

Necesidad de empleos regionales. La Ingeniería de proyectos y los emprendimientos. Caso Magic Skin SOAP

Need for regional jobs. Project engineering and entrepreneurship. Magic skin SOAP Case

Ing. Aura Valentina Díaz Trejos¹, Ing. Jhon Jader Castillo Díaz¹, Ing. Brayan Arturo Villamizar Quintana², Ing. Carlos Sepúlveda², MSc. Belisario Peña Rodríguez²

¹ Universidad de Pamplona,

Facultad de Arquitectura e Ingenierías,

Programa de Ingeniería Eléctrica¹ e Industrial².

E-mail: {aura.diaz3, jhon.castillo, brayan.villamizar, belisariop}
@unipamplona.edu.co

Cómo citar: Díaz Trejos, A. V., Castillo Díaz, J. J., Villamizar Quintana, B. A., Sepúlveda, C., & Peña Rodríguez, B. (2024). Necesidad de empleos regionales. La Ingeniería de proyectos y los emprendimientos. Caso Magic Skin SOAP. Ingeniería, Sostenibilidad Y Sociedad, 1(5), 1–12. <https://doi.org/10.24054/iss.v1i5.3717>

Editorial: Universidad de Pamplona.

Recibido: 01 de abril de 2024

Aprobado: 01 de octubre de 2024

Publicado: 02 de diciembre de 2024



Resumen: Nuestro proyecto se basa en dar respuesta a una necesidad o problemática en la sociedad como lo es la piel, fabricando un jabón basado en productos naturales para el cuidado de la misma. Conociendo la particularidad de cada individuo y la protección que necesita para la piel, en la elaboración del jabón propuesto se tuvieron en cuenta plantas con diferentes propiedades: que contengan vitaminas, minerales, proteínas, jabón glicerinado, antibacteriales, etc. El producto desarrollado tendrá un precio favorable para la comunidad y rentable para la producción y venta. Nuestros productos se emplearon y basaron según la economía y ganancia de la comunidad en general, ya que el departamento de Norte de Santander cuenta con una de las economías más desfavorables del país y por ende muchos de los compradores no pueden acceder a estos productos.

Palabras clave: Empresa, ideas, producción, elaboración, Educación.

Abstract: Our project is based on responding to a need or problem in society such as the skin, manufacturing a soap based on natural products for skin care. Knowing the particularity of each individual and the protection they need for the skin, plants with different properties were taken into account in the preparation of the proposed soap: containing vitamins, minerals, proteins, glycerinated soap, antibacteriales, etc. The product developed will have a favorable price for the community and

profitable for production and sale. Our products were used and based on the economy and profit of the community in general, since the department of Norte de Santander has one of the most unfavorable economies in the country and therefore many of the buyers cannot access these products.

Keywords: Company, ideas, production, elaboration.

1. CÚCUTA. ESPERANZA BLINDADA

El 25 de abril del presente año, el Auditorio Jossimar Calvo de la Universidad de Pamplona, acogió un anhelado foro, titulado: Cúcuta y Norte de Santander: retos y desafíos 2024. Según comenta Cúcuta (2024), el tema principal giró en torno al desarrollo regional.

En un entorno complejo marcado por el desempleo, el evento se efectuó bajo las premisas de seguridad y democracia en el contexto nacional, fortaleciendo el Estado de Derecho como garantes para la paz, más lo interesante es que no quedó ahí, sino que vino acompañado por una frase que, de implementarse, ofrecería grandes oportunidades a los emprendedores: desarrollo sostenible.

Los emprendedores analizaron las oportunidades regionales de crecimiento económico, las principales inversiones y su futuro.



Figura 1. Emprendedores en Cúcuta.
(Fuente: Semana.com, 2023).

En el 2023, redacta FM Santander (2023), el desempleo y la informalidad

posicionaron a Cúcuta en el tercer puesto. Igualmente, los índices de violencia fueron de entre los más altos del país. La presente investigación es el resultado de afrontar las diferentes necesidades que tiene la región de norte de Santander.

