

Proyecto de emprendimiento social fabricación de jabones artesanales de romero

Angie Alejandra González Reyes

Diana Vanessa Chocue Muñoz

Leandra Magnolia González Bejarano

Jhorinde Paola Cadavid Moya

Katherine Mazo Tabares

Asesor

Sindy Nieto Jara

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN

Programa de Tecnología en Gestión Comercial en Negocios

2023

Resumen

El proyecto de emprendimiento social se focaliza en la ciudad de Medellín, Barrio Manrique, la problemática abordada es “dificultad en la consecución de oportunidades laborales de calidad para jóvenes”, el fundamento principal es creación de oportunidades laborales para jóvenes en condición de vulnerabilidad, con la producción de romero y fabricación de jabones naturales extraídos de esta siembra. El proyecto cuenta con fuentes de ingreso basadas en apoyo local y dirección de talleres y guías para lograr ejecutar el proyecto.

Lo que se espera con este proyecto, reducir la tasa de desempleo, mejorar las condiciones de habitabilidad de los jóvenes del barrio Manrique, generar educación ambiental y nuevas oportunidades laborales y de conocimiento.

Palabras clave: Emprendimiento social, Juventud vulnerable, Oportunidades laborales, Romero y jabones naturales, Desempleo y mejora de condiciones de vida.

Abstract

The social entrepreneurship project focuses on the city of Medellín, Barrio Manrique, the problem addressed is “difficulty in achieving quality job opportunities for young people”, the main foundation is the creation of job opportunities for young people invulnerable conditions, with the production of rosemary and the manufacture of natural soaps extracted from this planting. The project has sources of income based on local support and direction of workshops and guides to execute the project.

What is expected with this project is to reduce the unemployment rate, improve the living conditions of young people in the Manrique neighborhood, generate environmental education and new job and knowledge opportunities.

Keywords: Social entrepreneurship, Vulnerable youth, Job opportunities, Rosemary and natural soaps, Unemployment and improvement of living conditions.

Tabla de Contenido

Introducción	16
Justificación	18
Objetivos.....	19
Objetivo General.....	19
Objetivos Específicos.....	19
Formulación del Proyecto de Emprendimiento	20
Fuentes de Ingresos y Sostenibilidad del Proyecto.....	21
Venta de Jabones Hechos a Mano	21
Talleres y Cursos.....	21
Visitas Guiadas	21
Productos Derivados del Romero	21
Distribución de Plantas de Romero.....	21
Colaboraciones Locales	21
Beneficios y Mejoras Esperadas	22
Crecimiento Económico Local	22
Fortalecimiento de la Comunidad.....	22
Educación Ambiental.....	22
Productos Naturales de Calidad	22
Concienciación Ambiental.....	22
Diversificación de Oportunidades Laborales.....	22
Embellecimiento del Entorno Urbano	22
Fomento de la Autonomía.....	22

Preservación de la Cultura Local	23
Potencial de Replicación.....	23
Consolidación de la Innovación Social.....	24
Empatía	24
Conexión con la Comunidad Local.....	24
Identificación de Problemas Sociales	24
Validación de Ideas	24
Co-Creación	25
Mejora de la Percepción del Valor Social.....	25
Generación de Confianza	25
Herramienta Escogida 5 Fuerzas Portes	28
Ideación.....	29
¿Cómo se Desarrollará?	30
Venta en Línea	34
Fidelización de Clientes	34
Jabones Personalizados	34
Prototipado	35
Testeo	37
Objetivo de la Encuesta	38
Propuesta de Valor	47
Introducción	47
Comunidad Local Beneficiada.....	48
Agricultores Locales	48

Habitantes del Barrio Manrique	48
Promoción de la Sostenibilidad	48
Beneficios Clave para la Comunidad.....	49
Generación de Empleo	49
Productos Naturales de Calidad	49
Fortalecimiento de la Identidad Local	49
Educación Ambiental	49
Estrategias de Mercadeo	50
Atributos y Beneficios del Producto	50
Atributos del Producto	50
Ingredientes Naturales	50
Artesanal	50
Romero Fresco	50
Sin Químicos Agresivos	50
Variedad de Aromas	50
Beneficios para el Cliente	51
Cuidado de la Piel	51
Sostenibilidad.....	51
Relajación y Bienestar	51
Producto Único	51
Marca	52
Significado	52
Valores de la Marca	52

Imagen de la Marca.....	52
Logotipo.....	52
Envase.....	52
Colores.....	52
Eslogan "Tu Piel, Nuestra Naturaleza".....	53
Significado.....	53
Amantes de Productos Naturales.....	54
Consumidores Conscientes de la Salud.....	54
Compradores de Jabones Artesanales.....	54
Consumidores Locales.....	54
Personas con Problemas de Piel.....	54
Compradores de Aromaterapia.....	54
Segmentación.....	54
Segmentación Socio Demográfica.....	56
Segmentación Comportamental.....	56
Segmentación Psicográfica.....	56
Segmentación Geográfica.....	56
Público Objetivo.....	57
Identificar la competencia.....	57
Tiendas de Productos Naturales y Artesanales.....	57
Tienda Naturista el Romeral.....	57
Herboristerías y Tiendas de Hierba.....	57
Herbolario Bambú y Canela Tienda Naturista.....	57

Organizaciones de la Comunidad Local	58
Aporte	58
Acción de Cooperación.....	58
Escuelas o Instituciones Educativas Locales	58
Aporte	58
Acción de Cooperación.....	58
Organizaciones de Conservación Ambiental	59
Aporte	59
Acción de Cooperación.....	59
Empresas de Alimentos o Restaurantes Locales.....	59
Aporte	59
Acción de Cooperación.....	59
Organizaciones sin Fines de Lucro Enfocadas en el Bienestar Comunitario	60
Aporte	60
Acción de Cooperación.....	60
Empresas Locales de Envases Sostenibles	60
Aporte	60
Acción de Cooperación.....	60
Agricultores Locales	61
Aporte	61
Acción de Cooperación.....	61
Empresas de Distribución y Transporte Locales	62
Aporte	62

Acción de Cooperación.....	62
Estrategias de Marketing Tradicional	62
Participación en Ferias y Mercados Locales.....	62
Programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	63
Estrategias de Comunicación.....	64
Creación de un Sitio Web y Blog	64
Campañas de Redes Sociales	64
Programa de Afiliados para Influencers Locales	64
Email Marketing y Boletín Informativo	64
Publicidad en Motores de Búsqueda (SEM).....	64
Colaboración con Tiendas en Línea Locales	65
Estrategia de Posicionamiento	66
Colaboración con Herboristerías Locales	66
Propósito	66
Estrategia de Diferenciación.....	66
Propósito	66
Talleres de Cultivo de Romero y Elaboración de Jabones	67
Facebook.....	67
Propósito	67
Contenido.....	67
Instagram.....	68
Propósito	68
Contenido.....	68

	10
LinkedIn	69
Propósito	69
Contenido	69
YouTube	70
Propósito	70
Contenido	70
Construcción de la Página Web para el Proyecto	72
Proyección de los Recursos Operativos y Financieros	74
Tamaño del Proyecto	74
Disponibilidad Insumos	74
Realizar las Proyecciones de Distribución en Planta	79
Área de Recepción de Materiales	79
Almacenamiento de Materias Primas.	79
Área de Producción.....	79
Control de Calidad.	79
Área de Empaque	79
Almacenamiento de Producto Terminado	79
Oficinas Administrativas	79
Zonas de Servicios	80
Descripción de equipos de oficina	82
Procesos Preoperativos, se Describen las Acciones Preliminares para Iniciar Labores, como Permisos, Registro de la Empresa, Seguros, entre otros.....	84
Localización	84

Ventajas.....	85
Ubicación y Accesibilidad	85
Costos de Espacios.....	85
Mercado Local	85
Recursos y Suministros.....	85
Desventajas	85
Seguridad	85
Limitaciones de Espacio y Expansión	86
Proyecciones de Ventas - Cálculo de la Demanda.....	86
Proyección de Ventas (Unidades).....	86
Crecimiento Consistente	87
Aumento Anual.....	87
Estacionalidad	87
Totales Anuales.....	88
Planificación de la Producción y el Inventario	88
Proyecciones de Ventas	88
Proyecciones Ingresos por Ventas (Mensual).....	92
Capital de Trabajo.....	93
Inversión Total	94
Inversión Inicial del Proyecto	95
Estructura de Costos	95
Conclusiones.....	101
Referencias Bibliográficas	103

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Lluvia de Ideas</i>	31
Tabla 2 <i>Modelo de Negocio Canvas</i>	43
Tabla 3 <i>Tamaño Proyecto</i>	74
Tabla 4 <i>Disponibilidad Insumos</i>	75
Tabla 5 <i>Ficha Técnica</i>	76
Tabla 6 <i>Relación de Maquinaria y Equipos</i>	78
Tabla 7 <i>Cargos y Funciones</i>	81
Tabla 8 <i>Salarios</i>	82
Tabla 9 <i>Listado y Valor Equipos de Oficina</i>	83
Tabla 10 <i>Requisitos Legales Conformación Empresa</i>	84
Tabla 11 <i>Calculo Demanda</i>	86
Tabla 12 <i>Proyección de Ventas (Unidades)</i>	86
Tabla 13 <i>Punto de Equilibrio</i>	88
Tabla 14 <i>Margen de Utilidad</i>	89
Tabla 15 <i>Costos Fijos</i>	90
Tabla 16 <i>Costos Variables</i>	90
Tabla 17 <i>Proyección de Ventas Anual</i>	92
Tabla 18 <i>Proyección de Ingresos por Ventas</i>	93
Tabla 19 <i>Capital de Trabajo</i>	93
Tabla 20 <i>Capital de Trabajo General</i>	94
Tabla 21 <i>Maquinaria y Producción</i>	95
Tabla 22 <i>Maquinaria y Equipo</i>	97

Tabla 23 <i>Constitución Legal</i>	99
---	----

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Matriz DOFA</i>	26
Figura 2 <i>Definición 5 Fuerzas Portes</i>	28
Figura 3 <i>Mapa de Impacto</i>	36
Figura 4 <i>Encuesta Emprendimiento</i>	38
Figura 5 <i>Encuesta Emprendimiento</i>	38
Figura 6 <i>Encuesta Emprendimiento</i>	39
Figura 7 <i>Encuesta Emprendimiento</i>	39
Figura 8 <i>Media Encuestada 25 Personas</i>	39
Figura 9 <i>Media Encuestada 25 Personas</i>	40
Figura 10 <i>Media Encuestada 25 Personas</i>	40
Figura 11 <i>Media Encuestada 25 Personas</i>	40
Figura 12 <i>Media Encuestada 25 Personas</i>	41
Figura 13 <i>Media Encuestada 25 Personas</i>	41
Figura 14 <i>Media Encuestada 25 Personas</i>	41
Figura 15 <i>Imagen y Slogan</i>	53
Figura 16 <i>Bosquejo Publicación Facebook</i>	68
Figura 17 <i>Bosquejo Publicación Instagram</i>	69
Figura 18 <i>Bosquejo Publicación LinkedIn</i>	70
Figura 19 <i>Bosquejo Publicación Youtube</i>	71
Figura 20 <i>Página Web</i>	72
Figura 21 <i>Página Web</i>	72
Figura 22 <i>Página Web</i>	73

Figura 23 <i>Página Web</i>	73
Figura 24 <i>Distribución de Planta</i>	80
Figura 25 <i>Estructura Organizacional</i>	82

Introducción

Este informe tiene como objetivo presentar y respaldar una iniciativa de emprendimiento social en el Barrio Manrique de Medellín; la cual fue escogida de manera unánime por el grupo colaborativo. La iniciativa se centra en la “creación de oportunidades laborales y programas de formación para jóvenes en situación de vulnerabilidad”, las cuales a su vez sean ellos los principales beneficiarios de este emprendimiento ya que les mejorar en sus entornos; tanto nivel personal, familiar y social.

El proyecto se enfoca en el cultivo de romero con el fin de producir jabones artesanales, promoviendo la sostenibilidad ambiental y el crecimiento económico local. Fomentando en si la sostenibilidad ambiental la cual es importante para nuestras futuras generaciones.

El Pensamiento de Diseño, conocido como Design Thinking, emerge como una metodología altamente eficaz que ha adquirido un rol esencial en la resolución de dilemas, la promoción de la innovación y la formulación de soluciones originales en una amplia gama de contextos. Su fundamento central radica en la comprensión exhaustiva de las necesidades y perspectivas de los usuarios o clientes, como punto de partida para la creación de soluciones centradas en ellos. A través de un enfoque colaborativo y empático, el Design Thinking fomenta la generación de ideas innovadoras y la concepción de productos, servicios y experiencias que verdaderamente atienden las demandas del mercado y mejoran la calidad de vida de las personas. Este proceso abarca diversas fases interrelacionadas, que incluyen la etapa de empatía, la definición del problema, la etapa de ideación, la fase de prototipado y finalmente, la etapa de pruebas, todas con el objetivo de enfrentar los desafíos de manera creativa y efectiva.

De esta manera, esta metodología no solo estimula la innovación, sino que también fomenta una comprensión más profunda de las necesidades humanas y una mayor satisfacción del cliente.

La propuesta de valor de " NaturArte Huertas de Romero para Jabones Artesanales" es una iniciativa emprendedora que surge en el corazón del Barrio Manrique, en Medellín, con un enfoque claro: No solo crear productos naturales y artesanales de alta calidad, sino también empoderar y beneficiar a la comunidad local. Este proyecto se basa en el cultivo de romero y la producción de jabones artesanales con ingredientes naturales y sostenibles, promoviendo la salud y el bienestar de quienes lo utilizan. " NaturArte " no solo es un proyecto de emprendimiento centrado en la producción de jabones artesanales, sino que también tiene un impacto significativo en la comunidad local al crear empleo, promover productos naturales de calidad y fortalecer la identidad y la sostenibilidad en el Barrio Manrique.

Los jabones artesanales de Romero se destacan por sus atributos únicos, que van desde ingredientes naturales hasta la artesanía en su elaboración. Cada jabón es una obra maestra cuidadosamente elaborada, con un enfoque especial en el romero, conocido por sus propiedades beneficiosas para la piel. El romero fresco de huertas caseras aporta un aroma fresco y beneficios naturales a cada pieza, y la ausencia de químicos agresivos los convierte en una opción suave y segura para todo tipo de piel. sostenibilidad, calidad, cuidado de la piel y conexión con la naturaleza, respaldan el compromiso de ofrecer productos que van más allá de lo convencional.

