

## **Propuesta Comedor Comunitario “Construyendo Futuro”,**

Carlos Felipe Rodríguez Vargas

Gustavo Adolfo Parra

Frank Mauricio Betancurt

Juan David Medina

Jhonatan Alquiver Peláez

Tutora:

Dina Luz Daza

Universidad Nacional Abierta y A Distancia - UNAD  
Diciembre de 2020

## Contenido

1. Descripción y planteamiento del problema .....	6
2. Presentación del proyecto de emprendimiento .....	9
2.1.1 Misión.....	9
2.1.2 Visión .....	9
2.1.3 Objetivos.....	10
2.1.3.1 <i>Objetivo general</i> .....	10
2.1.3.2 <i>Objetivos Específicos</i> .....	10
2.1.4 Resumen .....	11
2.1.5 Nombre del Proyecto.....	12
2.1.5.1 <i>Pertinencia</i> .....	12
2.1.6 Estrategias del factor innovador.....	14
2.1.7 Impacto social.....	15
2.1.8 Factor Productivo .....	16
2.1.9 Factor innovador .....	17
2.1.10 Mercado Objetivo .....	17
3. Formulación de la propuesta de valor .....	20
3.1. Modelo Desing Thinking.....	20
3.1.1 Empatizar.....	20
3.1.2 Técnicas .....	20
3.1.2.1 <i>Técnica Mapa de actores</i> .....	20
3.1.2.2 <i>Técnica: Análisis de competencia</i> .....	22
3.1.2.3 <i>Técnica: Mapa mental</i> .....	25
3.1.2.3 <i>Técnica: Infogramas</i> .....	28
3.1.2.4 Testea.....	32
3.1.2.5 <i>Técnica: Evaluación de experiencia</i> .....	32
4. Plan de Mercadeo .....	40
4.1. Atributos y Beneficios.....	40
4.2. Grupo Objetivo del proyecto .....	41
4.3. Segmentación.....	42
4.4. Competencia .....	42
4.5. Aliados clave del modelo de negocio.....	43

5. Estrategias de Mercadeo.....	44
5.1. Estrategia de comunicación.....	44
5.2. Estrategia de Posicionamiento.....	46
5.3. Estrategia de Diferenciación.....	47
6. Proyección operativa y financiera.....	49
Conclusiones.....	69
Referencias .....	71

## Lista de imágenes

	Pág.
Imagen 1. Consolidación	18
Imagen 2. Mapa de actores	19
Imagen 3. Mapa mental	25
Imagen 4. Pasos para una huerta saludable	26
Imagen 5. Calidad y estado de los productos	27
Imagen 6. Distribución del mercado	28
Imagen 7. Comedor infantil	29
Imagen 8. Motivaciones	29
Imagen 9. Niños en estado de desnutrición	30
Imagen 10. Campaña por los niños	31
Imagen 11. Rango de edades personas encuestadas	33
Imagen 12. Nivel de satisfacción	33
Imagen 13. Variedad t calidad	34
Imagen 14. Nivel de confort	34
Imagen 15. Nivel de satisfacción con la preparación de los platos	35
Imagen 16. Conocedores de nuestro compromiso social	36
Imagen 17. Apoyo total a nuestra iniciativa	36
Imagen 18. Plano de la planta	52
Imagen 19. Organigrama	53

### Lista de tablas

	<b>Pág.</b>
Tabla 1. Rol y características de los actores	20
Tabla 2. Capacidad instalada	49
Tabla 3. Descripción de maquinaria y elementos operativos	49
Tabla 4. Personal	55
Tabla 5. Grupos de interés	
Tabla 6. Descripción equipos de oficina	56
Tabla 7. Cálculo de la demanda	57
Tabla 8. Proyecciones de ventas	58
Tabla 9. Punto de equilibrio	59
Tabla 10. Gastos fijos	59
Tabla 11. Costos variables	60
Tabla 12. Proyecciones de ingresos por ventas	60
Tabla 13. Proyecciones de ingresos por ventas mensuales	62
Tabla 14. Flujo de caja mensual	64
Tabla 15. Saldos acumulados	65
Tabla 16. Inversión total	66
Tabla 17. Amortización	67

## 1. Descripción y planteamiento del problema

De acuerdo con la necesidad que enfrenta el departamento del Choco en cuanto a la desnutrición infantil ha hecho que creemos esta nueva idea de proyecto, donde se puede evidenciar la preocupación por brindar nuevas oportunidades alimenticias, laborales, psicosociales a partir del mejoramiento del ambiente y la conciencia de cada uno de los residentes que allí habitan.

En el presente trabajo se representa el análisis detallado de ciertos aspectos que dan una visión más amplia sobre el tema “la desnutrición infantil” y el proyecto que se pone en marcha para tratar el mismo “Comedores comunitarios Construyendo Futuro” y a su vez evaluar su aplicación mediante diagnóstico por medio de informe y análisis estadístico.

En el presente proyecto se tiene en consideración el entorno social donde se desarrollará, con el fin de tener en cuenta cada ente, cada individuo y cada aspecto que se debe mejorar para que el proyecto sea exitoso, siendo este una opción para crear conciencia, empleo y demás beneficios en pro del mejoramiento de la comunidad del Choco y como alternativa para contribuir a la disminución del problema que tanto aqueja a este departamento y municipios aledaños.

La infancia es considerada como una etapa trascendental en el proceso evolutivo del hombre, caracterizada por dos fenómenos: crecimiento y desarrollo, para lo cual es fundamental una adecuada nutrición.

Los estragos que provoca la desnutrición que se padece en la infancia son los más lamentados por una sociedad, ya que en esta etapa el mayor impacto lo sufre el cerebro del niño, en el que se producirían alteraciones metabólicas y estructurales irreversibles, sin embargo, la

desnutrición infantil no es sólo un problema de falta de alimentos, es un conflicto social más profundo, que debe ser tenido en cuenta a la hora de brindar soluciones.

La Desnutrición Infantil ha alcanzado altas cifras de mortalidad en las comunidades y por su complejidad reclama acciones oportunas y urgentes, hacer un trabajo de Emprendimiento Social basado en esta genera un gran impacto y mejoraría la calidad de vida de la población afectada especialmente los niños.

La gran cantidad de condiciones que nos presenta esta problemática nos lleva a plantear soluciones innovadoras de gran impacto de manera que se propongan alternativas en pro de mejorar la salud de las familias y el entorno en el que viven es por eso que se plantea la propuesta del **Comedor Comunitario “Construyendo Futuro”**, con el objetivo de brindar una alimentación balanceada para la población infantil en situación de pobreza, como alternativa para combatir la desnutrición infantil, a partir de un trabajo con las comunidades donde ellas participan activamente en los procesos e igualmente se incorporan a la cadena de valor de proyecto.

Con un trabajo en conjunto y la realización de huertas caseras las cuales nos servirán de sustento no solo alimentario si no económico para poder tener resultados positivos, y a si a portar y apoyar una parte de nuestra población más vulnerable contribuyendo con la alimentación de nuestros niños en riesgos de desnutrición.

Diseñar una estrategia de marketing debe responder a los objetivos generales y específicos de la marca, producto o servicio como es nuestro caso, considerando todos los recursos posibles. Además se debe analizar el mercado objetivo, conociendo sus hábitos de consumo y sus necesidades para buscar satisfacerlas, buscando una correcta segmentación del mercado.

Los objetivos de la estrategia de marketing están dirigidos a seleccionar el mercado objetivo que tiene necesidad de nuestro servicio, desarrollar una imagen de marca acorde con el proyecto y trazar una estrategia comercial que facilite la comercialización del producto que deseamos posicionar utilizando los medios y recursos disponibles.

La importancia de la estratégica del marketing radica en proporcionar un enfoque y un objetivo claro, permitiendo descubrir las oportunidades que existen en el mercado, así como las amenazas, concentra los recursos en tareas prioritarias que generan la mayor productividad, permite la diferenciación de los competidores usando sus desventajas como valor agregado, convierte los objetivos, misión y visión de la empresa en iniciativas reales y alcanzables y por ultimo dota de una hoja de ruta con metas a corto, mediano y largo plazo para ayudar a tomar las mejores decisiones.

## **2. Presentación del proyecto de emprendimiento**

### **2.1. Sustentación de las acciones de innovación social**

#### **2.1.1 Misión**

Garantizar un servicio de alimentación integral para los niños y niñas, atendiendo sus necesidades nutricionales, siendo accesible y favoreciendo el goce pleno de los derechos de la niñez en condiciones de vulnerabilidad para el desarrollo de sus capacidades y el alcance de una vida digna y bienestar.

A través de un modelo pedagógico basado en los principios de afecto y libertad, atiende las dinámicas y trabaja por el goce pleno de los derechos de la niñez, en condiciones de fragilidad social, desarrollando sus capacidades para que se reconozcan como sujetos transformadores y ciudadanos que ejercen sus derechos y deberes para alcanzar una vida digna y feliz.

#### **2.1.2 Visión**

Ampliar la cobertura en las diversas zonas urbanas y rurales del departamento del Chocó, del servicio de alimentación integral para niños y niñas con compromiso social y mejora de sus condiciones de bienestar y desarrollo, promoviendo el cumplimiento de sus derechos y la satisfacción de las necesidades básicas de la población vulnerable.

Generando conocimiento y teniendo presencia en todas las localidades y zonas (urbanas y rurales) del departamento del Chocó con estrategias efectivas que contrarresten las amenazas de quienes viven en fragilidad social y logrando que todos los niños gocen en pleno de sus derechos, velar por su bienestar y mejorar sus condiciones de vida. Además generar un impacto muy importante en las comunidades vulnerables y aportando al desarrollo de las mismas.

## 2.1.3 Objetivos

### 2.1.3.1 *Objetivo general*

Contribuir al mejoramiento de desnutrición infantil de la población vulnerable del departamento de Chocó por medio de comedores comunitarios que cumplan con las condiciones de brindar en sus instalaciones, alimentación balanceada a niños de escasos recursos económicos y cumpla con el propósito de alcanzar un bienestar social en este sector.

### 2.1.3.2 *Objetivos Específicos*

- Implementar y por medio de redes de apoyo una veeduría de todos los comedores comunitarios que se instalen, ver que si cumplan con todos los objetivos propuestos y que en especial nuestros niños se beneficien de todo esto.
- Brindar una nutrición balanceada.
- Promover una cobertura en todo el departamento del chocó que favorezca toda la seguridad alimentaria de los niños y niñas.
- Fomentar una iniciativa de emprendimiento y contrarrestar la pobreza que es uno de los fenómenos que más se evidencia en esta región.
- Desarrollar acciones afirmativas de enfoque diferencial e inclusión a todos los niños que son nuestro objetivo principal.
- Diseñar estrategias y tácticas efectivas y eficientes para que en cinco 5 años todo haya mejorado en esta región, la desnutrición infantil solo quede en la historia.
- Que los comedores comunitarios sean entornos protectores, afectivos y dignos, enfocados a brindar calidad de vida con estándares de satisfacción a todos nuestros niños.

- Diseñar programas efectivos de sensibilización y prevención, por medio de este proyecto concientizar al país de la importancia que tienen nuestros niños en la sociedad.
- Brindar un espacio digno donde ellos se sientan a gusto y puedan disfrutar, nuestros niños se merecen ser felices y tener todo lo necesario para llevar una vida digna.
- Robustecer la gestión institucional implementando de manera eficaz y eficiente los lineamientos asociados a la calidad, seguridad y salud, gestión, responsabilidad y todos los derechos fundamentales de nuestros niños.

