

EMPRENDIMIENTO SOCIAL

Proyecto de emprendimiento social residuos orgánicos

Adriana Katherine Chivata, Paula Andrea Herrera, Miguel Ángel Malaver, Alejandra
Cifuentes Gil & Luis Alejandro Luque

Dina Luz Daza Oñate, Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD, Escuela de
Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios (ECACEN), Tecnología
en gestión comercial y de negocios. Bogotá D.C

Diciembre/2020

Tabla de contenido

Introducción	3
Objetivos.....	5
Capítulo I: Identificación de la necesidad	6
Capitulo II: Innovación social	10
Capitulo III: Modelo Design Thinking	13
Capitulo IV: Plan de mercadeo	23
Capítulo V: Proyecciones operativas, financieras y evaluación financiera.....	34
Conclusiones.....	48
Referencias Bibliográficas	49

Introducción

Desde el origen de todas las cosas han existido circunstancias adversas, problemas, dificultades, obstáculos o limitantes que el ser humano y nuestro entorno han tenido que enfrentar y tratar de superar, de alguna manera el ser humano ha tenido que desarrollar un espíritu creativo con el fin de encontrar posibles soluciones y así hacer frente a dichas circunstancias, las cuales se han convertido en parte de nuestra vida y del día a día pues desde que nos levantamos hasta que finaliza el día nos encontramos resolviendo distintas situaciones como por ejemplo: la administración y búsqueda de los recursos, ocupación del tiempo, conflictos en el hogar, un nuevo proyecto empresarial etc. Aunque algunas problemáticas no son fáciles de sortear, estas circunstancias nos impulsan hacia al desarrollo, aprendizaje, madurez, y progreso, así como también nos han llevado evolucionar y crecer individual y colectivamente. Sin embargo, para ello se ha requerido de poner en acción distintas cualidades y herramientas propias del ser humano como la creatividad, recursividad, innovación, ideas entre otras las cuales nos acercan a alternativas de posible solución a las dificultades o adversidades presentadas y así sobrevolar por encima de estas convirtiendo estas circunstancias algunas veces limitantes en grandes oportunidades.

Sin embargo, dentro de este proceso también el “errar” ha estado presente pues no toda idea o plan llevado a cabo puede tener éxito inmediato, incluso algunos ni siquiera en un futuro por no ser viables u oportunas pero lo que si es cierto es que esto también nos brinda gran experiencia y genera una mejor toma de decisiones, modificación, corrección de fallas, descubrimiento de brechas, mejora de prototipos, nos guía hacia una solución que cumpla con eficiencia lo que se requiere, así como una mayor excelencia en las acciones.

De acuerdo a lo anterior en la actualidad encontramos un concepto precisamente relacionado con este panorama, el cual surge de la necesidad de dar manejo, mitigar o solucionar problemáticas identificadas previamente en la sociedad de una manera participativa e innovadora, donde el objetivo principal no es el bien o los intereses propios sino el bien colectivo, para lo cual se crean y desarrollan ideas de negocio que puedan aportar o ser el medio para llegar a dicha solución del problema y beneficiar a los involucrados en el mismo. Este término se conoce como “Emprendimiento social” el cual se podrá evidenciar en el presente trabajo de una manera práctica haciendo uso de una problemática y un contexto real.

Así, realmente el presente trabajo busca mostrar la viabilidad, además de las alternativas y los procedimientos que nos proporciona la aplicación de un proyecto de emprendimiento social, alcanzando el objetivo de este, que no es otro que encontrar las formas que propongan soluciones a nuestros entornos y poder sacar provecho económico, desarrollo y valor social enfrentando los desafíos actuales.

Objetivos

Objetivo Especifico

Presentar una propuesta de emprendimiento social sostenible que contribuya con soluciones ante problemáticas sociales, además que genera desarrollo económico y social a nuestras comunidades tan necesidades en estos días tan difíciles que estamos atravesando.

Objetivos Generales

- Dar a conocer un proyecto de emprendimiento social sobre los residuos orgánicos

que contribuya a la solución de una problemática en nuestra comunidad y genere valor e innovación.

- Mitigar el impacto social sobre el mal manejo de los residuos
- Ayudar al buen manejo del ecosistema y el suelo ya que se trabaja con residuos

orgánicos y no con insumos contaminantes del suelo ayudando a un buen manejo de los insumos agrícolas.

Capítulo I: Identificación de la necesidad

Problemática: Desempleo, desarrollo profesional, laboral y bienestar integral.

El problema presentado es el desempleo, desarrollo profesional, laboral y bienestar integral. Si bien es cierto que el desempleo afecta distintos tipos de población, en la actualidad es una situación que afecta en gran medida a la población joven y madres cabeza de hogar. Sabemos la importancia de dar solución o manejo a estas circunstancias pues de allí dependen muchos aspectos y necesidades vitales para el ser humano y su existencia. Además, estas condiciones de desempleo desencadenan una serie de problemáticas donde se encuentran: Consumo de sustancias psicoactivas, desnutrición, pobreza, desigualdad, difícil acceso a la educación, insatisfacción, problemas psicológicos y emocionales, conflictos familiares, drogadicción, alcoholismo, búsqueda de fuentes de ingreso ilegales (hurto, micro tráfico) o que si bien pueden ser legales causan un deterioro y daño al ser humano, su propia vida integridad y el de los suyos etc.

Además de esto hay brechas que acrecientan cada día más este problema pues aunque podemos encontrar personas con todas las capacidades para tener un empleo y desarrollarlo se ven limitadas por ciertos aspectos como la falta de experiencia laboral (Sobre todo en jóvenes), en el caso de las madres la dificultad de alguien que se haga cargo de sus hijos menores para que ellas puedan cumplir con una jornada laboral, no tener los estudios o conocimientos que la empresa considera pertinentes para desempeñar algún cargo, falta de oportunidades, preferencia por parte de empresarios o empleadores por personal profesional, con toda la disponibilidad de tiempo, desplazamientos difíciles y demorados para llegar al lugar de trabajo, tercerización de los empleados que genera falta

de estabilidad laboral etc. . Y estas son solo algunos de los impedimentos que surgen a diario a la hora de querer emplearse para crecer laboralmente y poder tener un sustento para sí mismo y sus hogares. Esta situación no solo afecta áreas como el desarrollo laboral de estas personas sino también su desarrollo personal, su bienestar y calidad de vida pues se ven sometidas a vivir en condiciones de mucha necesidad donde por ejemplo las madres cabeza de hogar y sus hijos tienen que pasar condiciones de hambre, dificultades en la salud, así como los jóvenes acuden en muchos casos a malas decisiones como la delincuencia, drogadicción, alcoholismo y estar en ciertos escenarios que en la desesperación los ven como una salida o solución, además también problemas psicológicos cada vez vemos más en nuestra sociedad el suicidio y muchas otras situaciones que se presentan en gran medida por que como jóvenes no sabemos cómo manejar estas condiciones que nos presenta la sociedad.

De acuerdo a lo anterior es de vital importancia darle más relevancia y no solo esto sino también solución a esta dificultad que trae tantas consecuencias y nos afecta a todos pues genera pobreza, falta de desarrollo económico y social además recordar que hay en nosotros un área personal pues somos seres integrales y desafortunadamente hoy en día tenemos que conformarnos con vivir por y para un trabajo y en muchos casos aunque este es necesario dejar de lado hijos, familia, sueños proyectos lo que a la larga se convierte en una frustración, vacío en las personas, insatisfacción y distintos conflictos para su grupo familiar.

Por otra parte, desde la empresa social se puede dar una solución o algún manejo a esta problemática pues al ser una situación que nos involucra a todos como sociedad se puede encontrar apoyo y participación de muchas personas interesadas en dar mitigación a

esta problemática lo cual es indispensable pues con su compromiso se puede llevar a cabo el desarrollo, consolidación y sostenibilidad del proyecto que se realice. Además, desde la empresa social se impactaría no solo a personas de manera individual sino a familias o grupo específicos vulnerables de nuestra comunidad, y por otra parte al contar con grande participación también se puede contar con más ideas y promotores que puedan luego contribuir en otros sectores o lugares donde también esta problemática se encuentre pueden surgir líderes que también puedan ayudar y apoyar a otros que estén pasando por la misma condición.

