UNIVERSIDAD AUTÓNOMA GABRIEL RENÉ MORENO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, AUDITORÍA, SISTEMAS DE CONTROL DE GESTIÓN Y FINANZAS

CARRERA DE CONTADURÍA Y AUDITORÍA PÚBLICA

BIOMAR – JABONES NATURALES DE AVENA Y MANZANILLA

ESTUDIANTES:

- CHAVEZ TORREZ JUAN DE JESUS 223161411
- CHUMACERO QUISPE BRIAN FERNANDO 223161462
- NAJARRO BRUNO LADY MAR 221020764
- SALAZAR CONDORI CARLOS ENRIQUE 224037031
- TERÁN BARBA HEYDI YADHIRA 220023859
- UMALLA DIEZ FAVIOLA 211113425

DOCENTE: LIC. FAUSTO MENDOZA

MATERIA: LABORATORIO PROFESIONAL I

SANTA CRUZ DE LA SIERRA, BOLIVIA

2026

RESUMEN EJECUTIVO

BIOMAR es una propuesta emprendedora orientada a la producción y comercialización de jabones naturales elaborados a base de avena y manzanilla, desarrollados mediante procesos artesanales y sostenibles. La iniciativa surge como respuesta al creciente interés de los consumidores por productos de higiene personal elaborados con ingredientes naturales, libres de químicos agresivos y compatibles con pieles sensibles.

Actualmente existe una preocupación creciente por los efectos que determinados compuestos sintéticos generan sobre la salud dermatológica y el medio ambiente. Paralelamente, los consumidores muestran una mayor conciencia respecto al consumo responsable y la búsqueda de alternativas ecológicas.

BIOMAR propone una solución innovadora mediante la elaboración de jabones naturales que combinan las propiedades hidratantes de la avena y los efectos calmantes y antiinflamatorios de la manzanilla. El producto está diseñado para brindar una experiencia de limpieza saludable, sostenible y accesible.

El mercado objetivo está compuesto por hombres y mujeres entre 18 y 60 años, preocupados por el cuidado personal, la salud de la piel y el consumo de productos ecológicos. La comercialización contempla canales físicos y digitales, incluyendo tiendas naturistas, ferias artesanales, redes sociales, comercio electrónico y alianzas estratégicas con distribuidores especializados.

La propuesta presenta potencial de crecimiento debido al incremento sostenido de la demanda de productos naturales en Santa Cruz de la Sierra y Bolivia. Adicionalmente, genera beneficios económicos mediante la creación de empleo, beneficios sociales mediante el apoyo a productores locales y beneficios ambientales gracias al uso de ingredientes biodegradables y empaques ecológicos.

Contenido

INTRODUCCIÓN 5
1. DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO 7
1.1. NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO 7
1.2. DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO 7
1.3. ORIGEN DE LA IDEA DEL EMPRENDIMIENTO 7
1.4. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA U OPORTUNIDAD 7
1.4.1. PROBLEMA DETECTADO 7
1.4.2. SOLUCIONES ACTUALES 8
1.4.3. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO 8
1.5. PROPUESTA DE VALOR 8
1.6. INNOVACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO 9
1.7. MERCADO OBJETIVO 9
1.7.1. CLIENTE POTENCIAL 10
1.7.2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO 10
1.7.2.1. SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA 10
1.7.2.2. SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA 10
1.7.2.3. SEGMENTACIÓN CONDUCTUAL 11
1.7.3. NECESIDADES DEL CLIENTE 11
1.8. ANÁLISIS BÁSICO DE LA COMPETENCIA 11
1.8.1. COMPETIDORES DIRECTOS 11
1.8.2. COMPETIDORES INDIRECTOS 12
1.8.3. VENTAJA COMPETITIVA DE BIOMAR 12
2. MODELO DE NEGOCIO CANVAS 12
2.1. SOCIOS CLAVE 12
2.2. ACTIVIDADES CLAVE 13
2.3. RECURSOS CLAVE 13
2.4. PROPUESTA DE VALOR 13
2.5. RELACIÓN CON LOS CLIENTES 14
2.6. CANALES 14
2.7. SEGMENTO DE CLIENTES 14
2.8. ESTRUCTURA DE COSTOS 14
2.9. FUENTES DE INGRESO 15

3. VIABILIDAD PRELIMINAR 15
3.1. VIABILIDAD TÉCNICA 15
3.2. VIABILIDAD COMERCIAL 15
3.3. VIABILIDAD ECONÓMICA 16
3.4. RECURSOS BÁSICOS REQUERIDOS 16
3.4.1. MATERIALES 16
3.4.2. HERRAMIENTAS Y EQUIPOS 17
3.4.3. TECNOLOGÍA 17
3.4.4. PERSONAL BÁSICO 17
3.4.5. INVERSIÓN APROXIMADA 18
4. IMPACTO DEL EMPRENDIMIENTO 18
4.1. IMPACTO ECONÓMICO 18
4.2. IMPACTO SOCIAL 19
4.3. IMPACTO AMBIENTAL 19
4.4. IMPACTO TECNOLÓGICO 19
4.5. IMPACTO EDUCATIVO 19
5. MISIÓN Y VISIÓN 19
5.1. MISIÓN 19
5.2. VISIÓN 20
6. OBJETIVOS 20
6.1. OBJETIVO GENERAL 20
6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS 20
7. VALIDACIÓN INICIAL DE LA IDEA 21
7.1. VALIDACIÓN DE MERCADO 21
7.2. RESULTADOS OBTENIDOS 21
8. CONCLUSIONES 22
9. RECOMENDACIONES 23
BIBLIOGRAFÍA 24
ANEXOS 24
1. ENCUESTA 25

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el mercado de productos naturales y ecológicos ha experimentado un crecimiento significativo debido a los cambios en los hábitos de consumo y a una mayor preocupación por la salud, el bienestar personal y la protección del medio ambiente. Los consumidores son cada vez más conscientes de los efectos que determinados componentes químicos presentes en productos de uso cotidiano pueden generar sobre la piel y la salud, por lo que buscan alternativas más seguras, naturales y sostenibles.

