

VIABILIDAD COMERCIALIZACION ACEITES NATURALES



Viabilidad Comercialización Aceites Naturales para aliviar la resequedad en la piel en pacientes
en quimioterapia

Karim Rocío Guayara Pulido

Johanna Alexandra Granados Triana

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría UNIMINUTO Bogotá Virtual y Distancia

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

Mayo 2021

VIABILIDAD COMERCIALIZACION ACEITES NATURALES

Viabilidad Comercialización Aceites Naturales para aliviar la resequedad en la piel en pacientes en quimioterapia

Karim Rocío Guayara Pulido

Johanna Alexandra Granados Triana

Trabajo de Grado Presentado como requisito para optar al título de Especialista en Gerencia de Proyectos

Asesor(a)

Mauricio García Alejo

Doctor en Ciencias Económicas

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría UNIMINUTO Bogotá Virtual y Distancia

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

Mayo 2021

Dedicatoria

Dedico este trabajo a Dios, quien me ha permitido llegar a cumplir este reto profesional, a mi Familia por el carisma, el amor y la paciencia que han tenido para cumplir este sueño, a cada uno de los Docentes que nos han forjado con pautas y enseñanzas diarias y que de una u otra manera han aportado a nuestro conocimiento, ese que hoy me lleva a sentirme orgullosa de a donde he llegado.

Johanna Alexandra Granados Triana

A mis padres, quienes me han amado incondicionalmente y han sido mis mentores y fortaleza, a mis hermanos, por ser mis compañeros de vida y quienes me inspiran a ser un mejor ejemplo para ello. A los docentes, por sus enseñanzas y a mi compañera, porque fue mi apoyo durante el curso de la Especialización.

Karim Rocio Guayara Pulido

Tabla de Contenido

Lista de tablas	7
Lista de figuras	8
Resumen	9
Abstract.....	10
Introducción.....	11
1. Naturaleza y dimensión del tema de estudio	12
1.1. Problema	12
1.2. Formulación del Problema	12
2. Objetivos del estudio	14
2.1. Objetivo General	14
2.2. Objetivos Específicos	14
3. Justificación y Alcance	15
3.1. Justificación	15
Relación con la línea de investigación institucional.....	16
3.2. Alcance	17
4. Revisión de literatura.....	17
4.1. Antecedentes Históricos.....	17
5. Diseño Metodológico.....	20
5.1. Tipo de estudio	20
5.2. Instrumentos	22
5.3. Procedimientos.....	22
6. Resultados.....	22
6.1. Estudio de mercados y comercialización.....	22
6.1.1. Descripción del proyecto.....	22
6.1.2. Descripción del bien o servicio que ofertará el proyecto.....	23
6.1.3. Generalidades del sector donde pertenece el proyecto	24
6.1.4. Participación del sector donde pertenece el proyecto en el PIB nacional.....	25
6.1.5. Estadísticas del sector	26
6.2. Estructura actual del mercado local de la empresa.....	26

VIABILIDAD COMERCIALIZACION ACEITES NATURALES

6.3.	Mercado proveedor.....	27
6.4.	Mercado Distribuidor	27
7.	Análisis de la Demanda.....	28
7.1.	Productos Sustitutos y productos Complementarios	28
7.2.	Comportamientos de precios Vs. Comportamiento de la demanda	28
7.3.	Demanda Potencial	29
8.	Mercado Objetivo	30
8.1.	Perfil del consumidor	30
9.	Análisis de la oferta.....	31
9.1.	Análisis de la oferta	31
9.2.	Factores que determinan la oferta.....	31
9.3.	Estrategias de ventas de la competencia	32
9.4.	Mezcla de marketing	33
9.5.	Plaza	35
9.6.	Promoción	35
9.7.	Precio.....	36
10.	Encuesta.....	37
10.1.	Presentación del documento aplicado	37
10.2.	Análisis de la información obtenida	39
11.	Aspectos Técnicos y de Ingeniería	49
11.1.	Macro localización.....	49
11.2.	Micro Localización	50
11.3.	Maquinaria y equipo	53
11.4.	Distribución de planta	57
12.	Aspectos Legales y Estructura Organizacional	58
12.1.	Aspectos Legales.....	58
13.	Estructura organizacional	59
13.1.	Balance de personal requerido en el proyecto.....	60
14.	Presupuesto de capital de trabajo requerido en el proyecto	60
14.1.	Definición de la inversión inicial para el funcionamiento del proyecto	61
14.2.	Balance Inicial del proyecto.....	63
	Conclusiones.....	64

VIABILIDAD COMERCIALIZACION ACEITES NATURALES

Recomendaciones..... 65
Referencias 66

VIABILIDAD COMERCIALIZACION ACEITES NATURALES

Lista de tablas

Tabla 1: Análisis de oferta	página 33
Tabla 2: Estrategia de promoción	página 35
Tabla 3: Método de elección de precio	página 36
Tabla 4: Respuestas pregunta 1 de la encuesta	página 40
Tabla 5: Respuestas pregunta 2 de la encuesta	página 41
Tabla 6: Respuestas pregunta 3 de la encuesta	página 43
Tabla 7: Respuestas pregunta 4 de la encuesta	página 44
Tabla 8: Respuestas pregunta 5 de la encuesta	página 45
Tabla 9: Respuestas pregunta 6 de la encuesta	página 46
Tabla 10: Respuestas pregunta 7 de la encuesta	página 47
Tabla 11: Respuestas pregunta 8 de la encuesta	página 48
Tabla 12: Normas aplicables	página 58
Tabla 13: Balance del personal	página 60
Tabla 14: Estimación del capital de trabajo	página 61
Tabla 15: Inversión administrativa inicial	página 62
Tabla 16: Balance general	página 63

VIABILIDAD COMERCIALIZACION ACEITES NATURALES

Lista de figuras

Figura 1: Respuestas pregunta 1 de la encuesta	página 41
Figura 2: Respuestas pregunta 2 de la encuesta	página 42
Figura 3: Respuestas pregunta 3 de la encuesta	página 43
Figura 4: Respuestas pregunta 4 de la encuesta	página 44
Figura 5: Respuestas pregunta 5 de la encuesta	página 45
Figura 6: Respuestas pregunta 6 de la encuesta	página 46
Figura 7: Respuestas pregunta 7 de la encuesta	página 48
Figura 8: Respuestas pregunta 8 de la encuesta	página 49
Figura 9: Localización localidad mercado demanda	página 50
Figura 10: Diagrama de procesos	página 52
Figura 11: Planta oficina	página 57
Figura 12: Organigrama	página 59

VIABILIDAD COMERCIALIZACION ACEITES NATURALES

Resumen

El proyecto muestra una investigación sobre cómo lograr la comercialización de aceites naturales y vegetales, que sirvan para mitigar la resequedad en la piel causada por los medicamentos fuertes en la quimioterapia, ya que estos aceites al entrar en contacto con la piel ayudan a mejorar la resequedad y el dolor muscular. Este producto para ser usado por los pacientes con Cáncer debe contar con el previo aval del médico oncológico tratante, ya que, por recomendaciones médicas, no es confiable el uso de cualquier producto en pacientes con Cáncer.

El uso de los aceites naturales y vegetales debe ser a través de masajes que brinden al paciente relajación y alivio, favoreciendo su nivel de estrés y el dolor posterior a las sesiones de quimioterapia, ya que son tratados con medicamentos fuertes que desfavorecen la estabilidad mental y emocional del paciente. Pensamos en este proyecto, ya que en la actualidad las alternativas ofrecidas por el área de Salud en nuestro país, para aliviar efectos secundarios de un tratamiento como la quimioterapia son pocas, y es importante dar a conocer esta opción, ya que estos aceites al ser naturales generan en el paciente una vida más llevadera, estimulando su sistema linfático e inmune, y reduciendo la inflamación del cuerpo, aliviando dolores y mejorando su bienestar emocional. (Instituto Nacional del Cáncer, 2015).

VIABILIDAD COMERCIALIZACION ACEITES NATURALES

Abstract

The project shows an investigation on how to achieve the commercialization of natural and vegetable oils, that could work to mitigate the dryness in the skin caused by strong drugs in chemotherapy, since these oils when in contact with the skin help to improve dryness and muscle pain. In order to be used by Cancer patients, this product must have the prior approval of the treating cancer doctor, since, due to medical recommendations, the use of any product in Cancer patients is not reliable.

The use of natural and vegetable oils should be through massages that provide the patient with relaxation and relief, favoring their stress level and pain after chemotherapy sessions, as they are treated with strong medications that impair mental stability and emotional patient. We thought about this project, since currently the alternatives offered by the Health area in our country to alleviate side effects of a treatment such as chemotherapy are few, and it is important to publicize this option, since these oils are Naturals generate a more bearable life in the patient, stimulating their lymphatic and immune systems, and reducing inflammation in the body, relieving pain and improving their emotional well-being. (National Cancer Institute, 2015).

Keywords: Natural oils, alternative treatment, pain relief

Introducción

Este tratamiento para el dolor causado por la quimioterapia en pacientes con Cáncer, se basa en un enfoque unidimensional, con los protocolos ya preestablecidos por médicos y enfocados únicamente en la disminución de la resequedad de la piel y el dolor que experimentan estas personas. De acuerdo a lo anterior, se evidencia la necesidad de buscar una alternativa natural, que pueda lidiar con los efectos secundarios de la quimioterapia, ya que estos agentes químicos y farmacéuticos, causan malestar general, resequedad en la piel y dolor muscular, desmejorando la calidad de vida e interfiriendo a la vez, en el tratamiento médico.

Este proyecto surge con el fin de investigar la posibilidad de comercializar aceites naturales y vegetales, con el objetivo de aliviar los efectos secundarios generados por el tratamiento de la quimioterapia, reduciendo el ardor y resequedad en la en la piel, con un previo aval del médico tratante; ya que estos pacientes no son aptos para usar cualquier producto, sin importar si son naturales.

En la actualidad son pocas las alternativas que ofrecen las entidades de Salud de nuestro País, para el alivio de los efectos secundarios causados por medicamentos utilizados en estos tratamientos; por lo tanto, con el uso de los aceites, buscamos que el paciente tenga una mejor calidad de vida, ayudando a estimular su sistema linfático e inmune, reduciendo la inflamación del cuerpo, aliviando dolores y mejorando su bienestar emocional, por medio de masajes relajantes con los aceites naturales.

1. Naturaleza y dimensión del tema de estudio

1.1.Problema

Teniendo en cuenta la resequedad en la piel y el ardor que experimentan los pacientes a los que se les practica la quimioterapia, se identifica la necesidad de métodos alternativos para el manejo de los efectos secundarios. Por lo que se evidencia la oportunidad de evaluar la viabilidad de comercializar Aceites Naturales y vegetales, que ayuden aminorar molestias causadas por el tratamiento de quimioterapia, ya que estos cuentan con propiedades naturales y aromas que proporcionan relajación ambiental.