Teniendo en cuenta lo anterior, a continuación, se presenta la creación un proyecto de emprendimiento social, donde se realiza una actividad de recolección de residuos orgánicos y se crea un centro de acopio en el cual se pueda dar empleo a las personas y ayudar a mitigar el desempleo en el municipio de sopo generando ingresos propios que puedan ser reinvertidos en el manejo de esta situación beneficiando a las personas afectadas por esta situación y que se involucren en este proyecto, quienes serían los pioneros trabajando colectivamente en la creación de ideas para el proyecto, construcción, desarrollo y beneficiarios del mismo .

Oportunidades para la formulación de un proyecto de emprendimiento social.

- Nuestro proyecto busca ayudar a comunidades vulnerables con jóvenes sin oportunidad de empleo y madres cabeza de hogar con el mismo flagelo.
- La oportunidad de nuestro proyecto dará y brindará un impacto económico, social positivo para una comunidad del municipio de sopo; ya que será un proyecto tiene viabilidad y se considera que esta posible solución serio y rentable.

- El municipio de Sopo y en general sabana Cetro se caracteriza por ser un sector industrial, y con crecimiento turístico lo cual puede ser una oportunidad para hallar actividades que aporten a la solución o mitigación del problema
- Consideramos que nuestro proyecto lo financiaremos con créditos especializados, créditos otorgados por entidades gubernamentales como el Instituto Nacional del Emprendedor (Inadem), o bien, la inversión de posibles aliados empresariales o gubernamentales. para que el proyecto no se estanque.
- Se investigará e estudiar en qué otros sectores o comunidades existe la misma problemática que quizás ya resolvieron o que estás resolviendo, para lograr fundamentar nuestro proyecto y con esto queremos aumentar el impacto de nuestra propuesta.
- Al ser una problemática en común y de interés para muchas personas y sectores podrá tener gran acogida y aporte por parte de otros, participación y apoyo por parte de entidades ya sean de educación, cultura etc.
- La Juventud y las mujeres cabeza de hogar se caracteriza por ser población con gran vitalidad, ideas que generan valor, conocimientos de actividades culturales, deportivas, así como proactividad y mentalidad de querer surgir lo cual es importante a la hora de emprender.
- El municipio donde se desarrollaría el proyecto se caracteriza por contar con apoyo de distintos sectores empresariales, gubernamentales, entidades de gobierno. Y además es un lugar donde se cuenta con buen acceso a las TICS y oportunidades de educación o desarrollo profesional

Capítulo II: innovación social

a. Nombre del proyecto

Proyecto de emprendimiento social – Residuos Orgánicos

b. Factor Innovador.

Gracias a la cantidad de residuos orgánicos que salen de nuestras casas, negocios, y de toda actividad humana y que los restos de frutas y verduras, incluidas las pieles, huesos y restos de carne, espinas y toda clase de resto de pescado, caparazones y elementos descartados de los mariscos, restos de pan y toda clase de comida en mal estado; residuos con los cuales se transforma en biogás o se convierte en abono orgánico; por qué no aprovecharlo para que sea utilizado en nuestras granjas y fincas para que su desarrollo y producción sea más próspero y no tengamos que utilizar otras fuentes de abonos y fuentes de energía. Además, hoy son otros, por lo general personas ajenas a nuestros Municipios y comunidades que se llevan estos recursos y les sacan provecho, ya que para la mayoría es sólo suciedad. Esto quiere decir que se puede procesar este material y crear un modelo de negocio sustentable y podamos aportar y dar favorabilidad a nuestros entornos y comunidades ya que cada vez más nuestros pueblos crecen y por lo tanto la generación de estos residuos es cada vez más alta.

Creemos que la mayor ventaja que se tiene es que el mundo cada vez se da cuenta de la necesidad de cuidar el planeta y de mantener a una comunidad con buenas prácticas de higiene y salubridad, por lo que nos toca revisar y mirar el aprovechamiento de estos residuos con captura de valor para nuestras comunidades.

c. Impacto social

Mirar la gestión de los residuos sólidos, y adoptar estrategias para su realización y valoración de beneficios, es apuntar a través de sus impactos económicos, sociales y ambientales para todas nuestras regiones, propuesta que satisface ese componente social, es abarcar a toda una comunidad que ayude a favorecer ese componente comunal, que es el que nos preocupa e importa en esta investigación. Esto hace que un desarrollo sostenible debe caracterizarse por una planeación económica y social integral que consiga que la actividad económica mantenga o mejore el sistema ambiental, es lo que se quiere y lo que se busca.

Además de estos residuos orgánicos de no recibir un tratamiento adecuado que se haga con rigor, tendrá un efecto nocivo para la salud pública; por lo tanto, es aprovechar el momento, es generar cambio, es mirar la basura desde otra óptica y entender que, además, de hacerlo generando conciencia se puede hacer generando recursos económicos, en otras palabras, es de la basura y de los desechos podemos sacar valor. Gracias al compost miraremos de otra manera la naturaleza.

d. Financiación

Al mirar el proyecto como una oportunidad, no queda más que sentarnos a trabajar, organizar, planear, conocer. Lo primero es la captación de estos recursos, su proceso y transformación y se pueda lograr un impacto económico mediante su reutilización con los consecuentes beneficios económicos, es de entender que el reciclaje no solamente tiene sentido desde el punto de vista ambiental, sino también desde punto de vista financieros, por lo que toca asimilar una práctica tecnológica e investigar sobre nuevas tecnologías para lograr un producto rentable, es de aclarar que este proyecto es una fuente de trabajo para

buena parte de la población y ayuda a mitigar muchas enfermedades al ser un proyecto ambicioso y rentable aplicado a un emprendimiento social, a través de un modelo de negocio verde, como lo es éste.

e. Mercado objetivo

Si bien los residuos orgánicos se transforman y de este material orgánico se obtiene el compostaje y que gracias a este proceso biológico aerobio (con presencia de oxígeno) que, bajo condiciones de ventilación, humedad y temperatura controladas, transforma los residuos orgánicos degradables en un producto estable se puede utilizar como abono orgánico, proceso que se ha utilizado desde hace mucho tiempo con la intención de aumentar la fertilidad de los suelos y brindan nutrientes a los cultivos. Pienso que vivimos en un territorio muy rico en su biodiversidad, son tantos y tantos los productos colombianos, con sus campos tan productivos y con su gran variedad de productos agrícolas que si se lograra hacer el proyecto de compostaje sería muy enriquecedor para nuestros terrenos ya que ayudan a mejorar el suelo, dándole fuerza, resistencia, estructura y aireación.

Con todo esto es llegar a nuestros territorios, a nuestros campesinos, a nuestras comunidades y seguir cultivando nuestras tierras, seguir sacando provecho de estos suelos tan productivos y seguir aportando a unos cultivos sanos, pero hay que educar para que se entienda que reciclar es darle una oportunidad a nuestro mundo, por lo que hay que hacerlo de manera cotidiana y que se convierta en un hábito en nuestras comunidades para bien de todos.

Capítulo III: Modelo Design Thinkin

Teniendo en cuenta todos los aportes individuales referentes a la aplicación del modelo Design Thinking, después de la discusión académica consolidarán un solo modelo de negocio basado en la metodología Design Thinking con la aplicación de todas las etapas y la descripción de todas las técnicas utilizadas, con el fin de sustentar el modelo de negocio definitivo para el proyecto formulado por el grupo.

