

Proyecto de Emprendimiento Social San Agro.

Faiver Valenzuela Ochoa

Juan Esteban Puerta Ochoa

Luisa Fernanda Bustos Gomez

Nelson Orlando Carvajal

Yusbely Jennyfer Curico Narváez

Director(a):

Francy Vanessa Oviedo

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

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

Programa Diplomado en profundización de márketing para el emprendimiento social.

2023

Página de Aceptación

Francy Vanessa Oviedo
Directora Trabajo de Grado

Jurado

Jurado

Agradecimientos

Agradecimiento a todos los del equipo, por la ayuda que nos brindamos durante este diplomado, además a nuestros seres queridos, quienes estuvieron a nuestro lado y el acompañamiento de nuestra tutora y directora; planta educativa de la UNAD, que siempre estuvieron dispuestos ayudar con nuestras inquietudes, también un agradecimiento a Dios como cada uno lo conciba ya que sin la bendición no lo lograríamos.

Gracias a la vida porque cada día nos permitió demostrar nuestras capacidades retándonos a superarnos en cada paso que dimos durante la ejecución del proyecto, cumpliendo el desarrollo de este diplomado.

El camino no resulto sencillo, pero gracias al aporte, compromiso y apoyo. Lo que fue complicado no se echara de menos, ya que nos sumó como personas, y profesionales que seremos en todo momento, hacemos presente nuestros afectos mutuos por lograr nuestro objetivo.

Dedicatoria

A nuestra amada familia, gracias por guiarnos y proveernos de tranquilidad. Estén donde estén, cada uno tenemos presente nuestros sentimientos de alegría y agradecimiento hacia ellos por siempre estar apoyándonos en este camino que apenas comienza.

A nuestra tutora Francy Vanessa Oviedo gracias por su paciencia, por aportar sus conocimientos a cada uno de nosotros, por cada consejo dado; gracias por aportar a este nuevo camino que comienza.

Resumen

El presente trabajo de grado tiene como objetivo crear una propuesta de emprendimiento social para los campesinos de San Vicente de Ferrer, con el fin de mejorar la distribución de sus productos y su economía. Para ello, se identificó la problemática a solucionar en un tiempo determinado y se estableció un modelo de negocio sostenible que permita el buen uso de los recursos naturales para un futuro mejor del planeta.

En este sentido, se examinó la viabilidad del negocio mediante proyecciones de los recursos disponibles y se eligió el segmento del mercado al cual va dirigido, para conocer las necesidades a determinar qué tipo de estrategias se van a implementar. Asimismo, se determinaron los recursos humanos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, estableciendo perfiles y competencias requeridas.

La propuesta busca solucionar la problemática existente en San Vicente de Ferrer, donde los campesinos tienen dificultades para comercializar sus productos debido a la falta de acceso a mercados y canales adecuados. Además, esta situación ha generado una disminución en sus ingresos económicos y ha afectado su calidad de vida.

Para abordar esta problemática, se plantea una solución innovadora que consiste en crear una comercializadora que permita conectar directamente a los productores con los consumidores finales. De esta manera, se eliminarán intermediarios innecesarios y se reducirán costos asociados al transporte y almacenamiento.

En cuanto al modelo de negocio, se plantea un esquema de ingresos basado en comisiones por venta y publicidad. Asimismo, se establecerán alianzas estratégicas con empresas locales y regionales para ampliar la oferta de productos y servicios.

En conclusión, la propuesta de emprendimiento social presentada en este trabajo de grado busca mejorar la calidad de vida de los campesinos de San Vicente de Ferrer a través del uso responsable.

Palabras clave: Emprendimiento social, campesinos, propuesta, viabilidad, impacto social.

Abstract

The objective of this degree project is to design a social entrepreneurship proposal for the farmers of San Vicente de Ferrer, in order to improve the distribution of their products and their economy. To this end, the problems to be solved in a given time were identified and a sustainable business model was established that allows the good use of natural resources for a better future of the planet. In this sense, the viability of the business was examined by means of projections of available resources and the target market segment was chosen to determine the needs and the type of strategies to be implemented. Likewise, the human resources necessary for the implementation of the project were determined, establishing the required profiles and competencies. The proposal seeks to solve the existing problems in San Vicente de Ferrer, where farmers have difficulty marketing their products due to the lack of access to markets and adequate channels. In addition, this situation has generated a decrease in their economic income and has affected their quality of life.

To address this problem, an innovative solution is proposed, which consists of creating a marketing company that will directly connect producers with end consumers. In this way, unnecessary intermediaries will be eliminated and costs associated with transportation and storage will be reduced.

The business model will be based on commissions from sales and advertising. Strategic alliances will be established with local and regional companies to expand the supply of products and services.

In conclusion, the social entrepreneurship proposal presented in this degree project seeks to improve the quality of life of the farmers of San Vicente de Ferrer through responsible use.

Key words: Social entrepreneurship, farmers, proposal, viability, social impact.

Tabla de Contenido

Introducción	16
Justificación.....	18
Objetivos	19
Objetivo general	19
Objetivos específicos.....	19
Identificación de la problemática	20
Valor social y modelo de negocio	23
Valor social.....	23
Propuesta de Solución	24
Análisis de Mercado	25
Análisis de la Competencia	26
Metodología Desing Thinking.....	28
Empatía Técnica: Los 5 porque.....	28
Problemática.....	28
Definir	30
Ideación	30
Prototipado	31
Testeo	32
Propuesta de valor	33
Ventajas Comparativas.....	34
Argumentación Modelo Camva	38
Socios clave.....	38
Actividades Clave	38

Propuesta de valor:	38
Relación con los clientes	39
Segmentación de clientes	39
Recursos Clave	39
Canales	39
Estructura de costes	40
Fuentes de Ingresos	40
Estrategias de mercadeo	41
Lugar confortable	41
Servicio integral	41
Compromiso:	41
Beneficios	41
Marca, Imagen y Eslogan del Proyecto	43
Grupo objetivo del proyecto	43
Segmentación	44
Mercados	44
Tipologías	44
Características geográficas	44
Antioquia	44
San Vicente Ferrer	44
Demográficas	45
Nacional	45
Comportamiento:	45
Nichos	45

	10
One to One	46
Canales de distribución identificados.....	46
Canal mayorista.....	46
Canal minorista	46
Alianzas con trasportadores	47
Capacitaciones con el SENA.....	48
Oportunidades	48
Fortalecimiento de la fidelización de clientes	48
Identificar los aliados clave del modelo de negocio del proyecto	48
Estrategia de comunicación.....	49
Estrategia de Posicionamiento	49
Estrategia de Diferenciación	50
Construcción de la página web para el proyecto	50
Recursos operativos y financieros	51
Instalaciones	51
Despulpador De Frutas De Bajo Costo	54
Descripción Del Equipo	54
Condiciones De Operación.....	54
Consumo energético	54
Vida útil.....	54
Mantenimiento:	54
Aspectos Económicos	54
Costos de operación:	54
Ventajas De Su Adopción	54

Trilladora.....	55
Descripción del Equipo	55
Condiciones De Operación.....	55
Despulpador De Frutas Y Hortalizas	56
Descripción Del Equipo	56
Origen De La Tecnología.....	57
Condiciones De Operación.....	57
Vida útil.....	57
Mantenimiento:	57
Aspectos Económicos	57
Experiencias Existentes.....	57
Maquina Lavadora.....	58
Origen De La Tecnología.....	58
Descripción Del Funcionamiento.....	58
Condiciones De Operación.....	59
Mejoras Técnicas Realizadas	59
Aspectos Económicos	59
Marmita De Vapor.....	60
Descripción Del Equipo	60
Condiciones De Operación.....	60
Vida útil.....	60
Aspectos económicos	61
Experiencias Existentes.....	61
Secador Solar Tipo Túnel.....	61

Descripción Del Equipo	61
Condiciones De Operación.....	62
Aspectos Económicos	62
La instalación industrial comprende.....	63
Personal	63
Inversiones.....	65
Conclusión.....	66
Referencias	68

