

**Proyecto de emprendimiento social para la producción y comercialización de insumos  
orgánicos**

Presentado por:

Carolina Sierra Berrio

Dariemn Santiago Olivares Castillo

Janeyda Inés Nope Gómez

John Fredy Hernández Espinosa

Jonny Adolfo Galeano Arteaga

Tutora

Diana Marcela Jaramillo Pulgarín

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela De Ciencias Administrativas Contables Económicas y De Negocios

Julio, 2022

## Resumen

El presente proyecto de emprendimiento que trata sobre la comercialización y producción de insumos orgánicos, es una idea de negocio sostenible seleccionado como emprendimiento social en el municipio de Tame (Arauca), ya que propone innovación y transformación en la elaboración, producción y comercialización de Insumos Orgánicos; teniendo como ventaja que este es un municipio agrícola con producción de cultivos de plátano, cacao, arroz, caña panelera y el maíz entre algunos otros, la idea del proyecto de emprendimiento es suministrar la demanda al interior de este municipio y sus alrededores; generando así desarrollo y empleo para los habitantes de este municipio, aportando conciencia ambiental ya que los productos son elaborados sin químicos, reduciendo así costos, mejorando y restaurando los suelos, promoviendo equidad e inclusión social. Todo lo anterior apoyado en la herramienta Design Thinking nos ayudara a crear y diseñar la propuesta, el modelo Canvas aportara la propuesta de valor para la idea de emprendimiento, igualmente se realizará las estrategias de marketing y su respectiva propuesta y se finalizara con la planificación operativa y financiera para posteriormente exponer y dar por finalizado el presente diplomado.

### **Abstract**

The present entrepreneurship project that deals with the commercialization and production of organic inputs, is a sustainable business idea selected as a social enterprise in the municipality of Tame (Arauca), since it proposes innovation and transformation in the elaboration, production and commercialization of Inputs. organic; Having the advantage that this is an agricultural municipality with the production of banana, cocoa, rice, sugar cane and corn crops, among others, the idea of the entrepreneurship project is to supply the demand within this municipality and its surroundings; thus generating development and employment for the inhabitants of this municipality, providing environmental awareness since the products are made without chemicals, thus reducing costs, improving and restoring the soil, promoting equity and social inclusion. All of the above supported by the Design Thinking tool will help us create and design the proposal, the Canvas model will provide the value proposition for the entrepreneurial idea, the marketing strategies and their respective proposal will also be carried out and the operational planning will be completed. and financial to later expose and end this diploma course.

## Tabla de Contenido

Introducción .....	10
Justificación .....	11
Objetivo General .....	12
Objetivos Específicos.....	12
Identificación de la Problemática.....	13
Problemática a Solucionar.....	13
Objetivo Social.....	14
Población Beneficiada.....	14
Valor Social y Modelo de Negocio .....	16
Modelo de Negocio de la Propuesta de Emprendimiento.....	17
Modelo de Negocio Sostenible .....	17
Propuesta de valor: .....	17
Segmentos de clientes .....	18
Margen de ingresos: .....	18
Innovación y Transformadora.....	18
Desing Thinking.....	19
Etapa 1. Empatizar Mapa de Actores.....	19
Etapa 2. Definir .....	20
Etapa 3. Idear .....	21
Etapa 4. Prototipar .....	23
Etapa 5. Textear o Probar.....	25
Pasos para Textear o Probar.....	25
Propuesta de Valor modelo Canvas .....	26

Estrategias de Mercadeo .....	28
Atributos Físicos: .....	29
Atributos Químicos: .....	30
Atributos biológicos.....	31
Los Beneficios de los Insumos Orgánicos: .....	31
Marca .....	34
Imagen.....	34
Slogan .....	35
Grupo Objetivo del Proyecto .....	35
Segmentación.....	36
Competencia .....	37
Aliados Clave.....	41
Estrategias de Mercado .....	42
Comunicación: .....	42
Posicionamiento:.....	45
Diferenciación:.....	45
Recursos Operativos y Financieros.....	47
Recursos operativos: .....	47
Organigrama .....	52
Proyecciones de Ventas .....	59
Capital de trabajo .....	62
Inversiones .....	65
Socios.....	68
Accionistas.....	68

Apoyos del gobierno y la banca.....	69
Ángeles Inversionistas .....	69
Fondo de la Alianza del Pacífico .....	70
Conclusiones .....	71
Fuentes Bibliográficas .....	72

### Lista de tablas

Tabla 1. Segmentación.....	37
Tabla 2. Competencia .....	38
Tabla 3. Aliados Clave.....	42
Tabla 4. Estrategias de Comunicación.....	43
Tabla 5. Insumos Directos .....	47
Tabla 6. Insumos Indirectos.....	48
Tabla 7. Costos de Producción.....	48
Tabla 8. Ficha Técnica del Producto.....	49
Tabla 9. Descripción de la maquinaria y los elementos operativos .....	49
Tabla 10. Herramienta de mano.....	50
Tabla 11 Inversión Fija .....	50
Tabla 12. Estructura Salarial de la Empresa de Abonos Orgánicos del Arauca .....	52
Tabla 13. Prestaciones Sociales de la Empresa.....	53
Tabla 14. Seguridad Social de la Empresa de Producción de Insumos Orgánicos.....	53
Tabla 15. Mano de Obra Directa.....	54
Tabla 16. Mano de Obra Directa valor mes y año .....	54
Tabla 17. Costos Indirectos de la Empresa.....	55
Tabla 18. Costos y gastos del área operativo y administrativo.....	55
Tabla 19. Mobiliarios y Enseres .....	56
Tabla 20. Equipos de Oficina.....	56
Tabla 21. Vehículo de Transporte.....	57
Tabla 22. Inversión Diferida.....	57
Tabla 23. Cálculo de la demanda .....	59

Tabla 24. Proyecciones de ventas (Unidades) .....	59
Tabla 25. Punto de Equilibrio .....	60
Tabla 26. Proyecciones de Ingresos por ventas (mensuales) .....	61
Tabla 27. Proyecciones de Ingresos por ventas .....	62
Tabla 28. Capital de trabajo .....	64
Tabla 29. Flujo de Caja mensual.....	64
Tabla 30. Saldos acumulados (en miles).....	65
Tabla 31. Inversión Total .....	66

## Lista de Figuras

Figura 1 Empatizar mapa de actores .....	20
Figura 2 Definir.....	21
Figura 3 Idear .....	22
Figura 4 Prototipar .....	24
Figura 5 textear o Probar.....	26
Figura 6 Modelo Canva .....	28
Figura 7 Modelo de publicidad 1 .....	35
Figura 8 Modelo de publicidad 2 .....	44
Figura 9 Modelo de publicidad 3 .....	44
Figura 10 Modelo de publicidad 4 .....	46
Figura 11 Página Web.....	46
Figura 12 Distribución en Planta .....	51
Figura 13 Organigrama de la Empresa de Insumos Orgánicos “ABONARA” .....	52
Figura 14 Localización de la Empresa de Producción de Insumos Orgánicos “ABONARA” .....	58

## Introducción

A continuación, se presenta la idea de negocio, para la actividad en curso, teniendo en cuenta los diferentes aportes individuales, consecutivamente se escogerá el más viable o llamativo para el grupo, en este caso será la “*Producción y Comercialización de insumos orgánicos*”. Propuesta que expone un objetivo social diferente, por su capacidad innovadora y sus características, escogido el tema se iniciara el desarrollo de la problemática social.

El proyecto se desarrolló en el Municipio de Tame (Arauca), ya que la conformación de sus suelos es muy fértil, igualmente se producen muchas clases de productos agrícolas, su población está representada en todos los rangos de edades, y cuyos productores en su mayoría se encuentran entre la edad de los 20 a los 60 años. Además, el ODS 12 (Producción y Consumo Responsable) es el que se vincula con la iniciativa propuesta en el presente trabajo.

Teniendo ya la localización del emprendimiento social se pasara a darle un valor social, con un modelo de negocio mediante la herramienta Design Thinking quien ayudara a crear y diseñar el modelo de negocio, de igual manera el modelo Canvas aportara la propuesta de valor para la idea de emprendimiento sobre la “*Producción y Comercialización de insumos orgánicos*”, ya con lo anterior se realizara las estrategias de marketing y su respectiva propuesta y se finalizara con la planificación operativa y financiera para finalmente exponer y dar por finalizado el presente diplomado

## **Justificación**

Los desechos orgánicos es una idea de negocio sostenible seleccionado como emprendimiento social en el municipio de Arauca (Arauca), ya que propone innovación y transformación en la elaboración, producción y comercialización de Insumos Orgánicos; teniendo como ventaja que este es un municipio agrícola con producción de cultivos de plátano, cacao, arroz, caña panelera y el maíz entre algunos otros, poniendo en contexto al lector, la idea es suministrar la demanda al interior de este municipio y sus alrededores; generando así desarrollo y empleo para los habitantes de este municipio, aportando conciencia ambiental ya que los productos son elaborados sin químicos, reduciendo así costos, mejorando y restaurando los suelos, promoviendo equidad e inclusión social.

## Objetivo General

Desarrollar la idea de emprendimiento social de “*Producción y Comercialización de insumos orgánicos*” planteada desde el mejoramiento de los suelos, productos más sanos, libres de químicos y elementos tóxicos.

## Objetivos Específicos

1. Identificar la zona adecuada para llevar a cabo nuestro emprendimiento social dentro del municipio de Arauca, para traer progreso mejoramiento de los suelos y bienestar social a las comunicades y mejorar así la calidad de vida de sus habitantes.
2. Traer progreso e innovación al departamento de Arauca por su fertilidad en los cultivos.
3. Presentar la propuesta de valor para el proyecto de emprendimiento sobre la comercialización de insumos orgánicos para el mejoramiento de los suelos que serán utilizados para cultivar.
4. Crear y organizar estrategias de Marketing Tradicional para impulsar nuestro proyecto
5. Mediante la presente herramienta de Lienzo Lean Canvas se expone o desarrolla las necesidades u oportunidades a solucionar en nuestro proyecto planteado
6. Ayudar a mejorar el medio ambiente y el impacto visual que generan los residuos orgánicos.

## **Identificación de la Problemática**

### **Problemática a Solucionar**

El municipio de Tame se encuentra en el suroccidente del departamento de Arauca, cuenta con una superficie de 6.457 km, su población estimada es de 53.819 personas de los cuales 25.895 pertenecen al área urbana y 27.924 perteneces al área rural, la principal actividad económica se desarrolla en el sector de la Agricultura y Ganadería, entre los cultivos que se dan en la región se encuentra el plátano, maíz, yuca, cacao, maracuyá, papaya, sandía, melón,aguacates, limón, etc. Tame es el municipio donde más se produce plátano en Colombia, todolo descrito anteriormente es de vital importancia para explicar la problemática a solucionar porque nos muestra una visión más grande del entorno en el cual se va a trabajar y se pondrá en marcha el proyecto social.

Debido a la crisis de contenedores, el departamento de Arauca ha presentado gran desabastecimiento de insumos agrícolas necesarios para la producción, el costo de los pocos insumos que se pueden conseguir se ha incrementado en más del 200%, esto debido a que Colombia no produce sus abonos, todo es importado.

Por otra parte, la universalización del uso de fertilizantes químicos a partir de la formula simplificada NPK (Nitrógeno, Fosforo, Potasio) ha incrementado enormemente la producción de alimentos en todo el mundo, sin embargo, el costa social y ambiental ha sido desastroso porque los productos agrotóxicos terminan vertidos en los cuerpos hídricos del planeta generando contaminación. Respecto a la producción y consumo responsable, los insumos químicos generan adicción al suelo, cada vez se necesitan dosis mayores de insumos químicos para poder mantener estables los niveles de producción generando un aumento en los costos de producción. Esta iniciativa social prevé ofrecer productos libres de plaguicidas, fertilizantes y químicos, libres de

hormonas, antibióticos, colorantes y saborizantes artificiales; además, de ofrecer productos que traen beneficios para la salud, prevenir enfermedades a través de productos más amigables con el cuerpo. detener significativamente daños al medio ambiente y a la tierra de cultivo. De la sostenibilidad global, considerando el futuro de nuestro planeta desempeñando un papel esencial para alimentar a la creciente población mundial.

