, se presentaron algunas dificultades para obtener información ya que no se evidencian investigaciones similares en las diferentes fuentes de información. Esto llevó a la necesidad de usar otras herramientas metodológicas para encontrar fuentes desde las experiencias vividas por profesionales como aporte al desarrollo de la investigación y enfoque del presente trabajo de grado. A partir del papel de los futuros especialistas en Gerencia de proyectos, está claro que hay mucho margen para ayudar a la población en la ciudad de Bogotá y el municipio de Soacha desde la enfoque social e innovación. Permitiendo diseñar muchos otros proyectos y estrategias para contribuir a la estructuración de planes enfocados a esta población.

Con la estructuración de la sistematización se evidencian los aportes conceptuales que puede aportar al proyecto los diferentes beneficios que tienen los procesos de aromaterapia en la sociedad, al igual es importante resaltar el aporte en buscar los diferentes factores que pueden afectar la creación de una comercializadora de productos. Se ponen en práctica los diferentes conocimientos financieros al crear un simulador para las diferentes fases planteadas en la creación de la comercializadora, capital e inversión, costos y gastos, al igual se entregan diferentes indicadores financieros para tener como apoyo en la toma de decisiones de esta innovación.

Dado lo anterior, es importante resaltar que fue una experiencia enriquecedora debido a las diversas investigaciones que se tomaron en cuenta para la elaboración de este documento, así como a los diversos conocimientos adquiridos en las distintas áreas de especialización en

gerencia de proyectos. además de fortalecer la base obtenida en el pregrado en administración financiera

EVALUACIÓN DE IMPACTOS

Se establece un simulador financiero para la comercializadora de fragancias que gracias a sus componentes pueden ayudar emocionalmente a la persona que se aplica este producto, se presentan 4 presentaciones para el mercado objetivo; fragancias de 30 ml, 60 ml, 80 ml y 100 ml. Con una participación en el mercado objetivo del 0.01% se evidencia que esta empresa puede crecer orgánicamente en un plazo de 5 años, en donde en el primer año se generaría un flujo de efectivo neto superior a \$7.000.000 y en el segundo año por arriba de lo \$13.000.000, estos dineros se pueden utilizar para generar una reinversión o fortalecer el proyecto con inyectar un poco más de dinero, al igual estos dineros se pueden utilizar para cubrir la deuda inicial adquirida con el banco BBVA por \$15.000.000 y así ahorrar un poco más de dinero pagando menos intereses. Al igual esta ventaja de liquidez se puede aprovechar en no subir el valor de los productos ofertados y ampliar la participación en el mercado. Se denota que la empresa desde el primer año presenta una liquidez positiva, este proyecto tendría la capacidad financiera de convertir sus activos de la inversión inicial rápidamente en efectivo y crear un colchón para crisis futuras o la búsqueda de nuevas innovaciones en el mercado.

Con la proyección de ventas planteada, los costos y gastos de producción bien detallados se evidencia que la empresa tiene solvencia financiera ascendente desde el primer año de funcionamiento, demostrando que la organización puede cumplir con todas obligaciones con sus proveedores, empleados y tributarias. Teniendo como base el estudio de mercado generado se plantea que el producto vaca para la empresa o que más venta se pueden generar es la presentación de 30 ml, al igual se evidencia que el producto estrella puede ser la presentación de

80 ml, ya que es un artículo que genera un buen impacto en el mercado objetivo planteado y además genera buena rentabilidad para la organización. Inicialmente se plantean unos gastos y costos un poco elevados lo cual influye a aumentar el precio de venta. Se recomienda buscar opciones para bajar el valor de los servicios planteados y la búsqueda de rebajas en la materia prima sin disminuir la calidad de estos mismos.

Se plantea una TIR al final del ejercicio del 31%, dando a conocer que el proyecto tiene una tasa de retorno de la inversión positiva, este porcentaje no da a conocer que la empresa es viable para generar la inversión inicial planteada, este porcentaje se encuentra en la media del sector económico en el que se encuentra. Al igual se puede buscar mejorar este porcentaje para que el proyecto sea mucho mas rentable y llamativo para los inversionistas iniciales, aumentando el presupuesto de ventas o disminuyendo algunos de los costos de producción se podría alcanzar una TIR superior al 35%. El aumento de la tasa interna de retorno es importante ya que actualmente la inflación en el país se encuentra bastante alta y afecta directamente a la organización en la compra de insumos. Se debe plantear una buena estrategia de publicidad digital ya que se puede aportar un poco mas de capital en este rublo para mejorar las ventas, se recomienda apoyar las ventas físicas con las ventas online ya que se puede captar una mayor participación en el mercado. A pesar de que el impuesto a la renta planteado está bastante elevado el presupuesto de la organización puede cubrir este rublo de buena manera sin afectar de manera significativa a la empresa.

RECOMENDACIONES

Se establece un simulador financiero con el propósito de identificar los factores a tener en cuenta desde la adquisición del capital inicial, estructuración de los costos y gastos, valor de producción y venta, pronósticos de producción y ventas, al igual que indicadores financieros. Se

recomienda utilizar de manera adecuada los datos y análisis obtenidos con esta herramienta. En el siguiente link se encuentran todos los datos que se tuvieron en cuenta para la creación de la herramienta, al igual que los resultados y análisis de los mismos para apoyar en la toma de decisiones de la creación de la innovación.

