

Proyecto de emprendimiento Social Finca Las Moras

Carlos Alberto Benavides Cruz

Juan Pablo Cruz Sánchez

Javier Eduardo Mora Arevalo

Wilson Dario Zea Cubillos

Asesora:

Erinela Peñaranda Gómez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Tecnología en Gestión Comercial y de Negocios

2023

Resumen

Este proyecto social tiene como finalidad demostrar a profesores, estudiantes y a los participantes activos en ambientes académicos la importancia que deben tener las empresas y los proyectos en atender los problemas sociales y económicos de los integrantes de las comunidades a las que pertenecen, mejorar la calidad de vida de las personas les permite tener mejores niveles de desarrollo a nivel personal como social, porque les otorga mejores oportunidades económicas a las personas del sector.

El proyecto social se trabajará en la localidad de Usme la ciudad de Bogotá, se basa en la creación de una empresa que cultive papa, fresas y hortalizas libres de pesticidas beneficiando al medio ambiente, los principales beneficiados de este proyecto serán las personas que viven en el sector y que se dedican a la agricultura porque estarán vinculados con la empresa, recibiendo capacitación constante, adicionalmente el proyecto busca disminuir los costos para el consumidor debido a que elimina la cadena de intermediarios desde su producción al consumidor final. Sus estrategias serán de manera tradicional debido a que es un producto de consumo.

Palabras claves: Proyecto social, Medio ambiente, Emprendimiento

Abstract

The purpose of this social project is to demonstrate to professors, students and active participants in academic environments the importance that companies and projects should have in addressing the social and economic problems of the members of the communities to which they belong, improve the quality of People's lives allow them to have better levels of development on a personal and social level, because it gives better economic opportunities to people in the sector.

The social project will be worked in the town of Usme in the city of Bogotá, it is based on the creation of a company that grows potatoes, strawberries and vegetables free of pesticides, benefiting the environment, the main beneficiaries of this project will be the people who live in the sector and who are dedicated to agriculture because they will be linked to the company, receiving constant training, additionally the project seeks to reduce costs for the consumer because it eliminates the chain of intermediaries from its production to the final consumer. Its strategies will be in a traditional way because it is a consumer product.

Keywords: Social project, environment, entrepreneurship

Tabla de Contenido

Introducción.....	7
Objetivos.....	8
Objetivo general	8
Objetivos específicos.....	8
Identificación de la problemática.....	9
Objetivo Social	9
Innovación Social (Modelo Negocio Desing Thinking)	11
Modelo de negocio (Modelo CANVAS).....	13
Propuesta de valor	13
Estrategias de mercadeo.....	16
Atributos y beneficios	16
Grupo objetivo.....	17
Segmentación.....	18
Competencia	19
Estrategias de comunicación	21
Estrategia de Posicionamiento.....	22
Estrategia de Diferenciación.....	23
Proyección operativa y financiera.....	26
Recursos operativos.....	26
Tamaño del proyecto	28
Ventajas.....	42
Desventajas	42
Proyecciones de ventas.....	43
Precio de venta.....	46
Capital de trabajo.....	48
Inversiones	51
Conclusiones.....	53
Referencias Bibliográficas	55

Lista de Figuras

Figura 1 Mapa de la localidad de Usme.....	12
Figura 2 Modelo de Negocio Canvas.....	15
Figura 3 Marca finca las moras.....	17
Figura 4 Estrategia de Lanzamiento.....	22
Figura 5 Panorama de la papa en Colombia.....	26
Figura 6 Categoría de la papa.....	28
Figura 7 Campus Sede Universidad Antonio Nariño.....	29
Figura 8 Área de producción y rendimiento de la papa.....	30
Figura 9 Tipos de productores de papa.....	31
Figura 10 Relación labores mecanizadas de los cultivos del país.....	32
Figura 11 Ficha técnica.....	35
Figura 12 Distribución de espacio otorgado.....	36
Figura 13 Organigrama.....	38

Listado de Tablas

Tabla 1 <i>Capacidad instalada</i>	33
Tabla 2 <i>Descripción de maquinaria y elementos operativos</i>	34
Tabla 3 <i>Descripción equipos de oficina</i>	39
Tabla 4 <i>Calculo de la demanda</i>	45
Tabla 5 <i>Proyecciones de ventas(unidades)</i>	45
Tabla 6 <i>Punto de equilibrio</i>	47
Tabla 7 <i>Proyecciones de ingresos por ventas (mensual)</i>	47
Tabla 8 <i>Proyecciones de ingresos por ventas</i>	48
Tabla 9 <i>Flujo de caja mensual</i>	49
Tabla 10 <i>Saldos acumulados (en miles)</i>	50
Tabla 11 <i>Inversión total</i>	51

Introducción

Las empresas consolidadas y los nuevos proyectos empresariales deben enfocarse en atender problemas sociales y económicos que permitan mejorar el bienestar humano y económico de los integrantes de la sociedad, esto hace que su segmento de clientes mejore de manera considerable porque muchas personas empatizan y sienten más afinidad con una empresa que además de tener beneficios económicos incluya entre sus objetivos el ayudar a la comunidad y al medio ambiente.

Este trabajo se hace con el propósito de establecer las estrategias de mercadeo de acuerdo con los atributos y beneficios del producto, en su desarrollo diseñamos la marca, imagen y slogan corporativo definiendo también nuestro grupo objetivo, todo esto basados en el análisis de la segmentación de mercado, se analizará la competencia de la región, así como nuestros aliados clave y los medios de comunicación que se utilizarán para el desarrollo del proyecto de emprendimiento.

El presente trabajo se hace con el propósito de identificar los recursos operativos y financieros que se requieren para materializar y consolidar la propuesta de valor de nuestro proyecto de emprendimiento de acuerdo con los atributos y beneficios del producto, así como identificar el tipo de equipos, personal, costos y gastos de producción, además del costo de venta de los productos que comercializaremos, esto nos proporcionará información vital para el buen desempeño de nuestra empresa y de lo que hemos propuesto en el desarrollo de las anteriores.

Objetivos

Objetivo general

Describir detalladamente los atributos y beneficios de los productos que comercializaremos en la empresa Finca las Moras, tanto como la identificación de nuestro grupo objetivo y los tipos de segmentación a la que nos dirigimos, además de definir cuál será nuestra marca, slogan e imagen final, así como los diferentes recursos operativos y financieros necesarios para que se pueda poner en marcha el proyecto de emprendimiento.

Objetivos específicos

Identificar los recursos operativos que se necesitan, como las instalaciones, equipos, personal, costos y gastos de producción.

Identificar el precio de venta los productos a comercializar, además de las proyecciones de ventas para los próximos 3 años.

Definir las estrategias de mercadeo que permita llevar a cabo la competitividad del proyecto social.

Seleccionar el Logo y Slogan de la compañía que permitan identificar la arca frente al público objetivo y crear una marca consolidada en el mercado regional.

Identificar la segmentación en la que se aplicara nuestro proyecto.

Proponer estrategias de mercadeo tanto digitales como tradicionales que nos permitirán cautivar nuestro mercado objetivo.

Identificación de la problemática

La localidad 5 de Usme en la ciudad de Bogotá, es una de las zonas con mayor extensión rural en la ciudad que se presta para el cultivo de diferentes frutas, verduras y hortalizas. Sin embargo, dichos cultivos dependen de productos químicos como abonos y pesticidas para el control de plagas, por lo cual el valor de estos productos influye en el costo de producción, almacenamiento y despacho que debe asumir el campesino y el consumidor final.

Adicionalmente, los productores no venden sus productos de forma directa al consumidor, sino mediante intermediarios que elevan significativamente los precios al consumidor final y reducen significativamente la ganancia del campesino. La crisis económica causada por el covid-19 dejó como resultado más de 3 millones de desempleados, los habitantes de Usme cuentan con un enorme y valorado recurso natural que al servicio de la agricultura potencializa la zona como despensa alimentaria de la capital del país.

Objetivo Social

Se enfoca en la creación de una empresa dedicada al cultivo de fresas y otro al cultivo de papas, los cuales se cultivarán de manera orgánica evitando el uso de pesticidas y abonos químicos que puedan causar un impacto negativo en el medioambiente, la utilización de tecnologías suministradas por la Universidad Antonio Nariño con sede en Usme permitirán cultivos sostenibles y de alta calidad, también es importante identificar que estos cultivos generaran oportunidades de empleo a población de la localidad y se comercializara sin

intermediarios lo cual permitirá evitar los sobrecostos, también se generaran las alianzas con cooperativas u organizaciones de comercio justo, pensando en productos de exportación.

Lograr la seguridad alimentaria con un acceso práctico, digno y precio a un conveniente enmarcado en los procesos agrícolas ecológicamente amigables y sostenibles con altos estándares de inocuidad que aporten nutrición y cubran las necesidades alimentarias en pro de una vida sana. Aumentar los volúmenes de producción actuales de la zona siendo por defecto un incremento en ventas y sostenibilidad económica. Garantizar los recursos mínimos para la producción como la mano de obra, disponibilidad de tierras, infraestructura, maquinaria, tecnológica e inversión financiera.