### **Objetivo Social**

- Producir abonos orgánicos a partir de residuos biodegradables donde se maneje desde la fuente con campañas a diferentes hogares para reciclarlos adecuadamente y mejorar el medio ambiente.
- Desde el punto de vista de la agricultura producir alimentos libres de químicos para prolongar la vida y cuidar la salud.
- Aportar a la conciencia ambiental a través de la transición de un modelo de producción con insumos orgánicos.
- Reducir costos de producción y elaboración de los insumos orgánicos.
- Promover la contratación del talento humano regional brindando alternativas económicas a las familias del sector.

### **Población Beneficiada**

Tiene un impacto social positivo porque contribuye al desarrollo de las comunidades agrícolas independientes, en este caso las familias en la zona rural del municipio de Tame (Arauca), al mejorar su economía y fomentando el consumo de productos locales, para comercializar en

tiendas orgánicas y en mercados campesinos. Muchos jóvenes con estudios están recurriendo a la agricultura orgánica después de reconocer el inmenso potencial que se puede extraer si se aprovecha la demanda orgánica global.

La aparición de nuevas tiendas y emprendimientos de productos agrícolas orgánicos aparentan la existencia de un auge en la producción y ventas de esta línea en Colombia. Pero, aunque hay un leve aumento en el consumo, todavía se trata de un mercado pequeño, frente al tradicional. Algunos casos exitosos de producción se deben más a esfuerzos particulares de emprendimientos y negocios, que a una política real de estímulos y apoyos estatales.

La principal población beneficiada con el proyecto social radica en los agricultores y consumidores, debido a que los agricultores por medio de estos productos orgánicos cuidarían y mejorarían sus suelos, bajarían sus costos de producción y tendrían un producto orgánico que venderían en mercados nacionales e internacionales, los consumidores se beneficiarían porque estarían adquiriendo productos libres de químicos nocivos para la salud con sellos de calidad, mejorarían el bienestar y alimentación.

## Valor Social y Modelo de Negocio

### Percepción del Valor Social

Ante la problemática presentada frente al rechazo a los productos químicos que amenazan la salud, el aumento del costo de abonos, fertilizantes y aditivos sintéticos para cultivar en el campo, el cambio en el sabor y el valor nutricional de los productos, y la contaminación al medio ambiente; mediante la idea de emprendimiento de la “*Producción y Comercialización de insumos orgánicos*” se ofrecen productos libres de plaguicidas, fertilizantes y químicos, libres de hormonas, antibióticos, colorantes y saborizantes artificiales; además, de ofrecer productos que traen beneficios para la salud, al prevenir enfermedades a través de productos más amigables con el cuerpo, buscando detener significativamente los daños al medio ambiente y a la tierra de cultivo. De la sostenibilidad global, considerando el futuro de nuestro planeta desempeñando un papel esencial para alimentar a la creciente población mundial.

También se desea llevar ideas de innovación a la población de Arauca, por medio de este proyecto de emprendimiento social, como lo es los insumos orgánicos ya que estos desean:

- Generar empleo
- Crear tiendas de ventas, tanto físicas, como por internet, para los productos de Insumos Orgánicos libres de químicos
- Fortalecer la educación del reciclaje por medio de campañas educativas para reciclar desde la fuente
- Usar las nuevas tecnologías para capacitar a sus agricultores en temas relacionados a los insumos orgánicos.
- Reducir costos en la producción de cosechas agrícolas

- Mejorar los impactos ambientales.

### **Modelo de Negocio de la Propuesta de Emprendimiento**

Ejecutar un plan de negocios que permita concretar y reducir costos en el mercado, especificar y describir variables para realizar estrategias de mercadotecnia, mediante la recolección de información suministrada por los agricultores de la región, con el fin colocar una planta procesadora de abono orgánico a partir de los desechos biodegradables en el Municipio de Arauca. Aportando conciencia ambiental a través de la recolección de residuos orgánicos, reduciendo costos en la producción y venta de los mismos, para que ya procesados estos insumos los agricultores de la región se beneficien por los precios en venta y posteriormente ellos puedan vender sus productos más favorablemente. Igualmente se debe detectar la competencia para identificar fortalezas y debilidades antes de posicionarnos en el mercado. Promover la contratación, traer progreso, brindar una mejor calidad de vida a sus habitantes, en especial a los agricultores de la zona, capacitar a los jóvenes acerca del tema, prologar la vida y la salud con ayuda de los insumos orgánicos ya que no traen químicos, ni contaminan el ambiente.

### **Modelo de Negocio Sostenible**

Proveedores: Agricultores, Productores de materias primas.

- Comunidad: Juntas de acción comunal, alianzas con ONG

### **Propuesta de valor:**

- Vender productos orgánicos para mejorar los suelos.
- Producto sostenible
- Valores sociales y ambientales
- Relación calidad vs. Precio.

**Segmentos de clientes:**

- Agricultores que buscan mejorar el suelo, casas comerciales de fertilizantes y el Estado.
- Personas que prefieren cuidar su salud y el medio ambiente.

**Margen de ingresos:**

- Margen por producto vendido.

**Innovación y Transformadora**

Existirá la transición a sistemas agroecológicos que se basan en principios medioambientales como la fabricación de vida en el suelo, el reciclado de nutrientes, la gestión dinámica de la biodiversidad y la conservación de energía en todas las escalas, que restauren procesos ecosistémicos como el ciclo del agua, los ciclos biogeoquímicos (o de nutrientes), el flujo de energía y la dinámica de las comunidades, es decir cómo cambia la composición y estructura de un ecosistema después de una perturbación (sucesión), y promuevan la equidad e inclusión social.

La Generación de conciencia en la comunidad sobre la apropiación de las nuevas prácticas agropecuarias con énfasis en gestión del conocimiento y la innovación.

Es importante organizar Capacitaciones para rescatar saberes ancestrales de nuestros agricultores que generen soluciones eficientes en el gasto social, que produzcan impacto y soluciones de calidad dirigidas especialmente a los sectores más pobres y vulnerables de la sociedad, para mejorar la calidad del suelo.

## **Desing Thinking**

Mediante la herramienta Desing Thinking nos ayudara a crear y desarrollar diseños y estrategias de innovación para concretar las metas establecidas para la venta de insumos orgánicos.

### **Etapas 1. Empatizar Mapa de Actores**

Empatizar primera herramienta de la metodología Desing Thinking, donde centra su producto, en un mapa de actores para visualizar como se relaciona entre ellos, el proyecto de emprendimiento social, sobre la producción de “los insumos orgánicos que quiere dar soluciones a las necesidades de todos aquellos que lo rodean, en este caso los clientes, distribuidores, mediante la ayuda de las entidades financieras para sacar adelante el proyecto, los medios de promoción para realizar las diferentes campañas publicitarias, los puntos de comercialización ya que ellos son los que nos ayudan a ofrecer el producto de una manera directa, para que este sea adquirido por las diferentes comunidades de agricultores o población rural y/o urbana que lo requiera.

**Figura 1.**

Empatizar mapa de actores.



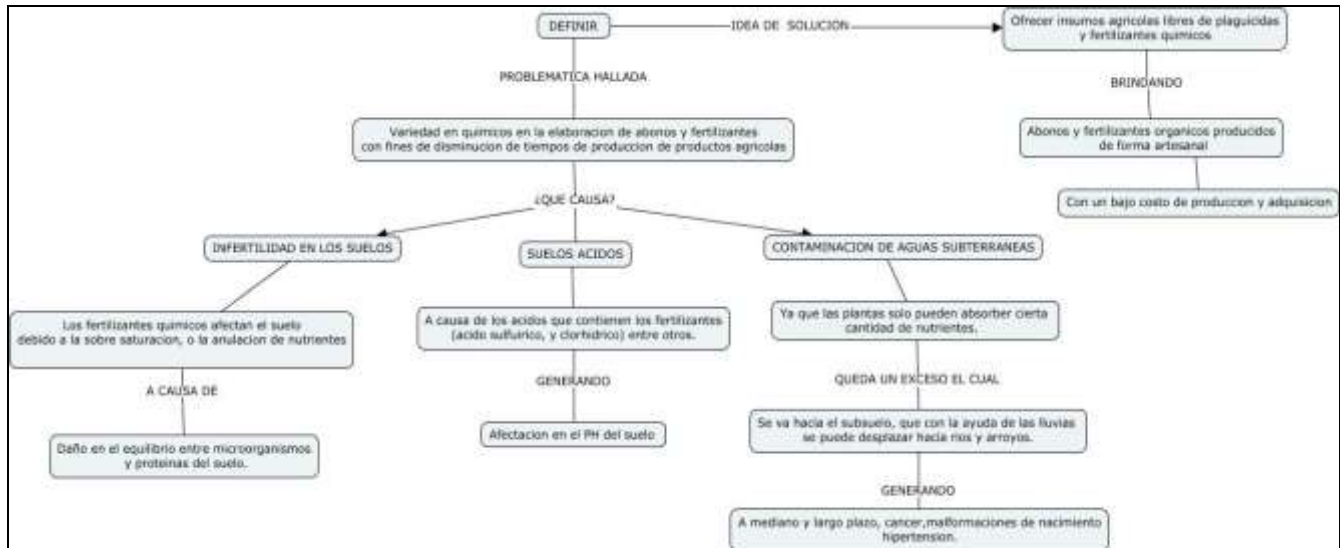
**Fuente:** Autoría Propia

## Etapa 2. Definir

En la segunda etapa Definir, de la herramienta Design Thinking, se seleccionó un mapa conceptual que nos muestra las ventajas, desventajas, define la problemática, sus beneficios es definir el problema del proyecto en este caso la producción de los insumos orgánicos, evaluar diferentes puntos de vista para luego llegar a una conclusión

**Figura 2.**

Definir.

**Fuente:** Autoría Propia

En esta etapa se busca definir tanto la problemática encontrada a raíz del uso de fertilizantes del tipo químico, que si bien cumplen con la función de potenciar rendimiento de los cultivos, tienen un efecto adverso en el suelo sobre el que se aplica, (Infertilidad, suelos ácidos, contaminación hídrica), se brinda una idea de solución en la cual, al ofrecer productos netamente orgánicos, con el fin de regenerar los microorganismos y los agentes biológicos necesarios para reestablecer el equilibrio esencial de los suelos.

Brindando un producto elaborado y obtenido de fuentes naturales a un bajo costo de adquisición, para el comprador.

### **Etapa 3. Idear**

Etapa 3 de la herramienta de Design Thinking que es idear, mostramos como podemos crear o innovar los procesos a partir de ideas innovadoras, para el proceso de los insumos orgánicos, en

este caso se utilizó una infográfica, para la creación de escenarios para este modelo de negocio ya que recrea las escenas, desde la recolección o el reciclaje de residuos sólidos, hasta obtener el resultado que ofrece los insumos orgánicos que son alimentos de buena producción, haciendo fluir ideas para el inicio del proceso que es reciclar en la fuente para reducir costos y ayudar a los agricultores a comprar los insumos de una manera más cómoda

**Figura 3.**

Idear.



**Fuente:** Autoría Propia

Mediante la aplicación de esta herramienta podemos describir las siguientes ideas de innovación relacionada al tema del reciclaje:

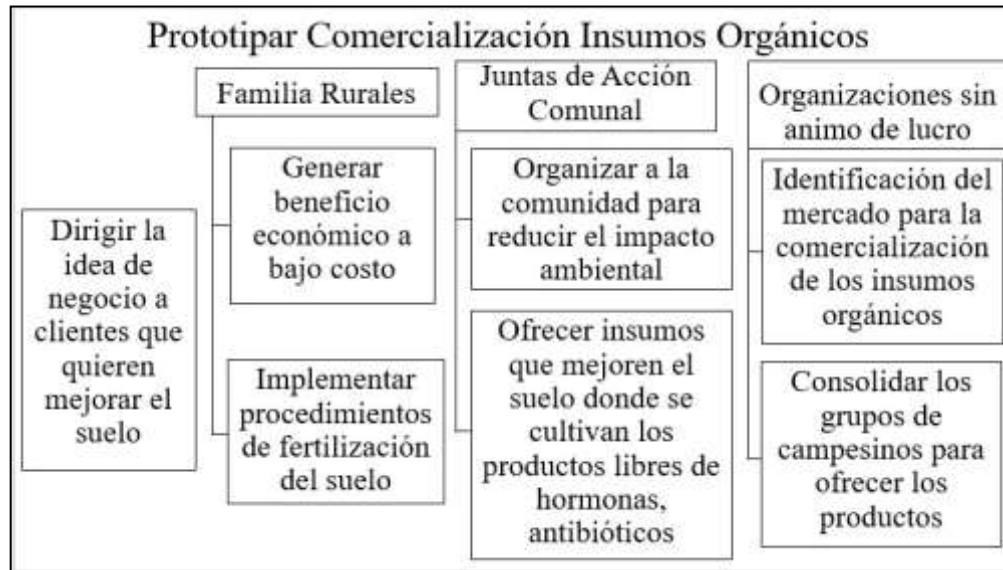
- Inducir al cambio de mentalidad
- Reciclar en la fuente mediante la separación de otros residuos como papel, cartón, vidrios, plásticos es decir que solo se recicle la basura orgánica en un solo sitio.
- Se puede reciclar también residuos de desechos vegetales y animales siempre y cuando estos no estén contaminados
- La recepción de los residuos orgánicos debe ser almacenados en suelos compactados y limpios, es decir dejarlos en un lugar apropiado para luego ser manipulados
- Se obtienen excelentes resultados en el proceso de los insumos orgánicos, ya que se requiere compromiso, trabajo y mucha responsabilidad de quienes manipulan estos procesos.