Define

Herramienta: Mapa de interacción de usuarios

a. Justificación o razón de la herramienta para el proyecto

Su principal ventaja, es que posibilita comprender y establecer junto a un equipo de diferentes personas, como los clientes/usuarios deberían ser tratados a través de los distintos canales de comunicación o interacción. La información de investigación de usuarios recopilada, analizada y sistematizada es la que nos permitirá generar perfiles cercanos a la realidad de nuestros usuarios, sin un estudio de usuarios no tendremos la certeza de estar diseñando una experiencia de usuario apropiado. El objetivo de esta herramienta es el de comprender, de la forma más clara y visual posible, lo que se encontrara un usuario al usar tu servicio. El mapa no debe ser una representación exacta de las interrelaciones reales de los usuarios. En lugar de esto consiste en una representación general de la experiencia desde el punto de vista de la persona.

La pretensión del estudio es la identificación y descripción de las personas que practican el compostaje, así como el conocer algunos hábitos de comportamiento relativos a esta actividad. Si se consigue una clara percepción de los elementos que definen aquellos

sectores de población susceptibles de participar en un proyecto o experiencia de compostaje en todas sus modalidades

b. Descripción de la aplicación

En esta ocasión queremos detenernos en la herramienta más estandarizada para reflejar el viaje del usuario en un documento. Puede ser utilizado como guía para experiencia, dentro de un equipo de trabajo. Es una interpretación visual que reúne la experiencia con una organización, servicio, marca o producto, durante un tiempo determinado y por medio de distintos canales. Esta interpretación, puede incluir elementos gráficos o textos para facilitar la descripción o intención de acciones determinadas. Y aunque se construye con la perspectiva de un usuario o cliente, también identifica y declara las interacciones relevantes entre las expectativas del usuario y los objetivos de las empresas. Al ser una herramienta que surge desde la investigación, ningún mapa puede ser igual al otro usuario, ya que este considera los criterios de cada individuo y por lo mismo, permite que las organizaciones optimicen sus procesos en pos de construir relaciones a largo plazo basadas en la consistencia y la verdad. El mapa de interacción de usuarios es una herramienta mayormente visual que ayuda a las empresas a comprender las distintas etapas por las que va pasando un usuario al comprar un producto o suscribirse a un servicio.

c. Desarrollo de la herramienta

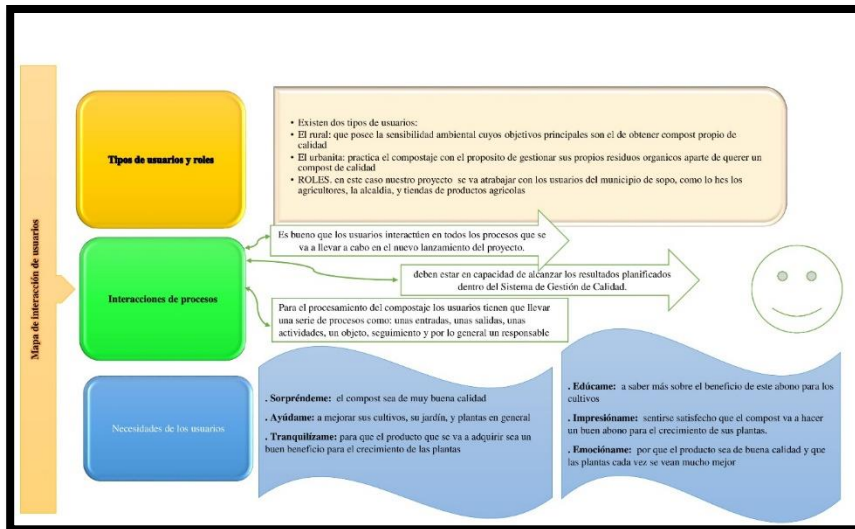


Figura 1. Mapa de la interacción de usuarios/Elaboración propia

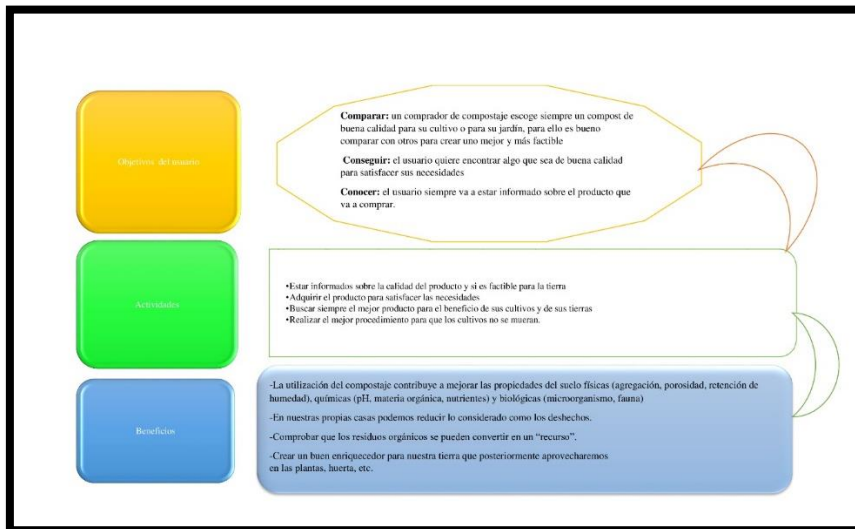


Figura 2. Objetivos, actividades y beneficios del usuario/ Elaboración propia

d. Resultados para el proyecto

Esta herramienta del mapa de interacción de usuarios trae resultados muy positivos para los proyectos debido a que se da a conocer las diferentes capas o niveles que el usuario tiene respecto al proyecto, proporciona una visión clara de la experiencia del usuario al descubrir momentos de frustración y deleite a lo largo de una serie de interacciones. Hecho con éxito, revela oportunidades para abordar los puntos débiles de los clientes, aliviar la fragmentación y, en última instancia, crear una mejor experiencia para el usuario.

Idea

Herramienta: Lienzo del modelo de negocios

a. Justificación o razón de la herramienta para el proyecto

Es un modelo (representación, demostración o simulación) fácilmente ampliable y modificable de un sistema planificado, probablemente incluyendo su interfaz y su funcionalidad de entradas y salidas, posibles clientes, ventajas y adaptable a nuestro proyecto.

b. Descripción de la aplicación

Con esta herramienta podemos observar, y definir nuestros posibles clientes potenciales, Sería de gran ayuda, para nuestro entorno ya que los pequeños y medianos empresarios no tienen los medios para ofrecer sus productos y con este sistema de información y tecnología, sería de gran ayuda y fortalecería los mercados y daría mayor oportunidad a los posibles clientes. nos propone una estructura donde por un lado tenemos el **mercado**, la parte más complicada de gestionar, y por otro lado tenemos nuestro proyecto, entorno, procesos y sus activos. Esto que resulta completamente natural cuando

se aplica a un proyecto que se quiere iniciar, dando directrices y dándonos la claridad de cómo se estructurara el proyecto.

c. Desarrollo de la herramienta

Problemas	Soluciones	Propuesta de Valor	Ventajas Especiales	Segmentos de Clientes
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Los abonos químicos son más costosos, también Potencialmente patógenos ➤ ayuda a mejorar la contaminación de los residuos aprovechados ➤ Los abonos químicos en la fertilización de cultivos actualmente están propiciando que el suelo sufra de un agotamiento o acelerado de materia orgánica y de un desbalance nutrimental 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mejora la calidad de los productos de nuestro municipio ➤ Seguridad, de productos libres de químicos ➤ Nuevas tecnologías, con la implantación de nuestros abonos ➤ Mejora el suelo, dándole fuerza, resistencia, estructura y aireación para que las raíces puedan respirar 	<p>Única</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Rendimiento, unos precios ligeramente por debajo de la media, envío asequible, buen servicio al cliente, y un abono orgánico de excelente calidad, para nuestros agricultores 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Servicio al cliente mediante chat ➤ Accesorias presenciales ➤ Servicio técnico, de nuestros abonos orgánicos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alcaldía de Sojo ➤ Tiendas de productos agrícolas ➤ Pequeños agricultores
	<p>Métricas Claves</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Retroalimentación con los clientes, de nuestros abonos ➤ Lealtad con los clientes ➤ Valor del ciclo de vida del cliente 		<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Por medio de página Web, telefónicamente, redes sociales, accesorias presenciales de nuestros abonos orgánicos 	
<p>Estructura de Costes</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Costos fijos <ul style="list-style-type: none"> - Personal (\$15.000.000) - Seguros (\$1.500.000) - Alquiler (\$2.000.000) ➤ Costos variables <ul style="list-style-type: none"> - Insumos (\$1.000.000) - Servicios públicos (\$700.000) 		<p>Flujo de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Venta de abono orgánico (\$30.000.000) ➤ Capacitaciones, de cómo aplicar nuestros productos, para mejor rendimiento (\$7.000.000) ➤ Soporte técnico, a los diferentes cultivos donde adquieren nuestros productos (\$5.000.000) 		

