



XIV FERIA FACULTATIVA

DE EMPRENDEDURISMO INNOVACIÓN Y
TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA



NOMBRE DEL PROYECTO: "ENCANTO NATURAL "JABONES

CATEGORÍA

EMPRENDIMIENTO

INTEGRANTES

NOELIA LOPEZ TRUJILLO

FLAVIA ARELY LANDIVAR BRAVO

MARIBEL MONTAÑO ROJAS

DANIELA RIVERA ACOSTA

CARLOS ANDRES ARGANDOÑA MENDIZABAL

DOCENTE GUIA

ROSA LIA ARANDIA ORELLANA

ÍNDICE

1.Introduccion	2
2. Modelo de Negocios en base a la Metodología CANVAS	3
2.1 Contenido I: Segmento de Clientes	3
2.1.1. Descripción Segmento de Mercado.	3
2.1.2. Criterios de Segmentación.....	3
2.1.3. Cuantificación Demanda Potencial.	3
2.2 Contenido II. Propuesta de Valor.....	4
2.2.1. Propuesta de valor para cada Segmento de mercado.....	4
2.2.2. Descripción del Problema que soluciona.	4
2.2.3. Descripción de la necesidad que satisface.	4
2.2.4. Descripción del Producto o Servicio.....	4
2.3 Contenido III. Canales de Distribución y Comunicación.	5
2.3.1. Descripción de los Canales de Distribución y Comunicación.....	5
2.3.2. Descripción de la Integración de los Canales de Distribución.	5
2.3.3. Cuantificar Costos de los canales de Distribución y Comunicación.....	5
2.3.4. Grafica (Flujograma) de los Canales de Distribución y Comunicación.....	6
2.4 Contenido IV. Relación con el Cliente.....	7
2.4.1 Describir la Estrategia de Relación con el Segmento de Mercado.	7
2.5. Contenido V. Flujo de Ingresos.	8
2.5.1. Flujo de Ingresos por cada segmento de mercado.	8
2.5.2. Estrategia de Precios.	9
2.5.3. Modalidades de Pago:.....	10
2.6 Contenido VI. Recursos Claves.....	11
2.7 Contenido VII. Actividades Clave.....	12
2.7.1. Describir las Actividades Claves de la Propuesta de Valor.....	12
2.8 Contenido VIII. Asociaciones Claves	12
2.8.1. Descripción de las Asociaciones Claves (Alianzas Estratégicas)	13
2.9 Contenido IX. Estructura de Costos	14
2.9.1. Cuantificación de los Costos por Bloque.....	16
2.9.2. Cuantificación de los.....	17
3. Conclusiones y Recomendaciones.....	17
4. Bibliografía.....	18
5. Anexos.....	19

1.Introduccion

En la actualidad, el emprendimiento se ha consolidado como una alternativa viable para la generación de ingresos, especialmente entre los jóvenes universitarios. En este contexto, el proyecto “ENCANTO NATURAL” nace en 2025, como una iniciativa impulsada por estudiantes de la carrera de Contaduría Pública de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno (UAGRM) en Santa Cruz, Bolivia. Este emprendimiento se especializa en la producción de JABONES ARTESANALES aprovechando el creciente interés por los productos hechos a base de productos naturales en el mercado local.

El proyecto "ENCANTO NATURAL” busca posicionarse como una opción accesible y atractiva para diferentes segmentos de la población, tanto a nivel nacional como internacional. Desde su concepción, se ha enfocado en satisfacer las expectativas y preferencias de adolescentes, jóvenes y adultos, promoviendo el consumo frecuente de sus productos. Asimismo, se plantea una estrategia de marketing que explora los canales de venta directa, aprovechando el entorno académico de la UAGRM y utilizando promociones innovadoras para captar la atención de los clientes potenciales.

El presente trabajo tiene como objetivo principal analizar el entorno interno y externo de “ENCANTO NATURAL”, evaluando factores como la competencia, la demanda y los costos de producción, a fin de desarrollar una estrategia empresarial que permita su consolidación en el mercado. A través de este análisis, se busca identificar las oportunidades y desafíos que enfrenta el emprendimiento, así como las acciones necesarias para garantizar su sostenibilidad y crecimiento en el tiempo.