#### **Etapas 4. Prototipar**

Prototipar cuarta etapa de la herramienta Design Thinking donde se muestra un mapa de impacto secuencia de ideas el desarrollo del análisis del proyecto de producción de Insumos orgánicos y se expone los diferentes grupos de personas a quienes les interesa adquirir el producto y beneficiarse de él, es mostrar todas las ventajas y enlistar ideas que son llamativas para los diferentes grupos relacionados al gremio de la agricultura o que tiene a fines de ello.

**Figura 4.**

Prototipar.

**Fuente:** Autoría Propia

Con el mapa de impacto presentado en la Etapa 4, se presenta el prototipado como versión inicial de la idea de emprendimiento “*Producción y Comercialización de insumos orgánicos*”, planteada desde el mejoramiento de los suelos, a través de los fertilizantes orgánicos, repelentes de insectos para agricultores, formuladores y distribuidores; con el fin de evaluar y validar si efectivamente la idea que se tiene en mente cumple los objetivos de los emprendedores y de los clientes, ya que se basa en principios medioambientales como la fabricación de vida en el suelo, el reciclado de nutrientes, la gestión dinámica de la biodiversidad y la conservación de energía entodas las escalas, que restauren procesos ecosistémicos como el ciclo del agua, los ciclos biogeoquímicos (o de nutrientes), el flujo de energía y la dinámica de las comunidades, es decir cómo cambia la composición y estructura de un ecosistema después de una perturbación (sucesión), y promuevan la equidad e inclusión social.

## **Etapa 5. Textear o Probar**

Etapa 5 Textear o Probar, última etapa del modelo de la herramienta Design Thinking, mediante esta herramienta apoyada en Test los cuales son un método para optimizar el diseño de los productos ya que pueden proporcionar una predicción inicial de si el efecto deseado será sentido por los consumidores, los minoristas, los fabricantes y otras partes de la cadena de producción los cuales son de productos, que son los que nos arrojan si el proyecto en este caso la producción de insumos orgánicos en el municipio de Arauca nos sirve o no; nos generan las pautas para encaminarnos hacia metas y objetivos concretos.

Igualmente, para el mercado de exportación y dependiendo del país estas entidades emiten unos certificados de transacción para los países destinatarios, pero siempre y cuando allí también estén acreditados.

### **Pasos para Textear o Probar**

Se recolecta y se clasifica la materia prima proveniente de fruta, hortalizas, tubérculos y cereales desechados frescos en la plaza de mercado considerados residuos orgánicos.

Se utiliza un descomponedor orgánico compuesto por microorganismos el cual actúa como estabilizador del ecosistema. Estos microorganismos activan el proceso de descomposición, en un plazo de un mes, tiempo en el cual la materia orgánica sufre un proceso de descomposición, que la deja con las características de olor, temperatura y textura el proceso se realiza en espacio abierto bajo cubierta en montículos que permiten su ventilación y volteo de la materia orgánica, para una correcta eficacia del producto este debe ser aplicado incorporándolo en el suelo durante la preparación del terreno. El suelo debe tener una humedad correcta. Ni con altos niveles de acidez. Si se presentan suelos ácidos se debe realizar con

anterioridad el aumento de la aplicación de productos como enmiendas correctoras del problema

### **Figura 5.**

Textear o Probar.



**Fuente:** Autoría Propia

### **Propuesta de Valor modelo Canvas**

El modelo Canvas es un modelo de negocio y una propuesta de valor, que muestra un procedimiento con un conjunto de razones, con las cuales se da a conocer al cliente las ideas para desarrollar una visión global de un proyecto empresarial, donde le permite analizar y definir el valor que se ofrece en el mercado, y con esta información el cliente determina si le da satisfacción y le brinda beneficios.

A continuación, se expone uno de los nueve modelos de la herramienta de Lienzo Lean Canvas donde se muestra una perspectiva global, incierta del emprendimiento y su posible comportamiento dentro del mercado presentando una síntesis de ideas, la relación con otros clientes etc.

El modelo Canvas es un modelo de negocio y una propuesta de valor, que muestra un procedimiento con un conjunto de razones, con las cuales se da a conocer al cliente las ideas para desarrollar una visión global de un proyecto empresarial, donde le permite analizar y definir el valor que se ofrece en el mercado, y con esta información el cliente determina si le da satisfacción y le brinda beneficios. permite hacer un análisis de la organización de manera holística y porque, además, les brinda a las entidades confianza para apoyar el emprendimiento y empresarismo. permite definir la estrategia y el modo de apropiarla e implementarla por parte de la organización para garantizar su sostenibilidad, entre otras cosas, porque facilita realizar ajustes de acuerdo con los cambios del mercado y del sector. El modelo de negocio es una metodología que les permite a los empresarios afianzar una idea de negocio y consolidarla a través de una organización que dé respuesta a las necesidades del cliente, se ajuste a las exigencias del medio en cuanto a calidad del producto y dinámicas del mercado y, por último, que sea conforme con las condiciones del contexto social y económico. definir para la cooperativa su orientación hacia clientes institucionales con una estrategia comercial, con el apoyo de un asesor comercial, evaluar las entidades con las que se pueden generar en el futuro alianzas estratégicas y otras actividades que a corto plazo se pueden reflejar en ventas; a su vez, se reconoce la importancia de mantener un producto y su tecnología de producción con el fin de entregar al cliente un abono que permita solucionar sus necesidades de fertilización de los suelos.

**Figura 6.**

Modelo Canva.

**Fuente:** Autoría Propia

Enlace a la plantilla:

<https://acortar.link/iFqUOk>**Estrategias de Mercadeo****Atributos, de los Insumos Orgánicos:**

El producto principal de nuestro proyecto social es el abono orgánico compostado, este contendrá

las siguientes características fisicoquímicas

**Atributos Físicos:**

- los fertilizantes orgánicos: son la mejor elección frente lo económico, lo ecológico, lo sostenible, para los cultivos y el mantenimiento de los ecosistemas. Los abonos orgánicos son sustancias que están constituidas por desechos de origen animal, vegetal o mixto que se añaden al suelo con el objeto de mejorar sus características físicas, biológicas y químicas.
- Humedad, textura, olor, por su color oscuro, absorbe más las radiaciones solares, con lo que el suelo adquiere más temperatura y se pueden absorber con mayor facilidad los nutrientes.
- Mejora la permeabilidad del suelo ya que influyen en el drenaje y la aireación de este
- Mejora la distribución, estructura, organización y textura del suelo, haciendo más livianos, ligeros a los suelos arcillosos por eso son más espesos, compactos a los arenosos.
- Reducen y disminuyen la erosión, el desgaste del suelo, tanto de agua como de viento.
- Aumentan la retención de agua en el suelo, por lo que se absorbe más el agua cuando llueve o se riega, y retienen durante mucho tiempo, el agua en el suelo durante el verano.
- La textura del producto será suave al tacto, el olor característico será la de tierra capote (tierra de montaña), el color será marrón oscuro.
- Los fertilizantes orgánicos acrecientan el poder tampón del suelo, y como resultado reducen las oscilaciones del PH. Agrandan también la capacidad de

intercambio catiónico del suelo, con lo que aumentamos la fertilidad.

- Los abonos orgánicos incrementan sobre la capacidad de retención la capacidad del suelo; la retención de humedad materia orgánica, debido a su alta porosidad, es capaz de retener una cantidad de agua equivalente a 20 veces su peso.
- El Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) explicó que otros factores a favor de los fertilizantes orgánicos son: la reducción en los costos de producción, la mejora de la estructura, la aireación y capacidad de retención del agua del suelo y en las características químicas y biológicas del mismo.

#### **Atributos Químicos:**

- Contendrá los minerales requeridos como magnesio, nitrógeno, potasio, calcio, fósforo, etc.
- La materia orgánica posee mayor capacidad de intercambio catiónico (CIC) que las arcillas, por lo que la incorporación de abonos orgánicos tiene la capacidad de incrementar la CIC.
- Liberan bióxido de carbono ( $\text{CO}_2$ ) durante su descomposición que forma ácido carbónico ( $\text{H}_2\text{CO}_3$ ) el cual solubiliza nutrimentos de otras fuentes.
- La fertilización orgánica tiene un efecto directo sobre la Capacidad de Intercambio Catiónico del suelo, reflejada al aportar nutrientes a las plantas en una mayor capacidad para retener y elevando su estado nutricional;
- los fertilizantes orgánicos contribuyen a incrementar la fertilidad del suelo mediante la liberación de varios nutrientes importantes para el crecimiento de las plantas: Fósforo (P), Azufre (S) y algunos elementos menores, como Nitrógeno (N), Cobre (Cu) y Boro (B).

- Compostar los residuos orgánicos como la gallinaza, la porquinaza o la ruminaza, es necesario implementar materias primas como fuentes de carbono e hidrógeno, microorganismos, fuentes de energía para la nutrición de microorganismos como melaza, vinaza o guarapo, al igual que fuentes minerales como cal dolomita, sulfatos o roca fosfórica.

### **Atributos biológicos.**

- Los fertilizantes orgánicos benefician la aireación y oxigenación del suelo, por lo que hay mayor actividad radicular y mayor actividad de los microorganismos aerobios.
- Los fertilizantes orgánicos constituyen una fuente de energía para los microorganismos, por lo que se multiplican rápidamente.
- Los abonos orgánicos realizan acciones de prevención y control sobre la presencia y severidad de algunas enfermedades del suelo.
- Reducen la cantidad de patógenos, ya que establece con los microorganismos no patógenos del suelo.
- Presentan una competencia un proceso de mineralización del abono orgánico que le permite aumentar el contenido de Nitrógeno amoniacal.
- Aumentan la población de microorganismos eficientes disminuyendo notablemente la acción de los patógenos o benéficos (Bash, 2015)

### **Los Beneficios de los Insumos Orgánicos:**

En general, los abonos orgánicos pueden proporcionar los siguientes beneficios a la producción de cultivos:

- Los abonos orgánicos en la agricultura, son utilizados con el propósito de aumentar la fertilidad de los suelos, además de mejorar sus características en beneficio del adecuado desarrollo de los cultivos.
- Tienen la particularidad de liberar nutrimentos en forma gradual, lo cual garantiza un cierto suministro de nutrimentos para el cultivo durante su desarrollo. Mejoran la estructura del suelo, porosidad, aireación y capacidad de retención de agua
- Esto es muy favorable sobre todo en suelos con baja CIC (suelos arenosos).
- Su uso es de gran importancia, por resultar efectivos en el incremento de rendimientos y mejora de la calidad de los productos. que aporta materia orgánica al suelo con un resultado extraordinario, pudiéndose lograr incrementos en el rendimiento de hasta 10 veces en algunos casos.
- La materia orgánica, particularmente cuando proviene de estiércoles, contiene importantes cantidades de la mayoría de los nutrimentos esenciales para las plantas. Los estiércoles claramente son extraordinarias opciones de abonos orgánicos por los aportes importantes de nutrimentos; sin embargo, es necesario seguir un procedimiento apropiado en su almacenamiento para evitar la pérdida de nutrimentos principalmente de nitrógeno (lixiviación o volatilización).
- Aporte de algunos o casi la mayoría de los elementos esenciales para las plantas, dependiendo del abono orgánico utilizado. Son de mayor resultado que los fertilizantes inorgánicos.
- Tienen la habilidad de formar complejos orgánicos con los nutrimentos brindándoles a éstos mayor disponibilidad para las plantas.
- Son fuente de carbono orgánico para la actividad de organismos heterótrofos presentes en

elsuelo.