Los aceites han sido utilizados no solo en la industria cosmética, también se han estudiado para tratamientos de dolor, teniendo en cuenta que estos productos cuentan con una alta carga de vitamina E, F, B y antioxidantes que benefician los músculos. (Farmacia BIO, s.f.).

Con lo anterior, es necesario efectuar un diagnóstico en el mercado objetivo y demostrar que, si es viable la comercialización de los aceites naturales y vegetales, para personas que presentan afectación en su piel y que en la actualidad reciben un tratamiento de quimioterapia, adicional que se encuentren vinculadas a fundaciones ubicadas en la localidad de Teusaquillo en la Ciudad de Bogotá.

1.2.Formulación del Problema

La resequedad, descamación y picazón en la piel causada por los efectos secundarios del tratamiento de quimioterapia, no es un problema que involucra solo al paciente, sino también a

todo su entorno, dado que todos sufren, si no se es tratado correctamente. La resequedad no tratada es un determinante clave en el deterioro de la calidad de vida del paciente, ya que la piel se desgarrar y causa dolor, disminuyendo la actividad en el paciente, interfiriendo con el sueño, el estado de ánimo, hasta pérdida del autocontrol. En la actualidad el 50% de los pacientes que se encuentran en tratamiento de quimioterapia, presentan dolor y resequedad a lo largo de su enfermedad, independientemente en el proceso en que se encuentren. (A.M. Araujo, 2004)

El tratamiento ideal para aliviar estos efectos secundarios en la piel, es realizar una evaluación integral de las consecuencias que tiene sobre el estado funcional del paciente, sin embargo, el tratamiento que los médicos usan, son a base de analgésicos no opioides, analgésicos opioides débiles y potentes como dosis de morfina; los cuales terminan escalando debido a que el cuerpo genera resistencia frente a los mismos. (American Cancer Society, 2019)

Los aceites naturales y vegetales, son utilizados en masajes, como recurso de algunos tratamientos para alivio de dolores y relajación muscular, ya que poseen componentes vegetales y extractos de plantas, que han sido previamente estudiados, y mejoran los efectos secundarios, causados por productos químicos y artificiales que entran al cuerpo, ayudando a liberar toxinas y mejor la circulación de las células.

Existen plantas naturales y vegetales que con su semilla o fruto logra extraer aceite, los cuales se utilizan para la elaboración de productos de belleza, ya que son esenciales en vitaminas A, E, K, y D, minerales, carbohidratos, que brindan nutrición a la piel, ya que por medio de antioxidantes hidratan aportando a la elasticidad, impidiendo el envejecimiento prematuro, suavizando la piel, y estimulando las emociones y reacciones corporales por medio del olfato, ya que por medio de moléculas del sistema inmunológico, estas se activan.

Teniendo en cuenta lo anterior, buscamos identificar, que el planteamiento oriente a responder la siguiente pregunta:

¿Es viable la comercialización de aceite naturales y vegetales, como un método alternativo para la resequedad y dolor en la piel, en aquellos pacientes que están en tratamientos de quimioterapia, y que a la vez pertenezcan a Fundaciones ubicadas en la localidad de Teusaquillo?

2. Objetivos del estudio

2.1.Objetivo General

Comprobar la viabilidad de comercializar aceites naturales y vegetales con fines curativos de alta calidad a base de plantas y vegetales, que alivien los efectos secundarios causados en la piel, generados por el tratamiento de la quimioterapia.

2.2.Objetivos Específicos

- Efectuar un estudio de mercado que identifique la utilización de productos alternos para manejo de la resequedad y el dolor en la piel en pacientes que reciben tratamiento de quimioterapia.
- Realizar un estudio técnico para la comercialización del producto en las Fundaciones para pacientes con Cáncer en la Ciudad de Bogotá específicamente en la localidad de Teusaquillo.

- Desplegar un estudio administrativo y legal, para la comercialización de los aceites.
- Planear un estudio financiero que permita el análisis de la capacidad de sustentabilidad al comercializar los aceites naturales y vegetales.

3. Justificación y Alcance

3.1. Justificación

Este trabajo se realizó con el fin de analizar e investigar la viabilidad de comercializar aceites naturales a base de plantas y vegetales, que sirvan para realizar masajes relajantes, que al entrar en contacto con la piel, facilite la humectación, aliviando el dolor y la resequedad, ya que los medicamentos utilizados en estos tratamientos, son fuertes y causan efectos secundarios.

Se identificó que en la extracción de aceites con plantas naturales, se encuentra un alto contenido de vitaminas y minerales, lo que afirma, alcanzar bienestar en los pacientes. Con lo anterior, podemos realizar un análisis de viabilidad, generando en los pacientes previamente identificados, un proceso más sensible y humano, con el que resistan las secuelas de esta enfermedad, al final de la investigación daremos a conocer los resultados obtenidos, con la comercialización de los aceites en las diferentes fundaciones ubicadas en la localidad de Teusaquillo.

En la actualidad, en el instituto Nacional de Cáncer de E.E.U.U., cuentan con tratamientos de aromaterapia aplicados con aceites sensitivos, los cuales han sido validados y aprobados, ya que se han realizado estudios clínicos, sobre los efectos y beneficios de la aromaterapia, donde se

evidencia que el sistema central nervioso, se estimula ayudando a mejorar el estado de ánimo, la ansiedad y el dolor en los pacientes.

Se ha identificado que dentro del apoyo terapéutico, se utilizan algunos aceites, extraídos naturalmente de plantas, los cuales contienen propiedades antioxidantes que humectan, hidratan, favorecen la circulación de la sangre, restituyen los daños de la piel y evita el cáncer.

Los componentes de los aceites utilizados en la aromaterapia, se obtienen con receptores del bulbo olfatorio, percibiendo el olor y afectando el centro emocional del encéfalo y el sistema límbico, el cual, es el encargado de la motivación entre el medio interno y el externo.

Los aceites naturales se obtienen al extraer muestras mediante ebullición y destilación al vapor de agua, encontrando células grasas esenciales del omega 3 y 6, que se acentúan por su alto contenido de vitamina E, al ser este un antioxidante, contrarresta los efectos negativos de los radicales libres, que atacan el colágeno y la elastina de la piel, causando pérdida de elasticidad y firmeza, atenuando líneas de expresión y arrugas. También se encuentran minerales como el potasio, el hierro, fósforo y calcio, que mantiene y favorecen el equilibrio hídrico del cuerpo, ayudando a prevenir la osteoporosis y fortaleciendo el sistema inmunológico.

Relación con la línea de investigación institucional

El proyecto esta enmarcado dentro de la línea de investigación “Innovaciones sociales y productivas”, teniendo en cuenta que la idea está dirigida al uso de nuevas alternativas que mejoren la calidad de vida de los pacientes que en la actualidad se encuentren en tratamiento de quimioterapia, permitiendo la inducción de un conocimiento alternativo, produciendo un bien,

que actuará en pro de la sociedad, aun así, cuando se pueda desarrollar un negocio lucrativo entorno al proyecto, siempre estará enfocado en buscar el bienestar de la población estudiada.

3.2.Alcance

Nuestra población objetivo son los pacientes que se encuentran en la actualidad en tratamiento de quimioterapia, en el Centro de Bogotá, específicamente en la localidad de Teusaquillo, a los que se pretende ayudar, mitigando los efectos secundarios, producidos por el tratamiento, con respecto a las heridas producidas por la resequedad de la piel.

4. Revisión de literatura

4.1.Antecedentes Históricos

Desde la antigüedad se utilizaban aceites como alternativa medicinal, donde las plantas eran maceradas, extrayendo aceites naturales expuestos al sol, hasta conseguir la claridad y el punto de equilibrio, para ser utilizado en heridas, quemaduras y algunos masajes musculares, buscando mejorar las carencias de salud.

Con el pasar del tiempo, los aceites han tomado fuerza, causando polémicas, como lo ocurrido con el aceite de Cannabis, ya que las personas que lo usaban manifestaban que sus efectos eran mejor que los medicamentos costosos que se encuentran en el mercado. Al revisar las diferentes características en las plantas medicinales, se encontró que cada una brinda

beneficios terapéuticos y relajantes, al contener sustancias naturales, que al hacer contacto con el cuerpo humano reactivan las células.

Dentro de la historia mundial, encontramos que los chinos, hindúes, egipcios, griegos y romanos han venido realizando el proceso de extracción de aceites en las plantas, tornándose en el tiempo más esenciales en el uso farmacéutico y cosmético, fue así como los egipcios utilizaron por primera vez aceites en tratamientos de belleza, estos también eran utilizados en la preparación de alimentos para ceremonias religiosas. Los inciensos que también eran extraídos de aceites como el sándalo, mirra, canela, eran comercialmente intercambiados por oro, mientras que los romanos los usaban como aceites aromáticos que promovían la higiene personal y la salud. Por otra parte los persas perfeccionaron métodos de destilación buscando extraer aceites esenciales de plantas aromáticas, para ser usados por medio de la era del Oscurantismo.

En el año 1920, en Europa, se despertó el interés por los aceites naturales, cuando René-Maurice Gattefosse, quien era químico francés y se dedicaba a la perfumería, busco provecho en los aceites, y ocasiono un accidente, donde el lugar explotó y se quemó la mano, el utilizo el aceite extraído de lavanda, encontrando una cura satisfactoria, lo que lo llevó a desarrollar aceites naturales de uso dermatólogo. (Davis, 1993)

Algo análogo ocurrió con el Médico Jean Valnet, quien aportó parte esencial en la distribución de la aromaterapia, con el fin, de que la medicina la conociera, ya que estos aceites extraídos, eran utilizados en la segunda Guerra Mundial, para curar a los heridos.

Para abordar más conocimiento, la fitoterapia, es la mezcla de varios productos naturales, disueltos en alcohol que se exiliaron, buscando alcanzar una sustancia volátil, extraída

de vegetales, formando una esencia natural que al final se transformaba en aceite, el cual era usado en tratamientos medicinales.

Desde épocas anteriores, la humanidad ha venido intentado extraer aceites de plantas y vegetales, que brinden efectos terapéuticos y que puedan ser apoyo en tratamientos medicinales para combatir dolores e infecciones, ya que algunas aportan un estímulo en el olfato, lo que acelera la presión y el ritmo cerebral, causando efectos psicológicos, bajando los niveles de ansiedad y recargando el buen estado de ánimo.

En el mercado podemos encontrar extractos de plantas medicinales, como geranio, lavanda, y varias que han sido utilizadas, por sus altos beneficios medicinales, para el cuidado de la piel y enfermedades causadas por la polución del medio ambiente, todas estas han sido previamente pasadas por estudios de químicos farmacéuticos, quienes han comprobado, que estas plantas contienen altos beneficios para la salud, y por eso han sido empleadas en líneas de belleza, como por ejemplo Rosa mosqueta.