2. Modelo de Negocios en base a la Metodología CANVAS

2.1 Contenido I: Segmento de Clientes

2.1.1. Descripción Segmento de Mercado.

Este producto está dirigido específicamente a personas que valoran el cuidado personal natural, la sostenibilidad y la exclusividad.

Especialmente para las personas entre 18 y 45 años de edad, principalmente mujeres, pero también hombres interesados en bienestar o productos naturales. Al igual que a personas que prefieren productos naturales y hechos a mano por personas preocupadas por el medio ambiente, libre de químicos.

2.1.2. Criterios de Segmentación.

Se eligió ese público para la compra de jabones artesanales porque es el que más valora y está dispuesto a pagar por las cualidades únicas que ofrece el producto. A demás son personas que valoran lo natural y artesanal, al igual que buscan productos libres de químicos, con ingredientes naturales, lo cual encaja perfectamente con lo que ofrecen los jabones artesanales y les importa lo que aplican en su piel.

No quieren productos comerciales y genéricos. Prefieren artículos hechos a mano, únicos, personalizados o con historia detrás, lo que aumenta su conexión emocional con el producto.

Este público es más consciente del impacto ambiental, valora los productos sustentables, con empaques reciclables y apoyan el comercio local o emprendimientos pequeños.

2.1.3. Cuantificación Demanda Potencial.

Producir una pequeña cantidad te permite testear el interés del público, mejorar tu fórmula, presentación o precio antes de escalar. Comenzar con 50 jabones artesanales te permite invertir de forma controlada, sin quedarte con exceso de stock ni perder dinero.

Los jabones artesanales, aunque son duraderos, no deben almacenarse por mucho tiempo, especialmente si contienen ingredientes naturales sin conservantes.

A demás que se va a empezar con 2 o 3 variedades para ver cuál es de mejor agrado para los clientes. Y así poder producir más del cuál sea más atraído por los clientes.

2.2. Contenido II. Propuesta de Valor

2.2.1. Propuesta de valor para cada Segmento de mercado.

Nuestro producto de jabones artesanales va dirigido a mujeres y hombres entre 18 y 45 años preocupados por el cuidado personal y el medio ambiente, con pieles sensibles o alérgicas a productos industriales, de todas las clases sociales, de la ciudad de Santa Cruz de la Sierra en Bolivia.

2.2.2. Descripción del Problema que soluciona.

Los consumidores enfrentan la dificultad de encontrar productos para el cuidado personal que sean al mismo tiempo naturales, efectivos, accesibles y seguros para pieles sensibles, además, existe una creciente insatisfacción con los productos industriales por su impacto ambiental y su composición química; con nuestros jabones artesanales podrán superar estos problemas fácilmente.

2.2.3. Descripción de la necesidad que satisface.

- Necesidad de productos de higiene y cuidado personal saludables y naturales.
- Necesidad de consumir productos aptos para todo tipo de pieles, especialmente pieles sensibles.
- Necesidad de acceso a productos estéticamente agradables y personalizables, ideales para regalar.

2.2.4. Descripción del Producto o Servicio.

Nuestro emprendimiento ofrece jabones artesanales elaborados con ingredientes naturales como glicerina vegetal, aceites esenciales, hierbas y extractos naturales. Los productos se destacan por ser:

- Biodegradables.
- Libres de parabenos y sulfatos, los cuales son conservantes y creadores de espuma.
- Personalizables en aroma, forma y empaque.
- Con un diseño artesanal, atractivo y colorido.
- En un rango de precio competitivo de 13 Bs a 15 Bs.

2.3. Contenido III. Canales de Distribución y Comunicación.

2.3.1. Descripción de los Canales de Distribución y Comunicación

Canales de Comunicación:

Instagram: para mostrar diseños, rutinas de uso, y testimonios.

TikTok: videos cortos de elaboración, "antes y después", contenido viral.

Facebook: ventas directas, atención al cliente y participación en grupos locales.

Canales de Distribución:

Venta directa por redes sociales con entregas personales en puntos acordados.

Envíos a domicilio mediante mototaxis locales (apps como PedidosYa, Yango, etc.).