- Aumentan la infiltración del agua, reduciendo el escurrimiento superficial.
- Lo que ayuda a reducir las pérdidas de suelo por erosión hídrica. Favorecen una mayor estabilidad de agregados del suelo.
- Los abonos orgánicos confieren al suelo una mayor capacidad productiva, conservación de su fertilidad en el tiempo y ser sostenibles con el paso de los ciclos productivos.
- Reducen la cantidad de patógenos, ya que establecen una competencia con los microorganismos no patógenos del suelo.
- Recoge o ayuda a retener agua en las plantas o cultivos beneficiando las plantas
- El producto brinda calidad en cosechas
- Aporta múltiples nutrientes a la tierra
- Existen variedad de tipos de abono. Estos pueden ser de estiércol de vaca, oveja, ave y caballo. Igualmente, abonos verdes.
- Existe menos riesgo de sobre fertilización si se agrega material orgánico descompuesto a unjardín.
- Los fertilizantes orgánicos desarrollan y aumentan el ejercicio de los hongos y bacterias quefavorecen al suelo.
- Los fertilizantes crean y hacen que los hongos responsables de que las plantas aprovechen los nutrientes se multipliquen significativamente.
- El componente orgánico crea un ambiente que facilita el desarrollo de organismos.
- Los abonos orgánicos son muy ricos en micronutrientes, además de poseer macronutrientes.
- Los fertilizantes orgánicos preparan tu tierra para una larga vida

- Se fundamenta en ser un excelente bioestimulante y enraizante vegetal, debido a su contenido y aporte de auxinas de origen natural, vitaminas, citoquininas, microelementos y otras sustancias, que benefician el progreso y crecimiento de toda la planta.
- Este segundo producto es de muy fácil asimilación por las plantas a través de hojas o raíces, aplicando tanto foliar como radicularmente, debido al contenido en distintos agentes de extremada asimilación por todos los órganos de la planta.
- El uso de fertilizantes orgánicos ayuda a retener los nutrientes del suelo.
- Los fertilizantes orgánicos son menos costosos
- Permiten aprovechar residuos orgánicos.
- Permiten la fijación de carbono en el suelo y mejoran la capacidad de absorber agua.
- Crean las situaciones necesarias para que el suelo sane
- Suelen necesitar menos energía para su elaboración.
- Mantienen la humedad necesaria en el suelo para cada tipo de plantaciones.

## **Marca**

### **ABONARA (Abonos Orgánicos del Arauca)**

**Fuente:** Autoría Propia

## **Imagen**

Link página de logo: <https://mylogo.tailorbrands.com/share/7420813207>

**Fuente:** Autoría Propia

**Figura 7.**

Modelo de publicidad 1.



**Fuente:** Autoría Propia

**Slogan**

“Ayudar al mundo es vivir más”

**Fuente:** Autoría Propia

**Grupo Objetivo del Proyecto**

El proyecto de emprendimiento social que es la producción de insumos orgánicos en el municipio de Arauca, donde está conformado principalmente por pequeños y grandes productores agrícolas radicados en la región Araucana, dueños de locaciones productivas con interés en el mejoramiento de sus suelos, agricultores que forman parte de las juntas de acción comunal de las veredas del departamento con muchas expectativas de mejoramiento de sus suelos, en los cuales podemos ser los proveedores y abastecer primero las necesidades de manera local y posteriormente abastecer para municipios aledaños, almacenes agrícolas interesados en la

compra y venta de nuestro producto.


Como en el municipio de Arauca, encontramos empresas que requieren insumos orgánicos como los viveros, pequeños agricultores, almacenes agrícolas, federaciones, otras agremiaciones y personas naturales que se dedican a la agricultura en el Departamento de Arauca buscamos ser sus proveedores y con un grupo de trabajadores que tenemos a cargo buscamos producir abonos orgánicos mediante nuestra empresa ABONARA para optimizar los suelos, generar productos cien por ciento natural y trabajar en favor de la comunidad para generar conciencia en el reciclaje como fuente primaria para nuestros abonos, beneficiar el medio ambiente y general mejor condiciones de vida por ser productos orgánicos libres de químicos

### **Segmentación**

En el siguiente cuadro explicaremos la segmentación de nuestro proyecto de emprendimiento la producción de Insumos orgánicos en el municipio de Arauca y el cual va dirigido a empresas como viveros, pequeños agricultores, almacenes agrícolas, agremiaciones y personas naturales que se dedican a la agricultura, cuyos impulsores del crecimiento de los consumidores se encuentran las familias jóvenes que intentan evitar los residuos de químicos, antibióticos y hormonas en sus alimentos; por lo que los consumidores del nuevo milenio también se sienten atraídos por los alimentos orgánicos para el bienestar animal y la sostenibilidad ambiental. A continuación, pasamos a describir la segmentación para nuestro proyecto de emprendimiento.

Tabla 1.

## Segmentación

	Variables de la Segmentación “ABONARA” - Abonos Orgánicos de Arauca
<b>Demografía</b>	Dirigido a agricultores y personal afines a esta rama son nuestros principales clientes potenciales y compradores al por mayor debido a su trayectoria en el área de la distribución y el posicionamiento ya establecido en la zona. Principal interesado en adquisición de productos para la aplicación en sus respectivos cultivos.
<b>Firmográfica</b>	En empresas de producción, distribución, actividad y facturación
<b>Geográfica</b>	La sede principal en Arauca y progresivamente a nivel nacional
<b>Psicográfica</b>	Para personal en general que tenga que ver temas agrícolas, agropecuarios, o estilos de vida afines al campo
<b>Actitudinales</b>	Ética, compromiso, entrega y responsabilidad
<b>Comportamiento o Uso</b>	Desarrollar más las raíces, proporciona también mejor la nutrición de las plantas, mejora el comportamiento de éstas frente a condiciones

**Fuente:** Autoría Propia

## Competencia

La competencia se centra en las empresas comercializadoras de fertilizantes químicos y orgánicos que tiene cobertura en la región, hay que tener en cuenta que la competencia no es solo las empresas que comercialicen lo mismo que nosotros, también son aquellas empresas que ofrezcan servicios que satisfagan las necesidades de los clientes. Ya que la empresa ABONARA es una empresa de producción de insumos orgánicos que busca posicionarse tanto en producción como en comercialización de sus productos.



Tabla 2.

## Competencia

Competencia	Descripción	Dirección / Composición
 <p>Precio \$9,900 Canales de distribución: De productor a consumidor final</p>	<p>Agroactivo es un moderno portal para el suministro de insumos agropecuarios, que ofrece al agricultor las especialidades agropecuarias que los canales de comercialización tradicionales no ofrecen.</p>	<p><a href="https://www.agroactivocol.com">https://www.agroactivocol.com</a>, ubicada en la Calle 18 B Sur 38-54 de Medellín, Antioquia, Cel: 312 2951828 y correo <a href="mailto:comercial@agroactivocol.com">comercial@agroactivocol.com</a></p>
 <p>Precio \$24,999 Canales de distribución: Ventas a través de Intermediario</p>	<p>Yara Colombia: En junio de 1992, YARA, decidió entrar al mercado de los fertilizantes de Colombia. En 2004 la filial cambia su nombre a Yara Colombia. Desde el principio de las operaciones en el país y hasta la fecha continúa fortaleciendo su estructura comercial y portafolio de productos ofertados al mercado,</p>	<p>Ubicada en Bogotá – Colombia, Carrera 11 # 94 A-34 Piso 3 Edificio y en Cartagena Km 11 Zona Industrial Mamonal. Protegiendo el medio ambiente, la seguridad industrial y recomendando programas de fertilización con el concepto de nutrición vegetal, generando confianza, respeto y mejor costo-beneficio para los agricultores del país.</p>
 <p>Precio \$36,000 Canales de distribución: digital en otros medios</p>	<p>Abonos Conalgricola : empresafundada en el año 2003, que aprovecha los recursos naturales de la zona minera del departamento del Huila, la fuerza productiva humana y el avance tecnológico para producir y comercializar sales de tipo agrícola, fertilizantes de origen mineral y abonos orgánicos, para satisfacer las necesidades de sus clientes y</p>	<p><a href="https://abonosconagricola.com/">https://abonosconagricola.com/</a> correo <a href="mailto:ventasabonosconagricola@gmail.com">ventasabonosconagricola@gmail.com</a> Whatsapp (+57) 300 590 0829 Celular (+57) 313 333 4370 Conalgricola; una empresa respetable y de alta confiabilidad en el sector agrícola.</p>

 <p>Precio \$15,900 Canales de distribución: en medio físico</p>	<p>Abonos Biormin: empresa fundada en el año 2015, aprovecha recursos naturales de la zona minera del departamento del Huila, la fuerza productiva humana y el avance tecnológico empresa sólida y competitiva a nivel Regional y Nacional.</p>	<p>Página web <a href="https://www.abonosbiormin.com/">https://www.abonosbiormin.com/</a> ubicada en el Km 2 Vía Palermo Neiva, Huila. sus productos, han hecho de Abonos Conagrícola; una empresa respetable y de alta confiabilidad en el sector agrícola</p>
 <p>Precio \$9,900 Canales de distribución: De productor a consumidor final</p>	<p>Fertilizante Cactus y Suculentas Confiabono Características Producto orgánico No posee nitrato de amonio</p>	<p>Modelo fertilizante (abono) Líquido Formato de fertilizante Líquido con gotero para aplicación Volumen de la unidad 120 ml Peso de la Unidad 120g Uso seguro a todo tipo de interiores y exteriores</p>
 <p>Precio \$24,999 Canales de distribución: Ventas a través de Intermediario</p>	<p>Fertilizante Orgánico Líquido Acuaponía, agricultura, crecimiento, desarrollo, floración, fruto, hidroponía, jardinería</p>	<p>Fabricante Achote S.A Modelo Biotapro Venta por unidad Volumen 1L Peso unidad 1 kg Unidad por envase 1</p>
 <p>Precio \$40,000 Canales de distribución: digital en otros medios</p>	<p>Humus Orgánico 100% Orgánico mejora la estructura y textura del suelo, en particular suelos arcillosos pesado, ya que el suelo se hace más esponjoso</p>	<p>Fabricante Lumbricultura de Tenjo Modelo 2020 Venta por unidad Volumen 10L Peso unidad 25 kg</p>
 <p>Precio \$15,900 Canales de distribución: en medio físico</p>	<p>Abono Orgánico para plantas Natural Cultivo, sin nitrato de amonio, para cultivos y jardines</p>	<p>Marca Forza Modelo 2kg Formato del fertilizante Granulado Peso por unidad 2 kg Componentes Compost</p>