Justificación

Este proyecto ofrece escenarios de implementación para ayudar a desarrollar un plan de oportunidades laborales para jóvenes en condición de vulnerabilidad del Barrio Manrique de Medellín a través de la fabricación de jabones artesanales de Romero, centrándose en el conocimiento del mercado y las preferencias de los consumidores. El programa apunta al segmento de cuidado personal de la piel y ofrece una visión sustentable y atractiva a los consumidores de jabón Artesanal de Romero es una empresa que destacara su trabajo en la producción de jabones orgánicos y nace de la oportunidad de ofrecer a los consumidores un producto con propiedades que satisfagan las necesidades básicas de jabón corporal y facial reflejadas en el producto.

Objetivos

Objetivo General

Establecer un emprendimiento social bajo la marca NaturArte en el barrio Manrique, dedicado a la creación de huertas caseras para cultivar ingredientes naturales. Este proyecto tiene como finalidad la producción y comercialización de jabones artesanales, promoviendo el desarrollo sostenible y la participación comunitaria en la producción de bienes ecológicos y saludables.

Objetivos Específicos

Consolidar proyecto de emprendimiento como modelo de negocio sostenible aplicando la metodología Desing Thinking.

Proyectar de qué manera la metodología Desing Thinking nos beneficia al emprendimiento desarrollado.

Presentar la propuesta unificada por medio del modelo Canvas, en el cual se relaciona el proyecto de emprendimiento social.

Fidelizar a compradores de jabones artesanales al ofrecer productos únicos y de alta calidad.

Satisfacer las necesidades de personas con problemas de piel al proporcionar opciones suaves y naturales.

Formulación del Proyecto de Emprendimiento

Presentar un informe en el cual deberá contener; el contexto donde se identifique la problemática u oportunidad, la descripción del proyecto de emprendimiento, la innovación social que trae consigo, como será la fuente de ingreso del proyecto y cuáles serían los beneficios esperados.

En el Barrio Manrique de Medellín, se identifica una necesidad urgente de ofrecer empleo y capacitación a jóvenes en situación de vulnerabilidad. Estos jóvenes enfrentan dificultades para acceder a trabajos estables y enriquecedores, lo que puede llevar a la desmotivación y la participación en actividades negativas.

El proyecto se centra en la creación de huertas de cultivo de romero en el Barrio Manrique para producir ingredientes naturales de alta calidad destinados a la elaboración de jabones artesanales. Además de fomentar la sostenibilidad ambiental, el proyecto busca generar ingresos en la comunidad local y concientizar sobre la importancia del medio ambiente y el uso de productos naturales.

La propuesta de emprendimiento se distingue por su capacidad para generar beneficios económicos, ambientales y sociales al involucrar a los habitantes en la producción de recursos naturales y la promoción de productos sostenibles. Esto representa un enfoque innovador en la solución de problemas sociales y económicos.

Fuentes de Ingresos y Sostenibilidad del Proyecto

Para asegurar la sostenibilidad del proyecto, se han identificado múltiples fuentes de ingresos:

Venta de Jabones Hechos a Mano

Los jabones elaborados con romero cultivado en las huertas se comercializarán en mercados locales y tiendas especializadas en productos naturales.

Talleres y Cursos

Se ofrecerán talleres y cursos sobre la creación de jabones naturales y productos de cuidado personal, atrayendo a la comunidad local interesada en aprender y adoptar un estilo de vida más saludable.

Visitas Guiadas

Se organizarán recorridos educativos por las áreas de cultivo de romero, generando ingresos y educando a la comunidad sobre la agricultura sostenible.

Productos Derivados del Romero

Además de jabones, se fabricarán otros productos como aceites esenciales, saquitos aromáticos y productos para el cuidado personal, ampliando la gama de productos y generando ingresos adicionales.

Distribución de Plantas de Romero

Se facilitará a la comunidad la adquisición de plantas de romero para su cultivo personal, fomentando la jardinería y la agricultura en entornos urbanos.

Colaboraciones Locales

Se establecerán alianzas con negocios locales, spas y centros de bienestar que deseen adquirir productos naturales y locales para sus clientes.

Beneficios y Mejoras Esperadas

La implementación de este proyecto aportará una serie de ventajas significativas para la comunidad y el entorno:

Crecimiento Económico Local

Incremento de los ingresos de los residentes y aumento de la actividad económica en el barrio.

Fortalecimiento de la Comunidad

Fomento de un sentimiento de pertenencia y empoderamiento dentro de la comunidad.

Educación Ambiental

Adquisición de conocimientos sobre agricultura sostenible y prácticas respetuosas con el medio ambiente.

Productos Naturales de Calidad

Acceso a productos de cuidado personal naturales y saludables.

Concienciación Ambiental

Mayor conciencia sobre la importancia de la agricultura sostenible y la conservación de las plantas.

Diversificación de Oportunidades Laborales

Creación de empleos locales en una comunidad con limitadas opciones de empleo.

Embellecimiento del Entorno Urbano

Mejora del paisaje urbano a través de jardines de romero.

Fomento de la Autonomía

Desarrollo de habilidades que promuevan la independencia y autosuficiencia.

Preservación de la Cultura Local

Conservación y promoción de las tradiciones culturales locales.

Potencial de Replicación

Un modelo que puede ser adaptado por otras comunidades interesadas en emprendimientos sostenibles basados en recursos locales.

Es definido como la creación e implementación de nuevas soluciones o problemas sociales, donde el valor creado se acumula principalmente para la sociedad como un todo, en lugar de que sea para individuos privados o la intercesión entre ellos; de igual manera se establece como valor social ya que involucra cambios y normas, recursos, capacidades y sistemas de autoridad dentro de un sistema social determinado.

Consolidación de la Innovación Social

Consolidar el segundo capítulo del proyecto denominado “valor social”, presentando así cada etapa con su respectiva herramienta para el proyecto de emprendimiento.

Empatía

La fase de "Empatía" dentro del marco del Design Thinking juega un papel crítico en la propuesta de emprendimiento social en el Barrio Manrique de Medellín, orientada a establecer huertas de cultivo de romero y la producción artesanal de jabones. Esta etapa es esencial por diversas razones fundamentales:

Conexión con la Comunidad Local

Manrique posee su propia identidad, cultura y desafíos específicos. La empatía permite que los emprendedores se sumerjan en una comprensión profunda de las necesidades, deseos y preocupaciones de la comunidad local. Esto resulta crucial para desarrollar una propuesta que sea pertinente y beneficiosa para sus habitantes.

Identificación de Problemas Sociales

A través de la empatía, los emprendedores pueden detectar con precisión los problemas sociales que enfrenta la comunidad, como el desempleo y la carencia de oportunidades económicas. La comprensión de estos problemas es el primer paso hacia su abordaje efectivo.

Validación de Ideas

Es imperativo validar la autenticidad del interés de la comunidad en respaldar la iniciativa de cultivo de romero y la elaboración de jabones antes de invertir recursos significativos. La empatía permite a los emprendedores entablar diálogos con los residentes para evaluar su percepción de los beneficios del proyecto y su disposición a participar.

Co-Creación

La empatía facilita la colaboración con la comunidad en el diseño del proyecto. En lugar de imponer soluciones desde fuera, los emprendedores pueden colaborar con los miembros de la comunidad para crear un proyecto a medida de sus necesidades y deseos. Esto incrementa las posibilidades de éxito y aceptación.

Mejora de la Percepción del Valor Social

La empatía contribuye a definir y comunicar el valor social de la propuesta. Al comprender las inquietudes y aspiraciones de la comunidad, los emprendedores pueden desarrollar una estrategia que resalte cómo el proyecto de cultivo de romero y elaboración de jabones artesanales mejorará la calidad de vida de los residentes y abordará los problemas sociales identificados.

Generación de Confianza

Al mostrar un auténtico interés en la comunidad y sus necesidades, los emprendedores pueden establecer relaciones de confianza con los residentes. Esto resulta esencial para ganar apoyo y la participación de la comunidad en el proyecto.

En resumen, la fase de "Empatía" en el proceso de Design Thinking es fundamental para el éxito de un emprendimiento social en el Barrio Manrique de Medellín. Esta etapa proporciona información valiosa sobre las necesidades y deseos de la comunidad, construye relaciones sólidas y permite diseñar una solución que tenga un impacto real y positivo en la vida de las personas y en la comunidad en su conjunto.

La matriz DOFA, que también recibe los nombres de matriz FODA o DAFO, representa una herramienta de análisis estratégico aplicada en el contexto empresarial y organizacional con el fin de examinar las Fortalezas (F), Oportunidades (O), Debilidades (D) y Amenazas (A) que

una entidad enfrenta en un instante específico. Su función principal radica en proporcionar una representación estructurada de la situación actual de una organización, simplificando así el proceso de tomar decisiones estratégicas

Figura 1

Matriz DOFA

<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de experiencia en agricultura y producción de jabones: Si el equipo emprendedor no tiene experiencia previa en estas áreas, podría enfrentar dificultades iniciales. • Acceso limitado a recursos financieros: Puede ser difícil obtener el capital necesario para iniciar el proyecto. • Posible resistencia de la comunidad: Es posible que algunos miembros de la comunidad no estén dispuestos a participar o apoyar la iniciativa. • Competencia con productos similares: Si ya existen productos similares en el mercado, podría ser difícil destacar. 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demandas de productos naturales y artesanales: Existe una creciente demanda por productos naturales y hechos a mano, lo que puede ser una oportunidad para el negocio. • Apoyo potencial de organizaciones locales: Buscar colaboraciones con organizaciones locales que respalden proyectos de emprendimiento social. • Participación comunitaria: Involucrar a la comunidad en el proyecto puede fortalecer la aceptación y el compromiso. • Programas de apoyo gubernamental: Buscar programas de apoyo financiero y recursos para emprendimientos sociales en la región.
<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impacto social: El proyecto tiene un claro valor social al crear empleo y oportunidades en una comunidad desfavorecida. • Productos naturales y sostenibles: La producción de jabones naturales y el cultivo de romero pueden destacar por su sostenibilidad. • Ubicación estratégica: La ubicación en el Barrio Manrique puede ser una ventaja para la relación con la comunidad. • Redes de contacto locales: Si el equipo tiene conexiones locales sólidas, puede facilitar el acceso a recursos y apoyo. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cambios en la demanda del mercado: Las tendencias del mercado pueden cambiar rápidamente, lo que podría afectar la demanda de los productos. • Problemas climáticos: El clima puede afectar la producción de romero, lo que podría ser un riesgo. • Regulaciones y permisos: Pueden surgir desafíos relacionados con permisos y regulaciones para la producción de jabones y la agricultura urbana. • Presión de costos: Mantener costos bajos mientras se mantiene la calidad puede ser un desafío constante.

Nota. Fuente elaboración propia

Este análisis DOFA resalta las fortalezas y oportunidades que podrían respaldar el éxito del proyecto, así como las debilidades y amenazas que deben ser abordadas o mitigadas. La planificación y la estrategia serán esenciales para aprovechar al máximo las ventajas y superar los desafíos en el camino hacia el éxito del emprendimiento en el Barrio Manrique.

En conclusión, la fase de "Empatía" en el marco del Design Thinking desempeña un papel crítico en el proceso de emprendimiento social en el Barrio Manrique de Medellín. Esta etapa es esencial debido a varias razones fundamentales. En primer lugar, establece una conexión profunda con la comunidad local al permitir que los emprendedores comprendan las necesidades,

deseos y desafíos específicos de la comunidad. Además, la empatía ayuda a identificar con precisión los problemas sociales que enfrenta la comunidad y valida la autenticidad del interés de la comunidad en el proyecto. La concreción con la comunidad y la mejora de la percepción del valor social también son resultados clave de esta fase. Finalmente, la aplicación de la Matriz DOFA en la fase de "Empatía" enriquece la comprensión de la comunidad, proporciona una base sólida para la toma de decisiones estratégicas y permite a los emprendedores adaptar su propuesta de emprendimiento social de huertas de romero y jabones artesanales de manera más efectiva para abordar las necesidades y desafíos locales. Esta herramienta se convierte en un recurso valioso para maximizar el potencial de éxito y sostenibilidad de la iniciativa en el Barrio Manrique de Medellín.