Tabla 2. Descripción de la operación/ Elaboración propia

d. Resultados para el proyecto

Esta herramienta nos permite al proyecto describir de forma muy clara los pasos de como tenemos que guiar y direccionar nuestro proyecto el cual no los define paso a paso como lo podemos observar dando confiabilidad y una estructura bien definida y clara, a continuación, damos un paso a paso de como ayudaría claramente al proyecto.

Prototipo

Herramienta: Investigación en medios

a. Justificación o razón de la herramienta para el proyecto

Esta herramienta muy útil que aportan a abordar los problemas de una manera diferente, poniendo al cliente al frente, Se puede con esto mejorar servicios, productos, problemáticas sociales, o hacer innovaciones radicales, cambios de paradigmas, por lo que lo mejor es tener en cuenta técnicas, donde lo mejor es poner a las personas en el centro y entender las razones, el por qué, es mejorar y entender de las razones ocultas. Todas las etapas de un proceso de Design Thinking tienen lugar por una u otra razón. En el caso del prototipado, su capacidad para hacernos avanzar es la principal. Al llegar a esta fase del proceso se produce de nuevo una convergencia. Al prototipar, hacemos que las ideas converjan. Y den lugar a una realidad tangible. Tenemos una idea y se hace un prototipo y se lanza al mercado, sin rodeos y con costes más económicas y no gastarse mucha plata ni mucho tiempo para comprobar si funciona o no, sino de la manera más sencilla lanzarla al mercado, y así se mira si funciona o no funciona. Esto quiere decir que hay muchas formas de prototipar = prueba sin rodeos. Como ejemplo a través de herramientas como el Storyboard, dibujaríamos para el usuario su “viaje al quirófano”. Pondríamos los detalles más relevantes que facilitasen la comprensión de lo que estamos diseñando para él y, a

partir de su feedback, veríamos si tiene sentido seguir por ese camino. O en qué aspectos enriquecerlo o variarlo. Existen muchas formas de prototipar. Desde las más rápidas y sencillas hasta otras más elaboradas y que implican más coste y tiempo de elaboración. La utilización de unas u otras dependerá del punto del proyecto en el que nos encontremos.

b. Descripción de la aplicación

Para prototipar a veces solo es necesaria una representación de la forma de uso de un producto o de un servicio. Se trata de simular la interacción incluyendo las características que resultan relevantes para el usuario.

c. Desarrollo de la herramienta

Residuos Orgánicos

Es indispensable poner en marcha una gestión adecuada de estos residuos a través de la práctica del compostaje descentralizado y la separación selectiva en origen donde el compostaje tenga que ser centralizado. Se recoge en su gran mayoría mezclada con el resto de residuos no destinados a reciclaje, y en el mejor de los casos, se separa en plantas de triaje, para después realizar un proceso que antes se llamaba compostaje.

Origen de los residuos orgánicos

- Origen doméstico: procedente de hogares y domicilios.
- Origen comercial: procedente de comercio, como alimentarios (bares y restaurantes, fruterías, carnicerías, supermercados). Además, se genera mucho residuo por alimentos caducados o en mal estado.
- Otro foco son las dependencias y servicio municipales, como los comedores escolares, oficinas, servicios de jardinería y parques, eventos y fiestas.
- Origen industrial: empresas de la preparación y manipulación de alimentos, cooperativas agrícolas

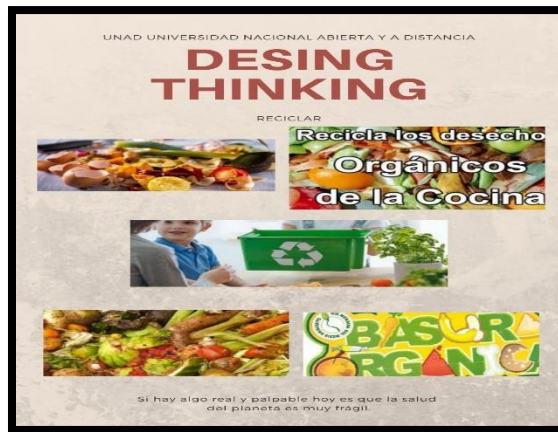


Figura 3. Reciclaje desechos orgánico/Universidad Nacional Abierta y a Distancia

El aprovechamiento de los residuos orgánicos resolvería muchos problemas ambientales y crearía empleo

Actualmente más de la mitad de la materia orgánica de los residuos municipales se desaprovecha y va a vertedero. De la parte que recibe algún tratamiento sólo el 19% se recoge separadamente y produce por tanto un compost de calidad. El que se recoge mezclado sin separación selectiva y se procesa en plantas da como resultado un producto denominado, según la ley de residuos, “material bioestabilizado”, que apenas se puede aprovechar en agricultura ni tiene salida comercial. La presencia de basura orgánica en vertederos tiene efectos muy negativos en el medio ambiente, tales como emisiones de metano, que es un potente gas de efecto invernadero, contaminación de acuíferos por lixiviación y olores en las zonas habitadas próximas.

El fenómeno del Cambio Climático es una problemática a nivel mundial. Por ello, varios países se han comprometido a reducir sus emisiones de Gases Efecto Invernadero (GEI) a través del reconocido Acuerdo de París.

El objetivo es incorporar el reciclaje de orgánicos, a través de la implementación de plantas de compostaje o biodigestores anaeróbicos en diferentes comunas del país. Además, busca crear conciencia en la comunidad sobre el impacto positivo que genera en el medio ambiente la gestión sustentable de residuos, más aún cuando la mitad de la basura generada en los hogares corresponde a orgánicos “La mayoría de las personas no dimensionan lo que significa botar a la basura restos de frutas o verduras, pues asumen que se descomponen de forma natural, sin embargo, el proceso de degradación anaeróbica en los rellenos sanitarios produce la emisión de Gases de Efecto Invernadero, altamente contaminantes para el medio ambiente. De acuerdo al último Inventario Nacional de Emisiones de GEI, en Chile se emiten 3,23 millones de toneladas de CO2 equivalente por concepto de disposición de residuos sólidos municipales. Si el 38% de la población nacional separara sus orgánicos para gestionarlos a través del compostaje, por ejemplo, se lograría reducir estas emisiones en un 30% al año 2030”.

Testea

Herramienta: Mapa de actores

a. Justificación o razón de la herramienta para el proyecto

Durante la fase de Testeo, probaremos nuestros prototipos con los usuarios implicados en la solución que estemos desarrollando. Esta fase es crucial, y nos ayudará a identificar mejoras significativas, fallos a resolver, posibles carencias. Durante esta fase evolucionaremos nuestra idea hasta convertirla en la solución que estábamos buscando.

b. Descripción de la aplicación

Esta herramienta de innovación está centrada en el usuario. Y se utiliza para ofrecer soluciones a deseos o necesidades concretas de las personas. Al diseñar para otros, el primer paso será ponernos en sus zapatos, entender qué es verdaderamente relevante para ellos. Cuánto más capaces seamos de ponernos en su lugar, más facilidades tendremos para comprenderlos e identificar aquello que puede aportarles valor de manera genuina.

c. Desarrollo de la herramienta



Figura 4. Mapa de Actores Abono Orgánico/ Elaboración propia

Como bien se indica nuestro mapa de actores, nos ayuda a identificar cuáles son los usuarios que intervienen en nuestro proyecto siendo así los más influenciadores del mismo.