Dentro de este contexto, la industria de la cosmética natural ha adquirido una importancia creciente, impulsada por la demanda de productos elaborados con ingredientes de origen vegetal y procesos de producción responsables con el entorno. Los jabones artesanales se han convertido en una opción atractiva para los consumidores, ya que ofrecen beneficios dermatológicos, reducen el uso de sustancias sintéticas y promueven prácticas de consumo más responsables.

Entre los ingredientes naturales más valorados para el cuidado de la piel se encuentran la avena y la manzanilla. La avena destaca por sus propiedades hidratantes, nutritivas y exfoliantes suaves, que contribuyen a mantener la piel saludable y protegida. Por su parte, la manzanilla es reconocida por sus efectos calmantes, antiinflamatorios y regeneradores, siendo especialmente beneficiosa para personas con piel sensible o propensa a irritaciones. La combinación de ambos ingredientes permite desarrollar un producto natural con características diferenciadoras y un alto valor percibido por los consumidores.

En la ciudad de Santa Cruz de la Sierra se observa una tendencia creciente hacia el consumo de productos ecológicos y naturales, generando oportunidades para el desarrollo de nuevos emprendimientos enfocados en la sostenibilidad y el bienestar. Este escenario favorece la creación de propuestas innovadoras capaces de responder a las nuevas necesidades del mercado, al mismo tiempo que contribuyen al desarrollo económico local y al fortalecimiento de prácticas responsables de producción y consumo.

En respuesta a esta oportunidad surge BIOMAR, una idea de negocio orientada a la producción y comercialización de jabones naturales de avena y manzanilla, elaborados mediante procesos artesanales y utilizando materias primas seleccionadas por sus propiedades beneficiosas para la piel. La propuesta busca ofrecer una alternativa saludable y

sostenible frente a los jabones convencionales, incorporando además empaques biodegradables y una filosofía empresarial comprometida con el cuidado ambiental.

El presente proyecto se desarrolla bajo el enfoque del Business Model Canvas de Alexander Osterwalder, herramienta que permite diseñar y analizar de manera integral los componentes estratégicos del emprendimiento. A través de esta metodología se identifican los segmentos de clientes, la propuesta de valor, los canales de comercialización, las fuentes de ingreso y los recursos necesarios para garantizar la viabilidad del negocio.

En consecuencia, BIOMAR representa una propuesta emprendedora con potencial de crecimiento dentro del mercado de productos naturales, al combinar innovación, sostenibilidad y bienestar, generando beneficios económicos, sociales y ambientales que contribuyen al desarrollo de una cultura de consumo más responsable y consciente.

1. DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO

1.1. NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO

BIOMAR

1.2. DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

BIOMAR es un emprendimiento dedicado a la producción y comercialización de jabones naturales elaborados a base de avena y manzanilla, ingredientes reconocidos por sus propiedades hidratantes, calmantes y beneficiosas para la piel. La empresa ofrecerá productos artesanales de alta calidad, elaborados con materias primas naturales y empaques ecológicos, dirigidos a consumidores que buscan alternativas saludables y sostenibles para su cuidado personal. Su funcionamiento se basará en la elaboración artesanal y la comercialización a través de canales físicos y digitales, como redes sociales, WhatsApp Business, tiendas naturistas y ferias artesanales. De esta manera, BIOMAR busca satisfacer la creciente necesidad de contar con productos de higiene personal libres de químicos agresivos, adecuados para pieles sensibles y comprometidos con el cuidado del medio ambiente.

1.3. ORIGEN DE LA IDEA DEL EMPRENDIMIENTO

La idea de crear BIOMAR surge a partir de la creciente tendencia de consumo de productos naturales y ecológicos, así como de la necesidad de ofrecer alternativas más saludables para el cuidado personal. Se identificó que muchos consumidores buscan productos de higiene que sean amigables con la piel, especialmente para personas con sensibilidad cutánea, y que además contribuyan al cuidado del medio ambiente. A partir de esta oportunidad de mercado, se planteó la elaboración de jabones naturales a base de avena y manzanilla, aprovechando las propiedades beneficiosas de estos ingredientes y la creciente preferencia por productos artesanales, sostenibles y libres de químicos agresivos.

1.4. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA U OPORTUNIDAD

1.4.1. PROBLEMA DETECTADO

En la actualidad, existe una creciente preocupación por los efectos que algunos productos de higiene personal convencionales pueden generar en la piel debido a la presencia de componentes químicos agresivos, fragancias artificiales y otros ingredientes sintéticos que

pueden causar irritaciones, alergias o resequedad, especialmente en personas con piel sensible. Paralelamente, se observa un incremento en la preferencia de los consumidores por productos naturales, ecológicos y elaborados de manera responsable con el medio ambiente.

1.4.2. SOLUCIONES ACTUALES

Actualmente, los consumidores recurren principalmente a jabones industriales, productos dermatológicos especializados o jabones artesanales comercializados por pequeños emprendimientos. Sin embargo, muchas de estas alternativas presentan limitaciones relacionadas con el uso de ingredientes sintéticos, precios elevados, poca diferenciación o una oferta limitada de productos que combinen beneficios dermatológicos, sostenibilidad y accesibilidad.

1.4.3. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

Ante este escenario, surge la oportunidad de desarrollar BIOMAR como una marca especializada en jabones naturales de avena y manzanilla, ofreciendo una alternativa saludable, sostenible y accesible para el cuidado de la piel. La creciente demanda de productos naturales, el interés por el consumo responsable y la tendencia hacia el bienestar personal crean condiciones favorables para posicionar el emprendimiento en el mercado local, generando valor para los consumidores y ventajas competitivas basadas en la calidad, la innovación y el compromiso ambiental.