Desde años atrás, el área metropolitana de Cúcuta es una de las fronteras más activas de América Latina. Ya en el 2019, se acuñó la frase de la frontera más viva de América Latina (Elheraldo. Co, 2019). En contraste, la región es una de las más desoladas en el plano industrial, lo que afecta principalmente a la población y se refleja en su tasa de desempleo.

En 2024, Colombia enfrenta una difícil situación sanitaria. La intensificación de los conflictos armados, el aumento de los casos de VIH y el irrespeto por el derecho internacional humanitario, aumentaron los riesgos de enfermedades en la población civil.

Las posibilidades de infecciones, virus y los daños presentes en el ambiente y la piel, cita la Coordinación del Grupo de Planeación de la Salud Pública (2024), representan un desafío a sanidad. Basándonos en estos porcentajes y en la necesidad de generar empleos, mediante la elaboración de productos higiénicos como el jabón, decidimos crear un emprendimiento que dé respuesta a la problemática.

A partir de plantas naturales, se producirán diferentes jabones acordes

a las necesidades de cada persona, ofreciendo una alternativa a nuestros clientes de poder elegir su producto y tener, además, una oportunidad de trabajo a familias de Cúcuta y su área metropolitana. Estructuramos de tal forma que contamos con objetivos primordiales, una justificación, problemática, estudios de mercado, un marco teórico entre otros aspectos. Algunos resultados los anexaremos en estudios posteriores e investigaciones.

Nuestra empresa fue creada para ayudar a muchas personas de bajos recursos, empezando en Colombia norte de Santander, y que puedan, en primer lugar, tener empleo, y, en segundo, acceder a la compra de productos de higiene para el buen cuidado de la piel a precios asequibles, beneficiando a los estratos más bajos en el departamento.

Esperamos en unos años posicionarnos como referentes, favoreciendo el trabajo para personas de bajos recursos de la misma ciudad, y por ende poder compartir con demás municipios, ciudades, departamentos y países. Confiamos en nuestro producto y que este sea apetecido por los clientes preferenciales y compradores como tal por la calidad, no solo por el beneficio que éste presente el en cuidado de la piel, sino también para el cuidado de su salud.

2. LOS INGENIEROS Y LOS EMPRENDIMIENTOS

Debido a esto, se creó el emprendimiento, ofreciendo como producto un jabón antibacterial, un producto que limpia el rostro ayudando a las diferentes problemáticas que se presentan de nacimiento y otras en la adolescencia que causan algunas enfermedades, higienizando también

las manos y eliminando gérmenes, bacterias y hongos por contacto.

Objetivo: Establecer un proyecto micro empresarial a partir del uso intensivo de determinados recursos naturales (plantas) para la producción de una línea de jabones estéticos.

Obtendremos una alternativa laboral que permita ayudar a ciertas familias de Cúcuta y su área metropolitana, además de fortalecer nuestros conocimientos en el área investigativa académica y profesional. Dadas las condiciones que se presentan, es necesario conocer las medidas y acciones de higiene del cuidado de la piel que reduzcan el riesgo de la propagación de esta enfermedad. La debida protección por el protocolo de la empresa y la correcta forma de uso, generan nuevos hábitos de higiene y protección para nuestro diario vivir.

3. LA EXTRACCIÓN DE ESENCIA DE LAS PLANTAS

Por infusión: Se cortan 100 gramos de planta fresca por cada kilo y/o litro de producto se lava, desinfecta con algún producto orgánico durante cinco minutos a razón de dos mililitros de desinfectante por litro de agua y luego se pica fino, Por extracción en frío: Se realiza el procedimiento igual que el anterior, solo que una vez picadas las plantas, se licúa por dos minutos y se filtra tres veces en una bolsa fina de colar.