Empezamos con los más importantes para nuestro proyecto que son los jóvenes y madres cabeza de hogar por quienes más nos inclinamos ya que la tasa de desempleo en esta población es la más alta en todo el país y en el municipio de sopó.

Los financiadores son otra parte importante ya que gracias a ellos invertiremos para que nuestro proyecto pueda ser ejecutado y podamos seguir creciendo.

El ministerio de trabajo será uno de los más interesados ya que nuestro proyecto será fuente de empleo para muchas personas en el municipio de Sopo, las cuales podrán acceder sin ningún tipo de experiencia laboral.

Se cumplirá con la política nacional del medio ambiente decretada por el ministerio de ambiente y desarrollo sostenible.

Los emprendedores del agro estarán interesados en este proyecto por ser apasionados a los que hacen y porque hoy en día todo lo que tiene que ver con el medio ambiente lo hace ser más innovador como lo es este proyecto.

Capítulo IV: Plan de mercadeo

a) Descripción de los atributos y beneficios del producto o Servicio a ofrecer al mercado

Definición de producto:

Nuestro producto principal se trata de abono orgánico, elaborado a partir de residuos de origen vegetal que se pueden clasificar por su contenido de Carbono (residuos vegetales secos, pajas, virutas, aserrín, cascarillas, hojarasca, pasto seco, residuos de cocina crudos entre otros) y por su contenido de Nitrógeno (estiércoles, contenido ruminal, residuos de vegetales verdes o recién cortados). Para garantizar la calidad del abono, además debe existir un equilibrio entre la cantidad de residuos ricos en Carbono (500 Kg) y la cantidad de residuos ricos en Nitrógeno (400 kg)

Beneficios del producto

- Abono orgánico obtenido de manera natural a través del Compostaje
- Abono rico en nutrientes
- Contribución al medio ambiente, reduciendo basura que llega a los vertederos, se genera menos basura que contamina y perjudican la salud y bienestar de ambiente y personas
- Reducción en costos
- El producto brinda calidad en cosechas
- Aporta múltiples nutrientes a la tierra
- Aumento de la humedad del suelo
- Cero toxico para las personas, ambiente, animales
- Contribuye a la reducción de la contaminación de suelos y agua
- Seguridad, producto libre de químicos
- Nuevas tecnologías, con la implantación de nuestros abonos
- Un mejor suelo, este abono brinda fuerza, resistencia, estructura y aireación para que las raíces puedan respirar
- Contribuye a que la planta capte otros minerales
- Estimula la actividad microbiana presente en el suelo
- Recoge o ayuda a retener agua en las plantas o cultivos beneficiando las plantas

- Reduce y evita de enfermedades y daños en los cultivos

Atributos el producto

La agricultura orgánica es una forma de producir sosteniblemente, disminuyendo el uso de fertilizantes y plaguicidas. Resulta importante incrementar la eficiencia de utilización de los fertilizantes para evitar la degradación ambiental. Para ello, es necesario implementar tecnologías que permitan la aplicación de estos en el sitio y cultivo específico con el fin de cumplir la demanda de este. En este sentido, se ha señalado que el uso eficiente de nutrimentos es un aspecto relevante, debido al incremento en los costos y el impacto ambiental asociado con su uso inapropiado. Los abonos orgánicos constituyen un elemento crucial para la regulación de muchos procesos relacionados con la productividad agrícola; son bien conocidas sus principales funciones, como sustrato o medio de cultivo, cobertura o mulch, mantenimiento de los niveles originales de materia orgánica del suelo y complemento o reemplazo de los fertilizantes de síntesis; este último aspecto reviste gran importancia, debido al auge de su implementación en sistemas de producción limpia y ecológica. El abono orgánico es el material resultante de la descomposición natural de la materia orgánica por acción de los microorganismos presentes en el medio, los cuales digieren los materiales, transformándolos en otros benéficos que aportan nutrimentos al suelo y, por tanto, a las plantas que crecen en él. Es un proceso controlado y acelerado de descomposición de los residuos, que puede ser aeróbico o anaerobio, dando lugar a un producto estable de alto valor como mejorador del suelo. Los abonos orgánicos tienen altos contenidos de nitrógeno mineral y cantidades significativas de otros elementos nutritivos para las plantas. Dependiendo del nivel aplicado, originan un aumento en los contenidos de materia orgánica del suelo, en la capacidad de retención de humedad y en el pH, también

aumentan el potasio disponible, y el calcio y el magnesio. En cuanto a las propiedades físicas, mejoran la infiltración de agua, la estructura del suelo y la conductividad hidráulica; disminuyen la densidad aparente y la tasa de evaporación, así como promueven un mejor estado fitosanitario de las plantas.

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

- Agricultores y campesinos del sector, fincas y municipios aledaños, ya que la sabana de Bogotá se caracteriza por ser un lugar con mucha vegetación, fincas y cultivos nuestro producto tendría una gran acogida.
- Propietarios de viveros
- Clientes particulares
- Empresas de jardinerías
- Ámbito agrario, cooperativas
- Dueños de Huertos particulares
- Fincas

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

- Pequeños micro empresarios que trabajan desarrollando cultivos y productos naturales y orgánicos
- Grupos de emprendedores de mercados campesinos

- Finqueros y agricultores que busquen calidad y beneficio en sus procesos agro
- Personas que están iniciando en el tema del agro, cultivos y todo lo relacionado con el campo y que además requieran orientación

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

- Entidades mancomunadas de gestión de residuos del municipio
- Vendedores de tierra fértil

Las empresas que se mencionan a continuación distribuyen y son fabricantes de productos fertilizantes, abonos y distintos productos para mantenimiento de cultivos a través de procesos orgánicos, siendo distribuidores en Sopó Cundinamarca

- **Agro nutrición**
- **Mycsa Ag**
- **Ibicol**
- **Green col SAS**
- **Agro insumos Sopó (Distribuidora de distintos productos fertilizantes)**

- Dentro del análisis realizado encontramos también las siguientes empresas las cuales prestan y satisfacen a nuestros posibles clientes con productos orgánicos, dentro de las cuales tenemos:

- Abonos químico-orgánicos de Colombia SAS
- Sales mineralizadas y abonos orgánicos colosal SAS
- Abonos biológicos Ltda.
- Abonos superior SAS

e) Identificar los aliados clave del modelo de negocio del proyecto de emprendimiento social y proponer acciones de cooperación como alianzas estratégicas.

Se podría realizar alianzas desarrollando el proyecto de la mano o contribuyendo, participando con las actividades desarrolladas por la alcaldía fomentando el cuidado medioambiental, el manejo de la tierra, cultivos mediante procesos más naturales y en este caso orgánicos esto nos daría un gran apoyo e impulso para trabajar con las empresas agro, fincas, y campesinos del sector poder no solo ofrecer e impulsar nuestro producto sino desarrollar actividades de acompañamiento, charlas, capacitaciones y así satisfaciendo en mayor medida las necesidades de este sector, quienes también nos pueden brindar aportes e ideas para el desarrollo de nuevos productos que puedan aportar al sector También se puede realizar alianzas con los distribuidores del municipio, tiendas de producto agro y de Cundinamarca (municipios aledaños) brindando un precio justo de beneficio tanto para nosotros como fabricantes como para ellos y también capacitando este tipo de negocios para que puedan llegar de una forma más eficaz a los consumidores o clientes finales con información real y de beneficio para ellos.

También se podrían realizar alianzas con los campesinos y emprendimientos agro quienes se basan en cultivar sus productos de una forma más natural, se podría crear una alianza donde ellos puedan adquirir nuestro producto a un precio más cómoda y también nosotros aportarles impulsando sus productos en los mercados campesinos que se realizan

en el municipio, acompañándolos y capacitándoles para que sus procesos puedan ser de mayor calidad.