Innovación Social (Modelo Negocio Desing Thinking)

Modelo de Negocio sostenible: Cosecha y producción de frutas y tubérculos mediante procesos orgánicos como riego de aguas tratadas del río de Usme, utilización de abonos naturales como los desechos orgánicos y el fomento del comercio justos que dignifique el trabajo de todos los campesinos productores de la localidad, además de la forestación de árboles y plantas nativas que permita mitigar el impacto ambiental en nuestras zonas de cultivos.

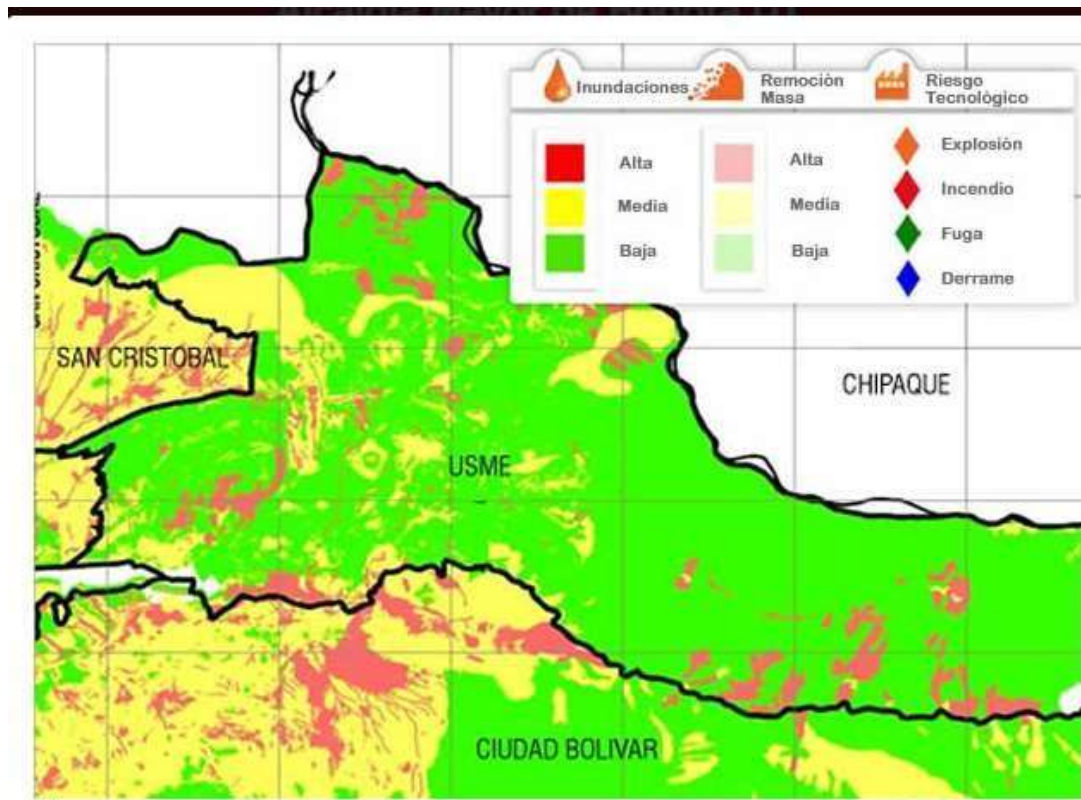
Información transformadora y población beneficiada: Esta innovación permite que inicialmente los habitantes de la localidad de Usme puedan acceder a alimentos orgánicos y a precio justo, también que los campesinos puedan gozar de mejores retribuciones económicas y sea dignificado su trabajo, asimismo con este tipo de cultivos se tiene en cuenta la importancia del cuidado del medio ambiente y hacer una producción de los cultivos amigable con el ecosistema, además de las oportunidades de empleo a la población de la localidad.

La localidad de Usme tiene aproximadamente una población de 400.580 habitantes, los cuales se podría definir que la mayoría de la población se vería beneficiada con este emprendimiento teniendo en cuenta que inicialmente se beneficiarían los campesinos con sus ventas directas, las personas a quienes se les brindara un trabajo digno en el proceso de producción de los cultivos y por último los consumidores finales.

La zona será posicionada a nivel económico en el marco general de la región, abriendo puertas de inversión social del estado por medio de programas de desarrollo rural, educativo y sanitario. Los vínculos creados entre productor rural y los centros de consumo urbano permitirán modelos asociativos de mayor impacto comercial y económico.

Se contrarrestará el desarrollo de latifundios y monopolios en la localidad al permitir el manejo desde la perspectiva social generando igualdad en tenencias de tierra, reducción el despojo y concentraciones de tierra.

Figura 1 Mapa de la localidad de Usme



Fuentes: Autores propios

Modelo de negocio (Modelo CANVAS)

Propuesta de valor

Para establecer una propuesta de valor asociada a nuestro modelo de trabajo Canvas en primera medida estableceremos la misión y el visión de nuestra empresa lo cual nos brindará un perfil de nuestra empresa, su enfoque y primordialmente nos permitirá conocer cuáles son los objetivos de orden social y ambiental en los cuales encaminamos los esfuerzos de la empresa.

Misión: Nuestra misión es ofrecer alimentos de alta calidad, sanos, frescos, modernos y oportunos apoyados de un servicio de alta calidad en todo el proceso, desde la producción a la comercialización de papa y frutas, adaptándonos a las necesidades de cada cliente. Para esto, afrontamos el futuro con una actitud emprendedora, decididos a buscar con afán nuevas oportunidades de negocio inclusivas y a concretar las que se presenten.

Visión: Ser una empresa de ámbito social, líder en el uso de productos y procesos de bajo impacto ambiental en cultivos de papa y frutas, contando con un equipo humano comprometido, capaz y motivado, impregnado de una cultura de empresa propia que asegure el éxito de la organización y que se transmita a futuras generaciones, contribuyendo al desarrollo de sus trabajadores y el entorno agrícola, generando altos rendimientos por hectárea y calidad de productos.

Con base en la misión y visión podemos inferir que nuestra empresa busca optimizar procesos de cultivo apoyada de nuevas tecnologías de bajo impacto ambiental, lo que favorecerá la producción de todos los productos que se cultivarán, apoyados de un equipo humano motivado y encaminado al logro, con altos estándares de calidad y servicio al cliente. Adicionalmente de la mano de la universidad Antonio Nariño que proporcionara fondos, capacitación y prestará su campus ubicado en la localidad de Usme un espacio (por

determinar por la universidad), para el cultivo de fruta y papa, materializaremos un proyecto de trabajo inclusivo, dónde intervendrán principalmente personas desempleadas de la localidad de Usme que tengan conocimientos previos de cultivo, manejo de abonos, recolección, quienes serán capacitados en el manejo del cultivo que deseamos obtener, un cultivo, sano, fresco, con bajos niveles de pesticidas, producto obtenido con el uso de abonos orgánicos que nos proporcionaran productos altamente saludables, que es por lo que nos queremos caracterizar en el mercado, es el objetivo de nuestra propuesta de valor, con la que deseamos que el público en general nos identifique, estos productos esperamos comercializarlos inicialmente en la localidad de Usme, en los principales supermercados, además de generar recordación en nuestros productos, nos apoyaremos de las redes sociales, dónde enseñaremos como se realiza el proceso de cultivo, daremos a conocer nuestro equipo de trabajo, brindaremos al público una visión más clara de cómo realizamos el proceso de cultivo y recolección, que se caracterizaran en el desarrollo de una serie de prácticas destinadas a asegurar la alta calidad sanitaria de nuestros alimentos a los largo de toda la cadena de producción desde los predios de cultivo hasta nuestro consumidor final. Son parte de estos procesos, el cuidado del medio ambiente, el uso eficiente de los recursos naturales, la seguridad y la salud de todos nuestros colaboradores. En finca las moras nos hemos planteado la importancia de abordar el negocio desde un punto de vista integral llevándolo a ser parte del manejo agronómico que recomendamos a nuestros trabajadores para:

- Permanecer en el negocio en el largo plazo de un producto Altamente Saludable y competitivo, en un escenario mundial de creciente oferta, de todos los productos agrícolas.
- Consolidar la confianza de nuestros clientes entregando un producto de alta calidad, mejorando la eficiencia de nuestra producción, manteniendo un excelente ambiente laboral, cumpliendo con las legislaciones y normativas nacionales e internacionales.

Es así como buscamos que todo nuestro equipo técnico, como operarios de cultivo, agricultores, personal de capacitación como agrónomos de la universidad y todo el personal que interviene en el proceso, adopten estas prácticas y las manejen dentro de su gestión de producción. Nuestra empresa en general tiene como meta permanente la búsqueda y el desarrollo de nuevas y mejores variedades para nuestra compañía, sus productores y sus consumidores, que logren una diferenciación en el mercado. Buscamos nuevos sabores, frutos y papa de más rendimiento, más firmes, de mayor productividad, variabilidad en las fechas de cosecha y de mayor vida post cosecha.