1.5. PROPUESTA DE VALOR

BIOMAR se diferencia por ofrecer jabones naturales elaborados artesanalmente a base de avena y manzanilla, ingredientes reconocidos por sus propiedades hidratantes, calmantes y beneficiosas para la piel. A diferencia de los productos convencionales, la propuesta combina el cuidado dermatológico natural con prácticas sostenibles, utilizando materias primas seleccionadas y empaques ecológicos que contribuyen a la protección del medio ambiente.

Los principales beneficios que ofrecerá son la limpieza suave de la piel, la hidratación natural, la reducción de irritaciones cutáneas y una experiencia de cuidado personal más saludable. Asimismo, los consumidores podrán acceder a un producto elaborado con

ingredientes naturales, libre de químicos agresivos y alineado con las tendencias actuales de bienestar y consumo responsable.

El cliente elegiría BIOMAR porque encontrará una alternativa confiable, natural y sostenible que responde a sus necesidades de cuidado personal, especialmente si busca productos amigables con la piel y comprometidos con el medio ambiente. Además, la producción artesanal y la calidad de los ingredientes generan un valor diferencial frente a las opciones industriales disponibles en el mercado.

De esta manera, BIOMAR generará valor al proporcionar bienestar y confianza a los consumidores, fomentar hábitos de consumo responsables, apoyar a productores locales y contribuir a la reducción del impacto ambiental mediante el uso de productos y empaques sostenibles.

1.6. INNOVACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

La innovación de BIOMAR se basa en la elaboración de jabones naturales de avena y manzanilla que integran beneficios para la salud de la piel, sostenibilidad ambiental y producción artesanal en una sola propuesta de valor. A diferencia de muchos productos convencionales, BIOMAR utiliza ingredientes naturales reconocidos por sus propiedades hidratantes y calmantes, reduciendo el uso de componentes químicos agresivos y ofreciendo una alternativa más saludable para los consumidores.

Asimismo, el emprendimiento incorpora innovación ambiental mediante el uso de empaques biodegradables y prácticas de producción responsables que contribuyen a la reducción del impacto ambiental. Desde el punto de vista comercial, combina canales tradicionales y digitales para facilitar el acceso al producto y fortalecer la relación con los clientes. Además, promueve el apoyo a productores locales de materias primas, generando un impacto positivo en la economía regional y fomentando un modelo de negocio sostenible e innovador.

1.7. MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo de BIOMAR está conformado por consumidores que buscan alternativas naturales, saludables y sostenibles para el cuidado personal. El emprendimiento se enfoca principalmente en hombres y mujeres preocupados por el bienestar de su piel, la

calidad de los productos que utilizan y el impacto ambiental de sus decisiones de compra. Asimismo, se dirige a personas que presentan sensibilidad cutánea o que prefieren productos elaborados con ingredientes naturales y libres de químicos agresivos.

1.7.1. CLIENTE POTENCIAL

Los principales clientes potenciales de BIOMAR son:

- Hombres y mujeres entre 18 y 60 años.
- Personas con piel sensible o propensa a irritaciones.
- Consumidores interesados en productos naturales y ecológicos.
- Personas que practican estilos de vida saludables.
- Clientes que valoran la sostenibilidad y el consumo responsable.
- Tiendas naturistas, ferias artesanales y comercios especializados en productos de bienestar.

1.7.2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

1.7.2.1. SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA

- Hombres y mujeres
- Edad entre 18 y 60 años
- Nivel socioeconómico medio y medio – alto
- Residentes de Santa Cruz de la Sierra

1.7.2.2. SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA

- Personas con estilos de vida saludables.
- Consumidores preocupados por su bienestar físico y cuidado personal
- Personas con conciencia ambiental
- Clientes que prefieren productos artesanales y naturales.

1.7.2.3. SEGMENTACIÓN CONDUCTUAL

- Compradores frecuentes de productos de cuidado personal.
- Consumidores que buscan alternativas libres de químicos agresivos.
- Clientes que valoran la calidad y los beneficios dermatológicos de los productos.
- Personas dispuestas a probar nuevas opciones de cosmética natural.

1.7.3. NECESIDADES DEL CLIENTE

Los clientes de BIOMAR buscan productos que les permitan cuidar su piel de manera segura y saludable, evitando ingredientes que puedan causar irritaciones o efectos adversos. Asimismo, desean alternativas que contribuyan al cuidado del medio ambiente mediante el uso de ingredientes naturales y empaques sostenibles. Por ello, valoran productos que combinen calidad, bienestar, confianza, responsabilidad ambiental y una experiencia de consumo alineada con sus valores y estilo de vida.

1.8. ANÁLISIS BÁSICO DE LA COMPETENCIA

BIOMAR se desarrollará en un mercado donde existen diversas alternativas para el cuidado e higiene personal. La competencia puede clasificarse en competidores directos e indirectos, cada uno con características particulares que influyen en la decisión de compra de los consumidores.

1.8.1. COMPETIDORES DIRECTOS

Los competidores directos son los emprendimientos y marcas que elaboran y comercializan jabones naturales o artesanales con ingredientes de origen vegetal.

- **Fortalezas**	- **Debilidades**
• Experiencia en el mercado de productos naturales	• Limitada diferenciación entre productos
• Variedad de productos y presentaciones	• Escasa presencia digital en algunos casos
• Posicionamiento en nichos específicos de consumidores	• Precios elevados en determinadas marcas artesanales

1.8.2. COMPETIDORES INDIRECTOS

Los competidores indirectos están conformados por marcas de jabones industriales, geles corporales y productos dermatológicos comercializados masivamente en supermercados, farmacias y tiendas de conveniencia.

- **Fortalezas**

- Amplia distribución y disponibilidad
- Reconocimiento de marca
- Producción a gran escala

- **Debilidades**

- Uso frecuente de componentes químicos sintéticos
- Menor enfoque en sostenibilidad ambiental
- Menor personalización y diferenciación en el cuidado natural de la piel

1.8.3. VENTAJA COMPETITIVA DE BIOMAR

BIOMAR busca diferenciarse mediante la elaboración de jabones naturales de avena y manzanilla con propiedades hidratantes y calmantes, utilizando ingredientes naturales, empaques ecológicos y procesos artesanales. Además, combina beneficios dermatológicos, sostenibilidad ambiental y cercanía con el cliente, ofreciendo una propuesta de valor alineada con las nuevas tendencias de consumo responsable y bienestar personal.