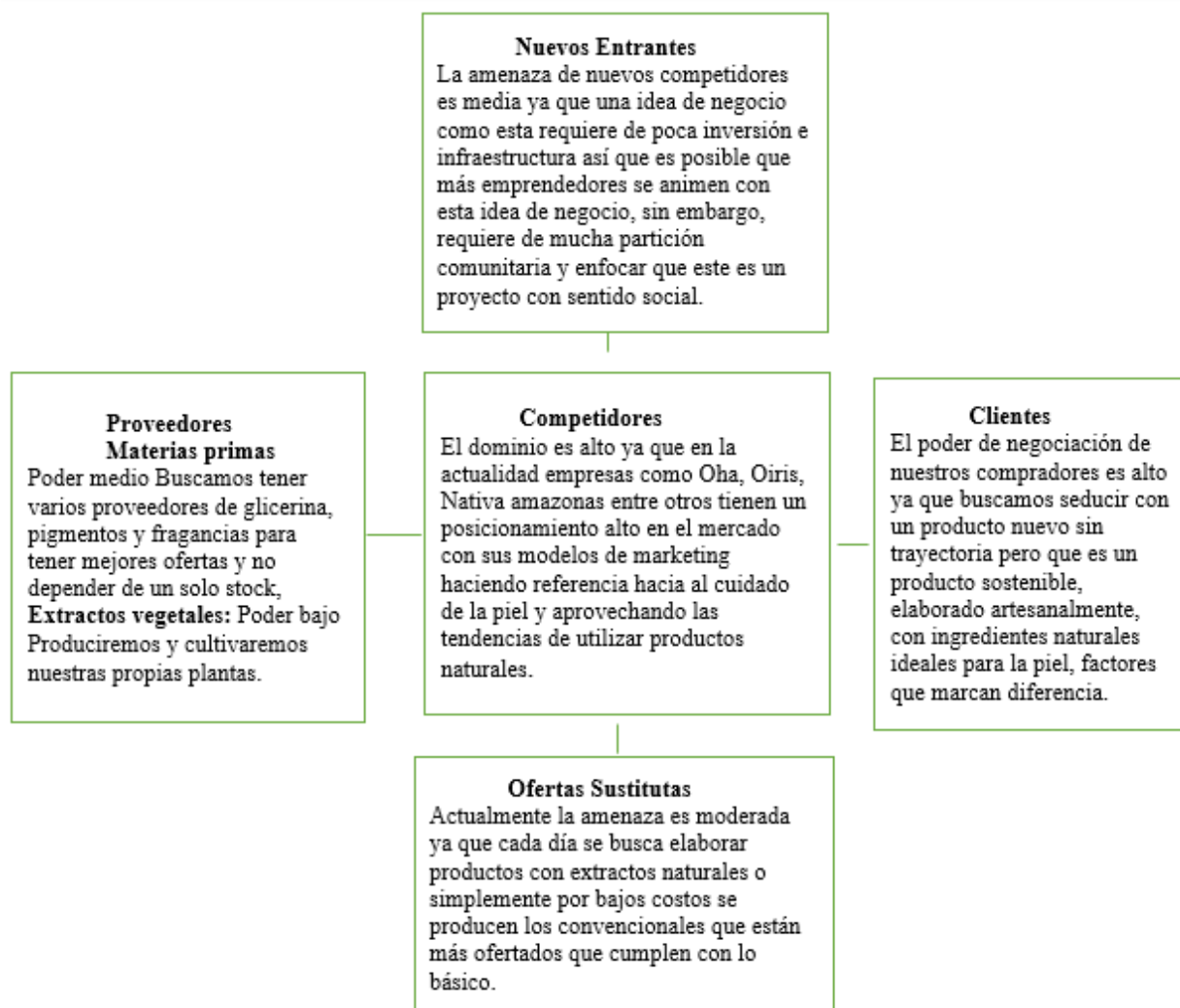
En el método Design Thinking se busca que de manera creativa se desarrolle todas las fortalezas y pertinencias que puedan contribuir al logro de objetivos del proyecto de emprendimiento, en la fase de definición se busca recolectar información y clasificar datos que ayude a resolver las dificultades y posibles amenazas que se pueden presentar, por otra parte, destacar y aprovechar al máximo las ventajas que se encontraron en la fase de empatía.

Dicho esto, en la fase de definición se empleará la herramienta de las 5 fuerzas de Porter con la cual nos permitirá analizar el entorno del negocio y el mercado al que nos estamos enfrentando, descubrir nuevas estrategias y construir nuevos procesos para el desarrollo de nuestro producto, esto con el fin de asegurar la mejor rentabilidad del negocio.

Herramienta Escogida 5 Fuerzas Portes

Figura 2

Definición 5 Fuerzas Portes



Nota. Fuente elaboración propia

Esta oportunidad de negocio donde se analiza la situación actual del sector no requiere de gran inversión financiera ni infraestructura grande, se requiere del impulso ciudadano y del apoyo de las autoridades gubernamentales para brindar asesoría y facilitar los recursos necesarios para poner en marcha el proyecto.

Sin embargo, encontramos que esta idea de negocio cuanta con gran oferta en el mercado y que nos enfrentamos a competidores con gran trayectoria con lo cual debemos ser estratégicos para lanzar nuestro producto y que obtenga una imagen positiva para nuestros clientes potenciales.

Dicho esto, esperamos que nuestro producto logre posicionarse en el mercado, que su comercialización y producción sea responsable y sostenible con lo cual podamos ofrecer un producto autentico y de calidad socialmente responsable.

Por último, podemos decir que por medio de la elaboración de la herramienta Las 5 Fuerzas de Porter nos permitió definir las necesidades y fortalezas de nuestro proyecto de emprendimiento social con lo cual nos ayudara a elaborar mejoras para la ejecución y desarrollo de la propuesta de negocio, así como analizar y compararnos con nuestros competidores para proponer ideas estratégicas que contribuyan al éxito de los objetivos propuesto.

Ideación

Primero definiremos en que consiste esta etapa, la cual se caracteriza por ser el proceso creativo de producir, desarrollar y diseminar ideas nuevas, esta idea será la base fundamental del proyecto, en el caso de nuestro proyecto ya tenemos una idea principal que es “establecer huertas de cultivo de romero y la producción artesanal de jabones”.

Para esta etapa nos basaremos en dos herramientas de aplicación, la primera es la matriz DOFA (ver figura 1), realizada en la etapa de Empatía, la cual está desarrollada, bajo el modelo sobre el cual se basará la funcionalidad del emprendimiento social, enmarcando debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas, se escoge esta herramienta para ir de la mano con la primera fase de empatía.

Como segunda herramienta de Ideación tomaremos la conocida como Lluvia de Ideas o Brainstorming. ¿Qué es Brainstorming? Primero indicaremos es una herramienta de trabajo grupal que facilita el surgimiento de ideas de manera creativa y autónoma donde cada uno de los miembros aportan ideas y se entran en debate para determinar cuáles serían las más beneficiosas donde se abre dialogo entre los participantes del proyecto de emprendimiento y cada uno de ellos da una o varias ideas para la ejecución del proyecto, de esta lluvia de ideas se tomarán las más relevantes con lo que se espera conseguir la materialización en la ejecución del proyecto.

¿Cómo se Desarrollará?

Se establecerá una mesa de trabajo donde se iniciara la lluvia de ideas con cada uno de los integrantes del grupo de trabajo, se enviara un formato donde se dejaran plasmadas estas ideas, cada integrante expondrá máximo tres ideas referentes a la posible ejecución y dinámica del proyecto de emprendimiento, al finalizar esta lluvia de ideas se entraran las mismas a votación con calificación de 0 a 5, donde 0 se considera no relevante y 5 muy relevante, se escogerán las tres ideas con más fuerza para iniciar la etapa inicial del proceso de emprendimiento, esta actividad tendrá un plazo máximo de 2 días para dejar las ideas y después recopilar toda la información y analizar de qué manera se pueden llevar a cabo o no estas ideas propuestas.

Después de esto se realizará la votación y con ello la elección de las ideas más acordes para esta etapa inicial. De acuerdo con la metodología Design Thinking, esta herramienta es usada en la tercera etapa fase de ideación del proceso Design Thinking.

Tabla 1*Lluvia de Ideas*

Integrante	Idea	Puntuación
Angie Alejandra González Reyes	Realizar una primera convocatoria a los habitantes del barrio Manrique y de manera participativa, incluirlos en la primera elección de punto de siembra, integrantes principales del proyecto, alcance del proyecto. Etc.	13
Katherine Mazo Tabares	Jabones personalizados Ofrecer la posibilidad de que los clientes elijan sus propias mezclas de aceites esenciales y hierbas para personalizar sus jabones. Esto permitirá a los clientes crear productos únicos y a la medida.	18
Katherine Mazo Tabares	Talleres comunitarios Organiza talleres comunitarios donde las personas del barrio puedan aprender a cultivar romero y producir sus propios jabones. Esto no solo fomentará la participación de la comunidad, sino que también promoverá la educación sobre el cultivo sostenible y la fabricación de jabones naturales.	11
Katherine Mazo Tabares	Jabones temáticos locales Desarrollar una línea de jabones inspirados en elementos locales o culturales del barrio Manrique. Por ejemplo, crear un jabón con fragancia a café o a frutas tropicales que son emblemáticas de la región.	14
Katherine Mazo Tabares	Alianzas locales	

	Colaborar con otros negocios locales, como tiendas de productos naturales, spas o tiendas de regalos, para vender los jabones. Esto podría aumentar la visibilidad y la distribución de los productos.	11
	Venta en línea	
Katherine Mazo Tabares	Aprovecha la venta en línea para llegar a un público más amplio, incluyendo a personas fuera del barrio Manrique. Destacando la historia y los valores del proyecto para atraer a clientes que valoren la sostenibilidad y la comunidad.	22
	Materiales por utilizar para la fabricación de jabones	
Jhorinde Cadavid Moya	Emplear componentes que permitan la fabricación de un jabón artesanal que sea flexible y apto para el uso diario. Énfasis en las ventas frente al mercado	10
Jhorinde Cadavid Moya	Implementar estrategias de fácil acceso para atraer nuevos clientes y así aumentar ventas; para que el producto sea más exclusivo y llamativo frente al mercado.	10
Jhorinde Cadavid Moya	Impulsar los productos frente a la competencia Ejercer publicidad creativa y novedosa las cuales sean claras y concisas a la hora de mostrar el producto, en las cuales sean vista las diferentes presentaciones de variedades.	7
	Puntos de ventas estratégicos fuera de Medellín	
Jhorinde Cadavid Moya	Zonas comerciales que no requieran mucha inversión, así mismo zonas con mucha circulación de personas donde tenga mayor visibilidad nuestros productos.	13
	Diseño empaque	

Leandra González Bejarano	La caja o bolsa estaría diseñada bajo una idea creativa, se pueden agregar colores perlados para lograr una mejor comercialización y exportación.	16
	Capacitación a personal	
Leandra González Bejarano	Capacitar los miembros del equipo para el proceso de producción, así se brindará un producto mejor terminado y procesado.	9
	Estandarización de actividades	
Leandra González Bejarano	Para asegurar que el jabón mantenga su forma y peso dentro de los estándares establecidos, se normalizará la cantidad de material utilizado en su elaboración. Además, el jabón permanecerá más tiempo en el molde para facilitar su secado y formación adecuada.	10
	Promocionar el consumo responsable	
Diana Vanessa Chocue	Hay que destacar que nuestros productos son elaborados de manera consiente y amigable con el medio ambiente, con el uso de productos reciclados para los materiales de empaque y envasado.	14
	Fidelización de clientes	
Diana Vanessa Chocue	Brindar ventajas de compra a nuestros clientes o referidos, descuentos, promociones, productos especiales y únicos para nuestros clientes, atención al cliente y posventa.	20

Nota. Fuente elaboración propia

De acuerdo con la lluvia de ideas y la votación obtenida para cada una, las 3 ideas escogidas con mayor votación y con las cuales se dará inicio al proyecto de emprendimiento social son:

Venta en Línea

Aprovecha la venta en línea para llegar a un público más amplio, incluyendo a personas fuera del barrio Manrique. Destacando la historia y los valores del proyecto para atraer a clientes que valoren la sostenibilidad y la comunidad.

Fidelización de Clientes

Brindar ventajas de compra a nuestros clientes o referidos, descuentos, promociones, productos especiales y únicos para nuestros clientes, atención al cliente y posventa.

Jabones Personalizados

Ofrecer la posibilidad de que los clientes elijan sus propias mezclas de aceites esenciales y hierbas para personalizar sus jabones. Esto permitirá a los clientes crear productos únicos y a la medida.

Analizando los resultados obtenidos con esta herramienta, podemos concluir que ha sido una herramienta de fácil trabajo y con buenos resultados, la lluvia de ideas nos permitió como equipo dar nuestra idea personal sin desenfocarnos de la base principal del proyecto la cual es “establecer huertas de cultivo de romero y la producción artesanal de jabones” y con ello logramos determinar tres ideas principales las cuales nos aportan en producción, comercialización y emprendimiento social con los habitantes del barrio Manrique.

Estas tres ideas escogidas le apuntan claramente a nuestra consolidación inicial, donde el principal objetivo es lograr reinserción social y oportunidades laborales a través de la elaboración de jabones artesanales.

Prototipado


La creación de prototipos es la cuarta etapa del proceso de pensamiento de diseño. Esta es la era de los creadores. De todos aquellos dispuestos a pensar con las manos. Estas ideas despegarán y se volverán tangibles. De esta forma, los usuarios no sólo pueden imaginar propuestas, sino también tocarlas.

Todas las etapas del proceso de pensamiento de diseño ocurren por una razón u otra. Cuando se trata de creación de prototipos, su capacidad para hacernos avanzar es primordial. Cuando se alcanza esta etapa del proceso, se produce nuevamente la convergencia. Se nos ocurrieron muchas ideas. De hecho, cuanto más generes, mejor. A través de la creación de prototipos, los reunimos. Producen Una realidad concreta que, como exploraremos en los siguientes apartados, es susceptible de ser construida de múltiples y diversas formas.


La innovadora técnica del mapeo de impacto es un método simple pero extremadamente efectivo para ejecutar la planificación estratégica de manera colaborativa y visual. Esta técnica es particularmente útil en la planificación de proyectos, donde cristaliza en un escenario o mapa mental.

Figura 3

Mapa de Impacto







Mapa de Impacto
Objetivo:
Refinar y planificar una idea obtenida en cualquier momento del proceso.
01:00 + 👤 + 📊 + Información



+ Información

Proyecto: Huertas propias de romero caseras para la producción de jabones en el barrio Manrique	Versión:
Equipo: 110011A_1304	Fecha: 20/09/2023
Observaciones:	

 Objetivo <small>Por qué queremos llegar a esta meta.</small>	 ¿Quiénes? <small>Personas que participaran en la consecución del objetivo</small>	 ¿Cómo? <small>Cómo son los impactos que se deben alcanzar para conseguir el objetivo</small>	 ¿Qué? <small>Acciones concretas o entregables que deberán desarrollarse para conseguir el objetivo</small>
<p>Queremos presentar y respaldar una iniciativa de emprendimiento social en el Barrio Manrique de Medellín; la cual fue escogida de manera unánime por el grupo colaborativo. La iniciativa se centra en la "creación de oportunidades laborales y programas de formación para jóvenes en situación de vulnerabilidad", las cuales a su vez sean ellos los principales beneficiarios de este emprendimiento ya que les mejoran en sus entornos; tanto nivel personal, familiar y social. El proyecto se enfoca en el cultivo de romero con el fin de producir jabones artesanales, promoviendo la sostenibilidad ambiental y el crecimiento económico local. Fomentando en si la sostenibilidad ambiental la cual es importante para nuestras futuras generaciones.</p>	<p>Sera un trabajo en equipo donde intervienen varios agentes como lo es la población:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Comunidad del Barrio Manrique * Jovenes y adultos del sector * Clientes. * Proveedores. <p>Y porque no decirlo la competencia tambien tendra un papel importante ya que cuando se ahi una competencia justa se logran objetivos de superación, se trazan cada vez metas a cumplir de manera efectiva con la finalidad de la superacion empresarial pero tambien para llegar a posicionarse por encima de la competencia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento Económico Local: Incremento de los ingresos de los residentes y aumento de la actividad económica en el barrio • Fortalecimiento de la Comunidad: Fomento de un sentimiento de pertenencia y empoderamiento dentro de la comunidad. • Jabones personalizados: Ofrecer la posibilidad de que los clientes elijan sus propias mezclas de aceites esenciales y hierbas para personalizar sus jabones • Productos Naturales de Calidad: Acceso a productos de cuidado personal naturales y saludables. • Alianzas locales: Colaborar con otros negocios locales, como tiendas de productos naturales, spas o tiendas de regalos, para vender los jabones. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocer preferencias y opiniones de los clientes al momento de realizar las compras de los productos en el hogar en este caso primordialmente el "jabón" y así mismo que beneficios trae este emprendimiento a la comunidad mediante encuestas. 2. Identificación de debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas. 3. Talleres y Experiencias: Ofreceremos talleres y vivencias interactivas para la comunidad y visitantes interesados en aprender acerca de la elaboración de jabones y el cultivo de romero. Estos eventos tendrán un costo y generarán ingresos suplementarios.

www.dinngo.es
Design
www.designthinking.es
Comparte tus fotos usando nuestros materiales
Diseñado por Dinngo, tu departamento externo de innovación.