#### **2.1.4 Resumen**

En este medio hay una gran carencia de productos alimenticios para el sustento diario de las poblaciones, hay baja oportunidad de trabajo y desarrollo de actividades productivas que sean de ayuda. Esto ha provocado que haya aumento en la desnutrición especialmente en la población infantil de todo el país, convirtiéndose en una problemática que reduce la calidad de vida, aumenta la morbilidad y mortalidad en las comunidades que sufren la carencia de una alimentación sana y adecuada.

Eliminar el hambre y la desnutrición infantil se debe convertir en un objetivo urgente especialmente en nuestro país en donde tenemos la posibilidad de generar alimentos en grandes cantidades, crear oportunidades para que las comunidades a partir de trabajos mancomunados y guiados ayuden a mejorar la calidad de vida de los niños y su economía familiar es casi una obligación para los emprendedores sociales.

A partir de la generación y aprovechamientos de espacios con la población beneficiada se espera crear una gran despensa alimenticia que mejore las condiciones alimentarias de los niños

y además genere la capacidad de trabajo asociativo en pro de mejorar las condiciones sociales y económicas de la región en donde se quiera desarrollar la propuesta.

### **2.1.5 Nombre del Proyecto**

**Comedor Comunitario “Construyendo Futuro”**, el proyecto se diseña a partir de una problemática generalizada por lo cual la idea es que se implemente en cualquier lugar en donde las necesidades, las condiciones y la participación sean necesario y se convierta en un motor de desarrollo social y las comunidades sean capaces de sostenerlas en el tiempo.

#### ***2.1.5.1 Pertinencia***

La seguridad alimentaria y nutricional es fundamental para alcanzar el desarrollo social y mejorar las condiciones de vida de una población. Por eso nuestro proyecto focalizará la población más vulnerable y nos ubicaremos en un sector determinando las necesidades que hay allí, las cuales son visibles no solo ante la comunidad que los rodea sino también de toda la población en general. Está determinada por componentes como la disponibilidad, el acceso, el consumo y el aprovechamiento de los recursos. La mala alimentación afecta el crecimiento y desarrollo de los menores desde la etapa de gestación ubicándolos en desventaja para el resto de su vida.

Es así como para el área de la nutrición aparece la Educación Alimentaria y Nutricional siendo el proceso por el cual el individuo, la familia y la comunidad adquiere, refuerza o modifica conocimientos, actitudes, habilidades que le permiten actuar racionalmente en la producción, selección, adquisición, almacenamiento, preparación, distribución, consumo y manejo higiénico de los alimentos, de acuerdo con las necesidades individuales y los recursos alimentarios y económicos disponibles, cuyo propósito es finalmente, contribuir a la seguridad

alimentaria familiar, mediante procesos educativos participantes que faciliten la formación y adquisición de capacidades, conocimientos, actitudes, habilidades, hábitos y comportamientos para que culminen en la adecuada y racional utilización de los alimentos, manejo y control del estado nutricional. Nuestro proyecto no solo contará con la pertinencia de brindar un alimento a niños que lo necesitan para combatir la problemática tan grande que hay en estos momentos, sino que también proporcionaremos empleo ya que en nuestro proyecto está incluido la cosecha, distribución de frutas, verduras y legumbres las cuales harán parte de las huertas y con estas se generarán también recursos económicos para el sostenimiento del comedor comunitario.

El proyecto integra a las familias, dando un lugar particularmente protagónico a los niños y adolescentes. El aprendizaje compartido en un hacer común puede contribuir a reforzar y mejorar vínculos familiares, dándole un marco de contención y seguridad a los niños y adolescentes, que se sentirán acompañados por sus mayores y formando parte activa en la economía familiar. Todo esto en un clima de recreación teniendo en cuenta que la labor que realice sea gratificante y formativa. Dando lugar primordialmente las familias de nuestros colaboradores, recolectores y que hagan parte de todos los procesos incluidos en las huertas, para lo cual cabe aclarar que serán personas de la misma comunidad, quienes serán las beneficiadas del empleo y de que sus hijos puedan hacer parte del comedor comunitario, de manera que a través de este trabajo también se valorará la tierra y el agua, como un bien social, se buscará concientizar sobre los peligros del mal uso de los recursos y la contaminación a la que a la que no son ajenos.

Para poder prestar los servicios que ofrece a sus niños, el Comedor Comunitario “Construyendo Futuro”, contará con dos tipos de personal. Por un lado, están los voluntarios, personas que prestan su tiempo y esfuerzo para ayudar a los que más lo necesitan sin recibir

ningún tipo de remuneración a cambio, por el otro lado los cocineros, recolectores y todos aquellos trabajadores contratados que recibirán retribución por su trabajo. El personal voluntario y contratado recibirá formación con el fin de que sepan desempeñar su trabajo, teniendo cierta sensibilidad a la hora de atender a los niños, marcando como criterio el tipo de servicio que a ellos mismo les gustaría recibir.

### **2.1.6 Estrategias del factor innovador**

- Las posibles soluciones para esta problemática deben nacer del acceso a atención sanitaria, formación de padres y madres, alimento terapéutico y lactancia materna.
- la creación de granjas caseras con procesamiento de alimentos con venta y comercialización de los mismos, el intercambio de alimentos o semillas por elementos reciclables entre otros.
- Creación de centros de nutrición para la recuperación de los niños desnutridos.
- Programas de asistencia alimentaria.
- Diagnósticos nutricionales.
- Talleres de nutrición y preparación nutritiva de alimentos.
- Controles nutricionales.
- Implementación de un sistema de vigilancia a la desnutrición aguda moderada y severa en menores de 5 años.
- Definición de una ruta específica para la atención integrada de menores de 5 años con desnutrición aguda.
- Construcción de un lineamiento técnico para el manejo integrado de la desnutrición aguda moderada y severa en niños de 0 a 59 meses de edad.

- Diseñar e implementar huertas caseras, con el fin de producir hortalizas y verduras con el fin de brindar alternativas sociales, económicas y productivas fortaleciendo y apoyando la nutrición las comunidades, buscando siempre el que haya disponibilidad de alimentos para incrementar la nutrición.
- Transferir tecnología y conocimiento para la producción de alimentos diversos, nutritivos que sean aptos para el auto consumo y generación de excedentes para la comercialización, de este modo, las huertas pueden llegar a tener efectos muy positivos y beneficiosos para quien produce, ya que no solo se produciría los cultivos, sino que también se fomentaría la economía familiar, subsanando las necesidades nutricionales y después promover la obtención de recursos monetarios a partir de la venta de las cosechas.
- Enseñar como diseñar e implementar procesos de cultivo hidropónicos los cuales en poco espacio brinda la oportunidad de realizar cultivos.
- Vender insumos de hidroponía con el fin de conseguir recursos para apoyar el objeto principal del proyecto el cual es disminuir la desnutrición infantil.

### **2.1.7 Impacto social**

Por medio del comedor comunitario ofreceremos condiciones dignas a los niños en condiciones de desnutrición y pobreza, promoviendo cambios en el entorno social y mejorando la calidad de vida con la participación activa de sus familias como pilares del proyecto.

Propiciaremos espacios de para el desarrollo de nuestro personal y colaboradores con el objeto de mejorar el estado nutricional de los niños, garantizar el acceso a una alimentación nutritiva mediante el mejoramiento de los hábitos alimenticios, proporcionar alimentos naturales

de la región y se diseñaran procesos mediante los cuales las comunidades coadyuven al desarrollo de las habilidades y destrezas para la producción de alimentos básicos y sus derivados.

Se considera la posibilidad de iniciar con un comedor comunitario con una huerta demostrativa que promueva la producción en pequeña escala de alimentos de fácil cultivo y que aporten las necesidades básicas nutricionales a los beneficiarios especialmente a los niños.

### **2.1.8 Factor Productivo**

Teniendo en cuenta que los factores productivos son los insumos para producir otros bienes y servicios, trabajaremos sobre los cuatro factores necesarios para el desarrollo del proyecto que son: la tierra, el trabajo, el capital y la tecnología.

**La tierra** estará representada en las huertas caseras, necesaria para el cultivo de los víveres con los cuales se financiará parte del proyecto, será de importancia en el proceso productivo y será un aporte por parte de los beneficiarios del proyecto.

**El trabajo:** se considera como el tiempo que la mano de obra va a dedicar a la producción y desarrollo de las actividades necesarias para viabilizar el proyecto, desde el inicio de las huertas caseras y los cultivos hidropónicos se contribuye con el trabajo productivo por parte de los beneficiarios y socios, el personal que se dedicará a la elaboración de los alimentos y las personas que atiendan a los niños jugarán un papel importante durante todo el proceso.

**El capital:** para un tipo de proyectos como estos es de suma importancia buscar recursos materiales, personales y financieros necesarios para cumplir con el objeto social propuesto, por lo tanto, es importante buscar donantes, voluntarios potenciales y usuarios que se sientan comprometidos.

La financiación del proyecto contará inicialmente con el aporte de los socios y beneficiarios del proyecto que será económico y en trabajo. Igualmente se han planteado el cambio de botellas reciclables por las cuales el proyecto entregará las semillas para que inicien el cultivo de las huertas caseras o hidropónicas, mientras dura el proceso productivo las familias beneficiarias aportaran al comedor comunitario una cuota monetaria de Diez mil (10.000) pesos semanales por cada niño que asista al comedor, las familias que no puedan hacer el aporte económico prestará sus servicios en contraprestación de la atención de los menores.

**La tecnología:** en cualquier modelo económico actual es de suma importancia ya que nos permite establecer de forma ordenada los conocimientos y técnicas necesarias para el fortalecimiento de las actividades al interior de los proyectos, como solucionar problemas y modificar entornos, aumentando la productividad y la capacidad de producción.

### **2.1.9 Factor innovador**

La innovación dentro de este proyecto de comedores comunitarios “**Construyendo Futuro**” se encuentra dentro de su misma ejecución, ya que no va a ser responsabilidad del distrito si no de la misma comunidad, conformando una sociedad de pequeños y a futuro grandes comerciantes, teniendo conocimientos sobre todo lo que este proyecto conlleva, como capacitaciones en alimentación saludable, plantación, compra y venta de materia prima.