2. MODELO DE NEGOCIO CANVAS

2.1. SOCIOS CLAVE

- Productores locales de avena y manzanilla.
- Proveedores de glicerina e insumos naturales.
- Fabricantes de empaques biodegradables.
- Tiendas naturistas y ecológicas.
- Ferias artesanales y emprendimientos locales.

- Empresas de mensajería y distribución.
- Plataformas digitales y redes sociales.

2.2. ACTIVIDADES CLAVE

- Producción artesanal de jabones naturales.
- Control de calidad de materias primas y producto final.
- Diseño y empaque ecológico.
- Marketing digital y gestión de redes sociales.
- Comercialización y distribución.
- Desarrollo de nuevos productos naturales.
- Atención y fidelización de clientes.

2.3. RECURSOS CLAVE

- Materias primas naturales (avena y manzanilla).
- Equipos y herramientas de producción.
- Instalaciones para elaboración y almacenamiento.
- Marca BIOMAR.
- Personal de producción y ventas.
- Redes sociales y canales digitales.
- Capital de trabajo.

2.4. PROPUESTA DE VALOR

- Jabones naturales elaborados artesanalmente con avena y manzanilla.
- Cuidado e hidratación natural de la piel.
- Alternativa libre de químicos agresivos.
- Producto ideal para pieles sensibles.
- Empaques biodegradables y compromiso ambiental.

- Producción sostenible y apoyo a productores locales.
- Bienestar, salud y consumo responsable.

2.5. RELACIÓN CON LOS CLIENTES

- Atención personalizada.
- Comunicación directa por WhatsApp Business.
- Seguimiento postventa.
- Comunidad digital en redes sociales.
- Programas de fidelización y promociones.
- Educación sobre cuidado natural de la piel.

2.6. CANALES

- Facebook.
- Instagram.
- TikTok.
- WhatsApp Business.
- Tienda online.
- Ferias artesanales.
- Tiendas naturistas.
- Venta directa.

2.7. SEGMENTO DE CLIENTES

- Hombres y mujeres entre 18 y 60 años.
- Personas con piel sensible.
- Consumidores de productos naturales.
- Clientes con estilo de vida saludable.
- Personas comprometidas con el cuidado ambiental.
- Tiendas naturistas y comercios especializados.

2.8. ESTRUCTURA DE COSTOS

- Materias primas.
- Empaques biodegradables.

- Mano de obra.
- Marketing y publicidad.
- Transporte y distribución.
- Servicios básicos.
- Mantenimiento de equipos.
- Gastos administrativos.

2.9. FUENTES DE INGRESO

- Venta directa de jabones naturales.
- Venta mediante redes sociales y tienda online.
- Venta a tiendas naturistas.
- Venta al por mayor.
- Kits y presentaciones personalizadas.
- Productos promocionales y corporativos.

3. VIABILIDAD PRELIMINAR

3.1. VIABILIDAD TÉCNICA

BIOMAR presenta una alta viabilidad técnica debido a que la elaboración de jabones naturales de avena y manzanilla requiere procesos productivos relativamente simples, materias primas accesibles y equipamiento básico de fácil adquisición. La producción se desarrollará mediante un proceso artesanal que incluye la preparación de la base de jabón, incorporación de ingredientes naturales, moldeado, secado, empaquetado y control de calidad.

Asimismo, el emprendimiento cuenta con disponibilidad de insumos en el mercado local, acceso a proveedores de avena, manzanilla y materiales de empaque, así como la posibilidad de operar inicialmente con una capacidad instalada estimada de 5.000 unidades mensuales. Estas condiciones permiten garantizar la producción continua y la calidad del producto sin requerir inversiones tecnológicas complejas.

3.2. VIABILIDAD COMERCIAL

La viabilidad comercial de BIOMAR se sustenta en la creciente demanda de productos naturales, ecológicos y orientados al cuidado personal. Actualmente existe una

tendencia de consumo favorable hacia productos libres de químicos agresivos, especialmente entre consumidores preocupados por su salud, bienestar y sostenibilidad ambiental.

El mercado objetivo está conformado por hombres y mujeres entre 18 y 60 años interesados en productos naturales y adecuados para pieles sensibles. Además, el emprendimiento contará con diversos canales de comercialización, como redes sociales, WhatsApp Business, tiendas naturistas, ferias artesanales y ventas directas, lo que facilita el acceso al cliente y amplía las oportunidades de posicionamiento en el mercado local de Santa Cruz de la Sierra.

3.3. VIABILIDAD ECONÓMICA

Desde el punto de vista económico, BIOMAR presenta perspectivas favorables debido al bajo costo relativo de las materias primas y al valor agregado que ofrecen los productos naturales en el mercado. La comercialización de jabones artesanales permite obtener márgenes de rentabilidad atractivos, especialmente al combinar producción eficiente, estrategias de marketing digital y canales de venta directa.

Asimismo, la creciente aceptación de productos ecológicos y el potencial de fidelización de los clientes generan oportunidades de crecimiento y escalabilidad para el negocio. A medida que aumente la demanda, será posible ampliar la producción, diversificar la línea de productos y fortalecer la presencia de la marca, contribuyendo a la sostenibilidad financiera del emprendimiento en el mediano y largo plazo.

3.4. RECURSOS BÁSICOS REQUERIDOS

3.4.1. MATERIALES

Los principales materiales necesarios para la elaboración del producto son:

- Avena natural.
- Manzanilla.
- Base de glicerina.
- Aceites esenciales naturales.
- Colorantes naturales (opcional).
- Agua purificada.
- Etiquetas de identificación.

- Cajas y empaques biodegradables.
- Material de embalaje para distribución.