Por fermentación: las plantas picadas se incorporan en un recipiente con tapa hermética y se le agrega un litro de alcohol al 70% por cada 100 gramos de plantas secas y se deja reposando durante un mes en un lugar fresco y oscuro.

El mercado para los jabones naturales, resalta Delgado (2015), está constituido principalmente por mujeres entre los 25 a 64 años, principalmente de los estratos 2 (medio-bajo) y 4 (medio). La disposición de compra un producto con características similares, resaltando la fabricación artesanal, es del 96%, aspecto favorable para el proyecto, teniendo en cuenta que los beneficios que desean encontrar las consumidoras en el producto son la Humectación principalmente, seguido de la protección.

También existe la disposición de pagar el 5% más, como valor agregado por los beneficios que ofrece el jabón artesanal, con respecto al precio del jabón convencional.

4. PROPUESTA

Los seres humanos nos caracterizamos por nuestra individualidad, tanto en la forma de pensar como en nuestros organismos. Lo que no puede hacer daño a unos cuerpos, a otros sí.

En la piel ocurre un fenómeno similar, hay muchas personas a las que el jabón convencional no le afecta a largo o corto plazo. En cambio, existen otras con piel atópica, que sufre de resequead, o puede que alguno de los componentes del jabón convencional le produzca alergias.

Algo muy importante en este tema es el nivel de alcalinidad y la formación de problemas que probablemente no se aprecien de manera inmediata, pero a largo plazo podríamos sufrir de picazón, dermatitis o envejecimiento prematuro. Por esto los dermatólogos recomiendan usar jabones neutros que tengan un pH cercano al de la piel es decir de 7, cita Amengual (2024), aunque en ocasiones

no es tan eficaz para ciertas bacterias a las que estamos expuestos.

Con base en todas estas problemáticas a corto plazo como resequead, alergia y picazón o en su defecto problemas a largo plazo como piel atópica, dermatitis o envejecimiento prematuro, planteamos realizar un jabón de baño con un equilibrio de pH óptimo para estas problemáticas. El mismo es en base a plantas es decir un jabón natural amigable con la piel y que la libre de todos los gérmenes que podemos estar expuestos y amigable también con el medio ambiente, es decir, que se degrade de una forma más rápida.

4.1. Metodología

Cuando se realiza el estudio de viabilidad y la posible entrada de un producto al mercado, es importante aplicar las herramientas existentes como el análisis que sirve para identificar oportunidades de crecimiento en las unidades de negocio de una organización. La oferta y demanda, permiten conocer la interacción en el mercado de un determinado producto o servicio, entre consumidores y productores.

En lo que respecta al precio, se deberán tener en cuenta los que presenta y los de empresas similares que están en el mercado. De esta manera, se podrá dar con aquel que sea competitivo y que se convierta en un importante atractivo para "atrapar" al consumidor.

La industria de jabones ha tenido una transformación y transcendencia muy importante en nuestra sociedad. Durante los últimos años, este producto ha incrementado su importancia para el desarrollo de nuevas tecnologías, derivadas de las necesidades de la

sociedad, considerando el paso de lo lujoso a la necesidad y de lo artesano a lo industrial.

Las grasas de origen vegetal y animal ha sido la materia prima fundamental e importante para fabricar los jabones. Es por eso que diferentes personas con mentes emprendedoras lo han visto como idea de negocio, llevando competitividad al sector.

Como consecuencia, las industrias han mejorado la materia prima utilizada, los procesos y procedimientos implementados en la fabricación de jabones, encontrando el mejoramiento continuo de la calidad y diversificación de los productos para la satisfacción de las necesidades del mercado; generando más valor al consumidor y al medio ambiente. Por esas razones, los aceites reutilizados son considerados productos con logística inversa y altamente contaminantes.