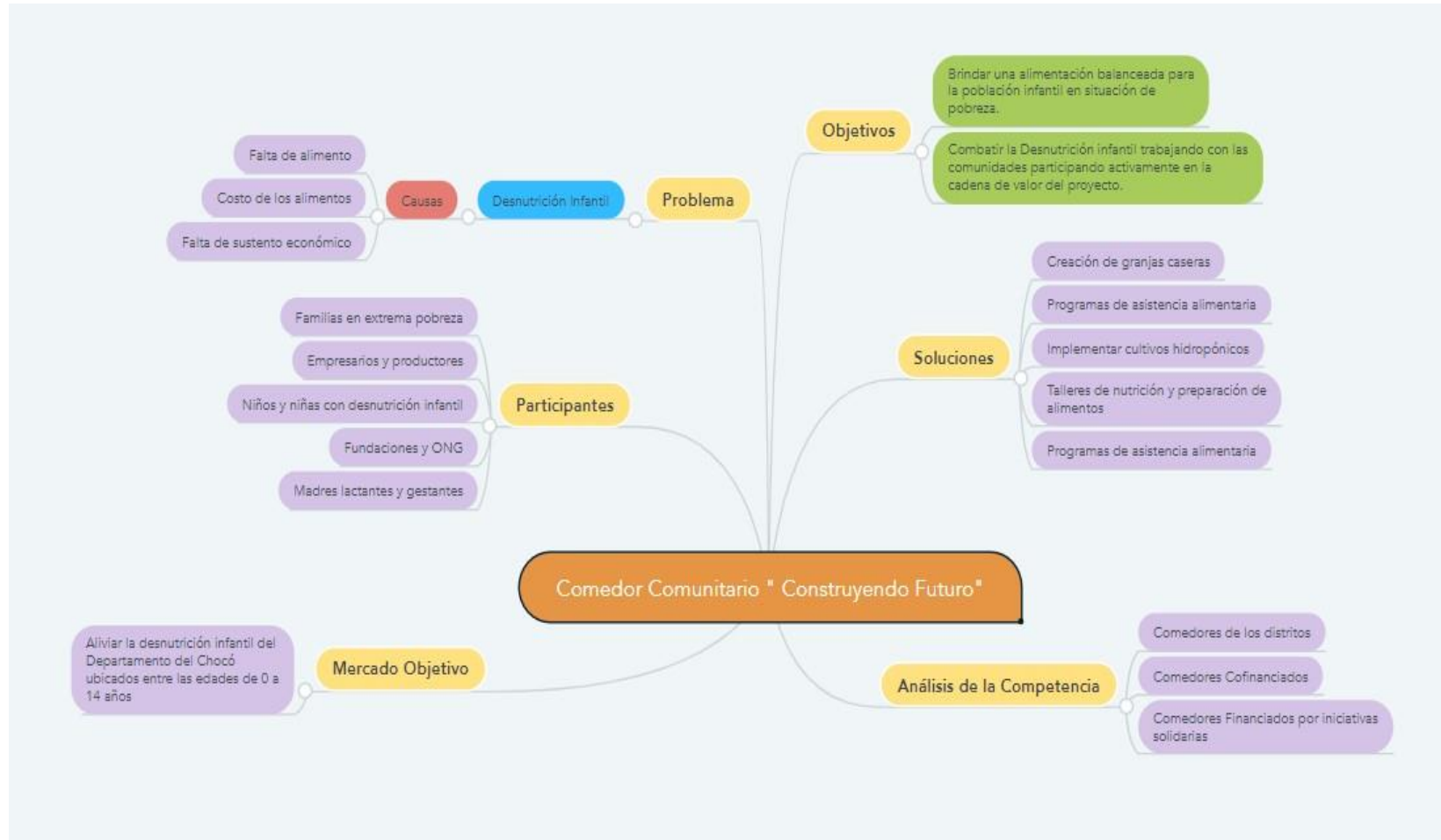
### **2.1.10 Mercado Objetivo**

Nuestro proyecto busca aliviar la desnutrición infantil del departamento del Chocó, por lo cual, nuestro público o mercado objetivo con enfoque social son los niños y niñas de este departamento, los cuales entrarán en nuestro programa social. Estos niños estarán ubicados entre los 0 y 14 años. Sin embargo, tenemos otro mercado objetivo con el cual buscamos recolectar

recursos para operar nuestro programa social. En este mercado objetivo con fines de adquisición de recursos encontramos todas aquellas instituciones interesadas en adquirir tanto nuestros insumos hidropónicos como nuestras asesorías de producción en huertas urbanas o hidropónicas. De igual forma, daremos a conocer nuestro proyecto por todo el país en búsqueda de donaciones por lo que toda fundación u organización que desee donar recursos para nuestro proyecto ingresa a la lista de nuestro mercado objetivo.

**Imagen 1.**

*Consolidación del modelo de Negocio*



Fuente: Elaboración propia

### 3. Formulación de la propuesta de valor

#### 3.1. Modelo Desing Thinking

##### 3.1.1 Empatizar

En el proceso de Design Thinking comienza con una profunda comprensión de las necesidades de los usuarios implicados en la solución que se esté desarrollando, y también de su entorno. Es necesario ser capaces de ponerse en la piel de dichas personas para poder generar soluciones consecuentes con sus realidades.

##### 3.1.2 Técnicas

###### 3.1.2.1 Técnica Mapa de actores

###### Descripción

El mapa de actores refleja de forma gráfica las conexiones entre los distintos usuarios que componen un servicio. Esto ayuda a tener una imagen clara sobre los usuarios que intervienen en el mismo, de cara a la identificación de las personas a investigar en la primera fase del proceso, o para estructurar la definición de las funcionalidades de la solución final.

###### Objetivo

Esta técnica tiene como objetivo identificar a los diferentes actores que participan en un Proyecto, de tal forma que se pueda establecer de forma gráfica las conexiones que existan entre los actores que intervengan en el proyecto, de tal forma que se pueda identificar todos estos actores claves del proyecto e investigar sus características, preferencias y tendencias.

El siguiente es un ejemplo del mapeo e identificaciones de actores.

## Imagen 2.

### Mapa de actores



Fuente: Elaboración propia, imágenes tomadas de <https://www.shutterstock.com/es/image-vector/stick-figure-walking-kids-parents-backpack>

Además, para esta estrategia de identificación y mapeo es importante establecer el rol y las características de cada actor, esto se puede realizar en una tabla como la siguiente:

**Tabla 1.**

### *Rol y características de los actores*

Actor	Rol	Características
<b>Niños del Chocó</b>	Beneficiarios	Niños en situación de desnutrición.
<b>Empresarios</b>		
<b>Gobierno Local y Nacional</b>		
<b>Fundaciones y ONGs</b>		

Fuente: Elaboración propia.

Otra técnica perteneciente a la Etapa de Empatiza con la cual podemos establecer las relaciones entre los actores es el **mapa mental** ya que gráficamente nos ayuda a analizar la relación entre las diferentes variables que intervienen en el proyecto.

De igual forma, el **Bench Mark** es una herramienta de comparación, que nos puede ayudar a diseñar estrategias óptimas para alcanzar nuestros objetivos del proyecto social. Esta estrategia de mercadeo busca comparar en el mercado las diferentes organizaciones que tengan proyectos parecidos, verificar como han desarrollado su actividad en temas de mercadeo y publicidad, precios (si fuera el caso), métodos de adquisición de recursos entre otros de tal forma que se pueda analizar si las estrategias utilizadas por estas organizaciones fueron efectivas y así poder diseñar nuestras propias estrategias basadas en ejemplos reales.

### **Define**

Durante la etapa de definición, debemos cribar la información recopilada durante la fase de Empatía y quedarnos con lo que realmente aporta valor y nos lleva al alcance de nuevas perspectivas interesantes. Identificaremos problemas cuyas soluciones serán la clave para la obtención de un resultado innovador.

#### ***3.1.2.2 Técnica: Análisis de competencia***

### **Descripción**

Deberemos identificar quienes son los competidores del producto o servicio que estamos definiendo para evaluar su estrategia, identificando puntos fuertes y débiles que nos permitan diferenciarnos de ellos y diseñar una propuesta de valor diferencial.

## **Objetivo**

Medir a nuestros competidores, con ella se pretende identificar quienes son nuestros competidores del servicio que estamos definiendo para evaluar la estrategia, identificando los puntos fuertes y débiles que nos permitan diferenciarnos de ellos y diseñar una propuesta de valor diferencial.

## **Análisis**

Nuestro proyecto tiene una gran competencia dada la importancia de la problemática y la necesidad de mejorar las condiciones de la niñez desnutrida y su crecimiento paulatino en todo el mundo, se han creado en los gobiernos muchos estamentos oficiales, ONG y empresas de emprendimiento social que se han comprometido con aportar soluciones a corto de plazo en las poblaciones más vulnerables.

En el mercado encontramos Comedores de los Distritos que son financiados con los dineros de los distritos y operados a través de terceros, los Comedores Cofinanciados estos son financiados una parte por los distritos y mediante convenios con organizaciones formalmente constituidas y los Comedores Financiados por Iniciativas solidarias que no requieren de los dineros de los distritos, pero se regulan por lineamientos del Departamento Administrativo de Bienestar social y acciones de aprendizaje mutuo.

Generalmente estos programas están direccionados bajos tres estrategias:

- Acceso a la alimentación como un derecho fundamental (comedores comunitarios, alimentación escolar, lactancia materna, agricultura urbana y los bancos de alimentos).
- Nutrición máxima a precio mínimo (sistema de abastecimiento de alimentos, cantidad, calidad y precio)

- La corresponsabilidad Social (responsabilidad social y fortalecimiento de la organización y la participación social y comunitaria).

Haciendo un análisis de nuestra propuesta competimos en un mercado que ya existe, tenemos muchos competidores y empresas que ofrecen nuestro mismo servicio, la demanda existente ya puede estar explotada, lo que hace que nuestra propuesta tenga que presentar mucha innovación para que sea viable, aunque tenemos estrategias interesantes que pueden ser llamativas en el mercado y que se pueden explotar, entre ellas está la Educación Alimentaria y Nutricional que es el proceso por el cual el individuo, la familia y la comunidad adquiere, refuerza o modifica conocimientos, actitudes, habilidades que le permiten actuar racionalmente en la producción, selección, adquisición, almacenamiento, preparación, distribución, consumo y manejo higiénico de los alimentos, de acuerdo con las necesidades individuales y los recursos alimentarios y económicos disponibles, cuyo propósito es finalmente, contribuir a la seguridad alimentaria familiar, mediante procesos educativos que facilitan la formación y adquisición de capacidades, conocimientos, actitudes, habilidades, hábitos y comportamientos para que culminen en la adecuada y racional utilización de los alimentos, manejo y control del estado nutricional.

Nuestro proyecto no solo contará con la pertinencia de brindar un alimento a niños que lo necesitan para combatir la problemática tan grande que hay en estos momentos, sino que también proporcionaremos empleo ya que en nuestro proyecto está incluido la cosecha, distribución de frutas, verduras y legumbres las cuales harán parte de las huertas y con estas se generarán también recursos económicos para el sostenimiento del comedor comunitario, otra de las estrategias que nos pueden diferenciar sería la creación de granjas caseras con procesamiento de alimentos con venta y comercialización de los mismos, el intercambio de alimentos o semillas

por elementos reciclables entre otros y por ultimo diseñar e implementar huertas caseras, con el fin de producir hortalizas y verduras con el fin de brindar alternativas sociales, económicas y productivas fortaleciendo y apoyando la nutrición las comunidades, buscando siempre el que haya disponibilidad de alimentos para incrementar la nutrición.

## **Idea**

La etapa de ideación tiene como objetivo la generación de un sinnfín de opciones. No debemos quedarnos con la primera idea que se nos ocurra. En esta fase, las actividades favorecen el pensamiento expansivo y debemos eliminar los juicios de valor. A veces, las ideas más estrambóticas generan soluciones visionarias.

### ***3.1.2.3 Técnica: Mapa mental***

#### **Mapa mental**

El mapa mental es una herramienta que ayuda al desarrollo de un pensamiento y sus posibles conexiones con otros. Favorece la fluidez de ideas ya que la mano y la mente trabajan juntas, apoyándose esta última por la herramienta visual. Para desarrollar un mapa mental, se coloca un tema principal en el centro del mapa, y se van conectando a él conceptos concretos de forma ramificada.

## Objetivo

Evaluar la relación entre distintas variables sobre un tema central.

## Imagen 3.

*Mapa mental*



Fuente: Elaboración propia, imagen tomada de: <https://www.mindomo.com-1>

Por medio de esta se busca combatir la desnutrición crónica con un enfoque integral e innovador que pretende articular esfuerzos de los programas sociales, garantizando un servicio de alimentación integral para los niños y niñas, atendiendo sus necesidades nutricionales, siendo accesible y favoreciendo el goce pleno de los derechos de la niñez en condiciones de vulnerabilidad para el desarrollo de sus capacidades y el alcance de una vida digna y bienestar.

Lo que se busca es generar conciencia y fomentar en cada uno de los personajes involucrados ideas que les ayude a crear soluciones y ser parte de ella, como, por ejemplo:

- Mejorar los servicios básicos.