Dentro de nuestros aliados podemos tener a cultivadores, campesinos, agricultores y en general a todas aquellas personas que tengan cultivos y plantas y que deseen brindarles un cuidado natural, comerciantes interesados en distribuirle y obtener una ganancia, donde queremos llegar a:

- Ampliar los canales de distribución a través de los cuales la empresa comercializa sus productos/servicios.
- Fortalecer el contacto posventa o los servicios complementarios que ofrece la compañía.
- Ampliar la cobertura geográfica, llegando a mercados antes desatendidos por falta de presencia o atención local.
- Llegar a un mayor número de clientes potenciales, vía eventos o campañas de comunicación conjunta.
- Fortalecer la imagen de la marca a través de asociarse con otra que ya está posicionada con la imagen deseada.
- Disminuir costos de operación al compartir esfuerzos comerciales, de marketing o logísticos.

f) Estrategias de mercadeo

Estrategia de comunicación

Ferias, eventos, charlas, capacitaciones para no solo tener compradores sino fidelizar y escuchar las necesidades de nuestros clientes, tener una comunicación de doble vía, escuchar sus sugerencias, resolver inquietudes, contribuir al desarrollo de sus actividades en el tema agro, acompañamiento y cercanía.

Además, creando una cultura de valores esenciales que nos caractericen y con los cuales también puedan identificarse nuestros clientes basando nuestras relaciones en dichos valores y principios como honestidad, transparencia, equidad, etc.

Estrategia de Posicionamiento

- **Beneficio:** Dar a conocer e impulsar nuestro producto recalcando y enfocándonos en los beneficios que brinda nuestro producto para los cultivos, procesos agros, cultivo de alimentos, beneficios para el cuidado de la tierra, las cosechas, la calidad en los productos y servicios, la preservación de su naturalidad, diseñando una campaña publicitaria y la imagen de nuestro producto rescate estos aspectos
- **Competidor:** Dar a conocer las ventajas, pro de nuestro producto vs los tradicionales los cuales son una competencia directa por sus marcas, por ser productos tradicionales de uso como frecuente por los que trabajan en el agro.

Para ello hay que dar a conocer a nuestro público objetivo puede ser en las charlas de nuestro producto sobre los contras del uso de productos químicos que son los que ocupan el mayor mercado y los beneficios de lo orgánico y natural dando así un impulso a nuestro producto y generando satisfacción en las necesidades de nuestros clientes y su rol

Por otra parte, también se implementarán las siguientes actividades como parte de las estrategias:

a. Lanzamiento

En esta fase **el primer impacto es fundamental**. No conocen a nuestra empresa, negocio, marca o producto, y la primera impresión será fundamental.

Será muy importante analizar bien muchos factores para que este lanzamiento sea efectivo.

b. Visibilidad

La visibilidad de marca será muy importante en nuestra estrategia de marketing y comunicación.

En esta fase, **nuestro esfuerzo estará centrado en darnos a conocer y ser más visibles**.

En esta fase, podremos apostar por **campañas de marketing en redes sociales**, colaboraciones con influencias o con medios de comunicación.

También podemos utilizar otros canales de pago para darnos a conocer de una forma más inmediata como la publicidad en redes sociales, etc.

Estas medidas nos ayudarán a amplificar nuestra visibilidad, serán el altavoz que necesitamos para ser más visibles.

c. Estrategia de confianza

Como en cualquier relación, **si no hay confianza, no te van a elegir**. Para que te compren, tenemos que generar una crear un vínculo de entre el cliente y nosotros para que

crean en nuestro producto, en la marca de nuestros abonos orgánicos y los productos de nuestra empresa. Con lo cual generaremos la importancia para **generar la confianza y tener grandes ventas.**

Estrategia de Diferenciación

Estrategia de diferenciación por “Diferenciación”: Resaltar los atributos importantes del producto y para el uso de quienes son nuestros clientes y sus actividades, resaltando su innovación, contribución y aporte al medio ambiente, rescatándolo como más que un producto, una marca que genera valor al entorno y beneficio para el tema agro el cual beneficia a nuestra sociedad en muchos aspectos.

Y no solo de esta manera sino la también innovación al realizar acompañamiento, guía y capacitación a nuestros clientes interesados y que hagan uso del producto, orientándoles en sus procesos y prácticas de cultivo, cosecha, tratamiento de la tierra, cuidados medio ambientales etc.

Además del aporte de valor que se está haciendo a la sociedad mediante el proyecto ya que hay que recordar que esta es una empresa social que beneficiara a muchas madres cabeza de hogar y jóvenes desempleados lo cual, aunque no se usara como algo para manipular la compra o ganar clientes pues nuestra empresa debe estar basada en valores, la honestidad y transparencia si puede ser un aspecto importante de conocer para los clientes pues quizás muchos se encuentren interesados en apoyar dicha iniciativa.

Por otra parte, principalmente se deberá hacer una investigación previa sobre los intereses y necesidades de los posibles clientes con el fin de diseñar una propuesta de diferenciación o estrategia acertada que cumpla con las expectativas y satisfaga las verdaderas necesidades de los clientes, así como pueda suplir toda brecha que haya en el

mercado para este segmento o campo y asegurar la confianza en la calidad y eficacia de nuestro producto la cual sea verdadera.

Dentro de esta estrategia queremos implementar tres optimizaciones en la elaboración de nuestro producto el cual nos diferenciará, de las otras marcas y nos dará un plus de crecimiento y calidad ante nuestros clientes las cuales son:

- La calidad de su operatividad.
- El aumento de su productividad.
- La reducción de los márgenes de error.

Además, Social Media: deberá describir la estrategia y acción desarrollando los contenidos a manejar en redes sociales. (YouTube, LinkedIn, Facebook, Twitter), se debe describir el propósito de cada acción dentro del proyecto de emprendimiento social

Link de la página en Wix de nuestro proyecto:

<https://miangelo999.wixsite.com/website>

Estrategia de comunicación mediante el marketing digital, redes sociales brindando información importante, relevante para nuestros clientes sobre nuestros productos y servicios y vía E-mail, página web. Líneas telefónicas Captando nuevos clientes y sectores y brindando atención oportuna, asesoría, y atención de quejas, inquietudes de nuestros clientes.

En nuestro proyecto de emprendimiento nos direccionaremos por dos fuentes de estrategias y acciones, para manejarnos en las redes sociales; Para dar a conocer nuestra empresa y además conseguir visibilidad y posicionamiento lo ideal sería diseñar un plan de acción con estrategias de comunicación onffline y online.

La combinación de ambas estrategias comunicativas será la fórmula que nos ayude a conseguir notoriedad y reconocimiento. Pero vamos a centrarnos en las estrategias de comunicación online y estrategias de marketing digital.



Figura 5. Estrategias de Marketing Digital/Elaboración propia

Capítulo V: Proyecciones operativas, financieras y evaluación financiera

- a. **Tamaño del proyecto:** Descripción de la capacidad instalada de la empresa en términos de unidades en coherencia con el potencial de mercado identificado. Se debe contemplar el tipo de tecnología que se ha de emplear. El tamaño en términos del espacio que se requiere.

Tabla 1. Capacidad instalada

Conceptos	Unidad de medida
Área	100 m ²
% de espacio utilizado	75%

Tabla 1. Capacidad Instalada/ Elaboración propia

- a. **Disponibilidad insumos:** Descripción de las fuentes de insumos y si es necesario contar con un stock o no de inventarios, así como revisar cada cuando se haría la rotación de estos. Esta con la finalidad de identificar los recursos económicos que se requieren para stock de materia prima.

- Rastrojos
- hojarasca
- Frutos
- Tubérculos
- Hierbas
- Paja
- Arbustos
- Restos de frutas y verduras
- Sobrantes de café
- Bolsas de Te
- Aserrín
- Papel
- Cartón
- Cascaras de huevo

b. Descripción técnica del producto (bien o servicio): Características para evocar los actividades, infraestructura y recursos adicionales que se necesitan. Por ejemplo, el tipo de maquinaria. En otras palabras, la intención es visualizar los diferentes procesos que se requieren desde la concepción del servicio hasta su entrega al cliente final.

