

Emprendimiento Social Granito de Arena

Por:

Lina María Arciniegas Olarte

Cesar Fernando Albarracín Sánchez

Nubia Carolina Chaparro Niño

Jeison Wilfredo Guevara Roncancio

Tutora:

Luz Dary Camacho Rodríguez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

09 de Diciembre 2021

Introducción

En este documento se presenta el Emprendimiento Social Granito de Arena, el cual es una propuesta pensada para cubrir la necesidad de la población de la ciudad de Yopal – Casanare en el ámbito de la adquisición de productos de abarrotes básicos como granos, cereales y especias, adicionalmente se va a destinar un porcentaje de las ventas para cubrir la necesidad de algunas familias vulnerables de la ciudad.

Se tomaron varios métodos para el desarrollo de la propuesta, como se aprecia en los capítulos de este documento, realizamos un desarrollo media herramientas como Desing Thinking, análisis financieros, estrategias de marketing entre otros. Todo esto con el fin de lograr obtener una viabilidad técnica, financiera y social, para su buen desarrollo.

Abstract

This document presents the Granito de Arena Social Entrepreneurship Project, which is a project designed to meet the need of the population of the city of Yopal - Casanare in the field of acquiring basic grocery products such as grains, cereals and spices, additionally a percentage of sales will be allocated to cover the needs of some vulnerable families in the city.

Several methods were taken for the development of the project, as can be seen in the chapters of this document, we carry out a medium development of tools such as Design Thinking, financial analysis, marketing strategies among others. All this in order to achieve technical, financial and social viability of the project, for its proper development.

Tabla de Contenido

Introducción	2
Abstract	3
Índice de Tablas	5
Índice de Ilustraciones	6
Objetivos Generales	7
Objetivos Específicos	7
Descripción de la Problemática u Oportunidad Identificada	8
Factor Innovador	10
Metodología Desing Thinking	14
Estrategias de Mercado	21
Proyección Operativa y Financiera	28
Conclusiones	39
Referencias Bibliográficas.	41

Índice de Tablas

Tabla 1 – Problemáticas	15
Tabla 2 - Capacidad Instalada	28
Tabla 3 - Fuente de Insumos	28
Tabla 4 - Descripción de elementos operativos	30
Tabla 5- Proyección de Personal	33
Tabla 6 - Relación de Adecuaciones	33
Tabla 7 - Demanda Potencial	35
Tabla 8 - Proyección de Ventas para 3 años	36

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1- Productos Fuente: Google _____	8
Ilustración 2 - Productos Envasados Fuente:Google _____	10
Ilustración 3 - Mapa Desing Fuente:Google _____	16
Ilustración 4 - Mapa Mental Fuente: Construcción Propia_____	17
Ilustración 5 - Muestra Producto Fuente: Construcción Propia _____	18
Ilustración 6 - Poster Fuente: Construcción Propia _____	20
Ilustración 7 - Mapa de Yopal Fuente: Google _____	21
Ilustración 8 - Desempleo 2019 Fuente: Dane _____	22
Ilustración 9 - Pagina Web Fuente: Construcción Propia _____	27
Ilustración 10 - Logotipo Fuente: Construcción Propia _____	27
Ilustración 11 - Dispensadores Fuente: Google _____	29
Ilustración 12 - Estantería Fuente: Google _____	30
Ilustración 13 - Distribución de Áreas Fuente: Construcción Propia _____	31
Ilustración 14 - Organigrama Fuente: Construcción Propia _____	32
Ilustración 15- Flujo de Ingresos Fuente: Construcción Propia _____	37
Ilustración 16 - Flujo Mensual Fuente: Construcción Propia _____	38
Ilustración 17 - Posibles Inversiones Fuente: Construcción Propia _____	38
Ilustración 18 - Inversión Total Requerida Fuente: Construcción Propia _____	39

Objetivos Generales

Formular el desarrollo de la propuesta de emprendimiento social, para la creación de la comercializadora de granos y cereales Granito de arena, en diferentes presentaciones envasados con recipientes de vidrio para un mejor almacenamiento y conserva, en la ciudad de Yopal Casanare, asimismo se busca mejorar la calidad de vida de las madres cabeza de hogar del municipio, contribuyendo en la ayuda mutua y la generación de empleo.

Objetivos Específicos

Identificar los aspectos del planteamiento del Problema.

Presentar los aspectos innovadores de la propuesta de emprendimiento social.

Visualizar la metodología Desing Thinking. empleada para desarrollar la idea de negocio.

Proyectar los Planes Operativos y financieros de la propuesta.

Descripción de la Problemática u Oportunidad Identificada

Puesta en marcha de una organización asociativa basada en la creación de una comercializadora de granos y cereales con marca propia (**Granito de Arena**) para progresos económicos de madres cabezas de familias el cual contribuye a disminuir los índices de desempleo existentes en el Municipio de Yopal – Casanare (Ver Ilustración 1).



Ilustración 1- Productos | Fuente: Construcción Propia

Alrededor del mundo y especialmente en Colombia, se presenta un fenómeno que no es posible controlar de forma sencilla y es el desperdicio de alimentos, se estima que aproximadamente en el mundo se desperdician 931.000

toneladas de alimentos, esto debido a que principalmente no se alcanza a comprar o vender la totalidad de estos alimentos, eso sin contar con las partes no comestibles como cascaras y huesos, lo que buscamos resolver con esta propuesta de emprendimiento es poder recaudar por donación o compra directa de los alimentos que no se alcancen a vender en las grandes superficies y que estén próximos a cumplir su fecha de vencimiento, en el caso de los productos no perecederos, adicionalmente se pretende realizar una gran alianza con los pequeños productores de granos y cereales, es decir (arroz, frijol, garbanzo, etc.); con el fin de que se unan a esa causa ya que en la mayoría de los casos los pequeños productores son los que más les afectan esos desperdicios, el componente innovador proviene en la siguiente idea, se llama granito de arena, ¿qué es granito de arena?; es una iniciativa social que permite enfrentar la pobreza y las pocas oportunidades de

crecimiento y progreso económico, con el único objetivo de mejorar los niveles de calidad de vida de las madres cabeza de hogar del municipio de Yopal – Casanare.