Nota. Fuente elaboración propia

Los diagramas de influencia nos permiten identificar fácilmente factores, características y necesidades sociales a través de estas preguntas que son cruciales para la posible ejecución y dinámica de proyectos emprendedores a través de la venta online, la fidelización de clientes y la personalización de jabones, guiándonos así para diseñar una exhibición de producto más precisa y que se adapte a la cultura de compra de nuestros clientes objetivo.

Objetivo, ¿Quiénes? ¿Cómo? y ¿Qué? A través de este modelo, obtenemos la información más precisa sobre los aspectos a ejecutar para llegar efectivamente a más clientes, maximizar los costos de fabricación y otros recursos disponibles para actividades comerciales exitosas. Surgen dudas sobre su necesidad, que se aplicará durante la fase de prueba.

Testeo

El testeo o también conocido como prueba de producto consiste en definir que es un producto y como está hecho o que función tiene dentro del mercado; así mismo ayuda a obtener información asegurando así que el producto satisfaga la necesidad dentro de la gama de cliente.

De igual manera el testeo es definido como la fase final para llevar a cabo la proyección del emprendimiento obteniendo así la opinión de las personas dentro del mercado a definir.

El emprendimiento sobre las “Huertas propias de romero caseras para la producción de jabones” tiene como objetivo social impulsar la creación y gestión de cultivos de romero generando así ingredientes naturales de primera categoría para la producción artesanal y local de jabones, cuyo propósito es estimular la autosuficiencia dentro de la comunidad, fomentar prácticas de agricultura sostenible y proporcionar artículos de higiene personal saludables. Donde esta a su vez busca fortalecer la educación y la participación, en el tejido social, empoderamiento a los habitantes y cultivar un cambio positivo en el entorno urbano.

Para realizar la fase requerida en la guía de actividades sobre el proyecto o emprendimiento seleccionado “Huertas propias de romero caseras para la producción de jabones en el barrio Manrique”. En la etapa de Testeo se utilizará la herramienta apuntes de testeo o matriz de feedback la cuales están diseñadas para recopilar datos de la experiencia de usuarios potenciales; y estas a su vez tiene como objetivo principal obtener información de interés y opinión por medios de encuestas diseñadas para definir y obtener herramientas de innovación.


Objetivo de la Encuesta

Busca conocer preferencias y opiniones de los clientes al momento de realizar las compras de los productos en el hogar en este caso primordialmente el “jabón” y así mismo que beneficios trae este emprendimiento a la comunidad.

A continuación, encontraremos las preguntas las cuales fueran formuladas para llevar a cabo la encuesta final.

Figura 4

Encuesta Emprendimiento



Emprendimiento en el barrio Manrique
Huertas propias de romero caseras para la producción de jabones

1. ¿Que tipo de jabones son utilizados en sus hogares?

Jabones duros

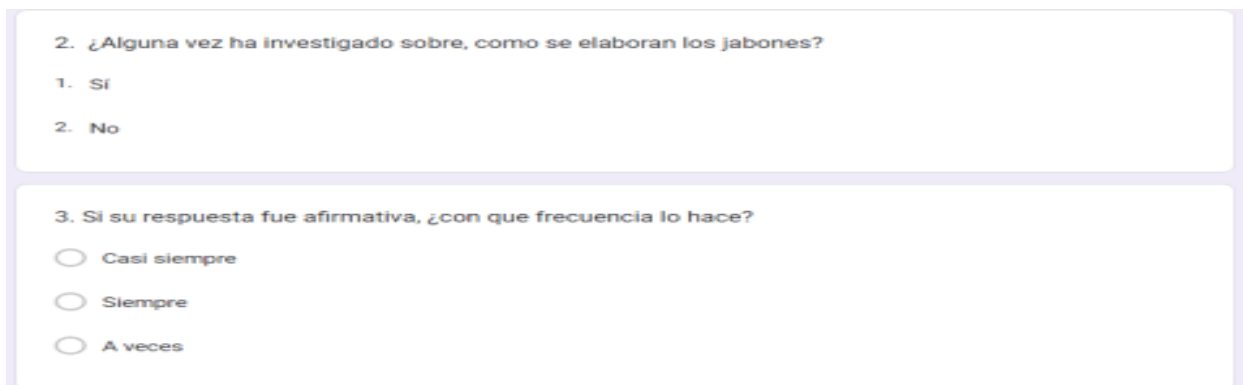
Jabones suaves

Otra...

Nota. Fuente elaboración propia

Figura 5

Encuesta Emprendimiento



2. ¿Alguna vez ha investigado sobre, como se elaboran los jabones?

1. Sí

2. No

3. Si su respuesta fue afirmativa, ¿con que frecuencia lo hace?

Casi siempre

Siempre

A veces

Nota. Fuente elaboración propia

Figura 6

Encuesta Emprendimiento

4. Utilizaría productos como el "Jabón" hecho a base de huertas caseras.

Texto de respuesta corta

5. ¿Como ayudan los jabones artesanales al medio ambiente?

Texto de respuesta larga

6. Apoyaría emprendimientos localizados en su comunidad.

Si

No

Tal vez

Nota. Fuente elaboración propia

Figura 7

Encuesta Emprendimiento

7. ¿Considera que los emprendimientos, buscan fortalecer el empleo en los hogares?

Texto de respuesta larga

Nota. Fuente elaboración propia

Encuesta: <https://forms.gle/9CGNKu2j2GuCk8f76>

Figura 8

Media Encuestada 25 Personas



Nota. Fuente elaboración propia

Figura 9

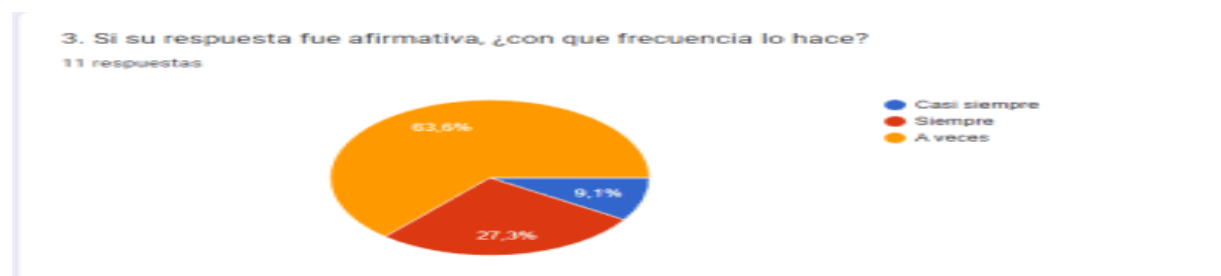
Media Encuestada 25 Personas



Nota. Fuente elaboración propia

Figura 10

Media Encuestada 25 Personas



Nota. Fuente elaboración propia

Figura 11

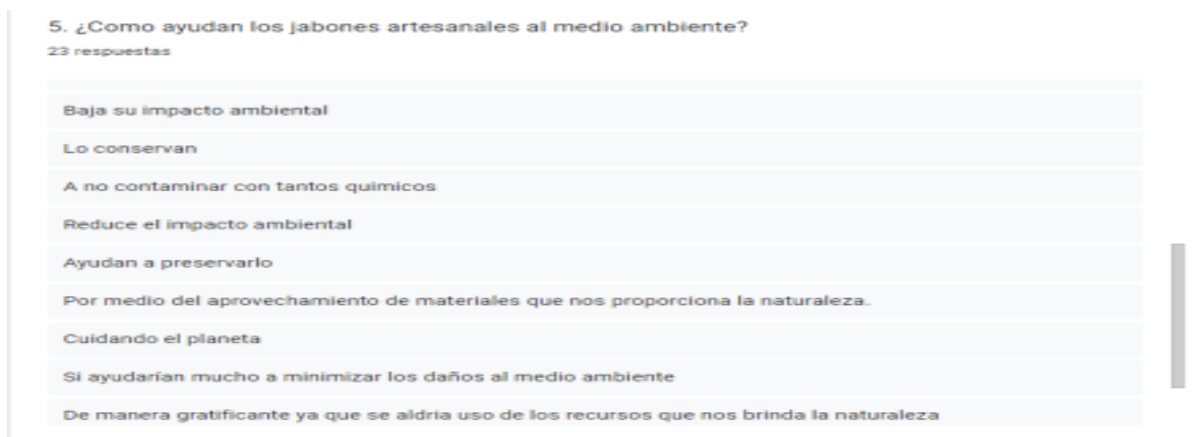
Media Encuestada 25 Personas



Nota. Fuente elaboración propia

Figura 12

Media Encuestada 25 Personas



Nota. Fuente elaboración propia

Figura 13

Media Encuestada 25 Personas



Nota. Fuente elaboración propia

Figura 14

Media Encuestada 25 Personas



Nota. Fuente elaboración propia

De igual manera esta iniciativa al ser nueva en el mercado busca implementar o realizar un proceso de testeo en la cual identifique quienes podrían adquirir los productos y sus clientes potenciales a la hora de implementarlo. Por lo tanto, fue llevado a cabo la encuesta antes presentada como referencias y opiniones a la hora de plasmarlo, las cuales están conformadas por selección múltiple y preguntas abiertas en la cuales se deja a base de la opinión de las personas.

Esta encuesta tiene como objetivo final la opinión de los clientes potenciales en el mercado, la cual fue hecha basada en 25 personas al ser un emprendimiento nuevo el cual tiene expectativas sobre el mismo; entre las preguntas más comunes y las cuales fueron consistente eran en que si estarían dispuestos a comprar jabones hechos a base de huertas caseras recurriendo a los recursos que nos ofrece el medio ambiente; y obteniendo baja escasez de empleo en la región por medio de los emprendimientos. Viendo como resultado productos sostenibles y de fácil acceso a una muy buena calidad.

Por lo tanto se llega a la conclusión que por ser un emprendimiento nuevo el cual se está formando por un grupo de personas que ven más allá de una visión o puesta en escena un proyecto capaz de realizar un sin número de objetivos capaces de salir adelante por medio de capacitaciones informativas, finalidad de la empresa, que aporta este emprendimiento al medio ambiente y al alto número de desempleo en el país, y por último y no menos importante decidan apoyar el proyecto y adquirir nuestros productos.

Tabla 2*Modelo de Negocio Canvas*

Componente practico				
	Actividades	Propuesta de valor	Relación con el	Segmento de
Socios claves	claves	Ofrecer jabones artesanales de alta calidad, elaborados con romero cultivado localmente,	cliente	clientes
Proveedores de insumos naturales.	Cultivo y cuidado del romero.	promoviendo la conexión con la tradición local y la conciencia ambiental con Ingredientes naturales y sostenibles promocionando la salud y el bienestar.	Atención al cliente personalizada en línea y en persona.	Barrio Manrique y áreas circundantes de todas las edades
Tiendas locales para la distribución.	Adquisición de Glicerina		Interacción en redes sociales para construir una comunidad comprometida	Demografía Residentes del

			Psicografía
			Personas
Organizaciones			interesadas en
locales y			productos
comunitarias	Fabricación de	Retroalimentación	naturales y
para el apoyo	jabones.	constante de los	ecológicos,
mutuo.		clientes para mejorar	preocupadas
		nuestros productos	por su
			bienestar.
Proveedores de	Marketing y		
glicerina	promoción de		
	productos.		
	Gestionar la		
Agricultores	distribución de los		Tiendas de
locales como	productos a los		productos
socios de cultivo	puntos de venta y		naturales y
de romero.	a los clientes en		artesanales.
	línea		
Documentación	Documentación		
para el registro	para el registro de		
de la empresa	la empresa.		
	Recursos claves	Canales	
	Huertas de cultivo	Venta directa en	
	de romero.	línea a través de una	
		plataforma de	

	comercio electrónico.
Materias primas naturales y sostenibles.	Puestos de mercado en el Barrio Manrique.
Personal cualificado en la producción de jabones artesanales	Colaboraciones con tiendas locales
Plataforma de comercio electrónico.	Eventos comunitarios y ferias locales
Estructura de coste	Fuentes de Ingreso
Costos de producción de jabones.	Venta de jabones de romero en el punto de venta y en línea a través del sitio web.
Salarios de personal	Posibilidad de ofrecer talleres sobre el cultivo de romero y la fabricación de jabones.
Gastos de marketing y promoción	
Costos de operación de las huertas	

Costos de adquisición de glicerina

Participación en
eventos y ferias
locales

Nota. Fuente elaboración propia

Propuesta de Valor

Nombre del Proyecto;" NaturArte: Huertas de Romero para Jabones Artesanales"

Introducción

En el corazón del Barrio Manrique, en Medellín, surge una iniciativa que no solo busca crear productos naturales y artesanales, sino que también tiene como objetivo apoyar y empoderar a la comunidad local. " NaturArte " es un proyecto de emprendimiento que se enfoca en el cultivo de romero y la producción de jabones artesanales de alta calidad. Esta propuesta de valor se centra en cómo este proyecto beneficia a la comunidad local en el Barrio Manrique.

Comunidad Local Beneficiada

Agricultores Locales

La creación de huertas de cultivo de romero en el Barrio Manrique brinda una oportunidad de empleo y desarrollo económico a los agricultores locales. Los agricultores podrán cultivar romero de manera sostenible y vender sus productos a " NaturArte ", generando ingresos estables y contribuyendo al crecimiento económico de la comunidad.