 <p>Precio \$88,000 Canales de distribución: digital en otros medios</p>	<p>Abono o Fertilizante Orgánico Líquido X 4 Litros, rendimiento 200 m<sup>2</sup>, para cultivos y jardines, plantas orgánicas, hidroponía</p>	<p>Fabricante Mesagro SAS Marca Fulvat Modelo Advance Unidad por venta Unidad Volumen de la unidad 4L Peso por unidad 5 kg Unidad por envase 1</p>
 <p>Precio \$71,060 Canales de distribución: digital en otros medios</p>	<p>Sustrato Orgánico. Rendimiento 1 m<sup>2</sup>, Carbón vegetal, humus de nuestras vacas felices, tierras diatomeas, diversas bacterias benéficas, fijadores de fósforo y nitrógeno solubilizadores</p>	<p>Fabricante Tierra abonada Marca Genérica Modelo Sustrato Unidad por venta Unidad Volumen de la unidad 80L Peso por unidad 40 kg Unidad por envase 1</p>
 <p>Precio \$9,900 Canales digitales</p>	<p>Tierra abonada mejorada Orgánica mejorada, libre de parásitos, todo tipo de plantas Rendimiento 1 m<sup>2</sup></p>	<p>Fabricante Achote S.A Marca Achote Sustratos Modelo Sustrato orgánico Volumen 2 kg Unidad por envase 1</p>
 <p>Precio \$6,990 Canales de distribución: digital en otros medios</p>	<p>Humus Lombriz Orgánico Fertilizante Cultivo Abonado Sustrato, Hidroponía, agricultura, jardinería</p>	<p>Marca Achote Formato del fertilizante Granulado Peso por unidad 2 kg Componentes Ácidos Fúlvicos, ácidos húmicos, aminoácidos, materia orgánica, microorganismos</p>
 <p>Precio \$9,290 Canales de distribución: digital en otros medios</p>	<p>Gallinaza Orgánica, fertilizante 100% orgánico, gallinaza compostada orgánica, sustrato</p>	<p>Fabricante Nacional Marca Achote SAS Modelo 2022 Unidad de venta Unidad Volumen de la Unidad 4 L Peso de la unidad 2 kg Unidad por envase 1</p>
 <p>Precio \$53,800 Canales de distribución: en medio físico</p>	<p>Abono Orgánico- Extracto de Algas, no contiene nitrato de amonio, para todas las etapas de la planta</p>	<p>Marca Vita company Formato del fertilizante Líquido Volumen por unidad 1L Peso por unidad 1000g</p>

 Precio \$28,5900 Canales de distribución: en medio físico	Abono o Fertilizante Líquido X 1 Litro, agricultura, jardinería, hidroponía, ecológico	Fabricante Mesagro SAS Marca Fulvat Modelo Advance Volumen de la Unidad 1 L Peso de la unidad 1,2 kg Unidad por envase 1
 Precio \$265,000 Canales de distribución: en medio físico	Guano Orgánico Líquido. Usos recomendados, cultivos, plantas y jardinería. Derivado del Guano de aves marinas, roca de fosfato y langbeintina	Fabricante fertilizante orgánico Roots Orgánico Marca Abono Orgánico Roots organics Modelo Fertilizante orgánico liquido x 3,8 l Unidad de venta unidad Unidad por envase 1

**Fuente:** Autoría Propia

### Aliados Clave

Para nuestro modelo de negocios en la empresa ABONARA del municipio de Arauca que tiene como función producir insumos orgánicos nuestros aliados claves son aquellos que nos aporten ideas de conocimiento, nos ayuden a mejorar o potencializar nuestro modelo de negocios y alianzas estratégicas para obtener acciones de cooperación y cadenas de suministro, donde los agricultores y pequeños consumidores sean los primeros beneficiados y de igual manera se reduzcan los riesgos.

A continuación, se expone los aliados claves que está conformado con asociaciones o cooperativas netamente del municipio de Arauca, lugar donde se desarrollara nuestro proyecto de emprendimiento

Tabla 3.

## Aliados Clave

<b>Aliados Clave</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Dirección</b>	<b>Actividad</b>
Socio Financiero	Arauca	Miembro de cooperativa agropecuaria
Alianzas estratégicas no competidoras Precooperativa Agropecuaria Emicol LTDA	Arauca Calle 20 No. 22-44	Productores de productos orgánicos, la idea es guiar y capacitar el proceso
Preagroemicol LTDA	Arauca	Suministro de insumos

**Fuente:** Autoría Propia

### **Estrategias de Mercado**

Las estrategias de mercado contribuyen a nuestro proyecto de emprendimiento un mecanismo diferencial y este se traduce siempre en resultados positivos porque es un paso a paso para lograr y optimizar que la producción de los insumos orgánicos de nuestra empresa ABORANA en el municipio de Arauca surja y brinde los beneficios económicos, de salud y medio ambiente que a lo largo del proyecto ha venido afirmando.

### **Comunicación:**

Esta es una herramienta de negocio que ayuda a la empresa ABONARA que tiene como función, la producción de insumos orgánicos ubicada en el municipio de Arauca busca inicialmente tener muy buena comunicación tanto interna como externa, definir, elaborar y lanzar sus mensajes de manera efectiva, a través de cualquier canal de comunicación con miras de llegar a todo tipo de destinatario en especial a agricultores y personas que tienen relación directa e indirecta con el tema y que buscan mejorar sus suelos para volverlos más fértiles, alimentos más saludables, ayudar al medio ambiente en campañas de reciclaje.

Como lo que queremos es llegar a todos por medio de nuestras campañas y estrategias de lanzamiento tomaremos de base las siguientes estrategias:

Tabla 4.

Estrategias de comunicación

<b>Estrategias de Comunicación</b>	
<b>Estrategia de Visibilidad</b>	<p><b>Definición:</b> Todas las estrategias son importantes ya que cada una aporta al proyecto de emprendimiento para este caso seremos visibles en temas de mostrar mejoras en los alimentos que son cien por ciento orgánicos, más saludables, suelos más fértiles, mejor impacto visual ya que los residuos orgánicos o desechos de frutas, verduras, cascaras de huevo, los tomamos como materia prima para la producción del abono.</p> <p><b>Medios:</b> Herramienta Pagina Web, Portafolio de Servicios, Tarjeta de Presentación, Volantes, Páginas amarillas, valla publicitaria, Pasacalles, Facebook, WhatsApp, Instagram y claro está un evento de lanzamiento.</p>
<b>Estrategia de Confianza</b>	<p><b>Definición:</b> Es ser coherente y honesto con la publicidad que se está generando para no crear desilusiones y falsas expectativas perdiendo así credibilidad en los clientes a futuro por publicidad engañosa</p> <p><b>Medios:</b> En nuestras páginas de internet generar comentarios y credibilidad cuando se realicen los pedidos y entregas por estos medios.</p>
<b>Estrategia de Posicionamiento</b>	<p><b>Definición:</b> Ser los mejores, siendo consecuentes y coherentes con todo lo que hemos venido exponiendo, por los beneficios a la salud, mejoramiento de suelos y aportar al mejoramiento del medio ambiente</p>
<b>Estrategia de Expansión</b>	<p><b>Definición:</b> A medida que va creciendo nuestra producción de insumos orgánicos y así mismo nuestros productos sean reconocidos la idea es expandirnos dentro y fuera del municipio de Arauca en tiendas y locales para generar una mayor economía para sus habitantes</p>

**Fuente:** Autoría Propia

A continuación, mostraremos algunos ejemplos de nuestro tipo de publicidad de la empresa ABONARA en el municipio de Arauca cuyo ente económico es producir y vender insumos orgánicos contamos con patrocinadores para algunos eventos agropecuarios como estrategia en la región, igualmente el apoyo de la prensa, radio Street Marketing, visitas comerciales programadas a predios productores con el fin de dar a conocer los productos.

**Figura 8.**

Modelo de publicidad 2.



**Fuente:** Autoría Propia

- En conclusión, en el Departamento de Arauca cuenta con una capacidad instalada sobre los servicios de los medios de comunicación son fuente alternativa de publicidad.

**Figura 9.**

Modelo de publicidad 3.



**Fuente:** Autoría Propia

**Posicionamiento:**

Centrándonos en la estrategia de posicionamiento basada en los beneficios que aporta el producto al cliente, se hablará de mayor contenido de minerales que ayuden a la rápida acción de nuestros productos en los cultivos, alto contenido nutricional para los cultivos y su rendimiento, un producto rico en nutrientes como en nitrógeno, fósforo y azufre, con una gran cantidad de enzimas y bacterias benéficas, fácilmente asimilables por los suelos, con la estrategia basada en el uso se va a destacar la finalidad de los productos, la cual es la mejora de la tierra y rendimientos en cosechas.

**Diferenciación:**

Por medio de esta estrategia buscamos que los clientes perciban nuestra marca como única y exclusiva, a raíz de esto se puede lograr vender el producto a precios muy altos, en nuestro caso, como la industria de los insumos agrícolas se encuentra tan saturada de empresas, es poco probable que seamos únicos y exclusivos, pero si podemos hacer resaltar los productos por los grandes estándares de calidad que se manejarán, proporcionando la mayor cantidad de elementos aprovechables al suelo. Nuestro elemento diferenciador frente a la competencia se da en que el contenido de los macroelementos (Nitrógeno, fosforo y potasio) serán más elevados que el de cualquier otra marca de insumos orgánicos en el mercado, ofreceremos asistencias personalizadas a nuestros clientes para el debido uso de los productos.

**Figura 10.**

Modelo de publicidad 4

**Fuente:** Autoría Propia

Página Web – Emprendimiento ABONARA – Abonos Orgánicos del Arauca

Dentro del contenido del sitio web se encuentra, historia del producto, descripción del mismo, carrito de compras, además del enlace de conexión y contacto con la atención al consumidor.

**Link de la página web** <https://abonaraorg.wixsite.com/organicos-abonar>

**Figura 11.**

Página Web

**Fuente:** Autoría Propia

## Recursos Operativos y Financieros

### Recursos operativos:

Inicialmente la empresa de Insumos Orgánicos Abonará, está conformada principalmente por productores agrícolas radicados en la región Araucana, dueños de locaciones productivas con intereses en los mejoramiento de los suelos, contará con mano de obra calificada y su circuito económico será desde el inicio que se recolecta los desechos de comida, el estiércol de los animales, se procede a la preparación del suelo, limpieza del producto recolectado y separación de los mismos, unificación para formar el compostaje, empaque y repartición en diferentes tamaños y presentaciones.

- a. Disponibilidad insumos: Para la empresa de Abonos Orgánicos del Arauca ABONARA es muy importante la credibilidad y el manejo que se le da a los residuos sólidos para formar nuestro abono orgánico, a continuación, presentamos la siguiente tabla especificando como esta conformados el proceso productivo del abono orgánico.

Tabla 5.

#### Insumos Directos

Descripción	Cantidad	Vr Unitario	Vr Mes	Valor Año
Bacterias (litro)	1	\$ 62,000.00	\$ 62,000.00	\$ 744,000.00
Cal agrícola (5%)	70	\$ 20,000.00	\$ 1,400,000.00	\$ 16,800,000.00
Desechos vegetales (35%)	3250	\$ 2,600.00	\$ 8,450,000.00	\$101,400,000.00
Estiércol (30%)	700	\$ 1,800.00	\$ 1,260,000.00	\$ 15,120,000.00
Melazas	150	\$ 500.00	\$ 75,000.00	\$ 900,000.00
Mineral de azufre (10%)	170	\$ 6,350.00	\$ 1,079,500.00	\$ 12,954,000.00
Tierra (20%)	450	\$ 1,900.00	\$ 855,000.00	\$ 10,260,000.00
Total			\$13,181,500.00	\$158,178,000.00

**Fuente:** Autoría Propia

Tabla 6.

## Insumos Indirectos

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Vr unitario</b>	<b>Vr Mes</b>	<b>Valor Año</b>
Sacos 50 Kilos * 100 Unidades	1000	\$ 1,666.00	\$ 166,600.00	\$ 1,999,200.00
Conos de hilo grueso	3 unidades	\$ 40,000.00	\$ 120,000.00	\$ 1,440,000.00
Bolsa plástica de 5 kilos 1000 Bol.	3 paquetes	\$ 49.49	\$ 148.48	\$ 1,781.71
Utensilios de aseo	3 utensilios	\$ 23,000.00	\$ 69,000.00	\$ 828,000.00
<b>Total</b>			\$ 355,748.48	\$ 4,268,981.71

**Fuente:** Autoría Propia

Tabla 7.

## Costos de Producción

<b>Descripción</b>	<b>Vr Mensual</b>	<b>Valor Año</b>
Insumos directos	\$ 13,181,500.00	\$158,178,000.00
Insumos Indirectos	\$ 355,748.48.00	\$ 4,268,981.71
Mano de Obra directa	\$9,831,588.00	\$117,979,056
Costos Indirectos de servicio	\$1.000.000	\$12.000.000
<b>Total</b>	\$ 24,368,836.5	\$ 292,426,038

**Fuente:** Autoría Propia

- b. A continuación, se presenta la Ficha técnica del producto de la empresa Abonos Orgánico del Arauca “ABONARA”

Tabla 8.