¿Cómo funciona la iniciativa?, esta iniciativa busca unir a los pequeños productores de granos y cereales del país para que realicen algún tipo de donaciones o venta de granos y cereales a un precio menor, estas donaciones en especie o en dinero por medio de descuentos, se usaran para entregar por medio de kits alimenticios a las familias más pobres del país, adicionalmente el componente innovador de esta iniciativa también busca promover el reciclaje y la reutilización por medio de envases de vidrio que ayudan a conservar los alimentos secos y en conserva por mucho más tiempo, las familias que quieran unirse a esta iniciativa, tendrán adicionalmente un incentivo por regresar los envases de los alimentos de su Kit entregado, con el fin de reducir el impacto ambiental por las bolsas y adicionalmente se busca que los roedores no contaminen los granos con los envases de vidrio.

Factor Innovador

Granito de Arena busca generar un impacto social con la ayuda de los pequeños productores y empresarios que aporten su granito de arena para lograr mitigar el hambre de la población más vulnerable, sin embargo, con esta iniciativa también buscamos modernizar y generar un impacto ambiental con la utilización de recipientes de vidrio reciclables, y reutilizables, con los cuales por cada envase que retorne a la cadena de ayuda se les brindara en su siguiente kit un 20% más de cada producto.

Adicionalmente, se podrá sacar a la venta unidades de productos con el fin de recaudar dinero para el pago y mantenimiento de los centros de acopio, y el pago de salarios de los colaboradores. La Financiación se llevará a cabo por medio de donaciones tanto en especie como en dinero por medio de descuentos para comprar los granos y cereales a un menor precio y sin intermediarios, las donaciones en especie serán recaudadas en un centro de acopio en donde con la colaboración de madres cabeza de familia, realizarán el envase de cada grano y cereal en los envases de vidrio (ver ilustración 2).



Ilustración 2 - Productos Envasados | Fuente: Construcción Propia

En este caso en particular se está hablando de proveer ayuda humanitaria como primera necesidad, es decir que el mercado objetivo se centra principalmente en las familias más vulnerables de las ciudades, si bien es probable que no se llegue a todas, lo importante es que siga creciendo la iniciativa y poder expandir las entregas a más familias, en segundo lugar, tenemos productos con el fin de que las personas puedan ayudar con la compra, es decir, envases con granos y cereales que pueden adquirir a un módico precio y con esto poder sostener la cadena humanitaria que se estima para el funcionamiento de granito de arena.

De igual forma se podrá realizar Desarrollar productos innovadores que marquen diferencia de los competidores, ser reconocidos por las presentaciones y variedad de los granos y cereales para su producción y venta tales como:

Cereales confitados.

Harinas de los diferentes tipos de granos pre cocidas.

Mezclas de cereales listas para realizar diferentes tipos de preparaciones (Coladas, Tortillas, panqueques, creps y waffles)

Harina para panes y pastelería

La empresa granito de arena, realizamos un estudio de pertinencia donde nos damos cuenta que la empresa está en un lugar adecuado y eficaz, el cual nos Brinda satisfacción al entorno de la ubicación de la empresa por lo tanto nos sentimos satisfactoriamente ya que con este estudio damos cuenta que la pertinencia nos indica que estamos en el lugar adecuado. Será pertinente a contribuir ideas sobre los productos. Financiación económica Mediante la construcción de una cooperativa, donde cada entusiasta emprendedor. En la empresa la mejor manera es identificar el procedimiento y manejo de los productos incluye toda actividad técnica operativa de que involucra el manejo de la micro pequeñas y grandes empresas, así mismo dando

disposición final o cualquier otro procedimiento en el que la empresa granito de arena tendrá un buen emprendimiento para todos los clientes.

Los factores de producción son los recursos que una empresa o una persona utiliza para crear y producir bienes y servicios. En la teoría económica se considera que existen tres factores principales de producción: el capital, el trabajo y la tierra.

Capital: Se refiere a todos los bienes o productos terminados que se han invertido y aportado a la producción, tales como maquinaria, equipos, fábricas, almacenes, herramientas, útiles de transporte, etc. Para la ejecución de la propuesta social. Todos estos se utilizan para producir otros bienes o servicios. En algunos casos, el dinero se llama capital, pero como el dinero en sí mismo no contribuye a la producción de otras mercancías, no se lo considera un factor de producción.

Trabajo: se refiere a toda la mano de obra, fuerza física e inteligencia que los trabajadores poseen y son necesarios para producir bienes y servicios, en este caso todos los cultivadores de granos que estarán involucrados.

Tierra: Este factor de producción no se refiere únicamente a la tierra en sí (el área utilizada para realizar actividades productivas, criar ganado, cultivar, construir edificios de oficinas, etc.), en este caso serán los cultivos de los granos.

Es el grupo de personas a las cuales se le realizan un estudio sobre las preferencias, necesidades, oportunidades y habilidades, con el fin de determinar y clasificar la variedad de clientes, para realizar un estudio de marketing, que está siendo dirigido por la empresa llamada Granito de Arena la cual implementara distintas investigaciones de mercados y ilustraciones para

brindar la mejor solución a los inconvenientes observados en el entorno y así de esta manera poder implementar acciones de mejoras a la calidad de vida los clientes.

Metodología Desing Thinking



Design Thinking es un proceso que, a través de soluciones creativas, permite resolver problemas y así generar valor gracias a una metodología centrada en entender y co-crear alrededor de los usuarios. Este proceso se enfoca en la experiencia del usuario, primordialmente, busca comprender sus problemas y analizar sus comportamientos para, así, generar ideas que permitan darle solución a sus dolencias a través de prototipos rápidos.

El proceso de investigación del Design Thinking permitirá crear soluciones para que los clientes estén más satisfechos no solo con el producto o servicio sino también con la relación que tiene con la marca.

Para este documento se eligió la Herramienta “¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Por qué?”; Para lo cual entonces se establecieron las siguientes variables que se presentan a continuación (Ver Tabla 1).