Habitantes del Barrio Manrique

Los habitantes del barrio se beneficiarán al tener acceso a jabones artesanales de alta calidad a precios asequibles. Estos jabones no solo son naturales y beneficiosos para la piel, sino que también incorporan el romero cultivado localmente, lo que promueve un sentido de comunidad y conexión con la tradición local.

Promoción de la Sostenibilidad

El cultivo de romero se realizará de manera sostenible, utilizando prácticas respetuosas con el medio ambiente. Esto contribuirá a la preservación de la belleza natural del Barrio Manrique y fomentará la conciencia ambiental en la comunidad.

Beneficios Clave para la Comunidad

Generación de Empleo

" NaturArte " contratará a agricultores locales, lo que creará empleos en la comunidad y mejorará la calidad de vida de las familias locales.

Productos Naturales de Calidad

Los habitantes del Barrio Manrique tendrán acceso a jabones de alta calidad hechos a mano con ingredientes naturales y romero fresco. Estos productos son beneficiosos para la piel y promueven la salud.

Fortalecimiento de la Identidad Local

El proyecto ayudará a preservar las tradiciones y la cultura local al incorporar el romero cultivado en el barrio en los productos. Esto fomentará un sentido de pertenencia y orgullo en la comunidad.

Educación Ambiental

" NaturArte " también se comprometerá a educar a la comunidad sobre prácticas agrícolas sostenibles y la importancia de cuidar el medio ambiente, promoviendo un enfoque más ecológico en el Barrio Manrique.

En conclusión, " NaturArte " no solo es un proyecto de emprendimiento centrado en la producción de jabones artesanales, sino que también tiene un impacto significativo en la comunidad local al crear empleo, promover productos naturales de calidad y fortalecer la identidad y la sostenibilidad en el Barrio Manrique.

Estrategias de Mercadeo

Atributos y Beneficios del Producto

Producto o Servicio: Jabones Artesanales de Romero.

Atributos del Producto

Ingredientes Naturales

Nuestros jabones están hechos con ingredientes 100% naturales, con un enfoque especial en el romero, conocidos por sus propiedades beneficiosas para la piel.

Artesanal

Cada jabón se elabora a mano con cuidado y atención al detalle, lo que garantiza la calidad y la singularidad de cada pieza.

Romero Fresco

Utilizamos romero fresco de nuestras huertas caseras, lo que aporta un aroma fresco y beneficios naturales a cada jabón.

Sin Químicos Agresivos

Nuestros productos son libres de productos químicos agresivos, como parabenos o sulfatos, lo que los hace suaves y seguros para todo tipo de piel.

Variedad de Aromas

Ofrecemos una variedad de aromas naturales, todos provenientes de aceites esenciales, que incluyen romero, lavanda, cítricos y más.

Beneficios para el Cliente

Cuidado de la Piel

Nuestros jabones brindan un cuidado suave y natural para la piel, dejándola suave, hidratada y con un aroma fresco.

Sostenibilidad

Al comprar nuestros productos, los clientes contribuyen al cultivo local y a la sostenibilidad, ya que se producen de manera responsable y sin exceso de químicos.

Relajación y Bienestar

El aroma del romero y otros aceites esenciales proporciona beneficios relajantes y de aromaterapia, creando una experiencia de baño placentera.

Producto Único

Cada jabón es único debido a la naturaleza artesanal y al uso de romero fresco de nuestras huertas, lo que lo convierte en un regalo o producto especial.

Marca

"NaturArte"

Significado

"NaturArte" combina la naturalidad de los ingredientes con la artesanía en la producción de jabones.

Valores de la Marca

Sostenibilidad, calidad, cuidado de la piel y conexión con la naturaleza.

Imagen de la Marca

Logotipo

Un diseño limpio y natural que incorpora elementos del romero y la artesanía.

Envase

Envases ecológicos y sencillos que reflejan la naturaleza del producto.

Colores

Tonos verdes y tierra que evocan la frescura y la conexión con la tierra.

Eslogan "Tu Piel, Nuestra Naturaleza"

Significado

Destaca la relación entre la calidad de los productos y el uso de ingredientes naturales y sostenibles.

"NaturArte" ofrece a los clientes la oportunidad de cuidar su piel de manera natural y sostenible, con productos hechos a mano que reflejan la belleza y la frescura de la naturaleza. El eslogan "Tu Piel, Nuestra Naturaleza" enfatiza este compromiso con la calidad y la sostenibilidad. La marca, imagen y atributos del producto se combinan para atraer a aquellos que buscan productos de cuidado personal natural y artesanal.

Figura 15

Imagen y Slogan



Nota. Fuente elaboración propia

Grupo objetivo del proyecto, (identificar y caracterizar el grupo de consumidores que aceptarían y tienen la capacidad de compra).

Identificar y caracterizar el grupo objetivo de consumidores es un paso crucial en el desarrollo de un proyecto de emprendimiento como la creación de huertas caseras de romero para la producción de jabones artesanales. Aquí hay una descripción general del grupo objetivo que podría estar interesado en este tipo de productos:

Amantes de Productos Naturales

Personas que prefieren productos de cuidado personal y limpieza hechos con ingredientes naturales y sin químicos dañinos.

Consumidores Conscientes de la Salud

Individuos preocupados por los ingredientes de los productos que utilizan en su piel, buscando opciones más saludables y suaves.

Compradores de Jabones Artesanales

Personas que aprecian la artesanía y la calidad de los productos hechos a mano, y que buscan opciones originales y únicas.

Consumidores Locales

Aquellos que valoran y apoyan los productos locales y desean contribuir a la economía de la comunidad.

Personas con Problemas de Piel

Individuos que buscan productos suaves y naturales para tratar afecciones de la piel, como piel sensible, seca o con problemas.

Compradores de Aromaterapia

Personas que utilizan productos a base de romero por sus beneficios para la relajación y el bienestar.

Segmentación (tener en cuenta los criterios de segmentación), en este punto definir el tipo de segmentación que se podría aplicar al proyecto de acuerdo con la actividad económica.

En este proyecto surge la implementación de planes de negocios para ayudar a centrar y comprender el mercado y las preferencias de los consumidores, el programa apunta al segmento

del cuidado personal de la piel con una visión sostenible y atractiva para los consumidores de jabón.

"Jabones Artesanales de Romero" es una iniciativa que sobresale en la fabricación de jabones orgánicos. Este proyecto surgió al identificar la posibilidad de brindar a los clientes un producto que no solo cumple con las funciones esenciales de un jabón, sino que también incorpora los beneficios naturales y el aroma refrescante del Romero fresco, cultivado en nuestras propias huertas. Cada jabón que producimos es respetuoso con el medio ambiente.

Un mercado está formado por compradores que son distintos o diferentes entre sí, pueden diferir según sus preferencias, recursos y circunstancias, ubicación geográfica, las actitudes y comportamientos de compra son cruciales para las empresas, y mediante la segmentación de mercado, pueden dividir mercados grandes y variados en segmentos más pequeños y manejables.

Esto permite abordar de manera más efectiva las necesidades únicas de diferentes grupos de mercado, ofreciendo productos y servicios más específicos. La segmentación también es vital para que los gerentes de marketing identifiquen nuevas oportunidades de desarrollo de productos. Un análisis detallado de los distintos grupos de clientes puede descubrir necesidades e intereses específicos no completamente atendidos, abriendo puertas para la creación de nuevos productos o métodos de marketing innovadores. Según Loudon y Bitá (1995), para una segmentación efectiva se deben considerar varios criterios:

El mercado debe ser identificable y medible, permitiendo a los expertos en marketing comprender mejor a los consumidores.

Los segmentos del mercado deben ser accesibles y alcanzables a un costo razonable para promocionar el producto eficientemente.

Es importante asegurarse de que el segmento seleccionado tenga un tamaño suficientemente grande para que un programa de marketing resulte rentable.

Segmentación Socio Demográfica

Nuestros productos están destinados a hombres y mujeres de 18 años con poder adquisitivo; entre los cuales produzcan ingresos dentro de sus hogares y estos así mismo oscilen aun salario mínimo legal vigente o más. Para la cual sus familias no se vean afectadas en adquirir los productos.

Segmentación Comportamental

Población con preferencia a adquirir jabones artesanales.

Segmentación Psicográfica

Población que se inquieta por el cuidado de su piel y que busca productos que no contengan procesos químicos.

Segmentación Geográfica

Nos enfocaremos en la población de las ciudades con mayor crecimiento comercial y económico de Colombia:

Bogotá

Medellín

Tunja

Cali

Bucaramanga

Cartagena

Manizales

Público Objetivo

Hombres y mujeres de 18 a 70 años, económicamente activos, independientemente de su profesión, tipo de familia, educación y religión, con dominio adquisitivo en la compra de jabones artesanales y se preocupan por el cuidado de su piel buscando producto de origen natural como el Romero.

Identificar la competencia (analizar los posibles competidores que existan en la región donde pretendemos desarrollar el proyecto, entendiendo competidores como organizaciones que satisfacen la misma necesidad que nosotros pretendemos satisfacer).

Tiendas de Productos Naturales y Artesanales

Tiendas minoristas locales que se especializan en productos naturales y artesanales podrían ofrecer jabones similares en su inventario. Esto podría incluir tiendas de productos orgánicos o tiendas de artesanías.

Tienda Naturista el Romeral

Av. Cundinamarca #50-11, L Candelaria, Medellín, La Candelaria, Medellín, Antioquia

Herboristerías y Tiendas de Hierba

Establecimientos que venden hierbas, plantas y productos relacionados con la aromaterapia y la salud natural pueden ser competidores, ya que a menudo ofrecen productos a base de plantas como el romero.

Herbolario Bambú y Canela Tienda Naturista.

Calle 52 sur # 70-14 San Antonio de Prado – Medellín (Antioquia)

Identificar los aliados clave del modelo de negocio del proyecto de emprendimiento social y proponer acciones de cooperación como alianzas estratégicas. Se debe concretar cuáles serán los aportes concretos de cada uno.

Para el proyecto de emprendimiento social centrado en la creación de huertas naturales de romero en el barrio Manrique para la producción de jabones artesanales, es importante identificar aliados clave y establecer alianzas estratégicas sólidas basadas en un enfoque "gana-gana". Aquí hay algunas posibles alianzas y sus aportes concretos:

Organizaciones de la Comunidad Local

Aporte

Conexión con la comunidad, acceso a terrenos comunales, voluntarios locales.

Acción de Cooperación

Ofrecer espacio para las huertas, mano de obra local, y apoyo logístico para la producción de jabones.

Escuelas o Instituciones Educativas Locales

Aporte

Acceso a estudiantes y recursos educativos.

Acción de Cooperación

Establecer programas de aprendizaje práctico para los estudiantes en la huerta y la producción de jabones, lo que puede ayudar a fomentar el interés de los jóvenes y brindar mano de obra adicional.

Organizaciones de Conservación Ambiental

Aporte

Conocimientos sobre agricultura sostenible y conservación de recursos naturales.

Acción de Cooperación

Asesoramiento en prácticas sostenibles de cultivo de romero y promoción de prácticas respetuosas con el medio ambiente en la producción de jabones.

Empresas de Alimentos o Restaurantes Locales

Aporte

Acceso a mercado, conocimientos en el procesamiento de alimentos.

Acción de Cooperación

Compra de romero fresco para sus operaciones y/o venta de los jabones artesanales en sus locales.

Organizaciones sin Fines de Lucro Enfocadas en el Bienestar Comunitario

Aporte

Recursos financieros y experiencia en proyectos sociales.

Acción de Cooperación

Proporcionar financiamiento para el proyecto, así como orientación en la gestión y medición del impacto social.

Empresas Locales de Envases Sostenibles

Aporte

Envases amigables con el medio ambiente.

Acción de Cooperación

Colaboración en la obtención de envases ecológicos para los jabones, lo que puede promover la sostenibilidad del proyecto.

Agricultores Locales

Aporte

Conocimientos en el cultivo y gestión de cultivos.

Acción de Cooperación

Compartir técnicas de cultivo, asesoramiento sobre el crecimiento óptimo del romero y la compra de materias primas para la producción de jabones.

Empresas de Distribución y Transporte Locales

Aporte

Logística y transporte eficiente.

Acción de Cooperación

Ayudar con la distribución de los productos de jabón a nivel local, reduciendo costos y mejorando la accesibilidad.

En cada una de estas alianzas estratégicas, es importante que ambas partes vean un beneficio claro y tangible. Las colaboraciones "gana-gana" aseguran que todas las partes involucradas tengan incentivos para participar y contribuir al éxito del proyecto de emprendimiento social.

Proponer estrategias de Mercadeo tanto tradicionales como digitales que permitan comunicar y cautivar un mercado específico, se debe proponer al menos una acción por tipo de estrategia:

Estrategias de Marketing Tradicional

Participación en Ferias y Mercados Locales

Acción, reservar un espacio en ferias o mercados de agricultores y eventos comunitarios. Diseñar un stand atractivo que muestre los productos y la historia detrás de ellos. Ofrecer muestras gratuitas de los jabones artesanales y compartir información sobre la iniciativa social. Interactuar de manera amigable con los visitantes y explicarles cómo sus compras ayudarán a la comunidad local.

Programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Acción, colaborar con empresas locales para crear programas de RSE. Ofrecer a las empresas la oportunidad de adquirir nuestros productos como regalos corporativos o incentivos para empleados. Comunicar cómo su contribución apoyará a la comunidad y el medio ambiente.

Estrategias de Comunicación

Creación de un Sitio Web y Blog

Acción, desarrollar un sitio web atractivo que destaque la historia del proyecto, los beneficios de los productos y las formas de comprarlos. Mantener un blog que ofrezca consejos sobre el uso del romero y la importancia de los jabones naturales. Publicar regularmente y compartir en redes sociales.

Campañas de Redes Sociales

Acción, crear perfiles en plataformas populares como Instagram y Facebook. Compartir fotos y videos de las huertas de romero, el proceso de fabricación de los jabones y testimonios de miembros de la comunidad. Utilizar hashtags relevantes y promocionar publicaciones para llegar a un público más amplio.

Programa de Afiliados para Influencers Locales

Acción, colaborar con influencers locales que tengan seguidores interesados en productos naturales y sostenibles. Establecer un programa de afiliados en el que los influencers promocionen nuestros productos a cambio de una comisión por cada venta generada.