- Campañas sobre manipulación y buena higiene de los alimentos.
- Programas sobre alimentación saludable y balanceada.

## Prototipo

### Imagen 4

#### *Pasos para una huerta saludable*

## Los primeros pasos para tener una huerta saludable

Primavera es una de las mejores épocas para sembrar. Eso sí, las plantas más delicadas necesitan crecer en almácigos para evitar que sufra con los insectos y los cambios de temperatura. Acá, secretos para cultivar plantas fuertes.



**¿Qué plantas?**  
Las semillas más pequeñas (como lechugas, ajíes, berenjenas y tomates) necesitan crecer en almácigos. El zapallo, poroto y el choclo, en cambio, no, porque son más fuertes.



**¿Dónde?**  
Sembrar en pocillos de yogur, envases tetra pack, cajones de feria, o almácigueros que venden en tiendas especializadas.  
**No deben recibir luz directa** hasta que la planta germine.



**Riego**  
La tierra tiene que estar siempre húmeda.  
Puede utilizar un rociador o poner los almácigos flotando en caja con agua.



**Tierra**  
Para lograr un buen drenaje mezcle arena, río y tierra fina, sin palas ni piedras.  
También puede mezclar vermiculita y perlita, sustratos de origen mineral.



**Semillas**  
Deben quedar enterradas a una profundidad de tres veces su tamaño.  
**Semillas buenas y malas:** Para saber cómo son las semillas, basta con tomar 10 y dejarlas en un algodón húmedo por 4 días. Así se sabe qué porcentaje germina.



Perlita Vermiculita

**Anote:** El 4 de diciembre en el huerto Hada Verde se dictará un curso sobre almácigos cuidados y trasplante. Valor: \$7.000. [huertohadaverde.blogspot.com](http://huertohadaverde.blogspot.com)

**Cuánto demora**

- En la almáciguera: Dos semanas después de sembrar, las plantas se asoman sobre la tierra.
- El trasplante: Debe hacerse cuando la planta ya tiene 5 cm o 4 hojas.
- Cosecha: Entre dos y cuatro meses después podrá realizarse la cosecha.



4 hojas  
5 cm  
ALMACIGUERA → TRASPLANTE → TIERRA  
Mejor momento: Durante la tarde. Riego inmediato.

Fuente: <https://co.pinterest.com/pin/561753753496906317/>

En esta etapa de prototipado volveremos las ideas realidad. Construir prototipos hace las ideas palpables y nos ayuda a visualizar las posibles soluciones, poniendo de manifiesto elementos que debemos mejorar o refinar antes de llegar al resultado final.

### 3.1.2.3 Técnica: Infogramas

Este proceso de huertas es indispensable para este proyecto.

#### Imagen 5

*Calidad y estado de los productos*



Fuente: <http://www.mercadodelacosecha.com/modorural/has>

La calidad y el estado de los productos que se envían al mercado y su precio de venta subsiguiente dependen directamente del cuidado con que se realicen la recolección y la manipulación en los campos. Cualesquiera que sean la escala de las operaciones y los recursos de mano de obra y equipo disponibles, en la planificación y la puesta en práctica de las operaciones de recolección deben observarse unos principios básicos.

## Imagen 6

### *Distribución del mercado*



Fuente: <https://economicas.news/2020/11/23/productos-de-la-canasta-familiar-para-este-inicio-de-semana-6/>

La distribución en el mercado nos ayuda con la economía para el sostenimiento de los comedores infantiles.

**Imagen 7.***Comedor infantil*

Fuente: [https://caracol.com.co/radio/2013/05/23/bogota/1369315440\\_904013.html](https://caracol.com.co/radio/2013/05/23/bogota/1369315440_904013.html)

Desarrollar hábitos sociales, normas de urbanidad y cortesía y correcto uso y conservación de los útiles de comida. Fomentar actitudes de colaboración, solidaridad y convivencia. Desarrollar hábitos de correcta alimentación e higiene en la infancia y adolescencia.

**Imagen 8.***Motivaciones*

Fuente: Fundamor (2018)

Con aportes voluntarios de las personas que quieran ser parte de esta contribución con un objetivo claro de combatir la desnutrición infantil.

**Imagen 9.**

*Niños en estado de desnutrición*



Fuente: <https://www.alamy.72424720.html>

La desnutrición infantil es una problemática que afecta gran parte de la población.

**Imagen 10.**

*Campaña por los niños*



Fuente: <https://www.facebook.com/funidosporlosninos/>

**3.1.2.4 Testea**

En 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

**3.1.2.5 Técnica: Evaluación de experiencia**

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 evolucionaremos nuestra idea hasta convertirla en la solución que estábamos buscando.

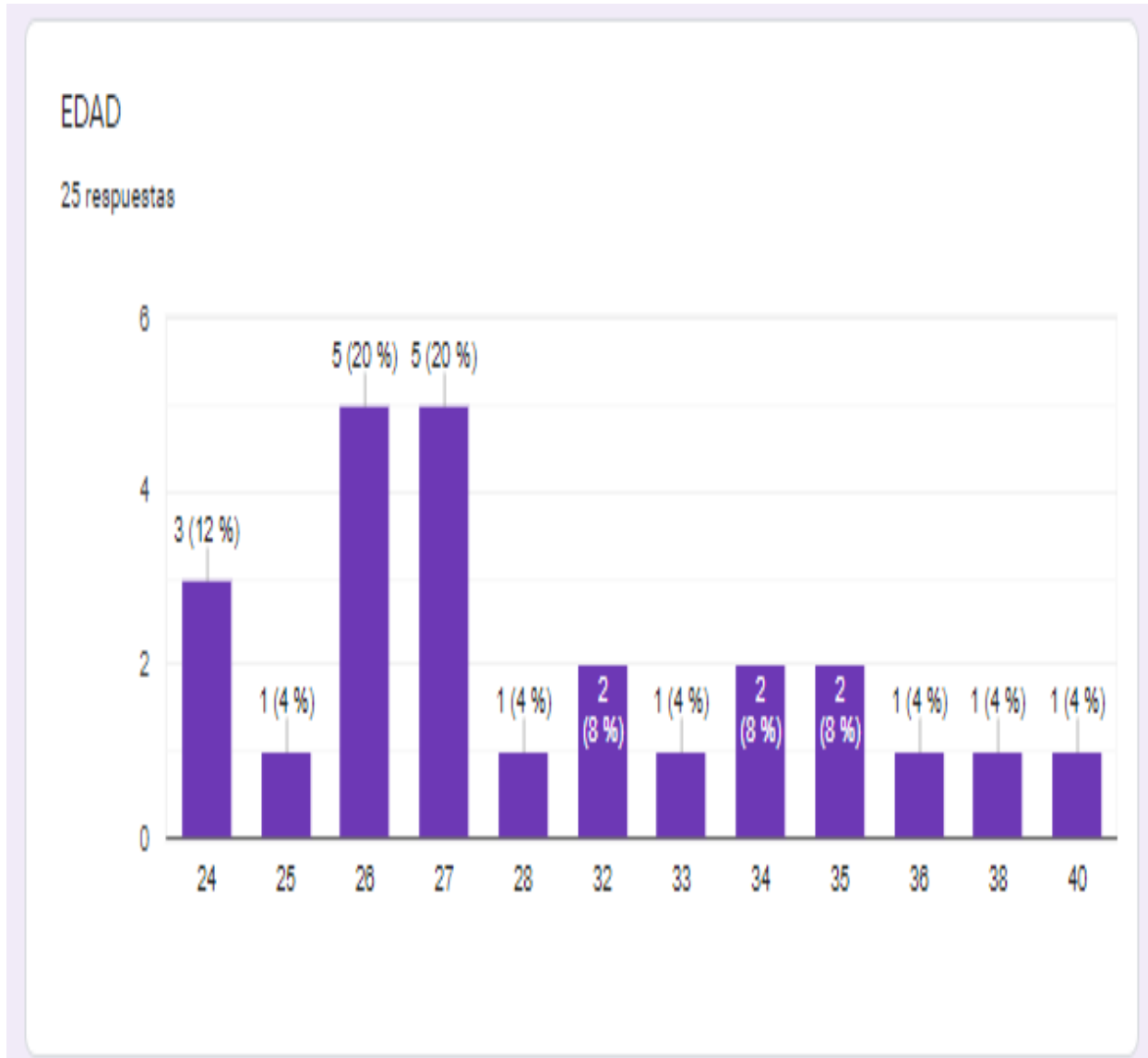
En esta fase también podremos evidenciar si estamos desarrollando bien nuestra idea y así seguirla fortaleciendo.

## **Encuesta**

### **Comedor comunitario “CONSTRUYENDO FUTURO”**

Queremos conocer tu nivel de satisfacción en una escala de 1 a 5 (Siendo 5 la máxima el nivel más alto y uno el nivel más bajo de satisfacción)

1. ¿Nivel de satisfacción frente al servicio?
2. ¿Variedad y calidad de los productos ofrecidos?
3. ¿Nivel de confort en su experiencia en nuestro restaurante?
4. ¿Nivel de satisfacción frente a la preparación de los platos?
5. ¿Sabes que tenemos un compromiso social al brindar alimentación a los niños y niñas en situación de desnutrición?
6. ¿Cuéntanos tu experiencia en nuestro restaurante?
7. ¿Estarías dispuesto apoyar nuestra iniciativa en pro de disminuir el riesgo de desnutrición infantil?

**Imagen 11.***Rango de edades personas encuestadas*

Fuente: Encuesta

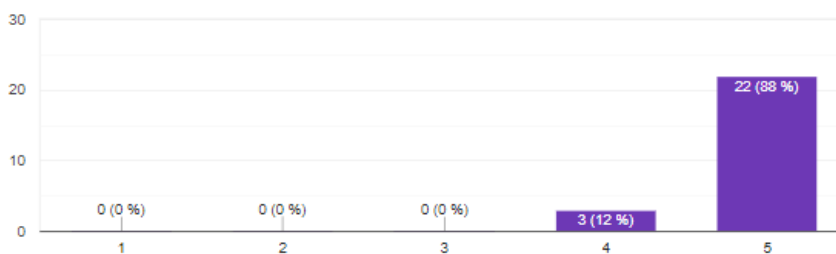
## Imagen 12.

### *Nivel de satisfacción*

Queremos conocer tu nivel de satisfacción en una escala de 1 a 5 (Siendo 5 el nivel más alto y 1 el nivel más bajo de satisfacción)

1. ¿Nivel de satisfacción frente al servicio?

25 respuestas



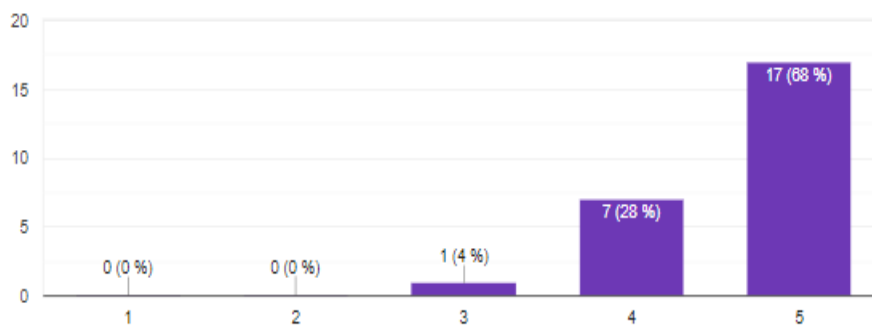
Fuente: Encuesta

## Imagen 13.

### *Variedad y Calidad*

2. ¿Variedad y calidad de los productos ofrecidos?