Existen varios libros medicinales, que hablan de las esencias y bálsamos que se extraen de plantas vegetales, donde sus aromas activan el olfato, logrando cambios emocionales. Ya que los aromas que expulsan poseen propiedades que curan la mente, el cuerpo y el alma, en la actualidad aproximadamente se encuentran 1000 referencias de 33 especies de árboles aromáticos, los cuales son empleados por empresas farmacéuticas, que deterioran el valor, ya que alteran el proceso con químicos, maltratando propiedades naturales de las plantas, buscando patentar productos para distribuir en el mercado.

Es importante aclarar, que para alcanzar el éxito, estas empresas han tenido que utilizar sus productos para masajes, ya que es un arte independiente y es recomendable

combinarlo con los aceites, para lograr efectos curativos, ya que abre poros, transportando vitaminas y minerales a la piel, y mejorando la evolución curativa en los pacientes.

Los masajes deben realizarse tocando puntos musculares con suavidad, aplicando diferentes técnicas, como por ejemplo el masaje sueco, el cual se emplea para mejorar la circulación y transmitir calma a la piel. Otro masaje es el drenaje linfático, ya que genera una presión con movimientos rítmicos, aumentando el flujo del líquido linfático hacia afuera de los tejidos inflamados, desinflamando la piel y brindando humectación.

5. Diseño Metodológico

5.1. Tipo de estudio

Un estudio exploratorio es una pequeña versión de una investigación mayor, según Teijlingen and Hundley, ya que permite evidenciar un orden metodológico, evidenciando fallas de tipo ético, técnico y logístico, mostrando la viabilidad y coherencia en los instrumentos implementados antes de efectuar la recolección de datos para la investigación.

Para el proyecto se planteó un estudio exploratorio, ya que la muestra y población cuenta con la flexibilidad en la metodología, lo que permite un enfoque más claro, a la hora de abordar el problema de investigación. (Hernández, 2010), por lo que se proyecta de manera innovadora con alternativas para el manejo de la resequedad en la piel y los dolores en los pacientes en tratamiento de quimioterapia.

Los aceites tienen como enfoque, comercializarse en las fundaciones, que en la actualidad cuentan con pacientes en tratamiento de quimioterapia, entre las edades de 18 y 70 años, que buscan ayuda para aliviar los efectos secundarios en la piel, generados por el tratamiento fuerte de la quimioterapia, buscando reducir el dolor, la resequedad y el estrés que se genera. Nuestro mercado objetivo es inicialmente, las fundaciones ubicadas en la Localidad de Teusaquillo en la Ciudad de Bogotá.

Se tiene en cuenta esta localidad, por estar ubicada en una zona central de la Ciudad, donde se evidencia la gran mayoría de población que presenta inequidad en nuestro sistema de salud, según el estudio realizado por la secretaria distrital de salud de Bogotá, el cual indica “que en la actualidad se presentan problemas de desigualdad en la atención. Además, la falta de promoción de salud, la prevención de enfermedades, y la ausencia de participación social en la política de salud. Esta también relacionada con la situación actual de la pandemia, donde se ha incrementado el desempleo y la informalidad laboral, sin contar el desplazamiento de migrantes de otros países a nuestra ciudad.

La inequidad social en nuestro país, se ha convertido en una problemática por falta de oportunidades, sobre todo para personas con enfermedades, lo que nos lleva a tener un foco en esta localidad, por el nivel socioeconómico, ya que se evidencia que algunas personas no cuentan con la facilidad de acceder al sistema de salud, lamentablemente las opciones que ofrecen las EPS, para enfermedades de alta complejidad son pocas, adicionalmente porque es donde se ubica la gran mayoría de fundaciones con pacientes en quimioterapia, los cuales serían clientes potenciales, ya que por medio de las Fundaciones, se realizaría la negociación para que por medio de masajes se utilicen nuestros aceites naturales.

5.2.Instrumentos

Se realizará encuestas, a las fundaciones previamente identificadas y a los pacientes que se encuentren dentro de las mismas, con el fin de identificar el mercado.

5.3.Procedimientos

Aplicaremos la encuesta a las Fundaciones y se tomará como muestra para el análisis de demanda de los pacientes, con el fin de procesar la información obtenida manualmente y determinar el punto de equilibrio para la comercialización de los aceites naturales.

Una vez obtenida la información, se realizará un estudio técnico, con el fin de expandir la cobertura de la comercialización de los aceites, en las fundaciones ya encuestadas. Se espera obtener una muestra positiva de la población identificada, la información recolectada, nos llevará a determinar la factibilidad de los aceites en la población objetivo.

6. Resultados

6.1.Estudio de mercados y comercialización

6.1.1. Descripción del proyecto

Este proyecto surge con el fin de investigar la viabilidad de comercializar aceites naturales que sirvan para mitigar la resequedad en la piel causada por los efectos secundarios, del tratamiento de quimioterapia en pacientes con cáncer, hidratando y humectando la piel,

reduciendo el dolor y mejorando el malestar general, esto siempre con previo aval del médico oncólogo especialista; ya que en esta clase de pacientes no es recomendable usar cualquier tipo de producto.

El enfoque de los aceites naturales es para uso exclusivo terapéutico, ya que por medio de masajes los músculos se relajan y al hacer contacto con la piel, renueva las células muertas, sus aromas, aportan al manejo y control del estrés, ya que estos pacientes, sufren de alteraciones emocionales causadas por las dolorosas sesiones de quimioterapia, ya que el cuerpo recibe medicamentos fuertes desfavoreciendo la calidad de vida del paciente. Idealizamos este proyecto teniendo en cuenta que en la actualidad son pocas las alternativas que ofrecen las entidades de salud en nuestro país para aliviar efectos secundarios en procedimientos médicos dolorosos, ya que esto aporta y genera en el paciente una vida más llevadera, estimulando su sistema linfático e inmune, reduciendo la inflamación del cuerpo, aliviando dolores y mejorando su bienestar emocional.

6.1.2. Descripción del bien o servicio que ofertará el proyecto

Nombre comercial del producto: Aceites Naturales y Vegetales.

Los aceites naturales y vegetales son usados en productos de belleza, ya que su alto contenido de vitamina E, minerales y proteínas, al ser expuestos en la piel, asimilan el envejecimiento prematuro, humecta y suaviza la piel, pero con los aromas naturales por medio del olfato, se estimulan las emociones y reacciones corporales, ya que contienen un alto receptor de moléculas activando el sistema inmunológico.

6.1.3. Generalidades del sector donde pertenece el proyecto

Los aceites naturales, no son un bien de consumo directo, son insumos o materias primas industriales y se clasifican en:

- Aceites para la industria de las fragancias.
- Aceites para la industria de aromas o sabores.
- Aceites para la industria de productos medicamentosos.
- Aceites industria con otras actividades químicas

Teniendo en cuenta la clasificación nos caracterizamos en los sectores de:

INDUSTRIAS QUE REQUIERAN LA FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE MEDICINA ALTERNATIVA.

Esta industria en Colombia y en general en América Latina no se desarrolla como tal porque muchas de las plantas referidas aún no han sido aceptadas por las legislaciones o por las farmacopeas de los países. Incluso varias de ellas como el paico, presentan problemas porque su dosis efectiva es muy cercana a la dosis tóxica.

Antiséptico: tomillo, clavo, menta, salvia, orégano, pino...

Antihelmíntica o antiparasitaria: paico, boldo, ajeno, eucalipto, clavo y safrán. Con efecto sobre el Sistema Nervioso Central: nerolí y lavanda (sedantes), limón (euforizante), valeriana, lúpulo y melisa (tranquilizantes)

Rubefacientes: romero, trementina, wintergreen, alcanfor.

Con efecto sobre el aparato respiratorio: pino, trementina, tomillo, eucalipto.

Con efecto sobre el aparato digestivo: manzanilla, menta, piperina, hinojo, anís, coriandro, romero.

Con efecto sobre vías urinarias: esencia de bayas de enebro, hojas de buchú.

Antiinflamatorios: manzanilla alemana (Matricaria recutita), jazmín, Cedrus deodorata.

Antiartrítica, antirreumática: clavo, canela, tomillo...

AROMATERAPIA: son innumerables los AE y las mezclas de ellos utilizados con este fin.

6.1.4. Participación del sector donde pertenece el proyecto en el PIB nacional

PIB desde el enfoque de la producción en el cuarto trimestre de 2020pr, el Producto Interno Bruto decreció en el 6.8%, en el año 2020, con respecto al año 2019.

Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

· Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida decrece 15.1% (contribuye - 3,0 puntos porcentuales a la variación anual).

- Construcción decrece 27.7% (contribuye -1.9 puntos porcentuales a la variación anual).

· Explotación de minas y canteras decrece 15.7% (contribuye -1,0 puntos porcentuales a la variación anual).

En el cuarto trimestre de 2020pr, el Producto Interno Bruto, en su serie original, decrece 3,6% respecto al mismo periodo de 2019p. Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Construcción decrece 27,7% (contribuye -1,8 puntos porcentuales a la variación anual).
- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida decrece 6,6% (contribuye -1,3 puntos porcentuales a la variación anual).
- Explotación de minas y canteras decrece 19,3% (contribuye -1,1 puntos porcentuales a la variación anual).

6.1.5. Estadísticas del sector

En el estudio realizado al mercado de aceites naturales y esenciales en nuestro país durante los años 1994 y 2007, se buscaba determinar los nichos de mercado y el escenario de aceites naturales, con el fin de determinar la producción potencial, y la comercialización, según Rojas y Pardo (2008). De acuerdo al anterior estudio, y hasta el año 2007, el 70% de las importaciones de aceites naturales y esenciales en Colombia, eran realizadas por las empresas: Symrise Ltda., Firmenich S.A. y Cadbury Adams Colombia S.A. Durante los 12 años de estudio y análisis, las compras efectuadas fueron de; aceites naturales de menta (23,7%), aceites naturales de cítricos (20,7%), aceites naturales de menta piperita (9,6%), aceite natural de naranja (7,5%), aceites resinoides (5,4%) y aceite natural de eucalipto (4,8%), los cuales se pagaron por medio de dólares.

6.2. Estructura actual del mercado local de la empresa

En la actualidad el mercado local está enfocado en tiendas de medicina naturista, centro de belleza y relajación Spa, tiendas sex shop, grandes superficies, droguerías y centro médicos naturistas.

Los nichos de mercado varían entre ellos, con diferencias en la calidad de la empresa demandante, esto quiere decir, que, por ejemplo, las empresas que producen aceites crudos o de baja calidad los comercializan como materia prima para velas, pebeteros, artículos de aseo y limpieza, las que producen aceites purificados y de alta calidad, pueden aspirar a ser proveedores de la industria alimenticia, farmacéutica, cosmética y de perfumes.

6.3.Mercado proveedor

Dentro de la Ciudad, se encuentra que el mercado de proveedores es amplio, ya que existen varios laboratorios que distribuyen los insumos naturales, lo cual es favorable, para seleccionar el proveedor, ya que se ajustan a la producción en masa, que es lo que buscamos con el proyecto.