Fuente: Construcción propia

Tabla 1 – Problemáticas

Esquema	¿Qué está Sucediendo?	¿Cómo está sucediendo?	¿Por qué está Sucediendo?
	<p>Cada día crece el desempleo y la inflación, en donde los alimentos de primera necesidad se ponen más caros.</p> <p>Existen familias que no pueden pagar estos alimentos o por lo menos no en las presentaciones comerciales y requieren de ayuda.</p>	<p>Debido a reformas tributarias han colocados más impuestos a los pequeños productores haciendo que el producto final se eleve su precio.</p> <p>Las familias de más bajos recursos no pueden sostenerse debido a que no hay oportunidades laborales de calidad, que les garanticen un trabajo digno.</p>	<p>Esto sucede a diferentes factores gubernamentales, sin embargo, también sucede porque la mayoría de productos se desperdician por no tener un empaque que este acorde o contienen demasiados conservantes.</p> <p>No hay una política de desempleo robusta, adicionalmente se encuentran muchos niños en la mendicidad apoyados por sus padres.</p>
	<p>Cada año se desperdician toneladas y toneladas de materiales re utilizables como los envases de vidrio</p>	<p>Las personas compran en los supermercados productos con empaques de plástico o bolsas como los granos y cereales.</p>	<p>Esto sucede porque no existe una cultura sobre la re utilización de estos materiales y entonces se termina todo desperdiciando.</p>

Fase de Definición

El objetivo de esta fase es identificar un foco de acción a partir de las conclusiones extraídas de la fase Empatía. Es decir, sabemos que el usuario tiene una necesidad a la hora de solucionar un problema y el reto es lograr encontrar la mejor solución (Ver ilustración 3).

Es esencial definir correctamente el foco de acción. Si no identificamos este foco de forma adecuada es imposible llegar a encontrar la solución ideal. Para evitar errores a la hora de definir el foco de acción es importante asegurarnos de que la información recopilada en la primera fase es suficiente como para poder identificar el problema (o problemas) del cliente.

Proceso realizado: Se aplicó la herramienta Mapa de Empatía la cual es una conceptualización gráfica colaborativa dónde se debe poner en común el conocimiento que se disponga de los usuarios y permite, fundamentalmente empatizar con el usuario final del producto o servicio estudiando.



Ilustración 3 - Mapa Desing | Fuente: Construcción Propia

Se logró identificar lo que piensa o siente un usuario, es importante estar atentos al lenguaje no verbal, al comportamiento y las contradicciones sobre la información que nos esté aportando. En este ejercicio se pueden identificar necesidades y revelaciones clave (insights) para crear una solución ajustada al usuario.

Se pudo evidenciar que la sociedad necesita estrategias sociales y emprendedoras para ayudar a las familias más necesitadas por medio de precios que puedan ser accesibles para estas.

Fase de Ideación

La etapa o fase de Ideación tiene como objetivo la generación de un sinnúmero 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 son las que generan soluciones visionarias.

Para la etapa de ideación se utilizó un Mapa Mental (ver Ilustración 4) en donde la idea principal sea la “Venta de Granos y Cereales a Granel, envasados en recipientes de vidrio retornables”.

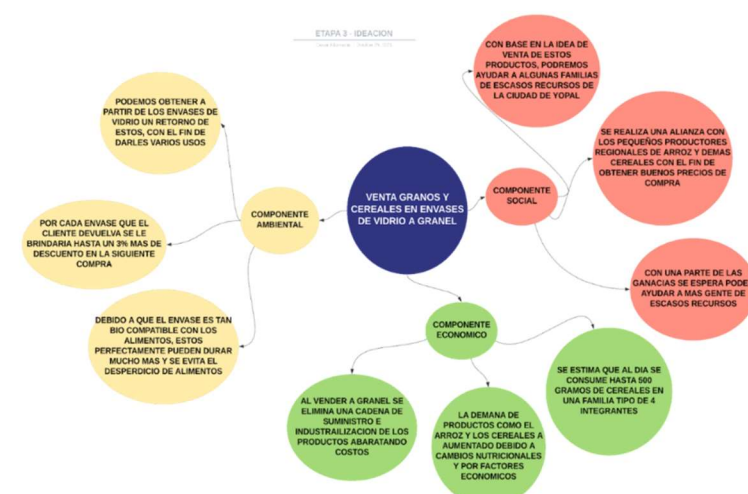


Ilustración 4 - Mapa Mental | Fuente: Construcción Propia

A partir del mapa mental realizado logramos evidenciar que en la etapa de ideación tenemos 3 variables importantes, las cuales son componente social, económico, y ambiental, después de esto evidenciamos que existen diferencias sub conceptos para esta idea en donde plasmamos cada una, y logramos obtener que la idea es viable para realizar siempre y cuando se den estos distintos factores que se idearon por medio de este mapa mental.

Fase de Prototipado

El Prototipado es una versión inicial de la idea de un producto o servicio. El prototipado nos permite probar, evaluar y validar si efectivamente la idea que tenemos en mente cumple los objetivos de la empresa y de los usuarios. Gracias a este prototipo podremos validar esas ideas que tenemos de productos o servicios pero que no sabemos cómo reflejarlas ni cómo llevarlas a un terreno palpable. (Ver Ilustración 5).



Ilustración 5 - Muestra Producto | Fuente: Construcción Propia

Ventajas

Controlar el desperdicio de alimentos por medio de emprendimiento social para ayudar a las personas de escaso recursos.

Productos alimenticios a bajo costos y accesibles para las personas de escasos recursos.

Incentivos por regresar los envases de los alimentos del Kit entregado.

Variedad de productos que marquen diferencia de los competidores, ser reconocidos por las presentaciones y diversidad de los granos y cereales para su producción y venta.

Ambiente: Es un ambiente propicio para hacer los productos, fresco e iluminado, adecuado, además cuenta con una excelente higiene, tanto en el área de los productos.

Productos locales: Mediante esta iniciativa se pretende reactivar la economía local, apoyando a los pequeños productores de cereales y granos.

Diseño: Innovación en la presentación del producto en empaques de vidrio reutilizables que contribuyen en la reducción de plásticos de un solo uso que afectan gravemente el planeta.

Lo que se busca la relación perfecta con el medio ambiente, por esa manera todos los envases de cereales y granos serán reutilizables, lo que se busca es economía y sostenibilidad para la empresa, por otra parte, se busca reemplazar los empaques plásticos por envases de vidrio, sin ni siquiera ponerles etiqueta, el logo empresarial ira en la tapa.

Al final de este prototipado generara un gran impacto positivo sobre los consumidores, debido a que hoy en día se busca mucho el tema del cuidado del medio ambiente y por tanto hay muchas personas que buscan la disminución masiva de desechos contaminantes, y por otra parte la empresa tendrá más demanda porque al ser los envases reutilizables habrá un descuento por el reingreso de esos envases a las plantas, por parte de los clientes, claramente ese descuento será en la nueva compra de los productos.

Fase de Testeo

Durante la fase de Testeo, probaremos los 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 la idea hasta convertirla en la solución que estábamos buscando.