3.4.2. HERRAMIENTAS Y EQUIPOS

Para el proceso de producción artesanal se requerirá:

- Moldes para jabones.
- Recipientes de mezcla.
- Ollas de acero inoxidable.
- Espátulas y cucharas de silicona.
- Báscula digital.
- Termómetro.
- Mesas de trabajo.
- Estanterías para almacenamiento.
- Selladora de empaques.

3.4.3. TECNOLOGÍA

Los recursos tecnológicos necesarios incluyen:

- Computadora o laptop.
- Teléfono inteligente.
- Conexión a internet.
- WhatsApp Business.
- Redes sociales (Facebook, Instagram y TikTok).
- Software básico de gestión administrativa y control de inventarios.
- Herramientas de diseño digital para publicidad y marketing.

3.4.4. PERSONAL BÁSICO

Durante la etapa inicial del emprendimiento se considera el siguiente personal:

CARGO	FUNCIÓN PRINCIPAL
Gerente/Propietario	Administración y toma de decisiones
Operario de Producción	Elaboración y empaquetado de jabones
Responsable de ventas y marketing	Comercialización y gestión digital
Distribuidor	Entrega de pedidos

3.4.5. INVERSIÓN APROXIMADA

CONCEPTO	MONTO ESTIMADO
Equipos y herramientas	12,000
Adecuación del espacio de trabajo	8,000
Materias primas iniciales	10,000
Empaques y etiquetas	5,000
Marketing y publicidad inicial	5,000
Capital de trabajo	10,000
TOTAL ESTIMADO	**50,000**

4. IMPACTO DEL EMPRENDIMIENTO

4.1. IMPACTO ECONÓMICO

BIOMAR contribuirá al desarrollo económico local mediante la generación de ingresos a partir de la producción y comercialización de jabones naturales. Asimismo, fomentará la creación de oportunidades de empleo directo e indirecto, beneficiando tanto a los emprendedores como a proveedores y distribuidores vinculados a la cadena de valor. El crecimiento del negocio también permitirá dinamizar el mercado local de productos naturales y fortalecer el emprendimiento sostenible en la región.

4.2. IMPACTO SOCIAL

El emprendimiento promoverá el bienestar de los consumidores al ofrecer productos elaborados con ingredientes naturales que contribuyen al cuidado de la piel y a la mejora de la calidad de vida. Además, impulsará una cultura de consumo responsable, sensibilizando a las personas sobre la importancia de elegir productos más saludables y sostenibles. De igual manera, BIOMAR apoyará a productores locales mediante la adquisición de materias primas, fortaleciendo la economía de pequeñas unidades productivas.

4.3. IMPACTO AMBIENTAL

BIOMAR tendrá un impacto positivo en el medio ambiente al utilizar ingredientes naturales y empaques biodegradables que contribuyen a reducir la generación de residuos contaminantes. Asimismo, la producción artesanal permitirá minimizar el uso de procesos industriales altamente contaminantes, promoviendo prácticas responsables y alineadas con los principios de sostenibilidad y conservación ambiental.

4.4. IMPACTO TECNOLÓGICO

El emprendimiento incorporará herramientas digitales para la gestión comercial, promoción y atención al cliente, mediante el uso de redes sociales, WhatsApp Business y plataformas digitales. Esto permitirá mejorar la comunicación con los consumidores, optimizar los procesos de venta y fortalecer el posicionamiento de la marca en el mercado.

4.5. IMPACTO EDUCATIVO

BIOMAR contribuirá a la difusión de conocimientos relacionados con el cuidado natural de la piel, la sostenibilidad y el consumo responsable. A través de contenido informativo y estrategias de educación al cliente, promoverá una mayor conciencia sobre los beneficios de los productos naturales y la importancia de adoptar hábitos de consumo que favorezcan tanto la salud como el medio ambiente.

5. MISIÓN Y VISIÓN

5.1. MISIÓN

Producir y comercializar jabones naturales de avena y manzanilla de alta calidad, elaborados mediante procesos artesanales y sostenibles, que contribuyan al cuidado integral

de la piel y al bienestar de los consumidores, generando valor económico, social y ambiental a través de prácticas responsables y el apoyo a productores locales.

5.2. VISIÓN

Convertir a BIOMAR en una marca referente de cosmética natural en Bolivia, reconocida por ofrecer soluciones innovadoras, sostenibles y accesibles para el cuidado de la piel, generando bienestar para las personas y contribuyendo a la protección del medio ambiente.

6. OBJETIVOS

6.1. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar e implementar el emprendimiento BIOMAR mediante la producción y comercialización de jabones naturales de avena y manzanilla, ofreciendo una alternativa saludable, sostenible y de calidad para el cuidado de la piel, que contribuya al bienestar de los consumidores y al desarrollo económico local.

6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar jabones naturales de avena y manzanilla utilizando materias primas de calidad y procesos artesanales que garanticen la seguridad y satisfacción del consumidor.
- Posicionar la marca BIOMAR en el mercado local de Santa Cruz de la Sierra mediante estrategias de marketing y comercialización orientadas a consumidores interesados en productos naturales y sostenibles.
- Establecer canales de venta físicos y digitales, incluyendo redes sociales, WhatsApp Business, tiendas naturistas y ferias artesanales, para facilitar el acceso de los clientes a los productos.
- Promover el consumo responsable y el cuidado del medio ambiente mediante el uso de ingredientes naturales y empaques biodegradables.

- Generar oportunidades de crecimiento económico y fortalecimiento del emprendimiento a través de la fidelización de clientes y la ampliación progresiva de la oferta de productos naturales.

7. VALIDACIÓN INICIAL DE LA IDEA

7.1. VALIDACIÓN DE MERCADO

Con el propósito de evaluar la aceptación y viabilidad de la idea de negocio BIOMAR, se realizó una encuesta dirigida a potenciales consumidores pertenecientes al mercado objetivo identificado para el proyecto. El instrumento fue diseñado para recopilar información sobre hábitos de consumo, preferencias relacionadas con productos naturales para el cuidado personal, percepción de los beneficios de los ingredientes naturales y disposición de compra de jabones elaborados a base de avena y manzanilla.

