

“DISEÑO DE UNA ALMOHADA TERAPÉUTICA A PARTIR DE HIERBAS Y SEMILLAS AROMÁTICAS PARA CONTROLAR DE MANERA NATURAL LA ANSIEDAD, DEPRESIÓN Y ESTRÉS EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ”

**PAOLA ANDREA GÓMEZ ARIZA
LAURA CAMILA GUERRERO PÉREZ
PAMELA SAEKY HERNÁNDEZ PÉREZ**

**PROYECTO INTEGRAL DE GRADO PARA OPTAR EL TÍTULO DE
ESPECIALISTA EN GERENCIA DE PROYECTOS**

**ORIENTADOR
JULIÁN ANDRÉS GÓMEZ VARGAS
RESPONSABLE ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS**

**FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS
BOGOTÁ D.C**

2022

NOTA DE ACEPTACIÓN

Nombre

Firma del Director

Nombre

Firma del presidente Jurado

Nombre

Firma del Jurado

Nombre

Firma del Jurado

Bogotá, D.C. marzo de 2022

DIRECTIVAS DE LA UNIVERSIDAD

Presidente de la Universidad y Rector del Claustro

Dr. Mario Posada García Peña

Vicerrector Académico de Recursos Humanos

Dr. Luis Jaime Posada García-Peña

Vicerrectora Académica y de Investigaciones

Dra. Alexandra Mejía Guzmán

Vicerrector Administrativo y Financiero

Dr. Ricardo Alfonso Peñaranda Castro

Secretario General

Dr. José Luis Macías Rodríguez

Decano Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Dr. Marcel Hofstetter,

Director de programa

Dr. Julián Andrés Gómez Vargas

Las directivas de la Universidad América, Los jurados calificadores y el cuerpo docente no son responsables por los criterios e ideas expuestas en el presente documento. Estos corresponden únicamente a los autores.

TABLA DE CONTENIDO

	pág.
PREGUNTA PROBLEMA	10
1. OBJETIVOS	11
1.1 Objetivo general	11
1.2 Objetivos específicos	11
2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	12
3. MARCO TEÓRICO	15
3.1 Salud mental	15
3.2 Almohadas terapéuticas	16
4. ESTUDIO TÉCNICO	18
4.1 Descripción del producto	18
4.2 Características del producto	19
4.3 Determinación del tamaño de la planta	20
4.3.1 Planos de espacio requerido	20
4.3.1 Maquinarias y equipo	21
4.3.2 Actividades operacionales	22
5. ESTUDIO DE MERCADO	23
5.1 Tabulación de la encuesta	23
5.2 Análisis e interpretación de resultados	23
5.3 Conclusiones de la encuesta	23
5.4 Marketing mix	24
5.4.1 Producto	24
5.4.2 Marca	24
5.4.3 Logo	24
5.4.4 Precio	25
5.4.5 Plaza	25
5.4.6 Promoción	25
5.5 Dinámica de la economía en general (diagnóstico)	26
5.5.1 Análisis del sector	26
5.5.2 Barreras de entrada	26

5.5.3 Barreras políticas	27
5.5.4 Barreras económicas	27
5.5.5 Barreras sociales	27
5.5.6 Barreras tecnológicas	28
5.5.7 Barreras ambientales	28
5.5.8 Barreras legales	28
5.6 Matriz DOFA	29
6. ESTUDIO FINANCIERO	32
6.1 Inversiones del proyecto	32
6.1.1 Activos fijos	32
6.1.2 Depreciación activos fijos	33
6.1.3 Proyección de ventas del producto	34
6.2 Estado de pérdidas y ganancias	35
6.3 Evaluación financiera	36
6.4 Nómina de empleados	36
7. CONCLUSIONES	37
BIBLIOGRAFÍA	39
ANEXOS	41

LISTAS DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Ficha técnica almohada terapéutica	19
Figura 2. Plano distribución de la planta	20
Figura 3. Maquinaria y equipos.	21
Figura 4. Actividades operacionales.	22
Figura 5. Logo del producto.	25
Figura 6. Matriz DOFA	29
Figura 7 Estrategias FODA.	30

LISTAS DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Activos Fijos maquinaria y equipos.	32
Tabla 2. Activos fijos muebles y enseres.	32
Tabla 3. Activos fijos equipos de comunicación y cómputo.	33
Tabla 4. Activos fijos elementos de seguridad.	33
Tabla 5. Activos fijos en pesos.	33
Tabla 6. Vida útil activos fijos.	34
Tabla 7. Depreciación elementos de la planta.	34
Tabla 8. Proyección ventas de la almohada.	34
Tabla 9. Presupuesto de ingresos por año.	35
Tabla 10. Costo de producción.	35
Tabla 11. Estado de pérdidas y ganancias.	35
Tabla 12. Nómina empleados.	36

RESUMEN

En la actualidad la pandemia ha sido sinónimo de estrés, ansiedad y depresión por razones de los millones de muertes en el mundo, aislamientos, escasos víveres, etc. Por tal motivo el presente proyecto pretende contribuir a la disminución de enfermedades causadas por el estrés como el dolor de cabeza, dolor en el pecho, tensión o dolor muscular, además de regenerar el sueño a través de las almohadas terapéuticas y así mejorar la calidad de vida de las personas.

Palabras claves: Almohada terapéutica, ansiedad, aislamiento, sueño, calidad de vida.

PREGUNTA PROBLEMA

¿Cómo controlar, a través de la medicina natural, la salud física y mental?

1. OBJETIVOS

1.1 Objetivo general

Elaborar un modelo de almohada terapéutica, ergonómica y orgánica, basada en la medicina natural, capaz de controlar la salud física y mental.

1.2 Objetivos específicos

- Diseñar el estudio técnico de la almohada terapéutica, ergonómica y orgánica.
- Elaborar un estudio de mercado para determinar la situación actual de la producción y comercialización de este producto.
- Realizar un estudio financiero que permita determinar la viabilidad económica del proyecto a partir del estudio de mercado.

2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Según la Organización Mundial de la Salud, 1 de cada 4 personas tendrían un trastorno mental a lo largo de su vida, entre el 35% y el 50% no reciben tratamiento o no es el adecuado, el 12,5% de los problemas de salud está representado por los trastornos mentales, y 450 millones de personas en todo el mundo se ven afectadas por un problema de salud mental que dificulta gravemente su vida. Lo anterior permite concluir que el porcentaje de personas en el mundo que sufren un trastorno mental es bastante alto, enfermedades como la ansiedad o depresión son causadas por disfunciones físicas o desequilibrios químicos en el cuerpo, a su vez factores ambientales y psicológicos como el estrés también representa un papel importante a la hora de provocar estos desequilibrios. Algunas causas de estos trastornos:

❖ Estrés:

En el cuerpo:

- Dolor de cabeza.
- Tensión o dolor muscular.
- Dolor en el pecho.
- Fatiga.
- Cambio en el deseo sexual.
- Malestar estomacal.
- Problemas de sueño.

En el estado de ánimo:

- Ansiedad.
- Inquietud.
- Falta de motivación o enfoque.
- Sentirse abrumado.

- Irritabilidad o enojo.
- Tristeza o depresión.

❖ Ansiedad

Los signos y síntomas de la ansiedad más comunes incluyen los siguientes:

- Sensación de nerviosismo, agitación o tensión
- Sensación de peligro inminente, pánico o catástrofe
- Aumento del ritmo cardíaco
- Respiración acelerada (hiperventilación)
- Sudoración
- Temblores
- Sensación de debilidad o cansancio
- Problemas para concentrarse o para pensar en otra cosa que no sea la preocupación actual
- Tener problemas para conciliar el sueño
- Tener dificultades para controlar las preocupaciones
- Tener la necesidad de evitar las situaciones que generan ansiedad

❖ Depresión

Síntomas del comportamiento:

- Arrebatos emocionales sin causa aparente
- Dejar de participar en actividades que anteriormente se disfrutaban
- Participación en conductas de alto riesgo
- Ausencias frecuentes de la escuela o del trabajo
- Conductas autoagresivas
- Aislamiento social o retraimiento

Síntomas físicos:

- Dolores de cabeza o migrañas
- Dolor de estómago
- Disminución en la energía
- Dolores y achaques corporales sin causa aparente
- Cambios en el apetito
- Aumento o pérdida de peso
- Cambios en los patrones del sueño

3. MARCO TEÓRICO

3.1 Salud mental

La salud mental viene presentada como un concepto general que ampara un cúmulo de diversos criterios. Esta ambigüedad en su descripción permite una resignificación multidisciplinar que pluraliza el conocimiento, o la certeza, de los diferentes trastornos que comprende la salud mental. Desde el imperio romano, se tuvo una concepción más imparcial sobre la salud, donde la mente jugaba un papel fundamental, pero no se profundizaba en el entendimiento de sus afecciones, más bien, se consideraba la mente como una causa de la estabilidad en la salud física. Sin embargo, no fue hasta el siglo XVIII que se vieron los cambios más notables, ya que se destacó a la salud mental con la misma importancia que la salud física. Este reconocimiento conlleva a que se impulsen los diferentes desórdenes mentales y, por tanto, se ahonde en sus interpretaciones.