Participación en ferias artesanales y ecológicas en Santa Cruz.

2.3.2. Descripción de la Integración de los Canales de Distribución.

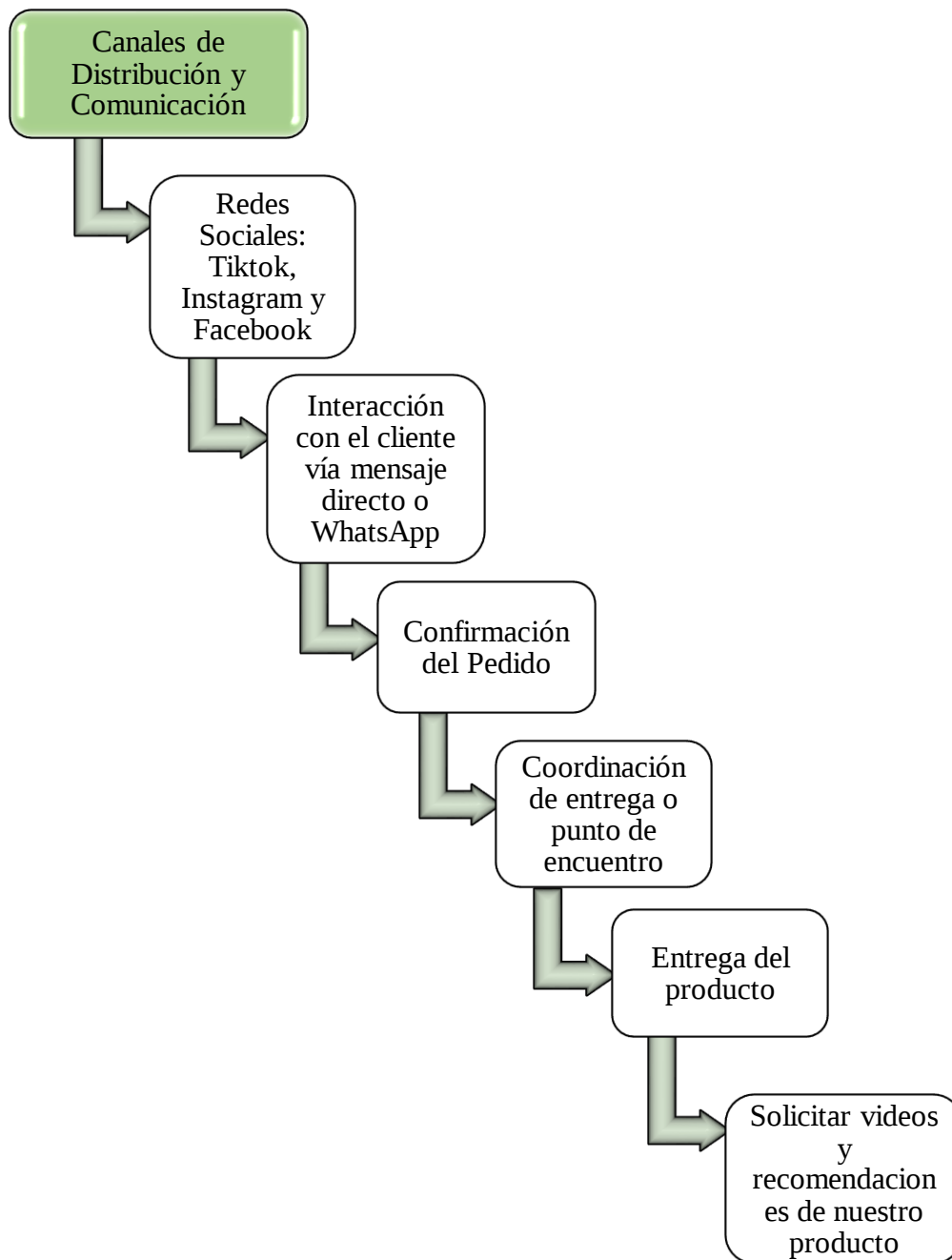
Los canales están integrados de la siguiente manera:

1. El cliente descubre el producto en redes sociales (TikTok, Instagram, Facebook).
2. Se le redirige a WhatsApp o mensaje directo para concretar el pedido.
3. Se coordina entrega vía mototaxi o punto de encuentro.
4. Se solicita videos y se promueve compartir experiencias para reforzar la comunicación orgánica.