Lista de Figuras

Figura 1- Infografía- Autoría propia	30
Figura 2-Mapa Mental – Autoría propia	30
Figura 3 – Mapa Mental – Autoría Propia	31
Figura 4-Logotipo del proyecto-Autoría propia	43
Figura 5-Muestra de planta- Planos empacadora	53
Figura 6-Despulpador De Frutas De Bajo Costo (Naranjo Valverde , 2013).....	55
Figura 7-Trilladora (Naranjo Valverde , 2013)	56
Figura 8-Despulpador de frutas y verduras (Naranjo Valverde , 2013)	58
Figura 9-Máquina Lavadora (Naranjo Valverde , 2013).....	59
Figura 10-Marmita de Vapor (Naranjo Valverde , 2013).....	61
Figura 11-Secador Solar Tipo Túnel (Naranjo Valverde , 2013).....	62

Lista de Tablas

Tabla 2-Presupuesto Inicial (MarcadorDePosición1)	64
Tabla 3-Proyección de Ventas a 3 años	65
Tabla 4-Capital de Trabajo.....	65

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1-Modelo CAMVA-Autoría propia	37
---	----

Introducción

A continuación, se presenta una escenificación de la revisión llevada a cabo para la viabilidad del proyecto de empresa social San Agro.

Independientemente, la técnica de desarrollo busca resultados empresariales positivos que tengan un efecto social, permitiendo el desarrollo del área local y logrando la sostenibilidad monetaria.

El plan de una proposición permitirá dar a conocer la organización, cuales son las cualidades y propiedades de la marca, aclarando a los clientes esa inspiración que nos hace depositar en nuestro artículo, las actividades sociales darán ocupaciones y abrirán puertas al desarrollo competente, la disposición de temas sociales críticos en nuestra circunstancia actual es la razón para crear pensamientos de enorme alcance provocando cambios en nuestro público en general y financieros.

En este estudio nos permitimos comprender lo que está sucediendo con los Campesinos de la región de San Vicente de Ferrer y en consecuencia tener la opción de impulsar este plan de acción, donde se han considerado las problemáticas para formular nuevas metodologías que permitan impulsar de manera excelente este negocio y crear el efecto social que se merece.

El modelo Design Thinking ha permitido tener una forma más comprometida de abordar la circunstancia ya que presenta modelos o estrategias que hacen que el pensamiento empresarial sea tomado de una forma menos compleja y por ende tener la opción de buscar una forma más factible.

La "Empresa San Agro" busca que los ganaderos del distrito tengan una instalación superior en la venta de sus artículos, donde a través de la siembra, extracción, creación y diseminación, lleguen a sus clientes de una manera más rápida y a bajos costos, permitiendo que

tanto el productor, mayorista y comprador tengan artículos de calidad, surtidos y que satisfagan los lineamientos de calidad.

A través del modelo CAMVA, la organización busca cohesionarse, permitiendo situarse hacia una organización fuerte que impulse el progreso de la marca, donde cada fragmento nos muestra cómo llegar al cliente, dónde hacerlo, activos nuestra expectativa o cuáles son nuestros socios, las consecuencias de este modelo se reflejan en el reconocimiento y desarrollo en la búsqueda.

Continuando con el análisis del emprendimiento social, extendiéndonos en el plano de los procedimientos publicitarios, aplicados en la organización “SAN AGRO” es fundamental. En un orden específico de pensamientos, los diversos puntos de vista que permiten exhibir lo que está conectado con el esfuerzo de exhibición de la organización San Agro se creará, incluyendo perspectivas como el logotipo, la marca, la página web y demás herramientas que permitan aumentar las ventas, recibir mayores ingresos y lograr que la rentabilidad sea mejor, logrando, por lo tanto, el cumplimiento del objetivo general.

Justificación

El objetivo principal de este proyecto es promover el desarrollo económico y social de la región de San Vicente de Ferrer a través de la creación de una empresa social, denominada San Agro. Esta empresa busca combinar la generación de beneficios económicos con un impacto social positivo, brindando oportunidades laborales y contribuyendo al desarrollo sostenible de la comunidad.

La creación de San Agro surge como respuesta a las problemáticas que enfrentan los campesinos de la región, quienes se ven afectados por dificultades en la comercialización de sus productos, la falta de acceso a tecnologías modernas y la falta de recursos financieros para mejorar sus procesos de producción.

Con el fin de abordar estas problemáticas, se ha adoptado el modelo Design Thinking, el cual permite una aproximación más comprometida y creativa a la situación. Este modelo proporciona estrategias y metodologías que facilitan la generación de ideas innovadoras y viables para impulsar este negocio y generar un impacto social significativo.

El enfoque principal de San Agro es brindar apoyo a los ganaderos del distrito, proporcionándoles una plataforma para mejorar la comercialización de sus productos agrícolas. A través de la siembra, extracción, producción y distribución eficiente, San Agro se asegurará de que los productos lleguen a los clientes de manera rápida y a precios competitivos. Esto permitirá a los agricultores obtener mejores ganancias por sus productos y mejorar su situación económica.

Además de promover el desarrollo económico, San Agro también se compromete a impulsar el desarrollo social de la comunidad. La empresa generará oportunidades de empleo para los habitantes de la región, contribuyendo así a la reducción de la pobreza y al mejoramiento de la calidad de vida de las personas.

Objetivos

Objetivo general:

Diseñar una propuesta de emprendimiento social para los campesinos de San Vicente de Ferrer, la cual, se encargue de mejorar la distribución de sus productos y su economía.

Objetivos específicos:

Identificar problemática a solucionar en un tiempo determinado

Establecer modelo de negocio sostenible, que permita el buen uso de los recursos naturales para un futuro mejor del planeta

Examinar viabilidad del negocio mediante proyecciones de los recursos disponibles

Elegir el segmento del mercado al cual va dirigido, para conocer las necesidades a

Determinar qué tipos estrategias se va a implementar

Determinar los recursos humanos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, estableciendo perfiles y competencias requeridas.

Definir los gastos operativos necesarios para la operación del proyecto, incluyendo los costos de alquiler de espacio, servicios públicos, suministros y materiales de oficina.

Identificar las posibles fuentes de financiamiento para el proyecto.

identificación de la problemática

Identificación de la Problemática

En el municipio de San Vicente Ferrer se tiene una gran problemática, el municipio no cuenta con una industria propia, por lo cual, se tiene que mandar las producciones agrícolas, a otros municipios donde son procesados por exportadoras y distribuidos a centrales mayoristas de las ciudades y el municipio queda por fuera de esto, los agricultores deben pagar el transporte desde sus veredas y fincas donde su producción puede llegar en mal estado y no ser recibida, lo que hace que se las devuelvan y perder parte de su producción, inversiones y tiempo.

En los años pasados se han venido cayendo los mercados de exportaciones, lo que significa un gran retroceso y más para un pueblo casi neto productor y exportador, a pesar de contar con una docena de tratado de libre comercio, y en nada ayuda que nuestro peso este en devaluación, lo que ha ido aumentando los precios de producciones y exportaciones y los que se deben ver beneficiados realmente no lo estén siendo, una situación de la que se habla en los mercados y las gremios son la guerra comercial que vive estados unidos con china, lo que afecta varias empresas y personas. Dedicadas al comercio exterior.

Hubo momentos donde se han presentado aranceles que han permitido la continuidad de los mercados exportadores, pero hasta cuando se mantendrá, por ejemplo, los productos agropecuarios, alimentos subieron 0,8% y las manufacturas bajaron 0,4%.

Otra cara es, que los campesinos de la zona rural tienden mucho a utilizar químicos caros para sacar las producciones para poder afrontar las olas de calor e inviernos que trae plagas, algo muy grave porque se tiene que perder parte de la producción.

Lo anterior hace pensar que, si tenemos problemáticas grandes en inversiones, capital, y que grandes empresas ganan, pero mientras aumenta gastos en las fincas productoras. No se podrá avanzar, a pesar de los aumentos de estos sectores.

No nos centramos en un sector productivo enfocado al comercio internacional, y que, a pesar de las buenas coyunturas para un campesino, es casi imposible sacar sus productos del mercado interno.