A lo largo del siglo XX se han elaborado distintos planteamientos de salud y enfermedad. Estos enfoques, ahondados a través de una idea heurística, pueden simplificarse en la definición de la biomédica, el comportamiento y la socioeconomía.

En la actualidad del siglo XXI, la OMS define la salud como “un estado completo de bienestar físico, mental y social y no solamente la ausencia de enfermedad o dolencia” (Organización Mundial de la Salud –OMS-, 2001, p.1). Asimismo, la OMS define la salud mental como “un estado de bienestar en el cual el individuo se da cuenta de sus propias aptitudes, puede afrontar las presiones normales de la vida, puede trabajar productiva y fructíferamente y es capaz de hacer una contribución a su comunidad” (Organización Mundial de la Salud –OMS-, 2001, p.1).

Con base a lo anterior se puede decir que la salud mental es una parte fundamental, tanto en el individuo como en una comunidad, para el bienestar y el funcionamiento positivo. La salud mental no es solo la ausencia de enfermedad mental, como equivocadamente muchos creen, ni tampoco debería equipararse la definición de salud mental con la de enfermedad.

También es importante resaltar, que la definición de salud mental está coligada con la conducta en todas las etapas de la vida. Otros autores afirman que:

Finalmente, en la actualidad, la constitución del concepto de salud mental y su importancia está correctamente planteado, ya que de esta depende el sostenimiento de una salud física apropiada, como también la mejoría de enfermedades físicas. De esta manera se concluye, además, que la salud mental, y su efectivo mantenimiento, depende de la salud física.

3.2 Almohadas terapéuticas

Al principio, las almohadas tradicionales fueron usadas por la clase alta, y se han encontrado en tumbas del Antiguo Egipto. Gracias a la dificultad de tintes sofisticados, y técnicas de costura conduce al desarrollo de estas como una forma de arte, con modelos sumamente decorados y originarios de China.

La palabra almohada proviene del árabe andalusí “al-mujadda”, lo cual traduce almohadón o cojín, sin embargo, la raíz de esta palabra es jadd (lado o mejilla), así que se relaciona semánticamente con el hecho de apoyar la mejilla o descansar de lado.

Con el paso de los años, las almohadas tradicionales han recibido una serie de modificaciones de sus elementos, en búsqueda de diferentes beneficios para la salud física y mental de las personas. Dichas modificaciones se han traducido también en almohadas terapéuticas, enfocadas en el alivio de diferentes dolores y beneficios antiinflamatorios o relajantes, por medio de la medicina natural con ayuda de un proceso térmico, la cual actúa bajo la teoría hipocrática del “primero, no dañar”, donde todo lo natural tiene una base racional y las causas de las enfermedades pueden hallarse en elementos naturales como el aire, el agua o la comida, por lo anterior, el tratamiento de enfermedades es realizado con remedios no invasivos ni perjudiciales que afecten los poderes curativos innatos del cuerpo, es la principal función de la naturopatía.

Existen dos modalidades para el tratamiento de diferentes enfermedades con las almohadas terapéuticas:

1. Almohada terapéutica caliente: el calor transporta sangre a la zona afectada, la cual suministra los nutrientes que el tejido necesita para sanar. Funciona como alivio del malestar o dolor producido por artritis, dolor de espalda, cólicos, dolor de oídos, tendinitis, sinusitis, tensión del cuello, dolor cervical, desgarros, dolor menstrual, mastitis, entre otros.
2. Almohada terapéutica fría: reduce el daño del tejido secundario y alivia el dolor de la zona afectada. Funciona como alivio a los dolores o malestares producidos por inflamaciones, migrañas, várices, quemaduras, entre otros.

Las hierbas y semillas más comunes que se utilizan para el relleno de estas almohadas son:

- Manzanilla: Calmante natural, ayuda a relajar, disminuir inflamación, cólicos y dolores menstruales.
- Hierbabuena: Trata los síntomas de cólicos, gastritis, náusea, fiebre, resfriados, dolores de cabeza, indigestión, ansiedad, insomnio, entre muchos más.
- Canela: Trata problemas digestivos y respiratorios. Se sabe que la canela tiene propiedades antibacterianas, antiinflamatorias, antisépticas y antivirales, entre otras.
- Eucalipto: Posee cualidades antisépticas, astringentes, antibióticos, antiinflamatorias, y antivirus. Es considerado un expectorante natural y se usa para aliviar problemas de asma, bronquitis, faringitis, tos, etc.
- Zacate de limón: Revitaliza, es antidepresivo, antibacteriano, contribuye a despejar la mente, aliviar el cansancio y estrés por exceso de trabajo, además ayuda a controlar los nervios. Son conocidas sus propiedades para tratar malestares de gripe, bronquitis, tos y problemas digestivos.
- Lavanda: Utilizada como relajante, despeja la mente, relaja los nervios, cura el insomnio y calma el cuerpo. Ayuda a conciliar el sueño y desvanece las pesadillas.

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Descripción del producto

Las almohadas terapéuticas están constituidas por semillas y una mezcla de hierbas, cuyo aroma contribuye al alivio de molestias como el estrés, dolor de cabeza, cuello, ansiedad, depresión, dolor abdominal, cólicos, entre otros. Al desarrollo de este producto se asocia la experiencia y sabiduría popular, aplicada en una fórmula muy sencilla que aprovecha los beneficios de la herbolaria.

Para efecto de un beneficio eficiente, es posible especificar que la almohada terapéutica, ergonómica y orgánica se puede utilizar tanto fría como caliente, dependiendo del dolor que se quiera tratar. Dicho lo anterior, la sensación térmica caliente de la almohada sirve para disminuir los síntomas de artritis, dolor de espalda, cólicos, gripe, dolor muscular y dolor de cuello. Solo se necesitará calentarla unos minutos en el microondas y colocarla en la zona afectada. Asimismo, la sensación térmica fría de la almohada calma dolores de cabeza, dolores dentales e incluso reduce diversos tipos de inflamación. Del mismo modo, a temperatura ambiente, la almohada se usa como terapia anti estresante. Las hierbas que se utilizan para la fabricación de este producto, basándose en sus beneficios, son: la Manzanilla, Eucalipto, Menta, Hierbabuena, Canela, Zacate de limón y Lavanda. Para el caso del relleno se incluyen múltiples semillas como: la soja, maíz, trigo, mijo, arroz y lino, todas ellas tienen características en común como su tamaño pequeño y alargado que hacen que se adapten a cualquier parte del cuerpo y resisten perfectamente el calor, no desprenden olores fuertes, conservan el frío por si se requieren tratar procesos inflamatorios. Todas las características de la almohada terapéutica, ergonómica y orgánica, contribuyen en calmar cualquier tipo de dolencia que aqueja la salud física y mental, por lo tanto, mejora la calidad de vida de quien la use.

4.2 Características del producto

El producto a elaborar tiene las siguientes características:

Figura 1.

Ficha técnica almohada terapéutica

Concepto	Descripción
Forma	Rectangular.
Material	Suave. Anti ácaros y bacterias.
Espuma	Viscoelástica.
Adaptabilidad	Cuello y Cabeza.
Medidas	Largo: 58cm. Ancho: 39 cm. Altura: 13 cm.
Color	Blanco Beige.
Prototipo de etiqueta	Información de la empresa y marca al frente.
Embalaje	Plástico.
Contenido interno	Almohadilla de calefacción y hierbas o semillas de acuerdo al trastorno del cliente.

Nota. La anterior figura brinda una descripción sobre las características de la almohada en términos de forma materiales, medidas, colores, y demás.