## Ficha Técnica del Producto

<b>Especificaciones Técnicas Abono Orgánico del Arauca – “abonare”</b>			
<b>Producto</b>	<b>Abono Orgánico a base de residuos orgánicos vegetales</b>		
Componentes Técnicos			
	<b>Nombre</b>	<b>Composición</b>	<b>Porcentaje</b>
	Cal Agrícola	Regula la acides, eleva la temperatura de los microorganismos	12%
	Desechos vegetales	Diferentes cascaras de vegetales y cascaras de huevos	37%
	Estiércol	Nitrógeno, fosforo, bacterias y hongos	8%
	Mineral de Azufre	Azufre	5%
Empaque (variedad de sacos)	Tierra	Aporta microorganismos propios de los suelos, da a los suelos minerales	38%
<div style="border: 2px solid red; border-radius: 15px; padding: 5px; display: inline-block;">Sacos 40 kilos</div>	Vida Útil	La vida útil del abono orgánico se estipula para un plazo de 12 meses en nuestras bodegas o en un año ya para nuestros clientes depende donde lo almacenan que no sean zonas húmedas	

**Fuente:** Autoría Propia

c. Hacemos la descripción de la maquinaria e instalaciones necesarias para la puesta en marcha del proyecto y de los elementos que se requieren para el funcionamiento del proyecto.

Tabla 9.

## Descripción de la maquinaria y los elementos operativos

<b>Maquinaria</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Banda Transportadora 5 metros	1	\$ 9,000,000.00	\$ 9,000,000.00
Bascula de piso Capacidad 200 kilos	1	\$ 322,000.00	\$ 322,000.00
Carretilla con rueda neumática	2	\$ 389,480.00	\$ 778,960.00
Cosedora de costales	1	\$ 660,900.00	\$ 660,900.00
Fumigadora de espalda manual marca Fujita	1	\$ 121,500.00	\$ 121,500.00

Molino triturador de residuos orgánicos	1	\$ 1,669,900.00	\$ 1,669,900.00
Pehachimetro portátil marca Handylac	1	\$ 740,000.00	\$ 740,000.00
Selladora de bolsas plásticas manuales	1	\$ 99,900.00	\$ 99,900.00
Termómetro de suelo de compostaje de Greenco	1	\$ 173,900.00	\$ 173,900.00
Zaranda en acero 80 cm	1	\$ 2,193,701.00	\$ 2,193,701.00
Zorra plana metálica plegable	2	\$ 315,000.00	\$ 630,000.00
<b>Total</b>			<b>\$ 16,390,761.00</b>

**Fuente:** Autoría Propia

Tabla 10.

Herramientas de mano

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Azadones	2	\$34,000.00	\$68,000.00
Barra 16 libras	1	\$110,800.00	\$110,800.00
Cabo Azadón	2	\$12,000.00	\$24,000.00
Estibas de Madera	30	\$80,000.00	\$2,400,000.00
Manguera de 20 m con pistola	1	\$93,777.00	\$93,777.00
Palas	5	\$22,990.00	\$114,950.00
Palustre	3	\$16,000.00	\$48,000.00
Rastrillos	5	\$14,400.00	\$72,000.00
<b>Total</b>			<b>\$2,931,527.00</b>

**Fuente:** Autoría Propia

La empresa requiere la siguiente inversión fija que a continuación se relaciona

**Tabla 11.**

Inversión Fija

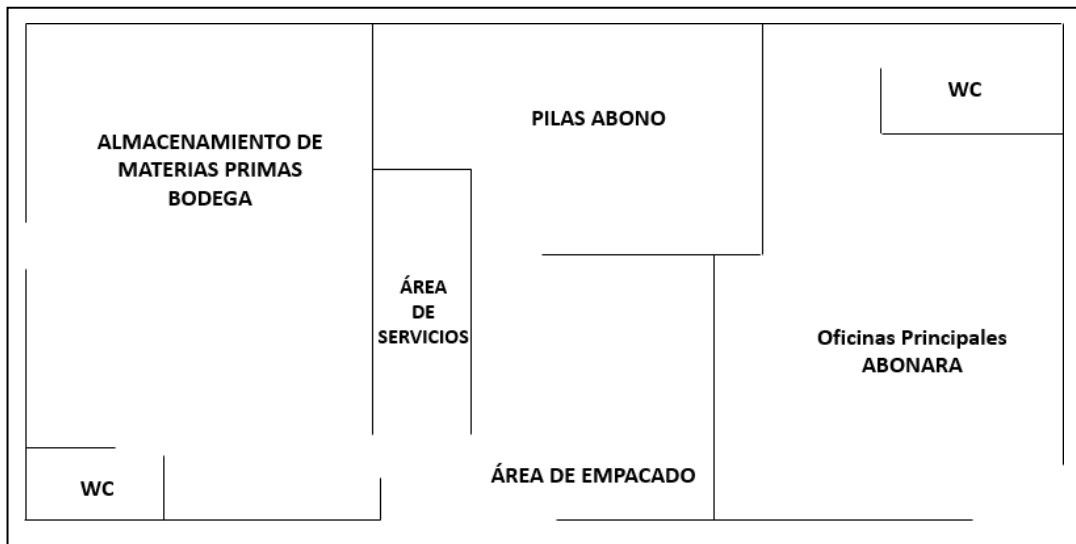
<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Descripción de maquinaria y elementos operativos	\$ 16,390,761.00
Terreno	\$ 100,000,000.00
Herramientas de mano	\$ 2,931,527.00
Mobiliarios y enseres	\$ 2,120,600.00
Equipos de Oficina	\$ 9,312,127.00
Vehículo de transporte	\$ 80,000.000.00
<b>Total</b>	<b>\$ 130,755,015.00</b>

**Fuente:** Autoría Propia

- d. Realizar las proyecciones de distribución en planta

**Figura 12.**

Distribución en Planta



**Fuente:** Autoría Propia

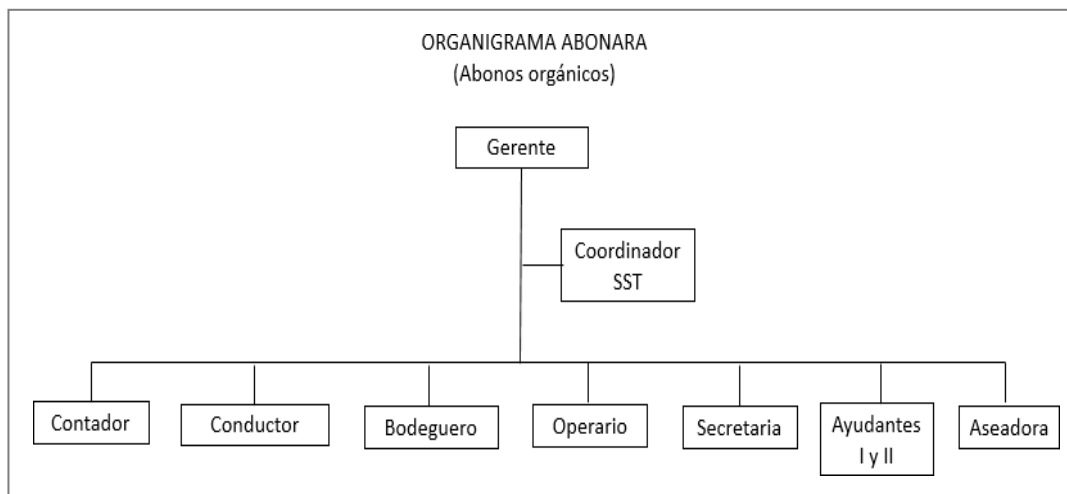
- e. Aquí presentamos los cargos del personal, el organigrama y la necesidad del personal con sus respectivas proyecciones de sueldos. Se debe relacionar los costos parafiscales.

La asignación salarial para la empresa de Abonos Orgánicos del Arauca “ABONARA” tomando como referencia el código laboral colombiano tomando como base el salario mínimo legal vigente.

## Organigrama

**Figura 13.**

Organigrama de la Empresa de Insumos Orgánicos “ABONARA”



**Fuente:** Autoría Propia

Tabla 12.

Estructura Salarial de la Empresa de Abonos Orgánicos del Arauca “ABONARA”

<b>Cargos</b>	<b>Asignación Salarial</b>	<b>Tipo de Contrato</b>
Gerente	3'200.000 más prestaciones	Término fijo de tres años
Coordinador SST	\$1'500.000+ 117.172 Auxilio de transporte	Término fijo de un año
Contador	600.000 asesoría mensual	Orden de Servicio
Conductor	\$1'000.000+ 117.172 Auxilio de transporte	Término fijo de un año
Bodeguero	\$1'000.000+ 117.172 Auxilio de transporte	Término fijo de un año
Operario	\$1'000.000+ 117.172 Auxilio de transporte	Término fijo de un año
Ayudantes I y II	\$1'000.000+ 117.172 Auxilio de transporte	Término fijo de un año
Secretaria	\$1'000.000+ 117.172 Auxilio de transporte	Término fijo de un año
Aseadora	\$1'000.000+ 117.172 Auxilio de transporte	Término fijo de un año

**Fuente:** Autoría Propia

Para el tema de las prestaciones sociales se realizan de acuerdo con el salario devengado.

**Tabla 13.**  
Prestaciones Sociales de la Empresa de Producción de Insumos Orgánicos del Arauca “ABONARA”

Descripción	Porcentaje		Total
	Empleador	Trabajador	
Cesantías	8,33%		8,33%
Intereses de cesantía	1%		1%
Vacaciones	4,16%		4,16%
Prima	8,33%		8,33%
Parafiscales	4%		4%
Salud	8,5%	4%	12,5%
Pensión	12%	4%	16%
Riesgos Profesionales	0,522%		0,522%
Dotación			
Factor prestacional			

**Fuente:** Autoría Propia

la empresa de producción de insumos orgánicos “ABONARA” en el municipio de Arauca

Igualmente, para la seguridad social se realizan de acuerdo con el salario devengado.

Tabla 14.

Seguridad Social de la Empresa de Producción de Insumos Orgánicos del Arauca “ABONARA”

Instituciones	Porcentajes
Salud	12,5%
Pensión	16%
Riesgos Profesionales	0,522%
Total	<b>21,022%</b>

**Fuente:** Autoría Propia

Aquí la empresa de Abonos Orgánicos del Arauca “Abonara” es la encargada de afiliar y diligenciar los respectivos formularios de afiliaciones a sus trabajadores a los ítems expuestos en la tabla anterior, de igual manera los trabajadores deben prestar su cedula de ciudadanía y documentos de identidad de sus beneficiarios para diligenciar los diferentes formularios, cabe aclarar que ellos deben informar su fondo de pensión y a que EPS se quieren afiliar.

Adicional a lo anterior deben quedar registrados ante la EPS en la ARL y cajas de compensación, con sus respectivos radicados.

Entre otros costos directos tenemos la mano de obra directa y está formado por el personal del área operativa.

**Tabla 15.**

Mano de Obra Directa

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Salario Básico</b>	<b>Subsidio Transporte</b>	<b>Factor Prestacional</b>
Bodeguero	1	\$1000000	\$117172	\$521426
Operario	1	\$1000000	\$117172	\$521426
Ayudantes I y II	2	\$1000000	\$117172	\$521426
Secretaria	1	\$1000000	\$117172	\$521426
Aseadora	1	\$1000000	\$117172	\$521426
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>\$6.000.000</b>	<b>\$703.032</b>	<b>\$3.128.556</b>

**Fuente:** Autoría Propia

**Tabla 16.**

Mano de Obra Directa valor mes y año

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Asignación Mensual</b>		<b>Total, Anual</b>
		<b>Unitario</b>	<b>Total</b>	

Bodeguero	1	\$1638598	\$1638598	\$19,663,176
Operario	1	\$1638598	\$1638598	\$19,663,176
Ayudantes I y II	2	\$1638598	\$3277196	\$39,326,352
Secretaria	1	\$1638598	\$1638598	\$19,663,176
Aseadora	1	\$1638598	\$1638598	\$19,663,176
Total	6		\$9.831.588	\$117,979,056

**Fuente:** Autoría Propia

**Tabla 17.**

Costos Indirectos de la Empresa

Descripción	Porcentaje Prorrateo	
	Operativo	Administrativo
Gas	0%	100%
Agua	80%	20%
Energía	70%	30%
Teléfono	10%	90%
Internet	10%	90%

**Fuente:** Autoría Propia

**Tabla 18.**

Costos y gastos del área operativo y administrativo

Descripción	Valor	Porcentajes de Prorrateo	
		Operativo Directo	Administrativo
Gas	\$ 40,000.00		\$40,000
Agua	\$ 230,000.00	\$200,000	\$30,000
Energía	\$450,000.00	\$300,000	\$150,000
Teléfono	\$10,000.00	\$400,000	\$60,000
Internet	\$180,000.00		\$180,000
Total	\$1,000,000.00		

**Fuente:** Autoría 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 19.**

Mobiliarios y Enseres

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Escritorio Office 12	3	\$ 176,900.00	\$ 530,700.00
Sillas giratorias ejecutiva	3	\$ 400,000.00	\$ 1,200,000.00
Archivador metálico 2X1	1	\$ 389,900.00	\$ 389,900.00
Total			\$ 2,120,600.00

**Fuente:** Autoría Propia

**Tabla 20.**

Equipos de Oficina

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Equipos Torre Intel Core 15	3	\$ 2,519,900.00	\$ 7,559,700.00
Impresora multifuncional	1	\$ 1,262,737.00	\$ 1,262,737.00
Cámara de seguridad	1	\$ 159,990.00	\$ 159,990.00
Cocedora de Oficina	1	\$ 54,900.00	\$ 54,900.00
Perforadora	1	\$ 114,900.00	\$ 114,900.00
Papelería (resma de papel)	1 caja	\$ 159,900.00	\$ 159,900.00
Total			\$ 9,312,127.00

**Fuente:** Autoría Propia

Tabla 21.