Producto: Abono orgánico

Proceso:

Compostaje obtenido de fuentes naturales (Sobrantes de frutas y verduras de casas y restaurantes, desechos de café, residuos vegetales, fuentes minerales)

Características y beneficios:

- Preparación y mejorador del suelo
- Abono rico en nutrientes
- Contribución al medio ambiente, reduciendo basura que llega a los vertederos, se genera menos basura que contamina y perjudican la salud y bienestar de ambiente y personas
- Reducción en costos
- El producto brinda calidad en cosechas
- Aporta múltiples nutrientes a la tierra
- Aumento de la humedad del suelo
- Cero toxico para las personas, ambiente, animales
- Contribuye a la reducción de la contaminación de suelos y agua
- Seguridad, producto libre de químicos
- Brinda fuerza, resistencia, estructura y aireación para que las raíces puedan respirar
- Contribuye a que la planta capte otros minerales
- Estimula la actividad microbiana presente en el suelo
- Recoge o ayuda a retener agua en las plantas o cultivos beneficiando las plantas
- Reduce y evita de enfermedades y daños en los cultivos
- Generación de desarrollo productivo mediante el cuidado y calidad brindada al medio ambiente

Proceso (Resumen):

- Recolección de los residuos sobrantes o que se usaran para el compostaje
- Clasificación de los residuos y desecho de aquellos que no sirven
- Tratamiento y manejo de los residuos
- Mezcla fuentes animal, vegetal y mineral
- Toma de temperatura y control de temperatura para la adecuada descomposición, transformación a través de bacterias y microorganismos
- Producción y procesamiento, con postación, control temperatura
- Industrialización, formación del producto
- Secado
- Clasificación
- Presentación
- Almacenaje

c. Descripción de la maquinaria: Instalaciones necesarias para la puesta en marcha del proyecto, así como los demás elementos que se requieren para el funcionamiento del proyecto. Por ejemplo, tipo de maquinaria, condiciones del local es caso de ser un servicio, entre otros. Se debe hacer una proyección de la cantidad de recursos económicos y del porcentaje de aprovechamiento. Presentar la información en una tabla similar a la siguiente.

Tabla 2. Descripción de maquinaria y elementos operativos

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Máquina trituradora	1	\$ 1'300.000	\$ 1'300.000
Medidor de pH	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Termómetro para compost	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Aireador	1	\$ 300.000	\$ 300.000

Bolsas Compost adoras	40	\$ 3.000	\$ 120.000
TOTAL			\$ 2'420.000

Tabla 2. Descripción de maquinaria y elementos operativos/ Elaboración propia

d. Distribución en planta

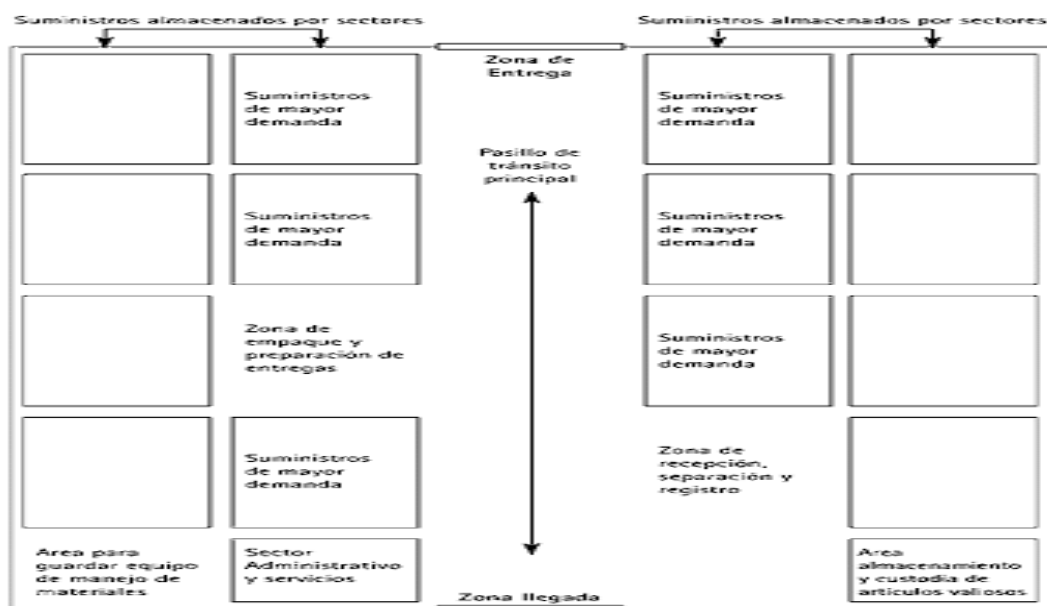


Tabla 3. Distribución en planta/ Elaboración propia

- e. **Descripción de los cargos:** Presentación del organigrama y las necesidades de personal con sus respectivas proyecciones de sueldos. Se debe relacionar los costos parafiscales.

Cargo	Descripción	Salario	Prestaciones
Coordinador	Representar, planear, dirigir y controlar la ejecución de los objetivos y servicios que presta la unidad estratégica de negocio, integrando el área administrativa.	1.600.000	128.000

Secretaria	Preparar, tramitar, y controlar la documentación generada en la coordinación. convocar a sesiones o reuniones.	1.389.800	111.184
Operario	Realizar la separación manual de los residuos orgánicos que lleguen a la planta de compostaje. estar a cargo del almacenamiento y despacho del producto terminado.	1.350.000	108.000
Operario de vehículos	Conducir el minicargador que le sea asignado para realizar los transportes de materia prima y producto en proceso al interior de la planta.	1.330.000	106.400
Recolector	Encargado de recolectar todos los residuos orgánicos de los hogares.	1.300.000	104.000

Tabla 4. Descripción cargos y sueldos/ Elaboración propia

- f. Descripción de equipos de oficina:** Elementos que se necesitan para la operatividad de los cargos administrativos. En caso de ser un servicio, estarán en el numeral anterior.

Tabla 5. Descripción equipos de oficina

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computador y Software	1	\$ 2'000.000	\$ 2'000.000
Impresora, fotocopiadora	1	\$ 1'400.000	\$ 1'400.000
Paquete de papelería (Bolígrafos, papel, grapadora etc.)	5	\$15.000	\$75.000
Lámpara	1	\$50.000	\$50.000
Mobiliario (silla, escritorio)	1	\$ 500.000	\$ 500.000
TOTAL			\$ 4'025.000

Tabla 5. Descripción equipos de oficina/ Elaboración propia

g. Procesos pre operativos: Acciones preliminares para iniciar labores, como permisos, registro de la empresa, seguros, entre otros.

- ✓ Elaboración del documento de constitución, el cual debe autenticar ante la Notaria en el municipio Sopo

- ✓ Diligenciar el formulario de matrícula el cual será suministrado por la Cámara de Comercio de Cundinamarca

- ✓ Tramitar ante la DIAN el NIT respectivo.

- ✓ Cancelar los derechos de registro y matrícula de la empresa

- ✓ Registro de los libros de contabilidad

h. Localización: Descripción del ámbito territorial donde se montará el proyecto (bien o servicio) sustentando las ventajas y desventajas. Por ejemplo, vías de acceso, proximidad con los clientes, costos de los espacios, seguridad, disponibilidad de espacios, entre otros aspectos que considere claves

Localización: Municipio Sopó Cundinamarca

Ventajas:

- Fácil acceso al municipio por contar con vías directas hacia la capital, además de su cercanía a esta y municipios aledaños hacia el norte como Tocancipá, Zipaquirá, hacia el Sur la vía hacia la Calera y Bogotá, oriente Guasca. Además, cuenta con distintas vías que, aunque no se encuentran pavimentadas permiten el acceso, entrada y salida al municipio

- Característico por su reserva forestal,
- Turismo
- Zona Industrial, fábricas y empresas agro

- Auge de comercio
- Cuenta con gran número de agricultores, fincas, cultivos

Desventajas

- Presencia de nuevas empresas y productos en el comercio que son competidores directos de nuestro producto
- Cercanía con la Capital, muchas personas optan por dirigirse allí para abastecerse al por mayor de todo tipo de productos
- Proyectos del municipio que compiten con nuestro producto e idea de proyecto

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.