2.3.3. Cuantificar Costos de los canales de Distribución y Comunicación.

Concepto	Costo aproximado mensual en Bs
Publicidad en redes sociales	150 – 200 Bs
Embalaje y presentación personalizada	100 Bs
Costos de envío/mototaxi por entrega	7 – 10 Bs (promedio por envío)
Participación en ferias (stand o espacio)	100 – 300 Bs (por evento)
Diseño de contenido	150 Bs

2.3.4. Grafica (Flujograma) de los Canales de Distribución y Comunicación



2.4 Contenido IV. Relación con el Cliente.

La forma en que una empresa se relaciona con sus clientes se conoce como estrategia de relación con el cliente. Esta relación puede abordarse de diferentes maneras según el modelo de negocio, pero en términos generales, se puede establecer a través de:

- Atención personalizada: Ofrecer asistencia individualizada a través de canales como teléfono, correo, chat en línea o en persona.
- Autoservicio: Proporcionar plataformas donde el cliente pueda gestionar sus necesidades (como una app o sitio web) sin intervención directa de un representante.
- Comunicación multicanal: Usar redes sociales, correos electrónicos, WhatsApp, SMS, entre otros, para mantener una relación constante y cercana.
- Programas de fidelización: Ofrecer recompensas, descuentos o beneficios exclusivos a los clientes frecuentes.
- Contenido de valor: Compartir información útil (blogs, newsletters, videos, etc.) que eduque o entretenga al cliente, reforzando el vínculo con la marca.
- Feedback y mejora continua: Escuchar al cliente mediante encuestas o comentarios y usar esa información para mejorar productos o servicios.

2.4.1 Describir la Estrategia de Relación con el Segmento de Mercado.

En un emprendimiento de jabones artesanales, es clave construir una relación cercana, auténtica y emocional con los clientes. Tales como:

Atención personalizada: Responde personalmente mensajes y consultas por redes sociales o WhatsApp, agradece cada compra con un mensaje escrito a mano o personalizado.

Contenido de valor: Comparte tips de cuidado de la piel, beneficios de los ingredientes naturales, rituales de bienestar, etc., en redes sociales y blog, crea historias detrás de cada jabón (ingredientes, inspiración, proceso artesanal).

Redes sociales como canal clave: Usa Instagram y TikTok para mostrar el proceso artesanal, empaques ecológicos y testimonios, fomenta la interacción con encuestas, reels, y preguntas.

Programas de fidelización: Ofrece descuentos o jabones de regalo por compras frecuentes o por referir a nuevos clientes, crea una “caja de suscripción” mensual con productos exclusivos.

Cuida los detalles del empaque: que sea atractivo, natural y reciclable, incluye muestras de nuevos productos en cada pedido.

2.5. Contenido V. Flujo de Ingresos.

El dinero puede ingresar a la empresa a través de varias fuentes de ingresos como:

➤ Venta directa al consumidor

Tiendas en línea: A través de una tienda virtual propia (Shopify, WooCommerce, Tiendanube) o plataformas como Etsy o Mercado Libre.

Redes sociales: Usando Instagram, Facebook o WhatsApp para mostrar los productos y concretar ventas.

Ferias y mercados locales: Participación en eventos artesanales o ecológicos donde se venden directamente los productos.

Pedidos por catálogo o preventas: Los clientes compran productos por anticipado.

➤ Venta a revendedores o negocios

Tiendas naturistas, boutiques o farmacias: Vender al por mayor para que revendan los jabones.

Hoteles y spas: Ofrecer jabones artesanales como amenities personalizados.

➤ Personalización o regalos corporativos

Ofrecer jabones personalizados para bodas, cumpleaños, empresas o fechas especiales (Día de la Madre, Navidad, etc.).

➤ Talleres o cursos

Monetizar tu experiencia enseñando a hacer jabones artesanales, de forma presencial o virtual.