El despertar a una era donde prima la conciencia del cuidado del medio ambiente y el consumo de lo natural, nos incentiva a realizar el estudio de factibilidad para la producción y comercialización de jabones naturales y busca aportar al desarrollo de la economía del país, incursionando en la economía alterna de lo artesanal (Economía Naranja). Igualmente, lo anterior trae la mejora en el estilo de vida, el bienestar de las personas consumidoras, y cuida el medio ambiente. Para la distribución en este sentido, hay que resaltar que se tendrán en consideración los lugares de punto de venta o la relación existente con los intermediarios. Dentro de esta acción se considera que sea capaz de satisfacer eficazmente necesidades específicas de los consumidores y de generar preferencia en los mismos.

La promoción es una fase fundamental en cuanto a que el producto se dé a conocer, sea identificable en el mercado y sea capaz de generar una gran demanda en el consumidor final. La estrategia es usar elementos que nuestra propia empresa siembre como tal las plantas que sirven para el cuidado de la piel y la salud, también anexando colores, olores y formas para así ser elegidos por el consumidor.

La empresa de Magic Skin Soap estableció abrir su sucursal en Cúcuta, para así ayudar a la persona de bajos recursos que necesitan también de cuidados, pero por su economía se veía negado a acceder de ella, motivo por el cual se impulsa el producto a un precio favorable que cualquier consumidor pueda obtenerlo; se estima que la empresa crezca en los primeros 5 años.

4.2. Segmentación del mercado

Nuestro proyecto Magic Skin Soap está dirigido inicialmente a la población norte santandereana con ambiciones nacionales e internacionales.



Figura 2. Cúcuta. (Fuente: Wikipedia, 2024).

Según datos suministrados por Wikipedia (2024), la ciudad de Cúcuta y su área metropolitana cuentan con una población de 703.000, siendo la 5 ciudad más poblada de Colombia, teniendo en cuenta que el 48% de las personas son mujeres y nuestro producto está basado en resolver necesidades de

la piel o ayudar a ciertos problemas femeninos en su mayoría decidimos hacer una segunda segmentación basada en los estratos sociales ya que de esta forma podremos conocer de forma detallada las necesidades que afronta la población.

Decidimos crear una encuesta y aplicarla. El área de economía que decidimos trabajar fue la capital norte santandereana, la cual durante varios años se ha caracterizado por su economía comercial debido a su proximidad con la frontera venezolana.

Para lograr sobresalir frente a otras marcas nacionales o de import/export, utilizaremos diferentes medios de publicidad, adquisición y pago lo cual esperamos entrar en el hogar de muchas familias con nuestro producto y su satisfacción sea lo que nos ayude a seguir como empresa. A partir de las investigaciones de campo efectuadas, podemos definir nuestro cliente potencial, el cual estaría en el mercado dentro de un nivel socio- económico medio-alto debido a que se determinó que este porcentaje de la población tiene mayor preferencia hacia los jabones naturales. ¿Quién compra? Todas aquellas personas interesadas en mejorar su cuidado personal corporal con el uso de un jabón de origen natural, que evite las molestias provocadas por los jabones de cosméticos. El mercado objetivo está integrado por todas las personas del área metropolitana de Cúcuta con énfasis en los estratos 1, 2, 3 y 4 de la misma.

El consumidor potencial del producto elaborado dentro del proyecto, es aquel que piensa siempre en su cuidado corporal, que desea tener una piel suave y libre de impurezas. Aquellos consumidores que utilizan jabones

cosméticos de origen natural pero que no cumplen con su expectativa, ya sea por el factor precio o porque no ha dado los resultados esperados.