Figura 2 Modelo de Negocio Canvas



Fuente: Autores propios

Estrategias de mercadeo

Atributos y beneficios

Finca Las Moras ofrece a los habitantes de la localidad de Usme productos sanos, frescos, orgánicos y de calidad cultivados en las territorios de la localidad, en todo su proceso de producción, cosecha, recolección y selección contamos con procesos ambientales sostenibles mitigando los daños que pueden generar los cultivos de papa, fruta y hortalizas al medio ambiente, nuestro equipo humano es comprometido, capaz y motivado con estándares de calidad y enfocados en el servicio al cliente adaptándonos a las necesidades de cada cliente. La Finca Las Moras es un cultivo orgánico sostenible de alta calidad, sin uso de pesticidas ni abonos químicos. Parte de la necesidad de generar empleo en la localidad, contrarrestar el uso de intermediarios en la cadena comercial y generando unión social por medio de alianzas estratégicas con cooperativas u organizaciones de comercio justo.

Nuestro compromiso es aportar en el desarrollo de la localidad, generando empleo a las personas vulnerables, otorgándoles la oportunidad de tener salarios dignos y así junto a una capacitación constante mejorar las condiciones de vida de los campesinos y del agro en esta parte de la ciudad, luchando por los objetivos de desarrollo sostenible.

Marca, imagen y slogan del proyecto:

Figura 3 Marca finca las moras



Fuente: autoria propios

Slogan:

1. “La mejor opción en producción sostenible”

Grupo objetivo:

El grupo objetivo al cual queremos dirigirnos son las familias en general de la localidad de Usme quienes adquieren estos productos para preparar recetas y de esta manera compartir y consentir a los integrantes de sus familias a quienes se les brindara un precio razonable y totalmente asequible de los productos que comercializaremos que principalmente son de canasta básica, como papa, frutas y hortalizas.

Adicionalmente tenemos clientes corporativos que adquieren nuestros productos de acuerdo con sus gustos o necesidades y que los usan como materia prima o incorporan en la preparación de alimentos procesados.

Target: 25 – 50 años

Línea comercial: Abastecimiento a granel para amas de casa, pequeños restaurantes de la localidad y tiendas de barrio.

-Venta institucional para restaurantes escolares, clubes, casinos, hoteles, entre otros.

Segmentación

Geográfico: Usme es la localidad número 5 del Distrito Capital de Bogotá, Colombia. Se encuentra ubicada en el suroriente de la ciudad de Bogotá.

Superficie: 122,63km cuadrados

Altitud: media 2800 ms. n. m.

Población: total 400.580

Demográfico: Hombres y mujeres mayores de edad. Nuestros productos están dirigidos a niños, principalmente en la utilización de los jugos y batidos que se pueden realizar con nuestras frutas, al igual que a mujeres y hombres que también se podrán beneficiar de las diferentes preparaciones que pueden realizar con nuestros productos (frutas, papas, y hortalizas).

Estilo de vida: Personas que preparan recetas y de esta manera compartir y consentir a los integrantes de sus familias.

Beneficios del producto: Productos de alta calidad con altos valores nutricionales. Ayuda a las personas de la localidad.

En todo su proceso de producción, cosecha, recolección y selección contamos con procesos ambientales sostenibles mitigando los daños que pueden generar los cultivos de papa, fruta y hortalizas al medio ambiente.

Psicográfica: Nuestros productos se dirigen principalmente a familias de la localidad de Usme quienes buscan opciones nutritivas y naturales en la compra de los productos de la canasta familiar, los cuales son productos de alta calidad, que minimizan el impacto ambiental, que se cultivan orgánicamente con bajos niveles de químicos, que proveen alto valor nutricional para sus familias e interesados en la adquisición de productos con precio justo con una relación equilibrada calidad/precio.

Rasgos de comportamiento: Consumidores con alto grado de confianza en agro colombiano, susceptible a la inestabilidad de precios en el tiempo.

Conocimientos técnicos: Conocimientos primarios de los procesos agrícolas sostenibles, con amplias fuentes de información digital.

Situaciones de uso: Uso en cocina tradicional, institucional y repostería. Preparación de recetas que se pueden compartir en familia y materia prima para elaboración de productos procesados.

Beneficios buscados por los consumidores: Inocuidad en los alimentos y procesos de producción. Precio justo, calidad y seguridad alimentaria ecológicamente sostenible en los productos

Productos que en su proceso ayuden a la sostenibilidad ambiental.

Competencia

En la localidad de Usme podemos encontrar productos urbanos, en representación de decenas de familias de esta localidad, productos informales, fundaciones, unidades educativas agropecuarias, comercios establecidos como fruver, tiendas de barrio (comúnmente conocidos como líchigos) y plazas de mercado , los principales competidores son las demás fincas productoras de fresas y papa cultivadas tradicionalmente en mercafruver, centro de abastos, tiendas de barrio , adicionalmente también encontramos empresas dedicadas al comercio como:

La Canasta: La canasta es la Unión de tres organizaciones: Jero El Granjero S.A.S, Fundación Red Agroecológica La Canasta y Fundación Semilla Andina, cada una de ellas con más de 7 años trabajando en la cadena de valor de alimentos agroecológicos. Promueven el no uso de semillas transgénicas y de insumos agrotóxicos cuidando, recuperando y conservando el aire, el agua, los bosques y el suelo, con diversidad de cultivos, que rotan, se complementan y respetan la tierra. Valorando los conocimientos tradicionales y ancestrales, pero incorporando

conocimientos técnicos en una mezcla de saberes enriquecedor, respetuoso y promoviendo el intercambio libre de saberes y semillas.

Orgánicos y Saludables: Agricultura sostenible, apoya pequeños productores, mujeres emprendedoras, jóvenes empresarios y producción artesanal.

Venta a través de tienda virtual.

Compra en línea abierta 24h todos los días de la semana. Tres entregas semanales.

Venta en Bogotá y alrededores.

Aliados claves: Proveedores Claves: Proveedores de suministros de siembra (semillas, materia prima).

Productores: Locales (campesinos), familias beneficiadas del programa, productores urbanos y negocios afines para hacer alianzas de promoción

Distribuidores: Las alianzas estratégicas serán principalmente con los mercados campesinos y comercios justos de la localidad.

Capacitadores: Los aliados estratégicos serán las universidades que suministren tecnologías para el cultivo de frutas y verduras, para este proyecto el aliado más importante es la Universidad Antonio Nariño, que proporcionara fondos, capacitación y en su campus ubicado en la localidad de Usme un espacio (por determinar por la universidad), para el cultivo de fruta y papa.

Fundaciones: Organizaciones con enfoque empresarial como, por ejemplo: Red Nacional de Agricultura Familiar RENAF: Lo constituyen 140 organizaciones Agrarias Campesinas, Afrodescendientes, de Mujeres Rurales, Indígenas, de Pesca Artesanal, Cooperativas, Universidades, ONG, organizaciones basadas en la fe, entre otras organizaciones colectivas,

quienes decidieron trabajar en conjunto para impulsar la Agricultura Familiar en el país bajo la Campaña Permanente “Sembrando PAZ con Agricultura Familiar”.

Alianza por la salud alimentaria: Es una Plataforma de organizaciones sociales, organizaciones, académicas no gubernamentales y de investigación quienes, compartiendo las mismas preocupaciones e intereses en torno a el ambiente sano, los derechos a la salud, la seguridad, la alimentación adecuada, soberanía y autonomía alimentarias en Colombia.

Maela: Plataforma de organizaciones que defienden la Soberanía Alimentaria y la Agroecología; en Colombia se están impulsando la Alianza por la Agroecología como una articulación que promueve la discusión sobre Políticas Públicas desde la Agroecología.

Estrategias de comunicación:

Objetivos generales: Dar a conocer la empresa a las personas de la zona cercana a la localidad de Usme. En este aspecto podemos dar a conocer nuestra empresa por medio de cuñas radiales y comerciales de televisión en franjas que se puedan costear, esto nos empezara a dar visualización, así como hacer uso de las redes sociales, fuente de alta demanda en el aspecto comunicacional, esto nos permite llegar a una gran cantidad de usuarios, quienes nos permitirán generar una mayor recordación de la marca, en las redes se podrán cargar videos de nuestros procesos de cultivo y recolección, así como se podrá mostrar cuales son los incentivos que nuestra empresa ofrece a los trabajadores en el aspecto social.

Estrategia de lanzamiento: Se usará de manera anticipada (1 mes) en redes sociales (Instagram y Facebook) una imagen que contiene el logo de la empresa junto con la frase: “¿Qué le falta a tu localidad?”

Figura 4 Estrategia de Lanzamiento



Fuente: Autores propios

Adicionalmente la última semana de la estrategia de lanzamiento, se recurrirá a que las personas reciban un volante y una papa de los mismos cultivos que se tienen en la zona con la finalidad de dar conocer el producto, en este volante estará la invitación para visitar el punto de venta físico y la página web. Estos volantes se entregarán en los barrios más cercanos en donde podemos encontrar los clientes potenciales. Se visitarán las plazas de mercado y a través de pendones, una imagen que contiene el logo de la empresa junto con la frase: “¿Qué le falta a tu localidad?” generará expectativa.

Estrategia de Posicionamiento

Posicionar la marca es un aspecto muy importante es clave para el éxito de la empresa, es importante porque es el lugar que la empresa o una marca ocupa en la mente de los consumidores respecto al de los competidores. El uso adecuado de la política social e inclusiva del proyecto, impulsado por sus resultados y los medios de comunicación del proyecto son pilares importantes para la empresa, por lo cual se validarán los costos para poder promocionar la empresa por medio de radio y televisión, así como por medio de redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube, entre otras y en la página oficial de la empresa.