2.5.1. Flujo de Ingresos por cada segmento de mercado.

El ingreso por cada segmento del negocio de jabones artesanales dependerá del modelo de negocio y de cómo estén estructuradas las líneas de ingresos.

- Ventas directas al consumidor final

Canales:

Ferias artesanales, Tienda online propia, Redes sociales (Instagram, Facebook, WhatsApp), Marketplace (Etsy, Amazon Handmade, etc.).

Ingreso: Venta individual por unidad o combos, Ingresos recurrentes por suscripciones (cajas mensuales, por ejemplo), Promociones por temporadas (Navidad, Día de la Madre, etc.).

- Ventas al por mayor a tiendas o boutiques

Canales:

Tiendas de regalos, farmacias naturales, spas, Tiendas de productos orgánicos o sostenibles.

Ingreso: Pedidos en volumen a precio mayorista, Acuerdos de consignación (cuando cobras solo por lo vendido), Contratos de distribución.

- Pedidos personalizados o corporativos

Canales:

Empresas (souvenirs, regalos de fin de año), Eventos (bodas, baby showers, cumpleaños).

Ingreso: Precio premium por diseño personalizado y empaques exclusivos, Tarifas extra por branding con logos o etiquetas personalizadas.

- Talleres y experiencias

Canales:

Talleres presenciales o virtuales de elaboración de jabones, Experiencias de "haz tu propio jabón" en ferias o escuelas.

Ingreso: Venta de entradas o inscripciones, Paquetes familiares o grupales, Venta cruzada de kits o materiales.

2.5.2. Estrategia de Precios.

Se puede utilizar varias estrategias de precios según tu mercado, posicionamiento y costos.

- Precio basado en costos (Cost-plus pricing)

Cómo funciona: Calculas todos tus costos (materias primas, empaque, tiempo, envío) y le sumas un margen de ganancia.

Ventaja: Aseguras rentabilidad mínima por cada producto.

Ideal para: Emprendimientos nuevos que aún no conocen bien el mercado.

- Precio de valor percibido

Cómo funciona: Fijas el precio según lo que el cliente está dispuesto a pagar por el valor emocional, estético o ético (por ejemplo, ecológico, vegano, personalizado).

Ventaja: Puedes cobrar más si tu marca tiene una fuerte identidad o diseño premium.

Ideal para: Jabones con identidad única, ediciones limitadas, regalos o productos personalizados.

- Precios por volumen / descuentos por cantidad

Cómo funciona: Ofreces descuentos al comprar 3 o más unidades.

Ventaja: Aumentas el ticket promedio.

Ideal para: Paquetes regalo, suscripciones, kits de jabones.

2.5.3. Modalidades de Pago:

Es clave ofrecer múltiples modalidades de pago para adaptarse a los hábitos de tus clientes y facilitar las compras como, por ejemplo:

- ❖ Pagos presenciales (ferias, bazares, entregas locales)

Efectivo (ideal para rapidez y sin comisiones)

Transferencia bancaria o por app local (ejemplo: YAPE, YOLO, YASTA etc.)

- ❖ Pagos online (tienda virtual, redes sociales, WhatsApp)

Tarjeta de crédito o débito (mediante pasarela de pago como Stripe, PayPal, Mercado Pago)

Transferencia bancaria o QR

Pagos por apps móviles

Contra entrega (solo si tienes delivery propio y clientes frecuentes)

❖ Pagos por suscripción (si ofreces kits o cajas mensuales)

Tarjeta recurrente vía plataformas como Stripe, PayPal o Mercado Pago

Débito automático

Pagos mensuales programados

2.6 Contenido VI. Recursos Claves

Los recursos clave para un emprendimiento de jabones artesanales se dividen en humanos, materiales, físicos y digitales, y son fundamentales para garantizar la calidad del producto, la eficiencia en la producción y una buena relación con el cliente.

➤ Recursos Humanos

Emprendedor y/o artesano principal: persona encargada de la elaboración de los jabones, con conocimientos en cosmética natural, procesos artesanales y propiedades de los ingredientes.

Personal de apoyo: que los socios estén encargados de la atención al cliente, empaque, marketing y ventas.