Tabla 6. Cálculo de la demanda

Población objetivo	Empresa que distribuyan abonos orgánicos, cultivadores
Consumo promedio (mensual o anual)	88,89%
Total, consumo	100%
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)	88,89%
Total, demanda potencial	88,89%

Tabla 6. Calculo de demanda/ Elaboración propia

Tabla 7. Proyecciones de ventas

	Año 1	Año 2	Año 3
TOTAL			
Enero	1.000.000	2.500.000	3.500.000
Febrero	2.500.000	3.000.000	4.000.000
Marzo	3.000.000	4.500.000	4.500.000
Abril	3.500.000	5.000.000	5.000.000
Mayo	4.000.000	5.500.000	5.500.000
Junio	4.500.000	6.000.000	6.000.000
Julio	5.500.000	6.500.000	6.500.000
Agosto	6.000.000	7.000.000	7.000.000
Septiembre	6.500.000	7.500.000	7.500.000
Noviembre	7.000.000	8.000.000	8.000.000
Diciembre	7.500.000	8.500.000	8.500.000

Tabla 7. Proyecciones de ventas/ Elaboración propia

En caso de que, la demanda del producto sea estacional se debe sustentar cuáles son y en qué meses se podría presentar.

- **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

Tabla 8. Punto de equilibrio

	Año 1
Total, costos fijos	30.000
Total, costos variables	25.000
Número de unidades	1

% de ventas a contado	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
% de ventas a crédito	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Tabla 10. Proyecciones de ingreso por ventas mensual/ Elaboración propia

Capital de trabajo

Una vez se pone en marcha un proyecto, se presenta diferencia de tiempo de producción, venta y cobro que hace que la empresa no siempre empiece a recibir dinero desde su apertura, sin embargo, si necesita recursos para responder a los costos y gastos presentes, así que es necesario contar con un de flujos de caja, que permita solventarlos.

Contablemente el capital de trabajo es la diferencia entre activos y los pasivos corrientes. Entonces, para calcularlo, simplemente siga la fórmula: $NWC = CA - CL$. Los activos corrientes se refieren al efectivo en caja, inversiones financieras, cuentas por pagar y por cobrar, acciones, gastos, materias primas, valores, depósitos bancarios, transacciones bancarias y gastos prepagos. Por lo tanto, son los activos y derechos que pueden convertirse en efectivo a corto plazo. Los pasivos corrientes son todas las obligaciones que normalmente deben pagarse dentro de un año, como préstamos bancarios, deudas con proveedores internos y externos, provisiones y ciertas cuentas por pagar.

El capital de trabajo es un presupuesto inicial necesario para realizar las operaciones cotidianas antes de obtener ingresos suficientes que sirvan para cubrir los egresos. En

Gastos de marketing	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Otros gastos	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Total, egresos	5.9	5.9	5.9	5.9	5.9	5.9	5.9	5.9	5.9	5.9	5.9	5.9
Flujo mensual (diferencia entre los ingresos y los egresos)	13,4	15,9	13,4	15,9	15,9	15,9	13,4	15,9	15,9	17,9	8,9	11,9

Tabla 11. Flujo de caja mensual/ Elaboración propia

Tabla 12. Saldos acumulados (en miles)

	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Flujo mensual	5.9	5.9	5.9	5.9	5.9	5.9	5.9	5.9	5.9	5.9	5.9	5.9
Flujo mensual acumulado	5,9	11,8	23,6	29,5	35,4	41,3	47,2	53,1	59	64,9	70,8	76,7

Tabla 12. Saldos acumulados/ Elaboración propia

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

Inversiones

a. Inversión inicial, descripción los conceptos que incluyen este rubro y presentar su respectiva tabla. Por ejemplo, inversión en activos fijos, inversión en gastos de instalación y puesta en marcha e inversión en capital de trabajo.

Tabla 13. Inversión total

Rubro	Concepto	Valor
Activos fijos	Maquinaria y equipo	8.000
	Equipo de oficina	4.000
Instalaciones y puesta en marcha	Estudios de investigación	0

	Adecuación del local o espacio de producción	2.000
	Gastos legales de constitución	1.500
	Marketing	500
	Arriendo	500
	Sueldos	4.361
Capital de trabajo		1.000
TOTAL		19.861

Tabla 13. Inversión total/ Elaboración propia

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

Recursos Propios	30.000.000
Préstamo	70.000.000
Subsidios del gobierno	25.000.000
Apoyo a emprendedores alcaldía	20.000.000
VALOR TOTAL	\$ 145.000

Tabla 14. Fuentes de capital de inversión/ Elaboración propia

Conclusiones

La supervivencia de una compañía depende de muchas variables y una de ellas es la de encontrar métodos que ayuden a elevar los niveles productivos a toda costa, sin dejar de lado un trabajo responsable que se dedique sin descanso a reducir los costos de operacionales, sin descuidar todo ese desarrollo de marketing, donde todo sea un conjunto mancomunado para lograr la eficiencia en operaciones; hacer un estudio detallado en la revisión y análisis de las tareas específicas de cada sector, mirar en detalle cada tarea, los tiempos, y todo lo relacionado con el manejo de la información, lo que llevará a observar, en detalle, la funcionabilidad de la compañía y por tanto su viabilidad y garantice su competitividad..

Este trabajo, se realizó el análisis de la inversión que se tiene que realizar, para la proyección de nuestro proyecto en cuanto a gasto, proyecciones de ventas y capital para la conformación y estructuración de nuestro proyecto.

Referencias

- Colombia Joven [Colombia Joven]. (2014). ¿Qué es Innovación Social? [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=MKFltzF6ToA> Curto Grau, Marta (2012)
- Los emprendedores sociales. Innovación al servicio del cambio. Recuperado de <http://www.bibliotecavirtual.info/2012/08/losemprendedores-sociales-innovacion-al-servicio-del-cambio-social/> Buckland, Heloise y David Murillo. (2014).
- La innovación social en América Latina. FOMIN. Recuperado de http://proxymy.esade.edu/gd/facultybio/publicos/1431613105032_ESADE-FOMIN-La-innovacion-social-en-America-Latina-Marco-conceptual-y-agentes-1.pdf.
- ProQuest Ebook Central. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.4421910&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Kerestegian S. (2017). Dias Norticos 2017: Design Thinking. (Video) Recuperado de https://www.youtube.com/watch?time_continue=55&v=a9-_5IVg83w
- Mejía Martínez, A. (19,11,2018). OVI unidad 3 Modelo de Negocio Design Thinking. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/21685>
- Merino de Diego. El emprendimiento social: un territorio de aprendizaje para la superación de un modelo en crisis. Revista ICADE. N.º 91, págs. 173-199, enero -abril de 2014. ISSN: 18897045. Repositorio de <http://hdl.handle.net/11531/20217>.

- Alcaldía de Medellín & COMFAMA. (2012). Revisión conceptual sobre emprendimiento social. En Empresas sociales (P 3-29). Recuperado de https://issuu.com/marcoscastro28/docs/revisi__n_conceptual_sobre_el_emprendimiento
- Pérez, S. G. (2016). Diseño de proyectos sociales: Aplicaciones prácticas para su planificación, gestión y evaluación (pp.31-100). Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.5102422&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Meza Orozco, J. de J. (2010). Evaluación financiera de proyectos (pp.113-145).

Vol. 2. ed. Ecoe ediciones. Recuperado de

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=478467&lang=es&site=eds-live&scope=site>