Email Marketing y Boletín Informativo

Acción, crear una lista de suscriptores interesados en el proyecto. Enviar boletines informativos periódicos con actualizaciones sobre el proyecto, ofertas especiales y consejos relacionados con el romero y la vida sostenible.

Publicidad en Motores de Búsqueda (SEM)

Acción, emplear la publicidad de Pago Por Clic (PPC) en motores de búsqueda, tales como Google, es una estrategia eficaz. para llegar a personas que buscan productos relacionados

con el romero y el cuidado personal. Diseñar anuncios efectivos que destaquen la propuesta única de valor de los jabones artesanales.

Colaboración con Tiendas en Línea Locales

Acción, Establecer acuerdos con tiendas en línea locales que vendan productos naturales y sostenibles. Ofrecer nuestros productos a través de las plataformas de comercio electrónico, lo que ampliará el alcance en línea.

Estrategia de Posicionamiento

Colaboración con Herboristerías Locales

Acción, colaborar con tiendas de productos naturales para colocar tus productos en sus estanterías y aumentar la visibilidad.

Propósito

Posicionar el proyecto como una fuente confiable de productos naturales de alta calidad.

Acción, colaborar con expertos en aromaterapia o productos naturales para realizar talleres en la comunidad local y en línea. Promocionar estos eventos como una oportunidad de aprender sobre los beneficios del romero y la fabricación de jabones artesanales. Esto posicionará al proyecto como un líder en su campo.

Estrategia de Diferenciación

Propósito

Hay que destacar los aspectos únicos del proyecto que lo diferencian de otros productos similares en el mercado.

Acción. Crear una línea de jabones personalizables. Permitir a los clientes elegir ingredientes naturales adicionales, fragancias específicas o envases personalizados para sus jabones. Hay que destacar esta opción de personalización como algo que distingue el proyecto de la competencia.

Talleres de Cultivo de Romero y Elaboración de Jabones

Acción, ofrecer talleres gratuitos o a precios asequibles en el Barrio Manrique para involucrar a la comunidad en el proceso de cultivo y producción de jabones. Esto muestra tu compromiso con la educación y la sostenibilidad.

Prototipos de los contenidos a manejar en redes sociales. (YouTube, LinkedIn, Facebook, Twitter), se debe describir el propósito de cada acción dentro del proyecto de emprendimiento social

Facebook

Propósito

Interactuar con la comunidad local y promocionar tus productos y eventos.

Contenido.

Publicaciones sobre los beneficios del romero, fotos de productos, fotos detrás de escena de la producción, anuncios de talleres y eventos locales.

Publicaciones de historias de éxito de miembros de la comunidad que se han beneficiado del proyecto. Encuestas y preguntas interactivas sobre el uso del romero y productos naturales.

Figura 16

Bosquejo Publicación Facebook



Nota. Fuente elaboración propia

Instagram

Propósito

Mostrar visualmente tus productos y conectarte con un público más joven.

Contenido

Fotos atractivas de tus jabones, imágenes de huertas caseras, publicaciones de usuarios que compartan sus experiencias con tus productos (con su consentimiento), historias breves para mostrar el proceso de producción.

Figura 17

Bosquejo Publicación Instagram



Nota. Fuente elaboración propia

LinkedIn

Propósito

Conectar con otros emprendedores locales, instituciones educativas y posibles colaboradores. Networking y colaboraciones.

Contenido

Artículos o publicaciones sobre emprendimiento social, sostenibilidad, actualizaciones sobre el proyecto y logros, Publicaciones que destacan las colaboraciones con otras empresas locales y organizaciones de la comunidad. Compartir logros y eventos relacionados con el emprendimiento social.

Figura 18

Bosquejo Publicación LinkedIn



Nota. Fuente elaboración propia

YouTube

Propósito

Compartir videos informativos sobre el cultivo del romero, la elaboración de jabones y testimonios de clientes satisfechos. Educación y concienciación.

Contenido

Tutoriales paso a paso, videos de historias de éxito de clientes, entrevistas con agricultores locales, visitas a huertas caseras, etc. Exploración de los procesos de fabricación de jabones naturales.

Figura 19

Bosquejo Publicación Youtube



Nota. Fuente elaboración propia

Construcción de la Página Web para el Proyecto

Link: <https://dianitachocue3.wixsite.com/natuarte-1>

Figura 20

Página Web



Nota. Fuente elaboración propia

Figura 21

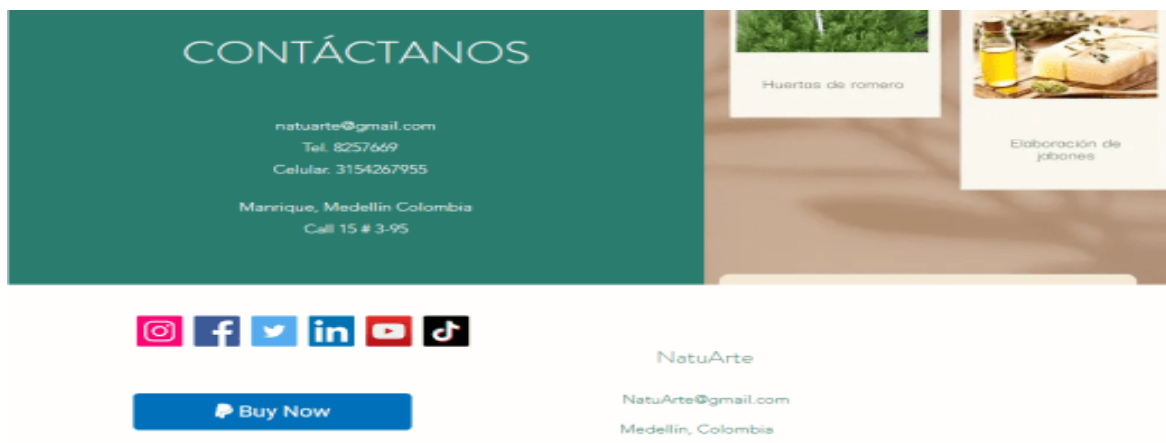
Página Web



Nota. Fuente elaboración propia

Figura 22

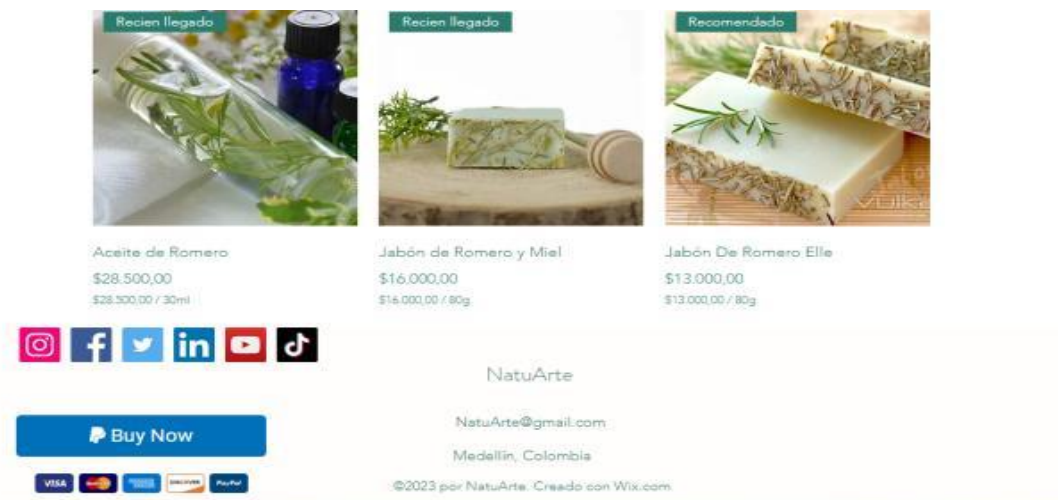
Página Web



Nota. Fuente elaboración propia

Figura 23

Página Web



Nota. Fuente elaboración propia

Proyección de los Recursos Operativos y Financieros

Ficha de producción del producto o servicio para determinar los costos fijos y variables, los gastos de producción, la capacidad instalada, la infraestructura.

Tamaño del Proyecto

Tabla 3

Tamaño Proyecto

Conceptos	Unidad de medida
Superficie total	350m ²
% de área útil	100%
Sector administrativo	30m ²
Zona de producción	80m ²
Depósitos de insumos	30m ²
Espacio de almacenaje y distribución	90m ²
Huertas	100m ²
Instalaciones de cocina y baños	20m ²

Nota. Fuente elaboración propia

Dispondremos de un espacio de 350 m², dividido entre áreas de producción y administración. La producción diaria será de 288 jabones en una jornada laboral de 8 horas, con planes de aumentar gradualmente el personal de la planta.

Disponibilidad Insumos

Una de las mejores formas de garantizar un suministro constante y de alta calidad de romero es cultivarlo nosotros mismos. Por lo cual tendremos huertas de romero. Esto nos dará control sobre la calidad del romero, la frescura y la cantidad disponible. También contamos con

alianza con el vivero Tierra negra para garantizar así la materia prima suficiente para la elaboración de los jabones.

Tabla 4

Disponibilidad Insumos

Concepto jabones de romero	Cantidad (mes)	Valor unitario	Valor mensual	Valor total (año)
Aceites base (coco, oliva)	5 litros	20.000	100.000	1.200.000
Glicerina	5 kg	10.000	50.000	600.000
Soda caustica	10 kg	10.000	100.000	1.200.000
Aceite esencial de romero	1 litro	30.000	30.000	360.000
Agua destilada	10 litros	5000	50.000	600.000
Cajas para jabón	500	600	300.000	3.600.000
Total				4.260.000

Nota. Fuente elaboración propia

Tabla 5*Ficha Técnica*

Sección	Detalle
Descripción del producto	Nombre: Jabón de Romero. Propiedades: Antioxidante, antiséptico, tonificante, mejora la circulación. Materias primas: Aceite esencial de romero, base de jabón, colorantes naturales, alcohol de 96°.
Materiales y recursos	Recursos adicionales: Agua destilada, utensilios, moldes, embalajes, etiquetas. Área de producción: Espacios limpios con mesas de trabajo. Alineamiento: Áreas para materias primas y producto final.
Infraestructura	Equipamiento: Hornos o calderas, balanzas, termómetros, EPP. Paso 1: Preparación de la base. Paso 2: Incorporación de aceite esencial y colorantes. Paso 3: Vertido y enfriamiento.
Proceso de Producción	Paso 4: Desmoldado y corte. Paso 5: Curado (si necesario). Revisión de materias primas Monitoreo de producción
Control de Calidad	Inspección del producto final.
Empaque y etiquetado	Empaque: Papel reciclado a cajas. Etiquetado: Ingredientes, peso, fecha de fabricación, advertencias.
Logística y distribución	Almacenamiento del producto terminado. Transporte a puntos de venta. Estrategias de marketing: Publicidad en redes, ferias.
Marketing y venta	Canales de venta: Tiendas físicas y en línea, mercados locales.

Servicio al cliente Canales de atención al cliente: Recolección de opiniones y sugerencias.

Nota. Fuente elaboración propia

Maquinaria o instalaciones necesarias para la puesta en marcha del proyecto, así como los demás elementos que se requieren para el funcionamiento del debe hacer una proyección de la cantidad de recursos económicos y del porcentaje de aprovechamiento.

Tabla 6*Relación de Maquinaria y Equipos*

Maquinaria	Cantidad	Precio unitario	Costo total
Balanza de cocina digital	1	\$ 50.000	\$ 50.000
Batidora de mano (inmersión)	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Recipientes para mezclar	4	\$ 20.000	\$ 80.000
Moldes para jabón	6	\$ 30.000	\$ 180.000
Cuchillos y cortadores	2	\$ 50.000	\$ 100.000
Guantes y gafas de seguridad	2	\$ 20.000	\$ 40.000
Estufa	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Termómetro digital	2	\$ 30.000	\$ 60.000
Espátulas, cucharas, embudos	2	\$ 10.000	\$ 20.000
Total, estimado			\$ 730.000

Nota. Fuente elaboración propia

Realizar las Proyecciones de Distribución en Planta

Área de Recepción de Materiales

Espacio asignado para la recepción y el almacenamiento temporal de las materias primas. Debe estar cerca de la entrada para facilitar la carga y descarga.

Almacenamiento de Materias Primas.

Estantes y contenedores adecuados para el almacenamiento de aceites esenciales, bases de jabón, colorantes, alcohol y otros ingredientes. Control de temperatura y humedad si es necesario.

Área de Producción

Zona de mezcla, mesas de trabajo y equipos para mezclar los ingredientes.

Zona de moldeo, espacio para verter la mezcla en moldes y para el enfriamiento.

Zona de curado, si se utiliza una base de jabón que lo requiera, se necesitará un área para el proceso de curado.

Control de Calidad.

Estación dedicada para la inspección y pruebas de los productos semiterminados y terminados.

Área de Empaque

Mesas y equipos para el embalaje, etiquetado y preparación para la distribución.

Almacenamiento de Producto Terminado

Espacio asignado para almacenar el jabón listo para ser vendido o distribuido, separado de las materias primas.