<C:\Users\jonat\OneDrive\Documents\EVALUACION DE PROYECTOS\ESTRUCTURA FINANCIERA.xls>

Al igual se recomienda crear una empresa con un tipo de sociedad SAS, inicialmente con 3 socios los cuales tendrán un aporte en partes iguales de \$5,000,000 c/u y el restante será mediante crédito empresarial con el banco BBVA, se recomienda este tipo de sociedad por las siguientes características; Se crea fácilmente solamente basta con una firma en documento privado, no se requiere escritura pública. Para posibles cambios se debe radicar un acta ante la cámara y comercio, sin ningún protocolo. Puede crear la empresa con revisor fiscal o junta directiva y ninguno de los dos es obligatorio. Se puede tener varios accionistas o socios quienes responderán hasta el monto de sus aportes es decir el patrimonio personal de cada socio será protegido.

CONCLUSIONES

El objetivo principal de este proyecto es establecer una empresa independiente, especializada en la producción y comercialización de fragancias a base de ingredientes perfumados fuertes, incluidos los ingredientes de aromaterapia para contribuir al control emocional. El sistema respiratorio conecta con la memoria emocional del olor, que conserva los hermosos recuerdos de la infancia, para comprender la influencia positiva del perfume en las emociones y en la vida cotidiana. Evidencian un gran nicho de mercado para poder tomar una parte del segmento con la innovación de este proyecto.

El mercado objetivo es llegar al mayor número de personas, sin distinción de edad, ni distinción socioeconómica, la comercialización del producto estaría disponible para los clientes en puntos propios de ventas, permitiendo la venta a asesores externos quienes podrían vender y promocionar dichos perfumes dando la posibilidad de crear nuevos empleos a personas vulnerables de la sociedad, de esta manera los productos llegarían al mayor número de personas, mejorando las necesidades psicológicas y emocionales de la población.

Con la estructuración de la sistematización se evidencian los aportes conceptuales que puede aportar al proyecto los diferentes beneficios que tienen los procesos de aromaterapia en la sociedad, al igual es importante resaltar el aporte en buscar los diferentes factores que pueden afectar la creación de una comercializadora de productos. Se ponen en práctica los diferentes conocimientos financieros al crear un simulador para las diferentes fases planteadas en la creación de la comercializadora, capital e inversión, costos y gastos, al igual se entregan diferentes indicadores financieros para tener como apoyo en la toma de decisiones de esta innovación.

REFERENCIAS

- Alcaldía Mayor de Bogotá D.C., *Alcaldía Local de Teusaquillo*, (Mi localidad, mapas)
- Ardila, D & Fajardo, S (2023). *Creación de empresa de comercialización de fragancias en base concentrada del componente odorífero Agua de loto*. Corporación universitaria minuto de dios
- Arango M. T. (2019). “*un colombiano promedio compra un perfume cada cuatro meses*”
Diario La República.
- Babayan, N. (2012). *Análisis económico-financiero de la empresa valenciana perfumería Francisco Prieto Sl Y propuestas de mejora* (Doctoral dissertation, Universidad Politécnica de València).
- Bandera, N. G. (2000). *Iconografía femenina y publicidad de perfumes*. *Boletín de arte*, (21), 365-394.
- Boscán, J. P., & Mendoza, M. I. (2004). *Análisis semiótico de la publicidad de perfumes*. *Opción*, 20(45), 47-58.
- Código de Comercio de Colombia 1971
- Código Sustantivo del Trabajo 1951
- Constitución Política de Colombia 1991
- Fajardo, S. Ardila, D. (2023). *Creación de empresa de comercialización de fragancias en base concentrada del componente odorífero agua de loto*. (Sistematización). Corporación Universitaria Minuto de Dios, Soacha - Colombia
- Invima 209, Decreto 2019 - enero 30/1998

Ministerio de Protección Social, 2004

Narros González, M. J. (2007). *Segmentación de mercados de consumo con criterios relacionales: aplicación a la compra de alimentación en hipermercados.*

Ley 1562 de 2012 Reforma Salud ocupacional y Ley 100 de 1993

Leydi, N. N., & Leydi, N. N. (2022). *Consumo y sustitución de Cosméticos farmacéuticos por naturales: Caso de estudio del personal adscrito al PJEC.*

Pérez Alonso, M. W. (2008). *Historia de un empresario inmigrante en Colombia-Akrem Hachem (1946-2007).*

Ramírez Montes, P. (2021). *Análisis de la evolución de la creatividad en la publicidad de perfumes de lujo para mujeres.*

Vainstoc, M. V. (2003). *El diseño de envases de perfumes desde la retórica de lo visual* (Doctoral dissertation, Universidad de Belgrano. Facultad de Arquitectura y Urbanismo.).

Valbuena Mayo, N. (2014). *Análisis gestual y sociocultural en relación al género en la publicidad de perfumes del siglo XXI.*

Viancha Linares, N. (2019) *Desarrollo de la línea de fragancias en perfumería fina de la línea negocios belmay en el mercado nacional de la industria cosmética colombiana* (Doctoral dissertation).

Zeck, R. (2019). *Aromaterapia para la curación (Bicolor)*. Paidotribo.