Algunos son:

- Green Andina Colombia
- Disproalquimicos
- Industria Colombiana de Aceites Esenciales
- Puro y Orgánico Colombia
- Aromatheka

6.4.Mercado Distribuidor

En el mercado actual encontramos competencia con productos generalizados para masajes del cuerpo y relajación, mientras que nuestro producto va específicamente con esencias naturales para aliviar no solo la sequedad en la piel, sino que, ayudan a mitigar los dolores generados por el tratamiento de quimioterapia.

Para nuestra alianza estratégica se pactó que nuestro proveedor será GREEN ANDINA COLOMBIA, quien fabrica y distribuye, los aceites naturales con todos los requisitos fitosanitarios y estándares de calidad exigidos por la norma de calidad ISO 9001:2015 Ya que GREEN ANDINA COLOMBIA, cuenta con la capacidad de producción necesaria para satisfacer nuestra demanda.

7. Análisis de la Demanda

7.1.Productos Sustitutos y productos Complementarios

Productos Sustitutos: Son aquellos que existen o aparecen en la trayectoria, cubriendo las mismas necesidades, satisfaciendo los productos que actualmente existen en el mercado.

En nuestro proyecto, los productos sustitutos y que pueden interferir de alguna manera en nuestra demanda son:

- Aceites o Cremas
- Ungüentos
- Masajes

7.2.Comportamientos de precios Vs. Comportamiento de la demanda

Los primeros análisis que conocemos sobre demanda son los relacionados con las fluctuaciones del precio y la cantidad de productos o servicios en un mercado determinado, llevándonos a cambios en la demanda dependiendo del tipo de competencia de mercado, lo que nos induce a considerar, el potencial de mercado, el nivel de consumo y la distribución del gasto familiar.

La cantidad de artículos que los consumidores estarían dispuestos a comprar depende de un conjunto de variables, como el precio, la utilidad que le asignen, de las cantidades que ya posean, del precio, de sus ingresos y de las expectativas que tenga. Así como de la aceptación del tratamiento por parte del médico tratante.

Respecto al precio, es bajo, así que la demanda del producto será alta teniendo en cuenta los beneficios que este ofrece y el precio, dado que la materia prima que usaremos permite manejar valores comerciales muy competitivos.

7.3.Demanda Potencial

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. En este sentido, el principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda es función de una serie de factores, como son: la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos, etcétera. Para Pereira (citado en Cazorla, 2010), el análisis de la demanda tiene por objeto demostrar y cuantificar la existencia, en ubicaciones geográficas definidas, de individuos o entidades organizadas que son consumidores o usuarios actuales o potenciales del bien o servicio que se piensa ofrecer. Este análisis está íntimamente ligado a la capacidad de pago de los consumidores. Por su parte, Pimentel, (2008 p. 96) considera: La demanda del bien bajo estudio debe calcularse en unidades físicas y será una

magnitud que dependerá de un conjunto de factores tales como superficie y la densidad poblacional del área bajo estudio, aspectos demográficos, económicos y sociales de la población radicada en el área de influencia, aspectos culturales y políticos de dicha población, y esencialmente de los precios de dichos bienes.

8. Mercado Objetivo

La población objetivo identificada para poder comercializar el producto, son pacientes que se encuentran en tratamiento de quimioterapia, a los que se les puede ayudar a mitigar la resequedad en la piel y los efectos colaterales producidos por la misma quimioterapia, ya que estos causan dolores corporales. Se aplicaron encuestas a 10 Fundaciones de la Ciudad de Bogotá, ubicadas en la localidad de Teusaquillo, las cuales reúnen aproximadamente 1000 pacientes que reciben tratamiento oncológico. De las muestras obtenidas se identifica que las terapias realizadas con aceites naturales gozan de gran aceptación, ya que no son métodos invasivos para el paciente y ayudan a obtener mayor alivio a las dolencias causadas por los tratamientos oncológicos debido a su componente natural.

8.1. Perfil del consumidor

Los consumidores, son pacientes oncológicos que en la actualidad se encuentran en tratamiento de quimioterapia, y que presentan síntomas en su piel, creando dolencias y problemas emocionales como la dependencia, irritabilidad y depresión, lo que lleva a un deterioro en la calidad de vida. Al igual que las fundaciones, ya que estas apoyan y buscan que los pacientes previamente identificados con cáncer, sientan el acompañamiento, la protección por

lo que se identifican como un potencial objetivo para el inicio de la comercialización del producto.

9. Análisis de la oferta

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un % de oferentes (comercializadores) dispone al mercado con un precio determinado (Baca, 2007). Según Pimentel (2008), “el análisis de la oferta permite determinar la cantidad de suministros disponibles para la población consumidora, producidos por fabricantes locales o importados desde otras localidades, discriminados según calidades, variedades y precios. Así mismo, se deben especificar las condiciones de venta y de despacho de dichos bienes”

9.1. Análisis de la oferta

Por medio del análisis efectuado a los aceites naturales, se enfatiza que encontramos altas competencias en el mercado, ya que estos aceites, se obtienen de la extracción de plantas, son usados en productos de belleza, ya que contienen vitamina E, minerales y proteínas, por lo que son de fácil absorción en la piel, ayudan a retardar el envejecimiento prematuro, suaviza e hidrata la piel, sus aromas por medio del olfato, estimulan las emociones, ya que poseen un alto receptor de moléculas que activan el sistema inmunológico, por lo que se quiere analizar la competencia y su evolución a lo largo del tiempo.

9.2. Factores que determinan la oferta

1. El precio del bien en cuestión. Normalmente, cuanto más caro sea un bien mayor será la cantidad del mismo que las empresas estén dispuestas a ofertar; del mismo modo, cuanto más barato sea, menor será su oferta.

2. Los costos de producción, que a su vez dependen de:

- Los costos de los factores de producción: el beneficio empresarial se calcula como la diferencia entre los ingresos totales y los costes totales. Si aumentan los costes totales, disminuye el beneficio empresarial, por lo que la empresa podría optar por reducir su oferta para gastar menos. Si por el contrario disminuyen los costes, el beneficio aumentaría y con él también lo haría la oferta.

3. Los objetivos empresariales: no es lo mismo producir para un mercado con grandes expectativas de crecimiento que para otro en el que las expectativas sean reducidas. Cuantos mayores sean las expectativas, mayor será la oferta por parte de las empresas.

9.3.Estrategias de ventas de la competencia

A nivel del segmento socio-económico, la competencia inmediata serían centros de distribución de productos naturales, ya que ofrecen alternativas con la aromaterapia, la cual es una característica similar a nuestro producto, pero no para mitigar la resequedad en la piel y los efectos secundarios de la quimioterapia.

Dentro de los productos que ofrece nuestra competencia, se encuentran productos de belleza, los cuales tienen características similares, pero con funciones y efectos diferentes al que nosotros deseamos comercializar. En Bogotá no existe ninguna empresa reconocida por calidad de aceites naturales, que enfatice en aceites naturales para uso exclusivo de pacientes en

tratamiento de quimioterapia. A continuación, relacionamos algunos centros de distribución de aceites naturales que existen en la actualidad:

Tabla 1.

Análisis de oferta

Empresas Competidoras	Nivel de Aceptación			Tipo de Cliente que atiende	¿Por qué razón la eligen?	¿Dónde se comercializa el producto?	¿A qué precio lo venden?
	Alta	Regular	Poca				
Aromathea		X		Cientes con linea farmaceutica para cosmeticos	Información y servicios accesible por la pagina web.	http://www.aromathea.com/	En la actualidad tiene un costo de \$170,000
Tiensa puro y organico		X		Cientes que incorporan aceites esenciales naturales en lugar de productos químicos nocivos para el cuidado de la piel, el cuidado corporal y de baño	Información y servicios accesible por la pagina web.	https://www.puroorganico.com.co/	Variedad de productos, con valor maximo \$86.000
Vida Natural		X		Para belleza, nutrición y bienestar	Información y servicios accesible por la pagina web.	tienda@vidanaturalia.com Telefono 6226252	Varia de acuerdo al tamaño se encuentran desde \$ 30,000
SENTHIA	X			Todo tipo de cliente que desee adquirir el producto	Reconocida en el mercado por perfumeria y cosméticos, a su vez fabrican aceites esenciales usados en masajes, baño, y aromaterapi	Tienen varias franquicias, se distribuye en tiendas, supermercados, droguerías, entre otros.	La Presentación: 100ml está en \$ 25.000.
Naturpiel		X		Cientes que deseen un producto para tener una piel completamente libre de la exposición a químicos, toxinas y demás tratamientos agresivos.	Información y servicios accesible por la pagina web.	En Carrera 13 No 134c 44 Telefono: 47 70448 o en la pagina web www.aceitesnaturpiel.com	Desde \$15.000

Fuente: En nombre propio

9.4.Mezcla de marketing

Nuestra propuesta de valor es que el aceite natural es extraído de plantas que proporciona beneficios específicamente a los pacientes que se encuentran en tratamientos de quimioterapia, aliviando la resequead en la piel y mejorando la calidad de vida del paciente, contrarrestando los efectos secundarios del tratamiento, ya que el aceite al ser aplicado sobre la piel afectada, estimula la circulación sanguínea, aliviando dolores y generando relajación por sus aromas.

- **Poder de negociación de los compradores:** Los compradores pueden adquirir los aceites a través de las fundaciones previamente seleccionadas, donde predomina la negociación de los precios, como empresa distribuidora se proporcionará una atención de forma organizada, garantizando el producto y los costos de distribución empezarán a bajar.
- **Aspectos Socio-Culturales:** Los aceites naturales tiene una característica fundamental, ya que está enfocado a personas en tratamientos de quimioterapia, y que estén vinculadas a Fundaciones de la zona centro de la ciudad de Bogotá, Estrategias de Producto

Ventajas:

- Dentro del mercado Objetivo, es un producto innovador
- Producto especialmente para pacientes en tratamiento de quimioterapia.
- El producto no tendrá venta libre, ya que debe ser con previo aval del médico tratante, por lo que es necesario distribuir por medio de las Fundaciones.

Beneficios:

- Efectos inmediatos en quienes lo usen, percibiendo alivio en su piel, radiando humectación y mejoría en los efectos secundarios del tratamiento.
- Precio asequible

Post – venta:

- Opción de domicilio al lugar que se requiera
- Capacitación del uso del aceite y de cómo realizar los masajes
- Realizar pruebas de muestreo para las Fundaciones

- Implementación de marketing para generar recordación de marca.

Garantías:

- Se garantiza la calidad del producto siempre y cuando el paciente tenga el previo aval del médico especialista.
- Se garantiza que habrá alivio con la utilización del producto.
- Se garantiza que es un producto 100% natural.

9.5.Plaza

La plaza de nuestro producto, serán las fundaciones donde se encuentren pacientes en tratamientos paliativos, iniciaremos con las fundaciones de un sector específico de la Ciudad, para luego pasar a la expansión por la misma, y luego a Ciudades principales de Colombia.

9.6.Promoción

Tabla 2.