4.3 Determinación del tamaño de la planta

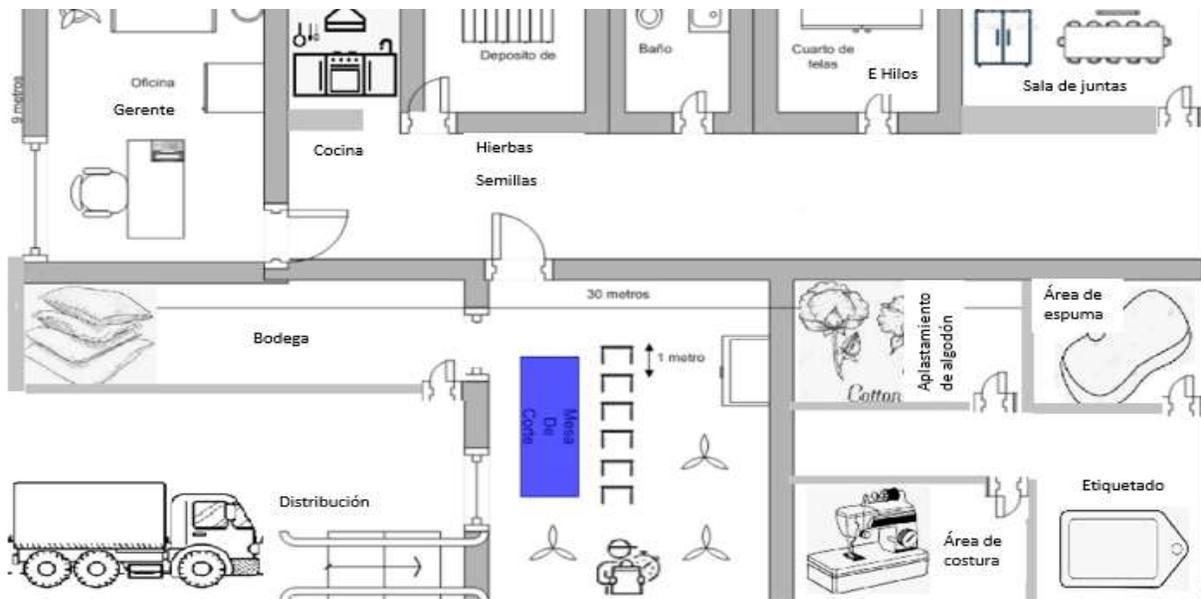
Es la organización de cada sitio de trabajo, así como la maquinaria y equipo del sistema para la producción de almohadas terapéuticas para evitar traslados innecesarios y de esta manera garantizar el mejor funcionamiento de la planta.

4.3.1 Planos de espacio requerido

Representamos de manera gráfica y detallada la distribución que tendrá la planta en cuanto a cada sitio de trabajo para determinar si es la distribución adecuada y óptima.

Figura 2.

Plano distribución de la planta.



Nota. La figura anterior representa el plano de distribución de la planta, y cómo estará dividida cada área en ella.

4.3.1 Maquinarias y equipo

Figura 3.

Maquinaria y equipos.

ELEMENTO	DESCRIPCIÓN	IMAGEN	CANTIDAD	VALOR
Máquina de Coser Industrial	Mecanismo que permite coser o unir material textil con hilo.		2	2.599.000
Máquina de Cardar	Esta maquina convierte las fibras naturales individuales del algodón en un hilo cohesionado.		1	77.000.000
Máquina de Bordar	Es un conjunto de elementos móviles y fijos mediante los cuales realiza dibujos para bordar a cadeneta, diferentes matices y adornos a telas, bordar letras a máquina.		1	805.000
Máquina para empacar al vacío	Equipo que permite extraer todo el aire de una bolsa o empaque de plástico. Esto se logra mediante una bomba que hace el proceso de extracción para después sellar el empaque.		1	20.000.000
Mesa de Corte	Sistema de corte automático equipado con un cabezal de corte de 6 cm especialmente diseñado para cortar denim, pero también es adecuado para otros tipos como (algodón, etc.).		1	10.680.000

Nota. La figura anterior brinda una breve descripción de cada una de las máquinas a utilizar en el proceso de fabricación de las almohadas, así como la cantidad de máquinas a usar y un valor aproximado de costo de cada una de ellas.

4.3.2 Actividades operacionales

Figura 4.

Actividades operacionales.

Actividad	Descripción
1	Recolectar materia prima por parte de los proveedores (Algodón, tela, hilo, espuma viscoelástica, etiquetas, almohadilla de calefacción, hierbas y semillas).
2	El proceso de cardado se encarga de convertir las fibras naturales individuales del algodón en un hilo cohesionado para tener una manta o velo de algodón aplanado y después enrollarlo.
3	Incorporar el algodón enrollado a la cardadora y así obtener los rollos de algodón en partes iguales.
4	Incorporar las medidas de la tela para la funda de la almohada en la máquina de cortar.
5	Rellenar la funda con un rollo de algodón y se introduce, una almohadilla de calefacción.
6	Pasar la funda por la cocedora para cerrarla.
7	Repetir la actividad cuatro (4) y rellenar el interior con las hierbas y semillas. Repetir la actividad seis (6).
8	Coser ambos extremos de las dos fundas ya hechas dejando un pequeño orificio en el extremo de la primera funda de la actividad cinco (5) por donde sale el cableado de la almohadilla de calefacción.
9	Tomar la espuma viscoelástica y entrar la espuma viscoelástica a la cortadora.
10	Cubrir las dos fundas con la espuma viscoelástica y se procede a cocerlas en todos los laterales menos la parte que sale del cableado.
11	Elaborar una nueva funda es decir se repite la actividad (4) y en ella se introduce el conjunto de las fundas anteriores y de la espuma.
12	Coser un cierre final a la funda.
13	Bordar sobre la almohada el logo de la marca de la empresa o si el cliente la quiere personalizar.
14	Coser la etiqueta de indicaciones y características en el borde de la almohada.
15	Ubicar la almohada en la máquina de empacar al vacío.
16	Almacenar y distribuir las almohadas.

Nota. La figura anterior representa la secuencia de pasos para la fabricación de la almohada, en orden consecutivo.

Ver Anexo 1 Diagrama de proceso.

5. ESTUDIO DE MERCADO

En el presente capítulo se busca recolectar información relevante sobre el posible consumidor final, sus comportamientos, gustos y preferencias, por medio de una segmentación de mercado, investigación de mercado, análisis de oferta y demanda; y a su vez realizar un análisis de la competencia.

5.1 Tabulación de la encuesta

A continuación, se encuentra el diseño de la encuesta con preguntas cerradas que permita tabular los resultados y posteriormente establecer su análisis. Se realizaron 211 encuestas en total por contar con un periodo de tiempo corto. (Ver Anexo 3 Encuesta al público)

5.2 Análisis e interpretación de resultados

A continuación, se realizará un análisis estadístico por cada pregunta para determinar qué factores hay que considerar y que otros no para la elaboración del producto. Ver (**¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**)

5.3 Conclusiones de la encuesta

- Es importante tener en cuenta los factores primordiales de los clientes potenciales al momento de la adquisición de una almohada.
- Es vital conocer los conceptos claves del producto y así dar una buena promoción para los futuros clientes interesados.
- Es fundamental establecer los diferentes tipos de trastornos psicológicos que una persona puede padecer y así dar sentido en cómo el producto puede ayudar a esa población.

- Se puede decir que en las encuestas se debe tener en cuenta las necesidades de los clientes para lograr implementar el producto más adecuado para dicha necesidad.

5.4 Marketing mix

5.4.1 Producto

La almohada se transformará a base de los siguientes procesos industriales: Recolección de materia prima, proceso de cardado, elaboración de fundas, diseñar y elaborar la espuma viscoelástica, proceso de cosido, proceso de bordado y finalmente completar los retoques finales; para obtener la almohada terapéutica que podrá ofrecer mayores beneficios a la sociedad que padece de estos trastornos como el estrés, la ansiedad y la depresión.

5.4.2 Marca

La empresa tendrá el nombre de “Personal Therapeutic Pillow”, traducido del inglés Almohada Terapéutica Personal, el cual permite una fácil recordación en los clientes y un compromiso con el bienestar y salud de los stakeholders que puedan verse involucrados dentro de la compañía. Además, que resalta la alta calidad que nuestros productos son ofrecidos al mercado.

5.4.3 Logo

La marca busca una identidad gráfica con el fin de que los clientes la reconozcan y la recuerden con facilidad, así mismo se elaboraron cuatro tipos de logo de diferentes colores para elegir cuál de ellos es el más apropiado.

Figura 5.
Logo del producto.



Nota. La anterior figura representa las posibles opciones para el logo del producto, mostrando una variación de colores escogidos por los autores.

5.4.4 Precio

Se propone una estrategia de precio que se deben cubrir dentro de la cadena de suministro en la compañía contando un margen de utilidad que será discutido por la junta directiva. Los precios serán ofrecidos al mercado a partir de la venta de almohadas individuales.

5.4.5 Plaza

Uso de plataformas en línea a corto plazo para concretar las ventas y para permitir un fácil registro de inventarios, además que se llevará el producto de nuestros clientes por medio de camiones adquiridos previamente. Cabe resaltar que el plan a largo plazo será establecer puntos físicos dentro de las principales ciudades del país.

5.4.6 Promoción

Dentro de esta estrategia la empresa ha decidido manejar algunas herramientas publicitarias que ayudarán a que la empresa se dé a conocer a gran escala, como:

5.4.7 Periódicos locales

La intención es publicar información acerca de las diferentes actividades que puede conllevar a distintos trastornos psicológicos como el estrés, la ansiedad y la depresión. Con esto se ejecutará una campaña publicitaria de nuestra almohada terapéutica en como hace efecto con la disminución de los trastornos mencionados dentro de la ciudad de Bogotá.