Esta herramienta implica diseñar un supuesto póster promocional de la solución final. Ayuda a reflexionar sobre cómo comunicar la idea a los usuarios que harán uso de ella, y cuáles son los aspectos más destacables. Promueve un ejercicio de reflexión que puede dar pie a la identificación de mejoras. También es una herramienta de apoyo para la explicación de la solución final (ver Ilustración 6).



Ilustración 6 - Poster | Fuente: Construcción Propia

Estrategias de Mercado

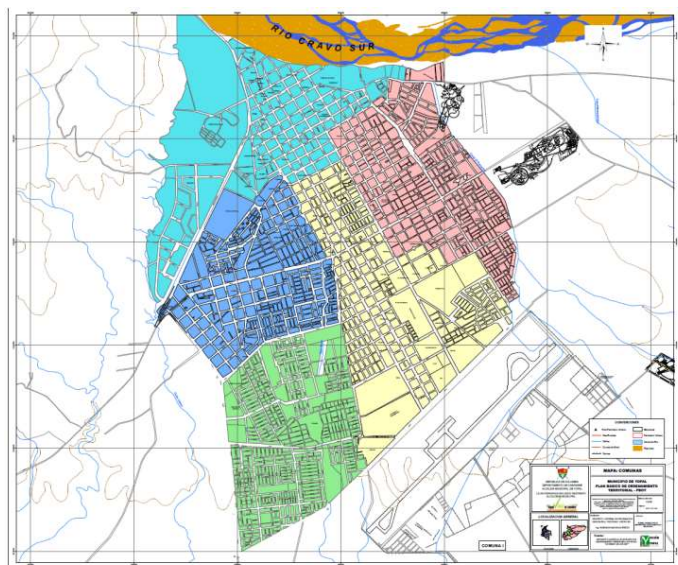


Ilustración 7 - Mapa de Yopal | Fuente: Violeta Estéreo

El grupo objetivo es la población de la Ciudad de Yopal (ver ilustración 7), se estima que para el año 2020 la población de Yopal llegaría a los 154.000 Ciento Cincuenta y cuatro mil habitantes en su casco urbano, para lo cual la población objetivo son aproximadamente 90.000

habitantes que son adultos mayores de 18

años hasta 60 años, que requieran del producto como opción para integrarla a su canasta básica familiar, y que tienen en teoría poder adquisitivo para tomar el producto.

Es una iniciativa social que permite enfrentar la pobreza y las pocas oportunidades de crecimiento y progreso económico, con el único objetivo de mejorar los niveles de calidad de vida de los habitantes del municipio de Yopal Casanare, está dirigido para cualquier persona mayor de 15 años.

Población ocupada, según nivel educativo**Total 8 ciudades capitales de los departamentos de la Amazonía y Orinoquía y total Yopal
Año 2019 - 2018**

Nivel Educativo	Total 8 ciudades capitales			Yopal		
	Año 2019	Año 2018	Variación absoluta	Año 2019	Año 2018	Variación absoluta
Total Ocupados	164.417	157.457	6.960	70.447	66.788	3.659
Ninguno	13.728	14.705	-977	4.628	4.833	-205
Educación básica primaria y secundaria	43.859	43.683	176	17.572	18.335	-763
Educación media	48.549	45.806	2.743	23.283	22.202	1.081
Educación técnica profesional y tecnológica	30.872	29.167	1.705	11.796	10.736	1.060
Educación universitaria y posgrado	27.343	24.021	3.322	13.168	10.682	2.486

Fuente: DANE - GEIH

*Ciudades capitales de los 8 nuevos departamentos que comprenden: Leticia (Amazonas), Arauca (Arauca), Yopal (Casanare), Inirida (Guainía), San José del Guaviare (Guaviare), Mocoa (Putumayo), Mitú (Vaupés), Puerto Carreño (Vichada)

Nota: no incluye la categoría "No informa / no determinado".

Ilustración 8 - Desempleo 2019 | Fuente: Dane

Según el Dane la población en 2019 empleada llegaba a los 70.447 con un empleo formal e informal, partiendo de esta información la segmentación para el producto que ofrecemos, se pretende llegar a la población con poder adquisitivo, que serían estas 70.447, sin embargo debemos tener en cuenta que actualmente después de la pandemia y según datos del mismo DANE, aproximadamente el 35% de las personas que tenían empleo se encuentran cesantes, por lo tanto para esta segmentación estimo que la población objetivo para vender el producto es de aproximadamente 45.791 habitantes y posibles clientes potenciales (Ver ilustración 8).

Personas de la ciudad de Yopal departamento de Casanare ya que en esta población es donde se halla el mayor mercado potencial teniendo en cuenta que cuenta con una población de total 179 a 355 habitantes.

Segmentación en función del comportamiento:

Es un producto conocido por todos los rangos de edades y clases sociales, a pesar de que la propuesta está dirigida a la población más vulnerable o estratos medio y bajo, existe un gran porcentaje en los clientes de estratos medio alto y alto, que quieren adquirir los productos ya que contamos con costos bajos que benefician a los consumidores en el ahorro y la economía.

Segmentación demográfica:

Consiste en dividir el mercado en grupos más pequeños, este tipo de segmentación toma en cuenta variables como la edad, ingresos, grado de estudios, de la propuesta de emprendimiento social granito de arena.

Para compras: De 15 años en adelante que tengan ingresos (ya sea por trabajo: mayores de 18 años, o por ahorros de lo que les dan los papás: de 15 a 18 años).

Para recibir la ayuda humanitaria: Familias estrato 1 que se encuentren en situación vulnerable.

De acuerdo a las investigaciones realizadas, como tal no existe un competidor directo para los productos que ofrecemos, debido a que en principio Yopal tiene una economía en crecimiento, si bien por ejemplo la industria arroceras y otros cereales y tubérculos son cultivados acá, en la mayoría de los casos el producto es vendido en recipientes como bolsas plásticas, los cuales son propensos a romperse y a que los roedores y plagas los contaminen, por lo tanto como tal los competidores directos serían los supermercados y Superficies grandes y pequeñas, y que vuelvo e indico estos venden los productos en bolsas plásticas, que son distintos a lo que queremos ofrecer.

Comercializadora granos del Oriente.

G&C Granos y cereales

Almacenes de cadena.

Tiendas de barrio

Plazas de mercado.

Las marcas más conocidas y comercializadas son:

Granos del oriente.