Estrategia de promoción

<p>¿Qué se hará para promocionar el negocio?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se asignará visita a las 10 fundaciones previamente seleccionadas como estrategia de penetración en el mercado. • Entrega de muestras gratis a las personas seleccionadas para el tratamiento, pero con previo aval del médico tratante.
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad de cómo se extraen los aceites y porque proporciona beneficios. • Fidelizar a los pacientes recurrentes del tratamiento.
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	<ul style="list-style-type: none"> • Se tiene establecido un fondo de \$ 3.000.000 para el inicio de la estrategia de marketing.
Otros mecanismos a emplear para la promoción del Aceite	<ul style="list-style-type: none"> • Se creará una página web para promocionar el producto y perfiles en las redes sociales que tienen mayor injerencia en el público para promocionar el producto con previo aval de un especialista.

Fuente: En nombre propio

9.7.Precio

Tabla 3.

Método de elección de precio

¿Cuál será el precio del producto?	El precio de venta de los aceites naturales de nuestra empresa Sensitivo Natural Oil , será de \$61.564 pesos para una cantidad 125 mml
------------------------------------	--

¿Cómo se ha determinado el precio?	Después de tener en cuenta los factores de producción: Mano de obra, gastos generales, materia prima y capital se determina el precio por el tamaño de cada producto.
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	Es un precio de introducción

Fuente: En nombre propio

10. Encuesta

El tipo de encuesta diseñada está dirigida a las Fundaciones, con la que se pretende indagar si dentro del apoyo que prestan a los pacientes oncológicos tienen incluidos métodos alternativos para tratamiento de dolor. De acuerdo a los datos obtenidos se determinará si las fundaciones son un posible consumidor.

10.1. Presentación del documento aplicado

ENCUESTA - FUNDACIONES

Queremos indagar y Conocer cuál es el aporte desde la Fundación para con los pacientes:

Fundación: _____

NIT: _____

¿La fundación cuenta con métodos alternos que brinden apoyo a los pacientes durante su tratamiento?

- *No*
- *Si, Cuáles:* _____

¿Cómo Fundación, cómo considera que un aceite natural es una ayuda adicional para los pacientes con cáncer?

- *Muy Importante.*
- *Importante*
- *Irrelevante*
- *Nada Importante*

¿¿Alguna vez le han ofrecido aceites naturales para aliviar la resequedad y el dolor en la piel de los pacientes de la Fundación?

- *Si*
- *No*

¿Siendo un producto de uso tópico y natural, como considera que los beneficiarios de la entidad puedan usarlo en el hogar?

- *Muy Importante.*
- *Importante*
- *Poco Importante*

¿La fundación está en la capacidad de adquirir un aceite natural para entregar a los usuarios?

- *Si*
- *No*

¿Le gustaría entregar periódicamente el aceite natural con el fin de obtener beneficio en precio y promociones?

- *Si*
- *No*

¿Cuántos beneficiarios se encuentran inscritos en la Fundación?

- *Entre 10 y 30*
- *Entre 30 y 50.*
- *Entre 50 y 70*
- *Más de 70*

¿Por cuál medio de comunicación le gustaría recibir información para conocer más del aceite natural para los beneficiarios de la fundación?

- *Redes Sociales*
- *Medios Tradicionales*
- *Correo Electrónico*
- *¿Otro? Cual: _____*

10.2. Análisis de la información obtenida

Se aplicaron encuestas a 10 Fundaciones ubicadas en la localidad de Teusaquillo de la ciudad de Bogotá, las cuales reúnen aproximadamente 1000 pacientes que se encuentran en tratamiento de quimioterapia. La encuesta aplicada a los pacientes de las Fundaciones, nos muestra que un aceite natural como complemento terapéutico tiene gran aceptación dentro de los pacientes ya

que su valor económico es alcanzable por la gran mayoría de los encuestados que pueden hacer uso de este en sus domicilios, lo que les brinda tranquilidad para mejorar su calidad de vida.

Se resalta que el 75% de los pacientes son de estrato socioeconómico 1, 2 y 3, los cuales pueden adquirir el aceite ya que el costo es asequible frente a otro tipo de producto enfocado a pacientes con cáncer.

Tabla 4.

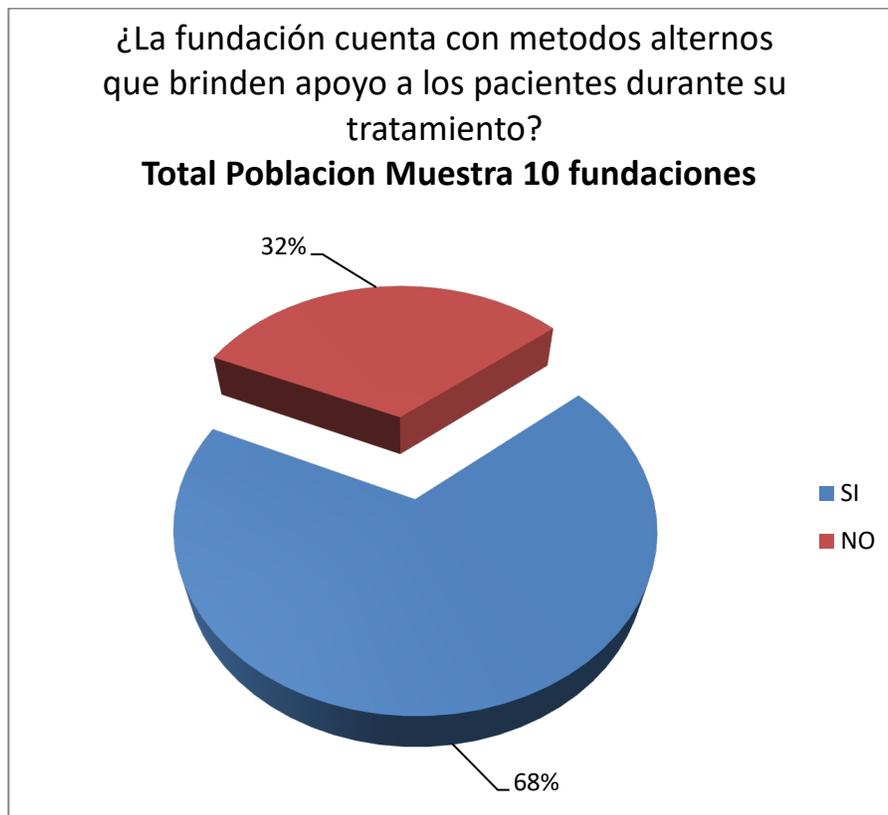
Respuestas pregunta 1 de la encuesta

¿La fundación cuenta con métodos alternos que brinden apoyo a los pacientes durante su tratamiento?		Fundación
		Muestra
SI	68%	7
NO	32%	3
TOTAL	100%	10

Fuente: En nombre propio

Figura 1.

Respuestas pregunta 1 de la encuesta



Fuente: En nombre propio

Tabla 5.

Respuestas pregunta 2 de la encuesta

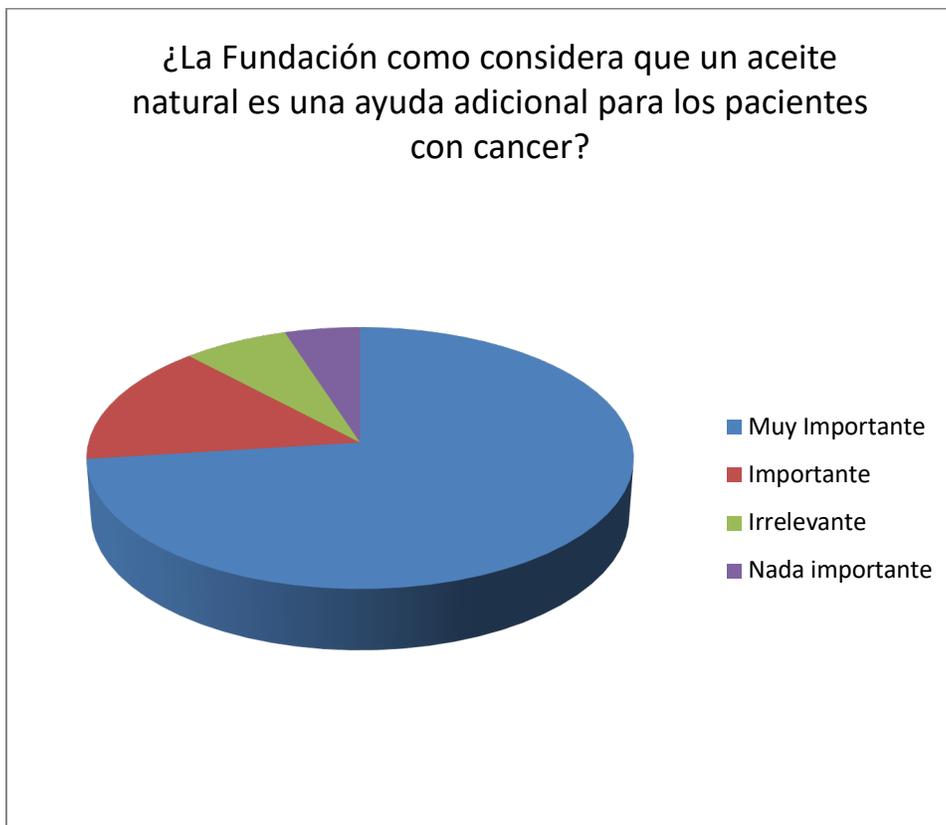
¿La Fundación como considera que un aceite natural es una ayuda adicional para los pacientes con cáncer?		Fundación Muestra
Muy Importante	73%	7
Importante	15%	2

Irrelevante	7%	1
Nada importante	5%	1
TOTAL	100%	10

Fuente: En nombre propio

Figura 2.

Respuestas pregunta 2 de la encuesta



Fuente: En nombre propio

Tabla 6.