5.4.8 Redes sociales

Por parte de la campaña se utilizará Facebook, Instagram, YouTube para promover la presentación del producto en Bogotá. Además de la ayuda de comerciales televisivos, radiales, redes sociales y por recomendación voz a voz en el sector industrial. La política de ventas de la compañía es de contado y crédito.

5.5 Dinámica de la economía en general (diagnóstico)

5.5.1 Análisis del sector

En el sector manufacturero de las almohadas tuvo un crecimiento exponencial del 20,7% al inicio del año en curso, el sector presentó un crecimiento del 6,2% frente al primer trimestre del año pasado, según proyecciones de la industria se espera que el sector tenga un crecimiento del 53,9% en su variación anual, en el año en curso se ha observado una mejora gradual frente a las pérdidas presentadas frente al año pasado debido a la contingencia por el COVID-19, a nivel sectorial se puede decir que las actividades manufactureras registra constantemente tasas de crecimiento que permiten el crecimiento del sector y del PIB nacional

5.5.2 Barreras de entrada

Para el desarrollo del diseño de una almohada terapéutica es vital conocer las dificultades que se pueden presentar, una de las más importantes es el aporte financiero para llevar a cabo dicho proyecto, ya que requiere maquinarias y equipos, personal cualificado, tecnología de primera mano, estudios de la zona de interés para abarcar el mercado, etc. Otros obstáculos relevantes son

los permisos gubernamentales, conflictos por la competencia, estos mencionados corresponden a una clasificación socio-político, económico y ambiental.

5.5.3 Barreras políticas

Colombia es un país que se delimita por sus tratados y políticas comerciales, en el cual el proteccionismo ha estado presente en los procesos de intercambio entrante y saliente de productos, hoy en día esa protección se ha visto reemplazada por control de costos y barreras no arancelarias. La adopción de estas medidas ha generado rentas por una suma equivalente a 4 % del PIB a causa de esto la brecha de importaciones se ha abierto más, lo que significa que en consecuencia este resultó ser equivalente a imponer un gravamen de 40% a las exportaciones. Lo que representa que al señalar que las barreras no arancelarias a las importaciones equivalen a imponerles un fuerte gravamen a las exportaciones, esto contribuye a identificar una de las causas del anémico comportamiento de las exportaciones no tradicionales, lo que significa que se debe realizar un análisis para determinar las posibles relaciones comerciales a la hora de ofertar el producto en calidad de exportación.

5.5.4 Barreras económicas

Se deben realizar los estudios necesarios, junto con un asesoramiento exhaustivo por contadores y especialistas en marketing, para establecer un presupuesto acorde que la compañía necesitará al momento de comenzar a ingresar en el mercado. Se necesita asegurar una adecuada implementación de estrategias de penetración y buen desarrollo de la producción, dado el caso que la compañía no cuente con el capital pactado en un plazo menor a un año. Se evaluará si es necesario adquirir un préstamo bancario para asegurar dicho apalancamiento financiero, junto con los posibles ingresos que se puedan adquirir en un plazo menor a 6 meses para poder realizar una leve predicción que asegure cierta fortaleza a corto plazo.

5.5.5 Barreras sociales

Esta compañía se dedicará solamente a vender almohadas terapéuticas para poder ser fabricada y transformada para el uso del consumidor final, se debe tener en cuenta la opinión de clientes

potenciales que padecen de manera leve los diferentes trastornos como la ansiedad, depresión y estrés. Nuestro principal objetivo como empresa es ayudar a nuestros clientes de manera natural por medio de la aromaterapia y mejorar la calidad de sueño.

5.5.6 Barreras tecnológicas

La tecnología tiene gran impacto sobre la producción y distribución de los productos a ofrecer, ya que es necesario contar con instalaciones, infraestructura y maquinaria adecuada, la cual tiene un costo elevado, como fue mencionado anteriormente en las barreras económicas, no se cuenta con un alto presupuesto para la inversión. Es necesario elaborar un análisis detallado sobre las diferentes tecnologías que conlleva al proceso de la producción de las almohadas terapéuticas, comenzando desde el tipo de maquinaria, recursos en equipos e infraestructura para este proceso.

5.5.7 Barreras ambientales

En la producción de las almohadas terapéuticas se evidencia la generación de desperdicios de material debido a que estos pueden contaminar el medio ambiente, de tal forma, este material desperdiciado se dará como reciclaje para que pueda ser reutilizado como un producto nuevo en el mercado. Esto es de gran importancia ya que, actualmente se aprecia el cuidado del medio ambiente y la población tiene en cuenta al momento de elegir qué producto va a adquirir, el uso que tienen las empresas del medio ambiente en sus procesos de producción y distribución. (Ver Anexo 5 Normas ambientales))

5.5.8 Barreras legales

Se relacionadas a las entidades regulatorias que se encuentran en nuestro país tales como DIAN, Cámara de Comercio de Bogotá D.C, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, entre otras, las cuales dictan normas, leyes y decretos que deben ser cumplidas a cabalidad para el debido funcionamiento de la empresa y así poder ejecutar dicho plan. Esto impactará directamente en la

proyección y alcance de este proyecto, ya que influirá sobre el desarrollo del mismo. (Ver Anexo 6 Normas legales)

5.6 Matriz DOFA

Figura 6.

Matriz DOFA

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Apoyo económico del gobierno para la creación de empresas. 2. El producto ofrecido hace parte del uso diario de los clientes. 3. El gobierno ofrece beneficios tributarios por la generación de empleo. 4. La importancia y prestigio que los clientes dan a la marca a la hora de tomar una decisión de compra. 5. Producto basado en los gustos y necesidades de los clientes. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El precio de la competencia puede ser mas bajo que el ofrecido por nuestra empresa. 2. La competencia tiene reconocimiento en el sector por su experiencia en el mercado. 3. La importación de productos similares a los que serán ofrecidos a bajos precios. 4. El no conocimiento de la espuma viscoelástica por parte de los clientes. 5. Se cree un almacén con producto similar y que cumplan con el mismo objetivo que nuestra empresa.
FORTALEZA	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Visión para enfocar el negocio. 2. Poseer el emprendimiento necesario para sacar la idea adelante. 3. Se plantean factores diferenciadores que permiten ofrecer un producto innovador. 4. Vender el producto con un alto estándar de calidad. 5. La empresa cuenta con una planta industrial propia para el desarrollo de los productos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de capital de trabajo para inversión. 2. No se tiene experiencia en el modelo de negocio. 3. La empresa es nueva en el mercado de producto para utilizar a la hora de dormir. 4. La empresa no tiene alianzas con proveedores en el exterior para importar productos.

Nota. La anterior figura es la representación de la matriz DOFA, la cual nos permite analizar la situación actual de la empresa con respecto las condiciones internas de la empresa y el contexto externo que la puede afectar.

Figura 7.

Estrategias FODA.

Estrategia FO	Estrategia FA
<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar los beneficios tributarios y apoyo económico que ofrece el Gobierno para la creación de empresas enfocando adecuadamente el plan de negocio. • Como los productos son diseñados para satisfacer los gustos y necesidades de nuestros clientes, se podrán vender por el alto estándar y la calidad requerida. • La visión en el que se enfoca el negocio se da por la importancia y buen nombre que los clientes dan a la marca, debido a que el producto es innovador. 	<ul style="list-style-type: none"> • Debido a que el producto ofrecido es innovador y con altos estándares de calidad, posiblemente tendrán un precio mayor a la competencia, lo cual puede generar dudas e inquietud por parte de los clientes momento de comprar. • Contamos con personal capacitado para atender las necesidades de los clientes. • A pesar de no tener reconocimiento en el mercado, solo basta tener 1 punto de venta la misma planta industrial siendo llamativo a los clientes debido a la infraestructura y diseños de este.
Estrategia DO	Estrategia DA
<ul style="list-style-type: none"> • Para la creación de esta empresa no se cuenta con todo el capital y recursos económicos suficientes, por lo cual se puede recurrir a un préstamo bancario o algún apoyo ofrecido por el Gobierno. • A pesar de no tener experiencia en el modelo de negocio, se pueden buscar alianzas con los interesados que permitan fortalecer estas debilidades y de este modo llegar a ser más competitivos en el mercado. • La empresa es nueva en el mercado de productos para dormir, por esta razón se mostrará a los clientes la importancia a la hora de comprar por su beneficio. 	<ul style="list-style-type: none"> • La competencia por tener reconocimiento en el mercado ya tiene establecido su modelo de negocio, lo cual fortalece su experiencia en el sector y mayor portafolio de productos y clientes. • Como la empresa realiza importaciones la variación cambia significativamente. • El modelo de negocio es innovador por tal razón no será posible tener una competencia igual a corto plazo.

Nota. La figura anterior es la representación de la matriz de impacto cruzado para marca personal, donde se trazarán diversas estrategias para aprovechar, defender, reforzar y movilizar la marca personal.