25 respuestas



Fuente: Encuesta

## Imagen 14.

### *Nivel de confort*



Fuente: Encuesta

### **Imagen 15.**

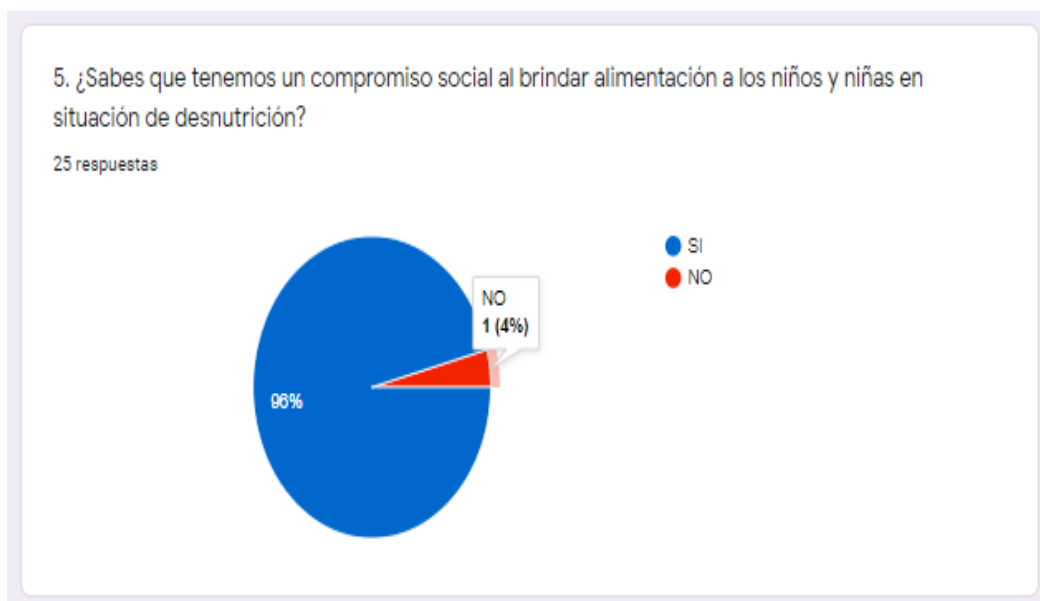
#### *Nivel de satisfacción con la preparación de los platos*



Fuente: Encuesta

**Imagen 16.**

*Conocedores de nuestro compromiso social*



Fuente: Encuesta

**Imagen 17.**

*Apoyo total a nuestra iniciativa*



Fuente: Encuesta

## Experiencias de nuestros clientes

- Mi experiencia en este lugar fue muy buena, me gusta mucho lo que están haciendo por la niñez y por aportar un granito de arena a su desarrollo.
- La atención y la experiencia en este lugar excelente, muy buena iniciativa en pro del mejoramiento de la vida de las personas más vulnerables.
- Grata experiencia, pero lo que más me impacto es el trabajo que vienen desarrollando en pro de la desnutrición infantil, esas son las obras que se deben hacer en nuestro país.
- La experiencia en este lugar fue más que agradable, muy buena atención y es un excelente espacio para compartir en familia, aparte de esto me gusta mucho todo lo que están haciendo por combatir el hambre de los más necesitados.
- Excelente atención, muy buena experiencia y tienen una muy buena iniciativa.
- Muy buen lugar y excelente atención, es muy grato saber que todavía existen personas de buen corazón que ayudan a los demás.
- La experiencia fue excelente y me identifiqué mucho con lo que están haciendo por la niñez, yo también apoyo estas iniciativas.
- El lugar es excelente y la comida es increíble, me impacta de manera muy gratificante el trabajo que vienen desarrollando en pro de combatir un fenómeno que cada día crece más en nuestro país, esto nos hace tomar conciencia y entender que si podemos aportar un poco al cambio.

- Mi experiencia fue muy agradable y me gusta mucho lo que hacen por combatir la desnutrición infantil, ver la cara de felicidad de todos esos niños no tiene precio.
- Mi experiencia fue muy agradable y lindo todo lo que se observa en ese lugar, los niños son acogidos y se les brinda algo primordial para su desarrollo.
- Qué lindo es llegar a lugares como estos, quedas asombrado con lo que vez allí, es una experiencia increíble.
- La experiencia fue muy grata y agradable, me gusta mucho la iniciativa que tienen en pro de atacar el fenómeno de la desnutrición infantil.
- Excelente servicio, y da confortabilidad que se inicien proyectos de esta calidad y que de este se beneficien los niños y niñas.
- La experiencia es gratificante, ambiente agradable, se puede ver el amor y entrega con que las personas de este lugar trabajan en pro a satisfacer las necesidades de todos, su lucha incansable para mitigar de una forma u otra las necesidades alimenticias de las personas que hasta allí llegan, el trato es amable. Respetuosa.
- Excelente experiencia, están desarrollando un proyecto muy importante para las comunidades más vulnerables.

#### 4. Plan de Mercadeo

##### Comedor Comunitario “Construyendo Futuro”



#### 4.1. Atributos y Beneficios

El comedor comunitario “**Construyendo Futuro**” tiene como propósito brindar solución a las necesidades alimenticias dentro de las comunidades del Chocó por esto dentro de los beneficios está el ofrecer alimentación completa, con calidad nutricional, garantizando el derecho a la alimentación e incidir a la calidad de vida y el bienestar de las personas en condición de vulnerabilidad, haciendo que la comunidad vea un futuro para los infantes.

El objetivo general del proyecto del Comedor Comunitario “**Construyendo Futuro**” es el de desarrollar, consolidar y asegurar un plan de atención alimentaria y nutricional, proporcionando una alimentación nutritiva y en buenas cantidades a la población con problemas de desnutrición y con inseguridad alimentaria, especialmente a los niños de 0 a 14 años, a partir de la participación de la comunidad como motivadora y eje transversal en la economía solidaria , en la producción y desarrollo de plan, proporcionando ingresos adicionales a sus familias a partir de la participación en la producción y manejo de los recursos y los alimentos.

Igualmente, el comedor comunitario pretende promover la inclusión social a través de acciones integrales que involucren las familias y a la comunidad en general de manera que se avance en las dinámicas sociales que permitan transformar de manera positiva el entorno en el que viven, impulsando mecanismos de orientación nutricional entre la población atendida que permita una cultura alimentaria.

Unos de los pilares del proyecto del comedor comunitario es el de los procesos de organización de la comunidad y el diseño de procedimientos que involucren y responsabilicen de la operación del comedor comunitario para atender la población objetivo, por otra parte este fomentará las relaciones familiares y sociales, la sana convivencia, la comunicación, el encuentro, la motivación y coadyuven al desarrollo de habilidades y destrezas de producción de alimentos básicos y derivados que garanticen su alimentación cotidiana y repercuta en mejorar los hábitos de alimentación de toda la comunidad donde opere.

Nuestro proyecto se enfocará en el desarrollo social comunitario ya que a través de nuestros aliados participamos en la economía solidaria promoviendo en las familias la producción de sus propios alimentos con estrategias como la hidroponía.

#### **4.2. Grupo Objetivo del proyecto**

El proyecto del Comedor Comunitario “**Construyendo Futuro**” está dirigido especialmente a las familias que tengan niñas y niños de 0 a 14 años con problemas de desnutrición o en peligro de sufrirla, estos como beneficiarios directos, es entendido que este grupo tiene poco poder adquisitivo, sin embargo serán motivados a partir del cultivo y producción de los alimentos y de esta manera participaran económicamente en el proyecto, a partir de esta economía se dirigirán las actividades a la consecución de recursos en los mercados interesados en adquirir los productos producidos en las huertas caseras y los cultivos hidropónicos, donde realmente se generará la economía solidaria dentro del comedor comunitario y cuyo producido será reinvertido en las comunidades participantes.

Atenderemos a todos los niños que se presenten a nuestro comedor, siendo sus familias también nuestro público objetivo y estas deben estar dispuestas a fortalecer sus conocimientos en la producción de alimentos.

### 4.3. Segmentación

Teniendo en cuenta los criterios de segmentación del mercado, se puede pensar en usar la segmentación Demográfica y/o Geográfica.

**Segmentación Demográfica:** esta segmentación consiste en dividir el mercado en grupos más pequeños, tomando como variables la edad, ingresos, grados de estudios, nacionalidad, raza, religión y ocupación, la importancia de esta segmentación es que ayuda a comprender con exactitud el comportamiento del consumidor, lo ayuda a desempeñarse mejor.

Dividiremos a los niños en dos grupos: Grupo 1: Niños de 0 a 3 años, con el fin de poderles brindar una alimentación acorde a su edad. Grupo 2: niños de 4 años en adelante con el fin de brindarles alimentación acorde a su edad y hacerlos partícipes de los proyectos de producción alimentaria.

Para nuestro proyecto dentro de la segmentación Demográfica usaremos las variables de la edad, género e ingresos, por lo tanto, consideramos las niñas y niños de 0 a los 14 años con desnutrición infantil o riesgo de sufrirla con sus respectivas familias, además puede dirigirse a los adultos mayores de 60 años, hombres y mujeres, madres gestantes, con escasa capacidad económica dada la finalidad del proyecto.

### 4.4. Competencia

El comedor Comunitario “**Construyendo Futuro**” tiene una gran competencia dada la importancia de la problemática y la necesidad de mejorar las condiciones de la niñez desnutrida

y su crecimiento paulatino en todo el mundo, se han creado en los gobiernos muchos estamentos oficiales, ONG y empresas de emprendimiento social que se han comprometido con aportar soluciones a corto de plazo en las poblaciones más vulnerables.

En el mercado encontramos **Comedores de los Distritos** que son financiados con los dineros de los distritos y operados a través de terceros, **los Comedores Cofinanciados** estos son financiados una parte por los distritos y mediante convenios con organizaciones formalmente constituidas y **los Comedores Financiados por Iniciativas solidarias** que no requieren de los dineros de los distritos, pero se regulan por lineamientos del Departamento Administrativo de Bienestar social y acciones de aprendizaje mutuo.

Haciendo un análisis de nuestra propuesta competimos en un mercado que ya existe, tenemos muchos competidores y empresas que ofrecen nuestro mismo servicio, la demanda existente ya puede estar explotada, lo que hace que nuestra propuesta tenga que presentar mucha innovación para que sea viable.

#### **4.5. Aliados clave del modelo de negocio**

En primer lugar, los aliados claves del proyecto serán los voluntarios que serán las personas que por motivación y libre disposición apoyarán en la operación del comedor, realizando actividades de acuerdo a lo que puedan aportar, especialmente la preparación de los alimentos, organización del comedor y convocatoria de las comunidades.

Por otra parte, se pueden incluir las cadenas de almacenes, tiendas de barrio, ONG, entidades oficiales, empresarios y profesionales interesados en desarrollar programas sociales y alianzas para mejorar la calidad de vida de la población menos favorecida.

## 5. Estrategias de Mercadeo

### 5.1. Estrategia de comunicación

Se presenta un plan de comunicación que sea efectivo que cumpla con los objetivos y necesidades, lo mismo que con la misión y visión del proyecto.

La campaña de comunicación va dirigida a la población objetivo y con ciertas características, con el fin de identificar el público objetivo de la campaña del Comedor Comunitario “**Construyendo Futuro**”, se debe hacer un análisis DOFA, sobre las fortalezas y debilidades, así como las oportunidades y amenazas.

Después de definido el público objetivo de la campaña, se decidirá cuál es la respuesta que esperamos obtener de dicho público, los objetivos pueden ser de carácter cognitivo (se deseamos que tengan un conocimiento), efectivo (si deseamos provocarle un sentimiento) o de comportamiento (si deseamos la realización de una conducta) pero siempre se debe plantear bajo los tres niveles.