## Vehículo de Transporte

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Camión JHR 2.8 modelo 2022	1	\$ 80,000.000.00	\$ 80,000.000.00

**Fuente:** Autoría Propia

g. Procesos preoperativos, se describen las acciones preliminares para iniciar labores, como permisos, registro de la empresa, seguros, entre otros.

Tabla 22.

## Inversión Diferida

Concepto	Valor
Estudio de factibilidad	\$ 3,700,000.00
Escritura de Constitución	\$ 540,000.00
Publicidad de Lanzamiento	\$ 4,500,000.00
Remodelación del Local	\$ 5,000,000.00
Total	\$ 13,740,000.00

**Fuente:** Autoría Propia

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

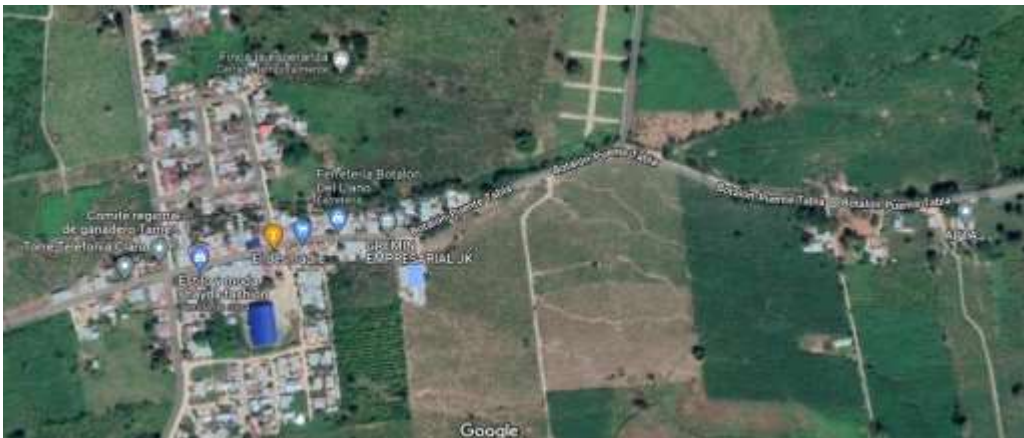
La planta de la empresa Abonara donde se elaborarán los abonos orgánicos estará localizada en el corregimiento del Bajo Cusay del municipio de Tame departamento de Arauca. Las vías primarias o nacionales están a 50 km de distancia de la planta de producción, vía Tame-Bogotá, la vía secundaria está en un estado optimo ya que la gobernación del departamento, en

su estrategia de alianzas productivas pavimento 40 km desde la vía principal hasta la cabecera del centro poblado el Botalón, y desde la cabecera del centro poblado hasta la planta de producción hay una distancia de 10 km en vía destapada pero con buen mantenimiento haciéndola transitables para vehículos pesados indispensables para el transporte de nuestros productos.

La planta de producción está ubicada en el epicentro de las fronteras agrícolas del departamento, donde se encuentran las fincas agrícolas que desarrollan los proyectos productivos más grandes de la región, también se encuentra ubicada la competencia que están conformados por los establecimientos de insumos agrícolas, además, se cuenta con materia prima para el desarrollo del proyecto para la elaboración de los insumos. Se cuenta con planta de tratamiento de agua indispensable para la elaboración de abonos orgánicos, ya que la región donde se encuentra la planta cuenta con buena disponibilidad del recurso hídrico.

#### **Figura 14.**

Localización de la Empresa de Producción de Insumos Orgánicos “ABONARA”



**Fuente:** Autoría Propia

## Proyecciones de Ventas

Como se dijo en la sección anterior, la empresa está Ubicada en el Departamento de Arauca, el cual cuenta con 21.089 productores agropecuarios según la encuesta nacional agropecuaria (ENA) realizada por el DANE en el año 2019, teniendo en cuenta esta cifra se realizará el cálculo de la demanda.

Tabla 23.

Cálculo de la demanda

<b>Población</b>	<b>Objetivo</b>
<b>Consumo promedio (mensual o anual)</b>	833 toneladas/mes
<b>Total, consumo</b>	10.000 toneladas/año
<b>Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)</b>	30%
<b>Total, demanda potencial</b>	6.300 productores

**Fuente:** Autoría Propia

En ABONARA el producto que se ofrece al público es el abono orgánico indispensable en la nutrición de los cultivos presentes en la región, en Arauca los cultivos más comunes se centran en la producción de plátano, cacao, maíz, maracuyá y yuca. Las fertilizaciones se realizan de manera mensual, lo que genera una rotación constante en los inventarios de la empresa, en épocas de verano (diciembre, enero, febrero y marzo) se reducen las ventas porque algunos agricultores no cuentan con un sistema de riego y dejan de abonar por esos meses por la sequía.

**Tabla 24.**

Proyecciones de Ventas (Unidades)

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
<b>Total</b>	<b>7500 unidades</b>	<b>8110 unidades</b>	<b>9000 unidades</b>

<b>Enero</b>	300	360	450
<b>Febrero</b>	300	360	450
<b>Marzo</b>	500	600	700
<b>Abril</b>	625	700	790
<b>Mayo</b>	750	790	840
<b>Junio</b>	875	900	950
<b>Julio</b>	875	900	950
<b>Agosto</b>	750	800	870
<b>Septiembre</b>	750	800	870
<b>Octubre</b>	750	800	870
<b>Noviembre</b>	750	800	870
<b>Diciembre</b>	275	300	390

**Fuente:** Autoría Propia

a) **Precio de venta**

Tabla 25.

Punto de Equilibrio

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
<b>Total, costos fijos</b>	\$ 292.426.038,00	\$ 332.020.523,55	\$ 386.879.648,27
<b>Total, costos variables</b>	\$ 130.000.000,00	\$ 147.602.000,00	\$ 171.990.000,00
<b>Número de unidades</b>	\$ 7.500,00	\$ 8.110,00	\$ 9.000,00
<b>Costo total promedio unitario</b>	\$ 56.323,00	\$ 59.139,65	\$ 62.096,63
<b>Costo fijo unitario</b>	\$ 38.990,00	\$ 40.939,65	\$ 42.986,63
<b>Costo variable unitario</b>	\$ 17.333,00	\$ 18.200,00	\$ 19.110,00
<b>Precio de venta sin IVA</b>	\$ 70.500,00	\$ 75.000,00	\$ 79.000,00
<b>Precio de venta con IVA</b>	Producto exento del IVA	Producto exento del IVA	Producto exento del IVA
<b>Margen de utilidad promedio</b>	20,0%	21,1%	21,4%
<b>Punto de equilibrio en unidades</b>	5.991,86	6.394,97	7.074,30

<b>Costos fijos</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
<b>Insumos directos e indirectos</b>	\$ 162.446.982	\$ 184.442.303,36	\$ 214.917.357,19
<b>Mano de obra</b>	\$ 117.979.056	\$ 133.953.420,18	\$ 156.086.291,09

<b>Costo de servicios</b>	\$ 12.000.000	\$ 13.624.800,00	\$ 15.876.000,00
<b>Total</b>	<b>\$ 292.426.038,00</b>	<b>\$ 332.020.523,55</b>	<b>\$ 386.879.648,27</b>

<b>Costos variables</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
<b>Reparaciones</b>	\$ 30.000.000	\$ 34.062.000,00	\$ 39.690.000,00
<b>Aumento de precio en insumos</b>	\$ 50.000.000	\$ 56.770.000,00	\$ 66.150.000,00
<b>Comisiones sobre ventas</b>	\$ 50.000.000	\$ 56.770.000,00	\$ 66.150.000,00
<b>Total</b>	<b>\$ 130.000.000</b>	<b>\$ 147.602.000</b>	<b>\$ 171.990.000</b>

**Fuente:** Autoría Propia

**b) Proyecciones ingresos por ventas**

Tabla 26.

Proyecciones de Ingresos por ventas (mensual)

<b>Ventas esperadas miles año 1</b>												
	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
<b>Total, ventas</b>	21.150.000	21.150.000	35.250.000	44.062.500	52.875.000	61.687.500	61.687.500	52.875.000	52.875.000	52.875.000	52.875.000	19.387.500
<b>Descuentos por ventas</b>	400.000	400.000	750.000	890.000	1.000.000	1.100.000	1.100.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	350.000
<b>Ventas netas</b>	20.750.000	20.750.000	34.500.000	43.172.500	51.875.000	60.587.500	60.587.500	51.875.000	51.875.000	51.875.000	51.875.000	19.037.500
<b>% de ventas a contado</b>	16.600.000	16.600.000	27.600.000	34.538.000	41.500.000	48.470.000	48.470.000	41.500.000	41.500.000	41.500.000	41.500.000	15.230.000
<b>% de ventas a Crédito</b>	4.150.000	4.150.000	6.900.000	8.634.500	10.375.000	12.117.500	12.117.500	10.375.000	10.375.000	10.375.000	10.375.000	3.807.500

<b>Ventas esperadas miles año 2</b>												
	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
<b>Total, ventas</b>	27.000.000	27.000.000	45.000.000	52.500.000	59.250.000	67.500.000	67.500.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	22.500.000
<b>Descuentos por ventas</b>	500.000	500.000	850.000	990.000	1.200.000	1.300.000	1.200.000	1.100.000	1.100.000	1.100.000	1.100.000	400.000
<b>Ventas netas</b>	26.500.000	26.500.000	44.150.000	51.510.000	58.050.000	66.200.000	66.300.000	58.900.000	58.900.000	58.900.000	58.900.000	22.100.000
<b>% de ventas a contado</b>	21.200.000	21.200.000	35.320.000	41.208.000	46.440.000	52.960.000	53.040.000	47.120.000	47.120.000	47.120.000	47.120.000	17.680.000

<b>% de ventas a crédito</b>	5.300.000	5.300.000	8.830.000	10.302.000	11.610.000	13.240.000	13.260.000	11.780.000	11.780.000	11.780.000	11.780.000	4.420.000
------------------------------	-----------	-----------	-----------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	-----------

<b>Ventas esperadas miles año 3</b>												
	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
<b>Total, ventas</b>	35.550.000	35.550.000	55.300.000	62.410.000	66.360.000	75.050.000	75.050.000	68.730.000	68.730.000	68.730.000	68.730.000	30.810.000
<b>Descuentos por ventas</b>	600.000	600.000	950.000	1.000.000	1.300.000	1.400.000	1.300.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	500.000
<b>Ventas netas</b>	34.950.000	34.950.000	54.350.000	61.410.000	65.060.000	73.650.000	73.750.000	67.530.000	67.530.000	67.530.000	67.530.000	30.310.000
<b>% de ventas a contado</b>	27.960.000	27.960.000	43.480.000	49.128.000	52.048.000	58.920.000	59.000.000	54.024.000	54.024.000	54.024.000	54.024.000	24.248.000
<b>% de ventas a crédito</b>	6.990.000	6.990.000	10.870.000	12.282.000	13.012.000	14.730.000	14.750.000	13.506.000	13.506.000	13.506.000	13.506.000	6.062.000