Es necesario que las personas recuerden la marca desde el principio teniendo repercusión con el público objetivo. Aprovechando las ventajas del origen orgánico de los cultivos resaltando los beneficios para la salud y el medio ambiente.

Se comunicará a través de las redes sociales (Instagram y Facebook) y se hará énfasis en el siguiente mensaje:

“En todo su proceso de producción, cosecha, recolección y selección contamos con procesos ambientales sostenibles mitigando los daños que pueden generar los cultivos de papa, fruta y hortalizas al medio ambiente”

Estos se comunicarán por un periodo de 2 meses a partir de los cuales se cambiara al siguiente mensaje:

" Finca Las Moras ofrece a los habitantes de la localidad de Usme productos sanos, frescos, orgánicos y de calidad cultivados en los territorios de la localidad, en todo su proceso de producción, cosecha, recolección y selección contamos con procesos ambientales sostenibles mitigando los daños que pueden generar los cultivos de papa, fruta y hortalizas al medio ambiente”. Este mensaje también tendrá una duración de 2 meses a partir de los cuales se invitará a las personas a adquirir los productos a través de los puntos de venta físico y online. Esta dinámica seguirá un proceso cíclico durante todo el año. Los encargados de estas estrategias serán el área de comunicaciones y el área de trade y marketing quienes en conjunto con el área de redes sociales llevará a la empresa Finca Las Moras al cumplimiento de los objetivos.

Estrategia de Diferenciación

La finca las Moras permitirá involucrar al cliente en campañas de marketing social haciéndolos participes del cuidado al medio ambiente y haciéndolos responsables de su

consumo. Aportamos a la sostenibilidad ambiental y apoyamos a las poblaciones vulnerables de la localidad de Usme, generando empleo, otorgándoles la oportunidad de tener salarios dignos y así junto a una capacitación constante mejorar las condiciones de vida de los campesinos y del agro en esta parte de la ciudad, luchando por los objetivos de desarrollo sostenible. Generación de empleo formal a personas de bajos recursos de la localidad de Usme, nos apoyamos de la universidad Antonio Nariño quien nos apoya a nivel financiero, con capacitación a los colaboradores de la compañía en cuanto a modelos de cultivo y de riego, además, nuestro modelo de cultivo es de bajo impacto ambiental, utilizando modelos orgánicos, con bajo niveles de pesticidas y químicos para lograr alimentos orgánicos de alta calidad con procesos tecnológicos novedosos y con alto sentido de responsabilidad ecológica.

Contenidos a manejar en redes sociales, utilizaremos herramientas publicitarias y tecnológicas como:

- Videos informativos de procesos agrícolas utilizados en el cultivo.
- Publicación de fichas técnicas, ventajas y beneficios del consumo de productos orgánicos.
- Flayers con contenido de sensibilización ambiental, preservación de recursos y utilización razonable de los mismos.
- Flayers con los beneficios de los cultivos y consumo de productos orgánicos.
- Publicación de programas de venta por temporadas de cosecha, ventajas económicas y beneficios comerciales.

- Divulgación por redes sociales sobre los precios y características de los productos.
- Publicaciones con la descripción y características de los cultivos de la Finca Las Moras para buscar posibles socios e inversionistas en LinkedIn.

Facebook: Se creará un grupo asociado al nombre de la empresa, dónde se promocionarán los procesos de cultivo, se incentivará el uso de materias primas que proporcionen impactos ambientales favorables, productos orgánicos, así como se dará mayor visibilidad a la compañía como una empresa incluyente y amigable con el planeta con productos de alta calidad.

Instagram: Se compartirá información relacionada con la empresa entre ellas imágenes de los campos de cultivo, videos de los procesos de producción, cosecha, recolección y selección de las papas, frutas y hortalizas, recetas con productos orgánicos, beneficios de consumir productos orgánicos y elaborados con estándares de calidad.

Página web para el proyecto

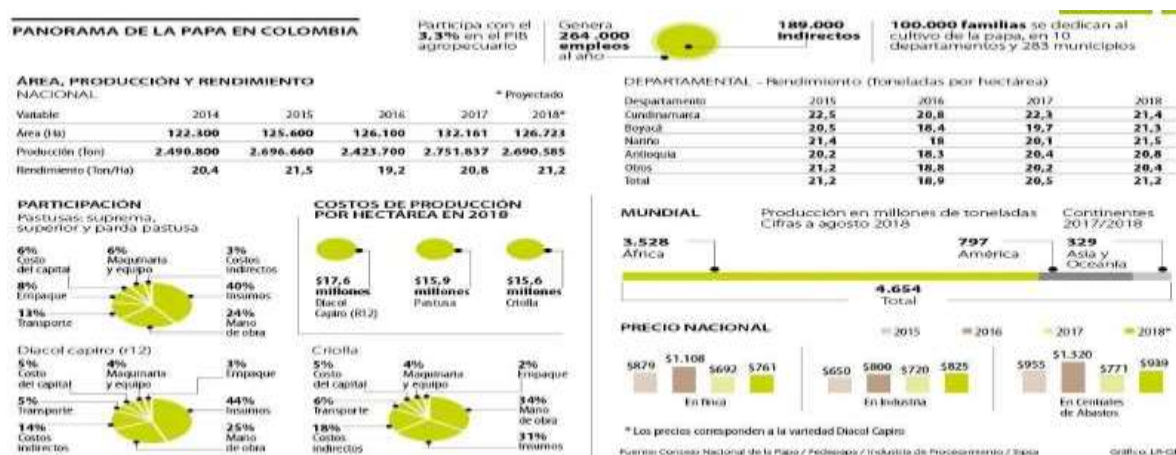
<https://fincalasmoras.wixsite.com/finca-las-moras>

Proyección operativa y financiera

Recursos operativos

La papa es sembrada por agricultores y habitantes del campo que no disponen de grandes extensiones para cultivarla, de acuerdo con el Ministerio de Agricultura, 95% de los productores siembran menos de tres hectáreas (Ha) y 80% menos de una Ha. El gerente general de Fedepapa Germán Palacio, aseguró que los costos de producción por Ha de la variedad R12, aquella que consumen las industrias de papas fritas o a la francesa, está entre \$17 y \$22 millones. “\$17 millones cuando la producción es manual, \$22 millones cuando es mecanizada. La diferencia es que una papa sin tecnología tiene rendimientos de 20 a 22 toneladas por Ha, mientras que la mecanizada tiene rendimientos más favorables, cercanos a 40 toneladas por hectárea”.

Figura 5 Panorama de la papa en Colombia



FUENTE: <https://www.agronegocios.co/clima/cultivar-una-hectarea-de-papa-pastusa-en-colombia-cuesta-15-6-millones-2891288>

Es necesario comprar solamente papas provenientes de siembra certificada, libres de enfermedades, se puede cortar un tubérculo grande en 3 pedazos mas pequeños (cada uno tendra por lo menos un ojo) y cada pedazo producira normalmente una planta, alrededor de 2 dias antes de realizar la primer siembra, este proceso puede permitir obtener una mayor cantidad de plantas. Las semillas de la papa se plantan con máquinas de plantación de papa que se unen a los tractores. Estas máquinas tienen múltiples propósitos, ya que aran el campo y plantan las semillas en la profundidad recomendada, dejando el espacio apropiado entre las semillas de papa dentro de la hilera y el espacio apropiado entre hileras.

Los minitubérculos son semillas de papa de alta calidad genética, fitosanitaria, fisiológica y física, obtenida bajo condiciones protegidas en aeroponía o camas convencionales, pertenecientes a las categorías Superélite y Élite. A partir de los minitubérculos de papa se produce semilla básica, registrada y finalmente certificada; son materiales de pureza genética, alto rendimiento y sanas, con respecto al manejo tradicional de semillas que se usa en el cultivo comercial de papa.

Los minitubérculos se producen bajo la tecnología de aeroponía que permite suministrar la cantidad de agua y nutrientes requerida por las plantas y tener buenas características morfológicas, listos para la propagación de la especie. Las variedades que se ofrecen son: Perla Negra, Agrosavia Mary, Diacol Capiro (R12), Parda Pastusa, Tuquerreña, Ica Única, Ica Puracé, Roja Nariño, Rubí, Criolla Sol Andina, Criolla Colombia, y Superior. Su zona de recomendación está para todos los municipios paperos de Colombia.

La producción en el sistema de aeroponía es de 35 minitubérculos por planta, muy superior a los 10 tubérculos que en promedio se obtienen en el sistema tradicional. Ayuda a aumentar el área sembrada con semilla certificada en el país y así mejorar la productividad por

unidad de área en el cultivo de papa. Permite a los pequeños productores acceder a material vegetal de calidad. En el sistema formal se usa para hacer escalamiento y se desplaza el sistema informal (tubérculos de baja calidad). Este material (semilla superélite y élite) es libre 100% de virus y enfermedades, al usar material vegetal sano influye a disminuir la incidencia de enfermedades virales y así reducir pérdidas, teniendo en cuenta que, en los costos de producción del cultivo de papa.