➤ Recursos Materiales

Materia prima: glicerina vegetal, aceites naturales (coco, oliva, almendra), aceites esenciales, colorantes naturales (arcillas, carbón activado, cúrcuma), hierbas secas (lavanda, romero, menta).

Material de empaque: bolsas ecológicas, etiquetas personalizadas, papeles decorativos reciclables.

➤ Recursos Físicos

Equipos y herramientas: moldes, batidoras manuales o eléctricas, ollas y recipientes resistentes al calor, básculas, espátulas, termómetros, mesas de trabajo.

Espacio de trabajo: los jabones los realizamos en una de la casa de los socios, esterilizando previamente el espacio donde se realizan los jabones.

2.7 Contenido VII. Actividades Clave

2.7.1. Describir las Actividades Claves de la Propuesta de Valor

Las actividades clave están orientadas a la creación de valor a través de un producto natural, estético y útil. Estas actividades aseguran que el negocio mantenga su autenticidad artesanal, su enfoque ecológico y una relación cercana con sus clientes.

- Producción Artesanal

Formulación de recetas con ingredientes naturales.

Elaboración manual de los jabones, cuidando la textura, el aroma y la estética.

Pruebas de calidad para garantizar la duración, el PH adecuado y la seguridad en el uso.

- Innovación y Desarrollo

Creación de nuevas líneas de productos según la temporada (navideños, para piel sensible, exfoliantes, terapéuticos).

Personalización de jabones por encargo (eventos, regalos corporativos, bodas).

- Marketing y Ventas

Participación en ferias de productos artesanales y ecológicos

Implementación de campañas de promoción y descuentos.

- Logística y Distribución

Gestión de inventario de productos terminados y materias primas.

Empaque ecológico y personalizado.

Envío y entrega de productos en tiempo y forma.

- Atención al Cliente

Responder mensajes y consultas.

Ofrecer asesoría sobre el uso de los productos según el tipo de piel o necesidad del cliente.

2.8 Contenido VIII. Asociaciones Claves

Socios:

- Flavia Arely Landívar Bravo
- Noelia López Trujillo
- Daniela Rivera Acosta
- Maribel Montaña Rojas
- Andrés Mendizábal

2.8.1. Descripción de las Asociaciones Claves (Alianzas Estratégicas)

1. Proveedores de materias primas

- Empresas de aceites vegetales (como aceite de coco, oliva, almendra).
- Proveedores de esencias y aceites esenciales (lavanda, menta, eucalipto, etc.).
- Productores de colorantes naturales y arcillas cosméticas.
- Distribuidores de materiales de empaque sostenible (papel reciclado, cartón, cuerda natural).

Importancia: Son clave para asegurar la calidad, continuidad y precio competitivo de la producción.

2. Laboratorios o expertos en formulación natural

- Consultores o químicos especializados en cosmética natural o artesanal.
- Instituciones de formación técnica o profesional que puedan apoyar en pruebas de calidad, estabilidad o seguridad del producto.

Importancia: Ayudan a asegurar que los productos sean seguros, estables y cumplan regulaciones sanitarias.

3. Entidades de certificación

- Organismos de certificación ecológica o vegana, como Ecocert, Vegan Society, BioInspecta.
- Autoridades sanitarias locales para la regulación y registro del producto (dependiendo del país: DIGESA, INVIMA, ANMAT, etc.).

Importancia: Permiten generar confianza en los consumidores y acceso a ciertos canales de venta.

4. Alianzas comerciales

- Tiendas naturistas, herbolarios y farmacias que apoyan productos naturales.
- Boutiques de productos orgánicos y ferias artesanales.

- Tiendas en línea y marketplaces (como Etsy, Amazon Handmade, o páginas locales).

Importancia: Son puntos de distribución clave para aumentar el alcance del producto.

5. Diseñadores gráficos y agencias de branding

- Para el desarrollo de etiquetas, identidad visual y empaques atractivos.
- Apoyo con la comunicación visual del concepto natural, artesanal y ecológico.

Importancia: Refuerzan el valor de marca y atraen a los clientes ideales.

6. Influencers, bloggers y microinfluencers ecológicos

- Especializados en estilo de vida saludable, cosmética natural o sostenibilidad.
- Aliados clave para campañas de marketing y prueba de productos.