De acuerdo a lo anterior los objetivos del plan de Comunicación estarán enmarcado de la siguiente manera:

#### **Objetivo Cognitivo:**

Notoriedad: debido al poco conocimiento de nuestro comedor que posee nuestro mercado objetivo, se debe tratar de dar a conocer su existencia, no solo de este sino también de la labor que se pretendemos realizar.

#### **Objetivo Efectivo:**

Sensibilización: en el panorama de los comedores comunitarios, existe una gran competencia para la adquisición de recursos disponibles ya sea por parte de entidades y/o

empresas como también ONG, igualmente personas individuales que se comprometen con los proyectos sociales.

Es primordial comunicar la misión realizada por el Comedor Comunitario “Construyendo Futuro” y el mensaje debe ser claro e inequívoco, con el fin de incrementar la cantidad de futuros colaboradores que pueden solidarizarse con la finalidad del proyecto.

### **Objetivo Conductual**

Colaboración: con este objetivo se pretende conseguir la colaboración por parte de entidades y personas con las actividades propias del comedor comunitario, incrementando los recursos y de esta manera atender de forma eficiente a los usuarios, ya que, si se consigue la notoriedad y la sensibilización, pero no la colaboración el futuro del proyecto podría estar amenazado.

Con el fin de dar a conocer nuestro servicio social, divulgaremos nuestra oferta de comedor comunitario a través de medios a los cuales las personas de bajos recursos tengan acceso. Esta comunicación la haremos por medio de volantes, acciones comunales y cuñas radiales (nos e utilizan otros medios ya que nuestra población objetivo es de bajos recursos y no tienen accesos a medios de comunicación digitales).

El plazo que se considera para el cumplimiento de los objetivos de la estrategia de comunicación es de 8 meses, iniciando la campaña el 25 de noviembre de 2020 hasta el mes de julio de 2021.

Las actividades de comunicación continuaran realizándose después de esa fecha, pero en la fecha limite se debe comprobar si los objetivos fijados se han cumplido para así valorar la efectividad del plan.

Después de planteado el plan de comunicación, se podría utilizar el siguiente slogan:

**“CON TU AYUDA, SU VIDA PUEDE SER MEJOR. UNETE A NOSOTROS”**, de manera que apelemos a la solidaridad y pongan al receptor en el lugar del necesitado, es original haciendo diferencia con respecto a otras campañas.

La campaña se difundirá en redes sociales como Facebook, página web, prensa, radio, carteles entre otros.

## **5.2. Estrategia de Posicionamiento**

Dentro de la estrategia de posicionamiento se trabajará en base a los beneficios ya que la innovación de este proyecto de comedor comunitario **“Construyendo Futuro”** se encuentra dentro de su misma ejecución, ya que no va a ser responsabilidad del estado si no de la misma comunidad, conformando una sociedad de pequeños y a futuro grandes comerciantes, teniendo conocimientos sobre todo lo que este proyecto conlleva, como capacitaciones en alimentación saludable, plantación, compra y venta de materia prima.

Por medio del comedor comunitario ofreceremos condiciones dignas a los niños en condiciones de desnutrición y pobreza, promoviendo cambios en el entorno social y mejorando la calidad de vida con la participación activa de sus familias como pilares del proyecto.

Propiciaremos espacios de para el desarrollo de nuestro personal y colaboradores con el objeto de mejorar el estado nutricional de los niños, garantizar el acceso a una alimentación nutritiva mediante el mejoramiento de los hábitos alimenticios, proporcionar alimentos naturales y de la región y se diseñaran procesos mediante los cuales las comunidades coadyuven al desarrollo de las habilidades y destrezas para la producción de alimentos básicos y sus derivados.

Se considera la posibilidad de iniciar con un comedor comunitario con una huerta demostrativa que promueva la producción en pequeña escala de alimentos de fácil cultivo y que aporten las necesidades básicas nutricionales a los beneficiarios especialmente a los niños.

### **5.3. Estrategia de Diferenciación**

Estrategia de diferenciación por Enfoque en diferenciación, en esta se busca especializarse y concretar los esfuerzos en un nicho de mercado con gustos y necesidades concretas. De esta manera se busca desarrollar servicios específicos para un segmento de mercado definido y donde la competencia nos es masiva o prácticamente nula.

Nuestro proyecto se diferenciará de los demás por la creación de granjas caseras con procesamiento de alimentos con venta y comercialización de los mismos, el intercambio de alimentos o semillas por elementos reciclables entre otros, tener programas de asistencia alimentaria, la implementación de un sistema de vigilancia a la desnutrición aguda moderada y severa en menores de 5 años, el diseño e implementación de huertas caseras, con el fin de producir hortalizas y verduras para brindar alternativas sociales, económicas y productivas fortaleciendo y apoyando la nutrición las comunidades, buscando siempre el que haya disponibilidad de alimentos para incrementar la nutrición, además de transferir tecnología y conocimiento para la producción de alimentos diversos, nutritivos que sean aptos para el auto consumo y generación de excedentes para la comercialización, de este modo, las huertas pueden llegar a tener efectos muy positivos y beneficiosos para quien produce, ya que no solo se produciría los cultivos, sino que también se fomentaría la economía familiar, subsanando las necesidades nutricionales y después promover la obtención de recursos monetarios a partir de la venta de las cosechas y por ultimo enseñar como diseñar e implementar procesos de cultivo hidropónicos los cuales en poco espacio brinda la oportunidad de realizar cultivos.

Capacitaremos a las comunidades en técnicas y estrategias de hidroponía con el fin de que estén en capacidad de producir alimentos los cuales servirán para alimentar sus familias y suplir la necesidad de alimentos al comedor comunitario.

## 6. Proyección operativa y financiera

### Recursos Operativos

Los recursos operacionales son los artículos y servicios que, sin formar parte de la producción, hacen falta para el funcionamiento de un negocio, involucrando elementos financieros, técnicos y humanos, por lo tanto, esto incluye infraestructura, recursos y habilidades necesarias para ofrecer un buen servicio.

### Instalaciones

- a. **Tamaño del proyecto:** Las instalaciones del comedor comunitario “**Construyendo Futuro**”, contará con una estructura y espacio adecuado para la habilitación del comedor( uso exclusivo), exceptuando actividades diferentes como capacitaciones y reuniones necesarias con la comunidad, este tendrá: puertas y ventanas, fregaderos, espacios de manipulación, preparación y almacenamiento de los alimentos, estufas o fogones, neveras, congeladores, mesas, sillas, servicio de agua, luz y gas, servicios sanitarios, lavamanos, adecuada ventilación e iluminación.

Teniendo en cuenta una capacidad de 100 beneficiarios el área mínima necesaria de nuestras instalaciones es de 150 metros cuadrados que representa el 60% de la capacidad total del local, teniendo en cuenta que este tendrá el comedor, barra y cocina, sala de aseo, vestíbulo, sala de máquinas y pasillos.

**Tabla 2.***Capacidad instalada*

Conceptos	Unidad de medida
Área	150 M2
% de espacio utilizado	60%

Fuente: Elaboración propia

- b. **Disponibilidad insumos:** El inventario de alimentos tendrá un indicador de rotación de mercancías de 15 días máximo.
- c. **Descripción técnica del producto (bien o servicio)** La cocina empleará estufas a gas y contará con el equipamiento básico de utensilios de cocina para la provisión de alimentos y los mobiliarios para el consumo de los mismos en el espacio físico de la cocina, esta tendrá una participación de 1 persona por cada 20 beneficiarios, sin embargo, esta estará adaptada a las características específicas de la comunidad.
- d. **Descripción de la maquinaria o instalaciones** necesarias para la puesta en marcha del proyecto, así como los demás elementos que se requieren para el funcionamiento del proyecto.

**Tabla 3. Descripción de maquinaria y elementos operativos**

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Olla de 60 Lts	1	\$250.000	\$250.000
Olla de 40 Lts	1	\$150.000	\$150.000

Olla de 30 Lts	1	\$100.000	\$100.000
Cucharas grandes	3	\$29.900	\$89.700
Palas	4	\$76.900	\$307.600
Sartenes de 40 cms	2	\$108.000	\$216.000
Sartenes de 30 cms	2	\$64.900	\$129.800
Fogón de gas	2	\$99.900	\$199.800
Mueble de lavatrastos de acero inoxidable de 1.0 x 0.90	1	\$410.000	\$410.000
Mesa de trabajo de acero inoxidable de 2.5 x 0.70 x 0.90	1	\$849.900	\$849.900
Tenedores	100	\$1.639	\$163.900
Cuchillos 25 cms	3	\$28.900	\$86.700
Tablas de picar	3	\$15.900	\$47.700
Vasos plásticos	100	\$1.500	\$150.000
Cucharas	100	\$2.000	\$200.000
Cuchillos	100	\$1.600	\$160.000
Platos de llanos 25 cms	100	\$2.400	\$240.000
Platos hondos	100	\$2.500	\$250.000
Platos llanos de 15 cms	100	\$2.300	\$230.000
Tasas	100	\$1.500	\$150.000
Anaquele liso de acero inoxidable de 0.90 x .50 x 1.80	1	\$365.000	\$365.000
Cucharones 20/60	6	\$4.000	\$24.000
Cilindro de gas de 45Kgs	2	\$75.000	\$150.000
Mesa banquetera rectangular de 2.44 x 0.76 abatible	5	\$229.800	\$1.149.000

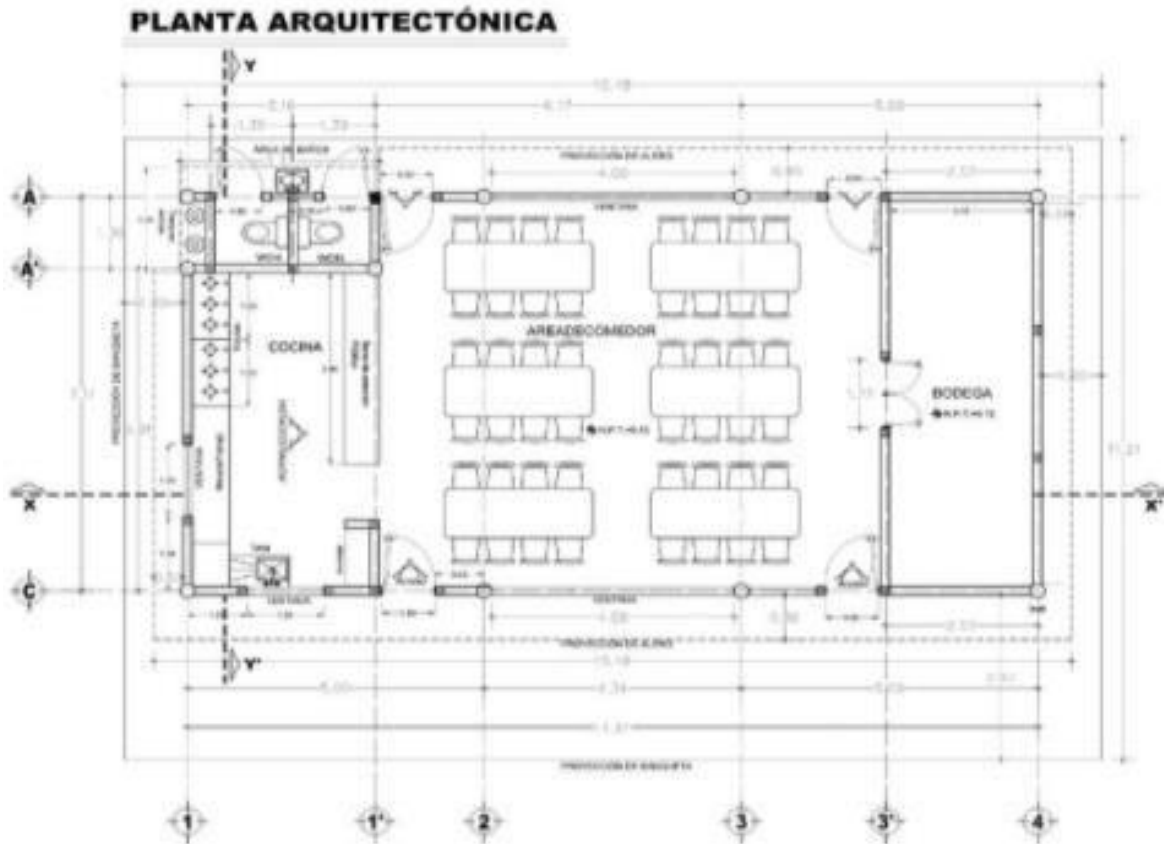
Sillas plásticas	120	\$13.000	\$1.560.000
Planchas de acero para asar	3	\$85.000	\$255.000
Colador de acero inoxidable de 0.80 cms M-M orilla redonda	5	\$19.900	\$95.000
Purificador de agua	1	\$148.000	\$148.000
Neveras	2	\$1.338.000	\$2.676.000
Congeladores	2	\$2.300.000	\$4.600.000
Juego de Calderos Imusa X 3 Ud. 20, 10 y 5 libras.	1	130.000	130.000
Fogón industrial a gas de 3 puestos	1	1.600.000	1.600.000
Cuchara grande de madera	2	15.000	45.000
Sartén Imusa de 40 cms.	2	108.000	216.000
Sartén Imusa de 30 cms	2	64.900	129.800
Cucharón grande	3	6.000	24.000
Juego de cuchillos x 5	1	120.000	120.000
Tenedor grande	2	25.000	50.000
<b>Subtotal</b>			<b>\$17.717.900</b>