**Fuente:** Autoría Propia

**Tabla 27.**

Proyecciones de Ingresos por ventas

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
<b>Total, ventas</b>	\$ 528.750.000	608.250.000	711.000.000
<b>Descuentos por ventas</b>	\$ 9.990.000	11.340.000	12.450.000
<b>Ventas netas</b>	\$ 518.760.000	\$ 596.910.000	\$ 698.550.000
<b>% de ventas a contado</b>	80%	80%	80%
<b>% de ventas a crédito</b>	20%	20%	20%

**Fuente:** Autoría 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



Remuneración administrativos	5.217.748	5.217.748	5.217.748	5.217.748	5.217.748	5.217.748	5.217.748	5.217.748	5.217.748	5.217.748	5.217.748	5.217.748
Gastos de administración	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
Gastos financieros	145.013	145.013	145.013	145.013	145.013	145.013	145.013	145.013	145.013	145.013	145.013	145.013
Gastos de marketing	4.166.667	4.166.667	4.166.667	4.166.667	4.166.667	4.166.667	4.166.667	4.166.667	4.166.667	4.166.667	4.166.667	4.166.667
Otros gastos	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000
<b>Total, egresos</b>	<b>36.398.264</b>	<b>36.398.264</b>	<b>36.398.264</b>	<b>36.398.264</b>	<b>36.398.264</b>	<b>36.398.264</b>	<b>36.398.264</b>	<b>36.398.264</b>	<b>36.398.264</b>	<b>36.398.264</b>	<b>36.398.264</b>	<b>36.398.264</b>
<b>Flujo mensual</b>	<b>-19.798.264</b>	<b>-15.648.264</b>	<b>-4.648.264</b>	<b>5.039.736</b>	<b>13.736.236</b>	<b>22.446.736</b>	<b>24.189.236</b>	<b>17.219.236</b>	<b>15.476.736</b>	<b>15.476.736</b>	<b>15.476.736</b>	<b>-10.793.264</b>

Fuente: Autoría Propia

Tabla 30.

Saldo acumulados (en miles)

Mes	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Flujo mensual	19.798.264	15.648.264	4.648.264	5.039.736	13.736.236	22.446.736	24.189.236	17.219.236	15.476.736	15.476.736	15.476.736	10.793.264
Flujo mensual acumulado	19.798.264	35.446.528	40.094.792	35.055.056	21.318.820	1.127.916	25.317.152	42.536.388	58.013.124	73.489.860	88.966.596	78.173.332

Fuente: Autoría Propia

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

### Inversiones

- 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 31.

Inversión total

<b>Rubro</b>	<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
	Maquinaria y equipo	\$ 16,390,761.00
	Herramienta de Mano	\$ 2,931,527.00
<b>Activos fijos</b>	Equipo de oficina	\$ 9,312,127.00
	Terrenos	\$ 100,000,000.00
	Muebles y enseres	\$ 2,120,600.00
	Vehículo de transporte	\$ 80,000.000.00
	Estudios de factibilidad	\$ 3,700,000.00
	Adecuación del local	\$ 5,000,000.00
	Gastos legales de constitución	\$ 540,000.00
	Marketing de lanzamiento	\$ 4,500,000.00
<b>Instalaciones y puesta en marcha</b>	Sueldos	\$ 9.831.588
	Gas	\$ 40,000.00
	Agua	\$ 230,000.00
	Energía	\$ 450,000.00
	Teléfono	\$ 100,000.00
	Internet	\$ 180,000.00
<b>Capital de trabajo</b>		<b>\$225,495,015.00</b>
<b>Total</b>		<b>\$ 460.821.618.00</b>

**Fuente:** Autoría Propia**b. Fuentes de capital de inversión**

Una de las problemáticas a las que se enfrenta el emprendimiento social de Abonos

Orgánicos del Arauca “ABONARA” para iniciar su negocio es la falta de capital, por lo que fue necesario indagar cuales son las fuentes de financiación a la que se podría tener acceso para encontrar nuestro punto de equilibrio y hacer prospera la idea de negocio.

Si bien es cierto que existen organizaciones que brindan acompañamiento y además

recursos, por lo que no es necesario que el emprendedor esté a la caza de concursos para conseguir dinero, se ha evidenciado que las condiciones para los emprendedores en el país han mutado para bien, por lo que de cierta manera hay una falsa percepción de que no hay oportunidades.

Es importante para conseguir recursos consolidar un equipo de ejecutores, que tengan las capacidades para presentar propuestas, de buena forma y que sean vendedores. Eso va a generar que la idea de emprendimiento social sea bien sustentada.

Por otra parte, se encontró un avance en la normatividad en Colombia que permite abrir una luz de esperanza para lograr crear empresa,

Ley 590 de 2020 Artículo 17. Modificado por el art. 12, Ley 905 de 2004, Modificado por el art. 73, Ley 1151 de 2007, Subrogado por el art. 44, Ley 1450 de 2011. Acerca de la creación del Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las Micro, pequeñas y medianas empresas, Fomi pyme., como una cuenta adscrita al Ministerio de Desarrollo Económico, manejada por encargo fiduciario, sin personería jurídica ni planta de personal propia, cuyo objeto es la financiación de proyectos, programas y actividades para el desarrollo tecnológico de las MiPymes y la aplicación de instrumentos no financieros dirigidos a su fomento y promoción; además con la existencia de la Ley 2069 de 31 de diciembre de 2020, *“Por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia”*, cuyo objeto es *“establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad. Dicho marco delinearé un enfoque regionalizado de acuerdo a las realidades socioeconómicas de cada región”*. Se piensa aplicar a presentar el Proyecto de emprendimiento para obtener financiación del estado.

Dentro de las Fuentes de financiación se encontró que la primera a la que se recurre es a los amigos y los familiares. La segunda fuente podrían ser los Bancos, los cuales exigen cumplir con ciertos requisitos y se podría dilatar en el tiempo el que conciben el tema de los emprendedores, por cuanto no comprenden su dinámica y encuentran en el emprendedor un alto nivel de riesgo, por lo que se presenta el siguiente análisis de las Fuentes de las cuales se puede obtener capital para inversión:

### **Socios**

Puede haber otras personas interesadas en entrar en la empresa además de familiares y amigos podrían ser conocidos comerciales, compañeros de escuela o simplemente, inversionistas buscando una oportunidad comercial. El formar una sociedad con uno o más de ellos, puede no solo satisfacer las necesidades financieras sino también, inclusive, las personales. Sin embargo, hay que recordar que al hacerlo se diluye la propiedad y se disminuye la magnitud del control.

### **Accionistas**

La venta de acciones de una empresa como medio para obtener capital es una opción por lo que si se decidiese debe primero formar la sociedad para lo que se necesita obtener los permisos y el acta constitutiva; para lo que se debe consultar un abogado. Formar una sociedad es la habilidad específica que tiene la empresa para acumular grandes sumas de capital.

Con la ayuda de factores como responsabilidad limitada y facilidad de transferencia de acciones, la sociedad puede obtener los recursos de gran diversidad de inversionistas que coinciden en una meta común: obtener utilidades; estos inversionistas en su función de accionistas tienen derecho de influir en las decisiones de política de la sociedad. Sin embargo, se puede tener el control conservando la mayoría de las acciones.

## **Apoyos del gobierno y la banca**

De igual forma, el Sena cuenta con el Fondo Emprender que ofrece capital semilla para aprendices o asociaciones de aprendices y durante el año hace varias convocatorias.

La banca tradicional ya ha incursionado en este campo, ejemplo, se encontró datos que Bancolombia cuenta con un programa que se enfoca en propuestas de alto impacto con créditos desde \$50 hasta \$1.500 millones con periodos de gracia de hasta 18 meses.

Otros bancos con créditos especiales para emprendedores son el Banco Caja Social, Banco Procredit, Bancamía y Coomeva, que al buscar una entidad sin ánimo de lucro que respalde el emprendimiento que ya tienen una experiencia en el mercado buscando su acompañamiento.

Bancóldex tiene un programa para capital de trabajo y sostenimiento empresarial que financia en su totalidad a personas naturales y jurídicas consideradas micro, pequeñas, medianas y grandes empresas de todos los sectores económicos.

Es así como se mencionó que por el momento se obtuvo un crédito del Banco Agrario aprobado por un monto de Cincuenta millones de pesos (\$50.000.000), por parte de unos de los socios como persona natural mientras se fortalece la vida crediticia de la sociedad.

## **Ángeles Inversionistas**

En Colombia opera la Red de Ángeles Inversionistas que moviliza capital hacia empresas innovadoras. Este grupo busca compañías formales que tengan productos o servicios validados en el mercado, con ventaja competitiva única (equipo emprendedor, modelo de negocio,

tecnología, patente, derechos de autor) y que permitan una rápida introducción en el mercado y escalamiento del negocio.

La Red de Ángeles Inversionistas recibe, por un lado, recursos de inversionistas que buscan un retorno de dinero y, por otra parte, pone esos recursos en emprendimientos con potencial, con la estrategia de desinvertir en un periodo determinado (pueden ser 4 o 6 años).

Otra de las alternativas para obtener capital es ingresar a la plataforma crowdfunding, que es una alternativa online que permite a personas o empresas enseñar un proyecto a un público específico para obtener financiación. Los colaboradores hacen pequeños aportes y al final generan una suma importante, para empresas con poca experiencia crediticia, como lo es la idea de emprendimiento social objeto de este proyecto de negocio.

### **Fondo de la Alianza del Pacífico**

Existe el Fondo de la Alianza del Pacífico (AP) para emprendedores de México, Colombia, Perú y Chile. Tiene recursos institucionales por unos US\$40 millones y la expectativa es que crezca a US\$120 millones, la idea es poder buscar el apoyo al cual se puede aplicar con este emprendimiento innovador y diferente de negocios agrícolas.

## Conclusiones

Se Desarrolló la idea de emprendimiento social de “*Producción y Comercialización de insumos orgánicos*” en el municipio de Arauca para generar con estos el mejoramiento de los suelos, frente al rechazo a los productos químicos que amenazan la salud, el aumento del costo de abonos y fertilizantes para cultivar en el campo.

Los continuos problemas de salud y la presente pandemia del COVID-19 de la cual nos hemos venido recuperando progresivamente la población ha adoptado más importancia en el consumo de los alimentos libres de químicos y pesticidas ya que estos complican más la salud y nutrición en niños y adultos, la producción de insumos orgánicos pretende disminuir la tasa de enfermedades, mejorar el medio ambiente, fomentar e innovar el reciclaje de insumos orgánicos (cáscaras de alimentos, cascaras de huevo) ya que estos son materia prima para nuestros abonos.

La herramienta Canvas se presentó puntos fundamentales del emprendimiento social, con la información que estipulamos en el modelo Canvas se logró consolidar la propuesta de valor en donde nos enfocamos en la producción y comercialización de insumos agrícolas orgánicos, amigables con el ambiente y económicos para la producción de las familias campesinas.

Las diferentes estrategias de mercadeo nos ayudaron con la creación de nuestra marca Abonara, despejamos las preguntas de ¿qué es lo que se quiere vender? ¿a quién se le quiere vender? ¿qué empresa quiero tener? Y cuáles son las estrategias de mercadeo que se tendrán en cuenta para el establecimiento de la marca. Con estos productos se busca que se cambie un comportamiento en específico de la región como la transición de los abonos químicos a orgánicos y la transición a la revolución del sello verde en las formas en cómo se produce.

### Referencias Bibliográficas

- Aguilar, S. (Coord.) & Ocampo, L. A. (Coord.). De emprendedor a empresario: haga que su negocio ¡sea negocio! Grupo Editorial (2018) (p.p.47-52) y (p.p.79-98)
- Cavazos, J. (2019). Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social. (p.p.65-134) y (capítulo 1 y 2).
- Mejía, A. (19,11,2018). OVI unidad 3 Modelo de Negocio Design Thinking [Archivo de video].  
<http://hdl.handle.net/10596/21685>
- Parra, J., Chávez, J., López, L., & Domínguez, D. (2019). Las rutas posibles de los proyectos de innovación: un análisis de casos.
- Uribe Palacios, V. J. (2021). Manual del emprendedor: la caja de herramientas para crear tu modelo y plan de negocios.