Hace tiempo Colombia no logra con éxito disruptivo en exportaciones, ya que no hay acompañamiento a la diversificación de exportadora, y más al campo, donde se necesita con urgencia y municipios como San Vicente Ferrer, y creemos que debemos trabajar en zonas productivas permanentes que puedan ofrecer productos competitivos a nivel internacional, mediante una mecánica de producción con calidad, confianza y seguridad, comprometidos a proveer productos inigualables todos los meses del año.

¿Qué podría hacer para evitar más gatos y los daños a las producciones?

“Se ha tenido en cuenta que hay muchos intermediarios, entonces para poder evitar negociaciones con intermediarios y empresas por fuera del municipio y las implicaciones que traen esto, se podría crear una empresa la cual se encargue de las negociaciones con empresas extranjeras, además que se encarguen del transporte para la exportación de las producciones agrícolas, para así evitar que los intermediarios se queden con plata que podrían tener los campesinos extra, y sea un pago adecuado y mediante una asamblea mantener informado a cada socio y persona anexa a la empresa, mes tras mes.” (Valenzuela Ochoa , Puerta Ochoa, Bustos Gomez, Carvajal, & Curillo Narvaez , 2023)

¿Cómo se realizará?

Se iniciará con una convocatoria, informándoles del tipo de empresa que se busca establecer e invitándolos hacer parte con sus producciones y capital que tengan disponible. Para arrancar, además de que todo pase por la empresa sin perder ganancias y sintiéndose más involucrados con el desarrollo y crecimiento del sector.

Con el tiempo, se dará a conocer cómo van las cosechas y ver cuáles son las más próximas a sacar para poder controlar el envío y planillas de las fincas, en el área de producción se incluiría un responsable por veredas, y si los hijos de los asociados que tengan títulos profesionales se les puede asignar un cargo y salario.

Estas producciones que no sean aptas para exportar serán comercializadas en diferentes partes del país y así ayudaría a reducir la pérdida de cosechas, que pueden contribuir a la economía del país, ya que sería menos importaciones de otros países, gracias a la recolección y transformación que se le dará en la empresa, al igual que la reducción de tiempos de pago, y envíos, ya que al estar en manos de los mismos productores y el mismo municipio ayudara a los campesinos.

Valor social y modelo de negocio

Valor social

La población del sector agricultor es la menos remunerada al momento de venta de sus producciones, El 17% del total de la fuerza laboral del país trabaja en el campo, para el país una cifra bastante impactante, sin embargo, no se le brinda el acompañamiento necesario.

Nuestra empresa busca brindar precios justos y acompañamiento en el proceso de su transporte de su producción agro, generar esa empatía y unión con el sector del campo, no se trata solo de la rentabilidad del negocio si no el gen de humanismo inculcando los valores de nuestra propuesta eficacia, eficiencia y calidez.

El plus al servicio de carga y transporte de productos del café; los movimientos sociales que se están generando últimamente en contra del calentamiento global y demás fenómenos que deterioran el planeta, apoyaríamos la causa de la disminución del calentamiento global que se presenta actualmente por la contaminación; esta se enfocara en que disminuya usando materia prima biodegradable que no genere mayor impacto en el medio ambiente, creando empaques para su producción que pueden ser reutilizados, reciclados o que al ser desechados no generen daño.

Sostenibilidad ambiental: La industria agropecuaria a menudo se asocia con la degradación ambiental. El enfoque de san agro es ser respetuosa con el medio ambiente, es por eso que utilizara prácticas de agricultura regenerativa, reduciendo el uso de pesticidas y fertilizantes químicos y fomentando la conservación de la biodiversidad local.

Responsabilidad social: La empresa San Agro también pueden contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas en las comunidades donde operan. Es por eso que se enfocara en contratar a trabajadores locales y ofrecerles un ambiente laboral seguro y saludable, o en apoyar a proyectos comunitarios para mejorar la calidad de vida en la región.

Innovación y tecnología: La innovación y la tecnología pueden transformar la agricultura y hacerla más sostenible, eficiente y rentable. San Agro se enfocará en implementar nuevas tecnologías para mejorar los procesos de producción, reducir costos, aumentar la calidad y mejorar el bienestar de los trabajadores y de la comunidad.

Ahora bien, respecto del modelo de negocio, es menester plantear lo siguiente:

Contexto y Análisis

Ahora bien, respecto del modelo de negocio, es menester plantear lo siguiente:

Contexto y Análisis

Análisis de la Problemática

El municipio de San Vicente Ferrer se ve afectado por la falta de una industria propia que procese sus producciones agrícolas y las distribuya a centrales mayoristas de las ciudades. Los agricultores deben pagar el transporte desde sus veredas y fincas, lo que hace que las producciones lleguen en mal estado y no sean recibidas, lo que se traduce en pérdidas de producción, inversión y tiempo. Además, los campesinos utilizan químicos costosos para sacar las producciones debido a las olas de calor e inviernos que traen plagas, lo que hace que se pierda parte de la producción.

Propuesta de Solución

Se propone la creación de una empresa que se encargue de la negociación con empresas extranjeras, transporte y exportación de las producciones agrícolas del municipio. Esta empresa permitiría evitar negociaciones con intermediarios y empresas por fuera del municipio y las implicaciones que traen esto. Además, permitiría que los campesinos obtengan un pago adecuado y que se mantengan informados de manera constante.

Como lo dice (Feria Currea & Sarmiento ramos , 2013) “La creación de una empresa productora y comercializadora de frutas, verduras, granos y flores, se convierte en una alternativa

viable para generar un proceso productivo más eficiente, rentable y capaz de satisfacer las necesidades y exigencias del mercado nacional”, un proyecto de empresa dinámica con inversiones y rentabilidad en el mercado para estos tipos de negocios.

Hoy en día las exigencias de los mismos mercados o del consumidor, la productora encuentra otra oportunidad, ya que da cumplimiento y satisfacción generando una cadena de valor agregado transformando la forma convencional de manejo, por una visión más tecnificada administrativa y productiva.

Por lo tanto, surge la necesidad de elaborar un plan de negocios, demostrando la factibilidad de crear esta empresa que se propone, conocida como San Agro, una productora y comercializadora, basadas en modelos empresariales modernos, los cuales buscan una alta rentabilidad de la inversión, un uso más eficiente de los recursos, la minimización de los efectos de la producción sobre el medio ambiente y cosechas de productos con altos estándares de calidad. Una buena gestión de una empresa de este prototipo se convierte en una alternativa para explorar un mercado creciente, realizando un tipo de producción sostenible ambiental, social y rentable para el productor campesino, generando capacidad de empleos y nuevos emprendimientos.

Análisis de Mercado

El mercado para la empresa se encuentra en el municipio de San Vicente Ferrer y en las empresas extranjeras con las que se negociaría. Se espera que los campesinos del municipio se conviertan en los principales socios de la empresa, y que esta se convierta en la principal exportadora de productos agrícolas del municipio.

Se busca conocer la situación actual del mercado de frutas, verduras, granos y flores, en San Vicente Ferrer y en la región, para determinar una necesidad insatisfecha en el mercado o la posibilidad de brindada un mejor producto que el ofrecido por empresas existentes.

Pretendemos demostrar la viabilidad de producir y comercializar mejores cosechas de varios tipos como los anteriores mencionados, el presente plan de mercado determinara que variedades son las más apropiadas para comercializar, en corto, mediano y largo plazo, teniendo en cuenta que dentro de la comercializadora se tiene muchas variedades, nos permitirá determinar las cantidades a producir, el precio de venta y los canales de distribución a utilizar.

Generar una adecuada información de la demanda nos permitirá de fuentes primarias determinar. Personalmente un mercado más objetivo, con esto se pretende aportar una estimación con mayor exactitud la demanda mensual de estos productos; también se debe estratificar los dos mercados existentes uno minorista y el mayorista, como no mercado objetivo solamente, sino teniendo en cuenta otros sectores.