❖ Segmentación

- Segmentación geográfica
 - Colombia
 - Región Andina
 - Bogotá
 - Clima frío
- Segmentación demográfica
 - Edad: Desde los 8 años en adelante
 - Sexo: Masculino y Femenino

- Tamaño de Familia: No tiene importancia
- Niveles de Ingreso: Cualquier persona que tenga ingresos a partir de \$100.000 pesos.
- Ocupación: No se requiere ocupación en específico
- Nivel Educativo: Desde 3ro de primaria
- Religión, Raza y Nacionalidad: No tiene influencia en la compra del producto

- Segmentación psicográfica
 - Personalidad: No tiene importancia este criterio
 - Estilo de Vida: No tiene importancia este criterio
 - Valores: No tiene importancia este criterio

- Segmentación de beneficios
 - Incrementar los niveles del sueño para las personas que tienen dicho problema.
 - Disminuir el trastorno leve que pueda padecer una persona ejemplo: la ansiedad, estrés, depresión.

6. ESTUDIO FINANCIERO

6.1 Inversiones del proyecto

Las inversiones para llevar a cabo la producción y comercialización de Almohadas Terapéuticas están divididas en diferentes activos fijos como la maquinaria, muebles y enseres, equipos de comunicación y cómputo y elementos de seguridad.

6.1.1 Activos fijos

Tabla 1.

Activos Fijos maquinaria y equipos.

Elemento	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Maquina de Coser Industrial	2	\$ 2.599.000	\$ 5.198.000
Maquina de Cardar	1	\$ 77.000.000	\$ 77.000.000
Maquina de Bordar	1	\$ 805.000	\$ 805.000
Maquina para Empacar al Vacio	1	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000
Mesa de corte	1	\$ 10.680.000	\$ 10.680.000
Total			\$ 113.683.000

Nota. La anterior tabla presenta un listado de los activos fijos agrupados en maquinaria y equipos.

Tabla 2.

Activos fijos muebles y enseres.

Elemento	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Lockers individual	13	\$ 219.900	\$ 2.858.700
Archivador	4	\$ 284.990	\$ 1.139.960
Mesas y sillas	4	\$ 288.889	\$ 1.155.556
Mesa y sillas de junta	1	\$ 2.050.000	\$ 2.050.000
Total			\$ 7.204.216

Nota. La anterior tabla presenta un listado de los activos fijos agrupados en muebles y enseres.

Tabla 3.

Activos fijos equipos de comunicación y cómputo.

Elemento	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Computador de mesa	4	\$ 1.309.900	\$ 5.239.600
Teléfono	3	\$ 175.000	\$ 525.000
Televisor	3	\$ 1.739.800	\$ 5.219.400
Radio Portatil	7	\$ 136.000	\$ 952.000
Total			\$ 11.936.000

Nota. La anterior tabla presenta un listado de los activos fijos agrupados en equipos de comunicación y cómputo.

Tabla 4.

Activos fijos elementos de seguridad.

Elemento	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Señalización	1	\$ 145.900	\$ 145.900
Kit cámara de seguridad	1	\$ 725.600	\$ 725.600
EPP	9	\$ 784.900	\$ 7.064.100
Botiquin	2	\$ 400.000	\$ 800.000
Total			\$ 8.735.600

Nota. La anterior tabla presenta un listado de los activos fijos agrupados en elementos de seguridad.

Tabla 5.

Activos fijos en pesos.

Elemento	Valor total
Maquinaria y equipos	\$ 113.683.000
Muebles y enseres	\$ 7.204.216
Equipos de comunicación y cómputo	\$ 11.936.000
Elementos de Seguridad	\$ 8.735.600
TOTAL	\$ 141.558.816

Nota. La anterior tabla presenta el costo total de los activos fijos de la empresa, sumando cada agrupación de las tablas anteriores.

6.1.2 Depreciación activos fijos

A continuación, se observa la depreciación de la maquinaria, muebles y enseres, equipos de comunicación y cómputo y elementos de seguridad. Para lo cual se tuvo en cuenta el tiempo de vida útil de cada uno.

Tabla 6.

Vida útil activos fijos.

Concepto	Vida util en años
Maquinaria y equipos	15
Muebles y enseres	10
Equipos de comunicación y computo	5
Elementos de Seguridad	3

Nota. La anterior tabla nos permite identificar cuántos años de vida útil presenta cada uno de los activos fijos.

Tabla 7.

Depreciación elementos de la planta.

Concepto	Precio total	Depreciación
Maquinaria y equipos	\$ 113.683.000	\$ 7.578.867
Muebles y enseres	\$ 7.204.216	\$ 720.422
Equipos de comunicación y computo	\$ 11.936.000	\$ 2.387.200
Elementos de Seguridad	\$ 8.735.600	\$ 2.911.867

Nota. La anterior tabla, nos permite conocer el valor asociado a la pérdida de valor de un bien, a consecuencia de su desgaste, el paso del tiempo u obsolescencia.

6.1.3 Proyección de ventas del producto

Tabla 8.

Proyección ventas de la almohada.

Producto	Producción Mensual	Producción Anual
Almohadas media luna	150	1800

Nota. La anterior tabla presenta una proyección estimada de ventas de almohadas a nivel mensual y anual.

6.1.3.a Presupuesto ingresos

Tabla 9.

Presupuesto de ingresos por año.

AÑO	CANTIDAD	PRECIO/UNIDAD	TOTAL
2022	1800	\$ 110.000	\$ 198.000.000
2023	2150	\$ 122.000	\$ 262.300.000
2024	2700	\$ 133.000	\$ 359.100.000
2025	3100	\$ 145.000	\$ 449.500.000
2026	4500	\$ 152.000	\$ 684.000.000
TOTAL	14.250	\$ 662.000,00	\$ 1.952.900.000

Nota. Analizando los años 2022, 2023, 2024, 2025 y 2026, se estima un presupuesto de ingresos por año, dependiendo este de las cantidades vendidas en cada uno de ellos.

6.1.3.b Costo de producción

Tabla 10.

Costo de producción.

AÑO	CANTIDAD	COSTO/UNIDAD	TOTAL
2022	1800	\$ 26.000,00	\$ 46.800.000,00
2023	2150	\$ 29.800,00	\$ 64.070.000,00
2024	2700	\$ 32.700,00	\$ 88.290.000,00
2025	3100	\$ 33.450,00	\$ 103.695.000,00
2026	4500	\$ 35.670,00	\$ 160.515.000,00
TOTAL	14.250	\$ 157.620,00	\$ 463.370.000

Nota. La anterior tabla nos permite determinar el costo de producción de las almohadas terapéuticas por año, analizando aquellos gastos necesarios, quedando fuera otros como los financieros.

6.2 Estado de pérdidas y ganancias

Tabla 11.

Estado de pérdidas y ganancias.

CUENTAS					
CUENTAS	2022	2023	2024	2025	2026
VENTAS					
ALMOHADAS	\$ 198.000.000	\$ 262.300.000	\$ 359.100.000	\$ 449.500.000	\$ 684.000.000
TOTAL	\$ 198.000.000	\$ 262.300.000	\$ 359.100.000	\$ 449.500.000	\$ 684.000.000
(-)COSTO DE VENTAS					
ALMOHADAS	\$ 46.800.000,00	\$ 64.070.000,00	\$ 88.290.000,00	\$ 103.695.000,00	\$ 160.515.000,00
TOTAL	\$ 46.800.000	\$ 64.070.000	\$ 88.290.000	\$ 103.695.000	\$ 160.515.000

Tabla 12. (Continuación)

(=)UTILIDAD BRUTA	\$ 151.200.000	\$ 198.230.000	\$ 270.810.000	\$ 345.805.000	\$ 523.485.000
(-) GASTOS OPERACIONALES	\$ 40.824.000	\$ 42.289.000	\$ 43.100.000	\$ 43.800.789	\$ 4.839.786
DEPRECIACIÓN	\$ 13.598.355	\$ 13.598.355	\$ 13.598.355	\$ 13.598.355	\$ 13.598.355
TOTAL	\$ 54.422.355	\$ 55.887.355	\$ 56.698.355	\$ 57.399.144	\$ 18.438.141
(=)UTILIDAD OPERACIONES	\$ 96.777.645	\$ 142.342.645	\$ 214.111.645	\$ 288.405.856	\$ 505.046.859
SALDO FINAL CAJA	\$ 96.777.645	\$ 142.342.645	\$ 214.111.645	\$ 288.405.856	\$ 505.046.859

Nota. Este estado muestra que tan rentable (utilidad o pérdida) ha sido a lo largo de un período determinado y con esa información poder analizar su situación financiera, su estructura de ingresos, costos y gastos para tomar decisiones sobre el futuro de la misma.

6.3 Evaluación financiera

$$VAN = \frac{96.777.645}{(1+0,105)^1} + \frac{142.342.645}{(1+0,105)^2} + \frac{214.111.645}{(1+0,105)^3} + \frac{288.405.856}{(1+0,105)^4} + \frac{505.046.859}{(1+0,105)^5} - 200.000.000$$

VAN	\$ 582.856.609,98
------------	--------------------------

El Valor Actual Neto calculado fue de \$582.856.609,98 con una inversión de \$200.000.000

6.4 Nómina de empleados

Tabla 13.