Figura 6 Categoría de la papa



Papa
Minitubérculos criolla Sol Andina
Solanum tuberosum Grupo Phureja

Esta variedad de papa criolla tiene rendimientos hasta de 29 toneladas por hectárea y periodo de cosecha entre 110 y 125 días después de siembra. El mayor peso de tubérculos cosechados se encuentra en las categorías cero y primera (15,7 y 29,4 kilogramo) y una reducción del 20% de aplicaciones para el control de gota.

Puede ser usada para consumo en fresco e industrial (chips y harinas).

Zona recomendada de uso: altiplano cundiboyacense entre los 2.400 y 3.000 metros sobre el nivel del mar.

Presentación

Minitubérculos de categorías élite y súper élite
 Pedidos a partir de 200 unidades, se debe solicitar con ocho meses de anticipación

Fuente: Autoría propia

Tamaño del proyecto

Las instalaciones que se requieren para el proyecto serán suministradas por parte de la Universidad Antonio Nariño de la localidad de Usme, quien proporcionará un espacio de su campus para realizar el primer cultivo de papa con una totalidad de 10.000 M² la tasa de siembra de papa recomendada es de 2 a 2.5 toneladas por hectárea para un diámetro de los tubérculos de

45 a 60 mm. La universidad no cobrara por el alquiler del predio sino hasta la primera cosecha cuando la empresa genere su primera rentabilidad, el costo del segundo año post cosecha se estipula en \$ 1.800.000 por mes, puesto que este proyecto es de emprendimiento social que favorecerá a la localidad y sus habitantes, con derecho a los afluentes de agua natural que pasan por la universidad, lo cual nos genera un ahorro aproximado de \$ 1.200.000 por mes en el costo de acueducto. El espaciamiento recomendado dentro de la fila es de 10 a 15 pulgadas (25 a 38cm), mientras que la distancia entre filas oscila de 28 a 36 pulgadas (70 a 90cm). Bajo este esquema, tendremos una población de plantas de entre 600 y 800 plantas por hectárea.

Figura 7 Campus Sede Universidad Antonio Nariño



Fuente: Autoría propia

- Terreno de siembra 10000 m²
- Distancia entre plantas 0,20 cm

- Distancia entre surcos 1 m
- Capacidad de siembra: 5000 plantas.
- Instalaciones- infraestructura: 1000m²

Capacidad de producción anual: 27 toneladas por hectárea. Se tiene en cuenta el promedio de producción nacional de papa Capiro (R-12) en Colombia de acuerdo a la siguiente tabla de área, producción y rendimiento de papa:

Figura 8 Área de producción y rendimiento de la papa

PAPA	Años				
	2014	2015	2016	2017	2018
Área (ha)	122.300	125.600	126.100	132.161	130.176
Producción (t)	2.490.800	2.696.660	2.423.700	2.751.837	2.782.676
Rendimiento (t/ha)	20,1	21,1	18,9	20,6	21,1

Fuente: Consejo Nacional de la Papa, 2019

Fuente:

<https://sioc.minagricultura.gov.co/Papa/Normatividad/Plan%20de%20Ordenamiento%20papa%202019-2023.pdf>

Tipo de productor: Grande productor, basado en la tipología de productores en Colombia del consejo nacional de papa como se muestra en la siguiente tabla:

Figura 9 Tipos de productores de papa

Tipo de productor	Descripción
Pequeños	Siembran menos de 3 hectáreas, constituyen el 95% de los cultivadores y producen alrededor del 45% del total de la producción.
Medianos	Siembran entre 3 y 5 hectáreas, constituyen el 3% de los cultivadores y participan con cerca del 35% del total de la producción.
Grandes	Siembran más de 5 hectáreas, constituyen el 2% de los cultivadores y participan con aproximadamente el 20% del total de la producción.

Fuente: Consejo Nacional de la Papa

Fuente: Consejo nacional de la papa

- a. Tipo de tecnología que se debe emplear:
- b. El tamaño del proyecto es grande por lo cual es necesario implementar un cultivo tecnificado de acuerdo a las siguientes definiciones del ministerio de agricultura de Colombia:

Tradicional: Localizado generalmente en zonas de topografía quebrada y ondulada, con pendientes superiores al 25% y escasamente mecanizables. Sus cultivos presentan rendimientos relativamente bajos, menores de 25 toneladas por hectárea, como consecuencia de un manejo carente de semilla certificada y de asistencia técnica. La producción se comercializa en canales tradicionales del mercado en fresco.

Tecnificado: Al concentrarse en zonas de producción de topografía plana, este sistema es más intensivo en mecanización, utiliza semilla de buena calidad y recibe asistencia técnica. Presenta rendimientos mayores a 25 toneladas por hectárea a. La producción está destinada a

mercados especializados y a la industria de procesamiento industrial. 1.5. Agregación de valor Solamente el con 2 5% de la papa que se destina al mercado en fresco se comercializa algún nivel de agregación de valor bajo. Aunque este porcentaje sigue siendo muy, se evidencia un crecimiento en la agregación de valor al producto en términos de lavado, cepillado, selección, clasificación y empaque, comoquiera que hace quince años el nivel era de apenas el 1 0%. De ello han sido responsables principalmente organizaciones de productores de tipo local o regional, comercializadores particulares y algunas cadenas de supermercados. Fuente:

<https://sioc.minagricultura.gov.co/Papa/Normatividad/Plan%20de%20Ordenamiento%20papa%202019-2023.pdf>

Acorde a la tabla de requerimientos técnicos por cultivo se necesitarían los siguientes equipos y maquinarias para un nivel adecuado de productividad:

Figura 10 Relación labores mecanizadas de los cultivos del país

Labores	CULTIVOS								
	Ajonjolí	Arroz	Algodón	Sorgo	Soya	Caña azucar	Cebada	Trigo	Papa
Arada	X	X	X	X	X	X	X	X	X
1ª. Rastrillada	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2ª. Rastrillada	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Siembra	X	X	X	X	X		X	X	X
Fertilización	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Surcada						X			X
Caballoneo		X	X						
Desyerbas	X			X	X	X	X	X	X
Aporques	X			X	X	X	X	X	X
Control de Plagas	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Control de malezas	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Recolección		X	X	X	X	X	X	X	X
Acarreo	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Control de enfermedades	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Fuente: Daza, V. Ernesto y Melo Víctor Hugo. La Maquinaria Agrícola en Colombia, en los insumos agropecuarios en Colombia. ICA- INCORA. SAC. Bogotá. 1993.

Tabla 1 *Capacidad instalada*

Conceptos	Unidad de medida
Tamaño del proyecto	5 hectáreas
% de espacio utilizado	100%
Instalaciones- infraestructura	1000 m ²
% de espacio utilizado	100%
Capacidad de producción anual	27 toneladas/hectárea
Tipo de productor	Grande: Siembra mayor a 5 hectáreas
Tipo de tecnología	Cultivo tecnificado

Nota: Muestra la capacidad del campo para su cultivo

c. Disponibilidad de insumos: La papa desde el momento de su siembra hasta el momento de su cosecha tarda 4 meses por lo cual tenemos que proveer materias primas para 3 cosechas por año, por lo cual se debe tener en stock semillas, cal, gallinaza y ají, adicional se requieren los siguientes insumos:

Fertilizantes y agroquímicos. Cabe aclarar que en el proyecto utilizaremos insumos ecológicos cumpliendo la misma función, pero son aptos para la agricultura ecológica:

Semillas y materiales para la siembra, maquinaria y equipos, productos para la limpieza y desinfección, sistema de riego y tratamiento de agua, insumo informático y ofimático.

Fuerza laboral: Adicional a lo anteriormente relacionado para la producción de papa se requiere: fumigadores de aspersión manual, rastrillos, azadones y un sistema de riego por goteo.

Tabla 2 Descripción de maquinaria y elementos operativos

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Fumigadores	10	188,000	1,880,000
Paladragas	10	76,000	760,000
Azadón	15	57,000	855,000
Sistema de riego por goteo	1	8,000,000	8,000,000
Total			11.495,000

Nota: Muestran la descripción de maquinaria y elementos operativos

Zonificación

- La temperatura debe oscilar entre 9 y 11°C , precipitación media anual de 1200 mm, ph acido de 5 a 6, suelo potencial en materia orgánica.
- Plagas: A nivel del suelo: nematodos y gusano blanco. En planta: sarna, lanosa, risoctoniosis.
- Época de siembra: mayo –junio y noviembre – diciembre.


- Variedad: R-12

Ficha técnica del producto: Empaque, sacos de fique en presentación de 10 kg, 30 kg y 50 kg}.