Análisis de la Competencia

No se han identificado empresas que brinden un servicio similar al que se propone en el municipio de San Vicente Ferrer. Sin embargo, se debe tener en cuenta que existen empresas exportadoras en otros municipios y que estas podrían convertirse en competidores indirectos.

Con base a la propuesta presentada y considerando las necesidades del municipio de San Vicente Ferrer, yo adoptaría un modelo de negocio basado en una empresa de productores agrícolas, donde cada socio tendría una participación en la toma de decisiones y en la gestión de la empresa.

La empresa permitiría la colaboración entre los productores agrícolas y la creación de una estructura organizativa más fuerte y efectiva, para hacer frente a los desafíos que se presentan en el mercado. Además, al trabajar juntos, los productores podrían obtener economías de escala y

reducir los costos en aspectos como el transporte y la adquisición de insumos, lo que les permitiría obtener mejores precios por sus productos.

La empresa tendría una estructura de gobernanza democrática, donde cada socio tendría un voto y participaría en la toma de decisiones importantes de la empresa. También habría una estructura de gestión profesional, con personal especializado para realizar las actividades clave de la empresa, como la gestión de la producción, la negociación con los compradores y la administración financiera.

La propuesta de valor de la empresa se basaría en brindar a los productores agrícolas un canal de comercialización más efectivo y justo, así como en la posibilidad de obtener beneficios económicos a través de la cooperación y la gestión eficiente de la producción y los recursos.

El segmento de clientes serían los productores agrícolas del municipio de San Vicente Ferrer, quienes serían los socios de la comercializadora. Los canales de distribución serían los propios de la empresa, mediante la negociación directa con los compradores y la utilización de los canales de comercialización establecidos por la empresa.

Las fuentes de ingresos de la empresa serían la venta de los productos agrícolas a los compradores, la administración y distribución de los fondos de la empresa y los ingresos generados por la prestación de servicios a los socios.

En cuanto a los recursos clave, la comercializadora necesitaría de los recursos humanos especializados para la gestión de la empresa, así como de la infraestructura necesaria para la producción y el almacenamiento de los productos agrícolas. También se requerirían de recursos financieros para la puesta en marcha de la comercializadora y el desarrollo de sus actividades.

Metodología Desing Thinking

Empatía Técnica: Los 5 porque

Problemática

En el municipio de San Vicente Ferrer se tiene una gran problemática, el municipio no cuenta con una industria propia, por lo cual se tiene que mandar las producciones agrícolas, a otros municipios donde son procesados por exportadoras y distribuidos a centrales mayoristas de las ciudades y el municipio queda por fuera de esto, los agricultores deben pagar el transporte desde sus veredas y fincas donde su producción puede llegar en mal estado y no ser recibida, lo que hace que se las de vuelvan y perder parte de su producción, inversiones y tiempo.

Otra cara es, que los campesinos de la zona rural tienden mucho a utilizar químicos caros para sacar las producciones para poder afrontar las olas de calor e inviernos que trae plagas, algo muy grave porque se tiene que perder parte de la producción.

1: Por qué Los campesinos tienen pérdidas en su producción

Por qué las industrias están alejadas del pueblo y el traslado del producto del pueblo hasta donde está la empresa, maltrata el producto lo que hace que no se reciba

2: Por qué las empresas están alejadas del pueblo san Vicente de Ferrer

Por qué las industrias han buscado puntos estratégicos para reunir más municipios, y han olvidado los pequeños productores de zonas alejadas

3: Por qué se olvidan de los pequeños productores estas empresas

Por qué el enfoque de estas es mas de cumplir un contrato y no en ayudar al campesino

4: Por qué no se ha creado una empresa que ayude al campesino de san Vicente de Ferrer

Por qué se deben crear estrategias que permitan incluir a todos los campesinos, ya que hay unos con un poder adquisitivo menor a otro

5: Por qué no se crean estrategias que incluyan a todos los campesinos

Por qué hay algunos campesinos con algún miedo a incluirse y perder

Teniendo en cuenta la estrategia realizada “Los 5 por Qué” puedo evidenciar que, si es necesaria una industria en San Vicente de Ferrer, la cual, para incluir a todos los campesinos debe realizar algunas estrategias, en las cuales se pueden mencionar.

El aporte para ser socio de la empresa lo realizara después de la primera venta de su producción, esto permitirá que el campesino confié en la empresa y pueda realizar su aporte con confianza al igual que permita que la empresa le venda su producto

Otra estrategia podría ser, dar plazo para el aporte del campesino e incluir una capacitación en el aprovechamiento de residuos orgánicos y transformación en abonos, capacitación en medición y análisis de suelos para que el mismo pueda determinar la cantidad de químico a usar y no maltratar el cultivo

Definir

En esta fase se tiene en cuenta el pensamiento sistémico, lo que permite identificar problemáticas para buscar algunas soluciones. Para esta acción se utilizó la técnica de infografía

Figura 1 - Infografía



Figura 1- Infografía- Autoría propia

Ideación

Esta fase se presenta mediante un mapa mental, lo que permite fácil entendimiento

Figura 2. Mapa mental

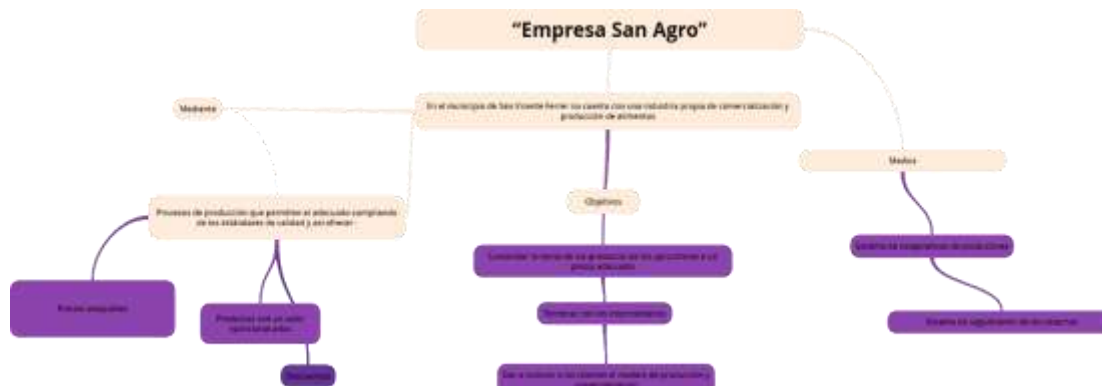


Figura 2-Mapa Mental – Autoría propia

Prototipado

Esta fase se presenta mediante un mapa mental, el cual, permite identificar de una manera más simple lo que se tiene ya planteado y a lo que se desea llegar.

Figura 3 – Mapa Mental



Figura 3 – Mapa Mental – Autoría Propia

Testeo

Para esta última fase se escogió como herramienta el elevador pitch

¿Sabía usted que el trabajo que requiere más dedicación y esfuerzo es el trabajo del campesino, Y que este mismo trabajo es el menos valorado y más mal pagado?

¿Sabía usted que San Vicente de Ferrer es un gran productor de una gran variedad de productos agrícolas y que no cuenta con una industria propia que los apoye?

Yo he pensado bastante en estos campesinos y he implementado una idea de negocio con un enfoque social para apoyar esta región del país

Esta idea de negocio se llama SAN AGRO, sería una empresa que se ubicara en San Vicente de Ferrer y se encargara de distribuir toda la gama de productos de los campesinos de este lugar, estos productos serán distribuidos a nivel nacional y también se tendrá proyecciones a exportación.

Este negocio permitirá que los campesinos cuenten con un precio fijo y el consumidor final se permita comprarlo más barato debido a la reducción de intermediarios.

San agro se diferenciaría de las demás empresas distribuidoras en cuanto a dejar los intereses propios de lado, será una empresa con empatía por el campo y su trabajador.

Por qué con San Agro el campo Crece.

Propuesta de valor

“Innovación, Calidad, Inteligencia, Adaptación, Agilidad, Tecnología, trazabilidad e inocuidad en los alimentos, de forma orgánica, con Sostenibilidad Ambiental y Empresarial.