Nómina empleados.

CARGO	NÚMERO DE PUESTOS	SALARIO MENSUAL TRABAJADOR	SALARIO*NÚMERO DE PUESTOS
ADMINISTRADOR-GERENCIA	1	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000
CONTADOR	1	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
OPERADORES	8	\$ 1.500.000	\$ 12.000.000
PERSONAL ASEO	1	\$ 1.014.980	\$ 1.014.980
COMUNICADOR	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
TOTAL	12	\$ 9.714.980	\$ 20.214.980
TOTAL SALARIO ANUAL			\$ 242.579.760

Nota. La tabla anterior presenta el listado del personal necesario para lograr llevar las actividades de la empresa.

7. CONCLUSIONES

De acuerdo con la investigación realizada, una de las principales causas de inversión hacia el producto está basada en preservar la salud de los miembros de la familia. Por lo que el producto que se ofrece resulta beneficioso de acuerdo con las necesidades del mercado.

La investigación también arrojó que los precios planteados son altamente aceptados por nuestro público objetivo. Es decir que están de acuerdo en adquirir dicho producto, ya que consideran que el valor agregado lo vale.

La inversión en el área de marketing nos ayudará a aplicar de forma eficiente el plan de marketing MIX a través de estrategia de penetración resaltando los beneficios del producto, la calidad y precio.

De acuerdo a la encuesta realizada a las 211 personas, se evidencia una gran acogida por parte del producto en el mercado, por ende, aumentaría la oferta de empleo en nuestra región y el país.

El proyecto buscará reducir el impacto negativo a nivel ambiental al utilizar materiales amigables con el medio ambiente al interior de la almohada.

La almohada está diseñada para brindar un descanso íntegro que mantenga la salud y prolongue la vida.

De acuerdo al análisis del estudio financiero, este proyecto se cataloga como una mediana empresa ya que genera ventas anuales entre 100 y 260 millones de pesos. Conformaría el 1% total de empresas colombianas, aportando el 17% del empleo y el 22% del PIB en el país.

En la elaboración del estado de resultados proyectado se estimó una proyección de ventas durante 5 años, en el cual la meta es abarcar el mercado nacional a través de un plan de gestión basado en mercadotecnia.

Para este plan de negocio se hizo una observación en el mercado de los diferentes productos existentes actualmente en el mercado de la ciudad de Bogotá D.C., donde se evidencio una variedad de tiendas que ofrecen productos similares, pero no prestan los servicios que planeamos tener en nuestra empresa, en cuanto a gustos y necesidades del cliente y lo más importante calidad.

Por los resultados obtenidos en los análisis financieros, se puede determinar que el proyecto no es viable ni rentable ya que la producción mensual de almohadas no cubre todos los gastos operacionales.

Aunque el resultado del valor actual neto es positivo, es decir que el proyecto es viablemente económico, los datos fueron sintéticos por ende el resultado es irreal.

BIBLIOGRAFÍA

Cabanillas M., V. E. Rivera R., L. M Nagaki M., y J. A. Silva V., (2019). Almohada con aromaterapia para niños – Almoha Terapia, [Trabajo de grado]. Facultad de Negocios, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC),. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625333/cabanillas_mg.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Corporación Cultural de La Reina. (22 febrero 2022). Taller de Almohadillas Terapéuticas. [Archivo de Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=aFE323syFeY>

Diccionario Español de Ingeniería. “Carda de Chapones”, Real Academia de ingeniería. <https://diccionario.raing.es/es/lema/carda-de-chapones>

Diccionario Español de Ingeniería. “Napa”, Real Academia de ingeniería. <https://diccionario.raing.es/es/lema/napa>

Enciclopedia de Ejemplos. (2022). Gastos Administrativos. <https://www.ejemplos.co/10-ejemplos-de-gastos-administrativos/>

Grupo Green Market. (13 febrero 2019). Beneficios de las almohadas terapéuticas. <https://grupogreenmarket.com/blog/beneficios-de-las-almohadas-terapeuticas.html>

Medlineplus. (2021), El estrés y su salud, <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/003211.htm>

Sánchez, C. (09 de marzo de 2019). Referencia APA o Citas APA sin información completa. Normas APA 7ma Edición. <https://normas-apa.org/referencias/referencias-o-citas-sin-la-informacion-completa/>

Sancinetti, F.. (5 octubre 2016). Proceso productivo de una Almohada [Diapositiva de PowerPoint]. Prezi. <https://prezi.com/-vrpo0cuaduc/proceso-productivo-de-una-almohada/>

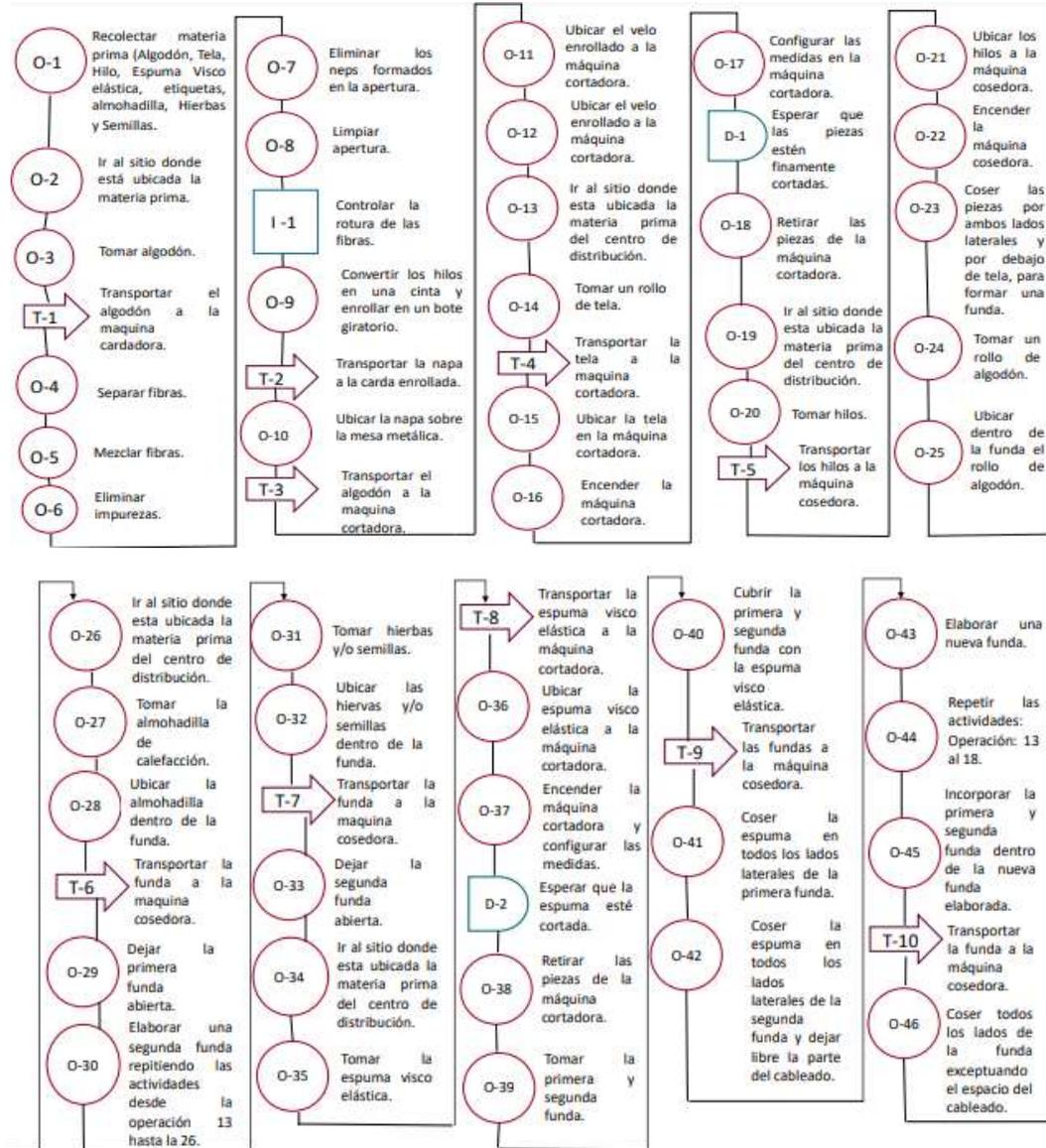
Scott Litian, M.D, Libro de Salud Familiar de Mayo Clinic, 5a. ed., USA: Mayo Clinic Press., 2018.