Oficinas Administrativas

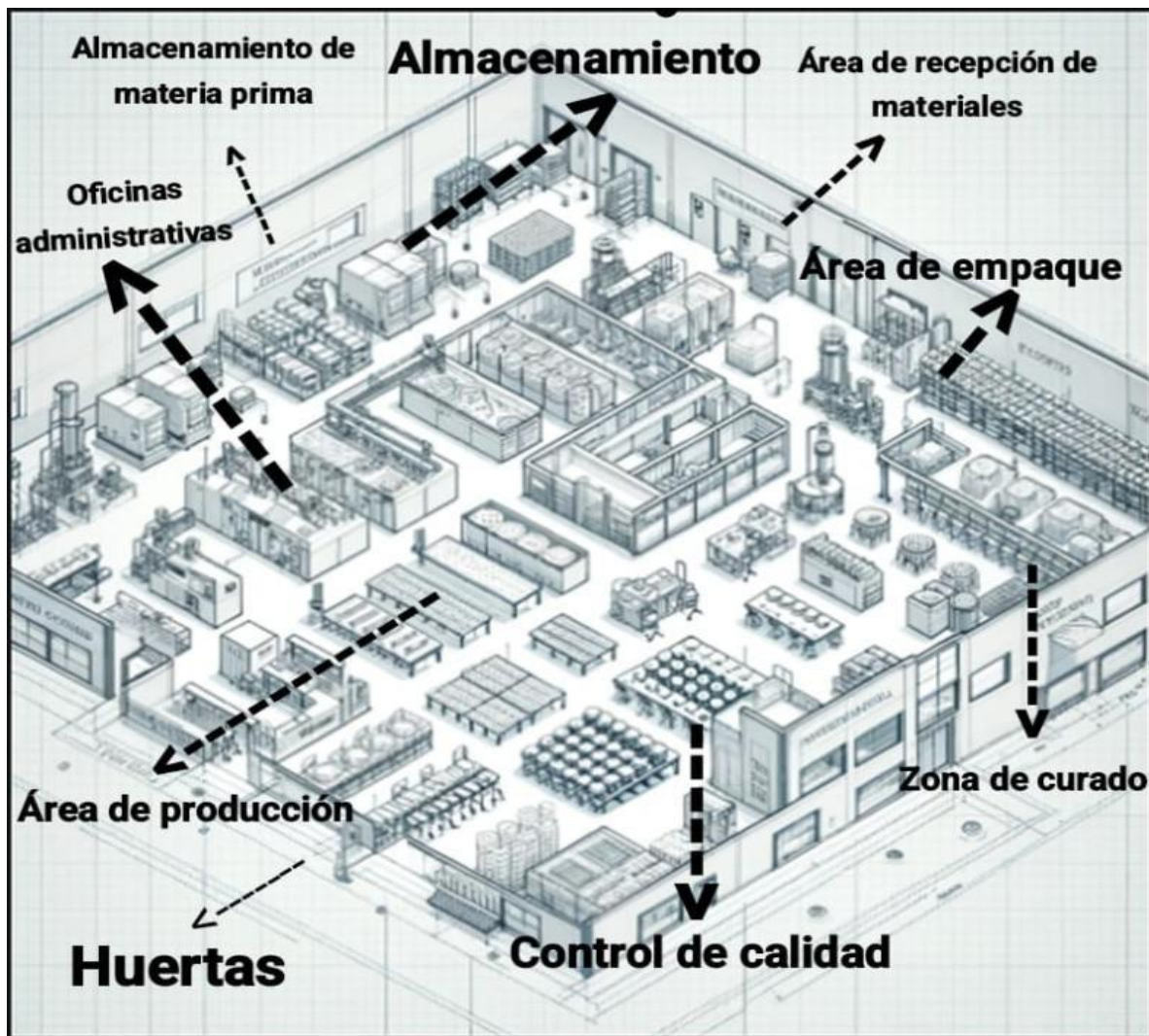
Área para el personal de gestión, ventas y atención al cliente.

Zonas de Servicios

Baños, vestuarios y áreas de descanso para el personal.

Figura 24

Distribución de Planta



Nota. Fuente elaboración propia

Descripción de los cargos, presentación del organigrama y las necesidades de personal con sus respectivas proyecciones de sueldos. Se debe relacionar los costos parafiscales.

Tabla 7*Cargos y Funciones*

Cargos	Funciones
	Estrategia de negocios.
Dirección general	Gestionar los recursos financieros y operativos de manera eficiente. Asegurar la disponibilidad de recursos humanos necesarios para los procesos de la planta. Coordinar y supervisar las actividades en la producción de los jabones.
Jefe de producción	Asignación de recursos. Asegurar la adherencia a los procesos establecidos en la producción. Encargado de la operación y promover las ventas en todos los medios habilitados para tal fin.
Gerente administrativo y comercial	Coordinar operarios de ventas y administrativos. Estar al tanto de toda la parte administrativa de la compañía Considerado el cargo encargado de las funciones logísticas distribuidos en las áreas de; planta y producción, administrativo y ventas y distribución, manejo y entrega de la mercancía.
Operario	Perfil completo para desarrollar labores operativas propias de la compañía.

Nota. Fuente elaboración propia

Tabla 8*Salarios*

Cargo	Salario	sub-Transporte	Salud 8,5%	Pensión 12%	ARL 5%	Caja 4%	ICBF 3%	Sena 2%	Total
Gerente	\$ 1.800.000	\$ 140.000	\$ 153.000	\$ 216.000	\$ 90.000	\$ 72.000	\$ 54.000	\$ 36.000	
Jefe de producción	\$ 1.300.000	\$ 140.000	\$ 110.500	\$ 156.000	\$ 65.000	\$ 52.000	\$ 39.000	\$ 26.000	
Gerente adm y comercial	\$ 1.300.000	\$ 140.000	\$ 110.500	\$ 156.000	\$ 65.000	\$ 52.000	\$ 39.000	\$ 26.000	
Operario	\$ 1.160.000	\$ 140.000	\$ 98.600	\$ 139.200	\$ 58.000	\$ 46.400	\$ 34.800	\$ 23.200	
Operario	\$ 1.160.000	\$ 140.000	\$ 98.600	\$ 139.200	\$ 58.000	\$ 46.400	\$ 34.800	\$ 23.200	
Total	\$ 6.720.000	\$ 700.000	\$ 571.200	\$ 806.400	\$ 336.000	\$ 268.800	\$ 201.600	\$ 134.400	\$ 9.738.400

Nota. Fuente elaboración propia

Figura 25*Estructura Organizacional*

Nota. Fuente elaboración propia

Descripción de equipos de oficina, como su nombre lo indica se relaciona los elementos que se necesitan para la operatividad de los cargos administrativos. En caso de ser un servicio, estarán en el numeral anterior.

Tabla 9*Listado y Valor Equipos de Oficina*

Producto	Precio estimado
Computadora	\$ 2.000.000
Impresora y scanner	\$ 500.000
Teléfono	\$ 300.000
Software de oficina	\$ 500.000
Software de contabilidad	\$ 700.000
Mobiliario de oficina	\$ 1.000.000
Papel, bolígrafos y suministros de oficina	\$ 200.000
Equipo de seguridad	\$ 800.000
Total, estimado	\$ 6.000.000

Nota. Fuente elaboración propia

Procesos Preoperativos, se Describen las Acciones Preliminares para Iniciar Labores, como Permisos, Registro de la Empresa, Seguros, entre otros.

Tabla 10

Requisitos Legales Conformación Empresa

Ítems	Precio estimado
Registro de la empresa en cámara de comercio	\$ 250.000
Obtención del RUT y NIT	\$ 0
Permiso sanitario del Invima	\$ 2.000.000
Seguro de responsabilidad civil y de negocios	\$ 500.000
Implementación de buenas prácticas de manufactura	\$ 500.000
Registro de marca en la SIC	\$ 1.000.000
Habilitación del lugar de producción	\$ 500.000
Curso de manipulación de alimentos	\$ 100.000
Software y herramientas administrativas	\$ 200.000
Total, estimado	\$ 5.050.000

Nota. Fuente elaboración propia

Localización

La bodega para el emprendimiento del proyecto estará ubicada en el barrio Manrique en Medellín este ofrece un conjunto de características que pueden influir tanto positivamente como negativamente en el proyecto de emprendimiento para la producción y venta de jabones artesanales de romero.

Ventajas

Ubicación y Accesibilidad

Manrique cuenta con buenas vías de acceso y está bien conectado con el resto de Medellín, la proximidad a otras zonas comerciales y residenciales puede facilitar el acceso a clientes potenciales.

Costos de Espacios

Los costos de arrendamiento o compra de espacios para la producción y venta en Manrique suelen ser más bajos en comparación con áreas más centrales de Medellín. Costo Estimado de Arrendamiento: Entre 1,000,000 y 1,500,000 COP mensuales para un espacio de tamaño moderado.

Mercado Local

Existe una comunidad local que podría estar interesada en productos artesanales y naturales. Oportunidades para establecer relaciones con comerciantes y clientes en el área.

Recursos y Suministros

Acceso relativamente fácil a recursos y suministros necesarios para la producción de jabones.

Desventajas

Seguridad

Aunque la seguridad en Medellín ha mejorado significativamente, algunas áreas de Manrique pueden presentar desafíos en términos de seguridad. Es posible que necesites invertir en medidas de seguridad adicionales.

Limitaciones de Espacio y Expansión

Podría haber restricciones para la expansión futura debido al espacio limitado o a regulaciones urbanísticas.

Definir el precio de venta, las proyecciones de ventas para tres años y la proyección de ingresos.

Proyecciones de Ventas - Cálculo de la Demanda

Tabla 11

Calculo Demanda

Población objetivo	Residentes del Barrio Manrique y áreas circundantes de todas las edades
Consumo promedio (mensual)	3000 unidades mensuales
Total, consumo	36.000 unidades al año aproximadamente
Porcentaje de captura	80% de la demanda
Total, demanda potencial	55000 unidades por años aproximadamente

Nota. Fuente elaboración propia

Proyección de Ventas (Unidades)

Tabla 12

Proyección de Ventas (Unidades)

Meses	Año 1	Año 2	Año 3
Enero	800	1200	1600
Febrero	1000	1300	1700

Marzo	1200	1500	1800
Abril	1500	1600	1900
Mayo	1700	1900	2000
Junio	2000	2100	2200
Julio	2300	2400	2500
Agosto	2500	2600	2800
Septiembre	3000	3500	3600
Octubre	3100	3600	3800
Noviembre	3300	3800	3800
Diciembre	3620	3983	4400
Total	26.020	29.483	32.100

Nota. Fuente elaboración propia

Crecimiento Consistente

La proyección indica un aumento consistente en las ventas mes a mes y año a año, lo cual sugiere una expectativa positiva del mercado y una demanda creciente para el producto.

Aumento Anual

De año en año, la cantidad de unidades vendidas aumenta. Por ejemplo, en enero, las ventas aumentan de 800 unidades en el Año 1 a 1600 unidades en el Año 3. Esto podría indicar una estrategia de marketing eficaz, una base de clientes en expansión o una mejora en la capacidad de producción.

Estacionalidad

No parece haber una variación estacional significativa en las ventas, ya que los incrementos son bastante uniformes. Esto podría significar que el producto no está fuertemente

afectado por factores estacionales o que la estrategia de ventas ha logrado mitigar cualquier posible efecto estacional.

Totales Anuales

El total de unidades vendidas por año muestra un incremento saludable, pasando de 26.020 unidades en el Año 1 a 32.100 unidades en el Año 3. Esto representa un aumento de más del 25% en tres años, lo cual es un signo muy positivo para la sostenibilidad y el crecimiento del negocio.

Planificación de la Producción y el Inventario

La consistencia en el aumento de las ventas facilita la planificación de la producción y la gestión del inventario, lo cual es crucial para mantener un flujo de caja saludable y evitar el exceso de stock o la escasez de producto.

Proyecciones de Ventas

En el mercado colombiano la unidad de jabón artesanal de romero Puede variar entre \$5,000 y \$20,000 COP, dependiendo de la marca, la presentación y la calidad de los ingredientes. NaturArte decidió vender el producto por unidad con un costo de 12.000 se utilizará la estrategia de envió gratis para atraer clientes.

Tabla 13

Punto de Equilibrio

	Año 1	Año 2	Año 3
Total, costos fijos	144.708.000	139.658.000	150.708.000
Total, costos variables	11.260.000	12.000.000	12.500.000
Número de unidades	26.020	29.483	32.100
Costo promedio unitario	5.561	4.736	4.694

Costo variable unitario	432	407	389
Precio de venta sin IVA	9.720	10.530	11.340
Precio de venta con IVA	12.000	13.000	14.000
Margen de utilidad promedio	91.4	92.9	93.6
Punto de equilibrio en unidades	19.020	22.081	20.694

Nota. Fuente elaboración propia

Actualmente, se pueden identificar claramente las diferencias entre el costo fijo, el precio de venta y el costo de venta del producto. Esta distinción es importante para comprender el costo real de fabricación del producto y determinar si el precio establecido es apropiado

Tabla 14

Margen de Utilidad

Margen de utilidad	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	312.240.000	383.279.000	449.400.000
Menos costos totales	14.560.000	15.000.000	16.000.000
Igual a utilidad	297.680.000	368.279.000	433.400.000
Margen de utilidad	93.9	92.1	93.1

Nota. Fuente: elaboración propia

En el punto de equilibrio, Se nota que la empresa es capaz de cubrir tanto sus costos fijos como los variables.

Tabla 15*Costos Fijos*

Costos	Valor anual
Nómina	116.860.800
Maquinaria	730.000
Arriendo	12.000.000
Servicios públicos	3.000.000
Procesos preoperativos	5.050.000
Marketing y Publicidad	500.000
Papelería	500.000
Total	\$ 138.640.800

Nota. Fuente elaboración propia

Tabla 16*Costos Variables*

Costos	Valor anual
Materia prima	4.260.000
Costos de distribución y embalaje	5.000.000
Mantenimiento	2.000.000
Total	11.260.000

Nota. Fuente elaboración propia

Estas tablas nos permiten analizar la rentabilidad de la empresa y determinar con anticipación el capital de trabajo requerido para comenzar nuestro proyecto.

Proyecciones Ingresos por Ventas (Mensual)

Para generar un impacto positivo dentro del mercado Natuarte decide tener un descuento del 3% durante todo el año, para así tener mayor flujo de clientes y así mismo ofreciendo variedad en el pago del producto adquirido por nuestra empresa, como el beneficio de pagar un 75% de contado y el 25% a crédito.

Tabla 17

Proyección de Ventas Anual

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Total,	45.00	46.25	57.50	60.00	63.00	63.25	63.75	63.50	65.00	65.50	66.25	
ventas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	66,5
Dtos												
por	1.350	1.387	1.725	1.800	1.890	1.897	1.912	1.905	1.950	1.965	1.987	1.995
ventas												
Ventas	43.65	44.86	55.77	58.20	61.11	61.35	61.83	61.59	63.05	63.53	64.26	64.50
netas	0	2	5	0	0	2	7	5	0	5	2	5
%												
venta												
contad	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
a												
%												
ventas	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
crédito												

Nota. Fuente elaboración propia

Tabla 18*Proyección de Ingresos por Ventas*

	Año 1	Año 2	Año 3
Total, ventas	725.500	919.000	1.151.200
Descuentos por ventas	21.763	25.633	30.277
Ventas netas	703.733	893.361	1.120.923
% de ventas a contado	527.799	670.020	840.692
% de ventas a crédito	175.933	223.340	280.230

Nota. Fuente elaboración propia

Capital de Trabajo

Para poner en marcha el proyecto y que pueda producir el primer mes se requiere un capital de trabajo por \$14.718.400 pesos sin embargo no es sostenible para los siguientes meses, por lo cual debemos considerar algunas decisiones como la reducción de algunos costos, cambiar la estrategia de venta para vender más unidades o de requerir de más capital de inversión.