De cara al consumidor ofrecemos variedad en productos superiores, diferentes, saludables, conscientes ecológicos, listos para consumir en ocasiones especiales, con variedad de sabores para experimentar en el paladar y acompañar las ocasiones especiales”. Tomado de (D’amoto Bassi, Estrada, Estrada , & D’amoto, s.f.)

Las frutas como la uchuva, lulo, fresa, entre otros son productos innovadores, estos productos no existían en países como en Francia, España, Italia, Asia, E.E.U.U.

Para los aliados de negocio ofrecemos crecimiento y sostenibilidad, dentro de los cuales se encuentran los futuros campesinos asociados al proyecto, para los cuales debemos diseñar una propuesta de generadora de valor interno con un modelo de negocio inclusivo.

Para los canales ofrecemos innovación, rentabilidad, agilidad, capacidad de entrega, exclusividad y selectividad, con procesos eficientes. A Colombia, la conformación de una actividad exportadora generadora de divisas, alternativa de generación de empleos responsables; A la sociedad le ofrecemos generación de mejores prácticas ambientales y empresariales: legalidad, formalización con responsabilidad con las generaciones futuras.

Implementaremos una estrategia de diferenciación de empresa y producto, ya que la mayoría de los competidores producen de forma convencional, por eso resaltamos nuestros procesos diferentes en producción limpia y aspectos relacionados a la producción, siendo empresa líder en el uso de tecnología para este tipo de producción sin químicos sino orgánica.

Los productos serán presentados en empaques biodegradables, ya que estamos buscando resaltar que no se utilizan químicos ni componentes contaminantes. Y por lo cual garantizamos la calidad y durabilidad.

Tendremos una producción constante, plantas, frutos, vegetales mensuales, para poder satisfacer las necesidades del mercado, cumpliendo con todas las normas sanitarias, y demás leyes, también cumpliendo con las exigencias de nuestros clientes minoristas y mayoristas, duplicando cada trimestre del año.

Ventajas Comparativas

Dentro de las ventajas comparativa se encuentra nuestra posición geográfica estratégica que nos permite acceder a los mercados latinoamericanos y norteamericanos con facilidad, además del hecho de contar con tratados de libre comercio con países como Estados Unidos y otros países.

Se encuentra en el desarrollo de productos, ya que además de ofrecer las producciones limpias y que es la presentación más conocida a nivel internacional como lo es el aguacate y la hortensia, manejamos productos innovadores y con valor agregado que permiten que los consumidores se familiaricen con este nuevo alimento de una manera fácil y deliciosa. Por esto hemos desarrollado salsas y mermeladas con frutas que son de la región que son productos totalmente novedosos y con muchas ventajas para el consumidor como: estar listos para consumir, la posibilidad de ver el contenido dentro del envase, variedad de sabores y recetas, entre otras.

Nuestra propuesta de valor se basa en mantener una altísima calidad en los productos con un alto valor agregado, un nivel de precios parejo con la competencia y una gran diversificación en los canales de distribución.

Al ser directos productores de frutas, verduras, granos, y flores, garantizamos la calidad de nuestros productos, ya que, desde el crecimiento o cosecha, manejo, separación, recolección y entrega al cliente, manejamos un estricto control de calidad.

De esta manera cumplimos la normatividad vigente aplicable a la actividad, para poder llegar al mercado con toda tranquilidad y confianza.

Ilustración: Modelo de Negocio CAMVA.

Socios claves	Actividades claves	Propuesta de valor	Relación con el cliente	Segmento de clientes
<p>San Agro tendría Socios y Proveedores</p> <p>Entre los socios encontramos 5 personas enfocadas en hacer que este proyecto tenga buena dirección</p> <p>Los proveedores serían todos los campesinos de san Vicente de Ferrer, los cuales serían los encargados de producir los alimentos que serán llevados a la mesa de todos los colombianos.</p> <p>Por otra parte, se tendrán alianzas con empresa de transporte de carga pesada, alianzas con Entidades públicas como el Sena.</p>	<p>San Agro como actividad clave tendría</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Permisos legales Exigidos para la empresa 2. Visita a cada uno de los socios de San Agro, Esto con el objetivo de ver tipo de cultivo y realizar un cronograma que permita tener clientes 3. Recolección y traslado hacia la empresa 4. Almacenamiento, selección y empaque 5. Para productos específicos transformación 6. Almacenamiento y despacho a las Ciudades 7. Control y presupuesto 8. Capacitación del campesino 	<p>El campo crece</p> <p>San Agro, empresa encargada en la recolección transformación y ventas de toda la gama de productos agrícolas de los campesinos de san Vicente de Ferrer.</p> <p>Al ser parte de la familia San Agro podrás gozar de la calidad en cada uno de sus productos, obtendrás verduras frescas y de una excelente calidad, ya que, en San Agro trabajamos teniendo en cuenta la responsabilidad social ambiental, por eso contigo y con los campesinos de San Vicente de Ferrer en campo crece.</p>	<p>Asistencia personal y en comunidades.</p> <p>Para San Agro la asistencia personal es un punto clave, ya que tener una buena relación con cada uno de los clientes permite crear buenas alianzas y esto permitirá que el campesino cuente con la venta de su producto.</p> <p>La relación en comunidades también es una muy buena opción para San Agro, ya que si tenemos en cuenta todos los clientes podremos crear una estructura sólida para la empresa, generando un modelo de distribución eficiente que permita no afectar la relación</p>	<p>El objetivo de San Agro es poder distribuir a clientes mayoristas, minoristas y distribuidores, por tanto, podemos medir el segmento en hombres y mujeres que se encuentran en un rango de edad de los 35 a 60 años.</p>

Recursos claves

Recursos físicos: redes de distribución, Maquinas.

Recursos Humanos: Campesinos de san Vicente de Ferrer

Recursos económicos: Dinero en efectivo y líneas de crédito

Canales

Canales directos:
Pagina web, Esta ayudara a vender los productos que han sido transformados

Canales indirectos:
Tendríamos minoristas de la región, mayoristas a nivel nacional y distribuidores que permitan exportan

“Fuentes de Ingreso
“Estructura de coste

Costos fijos: Como costos fijos San Agro tendría Salario, Servicios como Agua, Energía, Internet

Costos Variables: En este encontramos aquellos costos que nos pueda exigir una inversión en algún momento como mantenimiento de equipos, compra de maquinaria o herramientas, adecuación o mejora de la empresa”. (Valenzuela Ochoa , Puerta Ochoa, Bustos Gomez, Carvajal, & Curillo Narvaez , 2023)

San Agro tendría como fuentes de ingresos lo siguiente:

Venta de activo: mediante la página web se realizarán las ventas de los productos transformados

Cuota de suscripción: se realizará por única vez para los campesinos que quieran asociarse a la empresa

Punto de venta físico: San agro dispondrá para el departamento de Antioquia puntos de venta en sitios estratégicos para que consuman alientos trabajados por sus campesinos

Transferencia electrónica y efectivo”. (Valenzuela Ochoa , Puerta Ochoa, Bustos Gomez, Carvajal, & Curillo Narvaez , 2023)

Argumentación Modelo Camva.

Socios clave:

Es fundamental para toda empresa tener un buen grupo de socios que permitan lograr el objetivo esperado, Para San agro este también es muy importante, por ello se ha incluido Los campesinos de San Vicente de Ferrer, Empresa dedicada al transporte de carga pesada, instituciones públicas como el Sena, esto formaría un grupo de valor y se podrá brindar un muy buen servicio y se lograra el objetivo (Mejorar la vida de los campesinos)

Actividades Clave:

San Agro para poder brindar el servicio deberá realizar todo tipo d procedimientos legales que le permitan iniciar con el emprendimiento social.

Después de a ver realizado el proceso legal realizara un cronograma con cada uno de los campesinos para saber fechas de cosechas y así contratar con anterioridad la compra de estos productos, permitiendo así que el campesino trabaje con la seguridad del producto vendido.