Chicamocha.

Flor del pauto.

Su despensa

Arroz Casanare.

Mi arroz

Sabrosón

Tailandés

En Yopal existe mucha variedad de mercados, creo que un aliado estratégico son los comerciantes de la plaza de mercado, en donde los días sábado y domingo llegan más de 10.000 mil personas para adquirir los productos del campo, esta sería también como tal una estrategia de venta, y ya aliados con superficies medianas serían tiendas D1 y Justo y bueno, en donde su reputación de precios bajos y buena calidad podrían aprovecharse para comercializar el producto. Estamos hablando de alrededor de 20 tiendas de comercio de estos productos de la canasta familiar.

Pequeños productores de granos y cereales: Quizá el aliado más importante, de ellos se van a obtener la materia prima para vender y dar en ayudas humanitarias, consiste en apoyarlos comprándoles solo a ellos los granos y cereales y a cambio ellos lo venden a un valor más bajo o donan los granos y cereales que no hayan podido vender

Radio local y programas de Televisión en cadenas locales: Para hacer visible el emprendimiento social es indispensable que se dé a conocer, por esto la radio y las cadenas de televisión locales (de Yopal – Casanare) son un aliado importante, estarían apoyando la ayuda humanitaria con trabajo, al promocionar de manera gratuita a “Granito de arena”, esto hará que se pueda llegar a más personas.

Familias vulnerables: La idea del emprendimiento social es ayudar a mitigar el hambre y la pobreza de las familias vulnerables, así con ellas también se deben establecer alianzas para que no vendan los productos que se les entregan y además para que devuelvan los envases de vidrio para poder volver a usarlos en la cadena de ayudas humanitarias.

La estrategia de comunicación que se propone para la comercialización de este producto es la siguiente:

Evento de Presentación del producto en el Centro comercial Unicentro el día sábado y domingo, con el fin de que las personas que frecuentan estos centros comerciales puedan tener contacto con los productos que ofrecemos y entrega de unos Flyers promocionales

Se considera que una buena estrategia de comunicación es una cuña radial en las emisoras Candela Casanare, y la emisora de la Policía Nacional.

La mejor estrategia de posicionamiento es el producto, y en cómo se presenta, frente a otros competidores, es decir se ofrecería estos productos en envases con todos los cuidados

sanitarios y con la certeza de que el producto proviene desde su envasado con todos los protocolos de asepsia, adicionalmente la presentación en envase de vidrio le da un toque de exclusividad frente a un producto que está en una bolsa de plástico. Esto se podría lograr realizando en las exhibiciones una comparación con una bolsa de plástico y contra el producto.

La principal estrategia de diferenciación en mi opinión es la reutilización y la reducción de empaques de plástico, el producto destacara por ser pionero en no solo una estrategia de resaltar frente a la competencia sino por aplicar el concepto de responsabilidad social con el planeta fomentando el reciclaje del envase, como lo están adoptando las grandes empresas como coca cola que están dejando el plástico para volver a vender productos en envase retornable.

Se Considero que la Mejor estrategia de Social Media que se puede adoptar es la utilización de WhatsApp Bussines con el cual se creará un catálogo de los productos.

En segundo lugar, se consideró que la visualización del producto por Instagram es la mejor opción, ya que esta es una red social visual, que adopta imágenes y videos con los cuales se puede realizar una campaña publicitaria pagada y llegar a muchas mas personas que con una página Web tradicional.

Para la comercialización de los productos debemos considerar una estrategia agresiva y que contenga la mayoría de los clientes en un solo lugar y en la mayoría de los casos a las personas les es más fácil tomar el celular y entrar en WhatsApp y escribir y seleccionar de un catálogo el producto que desean para que le llegue a su puerta.

Página Web: La creación de este canal será fundamental para lograr el contacto comercial con el cliente, es aquí donde se podrá mostrar los servicios sociales, el contenido de valor que se viene trabajando para ellos, funcionará al mismo tiempo como una especie de blog donde ellos podrán encontrar información de valor sobre los kits (Ver Ilustración 9).

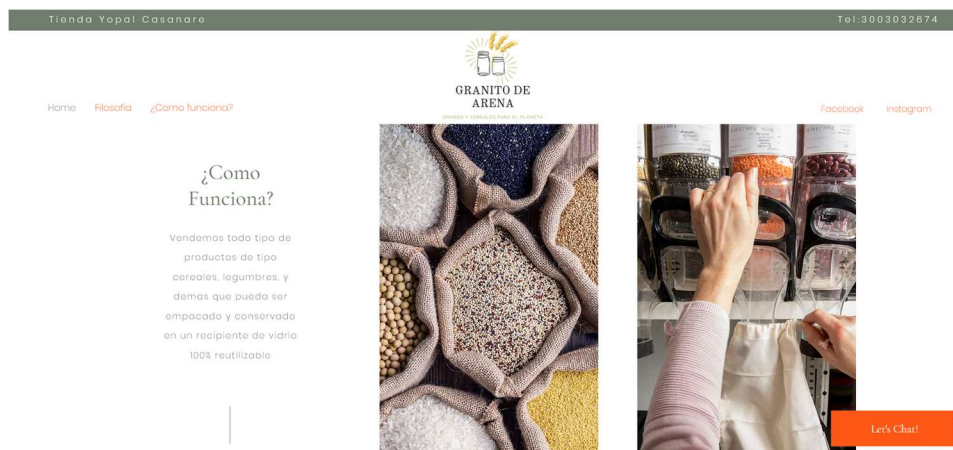


Ilustración 9 - Pagina Web | Fuente: Construcción Propia

Instagram: Cuando la persona entra a esta red social, lo que encuentran es entretenimiento, placeres, todo tipo de emociones que son transmitidas a través de las imágenes profesionales o no, son compartidas para que los usuarios las vean y de alguna manera experimenten lo que puede decir una simple imagen.

El logotipo de la propuesta se concibe teniendo en cuenta su factor innovador en donde podemos ver como componente principal los recipientes en silueta, después se observan destellos alrededor junto con ramas de espigas alusivos a los granos y cereales. (Ver Ilustración 10)



Ilustración 10 - Logotipo | Fuente: Construcción Propia

Proyección Operativa y Financiera

Recursos operativos

Para poner en marcha Granito de Arena, es necesario contar con la siguiente capacidad instalada, teniendo en cuenta el potencial del mercado que anteriormente evidenciamos (ver Tabla 2).