4.3. Análisis del crecimiento del mercado.

Para nuestro análisis, presentamos algunas estrategias como lo son:

- Realizar encuestas donde podemos conocer de ante mano las necesidades más presentadas por las comunidades y enfocarnos en un jabón exclusivo para ello, en las jornadas de campañas se realizan valoraciones, por el cual, al realizar las practicas, se vean resultados prometedores y de manera pronta para así convencer a los compradores.
- Convencimiento del comprador al demostrar el interés en el producto, ofertando muestras de prototipos para obtener pruebas de olor y muestra de resultados en casos reales.
- Minimizar las amenazas de la competencia. Cada competidor es vulnerable al ver la seguridad de como su competencia impulsa un producto con convicción, con lideresa y confianza, debido a que un comprador se motiva a comprar un producto al sentirse seguro que este le será funcional para su necesidad. Estos serán nuestros objetivos, ya que al ser nuestra empresa nueva en el mercado necesitaremos de un gran equipo de trabajo seguro de sí mismo con la visión de crecer optando en mantener a nuestros clientes satisfechos con el producto.

Nuestra estrategia actual será demostrarles a nuestros clientes que son importantes para nosotros y que trabajamos por mejorar su apariencia física ayudándole a sanar su piel con nuestro producto naturales mejorando su autoestima. Realizaremos videos de

cómo aplicar el producto para motivar al comprador a realizar prácticas con el favoreciendo su compra, mostrar las evidencias que funcionan.

Las represalias que consideramos que son efectivas serán en las empresas pequeñas que también producen jabones naturales que recién están entrando a la industria del mercado debido a que su competencia es más pequeña ante las grandes ya mencionadas anteriormente. Los productos de la empresa Magic Skin SOAP se mostrarán e impulsarán por diferentes medios como lo son: redes sociales, propagandas, anuncios, etc. Agilizándolo enviándolo del producto a cualquier parte de Colombia o extranjero y facilitando el medio de pago.

Cabe mencionar la importancia del prototipado, que primero realizaremos la muestra en la ciudad de Cúcuta Norte de Santander. Nos diferenciamos de una manera peculiar, la cual es que nuestros jabones tendrán diferentes colores y aromas, estos se producirán para el cuidado según el tipo de piel de cada comprador.

Los impulsores escogerán principalmente a los clientes que necesiten asesoría del cuidado de la piel induciendo una necesidad de compra del producto. Aplicando técnicas de cautela y prevención de nuestro rostro ya que es una de las principales zonas de admiración, se demuestra que no solo es cuidado, sino también aseo personal; y así nos diferenciamos de nuestra competencia.

El marketing tendrá las ideas de convicción de que nuestra empresa crezca en los primeros 5 años, primero en territorio nacional principalmente en la ciudad de Cúcuta y áreas

metropolitanas. Nuestro proyecto se basa en la necesidad del cuidado de la piel de cada persona y diferente textura de piel sea este un cutis seco, graso, normal o mixta.

Conocer los competidores no es muy difícil, ya que en la industria de mercado de productos de cuidado personal e íntimo, las grandes empresas las cuales su competencia es de forma indirecta para nuestra idea de negocio son las siguientes: Dove, Carey, Lux, Protex, Johnson, Rexona, Palmolive, etc. Son competencia debido a que muchas personas al no ser vanidosas o simplemente no le importa el cuidado de la piel como pueda ser el caso se basan más en la compra de un jabón de marca conocida, ya que brinda más seguridad y estos se acomodan a muchos precios prácticos asociados a la canasta familiar de las familias de estrato 1 y 2; siendo una competencia grande debido a que son grandes industrias y su producción superan a la nuestra dejándonos sin un gran porcentaje de compra hacia nuestros productos.

Pero la competencia que se asocia más a nuestra idea de negocio son las empresas que producen, jabones naturales como lo son: Natura, Asepxia, Alquimia, etc. Debido a que su producción es grande y su idea de convencimiento hacia el público es estratégica y perseverante a tal punto que sus marcas son preferidas en toda Colombia. Sus presentaciones son similares y presentan innovaciones como jabones naturales líquidos, el cual es uno de los preferidos en la actualidad debido al bajo nivel de bacterias que podrían entrar en contacto como lo sería en la barra de jabón.