Contenido Nutricional: Calorías: 88%, Agua: 77%, Proteína(g): 150, Carbohidratos (g) 150, Calcio (g) : 5, Fosforo (g): 44, Potasio (mg): 378, Sodio (mg): 3.70

Figura 11 Ficha técnica


INFORMACION GENERAL															
ITEM	Papa					Papa R-12 (Papa) 10 kg									
	PAMPA	LOSTAVE	QUINTANA	HONDURAS	SALVADOR	IN-ARAGUA	COLOMBIA	TRINIDAD	TORONTO	JAMAICA	BARBADOS	REPUBLICA	DOMINICANA	ARUBA	SURINAM
ITEM NUMBER															
ITEM NUMBER NUEVO															
CÓDIGO DE BARRAS															
CATEGORIA	PPL														
NOMBRE CERTIFICADO	Sociedad Agrícola														



Estado Aceptable



Estado No Aceptable

Características			Estacionalidad																																								
Forma	Ovalada y alargada.		<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <th colspan="12">MESES</th> </tr> <tr> <th>Producción y nivel de Inspección</th> <th>EN</th><th>FE</th><th>MAR</th><th>ABR</th><th>MAY</th><th>JUN</th><th>JUL</th><th>AGO</th><th>SEPT</th><th>OCT</th><th>NOV</th><th>DIC</th> </tr> <tr> <td></td> <td>III</td><td>III</td><td>III</td><td>III</td><td>III</td><td>III</td><td>III</td><td>III</td><td>III</td><td>III</td><td>III</td><td>III</td> </tr> </table>			MESES												Producción y nivel de Inspección	EN	FE	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC		III	III	III	III	III	III	III	III	III	III	III	III
MESES																																											
Producción y nivel de Inspección	EN	FE	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC																															
	III	III	III	III	III	III	III	III	III	III	III	III																															
Color	Café claro.		<p>■ Alta</p> <p>■ Baja</p>																																								
Olor	Olor característico de la papa, libre de malos olores como húmedo o descompuesto.		<p>■ y ■■: Ver Tabla Militar Estándar</p>																																								
Aspecto Interno	Color amarillo claro, sin deshidratación.																																										
Aspecto Externo	Esteras, freyes, impias, sin manchas, y sin humedad excesiva. Superficie lisa, sin germinación.																																										
Daños mecánicos	Leves.																																										
Daños por plagas	Leves.																																										
	Calibre	Prioridad	Empaque y Embalaje		Etiqueta																																						
Dámetro	7 - 9 cm	2,75 - 3,54 in	Tipo de empaque: Malla																																								
Peso por empaque	5 kg	A	Caja de cartón MS Fresh # 2																																								
Unidades por empaque	25 a 30 unidades	A	Unidades por caja: 4 unidades																																								
Peso por unidad	100 a 200 g	A	Peso por caja: 20 kg / 35,28 lbs																																								
			Cajas por pallet: 20 cajas																																								
			Cubicaje: 0,0036 m3																																								

Muestra Representativa		Condiciones de calidad		Tiempo de almacenamiento																												
Temperatura	13 - 18 °C	18 - 22 °C	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <th>CONDICIONES</th> <th>TIEMPO (DÍAS)</th> </tr> <tr> <td>1. Temperatura ambiente</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>2. Temperatura refrigerada</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>3. Temperatura congelada</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>4. Temperatura ambiente</td> <td>25</td> </tr> <tr> <td>5. Temperatura refrigerada</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>6. Temperatura congelada</td> <td>35</td> </tr> <tr> <td>7. Temperatura ambiente</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>8. Temperatura refrigerada</td> <td>45</td> </tr> <tr> <td>9. Temperatura congelada</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>10. Temperatura ambiente</td> <td>55</td> </tr> <tr> <td>11. Temperatura refrigerada</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>12. Temperatura congelada</td> <td>65</td> </tr> </table>		CONDICIONES	TIEMPO (DÍAS)	1. Temperatura ambiente	10	2. Temperatura refrigerada	15	3. Temperatura congelada	20	4. Temperatura ambiente	25	5. Temperatura refrigerada	30	6. Temperatura congelada	35	7. Temperatura ambiente	40	8. Temperatura refrigerada	45	9. Temperatura congelada	50	10. Temperatura ambiente	55	11. Temperatura refrigerada	60	12. Temperatura congelada	65	<p>Máximo 2 días en cava refrigerada</p> <p>Verificación por inspección visual</p> <p>En los meses que se presenta una baja en la producción, el nivel de inspección pasa a la calidad superior. (Ver tabla de estacionalidad)</p>	
CONDICIONES	TIEMPO (DÍAS)																															
1. Temperatura ambiente	10																															
2. Temperatura refrigerada	15																															
3. Temperatura congelada	20																															
4. Temperatura ambiente	25																															
5. Temperatura refrigerada	30																															
6. Temperatura congelada	35																															
7. Temperatura ambiente	40																															
8. Temperatura refrigerada	45																															
9. Temperatura congelada	50																															
10. Temperatura ambiente	55																															
11. Temperatura refrigerada	60																															
12. Temperatura congelada	65																															
Humedad Relativa	85 - 95%	85 - 95%	<p>Requisitos de Empaque</p> <p>El empaque a ser utilizado debe ser para el transporte de papas y debe cumplir con el Código Alimentario Peruano (Código Alimentario Peruano) para el transporte de papas y debe cumplir con el Código Alimentario Peruano (Código Alimentario Peruano) para el transporte de papas.</p>		<p>Requisitos de Almacenamiento</p> <p>El almacenamiento debe ser en un lugar fresco y seco, libre de humedad y libre de plagas.</p>																											
Producción de semillas	Muy buena	Buena	<p>Verificación</p> <p>El producto debe ser inspeccionado y clasificado antes de ser almacenado.</p>		<p>Producto Empleado</p> 																											
Germinación	Muy baja	Baja																														
No almacenar el producto de congelación	-0,5 °C	-30,5 °C																														

REQUISITOS		EMPAQUE		PRESENTACION	
<p>a) Partículas y productos químicos adheridos en sus áreas originales, en los</p> <p>b) Cajas de material que no estén en contacto con los alimentos, limpias y desinfectadas</p> <p>c) Seleccionar los productos de acuerdo a las especificaciones del producto de destino.</p> <p>d) Lugar con buena ventilación, iluminación y circulación de aire para el empaque de los productos.</p> <p>e) Evitar el uso de pesticidas y fumigantes químicos, así como de la materia de origen animal.</p> <p>f) Evitar el uso de pesticidas y fumigantes químicos, así como de la materia de origen animal.</p>	<p>a) Producto a granel</p> <p>b) Producto empaquetado</p>	<p>Temperatura de transporte</p> <p>15 - 21 °C</p> <p>22 - 28 °C</p>	<p>Temperatura de almacenamiento</p> <p>1-2 días</p>	<p>Condiciones de transporte y carga</p> <p>Requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Temperatura del cargado Circulación de aire Manejo: 	<p>Producto Empleado</p> 
				<p>Tiempo de almacenamiento</p> <p>24 horas después de la entrega</p>	

Fuente: autoría propia

La producción de papa una vez sea cosechada se debe empacar en costales de fique y almacenar en bodega protegiendo el producto final de daños, exposiciones al sol y la lluvia y plagas ya que al ser un tubérculo es delicado.

a. Proyecciones de distribución en planta:

La distribución en planta de finca las moras cuentan con la siguiente organización 5 hectáreas de tierra para el cultivo de papas y media hectárea para el cultivo de fresas, la casa principal cuenta con 4 habitaciones las cuales están distribuidas de la siguiente manera habitación 1 es donde está la bodega de almacenamiento donde se colocan los bultos de papa, habitación 2 donde se deposita toda la herramienta que se utiliza para el proceso de siembra y cosecha, habitación 3 es el almacena donde reposa la materia prima y la 4 habitación funciona como almacenamiento y empaque de fresas.

Figura 12 Distribución de espacio otorgado



Fuente: Autoría propia

Descripción de los cargos, presentación del organigrama y las necesidades de personal con sus respectivas proyecciones de sueldos:

Gerente General: Funciones: Planear, organizar, dirección, control, coordinación, análisis, calculo y conducción de la empresa en pro de los objetivos, perfilamiento, contratación y representación de la compañía.

Asistente De Gerencia: Soporte a la Dirección Comercial para contribuir al logro de los objetivos. Generar reportes que garanticen confiabilidad y ayuden en la toma de decisiones, estudiar y analizar los datos de venta para determinar tendencias futuras, revisión de ventas diarias, semanales, mensuales.

Secretaria Mercadeo Y Ventas: Realizar tareas administrativas, coordinación de funciones departamentales, apoya marketing y proyectos de la empresa, estudio de mercado, realiza informes, servicio al cliente.

Secretaria: servicio al cliente, manejo de comunicaciones de la empresa, organización y archivo, direccionamiento de situaciones a responsable.

Jefe de Producción: Planea, dirige, analiza y controla el proceso de producción, maneja presupuestos y recursos financieros y humanos.

Supervisor: Optimizar las actividades diarias, garantizar procesos, controlar calidad.

Operarios: Encargado de operación de siembra, cosecha y post cosecha, registro de producción, riego, y almacenamiento. Conductores y encargados de taller.

Contador: Gestor de estrategias económicas y financieras, ejecuta planes de acción, poder de toma de decisión de acuerdo a las situaciones financieras, interpreta el presente financiero y

económico de la empresa. Cumplidor de la legislación pertinente a la actividad económica de la empresa.

Asistente De Contador: Registro de transacciones, ejecución de planes financieros, manejo de caja menor, facturación, gestión documental, contabilizar las transacciones y asientos contables.

“Finca las Moras S.A.S.