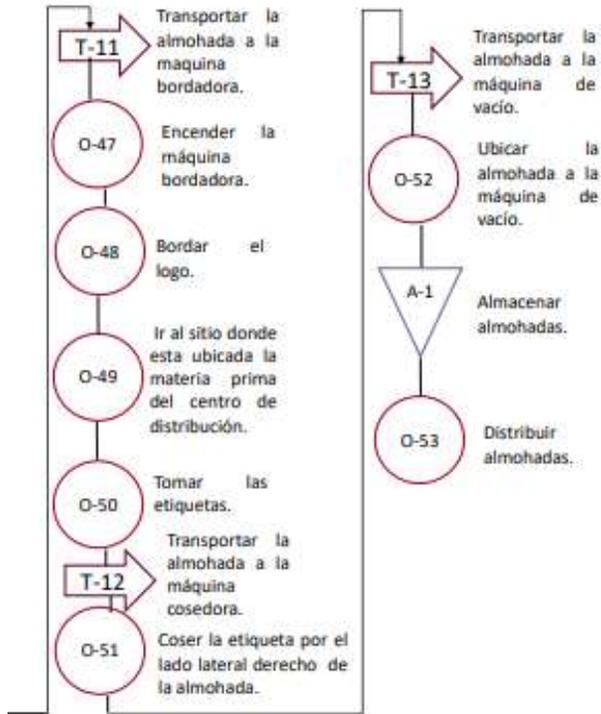
T´uxpaMedia. (9 noviembre 2013). Proceso de fabricación de Hilos – La Colonial – Fabrica de Hilos [Archivo de Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=yAn9OTdznw>

ANEXOS

ANEXO1.

DIAGRAMA DE PROCESOS





ANEXO 1.
DIAGRAMA DE PROCESOS

Símbolo	Actividad y Resultado
	Operación: Se produce o se realiza una actividad por parte de la máquina u operario.
	Transporte: Movimiento de un objeto.
	Demora: Tiempo de espera de la máquina.
	Inspección: Inspeccionar un objeto.
	Almacenamiento: Almacenar un objeto.

ANEXO 2.
ENCUESTA AL PÚBLICO

Nombre: _____ Nro. Celular: _____

El presente estudio tiene la finalidad que se conozca el nivel de aceptación de las almohadas terapéuticas y ergonómicas para el bienestar de la población de Bogotá. De esta manera saber la viabilidad de este producto frente al mercado a nivel regional.

Género

- Hombre
- Mujer

¿A qué rango de edad usted pertenece?

- 16 a 20 años
- 21 a 30 años
- 30 a 40 años
- 40 a 60 años
- 60 a 90 años

1. ¿Usted padece algún tipo de trastorno?

- Si
- No

2. ¿Usted qué tipo de trastorno padece?

- Ansiedad
- Depresión
- Estrés
- Insomnio
- Ninguno

3. ¿Para usted es fácil conciliar el sueño?

- Si
- No

4. ¿Usted cómo calificaría la calidad del descanso en la actualidad?

- Bueno
- Regular
- Malo

5. *¿Usted cuántas horas duerme?*

- 1 a 3 horas
- 4 a 6 horas
- 8 horas

6. *¿Usted conoce la espuma visco elástica?*

- Si
- No

7. *¿Para usted cuáles son o han sido los factores que ha tenido en cuenta al momento de comprar una almohada?*

- Calidad
- Comodidad
- Precio
- Durabilidad
- Marca
- Presentación
- Bienestar

8. *¿Cuánto está dispuesto a pagar por la almohada terapéutica?*

- \$100.000 a \$120.000
- \$120.000 a \$140.000
- \$140.000 a \$150.000

9. *¿Cree usted que al comercializar esta almohada terapéutica a partir de hierbas o semillas tenga aceptación por los clientes?*

- Si
- No

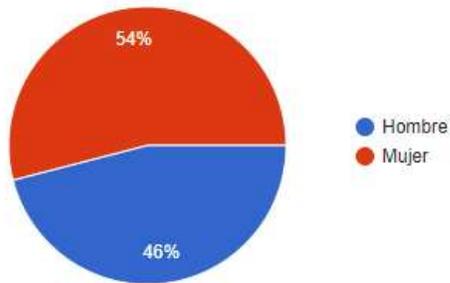
10. *Por la compra de la almohada. ¿A usted qué obsequio le gustaría?*

- Juego de fundas para la almohada eléctrica
- Almohada ortopédica
- Almohada exclusiva para el cuello

ANEXO 4. RESULTADOS ENCUESTA AL PÚBLICO

Género

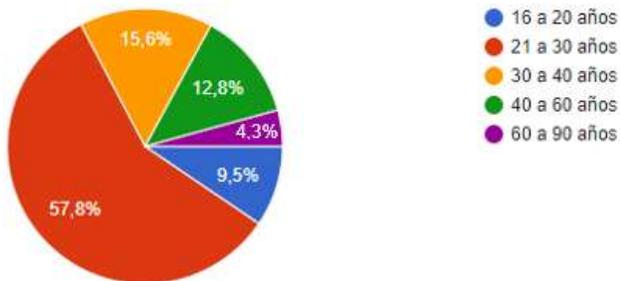
211 respuestas



Se demuestra que a partir de los porcentajes de los encuestados el producto es dirigido a mujeres y hombres.

¿A qué rango de edad usted pertenece?

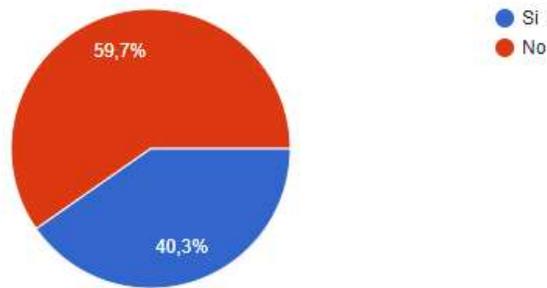
211 respuestas



Se demuestra que los clientes potenciales e interesados acerca del producto de la almohada terapéutica son del rango de las edades de 21 a 30 años de acuerdo a un porcentaje favorable de un 57,8%.

1. ¿Usted padece de algún tipo de trastorno?

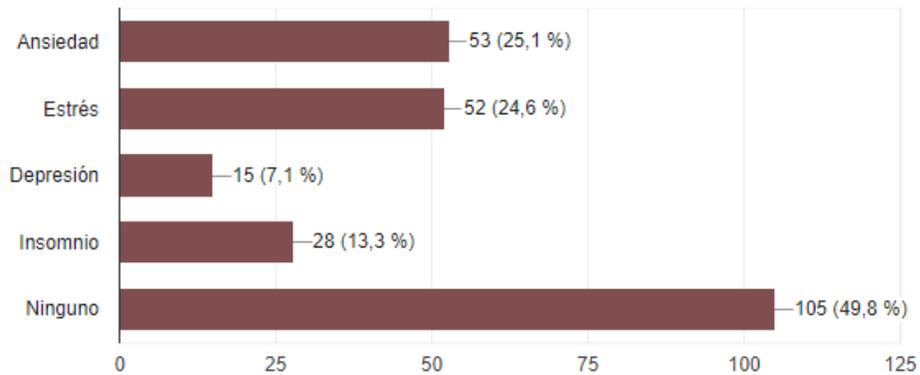
211 respuestas



Se demuestra un porcentaje bajo de un 40,3% de personas que pueden padecer alguno de los diferentes tipos de trastornos.

2. ¿Usted qué tipo de trastorno padece?

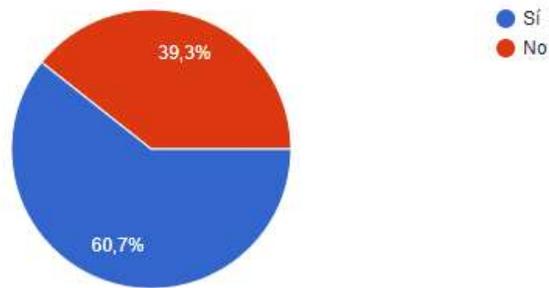
211 respuestas



Se obtuvo los resultados de cuáles han sido los trastornos que han sufrido las personas encuestadas, obteniendo así que el 25,1% de los encuestados ha sufrido ansiedad, el 24,6% ha sufrido estrés, el 7,1% ha sufrido depresión, el 13,3% ha sufrido insomnio y el restante no ha sufrido algún trastorno.

3. ¿Para usted es fácil conciliar el sueño?

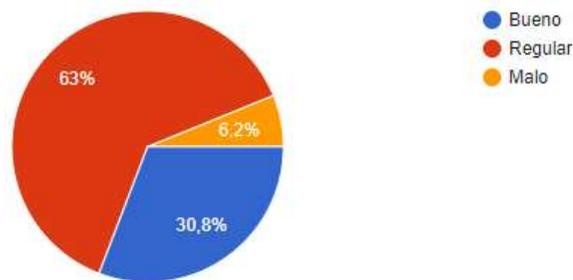
211 respuestas



Se demuestra que hay un 39.3% de los encuestados que se les dificulta conciliar el sueño durante la noche, esto puede ser provocado por algún trastorno mencionado anteriormente.