Por eso es sumamente importante el elemento innovador. Una de nuestras

ideas es agregarle a nuestros productos un componente antibacteriano efectivo, plantas medicinales, vitaminas, etc, según el problema de acné o simplemente por cuidado preferencial. Con ello incursionamos en el valor agregado, sin afectar el consumo en la canasta familiar lo suficiente para ser una opción a primera vista no solo por precio sino por calidad en las personas especialmente para los estratos 1 y 2.

4.4. Visión general de las tendencias de mercado

Para poder definir las tendencias del mercado dentro de los productos de aseo personal, cabe resaltar que a pesar que el mercado aún siente los efectos de la recesión, se espera que la categoría relacionada con el aseo personal, principalmente champú, jabones de tocador, cremas dentales y desodorantes, tenga una tasa de crecimiento de hasta un 6% para los próximos años. En lo que respecta al mercado de jabones se prevé un crecimiento de 4% para los próximos años.

Además, como se mencionó anteriormente, existe una tendencia de los consumidores por adquirir productos naturales, debido a que con ello buscan mantener un estilo de vida más saludable. Es decir, los consumidores se encuentran más conscientes del cuidado de su salud y por ello demandan productos que no sólo les otorguen beneficios como limpieza, sino que también sean hechos con insumos naturales que no afecten indirectamente a su piel.

Asimismo, debido al aumento en la tendencia de las personas hacia el uso de productos hechos con insumos naturales, así como a la utilización

terapias alternativas como la aromaterapia, las transnacionales que han lanzado al mercado jabones de glicerina con combinaciones de aromas de flores para aliviar el stress o para la relajación. Sin embargo, dichos productos pese a que contienen el aroma de los productos naturales, no son hechos naturalmente y aún siguen conteniendo químicos causantes de la resequedad y alergias en determinados tipos de piel.

Al existir un mercado insatisfecho que demanda un jabón hecho con insumos naturales y que otorgue una humectación prolongada en la piel, se ha propuesto la fabricación de una pastilla que cumple con dichos requerimientos y que va dirigido hacia esas personas que se preocupan más por el cuidado de la salud principalmente de la piel.

5. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1. Ingredientes

Estos son los que utilizaremos para la elaboración del producto (jabón). Todos los jabones no serán mezclados con todos los ingredientes al mismo tiempo, será mezclado el ingrediente según el tipo de piel y que problemas en el cutis presenta el cliente, obteniendo una variedad de jabones naturales para el beneficio de cada uno de estos problemas presentados. Cabe destacar que todos los productos presentan componentes antibacteriales.

Hemos revisado el trabajo de Comosefabrica (2023), para establecer los nuestros lineamientos.

- Sosa caustica.
- Agua H₂O.
- Alcohol de bencilo.
- Agua de hamamelis.
- Glicerina vegetal.

- Romero.
- Eucalipto.
- Limón.
- Árbol de té.
- Aloe vera.
- Manzanilla.
- Caléndula.
- Ortiga.
- Sacha inchi.
- Castañas de pára.
- Leche de almendras.
- Miel.
- Aceite de coco.
- Leche de magnesia.
- Avena.
- Bicarbonato.
- Leche.
- Aceite de aguacate.
- Aceite de naranja.
- Aceites esenciales con cualidades antibacterianas.

6. ESTUDIO PRODUCTIVO

Nuestra empresa tendrá una producción moderada que no presente pérdidas, Los números de producción se determinarán para cada tipo de jabón, según el cuidado de piel, Se le implementarán componentes antibacteriales naturales como lo son la caléndula y el aloe vera y desinfectantes como alcohol, carbón, entre otras.