Fuente: Elaboración propia

e. **Proyecciones de distribución en planta.**

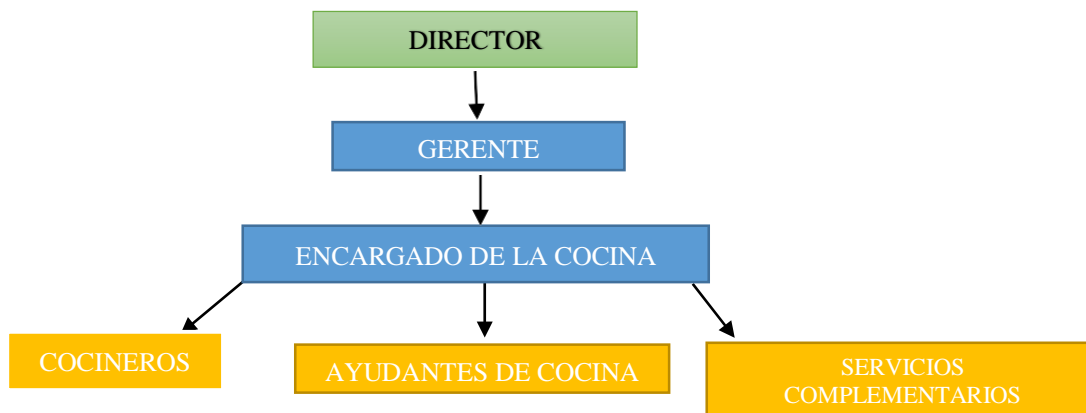
**Imagen 18.**

*Plano de la Planta*



Fuente: <https://nasetixese.jimdofree.com/dibujo-arq-hacer/>

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

**Imagen 19.***Organigrama***ORGANIGRAMA COMEDOR COMUNITARIO “ CONSTRUYENDO FUTURO”****Cocineras:**

Descripción del cargo: Preparación y elaboración de alimentos y bebidas, cumpliendo con las reglas de higiene y buenas prácticas de elaboración de acuerdo a las instrucciones y menús previamente establecidos para el consumo diario y a los horarios establecidos.

Funciones

- Preparar los alimentos para el servicio.
- Cocinar productos del menú en cooperación con el resto del personal de la cocina.
- Organizar y aprovisionar con los productos necesarios.
- Almacenar el inventario de forma adecuada.
- Cumplir con las normativas nutricionales, sanitarias y estándares de seguridad.
- Indicar a sus auxiliares las actividades a realizar.

**Ayudantes de cocina:**

Descripción del cargo: Realizar tareas rutinarias como organizar las estaciones y los ingredientes para que la comida pueda prepararse siguiendo las recetas, debe ser rápido y diligente

Funciones

- Ayudar al responsable de la preparación de los alimentos en el picado, cocido y licuado.
- Integrar las raciones alimenticias dependiendo de las características del beneficiario.
- Organizar el reparto de los alimentos en el comedor, recogiendo los platos sucios y limpiando las mesas.

**Auxiliares complementarios:**

Descripción del cargo: Proporciona oportuna y eficiente los servicios que requiera el lugar en materia de servicios como mantenimiento transporte, vigilancia o limpieza entre otros.

Funciones

- Realizar labores propias de comedor.
- Labores de cocina para cuya realización se requiere adiestramiento.
- Limpiar pisos y mesas de la cocina y comedor antes de iniciar las actividades
- Barrer los espacios cercanos a la cocina, los baños, procurar el aprovechamiento de los desperdicios como alimento de animales domésticos o como fertilizantes.

**Tabla 4.***Personal*

<b>CARGO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>4% SALUD</b>	<b>4% PENSION</b>	<b>SALARIO TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>
Cocineras	2	\$38.779.52	\$38.779.52	\$969.488	\$1.938.976
Ayudantes de cocina	2	\$35.112.12	\$35.112.12	\$877.803	\$1.755.606
Auxiliares complementarios	2	\$35.112.12	\$35.112.12	\$877.803	\$1.755.606
<b>Subtotal</b>					<b>\$5.931.588</b>

Fuente: Elaboración propia

A continuación, igualmente se presenta los grupos de interés que tiene el proyecto, así como los intereses que pueden tener en el mismo y los aportes que hacen al proyecto los involucrados.

**Tabla 5.***Grupos de interés*

<b>Grupo</b>	<b>Intereses</b>	<b>Aporte de los involucrados</b>
Director	Entregar el producto dentro de los términos de alcance, tiempo, costo y calidad	Conocimiento Técnico y tiempo.
Gerente	Lograr que el proyecto se ejecute dentro de los parámetros establecidos	Conocimientos, habilidades y destrezas en administración.
Comunidad	Contar con un lugar que mejora la calidad de vida de los habitantes (niños vulnerables)	Disponibilidad y voluntad para el uso y funcionamiento del comedor comunitario.
Creadores del proyecto	Entregar a la comunidad un comedor que mejore las necesidades de alimentación y las condiciones de vida.	Experiencia, voluntad, mano de obra y tiempo.

Patrocinadores	Proyectarse a la comunidad para cumplir con las políticas de responsabilidad social.	Recursos económicos
Proveedores	Incrementar su inventario de clientes.	Equipos, herramientas y suministros y capacidad logística.

Fuente: Elaboración propia

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

**Tabla 6.**

*Descripción equipos de oficina*

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computador	3	2.000.000	6.000.000
Teléfono móvil	3	500.000	1.500.000
Escritorios	3	800.000	2.400.000
Sillas	6	300.000	1.800.000
<b>TOTAL</b>			<b>11.700.000</b>

Fuente: Elaboración propia

- g. Procesos preoperativos**, Se realizarán las actividades de investigación de mercado y desarrollo de potenciales mercados conformación de la empresa que se hará mediante escritura pública y se creará su personería jurídica, registro mercantil, publicidad de lanzamiento, selección y estudio del personal
- h. Localización**, El proyecto del Comedor Comunitario “**Construyendo Futuro**”, estará localizado inicialmente en el departamento del Chocó en su capital Quibdó, Barrio Niño Jesús, las ventajas de la localización de este proyecto radican en la cantidad de población

objetivo y su crecimiento y sus desventajas la carencia de servicios públicos, la seguridad el orden público.

### **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

**Tabla 7.**

*Cálculo de la demanda*

Población objetivo	300 niños y niñas
Consumo promedio (mensual o anual)	\$18.011.497.67 mensual
Total consumo	\$216.137.972
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)	60%
Total demanda potencial	280

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 8.***Proyecciones de ventas*

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$216.137.972</b>	<b>\$ 227.415.308</b>	<b>\$ 239.677.492</b>
<b>Enero</b>	\$15.500.000	\$16.271.947	\$17.166.904
<b>Febrero</b>	\$15.887.500	\$16.659.447	\$17.554.404
<b>Marzo</b>	\$16.316.463	\$17.088.410	\$17.983.637
<b>Abril</b>	\$16.773.324	\$17.545.271	\$18.440.498
<b>Mayo</b>	\$17.259.750	\$18.031.697	\$18.936.924
<b>Junio</b>	\$16.777.542	\$17.549.489	\$18.454.716
<b>Julio</b>	\$18.328.646	\$19.100.593	\$20.005.820
<b>Agosto</b>	\$18.915.163	\$19.687.110	\$20.592.337
<b>Septiembre</b>	\$19.539.364	\$20.311.311	\$21.576.538
<b>octubre</b>	\$19.203.702	\$20.646.973	\$21.912.200
<b>Noviembre</b>	\$ 20.931.035	\$22.374.306	\$23.639.533
<b>Diciembre</b>	\$ 20.705.483	\$22.148.754	\$23.413.981

Fuente: Elaboración propia

**a. 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 9.***Punto de equilibrio*

	<b>Año 1</b>
<b>Total costos fijos</b>	<b>\$130.359.456</b>
<b>Total costos variables</b>	<b>\$81.889.008</b>
<b>Número de unidades</b>	<b>67.000</b>
<b>Costo total promedio unitario</b>	<b>\$3.000</b>
<b>Costo promedio unitario</b>	<b>\$1.850</b>
<b>Costo variable unitario</b>	<b>\$1.150</b>
<b>Precio de venta sin IVA</b>	<b>\$3.000</b>
<b>Precio de venta con IVA</b>	<b>\$3.000</b>
<b>Margen de utilidad promedio</b>	<b>\$276</b>
<b>Punto de equilibrio en unidades</b>	<b>65.882</b>

Fuente: Elaboración propia

Describir los costos fijos y variables en tablas adicionales.