La aplicación de la encuesta permitió obtener información relevante sobre las necesidades y expectativas de los consumidores, constituyéndose en una herramienta fundamental para validar la propuesta de valor del emprendimiento y determinar su potencial de aceptación en el mercado.

El cuestionario aplicado y los resultados detallados de la encuesta se presentan en la sección de Anexos del presente documento.

7.2. RESULTADOS OBTENIDOS

Los resultados de la encuesta evidenciaron una aceptación favorable de la propuesta de BIOMAR por parte de los potenciales consumidores. La mayoría de los encuestados manifestó interés en productos naturales para el cuidado de la piel, destacando la importancia de utilizar alternativas que reduzcan la exposición a componentes químicos agresivos.

Asimismo, se identificó una valoración positiva hacia los beneficios de la avena y la manzanilla como ingredientes naturales, especialmente por sus propiedades hidratantes y calmantes. Los participantes también mostraron interés en productos elaborados mediante procesos artesanales y con empaques amigables con el medio ambiente.

Entre las principales observaciones realizadas por los encuestados se destacó la importancia de mantener precios accesibles, ofrecer información clara sobre los beneficios

del producto y fortalecer la presencia digital de la marca para facilitar el acceso a los consumidores.

En términos generales, los resultados obtenidos respaldan la viabilidad de la idea de negocio, al evidenciar la existencia de una demanda potencial y una tendencia favorable hacia el consumo de productos naturales y sostenibles.

Los resultados estadísticos completos, gráficos y tabulación de las encuestas se encuentran incluidos en los Anexos del presente proyecto.

8. CONCLUSIONES

El análisis realizado permitió identificar una oportunidad de negocio favorable para la creación de BIOMAR, debido al creciente interés de los consumidores por productos naturales, saludables y sostenibles para el cuidado personal.

La propuesta de valor de BIOMAR se diferencia por ofrecer jabones naturales elaborados artesanalmente a base de avena y manzanilla, ingredientes reconocidos por sus propiedades hidratantes y calmantes, proporcionando una alternativa más saludable frente a los productos convencionales.

El estudio del mercado evidenció la existencia de un segmento de consumidores dispuesto a adquirir productos naturales y ecológicos, especialmente personas preocupadas por el bienestar de su piel, la calidad de los productos que utilizan y el cuidado del medio ambiente.

La aplicación del Modelo de Negocio Canvas permitió estructurar de manera integral los elementos fundamentales del emprendimiento, identificando claramente los segmentos de clientes, la propuesta de valor, los canales de comercialización, los recursos clave y las fuentes de ingreso necesarias para su funcionamiento.

Desde el punto de vista técnico, el proyecto presenta una alta viabilidad debido a la disponibilidad de materias primas, la simplicidad del proceso productivo y la posibilidad de iniciar operaciones con equipamiento básico y una capacidad de producción adecuada para la demanda proyectada.

La viabilidad comercial y económica del emprendimiento resulta favorable, considerando la tendencia creciente del mercado de productos naturales, la aceptación obtenida durante la validación de mercado y el potencial de generar rentabilidad mediante la comercialización de productos con valor agregado.

BIOMAR no solo representa una oportunidad de negocio rentable, sino también una iniciativa con impacto positivo en los ámbitos social, ambiental y económico, al promover el consumo responsable, el uso de empaques sostenibles y el apoyo a productores locales, contribuyendo al desarrollo sostenible de la comunidad.

9. RECOMENDACIONES

Se considera pertinente profundizar el análisis del mercado objetivo mediante estudios complementarios que permitan conocer con mayor precisión las preferencias, necesidades y hábitos de consumo de los potenciales clientes.

Resulta conveniente desarrollar pruebas piloto y procesos de validación adicionales para fortalecer la propuesta de valor y obtener retroalimentación que contribuya al perfeccionamiento del producto.

Es importante fortalecer la identidad de marca y las estrategias de marketing digital, con el propósito de incrementar el reconocimiento de BIOMAR y facilitar su posicionamiento dentro del mercado de productos naturales.

Se plantea la necesidad de mantener el enfoque sostenible del emprendimiento mediante el uso de materias primas naturales y empaques ecológicos, fortaleciendo así su diferenciación y compromiso ambiental.

Se estima necesario complementar la presente propuesta con estudios financieros más detallados que permitan evaluar con mayor precisión la inversión requerida, la rentabilidad esperada y la sostenibilidad económica del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

Aurora. (2015, junio 23). *Beneficios de los Jabones Naturales frente a los industriales.* Economia - Medio Ambiente - Marketing Online: Ecolísima. https://ecolisima.com/beneficios-de-los-jabones-naturales-frente-los-industriales/

Jabón de manzanilla ▷ 3 poderosos beneficios para tu salud. (2020, agosto 25). Zonajabones.com. https://zonajabones.com/jabon-de-manzanilla/

Jabones artesanos: usos y beneficios para tu piel. Blog de Cosmética Natural Dehesia. (s/f). Recuperado el 8 de julio de 2024, de https://dehesia.com/jabones-artesanos-usos-beneficios/

México, X. (2018, noviembre 13). *Conoce los beneficios de usar jabones naturales*. XABONE Cosméticos Orgánicos. https://www.xabone.com/blogs/news/conoce-los-beneficios-de-usar-jabones-naturales

No title. (s/f). Jabones.cc. Recuperado el 8 de julio de 2024, de https://www.jabones.cc/jabon-de-manzanilla/

Sidn, C. (2021, julio 9). *Beneficios de los jabones naturales • Hammam Al Ándalus.* ZAGUÁN, la Revista de Bienestar de Hammam Al Ándalus; Hammam Al Ándalus. https://hammamalandalus.com/blog/beneficios-del-jabon-de-bano-con-ingredientes naturales/