Dentro de la empresa se le dará su debido proceso a cada uno de los productos, Esto con el fin de entregar un producto de calidad y un producto que sea bien visto por el comprador mayorista o minorista, después de todo el proceso se realizará el despacho del producto a las diferentes ciudades

Para ir finalizando, se realizará un control y presupuesto final estos con el fin de tener claro gastos, costos y utilidad final.

Propuesta de valor:

Para San Agro la propuesta de valor será muy importante, con esta se llamará la atención del cliente, mediante una forma detallada y resumida se podrá brindar información precisa que ayude a atraer y poder dar a entender el objetivo de la empresa.

Relación con los clientes:

Tener una buena relación con el cliente es otro punto importante que se debe tener en cuenta, para San Agro la asistencia personal y en comunidades serian como las dos aliadas para estas buenas relaciones, ya que el poder escuchar y entender las necesidades de todos nos permitirá tener un enfoque mayor, al igual que nos permitirá la creación de vínculos más cercanos ayudándonos también a que el campesino crea en San Agro y no busque otra empresa.

Segmentación de clientes:

Teniendo en cuenta que San Vicente de Ferrer es un gran producto en la zona, el enfoque de San Agro para la segmentación de clientes seria Distribuidores mayoristas y minoristas, Esto permitirá vender en grandes cantidades y así ser eficiente con toda la oferta de productos agrícolas que nos dan los campesinos.

Recursos Clave:

El contar con unos buenos recursos permite eficiencia para San Agro, Por eso la empresa tendrá como recursos físicos una muy buenas redes de distribución y buena maquinaria para que parte del proceso sea eficaz, del mismo modo, como recursos Humanos tendría Campesinos de san Vicente de Ferrer, estos serían el objetivo principal, las personas que le darían vida a San Agro y al mismo tiempo las mayor beneficiados, por último se tendría recursos económicos Dinero en efectivo y líneas de crédito, mediante la inversión inicial de los socios y crédito en entidades bancarias San Agro iniciara a operar.

Canales:

El cómo y por donde vender los productos es algo que se debe tener muy claro, por eso San Agro tendrá canales Directos, en los que encontramos Pagina web, Esta una forma eficiente y económica de ofertar y vender cualquier producto, por otra parte, se tendría canales indirectos en

los que encontramos a los distribuidores mayoristas, San Agro venderá el producto y los distribuidores se encargaran de llevarlo al consumidor final.

Estructura de costes:

Se debe conocer en que debe invertir san agro para que la empresa tenga un buen funcionamiento, los costes serian como parte de la inversión inicial para lograr el objetivo y obtener un beneficio mayor, para este punto tendríamos Costos fijos, en los que encontramos pago de salario y servicios como la energía, agua internet, del mismo modo tendríamos costos Variables, en estos costos encontramos inversión en nueva maquinaria, mantenimiento de la maquinaria actual Etc.

Fuentes de Ingresos:

las fuentes de ingresos que tendrá San agro serían las siguientes

Venta de activo: mediante la página web se realizarán las ventas de los productos transformados, Este tipo de ingreso le permitirá a San Agro como una fuente de ingresos pasiva, la cual, podría ser utilizada para los costos variables que tenga la empresa.

Cuota de suscripción: se realizará por única vez para los campesinos que quieran asociarse a la empresa

Punto de venta físico: San agro dispondrá para el departamento de Antioquia puntos de venta en sitios estratégicos para que consuman alientos trabajados por sus campesinos

Todas estas fuentes de ingreso serian recibidas por transferencia electrónica y efectivo.

Estrategias de mercadeo

Lugar comfortable:

en primer lugar, se considera a la limpieza como un factor fundamental para la organización y a su vez es un requisito que los clientes consideran importante al momento de elegir un producto, teniendo en cuenta que las frutas o legumbres y granos son los que más expuestos están.

Además de la limpieza, es indispensable tanto para los públicos como para la propia organización, generar un ambiente cálido y un clima propicio en cuanto a las relaciones humanas.

Servicio integral:

debido a que los públicos esperan solucionar múltiples aspectos relacionados con el hábito alimentario decidirse por un producto que demuestre sus inicios y finales desde que es sembrado y puesto a la venta en diferentes lugares con todos los servicios referidos a la salud, estética, y precio es algo que podemos brindar.

Compromiso:

Es necesario que el público se sienta satisfecho con el producto que se consume, por lo tanto, la organización pretende asumir la responsabilidad de ponerse en el lugar del otro y así cumplir con sus expectativas.

Beneficios

Comer Frutas: a diario Estas aportan vitaminas, minerales y otros nutrientes al cuerpo para que pueda funcionar de manera óptima. Asimismo, ayudan a prevenir enfermedades. Son esenciales para la alimentación saludable.

Comer Verduras: Propiedades antioxidantes que pueden reducir los riesgos de cáncer, accidentes cerebrovasculares y enfermedades cardíacas. Ayuda a disminuir el riesgo de cáncer y

mejora la salud cardiovascular. Contiene carotenoides que ayudan a la salud ocular, fotoquímicos con propiedades antivirales y antibacterianas y potasio.

Los granos: son cada día más comunes en la alimentación diaria. Consumirlos aporta nutrientes esenciales para el funcionamiento del organismo. Pueden ayudar a reducir el colesterol, regular los niveles de azúcar en la sangre y favorecer la salud intestinal.

La hortensia: es una flor cargada de simbolismo. Son símbolo de gratitud, de gracia, de belleza y también de abundancia, debido a la cantidad exuberante de flores y a su forma redonda tan generosa.

Usos Medicinales: Sus propiedades benefician, estimulan y favorecen el flujo de orina. Suele señalarse también, que el uso de hierbas diuréticas aumenta el flujo de sangre a los riñones, reduce algunos síntomas de las infecciones del tracto urinario y ayuda en el pasaje de los cálculos renales.

Marca, Imagen y Eslogan del Proyecto



Figura 4-Logotipo del proyecto-Autoría propia

“Inspirados por la gente, su trabajo y su bienestar”

Grupo objetivo del proyecto

Población Mundial, todos los días se consumen granos, frutas, verduras, que es una de las gamas que ofrece San agro, además que decir que tenemos sectores fijos, como plazas minoristas, mayoristas, y almacenes de cadena, pero queremos que también productos como son las flores y que son consumidas en mercados internacionales, sean cada vez más llamativas en todas las partes de nuestro país.

Segmentación

Mercados: clientes agropecuarios potenciales en las mismas plazas de mercados, y centrales.

Tipologías: Campesinos, personas naturales y almacenes de cadena.

Características geográficas:

Antioquia:

Buena parte del territorio antioqueño son “llanuras que se extienden al occidente, norte y oriente. Los únicos límites montañosos de Antioquia son aquellos del sur, con los departamentos de Caldas, Risaralda y Chocó, y un tramo de Bolívar, al nororiente. Tiene además 240 kilómetros de costa sobre el mar Caribe”. Tomado de (Lara Ruiz , 2014)

Según los datos del último censo hecho en 2018, Antioquia tiene 6 691 030 habitantes, de los cuales más de la mitad viven en el área metropolitana del Valle de Aburrá. La estructura poblacional del departamento manifiesta una disminución de la natalidad, siendo el valle de Aburrá la subregión donde resulta más notorio. Cabe anotar que, para Antioquia, el valle de Aburrá pasó de ser el 53,8 % de la población antioqueña en 1985 al 58,5 % en 2011.