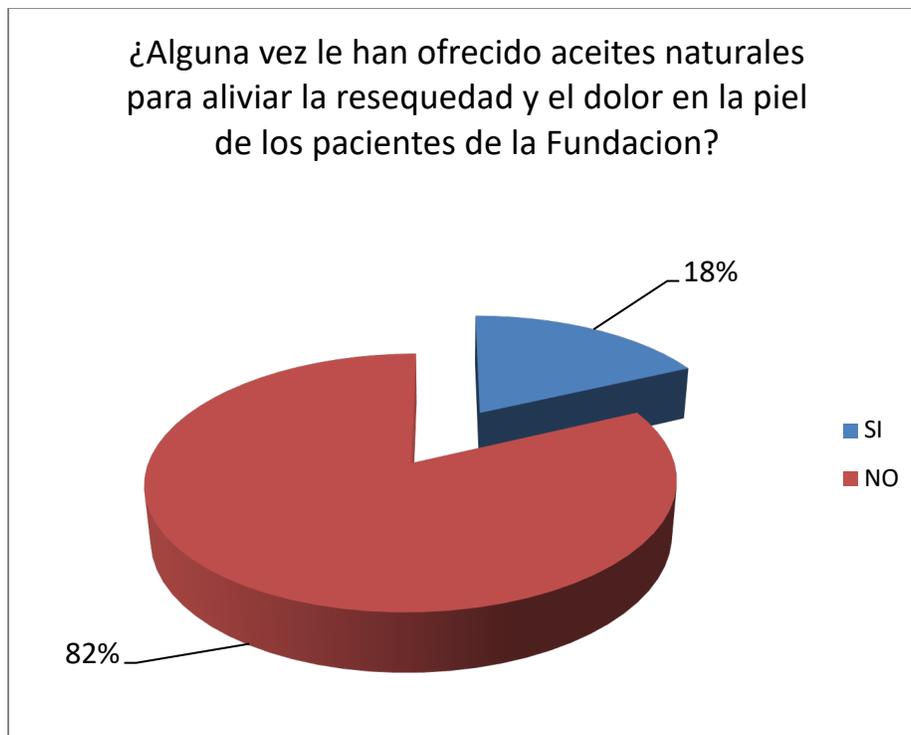
Respuestas pregunta 3 de la encuesta

¿Alguna vez le han ofrecido aceites naturales para aliviar la resequedad y el dolor en la piel de los pacientes de la Fundación?		Fundación
		Muestra
SI	18%	2
NO	82%	8
TOTAL	100%	10

Fuente: En nombre propio

Figura 3.

Respuestas pregunta 3 de la encuesta



Fuente: En nombre propio

Tabla 7.

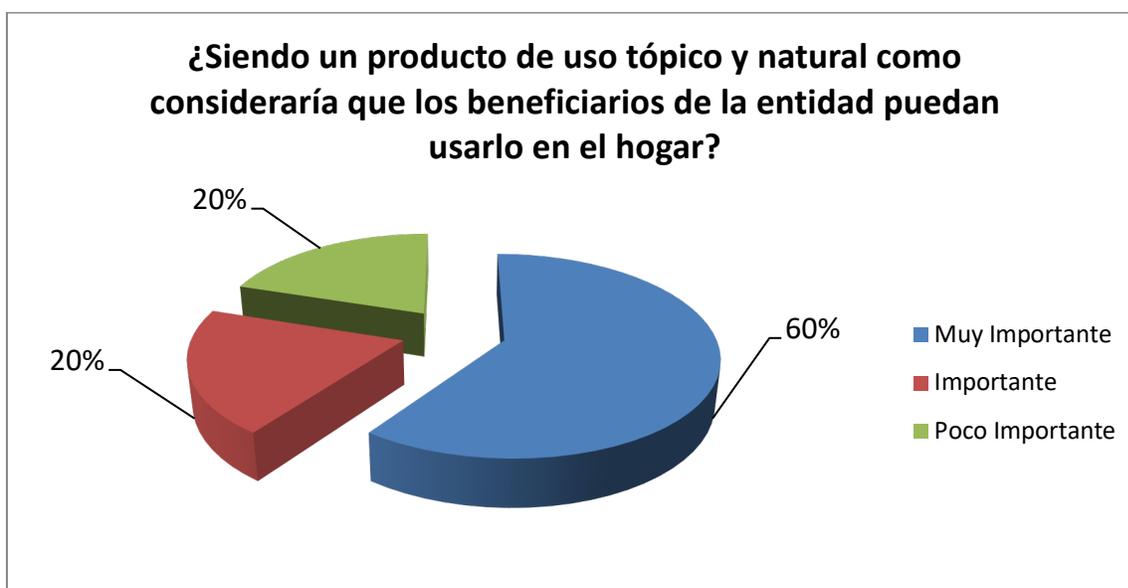
Respuestas pregunta 4 de la encuesta

¿Siendo un producto de uso tópico y natural como consideraría que los beneficiarios de la entidad puedan usarlo en el hogar?		Personas Muestra
Muy Importante	60%	6
Importante	20%	2
Poco Importante	20%	2
TOTAL	100%	10

Fuente: En nombre propio

Figura 4.

Respuestas pregunta 4 de la encuesta



Fuente: En nombre propio

Tabla 8.

Respuestas pregunta 5 de la encuesta

¿La fundación está en la capacidad de adquirir un aceite natural para entregar a los usuarios?		Total, Fundaciones Muestra
SI	30%	3
No	70%	7
TOTAL	100%	10

Fuente: En nombre propio

Figura 5.

Respuestas pregunta 5 de la encuesta



Fuente: En nombre propio

Tabla 9.

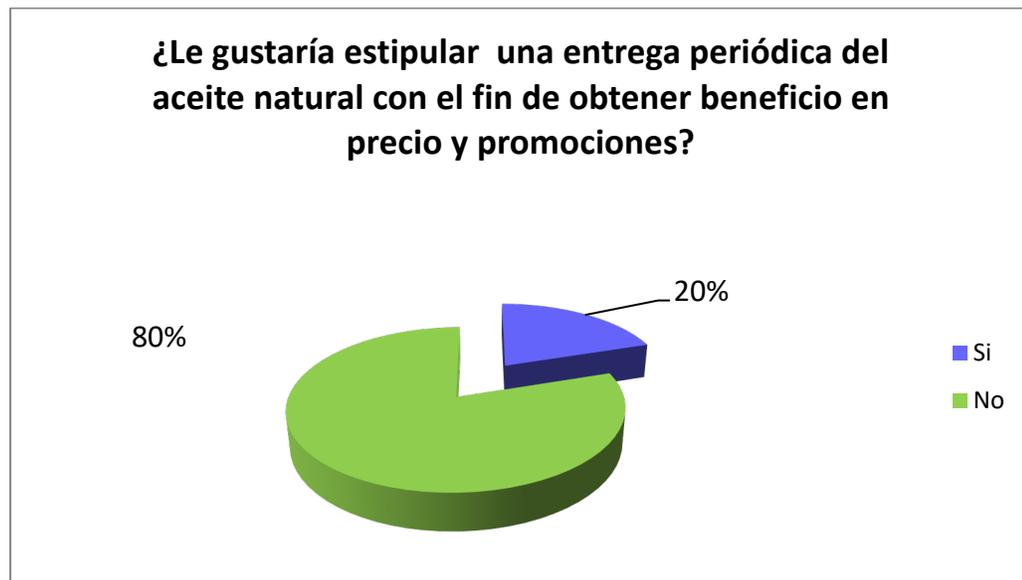
Respuestas pregunta 6 de la encuesta

¿Le gustaría estipular una entrega periódica del aceite natural con el fin de obtener beneficio en precio y promociones?		Total, Fundaciones Muestra
Si	20%	2
No	80%	8
TOTAL	100%	10

Fuente: En nombre propio

Figura 6.

Respuestas pregunta 6 de la encuesta



Fuente: En nombre propio

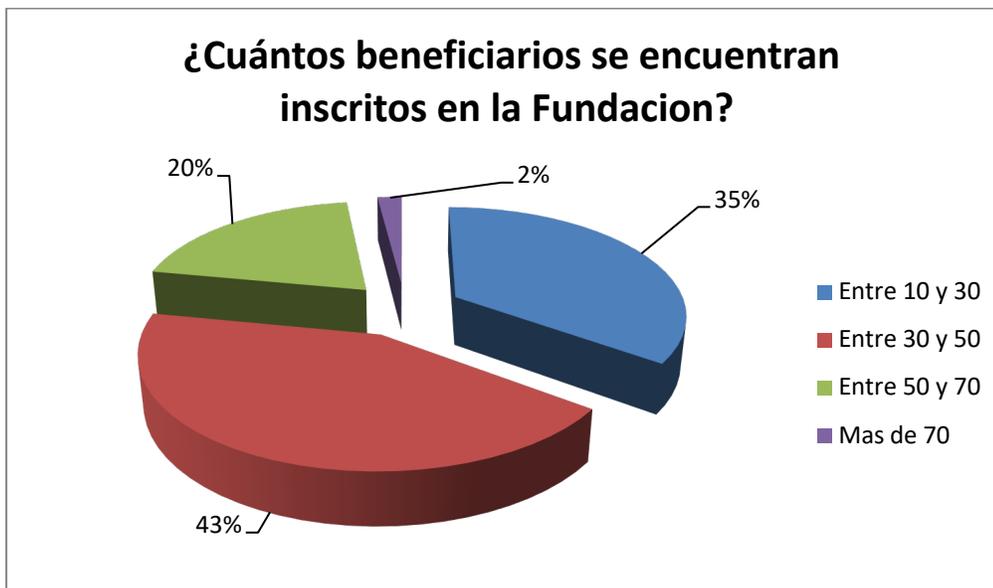
Tabla 10.*Respuestas pregunta 7 de la encuesta*

¿Cuántos beneficiarios se encuentran inscritos en la Fundación?		Total, Fundaciones Muestra
Entre 10 y 30	35%	4
Entre 30 y 50	43%	4
Entre 50 y 70	20%	2
Mas de 70	2%	0
TOTAL	100%	10

Fuente: En nombre propio

Figura 7.

Respuestas pregunta 7 de la encuesta



Fuente: En nombre propio

Tabla 11.

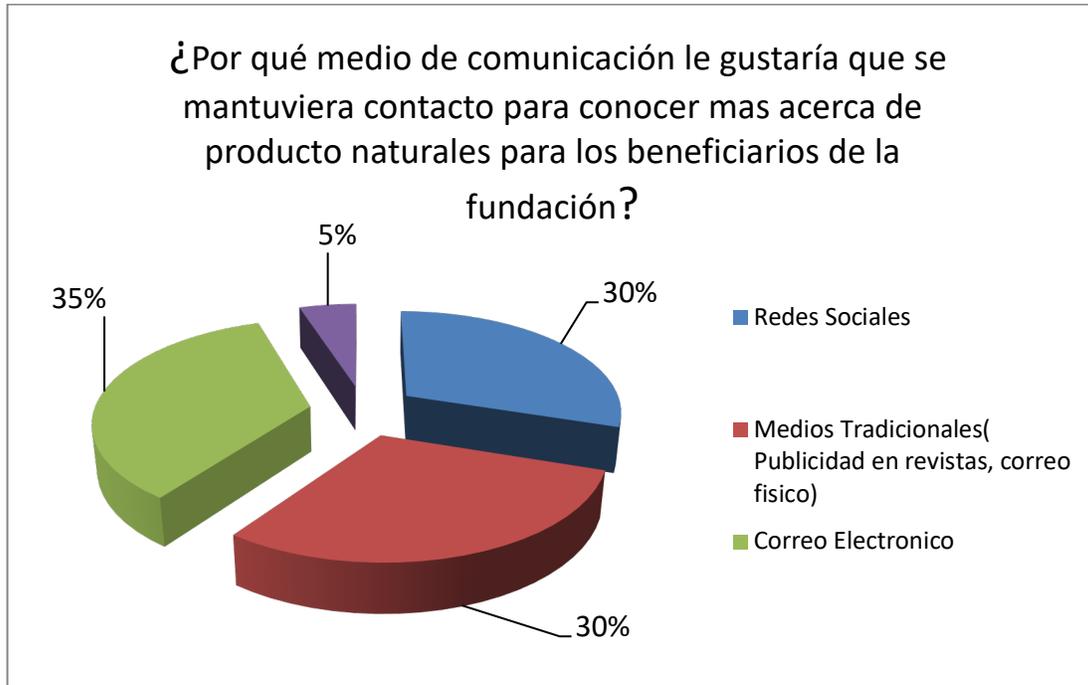
Respuestas pregunta 8 de la encuesta

¿Por qué medio de comunicación le gustaría tener contacto para conocer mas del producto natural para los beneficiarios de la fundación?		Total, Fundaciones Muestra
Redes Sociales	30%	3
Medios Tradicionales	30%	3
Correo Electrónico	35%	4
Otro (llamadas, volantes, Visitas)	5%	1
TOTAL	100%	10

Fuente: En nombre propio

Figura 8.