(S/f). Academia.edu. Recuperado el 8 de julio de 2024, de https://www.academia.edu/24596468/Evaluacion_de_Proyectos

ANEXOS

1. **ENCUESTA**

BioMar Jabones Naturales

¡Hola! 👋 ¿Te gustaría ayudarnos a que Biomar, una empresa de jabones artesanales a base de productos naturales, cree productos aún mejores? 🌿. Participa en nuestra breve encuesta y ayúdanos a conocer tus necesidades y preferencias. Tu opinión es muy importante para nosotros. 😉

1. Género

Masculino

Femenino

2. Edad

15 años - 20 años

20 años - 25 años

25 años - 30 años

30 años - 35 años

3. Nivel de Ingresos

Menor a Bs 2500

Bs 2500 - Bs 3000

Mayor a Bs 3000

4. Nivel de Educación

Primaria

Secundaria

Universitaria

Postgrado

Otro

- **Preferencias y Conocimientos**

Estos datos nos permitirán conocer lo que nuestros clientes buscan de nuestros productos y satisfacer sus necesidades 💘

5. ¿Conoces los beneficios de los productos naturales para el cuidado de la piel?

Si

No

6. ¿Qué factores consideras más importantes al elegir un jabón? (Seleccione hasta 3 opciones)

Precios

Ingredientes Naturales

Marca

Recomendaciones de Amigos o Familiares

Opiniones en Línea

Presentación y Empaque

Beneficios específicos (hidratación, suavidad, etc.)

7. ¿Conoces los beneficios del jabón Natural de Avena con Manzanilla?

Si

No

- **Hábitos de Compra**

Estos datos nos permitirán optimizar nuestra estrategia de ventas 💸 **y entender los factores determinantes de compra** 🛒

8. ¿Con qué frecuencia compras productos de cuidado personal (jabones, champús, cremas, etc.)?

Semanalmente

Quincenalmente

Mensualmente

Ocasionalmente

No usa / No compra

9. ¿Dónde sueles comprar tus productos de cuidado personal? (Puede elegir más de una opción)

Supermercados

Tiendas Especializadas

Farmacias

Mercados Locales / Ferias

Compras en Línea

10. ¿Cuál es tu presupuesto mensual aproximado para productos de cuidado personal?

Menos de Bs 15

Bs 15 a Bs 30

Bs 30 a Bs 50

Más de Bs 50

- **Percepción y Opinión sobre el Producto**

Las variables aquí mencionadas nos proporcionarán las áreas de mejora y ajustar nuestros productos para que sean más atractivos; tomando medidas correctivas 💯

11. ¿Te gustaría probar un jabón natural de avena con manzanilla?

Si

No

Tal vez

12. ¿Qué te atrae más de un jabón de avena con manzanilla? (Puede elegir más de una opción)

Propiedades calmantes de la manzanilla

Propiedades exfoliantes de la avena

Ingredientes naturales

Libre de químicos y conservantes

Aroma

13. ¿Cuánto estarías dispuesto/a a pagar por un jabón natural de avena con manzanilla de 100 gr?

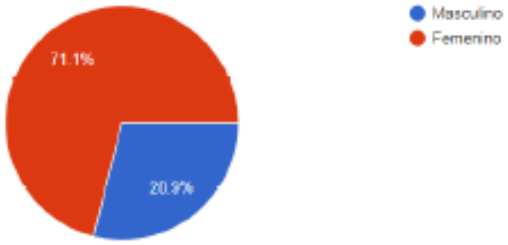
10 bs

12 bs

15 bs

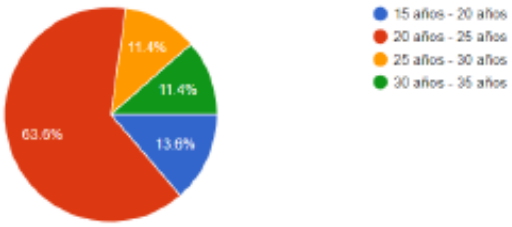
2. RESULTADOS OBTENIDOS EN LAS ENCUESTAS

Cuadro N°1: Género



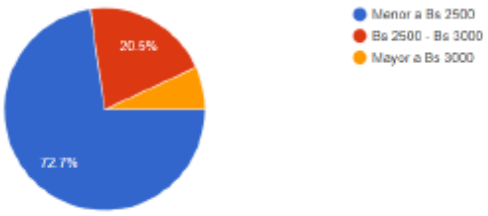
Interpretación: Del total de los encuestados el 71% pertenece al sexo femenino y el 29 % pertenece a sexo masculino.

Cuadro N°2: Edad



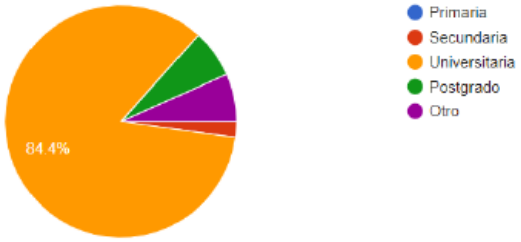
Interpretación: Del total de los encuestados el 64% tiene entre 20-25 años y el 14% tiene entre 15-20 años.

Cuadro N°3: Nivel de Ingresos



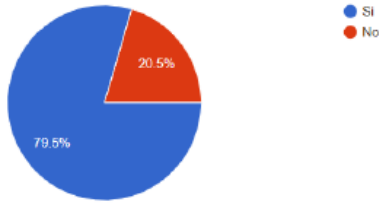
Interpretación: Del total de los encuestados el 73% tiene un nivel de ingresos menor a Bs 2.500 y el 21% tiene un nivel de ingresos de Bs 2.500-Bs 3.000.