San Vicente Ferrer:

“Limita por el norte con los municipios de Barbosa y Concepción, por el este con los municipios de Concepción y El Peñol, por el sur con los municipios de Marinilla y Rio negro y por el oeste con los municipios de Guarne y Girardota. Su cabecera dista 48 kilómetros de la ciudad de Medellín, capital de Antioquia”. Tomado de (Lara Ruiz , 2014)

Demográficas:**San Vicente Ferrer**

- ✓ **Población Total:** 22 093 hab. (2018)
- ✓ **Población Urbana:** 5 464
- ✓ **Población Rural:** 16 629
- ✓ **Alfabetismo:** 85.1% (2005)
- ✓ **Zona Urbana:** 88.0%
- ✓ **Zona rural:** 83.5%

Nacional:

“Colombia es el vigesimooctavo país más habitado del mundo con más de 52 millones de habitantes La población de Colombia se concentra en la Región Andina, donde se aprecian los núcleos demográficos de la sabana de Bogotá, conformado por Bogotá y Soacha, del valle de Aburrá, que comprende a Medellín, Bello e Itagüí, y del Valle del Cauca, compuesto por Cali y Palmira; la Costa Atlántica, cuyos principales núcleos poblacionales son Cartagena, Barranquilla y Santa Marta; los centros demográficos de Bucaramanga y Cúcuta en la zona de los Santander, el Eje cafetero, y los departamentos de Huila, Tolima y Nariño”. Tomado de (Wikipedia, 2023)

Comportamiento:

comportamiento positivo de la agricultura y la minería, la contracción en la tasa de crecimiento de la industria y la estabilidad en el sector de la construcción.

Nichos:

es una sección pequeña del mercado, ya que esto se comercializa solo en una plaza de mercado.

One to One:

A cada cliente agropecuario se lo considera único y, por ende, se le ofrece un producto muy económico y saludable, como variable por medio de acciones de marketing totalmente individualizadas.

- Población: Nacional, Internacional.
- Potenciales clientes: Centrales mayoristas y minoristas, almacenes de cadena otros.
- Cliente: Población municipal, regional, nacional, internacional.
- Consumidores: Seres humanos.
- Ahorro económico
- Baja el riesgo al fracaso
- Incrementa la eficacia de la publicidad online y offline

Canales de distribución identificados

Canal mayorista: El proceso de compra en la central mayorista de Antioquia, se da los días martes y jueves de 4:00 am a 9:00 am, horario en el cual llegan los camiones y demás vehículos transportadores de los municipios de Antioquia, de los cuales son productores y comerciantes a ofrecer diferentes productos. El mejor día de venta para los socios de la comercializadora es el jueves, el pago de los productos se hace de contado y el proceso de venta depende en algunos casos del precio del producto y no de la calidad.

Canal minorista: contamos con una excelente fuente de abastecimiento, la principal fuente es del municipio de San Vicente Ferrer, ya que netamente es 90% campesino, y lo que se tiene son cultivos con los que tenemos acuerdos previos en donde se estipula un día de entrega de la producción, en algunos casos el proveedor hace la entrega directamente y en otros, la

comercializadora recoge directamente el producto en el cultivo. La otra fuente es dirigirse directamente a comprar el producto que escasea en el municipio en los días estipulados en la mayorista.

Tenemos los almacenes de cadena, tiene contratos establecidos directamente con los cultivos, y en este caso el proveedor se encarga de llevar el producto al punto de venta semanalmente y de acuerdo a los pedidos realizados una característica de este canal es que presenta altas exigencias en cuanto a la forma y presentación en la que deben ser exhibidas las cosechas en el punto de venta.

Los vendedores ambulantes por su parte tienen tres maneras diferentes para conseguir sus productos, se dirigen directamente y de esta forma consiguen productos a un mejor precio. También lo pueden hacer realizando un acuerdo con algún cultivo en el cual este se comprometen a llevar el producto al punto de venta, como último recurso se pueden desplazar a la comercializadora y escoger ellos mismo los productos.

Alianzas con transportadores:

Con el objetivo de facilitar la coordinación entre empresas de carga, transportadores y gremios del transporte y mejorar el desempeño productivo y competitivo en cada una de las regiones, en especial donde se concentra el mayor flujo de carga del país, se puso en marcha en Antioquia, la primera de una serie de alianzas regionales (ALR) que permitirán la estructuración de plataformas especializadas en las actividades logísticas relacionadas con la generación, transporte, almacenamiento y recepción y envío de carga.

“Las alianzas logísticas regionales son un instrumento muy importante para mejorar productividad y competitividad del país, en este caso, Antioquia asume el liderazgo de constituir la primera alianza en beneficio de la cadena logística regional y con el compromiso del gobierno nacional de fomentar su promoción y su proyección en todo el país”, (Mintransporte, 2018)

“La conformación de las ALR responde a la iniciativa de corredores logísticos de importancia estratégica del país que ha venido trabajando el Ministerio de Transporte y la Agencia Nacional de Infraestructura, por lo que su conformación corresponde con las regiones que han interactuado con las gerencias de corredores, además de ser las que mayor concentración de carga presentan en el país”. (Mintransporte, 2018)

Capacitaciones con el SENA:

Por otro lado, se realizarán gestiones con las entidades del SENA para promover el desarrollo y educación continua en producción limpia y organizada, y tecnificación de cultivos, tecnificación de estos procesos productivos sobre la base del seguimiento y aplicación de los mismos como fuera de la asistencia técnica para la mismo cultivo como parte de la comercializadora. Además de los cursos según el mes y las obras que se estrenarán en ese mes. Los diplomados en profundidad también están disponibles para agricultores que quieran especializarse en un solo producto.

Oportunidades

Fortalecimiento de la fidelización de clientes.

Identificar la competencia, agremiaciones de otros municipios con más capacidad y cercanía a la ciudad, pero directamente en el municipio no se tiene, por eso la idea de San Agro, son competencia indirecta que no se ha focalizado.

Identificar los aliados clave del modelo de negocio del proyecto

Los principales aliados son los campesinos del municipio donde entendemos que debemos avanzar con ellos, en cuanto capacitación y educación sobre agro industrialización a nivel local, regional, y nacional con visiones a exportar.

Proponer tanto tradicionales como digitales que permitan comunicar y cautivar un mercado específico, se debe proponer al menos una acción por tipo de estrategia:

Estrategia de comunicación

La estrategia de lanzamiento será a base de los producto o servicio. Un gran ejemplo es el lanzamiento de los festivales vive el campo, que salió en años pasados en el municipio, donde se realizó una activación de las marcas para que los participantes vivieran la experiencia de no solo ser productores sino consumidores, mediante tiendas y con la oportunidad de probar granos, frutas. Verduras, y demás en primicia junto a algunas empresas de gran calibre.

Estrategia de Posicionamiento

Beneficio

En este caso, el producto o servicio se posiciona en función del bienestar que les trae el consumo de frutas, vegetales, granos y estar rodeados por la naturaleza.

Competencia

Consiste en comparar las ventajas y los atributos de nuestra marca con los de las marcas competidores para afirmar que se es mejor que ellas en algún sentido.

Calidad o precio

Se puede basar la estrategia en la relación calidad-precio del producto, Asimismo, sabemos que tenemos mejor calidad y que otros productos de otras regiones o municipios.

Categoría de producto

Se centra en posicionar la marca como líder en una categoría de productos. De salud, bienestar y consumo diario en nuestros hogares.

Estilo de vida

La marca vegana es buena para nuestra estrategia porque los productos y nuestra marca representan un estilo de vida concreto, el cual se centra en el respecto a los animales y el cuidado del planeta.

Estrategia de Diferenciación

Si bien esta compañía agrícola lleva años innovando constantemente, el cuidadoso proceso de producción es el principal elemento de diferenciación que la marca posee; y ha hecho que muchos consumidores se vuelvan fieles a lo que se cultiva en San Vicente Ferrer.

La compañía cuenta con los clientes más leales en el mercado, pues la estrategia de diferenciación se enfoca en la imagen y el estatus que sus productos dan a sus consumidores. No importa si otras marcas lanzan productos a un menor costo,

Esta estrategia de diferenciación nos permitirá mantener menos costos en producción y pérdidas, sin que nos afecten los precios usualmente menores de los competidores. Además, la marca constantemente lanzara nuevos modelos de sus productos existentes que los clientes están dispuestos a adquirir para continuar viviendo la experiencia de comer saludable, sin riesgos por envenenamiento, o malas cosechas, entre otras.