Respuestas pregunta 8 de la encuesta



Fuente: En nombre propio

11. Aspectos Técnicos y de Ingeniería

11.1. Macro localización

Nuestra oficina estará ubicada en la localidad Teusaquillo por la cercanía a las Fundaciones que son nuestros clientes potenciales, adicionalmente, el proveedor GREEN ANDINA COLOMBIA, está ubicado en la Calle 53 # 50-79, el cual se encuentra ubicado dentro de la Localidad, lo que hace más llamativo el negocio.

Figura 9.

Localización localidad mercado demanda. Fuente: Google maps



Fuente: En nombre propio

11.2. Micro Localización

A partir de la investigación realizada se llegó a la conclusión que se tomara la Segmentación inicial en las Fundaciones ubicadas en la Localidad de Teusaquillo, la está ubicada limita al noroccidente con las localidades de Fontibón y Engativá, separadas por la Av. del Congreso Eucarístico (Av. carrera 68) entre Av. del Ferrocarril (Calle 22) y la Av. José Celestino Mutis (Calle 63).

Al nororiente, colinda con la localidad de Barrios Unidos, separada por la Av. José Celestino Mutis (Calle 63), entre la Av. del Congreso Eucarístico (Av. carrera 68) y Av. Caracas (Carrera 14).

Por el oriente, es separada de las localidades de Chapinero y Santa Fe por Av. Caracas (Carrera 14), entre la Av. José Celestino Mutis (Calle 63) y la Avenida El Dorado (Calle 26). Y al suroccidente limita con las localidades de Mártires y Puente Aranda, por la Avenida El Dorado (Calle 26) entre Av. Caracas (Carrera 14) y la calle 34, donde confluye con la Av. de las Américas hasta la Av. de Ferrocarril (Calle 22) y continuando por esta Avenida hasta la Av. del Congreso Eucarístico (Av. carrera 68).

Se tuvo en cuenta la adquisición del inmueble dentro de esta localidad, teniendo en cuenta que no encontramos proveedores ni comercio de productos referentes, que abarquen la población objetivo. Se tuvo en cuenta las 10 Fundaciones ubicadas en la localidad Teusaquillo y que son nuestro nicho de mercado para llegar a comercializar los aceites, ya que encontramos pacientes entre los 18 y 70 años, que acuden a las fundaciones ubicadas en el Centro de la ciudad

- Asociación Colombiana de Enfermos de Cáncer
- Fundación Sol en los Andes
- Fundación San Ezequiel Moreno
- Fundación League Against Cáncer
- Fundación Sanidad integral
- Asufinc - Instituto Nacional de Cancerología
- Fundación Respirando vida
- Fundacancer
- Fundación Simmon
- Colombia corre por la investigación del cáncer

2. Diagrama del flujo de procesos

Figura 10.

Diagrama de proceso



Fuente: En nombre propio

El proceso de elaboración, empaque, etiquetado y control de calidad, lo realizará directamente el proveedor GREEN ANDINA COLOMBIA, quien nos entregara el producto final, será entregado en nuestras instalaciones, donde se realizará la comercialización y distribución a las 10 fundaciones, con las que iniciaremos nuestra labor, pero de acuerdo al comportamiento del negocio y la ampliación de nuestro nicho de mercado se pensaría en una logística de distribución más estructurada.

Cabe aclarar que los productos no estarán en venta al público en general, ya que debe ser con previo aval del médico tratante del paciente, por esta razón son las fundaciones a quienes vamos a distribuir el producto.

11.3. Maquinaria y equipo

De acuerdo con lo que se requiere para el correcto funcionamiento de la empresa, se debe contar con (4) cuatro equipos de cómputo, (1) software básico y específico aplicable a contaduría, nómina y diseño.

Para la referente a mano de obra, se plantean los siguientes perfiles, con el fin de optimizar los procesos y delegar funciones dentro de nuestra estructura organizacional, por lo cual se distribuyen los cargos y su respectiva descripción:

- Gerente General: 1 persona
- Asistente Comercial y de gerencia: 1 persona.
- Auxiliar Contable: 1 persona
- Coordinador de Gestión Humana: 1 persona
- Operario: 1 persona

- **Gerente General:**

Perfil: Generar la comunicación entre los distribuidores y la compañía llevando un control de todas las operaciones que influyen en el crecimiento de la producción, entre ellas las estrategias publicitarias, exigencias legales, abrir nuevos mercados, velar por el cumplimiento de objetivos y estrategias a largo, mediano y corto plazo, realizará el control de calidad de los productos y será el responsable de generar las respectivas acciones correctivas y preventivas.

Formación Académica: Profesional en Administración de empresas, ingenierías o similares. Especialización en Gerencia de Proyectos o certificación PMI.

Competencias:

- Visión de negocios
- Liderazgo
- Negociación
- Planificación estratégica
- Orientación de resultados
- Comunicación efectiva nivel gerencial
 - **Asistente comercial y de gerencia:**

Perfil: Será la encargada de la recepción de documentos, atención al cliente y deberá manejar programas de Microsoft office, además de planear tácticas para el cumplimiento de las estrategias.

Formación Académica: Profesional en Administración de empresas, marketing o carreras afines.

Competencias:

- Visión de negocios
- Comunicación efectiva a nivel comercial
- Orientación de resultados
- Negociación
 - **Coordinador de Gestión humana:**

Perfil: Se encargará de la gestión administrativa, contratación y seguridad social, el manejo y supervisión de personal, velará porque todos los colaboradores estén motivados, la responsabilidad de seguridad y salud en el trabajo y gestión de la nómina del personal.

Formación Académica: Profesional en Administración de empresas, Economía o Ingeniero Industrial, con experiencia en cargos similares.

Competencias:

- Coordinar, organizar y evaluar las actividades del área
- Servicio al cliente con orientación a la calidad
- Trabajo en equipo
- Verificar el cumplimiento de los lineamientos de gestión humana
- Gestión del conocimiento
- Ética y valores
- Manejo confidencial de la información
- Liderazgo
- Orientación a resultados
- Comunicación Asertiva

- *Auxiliar contable:*

Perfil: Control y verificación de los tiempos de entrega materia prima, análisis de inventarios del pago de las facturas de los proveedores y de los clientes, conciliaciones bancarias, proyección de estados financieros e informes contables o financieros, la preparación y proyección de las declaraciones tributarias y los diferentes informes con destino a las entidades estatales de control.

Formación Académica: Estudiante de mínimo sexto semestre en Administración Financiera o Administración de empresas, o tecnólogo en áreas similares.

Competencias:

- Manejo de información confidencial
- Razonamiento numérico
- Comunicación verbal
- Responsabilidad
- Analizar y procesar los estados contables y financieros
- Interpretar estados financieros
- Realizar pagos fiscales y elaborar reportes
- Liderazgo

- **Operario:**

Perfil: Realizará funciones relacionadas con el proceso de empaque y despacho del producto teniendo bajo su responsabilidad la coordinación de tiempos de recibo y entrega, control de desperdicios y mantener el área limpia.

Formación Académica: Bachiller.

Competencias:

- Responsabilidad
- Organización
- Comunicación verbal
- Comunicación Asertiva
- Control de inventario
- Almacenaje

11.4. Distribución de planta

Figura 11.

Planta oficina



Fuente: En nombre propio

Las instalaciones cuentan con dos plantas, distribuidas de la siguiente manera, primer piso está el espacio para el manejo del bodegaje del producto, en el segundo piso la oficina administrativa con su personal.

12. Aspectos Legales y Estructura Organizacional

12.1. Aspectos Legales

Tabla 12.

Normas aplicables

NORMA	ASPECTO QUE REGULA
Resolución 2154 de 2012 – Ministerio de Salud y Protección Social	Establece la directriz del reglamento técnico sobre las exigencias sanitarias que se deben cumplir para la fabricación y distribución de aceites y grasas de origen vegetal o animal, envase, almacenamiento, transporte, exportación, importación y/o comercialicen en el país.

Fuente: En nombre propio

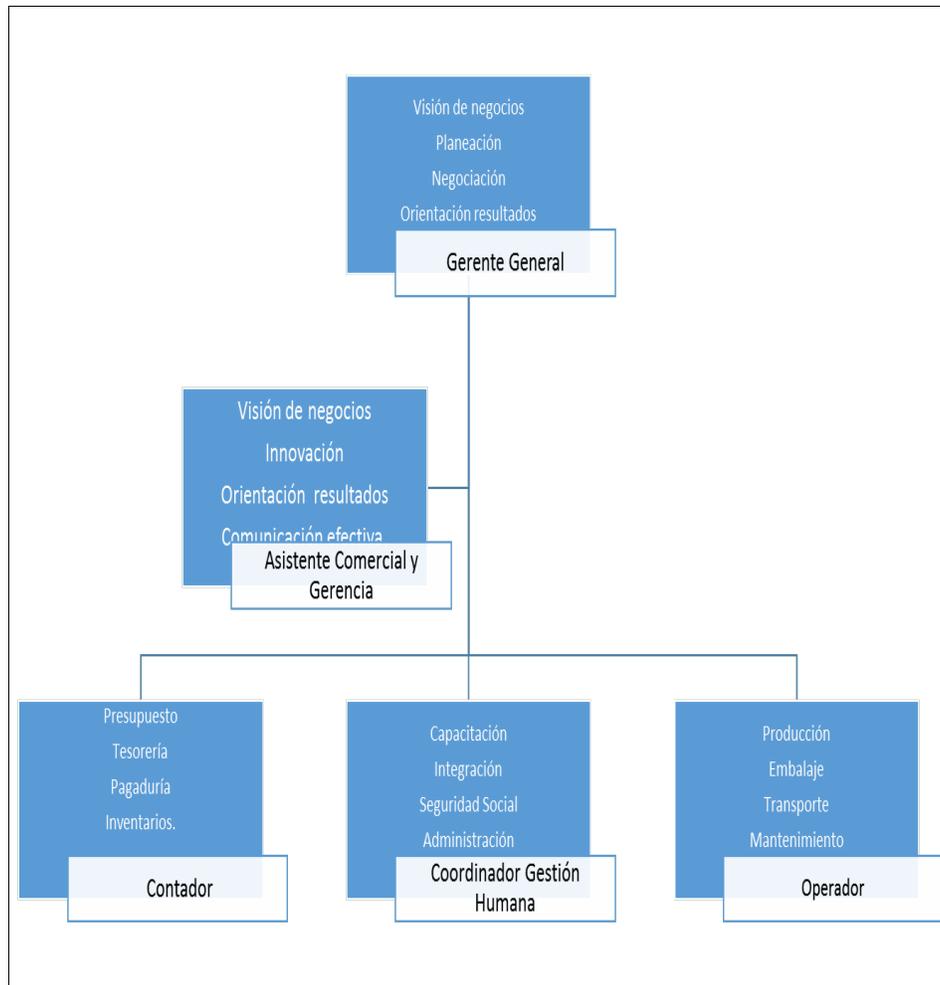
En Cámara y Comercio se realizará el registro, como una sociedad Comercial de tipo personal, ya que, al conocernos los socios, haremos un aporte igualitario de capital y fuerza de trabajo, nuestro propósito, será comercializar los aceites naturales. Con respecto al registro en la DIAN, se realizará el registro como una empresa del Régimen Simplificado, ya que nuestros ingresos transaccionales no superan el monto de \$127.078.000., teniendo en cuenta que este es el monto avalado para ingresos operacionales del año 2021. La estructura organizacional optimiza procesos y se delegan funciones a cada persona, según su cargo, con indicadores y metas que sean alcanzables para el desarrollo y cumplimiento.