Importancia: Generan visibilidad, credibilidad y pueden influir en decisiones de compra.

7. Instituciones educativas y de formación

- Escuelas técnicas, universidades, o centros de capacitación en cosmetología natural o negocios sostenibles.
- También se pueden aliar para ofrecer talleres, cursos o colaboraciones.

Importancia: Amplían el alcance y posicionan a la empresa como referente en el sector.

8. Entidades financieras o de apoyo al emprendimiento

- Incubadoras, aceleradoras y fondos de emprendimiento (públicos o privados).
- Bancos o microfinancieras que ofrezcan créditos para pequeñas empresas.
- Organizaciones como cámaras de comercio, ONGs que apoyan emprendimientos sostenibles o liderados por mujeres.

Importancia: Apoyan en el crecimiento, financiamiento y desarrollo empresarial.

2.9 Contenido IX. Estructura de Costos

- Inversión en Producción

Estas son las inversiones necesarias para fabricar el jabón artesanal:

- Equipamiento básico:
 - Moldes de silicona o madera.
 - Batidoras eléctricas o manuales.
 - Recipientes de acero inoxidable o plástico resistente al calor.
 - Básculas digitales para medición precisa.
 - Termómetros y medidores de pH.
 - Cuchillos o cortadores de jabón.
 - Mesa de trabajo y estanterías para curado.
- Materia prima:
 - Aceites vegetales (coco, oliva, palma, soya, etc.).
 - Mantecas naturales (karité, cacao, etc.).
 - Hidróxido de sodio (sosa cáustica).
 - Agua destilada o purificada.
 - Aceites esenciales y fragancias naturales.
 - Colorantes naturales (arcillas, cúrcuma, carbón activado, etc.).
 - Ingredientes locales como miel, café, quinoa, etc. (opcional para valor agregado).
- Inversión en Empaque y Presentación:
 - Etiquetas impresas.
 - Empaques biodegradables o reciclables (cartón, papel kraft, bolsas de tela).
 - Sello o estampador de marca para el jabón.
 - Diseño gráfico y branding.
- Inversión en Marketing y Comercialización:
 - Diseño y desarrollo de redes sociales (Instagram, Facebook).
 - Creación de logo y manual de marca.
 - Publicidad digital (Facebook Ads, Instagram Ads).
 - Participación en ferias artesanales o ecológicas locales.
 - Creación de un sitio web o catálogo digital (opcional en fases avanzadas).
- Inversión en Registro y Formalización:
 - Registro del nombre comercial en Fundempresa.
 - Trámite de NIT ante el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN).

- Permisos de inocuidad o registro sanitario ante SENASAG (si aplica).
 - Costos legales o asesoría contable básica.
- Inversión en Capacitación
 - Talleres o cursos sobre fabricación de cosmética natural.
 - Cursos de marketing digital, ventas o gestión de emprendimientos.
 - Capacitación en normas de buenas prácticas de manufactura artesanal.
 - Inversión en Distribución:
 - Transporte básico para entregas (puede ser motocicleta o bicicleta si es local).
 - Embalaje para envío si se hacen entregas fuera de Santa Cruz.
 - Alianzas con puntos de venta (comisión o consignación).

2.9.1. Cuantificación de los Costos por Bloque

CUANTIFICACIÓN DE COSTOS POR BLOQUE

Bloque del modelo de negocio	Detalle de inversión	Costo estimado (Bs)
Recursos clave	Equipamiento, utensilios, moldes, estanterías	2,000 – 4,000
Actividades clave	Producción de jabones (ingredientes, pruebas)	1,500 – 3,000
Propuesta de valor	Empaques atractivos, diseño de marca	800 – 2,000
Relación con el cliente	Publicidad digital, redes sociales, atención	500 – 1,500
Canales de distribución	Transporte, embalaje para entregas	500 – 1,000
Socios clave	Capacitaciones, asesoría, permisos sanitarios	500 – 1,000
Estructura de costos (fijos)	Registro legal, contador, servicios básicos	300 – 800