Figura 13 Organigrama

Gerente	Salario 5,000,000	Costo real	7,342,767
Recursos humanos	salario 1,000,000	Costo real	1,606,426
Experto en redes y computo	salario 3,000,000	Costo real	4,405,000
Trabajador 1	salario 1,000,000	Costo real	1,606,426
Trabajador 2	salario 1,000,000	Costo real	1,606,426
Trabajador 3	salario 1,000,000	Costo real	1,606,426
Trabajador 4	salario 1,000,000	Costo real	1,606,426
Trabajador 5	salario 1,000,000	Costo real	1,606,426
Trabajador 6	salario 1,000,000	Costo real	1,606,426
Trabajador 7	salario 1,000,000	Costo real	1,606,426
Trabajador 8	salario 1,000,000	Costo real	1,606,426
Trabajador 9	salario 1,000,000	Costo real	1,606,426
Trabajador 10	salario 1,000,000	Costo real	1,606,426
Trabajador 11	salario 1,000,000	Costo real	1,606,426
Trabajador 12	salario 1,000,000	Costo real	1,606,426
Trabajador 13	salario 1,000,000	Costo real	1,606,426
Trabajador 14	salario 1,000,000	Costo real	1,606,426
Trabajador 15	salario 1,000,000	Costo real	1,606,426
Transportador	salario 1,200,000	costo real	1,900,000

Fuente: Autoría propia

Descripción de equipos de oficina

Tabla 3 Descripción equipos de oficina

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computador de	2	1,700,000	3,400,000
Escritorio			
Escritorio de oficina	2	400,000	800,000
Impresora	2	2,500,000	5,000,000
Papelería en general	1	1,000,000	1,000,000
Total			10,200,000

Nota: Describe todos los elementos necesarios para para el funcionamiento de la oficina

Procesos operativos: Dentro de los permisos que se necesitan para la creación de la empresa, se deben radicar en las sedes respectivas los siguientes documentos:

- - Documentos en donde se informe la ubicación de las instalaciones y lugar donde se prestará el servicio.
- - Documentos que informen los vehículos (parque automotor) que tiene la empresa: Se puede presentar mediante tarjeta de propiedad, certificados de alquiler de vehículos o certificados de vehículos con los que dispone la empresa.
- - Documentos que certifiquen los equipos de cómputo: Estos pueden ser facturas de venta o certificados de los equipos con los que cuenta la empresa.

- - Equipos de conexión a internet y de comunicación: Se acreditan presentando la factura de venta del servicio, o copia de los contratos con empresas prestadoras del servicio.
- - Documento o Certificado de Existencia y Representante Legal.
- - Estados Financieros: Se debe presentar Balance General del año inmediatamente anterior.
- - Expedidas por el Revisor Fiscal o Representante Legal: Certificación de paz y salvos de parafiscales.
- - Aunque no es un documento obligatorio, la Certificación de calidad ISO 9001, este documento en varias convocatorias puede ser tenido en cuenta para otorgar puntaje adicional.
- - Acta de grado o diploma: De los títulos académicos del equipo profesional o un técnico en cada una de las siguientes áreas de conocimiento: Profesional universitario en ciencias económicas o administrativas, Profesional universitario en ciencias jurídicas o asesor en asuntos jurídicos de la empresa, profesional universitario en ciencias agropecuarias, , técnico en ciencias agropecuarias o auxiliar de profesionales universitarios en ciencias agropecuarias y un técnico en asuntos económicos, ambientales y sociales.

Nota: No es necesario demostrar experiencia específica de todos los profesionales en todas las áreas. Igualmente, un solo profesional universitario podrá tener conocimientos acreditados en dos o más áreas, con la finalidad de cumplir con este requisito. (Deberán presentar soportes académicos y de experiencia laboral).

- - Carta de solicitud: Donde se solicite la inscripción y que adjunta los soportes documentales.

Localización: Descripción del ámbito territorial: La finca las moras está ubicada en la localidad 5 de Usme en la ciudad de Bogotá, por su ubicación geográfica la localidad de Usme posee el clima ideal para cultivar papas y fresas por la cercanía al paramo de Sumapaz, la localidad ofrece ventajas y desventajas que se tienen en cuenta al momento de producir alimentos. La localidad de Usme, está situada en el Sur de Bogotá, limita al oriente con los municipios de Chipaque, al Norte con las localidades de San Cristóbal y Rafael Uribe Uribe y Tunjuelito, al occidente con la localidad de Ciudad Bolívar y con el rio Tunjuelito, al sur limita con la localidad de Sumapaz. Las vías de acceso a la localidad son:

- Av. Caracas (entre Calles 55 Bis Sur a 56 Sur hasta la Calle 139 Sur)
 - Av. Boyacá (Desde Río Tunjuelo hasta Calle 115 Sur-Carrera 8 Este (Portal del Divino))
 - Autopista Al llano ((Avenida Boyacá en Portal del Divino) hasta Túnel Boquerón dentro de los Cerros Orientales).
 - Vía Sumapaz: Desde Calle 139 Sur hasta Lago Chisacá y Parque Nacional Natural de Sumapaz.
 - Av. Circunvalar: Entre Diagonal 71 Sur y Calle 74 Sur hasta Autopista al Llano.

La localidad no cuenta con una red de ciclovías, pero si con rutas de transporte público que permiten que los habitantes se desplacen dentro de la localidad hacia localidades vecinas.

Ventajas

- Cercanía a las plazas de mercado y al consumidor final, ya que el mercado objetivo está ubicado en la misma localidad de Finca las moras
- Clima perfecto y suelos fértiles para el cultivo de los 2 productos que produce la finca
- Tierras y arriendos económicos
- Las vías de acceso nos permiten desplazarnos a varias localidades
- Tiene una extensión de 21.506 hectáreas (ha) de las cuales 18.483 corresponden al área rural.
- La cuenca hidrográfica es muy importante.
- Al presentar un nivel de precipitación elevado lo que permite crear un método para recolectar el agua lluvia y usarla en los cultivos.
- El estar cerca de una de las salidas de la ciudad (Vía al llano) permitirá que una gran cantidad de personas conozcan la labor realizada y se interesen por visitar las instalaciones.
- Demográficamente la localidad está en el rango del estrato 2, lo que indica que debido a su condición económica este tipo de personas busca alimentos nutritivos que los acompañe en el desayuno y el almuerzo.

Desventajas

- Presenta un nivel de precipitaciones muy elevado, lo que proporciona una humedad muy alta en la tierra que degenere los cultivos.
- Algunas zonas de la localidad presentan condiciones de zona seca lo que no permitiría el desarrollo de los cultivos.

- Presenta áreas elevadas y montañosas, si el terreno está en una de estas limita la posibilidad de cultivo y el trabajo de los agricultores.
- La Zona puede presentar deslizamientos de tierra en algunas épocas del año.
- Dentro de la zona se presentan protestas y manifestaciones lo que limita las condiciones para transportar el producto a otras localidades o áreas de la misma localidad
- Gran parte de los terrenos de la localidad son dedicados a la agricultura, por lo que podemos encontrar grandes competidores.
- Pésimas vías de acceso por la ubicación geográfica, las veredas no cuentan con infraestructura en vías

Proyecciones de ventas

Para definir las proyecciones de ventas se parte analizar el comportamiento actual de demanda, con el objetivo de determinar el volumen de productos bienes o servicios que se estaría dispuestos a adquirir, en este sentido, se parte por la recopilación de datos sobre sus gustos, preferencias, motivos de compra y costumbres. En el caso que el producto o servicio, sea el sustituto de uno actual se puede tomar datos sobre las proyecciones de consumo actual de dicho producto o servicio. El objetivo es sustentar con cifras la existencia de un mercado real. En el desarrollo del ejercicio se encontró que Colombia cuenta con 510.475 hectáreas aptas para el cultivo de esta variedad para el primer semestre agrícola mientras que, para el segundo semestre, la extensión de terrenos aptos para la siembra del tubérculo asciende a 509.122 hectáreas.

“La identificación de zonas aptas para el cultivo de papa es uno de los productos más importantes en las primeras etapas del proceso de planificación sectorial que permiten generar estrategias de un trabajo conjunto entre el sector público y privado para el crecimiento

productivo de la papa, y de esta variedad en especial, que genera grandes aportes a la industria”, dijo el titular de la cartera agropecuaria, Rodolfo Zea.

El mapa, además, reveló que los cinco departamentos con mayor aptitud para la siembra de esta variedad de papa son Cundinamarca (111.148 ha), Nariño (66.824 ha), Boyacá (21.655 ha), Antioquia (4.171 ha) y Cauca (3.001 ha). Estas cifras son consistentes con las de área sembrada, que indican que el mayor productor de papa a nivel departamental es Cundinamarca (37%), seguido de Boyacá (27%) y Nariño (20%).

“Hoy se cultivan entre 120.000 y 140.000 ha de papa, que están asociadas a más de 100.000 productores. Conocer que Colombia cuenta con 209.000 ha de aptitud alta (A1) para la producción de la papa Diacol Capiro industrial, nos permite establecer áreas estratégicas en las cuales el gremio se proponga generar clústeres productivos; esto se traduce en productividad, competitividad y especialmente en la creación de estrategias por geolocalización”, puntualizó Felipe Fonseca, director de la Upra

Fuente:

<https://www.agronegocios.co/agricultura/los-productores-de-la-variedad-de-papa-r12-negra-ya-cuentan-con-mapa-de-aptitud-3019049#>

La papa es un producto indispensable para el consumo en todo Colombia por lo cual la expectativa de crecimiento del negocio es positiva y al reducir los costes por los intermediarios será más asequible y llegar a nuevos mercados. Durante su primer año de cultivo de papas, un buen rendimiento sería de 25 toneladas por hectárea. Los agricultores con experiencia después de años de práctica pueden lograr rendimientos de 40 a 70 toneladas por hectárea 10.000 metros cuadrados, se realizan 3 recolecciones al año aproximadamente, lo cual nos da para un aproximada cada 4 meses de 8.3 toneladas.