Cuadro N°4: Nivel de Educación



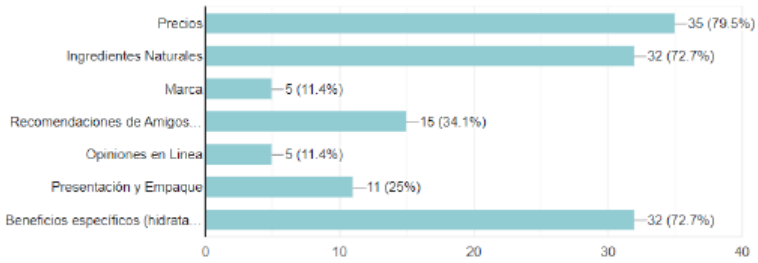
Interpretación: Del total de los encuestados el 84 % pertenece a la comunidad universitaria.

Cuadro N°5: ¿Conoces los beneficios de los productos naturales para el cuidado de la piel?



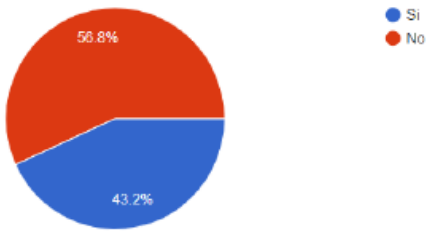
Interpretación: Del total de los encuestados el 79.5% conocen los beneficios de los productos naturales para el cuidado de la piel

Cuadro N°6: ¿Qué factores consideras más importantes al elegir un jabón? (Seleccione hasta 3 opciones)



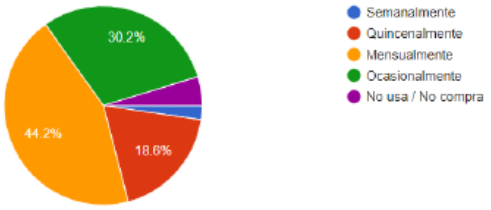
Interpretación: Del total de los encuestados el 80% considera que el precio es un factor importante a la hora de comprar un jabón natural.

Cuadro N°7: ¿Conoces los beneficios del jabón Natural de Avena con Manzanilla?



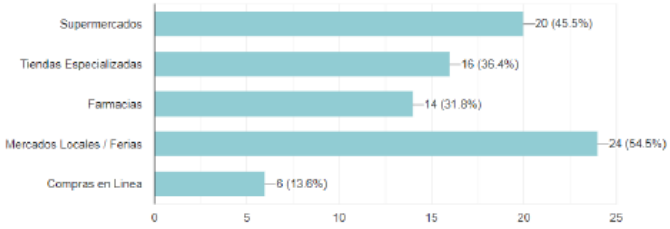
Interpretación: Del total de los encuestados el 57% conoce los beneficios del jabón natural de avena con manzanilla y el 43% no lo conoce.

Cuadro N°8: ¿Con qué frecuencia compras productos de cuidado personal (jabones, champús, cremas, etc.)?



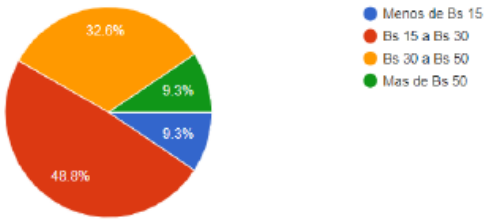
Interpretación: Del total de los encuestados el 44% compra mensualmente productos de cuidado personal y el 30% compra productos de cuidado personal ocasionalmente.

Cuadro N°9: ¿Dónde sueles comprar tus productos de cuidado personal? (Puede elegir más de una opción)



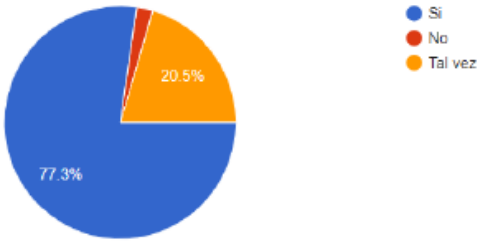
Interpretación: Del total de los encuestados el 55% suele comprar sus productos de cuidado personal en mercados locales o ferias

Cuadro N°10:¿Cuál es tu presupuesto mensual aproximado para productos de cuidado personal?



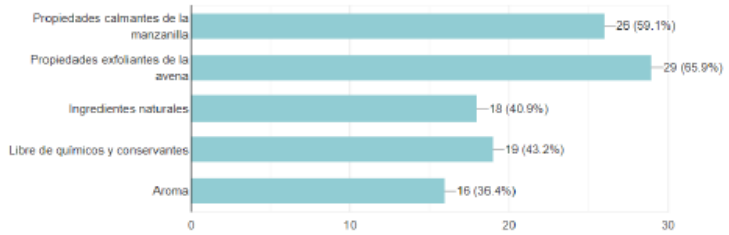
Interpretación: Del total de los encuestados el 49% tiene un presupuesto de Bs 15 a Bs 30 para productos de cuidado personal.

Cuadro N°11: ¿Te gustaría probar un jabón natural de avena con manzanilla?



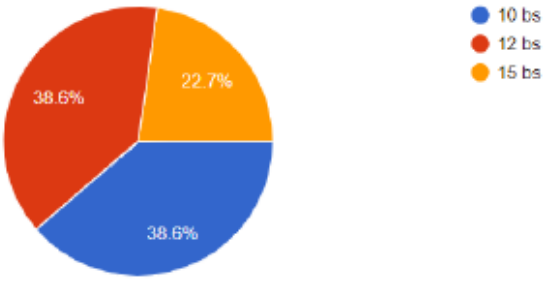
Interpretación: Del total de los encuestados al 77% le gustaría probar un jabón natural de avena con manzanilla.

Cuadro N°12: ¿Qué te atrae más de un jabón de avena con manzanilla? (Puede elegir más de una opción)



Interpretación: Del total de los encuestados al 66% le atrae más que el jabón de avena con manzanilla tenga propiedades exfoliantes de la avena.

Cuadro N°13:¿Cuánto estarías dispuesto/a a pagar por un jabón natural de avena con manzanilla de 100 gr?



Interpretación: Del total de los encuestados el 39% estaría dispuesto a pagar 12Bs por un jabón de avena con manzanilla.