2.9.2. Cuantificación de los

 CUANTIFICACIÓN DE COSTOS
POR SEGMENTO (Proceso)

Segmento del proceso	Detalle	Costo estimado (Bs)
1. Preproducción	Trámites legales, capacitación, desarrollo de marca	800 – 2,000
2. Producción	Ingredientes, utensilios, moldes, energía	2,500 – 5,000
3. Empaque y presentación	Etiquetas, empaques, sello o branding personalizado	800 – 1,500
4. Comercialización	Redes sociales, pauta digital, participación en ferias	500 – 1,500
5. Distribución y logística	Embalaje, transporte local, comisión por ventas en tiendas	500 – 1,000

3. Conclusiones y Recomendaciones

- Conclusiones

1. Viabilidad del emprendimiento:

La producción y comercialización de jabones artesanales en Santa Cruz, Bolivia, representa una oportunidad rentable y sostenible, especialmente ante la creciente demanda de productos naturales, ecológicos y libres de químicos industriales.

2. Acceso a insumos y materia prima:

Los ingredientes clave como aceites vegetales, esencias naturales y colorantes orgánicos están disponibles localmente o pueden ser importados a precios competitivos, lo cual facilita la continuidad del proceso productivo.

3. Costos de inversión inicial accesibles:

El emprendimiento requiere una inversión inicial moderada (estimada entre Bs 5,000 y 12,000), lo que lo convierte en una opción atractiva para emprendedores con recursos limitados o acceso a fondos semilla.

4. Mercado potencial identificado:

Existe un nicho de consumidores interesados en productos artesanales, veganos, ecológicos o personalizados, especialmente en ferias locales, tiendas naturistas y plataformas digitales.

5. Posibilidad de crecimiento escalable:

El negocio permite escalar la producción según demanda y diversificar la oferta con nuevas líneas (shampoo sólido, bálsamos, jabones terapéuticos, etc.), incrementando ingresos y fidelización del cliente.

- Recomendaciones

1. Formalizar el emprendimiento:

Registrar la marca, obtener NIT, y tramitar los permisos correspondientes ante las autoridades sanitarias como SENASAG para garantizar la legalidad y confianza del consumidor.

2. Establecer alianzas estratégicas:

Conectar con tiendas naturistas, ferias artesanales, influencers locales, y plataformas en línea para ampliar el alcance comercial. Considerar alianzas con productores locales (como apicultores o agricultores orgánicos) para agregar valor diferencial.

3. Invertir en identidad de marca y empaque:

Un diseño atractivo y profesional mejora la percepción del producto y facilita la entrada en canales formales de venta. El empaque debe reflejar los valores del producto (artesanal, natural, ecológico).

4. Capacitarse en producción y gestión:

Tomar cursos en formulación natural, manejo de costos, ventas digitales y buenas prácticas de manufactura para asegurar un crecimiento sólido y sostenible.

5. Implementar una estrategia digital:

Establecer presencia activa en redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook) y eventualmente desarrollar una tienda en línea. Mostrar el proceso artesanal y los beneficios del producto genera cercanía con el cliente.

6. Reinvertir las primeras ganancias:

En lugar de enfocarse en beneficios personales inmediatos, se recomienda reinvertir los primeros ingresos en mejorar la producción, ampliar el catálogo o fortalecer el canal de distribución.

4. Bibliografía

Cavitch, Susan Miller. The Natural Soap Book: Making Herbal and Vegetable-Based Soaps. Storey Publishing, 1994.

McDaniel, Kelly Cable. The Natural Soap Making Book for Beginners: Do-It-Yourself Soaps Using All-Natural Herbs, Spices, and Essential Oils. Althea Press, 2017

Failor, Catherine. Making Natural Liquid Soaps. Storey Publishing, 2000.

Osterwalder, Alexander y Yves Pigneur. Generación de modelos de negocio. Deusto, 2011.

Ries, Eric. El método Lean Startup. Deusto, 2012.

Blank, Steve. The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company. K&S Ranch, 2012.

Kotler, Philip y Armstrong, Gary. Fundamentos de marketing. Pearson Educación, 2018.

Godin, Seth. Esto es marketing. Paidós Empresa, 2019.

5. Anexos