4. ¿Usted cómo calificaría la calidad del descanso en la actualidad?

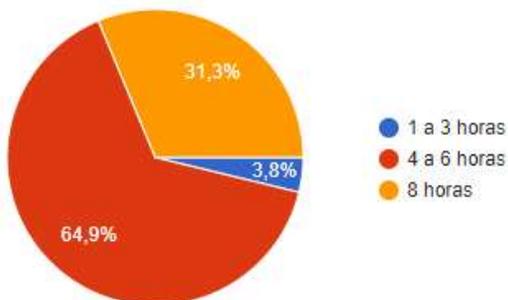
211 respuestas



Se demuestra que un 63% de los encuestados consideran que la calidad del descanso en la actualidad es regular.

5. ¿Usted cuántas horas duerme?

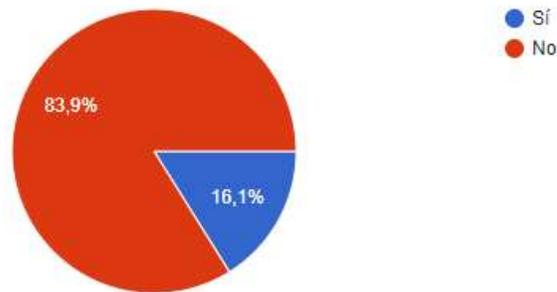
211 respuestas



Se evidencia que del 100% de los encuestados, el 64,9% duerme alrededor de 4 a 6 horas, esto puede ser provocado por diferentes factores que permiten que las personas no duerman el tiempo adecuado que necesita nuestro cuerpo.

6. ¿Usted conoce la espuma visco elástica?

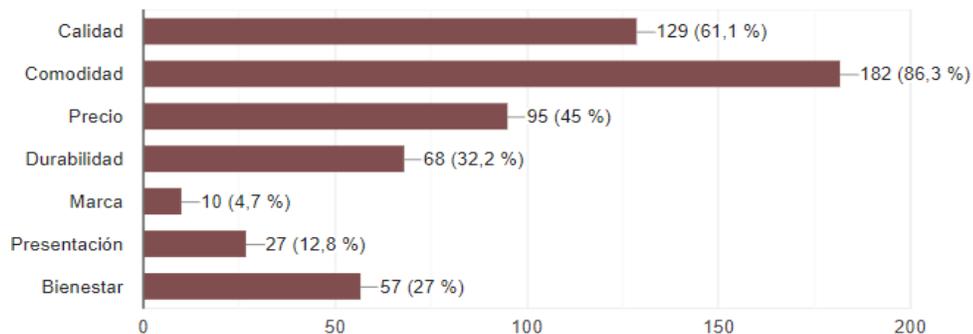
211 respuestas



Se evidencia que la mayoría de los encuestados no conocen este material, por lo cual, al momento de llevarlo al mercado puede presentar poca acogida al desconocer los beneficios que proporciona la espuma.

7. ¿Para usted cuales son o han sido los factores que usted ha tenido en cuenta al momento de comprar una almohada?

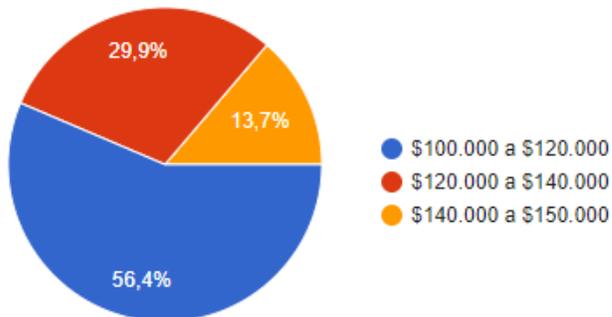
211 respuestas



Se observan los factores más importantes que los encuestados toman en cuenta al momento de comprar una almohada y son los siguientes: El factor principal es la comodidad con un 86,3%, la calidad de un 61,1% y el precio con un 45%. En el gráfico se encuentran las tabulaciones de los datos obtenidos anteriormente mencionados y en ella se evidencia la cantidad de personas con su respectivo porcentaje en cada respuesta.

8. ¿Usted cuánto está dispuesto a pagar por la almohada terapéutica?

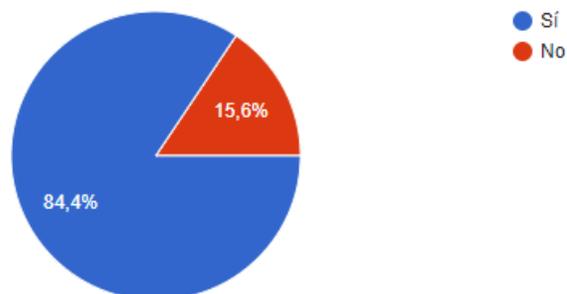
211 respuestas



El 56,4% de los encuestados están dispuestos a pagar en un rango de cien mil pesos (\$100.000) a ciento veinte mil pesos (\$120.000) por la almohada terapéutica.

9. ¿Cree usted que al comercializar esta almohada terapéutica a partir de hierbas o semillas tenga aceptación por los clientes?

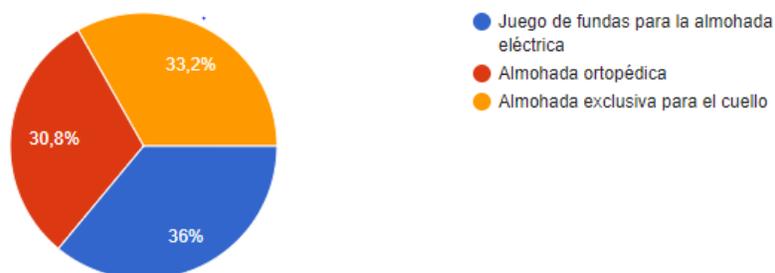
211 respuestas



Se demuestra que un 84,4% de los encuestados aprueban la comercialización de la almohada terapéutica y creen que sería de gran ayuda para ese nicho del mercado.

10. Por la compra de la almohada, ¿Que obsequio a usted le gustaría?

211 respuestas



Se observa que los porcentajes de los tres (3) obsequios están parejos pero hay un obsequio particular que prefiere la nuestros encuestados que es el juego de fundas para la almohada ortopédica eléctrica con un 36%.

ANEXO 3
NORMAS AMBIENTALES

Normas Ambientales	
Ley 99 de 1993	Se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones.
Ley 373 de 1997	Programa para el uso eficiente y ahorro del agua.
Decreto 948 de 1995	Regular la relación con respecto a la prevención y control de la contaminación atmosférica y la protección de la calidad del aire.
Ley 491 de 1999	Establecer un seguro ecológico, se modifica el Código Penal y se dictan otras disposiciones.
Ley 1466 de 2011	Se restauró en el territorio nacional la aplicación del Comparendo Ambiental a los infractores de las normas de aseo, limpieza y recolección de escombros, y se dictan otras disposiciones.”
Ley 23 de 1973	Protección al medio ambiente, Recursos Naturales y se dictan otras disposiciones.

ANEXO 4 .
NORMAS LEGALES

Norma	Descripción
Decreto 1879 de 2008	Son documentos exigibles a los establecimientos comerciales para su apertura y operación.
Decreto 1154 del 20 de agosto de 2020	Se obtiene un cambio desde el Capítulo 53 del Título 2 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, referente a la circulación de la factura electrónica de venta como título valor y se dictan otras disposiciones".
Decreto 1074 del 26 de mayo de 2015	Se expide el Decreto Único Reglamentación del Sector Comercio, Industria y Turismo.
Certificación de la norma ISO 14001	Sistemas de Gestión Ambiental (SGA) es una norma internacional que permite a las empresas demostrar el compromiso asumido con la protección del medio ambiente a través de la gestión de los riesgos medioambientales asociados a la actividad desarrollada.
ISO 9001 del 2015	El sistema de gestión de calidad, se utiliza como aplicación interna dentro de la organización.
Norma OHSAS 18000	Aplica a la gestión de la salud y seguridad en el trabajo en base a la norma BS 8800.
ISO 22000	Es una norma estándar enfocada a la seguridad alimentaria durante todo el proceso de la cadena de suministro.

ANEXO 7.

RECOMENDACIONES

Se puede fabricar almohadas terapéuticas con un capital menor al establecido, llevando a cabo la instalación y ejecución de una planta industrial especializada en la fabricación de espuma viscoelástica, con el fin de no tener intermediarios y otros gastos como lo son los proveedores para la importación de esta espuma, los permisos y licencias para dicha importación, además de los pagos de impuestos aduaneros en el territorio nacional y muchos requisitos más esto como consecuencia aumentaría los costos de producción por unidad fabricada, por ende realizando esta planta el estado de pérdidas sería más bajo y el de ganancia aumentará, igualmente se benefician más familias colombianas al obtener nuevos puestos de trabajo y así a que las personas tengan una mejor calidad del sueño.