13. Estructura organizacional

Se establece la estructura organizacional, con el fin de optimizar procesos y delegar las funciones a cada persona para que los indicadores y metas asignadas, sean alcanzables en el desarrollo del proyecto.

Figura 12.

Organigrama



Fuente: En nombre propio

13.1. Balance de personal requerido en el proyecto

Teniendo en cuenta el Balance de personal requerido dentro del proyecto, se establecieron las remuneraciones fijas, como son salarios, primas, cesantías, y todos los pagos que corresponden de Ley.

Tabla 13.

Balance del personal

BALANCE PERSONAL			
CARGO	CANTIDAD	REMUNERACION ANUAL	
		COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
GERENTE GENERAL	1	\$ 4.000.000	\$ 48.000.000
ASISTENTE COMERCIAL Y GERENCIA	1	\$ 1.100.000	\$ 13.200.000
COORDINADOR GESTION HUMANA	1	\$ 2.600.000	\$ 31.200.000
CONTADOR	1	\$ 2.100.000	\$ 25.200.000
OPERADOR	1	\$ 950.000	\$ 11.400.000
TOTAL	5	\$ 10.750.000	\$ 129.000.000

Fuente: En nombre propio

14. Presupuesto de capital de trabajo requerido en el proyecto

Para la estimación del presupuesto de capital de trabajo, se realizó estudio financiero de costos de producción, costos de ventas, costos administrativos, del primer año, donde se toma como referencia el total de los costos por valor de \$108.799.999, donde el capital en efectivo total de los socios por valor de \$ 13.600.000:

Tabla 14.*Estimación del capital de trabajo.*

ESTIMACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO						
* Calculo del capital de trabajo	* Política de credito (Número días			30	Dias laborales	240
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos desembolsables		\$ 108.799.999	\$ 115.374.744	\$ 121.055.791	\$ 127.100.913	\$ 132.031.725
Var Costos desembolsables			\$ 6.574.745	\$ 5.681.047	\$ 6.045.122	\$ 4.930.812
Capital de trabajo	\$ 13.600.000	\$ 821.843	\$ 710.131	\$ 755.640	\$ 616.351	
			Recuperacion del Capital de trabajo			\$ 16.503.966

Fuente: En nombre propio

14.1. Definición de la inversión inicial para el funcionamiento del proyecto

Se realiza estudio de Inversión inicial para la adecuación administrativa del proyecto, donde se desglosa la estructura física, muebles, equipos de cómputo, equipos de oficina, gastos administrativos y estudio del capital de cada socio:

Tabla 15-*Inversión administrativa inicial*

INVERSION ADMINISTRATIVA INICIAL - PRESUPUESTO			
TIPO DE ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
EQUIPO DE OFICINA			\$ 232.000
Telefonos fijos	2	\$ 40.000	\$ 80.000
Extintores	4	\$ 38.000	\$ 152.000
MUEBLES Y ENSERES			\$ 2.047.335
Escritorios	3	\$ 334.000	\$ 1.002.000
Compra de papeleria			\$ 751.335
Sillas ejecutivas	3	\$ 98.000	\$ 294.000
EQUIPOS DE COMPUTO			\$ 5.500.000
Computadores de Escritorio	3	\$ 1.700.000	\$ 5.100.000
Software			\$ 400.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS			\$ 7.779.335
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Inscripcion Camara y Comercio			\$ 551.000
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS			\$ 551.000
Capital de Trabajo Socio 1			\$ 6.800.000
Capital de Trabajo Socio 2			\$ 6.800.000
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			\$ 13.600.000
TOTAL INVERSION INICIAL			\$ 21.930.335

Fuente: En nombre propio

14.2. Balance Inicial del proyecto

Tabla 16.

Balance general

BALANCE GENERAL			
30/09/2020			
ACTIVO			PASIVO Y PATRIMONIO
ACTIVO CORRIENTE			PASIVO CORRIENTE
DISPONIBLE BANCO	\$ 7.601.467		Gastos de personal
			\$ -
			\$ 13.489.677
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 7.601.467		TOTAL PASIVO CORRIENTE
			\$ 13.489.677
ACTIVO NO CORRIENTE			PASIVO A LARGO PLAZO
			\$ -
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO			TOTAL PASIVOS
Oficina administrativa	\$ 45.000.000		\$ 13.489.677
Equipo de Oficina	\$ 232.000		
Equipo de computo y comunicaciones	\$ 5.500.000		PATRIMONIO
Muebles y enseres	\$ 2.047.335		Capital Suscrito y pagado
Menos depreciacion acumulada	\$ -		\$ 13.917.467
TOTAL PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 52.779.335		Reserva legal
			\$ -
OTROS ACTIVOS			Resultado ejercicio anterior
Diferidos	\$ -		\$ -
TOTAL PATENTES	\$ -		Revalorizacion del Patrimonio
			\$ -
			Resultado del ejercicio
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 52.779.335		\$ 32.973.658
TOTAL ACTIVOS	\$ 60.380.802		TOTAL PATRIMONIO
			\$ 46.891.125
			TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIOS
			\$ 60.380.802

Conclusiones

- La ejecución del estudio técnico y estructurado junto a la idea de un producto, nos permite como profesionales especialistas desarrollar habilidades y aplicar conocimientos, en base a la formulación y desarrollo de un proyectos. Sin embargo, es necesario contar con un equipo comprometido y capacitado para el desarrollo del mismo.
- Con la investigación realizada se concluye que comercializar los aceites naturales para la resequedad en la piel y específicamente para pacientes que se encuentran en tratamiento de quimioterapia, es viable, ya que se cuenta con un amplio mercado debido al carácter innovador del producto y al beneficio que otorga.
- De acuerdo al análisis realizado se evidencia que es un proyecto ambicioso, el cual beneficia a personas que padecen efectos secundarios en su piel, aliviando los dolores y la resequedad.
- Es importante contar con nuevas estrategias de precio y producto para ampliar la plaza de mercado.

Recomendaciones

- Se evalúa extender la comercialización de los aceites en distintas localidades de la ciudad de Bogotá, por intermedio de fundaciones y clínicas, que atiendan pacientes con Cáncer.
- A futuro, dependiendo del crecimiento que se tenga y teniendo en cuenta que el proyecto podría ser factible, se evaluara la posibilidad de realizar la extracción de los aceites esenciales naturales directamente de la materia prima vegetal.
- Realizar una nueva investigación con el fin de ampliar la plaza de mercado, ofreciendo el servicio no solo a pacientes con cáncer, sino buscar la oportunidad de comercializar los aceites naturales en los Spa.
- Evaluarse a futuro la posibilidad de que el proceso de elaboración, empaque, etiquetado y control de calidad, se realice directamente por medio del personal del proyecto, cumpliendo con los requerimientos legales y de calidad, con el fin de buscar rentabilidad del mismo.
- Identificar las condiciones y conservación en el almacenaje, teniendo en cuenta que estos aceites pueden presentar degradación cambiando las propiedades y comprometiendo la seguridad del aceite, por lo que es importante realizar una evaluación de riesgos por medio de una entidad que cuente con la experticia química.
- Es importante buscar capacitación para todo el personal que comercializara los aceites en las Fundaciones, para que el servicio sea integral.

Referencias

- ALVAREZ Judy Andrea; URIBE Jorge Hernán, (2004), *Extracción de aceites esenciales con vapor de agua: banco de ensayos y propuesta de plan de negocio*, Medellín – Colombia, Universidad Nacional de Colombia Sede Medellín.
- BERNAL, C. (2014), *Introducción a la Administración de las Organizaciones*, editorial Pearson, segunda edición.
- DANE (2020). Boletín Técnico Producto Interno Bruto (PIB). II trimestre 2020.
Recuperado de
https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IITrim20_producio_n_y_gasto.pdf
- GAVIÑA MÚGICA Miguel; TORNER OCHOA Jorge., (1996), *Contribución al estudio de los Aceites Esenciales Españoles*, Madrid – España, Ministerio de agricultura. Instituto forestal de investigaciones y experiencias de Madrid.
- La oferta, la demanda y el mercado.
<https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448181042.pdf>
- KOMEN G. Susan Natural Standard Monograph. *El extracto del germen de trigo*.
- MUÑOZ López de Bustamante Fernando, (1987), *Plantas medicinales y aromáticas, estudio, cultivo y procesamiento*. Madrid – España, Ediciones Mundi-Prensa.
- RIVERA Ángela María, (2003), *Simulación del proceso para la extracción de aceite esencial*.
- PROGRAMA SAFE (2015). Análisis de competitividad del sector cosméticos e ingredientes naturales. <http://www.andi.com.co/Uploads/Informe-01-Onudi-2015-Web-Analisis.pdf>

- STASHENKO Elena, (2009), *Aceites esenciales*, Santander – Colombia, Primera Edición Universidad Industrial de Santander.
- VADEMECUM colombiano de plantas medicinales. Ministerio de Protección Social. República de Colombia. Bogotá, D.C., 2008
- VON HUMBOLDT Alexander, (2003), Instituto *de Investigación de Recursos Biológicos - Biocomercio Sostenible*. Bogotá – Colombia, Estudio del mercado colombiano de aceites esenciales.
- WERNER Mónica, (2009), *Aromaterapia Bienestar, Belleza y Salud*. Hispano Europea. Recuperado de www.casadellibro.com/.