**Tabla 10.***Gastos fijos*

<b>ITEM</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>TOTAL</b>
Remuneración Personal Operativo	6	\$5.931.888	\$5.931.888
Gasto de Administración	1	\$1.000.000	\$ 1.000.000
Gastos de Remuneración	1	\$1.500.000	\$1.500.000
Arrendamiento de Local	1	\$1.150.000	\$1.150.000
Servicio de energía	1	\$520.000	\$520.000

Servicio de gas	1	\$280.000	\$280.000
Servicio de Acueducto y alcantarillado	1	\$481.400	\$481.400
<b>Subtotal</b>			<b>\$10.863.288</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 11.**

*Costos Variables*

ITEM	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	TOTAL
Materia Prima		\$5.165.750	\$5.165.750
Gasto de Marketing		\$158.334	\$ 158.334
Gastos financieros		\$1.200.000	\$1.200.000
Otros Gastos		\$300.000	\$300.000
<b>Subtotal</b>			<b>\$ 6.824.084</b>

Fuente: Elaboración propia

**b. Proyecciones ingresos por ventas**

**Tabla 12.**

*Proyecciones de ingresos por ventas*

	Año 1	Año 2	Año 3
<b>Total ventas</b>	\$216.137.972	\$ 227.415.308	\$ 239.677.492
<b>Descuentos por ventas</b>	0	0	0
<b>Ventas netas</b>	\$216.137.972	\$ 227.415.308	\$ 239.677.492

<b>% de ventas a contado</b>	100%	100%	100%
<b>% de ventas a crédito</b>	0	0	0

**Tabla 13.***Proyecciones de ingresos por ventas (mensual)*

	<b>Ventas esperadas millones</b>											
	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>JN</b>	<b>JL</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>
<b>Total ventas</b>	15.500.000	15.887.500	16.316.463	16.773.324	17.259.750	16.777.542	18.328.646	18.915.163	19.539.364	19.203.702	20.931.035	20.705.483
<b>Descuentos por ventas</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Ventas netas</b>	15.500.000	15.887.500	16.316.463	16.773.324	17.259.750	16.777.542	18.328.646	18.915.163	19.539.364	19.203.702	20.931.035	20.705.483
<b>% de ventas a contado</b>	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%
<b>% de ventas a crédito</b>	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%

Fuente: 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 general, entre otros, los recursos del capital de trabajo servirán para pagar los siguientes gastos:

- Remuneraciones del personal, Materias primas e insumos, Agua, electricidad, Alquiler local, Teléfono, Internet, Seguros, Comisiones, Publicidad, Otros

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

**Tabla 14.**

*Flujo de caja mensual*

	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>JN</b>	<b>JL</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>
<b>Ingresos</b>												
Ventas	15.500.000	15.887.500	16.316.463	16.773.324	17.259.750	16.777.542	18.328.646	18.915.163	19.539.364	19.203.702	20.931.035	20.705.483
<b>Total ingresos</b>	<b>15.500.000</b>	<b>15.887.500</b>	<b>16.316.463</b>	<b>16.773.324</b>	<b>17.259.750</b>	<b>16.777.542</b>	<b>18.328.646</b>	<b>18.915.163</b>	<b>19.539.364</b>	<b>19.203.702</b>	<b>20.931.035</b>	<b>20.705.483</b>
<b>Egresos</b>												
Compra material prima e insumos	3.714.000	4.162.500	4.625.000	5.087.500	5.550.000	5.550.000	5.550.000	5.550.000	5.550.000	5.550.000	5.550.000	5.550.000
Remuneración personal operativo	5.931.588	5.931.588	5.931.588	5.931.588	5.931.588	5.931.588	5.931.588	5.931.588	5.931.588	5.931.588	5.931.588	5.931.588
Gastos generales de operación	2.431.400	2.431.400	2.431.400	2.431.400	2.431.400	2.431.400	2.431.400	2.431.400	2.431.400	2.431.400	2.431.400	2.431.400
Remuneración administrativos	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000

Gastos de administración	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Gastos financieros	1.200.00	1.200.00	1.200.00	1.200.00	1.200.00	1.200.00	1.200.00	1.200.00	1.200.00	1.200.00	1.200.00	1.200.00
Gastos de marketing	250.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
Otros gastos	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
<b>Total egresos</b>	<b>15.126.988</b>	<b>15.475.488</b>	<b>15.937.988</b>	<b>16.400.488</b>	<b>16.862.988</b>	<b>16.862.988</b>	<b>16.862.988</b>	<b>16.862.988</b>	<b>16.862.988</b>	<b>16.862.988</b>	<b>16.862.988</b>	<b>16.862.988</b>
Flujo mensual (diferencia entre los ingresos y los egresos)	373.012	412.012	378.475	372.836	426.762	-85.446	1.465.658	2.052.175	2.676.376	2.340.714	4.068.047	3.842.495

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 15.**

*Saldos acumulados (en miles)*

	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>JN</b>	<b>JL</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>
<b>Flujo mensual</b>	15.500.000	15.887.500	16.316.463	16.773.324	17.259.750	16.777.542	18.328.646	18.915.163	19.539.364	19.203.702	20.931.035	20.705.483
<b>Flujo mensual acumulado</b>	372.012	785.024	1.163.499	1.536.335	1.963.097	1.877.651	3.343.309	5.395.484	8.071.860	10.412.574	14.480.621	18.323.116

Fuente: 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 16.**

*Inversión total*

<b>Rubro</b>	<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Activos fijos	Maquinaria y equipo	<b>\$ 17.717.900</b>
	Equipo de oficina	<b>\$ 11.700.000</b>
Instalaciones y puesta en marcha	Estudios de investigación	<b>\$ 2.000.000</b>
	Adecuación del local o espacio de producción	<b>\$5.000.000</b>
	Gastos legales de constitución	<b>\$ 1.500.000</b>
	Marketing	<b>\$ 800.000</b>
	Arriendo	<b>\$ 1.150.000</b>
	Sueldos	<b>\$ 5.931.588</b>
	Servicios Públicos	<b>\$ 1.281.400</b>
Capital de trabajo		<b>\$10.000.000</b>
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 55.930.888</b>

Fuente: Elaboración propia

c. 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.

Se realizará un crédito por **\$55.930.888** a cinco años con una tasa fija de **12.3** efectivo anual y de una cuota fija anual de **\$13.759.008**

**Tabla 17**

*Amortización*

	AMORTIZACION				
		Interés	12,30%		5
	CAPITAL	AMORTIZACION	INTERES	CUOTA ANUAL	Cálculo cuota
<b>AÑO 1</b>	\$55.930.888	6.879.504	6.879.504	\$ 13.759.008	\$ 13.759.008
<b>AÑO 2</b>	49.051.384	6.879.504	6.879.504	\$ 13.759.008	\$13.759.008
<b>AÑO 3</b>	42.171.880	6.879.504	6.879.504	\$ 13.759.008	\$13.759.008
<b>AÑO 4</b>	28.412.872	6.879.504	6.879.504	\$ 13.759.008	\$13.759.008
<b>AÑO 5</b>	21.533.368	6.879.504	6.879.504	\$ 13.759.008	\$13.759.008

Fuente: Elaboración propia

## Conclusiones

La problemática de la desnutrición infantil nos permite una amplia posibilidad de trabajo social que combatiría la mortalidad infantil por desnutrición y la posibilidad de crear Empresa Social a partir de esta, ayudando al mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad especialmente de los niños. Este, aunque es un proyecto ambicioso busca ser autosostenible ya que nos apoyaremos de las huertas urbanas e hidropónicas para cosechar alimentos y generar ingresos a través de la comercialización de asesorías e insumos provenientes de estas huertas.

La población del departamento del Choco, se encuentran en una situación de vulnerabilidad y nivel de pobreza alto, resaltando la inequidad social frente a las prioridades que brindan los gobiernos, por tal razón, este proyecto busca impulsar la responsabilidad y el liderazgo social en busca de alternativas a la problemática de la desnutrición infantil buscando impactar de manera positiva a la población.

El diseño de un(os) comedor(es) comunitario(s) puede ser un proyecto atractivo, tanto para la población beneficiaria como para las personas interesadas(os) que deseen vincularse al programa, proyecto y/o beneficio que se ofrece, orientados en el sentido de acción y responsabilidad social.

En relación con el proyecto realizado en el departamento del Choco y aledaños, los resultados pueden ser excelentes, ya que los beneficios para estas comunidades son positivos y representan un aporte significativo a la alimentación, el empleo y la educación de cada uno de los miembros de la sociedad.

Mediante la realización de este informe se permite ver con claridad la rentabilidad, los beneficios a la comunidad, la mitigación del hambre y la reducción de la morbilidad.

Esta información se da a conocer los avances y la forma en cómo se desarrollará el proyecto, teniendo en cuenta cada una de las etapas que se deben evaluar para llevar a cabo el mismo ya que el modelo que creamos busca convertirse en una solución social viable para la problemática, ya que como sabemos hay grandes debilidades a fortalecer.

El diseño del Comedor Comunitario **“Construyendo Futuro”** puede ser un proyecto atractivo, tanto para la población beneficiaria como para los interesados que deseen vincular sus organizaciones públicas o privadas en proyectos orientados en el sentido de responsabilidad social.

El comedor comunitario **“Construyendo Futuro”**, debe cumplir con las características planteadas en diseño, construcción e instalación para lograr mantener las condiciones de inocuidad de manera que se evite la contaminación del alimento, facilite la limpieza y desinfección de sus superficies y se permita desempeñar adecuadamente el uso previsto, así como permitir la secuencia lógica de cada proceso.

De acuerdo al plan de gestión para el Comedor Comunitario **“Construyendo Futuro”** en el Choco, se puede determinar los criterios para seleccionar la población objetiva, la cual se evaluó por medio de aspectos sociales que impactan negativamente el desarrollo de la nutrición infantil.

El plan de gestión permitió examinar y desarrollar las necesidades básicas que solicita el diseño de un comedor comunitario, permitiendo que el requerimiento normativo fluya y no vulnere normas del ministerio de protección social.

## Referencias

- Aranda, Y., & Combariza, J. (2007). Las marcas territoriales como alternativa para la diferenciación de productos rurales. *Agronomía colombiana*, 25(2), 367-376.  
<https://www.redalyc.org/pdf/1803/180320296021.pdf> .
- Castillo-Vergara, M., Alvarez-Marin, A. y Cabana-Villca, R. (2014). Design thinking: como guiar a estudiantes, emprendedores y empresarios en su aplicación. *Ingeniería Industrial*, 35 (3), 301-311. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1815-59362014000300006&script=sci\\_arttext&tlng=pt](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1815-59362014000300006&script=sci_arttext&tlng=pt) .
- Fundamor (2018) Conviértete en voluntario del amor. Disponible en:  
<https://fundamor.org/conviertete-voluntario-del-amor/>
- Intuición, acción, creación, edited by Ellen Lupton, Editorial Gustavo Gili, 2012. 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>.
- Junta de Castilla y León. (2012). Marketing Digital para Pymes (P. 97- 107). Recuperado de [http://bibliotecadigital.jcyl.es/i18n/catalogo\\_imagenes/grupo.cmd?path=10060082](http://bibliotecadigital.jcyl.es/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=10060082).
- Kerestegian S. (2017). *Días Nórdicos 2017: Design Thinking*. (Video) Recuperado de [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=55&v=a9-5IVg83w](https://www.youtube.com/watch?time_continue=55&v=a9-5IVg83w)
- Mejía, T. A. (2005). Estructura presupuestal de un proyecto económico. Bogotá: Universidad Santo Tomás.

- 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>
- Meza Castillejo, G. C., Calvache Anacona, L. Y., Caicedo Caicedo, M. L., Murillo Mena, M. E., & Ortega Bravo, P. A. Mortalidad por mal nutrición (desnutrición) en menores de 5 años en el departamento del chocó en la salud pública.  
<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/18509>
- 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>.
- 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>
- Pérez Guarín, M. Y., Rojas Castillo, L. A., Zuluaga Gómez, D. P., & Caicedo Daza, D. F. La desnutrición de los niños en el Departamento del Choco.  
<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/18505> .
- Steinbeck, R. (2011). El «design thinking» como estrategia de creatividad en la distancia. *Comunicar*, 19 (37), 27-35. <https://www.redalyc.org/pdf/158/15820024004.pdf>
- Schnarch, A., & Schnarch, D. S. (2010). Marketing para emprendedores. Bogotá DC, Colombia: Ecoe Ediciones. Recuperado

de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=519628&lang=es&site=eds-live&scope=site>.

Wisbaum, W. (2011). La desnutrición infantil: causas, consecuencias y estrategias para su prevención y tratamiento.

<http://repositorio.minedu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/3713/La%20desnutrici%C3%B3n%20infantil%20causas,%20consecuencias%20y%20estrategias%20para%20su%20prevenci%C3%B3n%20y%20tratamiento.pdf?sequence=1>.