Tabla 2 - Capacidad Instalada

Conceptos	Cantidad
Área Local (m2)	90
% de espacio utilizado	80%
Área Bodega (m2)	300
% de espacio utilizado	65%
Capacidad de atención de Clientes por día	250
Colaboradores Disponibles por Dia	4

Fuente: Construcción Propia

Para dar servicio a la propuesta Granito de Arena debemos contar con la siguiente disponibilidad de Insumos (Ver Tabla 3);

Tabla 3 - Fuente de Insumos

Fuente Insumos	Requiere Stock	Periodo de Rotación
Proveedores de Granos	Si	8 días
Proveedores de Cereales	Si	8 días
Proveedores de Recipientes Vidrio	Si	15 días
Proveedor de Insumos de Aseo y limpieza	Si	5 días

Fuente: Construcción Propia

Granito de Arena es un Servicio de Venta de Granos y Cereales a Granel, los cuales provienen de pequeños productores Locales y de otras regiones, los cuales son envasados y distribuidos en recipientes de Vidrio o Bolsas de Papel Biodegradable, el cliente ingresa al Local comercial y selecciona el producto que desea comprar y la cantidad en Peso (Libras o Kilos), que posteriormente será puesto en una báscula para su visualización y aprobación, posteriormente se procede a realizar el pago de los productos seleccionados y poder disfrutarlos en casa; por cada Kilogramo vendido, Granito de Arena realizara Donaciones en especie a las familias menos favorecidas de la ciudad, llegando así a cumplir dos objetivos importantes, uno es tratar de disminuir el hambre en las familias más vulnerables y dos lograr minimizar la generación de residuos plásticos con la utilización de Envases de Vidrio y Bolsas de Papel Biodegradable (Ver Ilustración 11)



Ilustración 11 - Dispensadores | Fuente: Construcción Propia

En la imagen anterior podemos observar cual sería el prototipo de Dispensadores a Granel, donde evidenciamos los precios de cada producto por libra y Kilogramos (Ver Ilustración 12)



Ilustración 12 - Estantería | Fuente: Construcción Propia

Se requerirían de dos Cajeros, que atiendan a las personas inicialmente, deben realizar la medida con la báscula, y posteriormente recibir el dinero del pago por el producto.

Tabla 4 - Descripción de elementos operativos

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Bacula digital de precisión	2	\$350.000	\$700.000
Enfriador	1	\$2.500.000	\$2.500.000
Dispensadores de Producto	20	\$120.000	\$2.400.000
Punto de Pago POS con software y Datafono	2	\$350.000	\$700.000
Vitrina Mostrador	1	\$3.500.000	\$3.500.000
Insumos	1	\$4.000.000	\$4.000.000
Total			\$13.800.000

Fuente: Construcción Propia

Distribución Operativa

Para darle dinámica a la atención al público y el orden de cada elemento se consideró la siguiente distribución operativa de los elementos indispensables para la operación de Granito de Arena (Ver Tabla 4) (Ver Ilustración 13).



Ilustración 13 - Distribución de Áreas | Fuente: Construcción Propia

Organigrama y Necesidades de Personal

Todas las actividades que se deben ejecutar, tanto en la etapa de ejecución como de operación, deben ser coordinadas y controladas por un ente u órgano administrativo que garantice la consecución de los objetivos planeados para lo cual se ha definido un organigrama alineado a la etapa de introducción del servicio de alimentación solidaria, el cual puede variar en la medida que la empresa evoluciones, adicional se tienen ocupaciones que pueden ser intermitentes o no de planta, para apoyo de la empresa (Ver Ilustración 14).

La mano de obra requerida para el funcionamiento de la agencia se clasifica como mano de obra directa que corresponde a las personas que estarán involucradas desde el inicio de las actividades hasta el cumplimiento de los servicios al cliente (Ver Tabla 5).

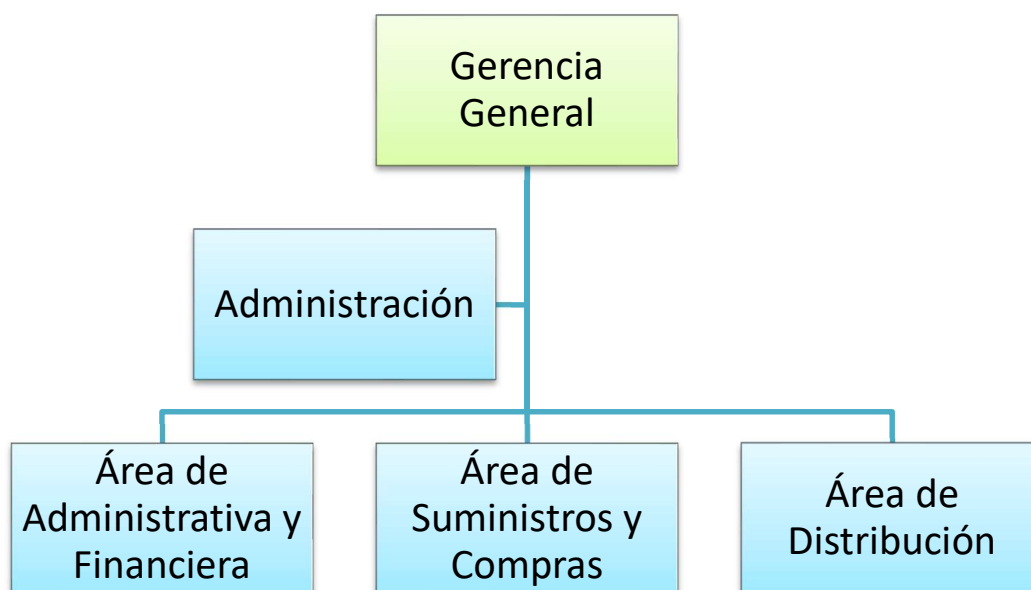


Ilustración 14 - Organigrama | Fuente: Construcción Propia

Tabla 5- Proyección de Personal

Cargo	Salario	Prestacion es sociales	Total, salario mes	Costo anual salario
Administrator	1.600.000	848.000	2.448.000	29.376.000
Secretaria y Auxiliar de bodega	900.000	477.000	1.377.000	11.277.000
Professional especializado	1.200.000	636.000	1.836.000	22.032.000
Total	6.100.000	3.233.000	9.333.000	106.749.000

Fuente: Construcción Propia

Análisis de Adecuaciones

A continuación, se relacionan las adecuaciones y elementos necesarios para la puesta en marcha (Ver Tabla 6).