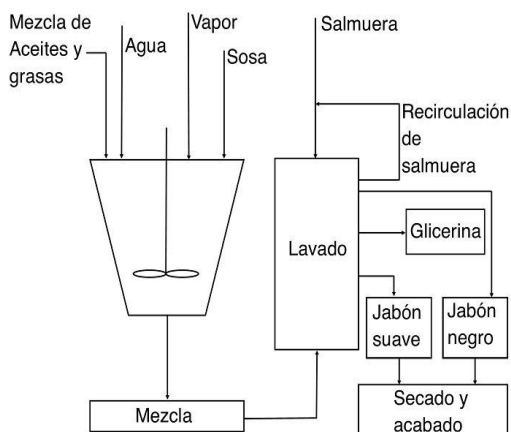


Figura 3. Proceso industrial para la elaboración del jabón.

(Fuente: ingenieriaquimicareviews.com, 2020).

6.1. Elección de ingredientes

Para la fabricación de nuestro jabón artesanal, primeramente, debemos elegir los ingredientes adecuados. Para obtener un jabón de calidad, es importante seleccionar cuidadosamente los aceites y grasas, cita Washroom (2024), así como los aditivos y fragancias a mezclar.

Ingredientes comunes en la fabricación de jabón artesanal incluyen aceites esenciales.



Figura 4. Selección de componentes para elaborar un jabón artesanal. (Fuente: Serenasandiego, 2024).

6.2. Medición y pesado

Seleccionados los ingredientes a ser utilizados, se procede a la medición y pesado para obtener la fórmula exacta. Es fundamental seguir las proporciones indicadas, ya que cualquier desvío puede afectar la calidad y el resultado del producto.

6.3. Preparación de la solución

La sosa cáustica, infiere Jabonagranel (2023), es un componente principal en la elaboración del jabón artesanal. Se utiliza disolviéndola en agua, reaccionando químicamente en lo que se denomina: saponificación.

Esta reacción es la encargada de transformar los aceites y grasas en jabón.

6.4. Mezclado

Una vez tengamos la solución de sosa cáustica, añadimos los aceites y grasas seleccionados. Es sustancial el mezclado de los ingredientes de manera homogénea y constante, y así garantizar una correcta saponificación.

6.5. Aditivos y fragancias

En esta etapa del proceso, se pueden añadir aditivos (colorantes naturales, exfoliantes o hierbas), e unir fragancias mediante el uso de aceites esenciales, con lo cual el jabón adquiere los olores que necesitamos.

6.6. Moldeado y curado

Para darle la forma definitiva al jabón, tomamos la mezcla y la colocamos en los moldes. Para algunos tipos podemos usar moldes individuales o uno grande que luego se cortará en fracciones. Después del moldeado, el jabón se deja reposar varias semanas. Durante este período, se produce una reacción química que perfecciona la saponificación y más suavidad y durabilidad al producto final.

6.7. Corte y acabado

Una vez que el jabón ha alcanzado el punto de curado adecuado, se procede al corte y acabado conclusivo. El jabón se corta en partes individuales o barras, y se le da el acabado anhelado. Incluye conformar los bordes, colocarles logo y envolverlo en uno de nuestros envases reciclados.



Figura 5. Jabones artesanales.

(Fuente: Comosefabrica, 2034).

Según las encuestas realizadas a la población de Cúcuta de estrato 1-2 se realizará una producción de aproximadamente 8.000 a 8.500 productos de jabones naturales a un precio de 8 mil pesos por producto. Las hectáreas establecidas son 3 para la producción de las plantas, y un número no máximo a 20 trabajadores para empezar con nuestra empresa a nivel departamental.

Gran parte de esta venta se espera que se presente por medio del marketing de la empresa y redes sociales.

7. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Los administradores deben tener conocimientos claros y aplicarlos en conceptos como lo son: la capacidad que tiene de ejecutar de manera responsable una función para así lograr el efecto deseado y la planeación analizando una estrategia de negocios cumpliendo consigo los objetivos generales de la empresa implantando y verificando su crecimiento y desarrollo con todos sus marcos legales.