Tabla 19*Capital de Trabajo*

Activos corrientes	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
Ingresos por ventas	\$ 9.600.000	\$ 12.000.000	\$ 14.400.000	\$ 18.000.000	\$ 20.400.000	\$ 24.000.000	\$ 27.600.000	\$ 30.000.000	\$ 36.000.000	\$ 37.200.000	\$ 39.600.000	\$ 43.440.000
Cuentas por cobrar												
Aportes de Efectivo												
Otros Activos	\$ 6.730.000	\$ 6.730.000	\$ 6.730.000	\$ 6.730.000	\$ 6.730.000	\$ 6.730.000	\$ 6.730.000	\$ 6.730.000	\$ 6.730.000	\$ 6.730.000	\$ 6.730.000	\$ 6.730.000
Total Activos corrientes	\$ 16.330.000	\$ 18.730.000	\$ 21.130.000	\$ 24.730.000	\$ 27.130.000	\$ 30.730.000	\$ 34.330.000	\$ 36.730.000	\$ 42.730.000	\$ 43.930.000	\$ 46.330.000	\$ 50.170.000
Pasivos Corrientes												
Compra materia prima insumos	\$ 4.260.000	\$ 4.686.000	\$ 5.154.600	\$ 5.670.060	\$ 6.237.066	\$ 6.860.773	\$ 7.546.850	\$ 8.301.535	\$ 9.131.688	\$ 10.044.857	\$ 11.049.343	\$ 12.154.277
Sueldos y Salarios	\$ 9.738.400	\$ 9.738.400	\$ 9.738.400	\$ 9.738.400	\$ 9.738.400	\$ 9.738.400	\$ 9.738.400	\$ 9.738.400	\$ 9.738.400	\$ 9.738.400	\$ 9.738.400	\$ 9.738.400
Gastos generales de operación	\$ 5.050.000	\$ 5.050.000	\$ 5.050.000	\$ 5.050.000	\$ 5.050.000	\$ 5.050.000	\$ 5.050.000	\$ 5.050.000	\$ 5.050.000	\$ 5.050.000	\$ 5.050.000	\$ 5.050.000
Gastos de administrac	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000
Gastos Financieros	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
Gastos de Marketing	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000
Otros Gastos	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
Total Pasivo	\$ 31.048.400	\$ 31.474.400	\$ 31.943.000	\$ 32.458.460	\$ 33.025.466	\$ 33.649.173	\$ 34.335.250	\$ 35.089.935	\$ 35.920.088	\$ 36.833.257	\$ 37.837.743	\$ 38.942.677
Flujo Mensual:	-\$ 14.718.400	-\$ 12.744.400	-\$ 10.813.000	-\$ 7.728.460	-\$ 5.895.466	-\$ 2.919.173	-\$ 5.250	\$ 1.640.065	\$ 6.809.912	\$ 7.096.743	\$ 8.492.257	\$ 11.227.323
Flujo Acumulado	-\$ 14.718.400	-\$ 27.462.800	-\$ 38.275.800	-\$ 46.004.260	-\$ 51.899.726	-\$ 54.818.899	-\$ 54.824.148	-\$ 53.184.083	-\$ 46.374.172	-\$ 39.277.429	-\$ 30.785.172	-\$ 19.557.849

Nota. Fuente elaboración propia

Inversión Total**Tabla 20***Capital de Trabajo General*

Rubro	Concepto	Valor
	Maquinaria y equipo	730.000
	Equipo de oficina	6.000.000
	Terrenos	0
Activos fijos	Muebles y enseres	
	Estudios de investigación	0
	Adecuación del local	420.833
	Gastos legales de constitución	5.050.000
	Marketing (mes)	41.666
	Arriendo (mes)	1.000.000
	Sueldos (mes)	9.738.400
Instalaciones y puesta en marcha	Servicios públicos (mes)	250.000
Capital de trabajo	Activo corriente - pasivo corriente neto	\$ 14.718.400
Total, aprox		\$ 15.000.000

Nota. Fuente elaboración propia

Fuentes de capital de inversión donde se relaciona cuales las opciones para la conformación del dinero necesario para empezar. Es decir, si será capital propio o a través de un tercero y si es este último proyecciones de costo de capital.

Jabones artesanales de romero cuenta con una inversión de \$15'000.000 la cual está dividida en dos socios con un porcentaje de aporte de cada uno del 50%, dado que su capital proviene íntegramente de sus socios, no tiene obligaciones financieras a corto ni a largo plazo.

Inversión Inicial del Proyecto

La inversión inicial estará pensada en la introducción de equipos, indumentaria y elementos necesarios para desarrollar la producción propuesta, así como procesos administrativos en cada una de las áreas antes mencionadas.

Estructura de Costos

En función de los requisitos necesarios y los procesos planificados, se proyectan los siguientes costos:

Tabla 21

Maquinaria y Producción

Producto	Precio estimado
Computadora	\$ 2.000.000
Impresora y scanner	\$ 500.000
Teléfono	\$ 300.000
Software de oficina	\$ 500.000
Software de contabilidad	\$ 700.000
Mobiliario de oficina	\$ 1.000.000
Papel, bolígrafos y suministros de oficina	\$ 200.000
Equipo de seguridad	\$ 800.000
Total, estimado	\$ 6.000.000

Nota. Fuente elaboración propia

De acuerdo con la relación anterior se establece que para dotar el área de producción se necesitan \$730.000 supliendo así los gastos de dicha tabla.

Tabla 22*Maquinaria y Equipo*

Maquinaria	Cantidad	Precio unitario	Costo total
Balanza de cocina digital	1	\$ 50.000	\$ 50.000
Batidora de mano (inmersión)	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Recipientes para mezclar	4	\$ 20.000	\$ 80.000
Moldes para jabón	6	\$ 30.000	\$ 180.000
Cuchillos y cortadores	2	\$ 50.000	\$ 100.000
Guantes y gafas de seguridad	2	\$ 20.000	\$ 40.000
Estufa	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Termómetro digital	2	\$ 30.000	\$ 60.000
Espátulas, cucharas, embudos	2	\$ 10.000	\$ 20.000
Total, estimado			\$ 730.000

Nota. Fuente elaboración propia

De acuerdo con la relación anterior se establece que para dotar el área administrativa se necesitan \$6.000.000 supliendo así los gastos de dicha tabla.

Los muebles, maquinaria y equipo están sujetos a depreciación lineal durante los primeros cinco años. Por ello existen reservas estatutarias y utilidades ajustadas que permiten la renovación en función de la pérdida de valor.

Los costos administrativos son del 30% anual, basado en el 100% del valor del arrendamiento, nómina y servicios públicos. De esta forma, considerando los supuestos del índice de precios al consumo, los costos de gestión aumentarán año tras año. Estos recursos, como los llamamos allí, son independientes de la producción y están vinculados a la parte administrativa de la empresa.

Tabla 23*Constitución Legal*

Ítems	Precio estimado
Registro de la empresa en cámara de comercio	\$ 250.000
Obtención del RUT y NIT	\$ 0
Permiso sanitario del Invima	\$ 2.000.000
Seguro de responsabilidad civil y de negocios	\$ 500.000
Implementación de buenas prácticas de manufactura	\$ 500.000
Registro de marca en la SIC	\$ 1.000.000
Habilitación del lugar de producción	\$ 500.000
Curso de manipulación de alimentos	\$ 100.000
Software y herramientas administrativas	\$ 200.000
Total, estimado	\$ 5.050.000

Nota. Fuente elaboración propia

De acuerdo con la relación anterior se establece que para la constitución legal de la empresa se necesitan \$5.050.000 supliendo así los gastos de dicha tabla.

El presupuesto de ventas toma en cuenta el 57,4% del presupuesto de costos, además del presupuesto de producción, el cual aumenta en un 1% de la tasa de crecimiento económico de las ventas anuales de jabón (fabricación) a medida que aumentan las ventas. Las ventas también están aumentando debido al crecimiento económico de Colombia. No se incurre en costos de capital ya que no se requiere financiamiento. Por tanto, este indicador no se tiene en cuenta, la inversión inicial en capital de trabajo es de \$15.000.000, que es el monto a cubrir en los primeros tres meses, a partir del cuarto mes se generan ingresos con base en las ventas de esta manera se podrá cubrir sus costes de producción debido a que los cobros de cartera no superaran los 20 días

calendario y al mismo tiempo obtener un beneficio superior al 40% desde el primer año de funcionamiento. El 10% de este monto constituirá reserva legal. cada período. Posee una alta tasa interna de retorno, asegurando que el riesgo para los inversores sea bajo, dado que se trata de un proyecto rentable que ofrece un retorno de la inversión superior al 50%.

Las inversiones en capital de trabajo son los recursos utilizados durante los primeros tres años para garantizar que el producto funcione y opere para satisfacer la demanda. De esta forma, podrás acreditar no sólo la inversión inicial, sino también los costes de gestión y operación de años posteriores. Se estima que las materias primas, los arrendamientos y los servicios públicos crecerán un 5% a lo largo de los años a medida que aumenten el índice de precios al consumidor y la masa salarial.

La inversión en infraestructura está programada para 2023, año en el que se adquirirán los recursos necesarios para satisfacer la demanda anual durante los primeros tres años. Esto nos proporcionará una capacidad instalada para producir un máximo de 32.100 jabones anualmente. Aunque se espera que las ventas anuales durante este período oscilen alrededor de 26.020 unidades, existe la capacidad de aumentar la producción hasta 32.100 unidades si la demanda lo requiere. Asimismo, la maquinaria, muebles y enseres experimentarán una depreciación lineal a lo largo de estos tres años.

Conclusiones

En conclusión, el proyecto de emprendimiento propuesto en el Barrio Manrique de Medellín aborda una problemática social apremiante al ofrecer empleo y capacitación a jóvenes en situación de vulnerabilidad. A través de la creación de huertas de cultivo de romero y la producción de jabones artesanales, este proyecto introduce una innovación social que combina la generación de ingresos con la sostenibilidad ambiental y la promoción de productos naturales.

La innovación radica en su capacidad para abordar de manera integral los desafíos económicos, sociales y ambientales de la comunidad local. Las fuentes de ingresos diversificadas, que incluyen la venta de jabones, talleres educativos, visitas guiadas y productos derivados del romero, garantizan la sostenibilidad financiera del proyecto.

En conclusión, el enfoque de Design Thinking demuestra ser altamente eficaz y orientado hacia el usuario al enfrentar cuestiones de gran complejidad y al desarrollar soluciones innovadoras. Este proceso se divide etapas: Empatizar, Definir, Idear, Prototipar y Testear.

Durante cada una de estas etapas, se emplean una variedad de instrumentos y técnicas que fomentan la colaboración, la creatividad y la empatía hacia los usuarios finales. El Design Thinking se ha convertido en una metodología ampliamente adoptada en diversas disciplinas, incluyendo el diseño de productos, la innovación empresarial, la enseñanza y la resolución de problemas sociales. Su flexibilidad y su capacidad para adaptarse a una amplia gama de contextos y desafíos lo convierten en un recurso valioso para quienes buscan hallar soluciones efectivas y centradas en las personas.

La creación de huertas de cultivo de romero y la producción de jabones artesanales en el Barrio Manrique representa una propuesta de valor única que combina la producción de productos naturales y sostenibles con un compromiso significativo con la comunidad local. Al

utilizar el modelo Canvas, hemos identificado claramente los elementos clave de este proyecto emprendedor.

Nuestro enfoque en la calidad de los jabones, la sostenibilidad en la producción y el apoyo a la comunidad local ofrece una propuesta de valor sólida para una amplia gama de clientes, desde residentes locales hasta amantes de los productos naturales y tiendas de productos artesanales. Los canales de venta, la atención a la cliente personalizada y la retroalimentación constante de los clientes nos ayudarán a mantener relaciones sólidas con nuestros clientes y construir una comunidad comprometida en torno a nuestros productos.

La marca "NaturArte" se posiciona como una fusión entre la naturalidad de los ingredientes y la artesanía en la producción de jabones, respaldando valores de sostenibilidad, calidad, cuidado de la piel y conexión con la naturaleza. El eslogan "Tu Piel, Nuestra Naturaleza" resalta la relación entre la calidad de los productos y el uso de ingredientes naturales y sostenibles, subrayando el compromiso del proyecto.

La segmentación del mercado se basa en criterios sociodemográficos, comportamentales, psicográficos y geográficos, lo que permite llegar de manera efectiva a un público objetivo diverso que valora la calidad y la sostenibilidad en sus productos de cuidado personal. Las ciudades clave en Colombia se identifican como mercados estratégicos.

Naturarte está bien posicionada para ingresar al mercado de jabones artesanales de romero en Colombia. Con una ubicación estratégica, proyecciones de ventas positivas y una planificación financiera sólida, el proyecto tiene el potencial de ser exitoso y rentable a medida que se expande en el mercado. Sin embargo, es importante monitorear de cerca la gestión de costos y las estrategias de marketing para garantizar un crecimiento sostenible en el futuro.

Referencias Bibliográficas

- Aguilar Morales, S. (. (2018). *De emprendedor a empresario: haga que su negocio ¡sea negocio!* (p.p.79-98). (<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/111870> ed.).
- Cavazos Arroyo, J. (. (2019). *Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social* (p.p.65-134). <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=66>
- Galindo, G. (2019). *El Design Thinking: una técnica que conquista nuevos mercados; Desing Thinking: a technique that conquers new markets. Grado Cero, 1* (2019). <https://publicacionescientificas.uces.edu.ar/index.php/grado/article/view/858>
- Giraldo Oliveros, M. (. (s.f.). *Gerencia de marketing*. 2017. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122439>
- Giraldo Oliveros, M. E. (2021). *Marketing: una versión gráfica*. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/185006>
- Level Communications, H. M. (2018). *Marketing en redes sociales*. Difusora Larousse - analla multimedia.<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122932>
- Sánchez de Puerta, P. (2019). *Fundamentos del plan de marketing en marketing*. COMM025PO.. IC. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/124250>
- Uribe Palacios, V. J. (2021). *Manual del emprendedor: la caja de herramientas para crear tu modelo y plan de negocios*. Uniagustiniana.<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/199380>