Tabla 6 - Relación de Adecuaciones

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Aire Acondicionado	1	\$2.500.000	\$2.500.000
Remodelaciones	1	\$5.000.000	\$5.000.000
	Total		\$7.500.000

Fuente: Construcción Propia

Análisis de Gastos Preoperativos

1. Creación de la Sociedad:

Se debe realizar la formalización de la sociedad ante cámara de Comercio local, Dian y demás entes gubernamentales.

2. Contratación de personal e Inscripción de Arl:

Una vez obtengamos el número de identificación de la sociedad es necesario realizar el contrato y afiliación del personal con la Arl.

3. Permisos:

Se debe tramitar el permiso por utilización del espacio público para la colocación del material publicitario en la entrada del local y demás vallas alrededor.

La localización de la propuesta esta inicialmente pensada para la Ciudad de Yopal, Casanare; ya que en las fases anteriores evidenciamos un potencial de clientes considerable para que fuera viable su puesta en marcha, de igual manera el concepto como tal es aplicable a otras regiones y ciudades, la mayor ventaja de la ciudad de Yopal es que acá encontramos los productos en pequeños productores locales, y regionales a bajo costo, la mayor desventaja que observo son las vías terciarias para la compra de los productos los cuales en ciertas ocasiones en invierno encarecen los productos por no tener una malla vial optima, los espacios requeridos para la actividad comercial inicialmente seria de aproximadamente 300 a 400 m²; se estima que el costo del alquiler estaría sobre \$1.500.000 mensual, el sector escogido para el desarrollo del concepto de negocio estará ubicado en la zona Céntrica de Yopal, ya que es un sector muy transitado y

muy comercial, en donde tenemos otros negocios como Tiendas D1, Corabastos, Qbueno, entre otros comercios.

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 (Ver Tabla 7).

Tabla 7 - Demanda Potencial

Población objetivo	45.791 hab
Consumo promedio (mensual o anual)	10.5 Kg Mensuales x hab
Total consumo	480.500 Kg aprox
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)	45%
Clientes Potenciales	20.606

Fuente: Construcción Propia

Tabla 8 - Proyección de Ventas para 3 años

	Año 1	Año 2	Año 3
Total	\$ 710.339.358	\$ 823.993.655	\$ 852.407.230
Enero	\$ 50.000.000	\$ 58.000.000	\$ 60.000.000
Febrero	\$ 52.500.000	\$ 60.900.000	\$ 63.000.000
Marzo	\$ 55.125.000	\$ 63.945.000	\$ 66.150.000
Abril	\$ 57.881.250	\$ 67.142.250	\$ 69.457.500
Mayo	\$ 60.775.313	\$ 70.499.363	\$ 72.930.375
Junio	\$ 63.814.078	\$ 74.024.331	\$ 76.576.894
Julio	\$ 67.004.782	\$ 77.725.547	\$ 80.405.738
Agosto	\$ 70.355.021	\$ 81.611.825	\$ 84.426.025
Septiembre	\$ 73.872.772	\$ 85.692.416	\$ 88.647.327
Octubre	\$ 73.872.772	\$ 85.692.416	\$ 88.647.327
Noviembre	\$ 77.566.411	\$ 89.977.037	\$ 93.079.693
Diciembre	\$ 81.444.731	\$ 94.475.888	\$ 97.733.678

Fuente: Construcción Propia

En este caso, no se evidencia que la demanda de los servicios sea estacional, ya que, si se analizan el anterior cuadro de Proyecciones de Ventas, nos muestran que la demanda de los servicios es ascendente, ya que cada mes año tras año, van incrementando las ventas sin mostrar una decadencia en las ventas ni tampoco un mes en específico donde las ventas aumenten (Ver Tabla 8).

Determinación de Formula para Precio de Venta

Debido a que estamos ofreciendo un servicio de abastecimiento, se consideró que se debe tener en cuenta la siguiente fórmula para la venta por libra o kilogramo de cada uno de los productos;

Precio de venta= (inversión inicial / kg venta anual mínima) + Precio kg lb de producto + Iva 19%

Teniendo en cuenta el total de la inversión Inicial que seria la suma total de los Costos de Adecuaciones (ver tabla 4 y 6) dividido sobre la meta mínima de ventas.

Precio de venta = \$220+ precio Kg - Lb de Producto + Iva

El objetivo de esta fórmula es lograr el retorno de inversión inicial en 1 año, y la meta de ventas serian 150.000 Kilogramos de productos mensual y a esto se le sumaria el Iva que es variable dependiendo de cada producto ya que por ejemplo el Arroz no tiene la misma asignación de Iva que los cereales.

Análisis del Capital de Trabajo

Se tiene proyectado este flujo de ingresos y egresos para el primer año de ejercicio, las siguientes cifras en millones de pesos colombianos (Ver Ilustración 15).

CONCEPTOS	MESES DEL AÑO 1 (CIFRAS ESTIMADAS EN MILLONES DE PESOS)											
	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Ingresos												
Ventas	50.00	52.50	55.12	57.88	60.77	63.81	67.00	70.35	73.87	73.87	77.56	81.44
Total ingresos	50.00	52.50	55.12	57.88	60.77	63.81	67.00	70.35	73.87	73.87	77.56	81.44
Egresos												
Compra material prima e insumos	2.50	2.50	2.50	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00
Remuneración personal operativo	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
Gastos generales de operación	2.00	2.00	2.00	2.60	2.60	2.60	2.60	2.60	2.90	2.90	2.90	2.90
Remuneración administrativos	-	-	-									
Gastos de administración	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.30	0.30	0.80	0.80	0.80	0.80
Gastos financieros	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.30	0.30	0.80	0.80	0.80	0.80
Gastos de marketing	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.30	0.30	0.80	0.80	0.80	0.80
Otros gastos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total egresos	9.80	9.80	9.80	10.90	10.90	10.90	12.50	12.50	15.30	15.30	15.30	15.30
Flujo mensual (diferencia entre los ingresos y los	40.20	42.70	45.32	46.98	49.87	52.91	54.50	57.85	58.57	58.57	62.26	66.14