El ordenamiento para nuestra empresa se rige de:

1. Planeamiento de la organización de ideas.
2. Estructura de la empresa y su control.
3. Constitución de nuestra empresa.
4. Manera de dirigir al empleado.
5. Seguimiento de los costos y ganancias presentadas en esta.

8. CONCLUSIONES

El resultado de esta investigación es muy positivo ya que se cumplió las expectativas planteadas en el objetivo general y los específicos, al realizar el análisis FODA se obtuvo como resultado que MAGIC SKIN SOAP presenta fortalezas en el valor agregado del producto y tiene oportunidades que le permiten ser muy competitivo en el mercado de los jabones naturales.

Para realizar un buen proyecto se deben definir adecuadamente los entregables del producto incluyendo su contenido; y tener especial cuidado con los cambios que puedan modificar el alcance del proyecto. Si esto último se significa que todos aquellos documentos que se vean afectados por el cambio, deben de presentarse ya corregidos como la versión siguiente a la presentación anterior.

La empresa MAGIC SKIN SOAP demostró ser una empresa lucrativa de acuerdo a los propósitos previstos al inicio del proyecto, además de poder suplir su labor social lo cual funciona como publicidad en los estratos más bajos de la población como estaba previsto.

La producción del jabón artesanal demanda tiempo, dedicación y precisión, si deseamos obtener un producto de calidad.

REFERENCIAS

- Amengual, M. C. (2024, septiembre). Los 10 mejores jabones neutros para todo tipo de pieles. <https://www.abc.es/favorito/cuidado-personal/mejores-jabones-neutros-tipo-pieles-20240916095104-nt.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Ffavorito%2Fcuidado-personal%2Fmejores-jabones-neutros-tipo-pieles-20240916095104-nt.html>
- Cúcuta, L. O. (2024, abril). Foro «Cúcuta y Norte de Santander: Retos y Desafíos 2024». Noticias de Norte de Santander, Colombia y el mundo. <https://www.laopinion.co/cucuta/foro-cucuta-y-norte-de-santander-retos-y-desafios-2024>
- Comosefabrica. (2023). Cómo se fabrica el jabón artesanal. [comosefabrica.com](https://comosefabrica.com/jabon-artesanal). <https://comosefabrica.com/jabon-artesanal>
- Coordinación Grupo de Planeación de la Salud Pública. (2024). Análisis de Situación de Salud Colombia. 2024. Dirección de Epidemiología y Demografía Bogotá D.C.
- Delgado, C. L. G. (2015). Estudio De Mercado Y Modelo De Negocios Para La Puesta En Marcha De Un Laboratorio Para La Producción De Jabón Artesanal. Universidad Industrial De Santander, Facultad De Ingenierías Fisicomecánicas.
- Elheraldo.Co. (2019). Cúcuta, la frontera más 'viva' de Latinoamérica -. <https://www.elheraldo.co/nacional/2019/02/24/cucuta-la-frontera-mas-viva-de-latinoamerica/>
- FM Santander. (2023). Resumen del Año 2023 en Cúcuta y Medellín: Entre Desafíos y Logros. <http://www.santanderfm.com/2023/12/resumen-del-ano-2023-en-cucuta-y.html>
- Jabonagranel. (2023, octubre 2). ¿Para qué sirve la sosa cáustica en el jabón? Beneficios. <https://jabonagranel.com/beneficios-de-utilizar-sosa-caustica-en-la-elaboracion-de-jabones-artesanales/>
- Washroom8540. (2024, agosto 21). Procedimiento para elaborar un jabón artesanal hecho en casa: ¡Un

proceso fácil y divertido!
elviejoartesano.com.

<https://elviejoartesano.com/procedimiento-para-elaborar-un-jabon-artesanal-hecho-en-casa-un-proceso-facil-y-divertido/>

Wikipedia. (2024). Cúcuta. En Wikipedia, la enciclopedia libre.
<https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=C%C3%BAcuta&oldid=166356384>