Tabla 4 *Calculo de la demanda*

Población objetivo	Todas las ciudades, todos los estratos, restaurantes grandes y pequeños
Consumo promedio (mensual o anual)	61 kg anual por habitante de la localidad
Total consumo	
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)	46%
Total demanda potencial	86%

Nota: Se calcula el porcentaje del total de la demanda potencial

Tabla 5 *Proyecciones de ventas(unidades)*

	Año 1
TOTAL	370 T
Enero	25
Febrero	30
Marzo	30
Abril	15
Mayo	40
Junio	25
Julio	26
Agosto	40
Septiembre	15

Noviembre	30
Diciembre	70

Nota: Se muestra el numero mensual de las ventas adquiridas

El periodo estacional de la cosecha de venta se da en los meses de lluvia y que se pueden presentar daños en los cultivos y se ve reflejado en la anterior.

Precio de venta

Se debe presentar el precio de venta que se tendrá para el producto o servicio. Desde la perspectiva de costos el precio de venta deberá permitir los costos fijos y variables de la empresa y dejar un margen de utilidad. No obstante, es necesario considerar otros aspectos como:

- El precio promedio de productos sustitutos o productos similares en el mercado
- El precio estimado que estarían dispuestos a pagar por el producto en el mercado
- Las estrategias de mercadeo enfocadas al precio

Debido a las condiciones del suelo y a la demanda del producto en la zona se puede proyectar una venta de unidades un poco equilibrada, para los meses de febrero y junio se presenta un aumento de la demanda debido al ingreso de los estudiantes a la temporada escolar. Para el mes de mayo aumenta el consumo de este producto en las mesas de la localidad (restaurantes y piqueteaderos) lo que determina un aumento de la demanda. Para los meses de octubre, noviembre y diciembre se espera un aumento en las ventas debido a las temporadas de vacaciones, celebraciones de ceremonias, reuniones familiares, la temporada navideña que también puede ser otro foco en la producción del producto.

% de	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	89
ventas a													
contado													
% de	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
ventas a													
crédito													

Nota: indica el porcentaje de ventas adquiridas mes a mes

Tabla 8 *Proyecciones de ingresos por ventas*

	Año 1
Total ventas	100
Descuentos por ventas	0
Ventas netas	100
% de ventas a contado	60
% de ventas a crédito	40

Nota: Representa los ingresos de la finca durante el primer año de funcionamiento

Capital de trabajo

El capital de trabajo se determinará elaborando el flujo de caja mensual para el primer año del negocio:

Gastos de marketing	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
Otros gastos													
Total egresos	75.9	75.9	75.9	75.9	75.9	75.9	75.9	75.9	75.9	75.9	75.9	75.9	75.9
Flujo mensual (diferencia entre los ingresos y los egresos)	-75.9	-75.9	-75.9	32.1	32.1	32.1	32.1	32.1	32.1	32.1	32.1	32.1	32.1

Nota: indica la diferencia de ingresos y egresos para obtener el flujo de caja mensual

Tabla 10 *Saldos acumulados (en miles)*

	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Flujo mensual	0	0	0	32.1	32.1	32.1	32.1	32.1	32.1	32.1	32.1	32.1
Flujo mensual acumulado												

Nota: A partir del cuadro anterior se puede determinar el monte de capital de trabajo que se requiere.

Inversiones

a. Inversión inicial: La Universidad Antonio Nariño además de alquilar su campus a partir del segundo año, promociona este proyecto con un monto inicial de \$ 50.000.000 esta inversión se realiza con base al proyecto de inclusión social propuesto, no habrá cobro de intereses, este capital se reintegrará una vez se efectuó la venta de las 3 cosechas programadas el primer año, se espera obtener una donación adicional por parte del gobierno local de \$ 20.000.000 los cuales se destinaran para gastos adicionales.

Tabla 11 *Inversión total*

Rubro	Concepto	Valor
Activos fijos	Maquinaria y equipo	11500000
	Equipo de oficina	10200000
	Terrenos	730000000
	Muebles y enseres	10000000
	Equipo de transporte	2000000
Instalaciones y puesta en marcha	Estudios de investigación	
	Adecuación del local o espacio de producción	
	Gastos legales de constitución	200000
	Marketing	2000000
	Arriendo	-
	Sueldos	39000000

Capital de trabajo

TOTAL	804900000
-------	-----------

Nota: Es el valor total para el funcionamiento del primer mes de la finca

Fuentes de capital de inversión: Las fuentes de ingreso capital están conformadas por 2 fuentes, la primera es la financiación por parte de entidades financieras y un 40% en capitales privados.

Conclusiones

Finca las Moras es un proyecto que impactará en el mercado de las empresas que trabajan en la producción agrícola acompañando los procesos desde el cultivo, procesos de producción y selección porque además busca cuidar el medio ambiente a través de una producción sostenible.

La imagen que queremos proyectar a través del logo es un estilo fresco, que permite a los clientes y proveedores sentir esa conexión con el agro colombiano a través de la visualización de una planta que está en crecimiento y del sol que nace en la parte derecha de la frase: “FINCA LAS MORAS”.

Esto permitirá a clientes y proveedores saber el nombre de la empresa, crear identidad de marca a través de su posicionamiento en el mercado y de la trayectoria en el mismo.

El objetivo principal de la marca es generar recordación en nuestros clientes como un empresa productora y distribuidora de productos Altamente Saludables y de alta calidad.

Nos caracterizará la inclusión de una parte de la población de Usme, personas de bajos recursos económicos que tendrán la posibilidad de capacitarse en el área de cultivo y recolección de productos de la canasta familiar de alta calidad, que les permitirá tener una mejor calidad de vida para ellos y sus familias.

Finca las Moras será uno de los primeros proyectos de ámbito social apoyados de universidades, como la universidad Antonio Nariño de la localidad de Usme y gobiernos locales, que acogerá una población, un grupo objetivo, con el fin de brindar capacitación y posteriormente un trabajo formal a estas personas, lo cual les permitirá establecer un proyecto de vida sustentable y próspero.

El proyecto Finca las moras será un proyecto auto sustentable, que proporcionara capacitación y trabajo a habitantes de la localidad de Usme que buscan una mejor oportunidad laboral para el sustento de ellos y sus familias, este proyecto será avalado y supervisado por parte de la Universidad Antonio Nariño, quien prestara sus instalaciones el primer año y aportara una inversión monetaria significativa que propulsara la empresa y le brindara la estabilidad económica inicial necesaria.

De acuerdo a las proyecciones realizadas en este trabajo, concluimos que la empresa logrará una estabilidad financiera a partir del segundo año del inicio del proyecto, puesto que tendremos que esperar que los procesos operativos, las capacitaciones a los trabajadores den los resultados esperados, pese a esta espera la empresa estima generar ingresos superiores a los 39M por carga, lo cual nos permitirá cubrir gastos esenciales y potencializar nuevas inversiones.

Referencias Bibliográficas

Aguilar Morales, S. (Coord.) & Ocampo Carapia, L. A. (Coord.). (2018). *De emprendedor a empresario: haga que su negocio ¡sea negocio!* (p.p.79-98). Grupo Editorial Patria.

Recuperado de: <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/111870>

Boero, C. (2020). *Evaluación de proyectos*. Jorge Sarmiento Editor - Universitas.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/172500>

Cavazos Arroyo, J. (2019). *Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social* (p.p. 135-158). Editorial Miguel Ángel Porrúa.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=136>

Cavazos Arroyo, J. (2019). *Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social* (capítulo 1 y 2). Editorial Miguel Ángel Porrúa.

Recuperado de: <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/191619>

Giraldo Oliveros, M. (II.), Juliao Esparragoza, D. (II.) & Acevedo Navas, C. (2017). *Gerencia de marketing..* Ecoe Ediciones. [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122439)

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122439](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122439)

Giraldo Oliveros, M. E. Ortiz Velásquez, M. & De Castro Abello, M. (2021). *Marketing: una versión gráfica*. Universidad del Norte. [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/185006)

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/185006](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/185006)

Herrero Vicente, D. O'Callaghan Muñoz, X. (Il.) & Vicente Díaz, M. (Coord.). (2021).

Marketing para abogados. Wolters Kluwer España. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/175778>

Level Communications, H. Maciá, F. (Dir.) & Santoja, M. (Dir.). (2018). Marketing en redes

sociales.. Difusora Larousse - Anaya Multimedia. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122932>

Quaranta, N. (2020). *Planes de negocio*. Editorial Universidad Adventista del Plata.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/130238>

Uribe Palacios, V. J. (2021). Manual del emprendedor: la caja de herramientas para crear tu

modelo y plan de negocios. Editorial Uniagustiniana. Recuperado de: <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/199380>