Ilustración 15- Flujo de Ingresos | Fuente: Construcción Propia

Podemos observar que el flujo mensual proyecta una ganancia pequeña sin embargo hacia los meses 5 y 6 se presenta una variación mas favorable hasta el final del mes 11, estaría retornando el capital invertido para la puesta en marcha, y a partir de aquí, se presentarían ganancias netas hacia el segundo año. (Ver ilustración 16)

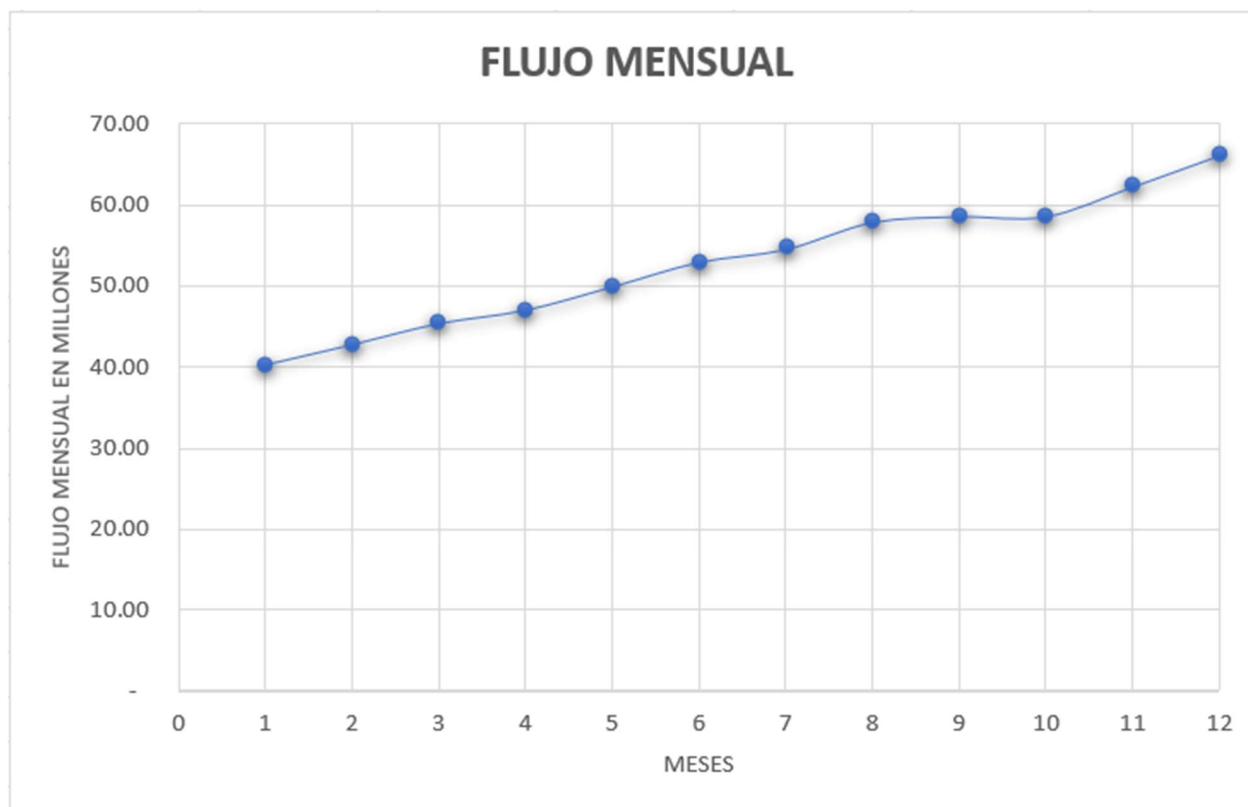


Ilustración 16 - Flujo Mensual | Fuente: Construcción Propia

El capital de inversión será propio, aunque existe la posibilidad que otros inversionistas quieran sumarse a la idea de negocio.

Actividad	Unidad de Medida	Rubro	Fuente
Sena: Fondo emprender	Millones	\$20.000.000	Capital semilla
innpulsa Colombia: Programa Aldea	Millones	\$35.000.000	Llaves de acceso
Aportes sociales	Millones	\$ 10.000.000	Aportes de socios

Ilustración 17 - Posibles Inversiones | Fuente: Construcción Propia

CONCEPTO	INVERSION TOTAL
Elementos Operativos (ver Tabla 4)	\$ 13,800,000
Personal (ver Tabla 5)	\$ 6,100,000
Adecuaciones (ver Tabla 6)	\$ 7,500,000
TOTAL INVERSION	\$ 27,400,000

Ilustración 18 - Inversión Total Requerida | Fuente: Construcción Propia

La inversión requerida para la propuesta sería aproximadamente de \$27.400.000.

Conclusiones

Uno de los aspectos que plantea el problema considerado en este documento es que existen en el mundo un desperdicio de cientos de toneladas de alimentos que no son consumidos por las personas con esta propuesta consideramos que se logra mitigar de alguna forma con esta problemática ya que la mayoría de productos que se desperdician en casa y almacenes son perecederos por que vienen empacados en bolsas que permiten contacto con agentes contaminantes externos

Uno de los aspectos innovadores de la propuesta plasmada en este documento es la masiva generación de desechos plásticos, con esta propuesta se busca lograr precisamente cambiar bolsas de alimentos con plástico a recipientes limpios de vidrio que se pueden re utilizar con productos frescos y naturales.

En la construcción de esta propuesta consideramos varios escenarios en los cuales obtuvimos resultados de aprendizaje en cuanto al enfoque y al desarrollo de la propuesta, pasando por un sencillo análisis del problema, hasta la metodología de Design thinking.

En el análisis proyectado para la operación y flujo financiero se observa que la propuesta sea técnicamente viable, ya que, si bien en los 3 primeros meses del primer año se proyectan unas cifras de ingresos bajas, hacia el mes 5 y 6 se proyecta un incremento en los ingresos, tomando una tendencia hacia mayores que nos muestra que al final del primer año es posible recuperar la inversión proyectada para la apertura.

Referencias Bibliográficas.

Dane, D. (2019, 31 diciembre), Boletín Técnico – Anexos ciudades capitales de los departamentos de la Amazonía y Orinoquía, Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ml_nvos_dptos/anexo-nvos-dptos-19.xlsx

Estéreo Violeta, V.E (2016, 02 Abril), Mapa de Yopal, Violeta Estéreo Casanare

<https://www.violetastereo.com/wp/alcaldia-frena-planes-parciales-y-licencias-de-zonas-de-expansion-de-yopal/mapa-plano-yopal/>