Construcción de la página web para el proyecto

- ✓ Marca, imagen y slogan
- ✓ Vínculos de información de la empresa y sus productos o descripción del servicio.
- ✓ Vínculos de contacto con el prospecto, se puede solicitar Login navegante.
- ✓ Vínculos a las redes sociales: a los perfiles y grupos.
- ✓ Link de atención al cliente
- ✓ Link de compras y pagos en línea

Enlace página donde se evidencian los puntos anteriores:

<https://valenzuelafaiver13.wixsite.com/san-agro>

Recursos operativos y financieros

Instalaciones

El diseño de la nueva planta fue más complejo. Por ejemplo, las instalaciones que manejarán ingredientes alergénicos, diseñarán áreas separadas de almacenamiento y producción. Trabajar dentro de las limitaciones de espacio, ya que no hay lugar en San Vicente Ferrer para una gran fábrica.

Actualizar una unidad existente puede ser una solución menos costosa que puede reducir los costos iniciales de su equipo, pero es posible que deba hacer concesiones cuando se trata de usar tecnología y automatización de vanguardia.

Tal vez las instalaciones nuevas más comunes incluyen:

- Instalación de equipos energéticamente eficientes
- Seguridad alimentaria
- Líneas de productos
- Liberar espacio en el piso con nuevas tecnologías / equipos

Si su instalación actual ya es algo similar a lo que será el estado final renovado deseado, la renovación es probablemente su mejor opción. Sin embargo, las modificaciones que requieran destripar la instalación original pueden requerir la construcción de nueva planta para la producción de alimento.

Aquí hay cinco consideraciones clave para la construcción de nueva planta para la producción de alimento, entre otras que es lo que le apunta San Agro.

Automatización: La integración de la automatización en una instalación para aumentar la productividad puede ser un desafío; el equipo automatizado a menudo tiene requisitos de espacio significativos, que requieren grandes cantidades de pies cuadrados.

Seguridad alimentaria: el cumplimiento de las estrictas normas de seguridad alimentaria es uno de los factores más cruciales en el diseño de una planta de alimentos, o comercializadora como San Agro ya sea que el proceso de la construcción de nueva planta para la producción de alimento y comercialización tiene las comunes y estrictas pautas de las diferentes regulaciones mundiales, exigen que todas las instalaciones provean seguridad alimentaria. Es imprescindible garantizar un flujo de aire adecuado en toda la instalación. El aire que fluye hacia las áreas donde se procesan los alimentos debe controlarse estrictamente para mantener la temperatura ambiente y eliminar el potencial de condensación y contaminación. Esto es especialmente importante si comienza a fabricar productos libres de alérgenos.

Problemas de diseño: los estándares de la industria cambian con el tiempo. Esto incluye requisitos claros de altura. La altura libre es la «distancia medida desde el piso hasta la parte inferior de la obstrucción suspendida más baja». Intentar renovar en un edificio sin la altura libre requerida significa tener que ampliar la altura del edificio además de las renovaciones originales. La capacidad de los servicios públicos, o la cantidad de equipo que puede ejecutar su instalación, también puede ser una consideración importante al decidir si renovar o construir una nueva planta. Si la capacidad de servicios públicos de su instalación es baja, es difícil aumentarla económicamente. Otros problemas de diseño estructural pueden incluir agregar «un techo transitable o un espacio intersticial». Estas consideraciones de diseño son más fáciles de lograr en la construcción de una nueva planta de producción de alimentos que en una planta de producción de alimentos existente.

Acceso: tratando de minimizar el tiempo de inactividad de la planta durante una adecuación o creación, el acceso a las instalaciones es increíblemente importante. Las

estructuras ya tienen acceso a estacionamiento, así como zonas de carga. En la planta de producción de alimento buscando en San Agro garantizar siempre el flujo de carga y despacho.

Eficiencia energética: una de las principales tendencias en la construcción de nueva planta para la producción de alimento, es la sostenibilidad y estandarizar que una instalación. Al momento de la construcción de nueva planta para la producción de alimento, pueden aumentar la eficiencia energética mediante la instalación de luces LED, la reducción del uso de agua, el uso de equipos «ecológicos» y la prevención de fugas en la envolvente deledificio.

Figura 5: Muestra de planta, Planos empacadora.

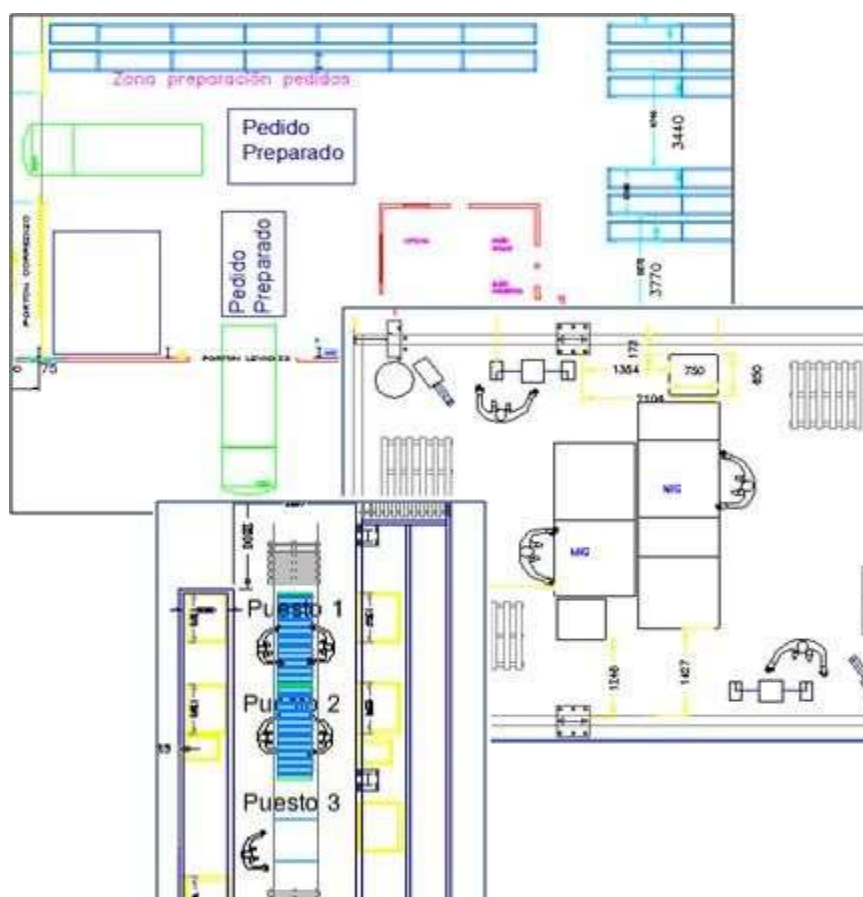


Figura 5-Muestra de planta- Planos empacadora.

Despulpador De Frutas De Bajo Costo

Descripción Del Equipo

“El aparato sirve para extraer pulpa de frutas a pequeña escala, específicamente, guayaba, piña, papaya, fresa y mora. Está construido con una combinación de piezas de madera y metal (acero inoxidable).

Condiciones De Operación

Consumo energético: Motor eléctrico de 2 KW., 220-110 V., o motor de gasolina de potencia similar (tipo estacionario). Capacidad: 50 kg/hr de fruta fresca.

Requisitos de uso especiales: Sirve para procesar diferentes tipos de frutas, para lo cual se requiere disponer de varios juegos de mallas. No se requiere operadores calificados.

Vida útil: Los modelos hechos con 50% de madera, 50% de metal, tienen una vida útil de dos años, si se trabajan todos los días. Por lo general, se deterioran las mallas y las partes de madera.

Mantenimiento: Requiere engrase de los cojinetes, una vez por semana. Los materiales para su construcción y mantenimiento se adquieren en ferreterías corrientes.

Aspectos Económicos Costos de fabricación • Modelo en acero inoxidable \$ 3.000.000 (sin motor) • Modelo en acero inoxidable con motor de 2KW. \$ 60.000.000. • Modelo mixto 50% madera \$ 2.000.000 (sin motor).

Costos de operación: No se especifican

Ventajas De Su Adopción

• Es fácil de operar. Equipo adecuado para usar en fincas y en proyectos piloto con grupos comunales”. Tomado de (Naranjo Valverde , 2013)

Figura 6. Despulpador De Frutas De Bajo Costo

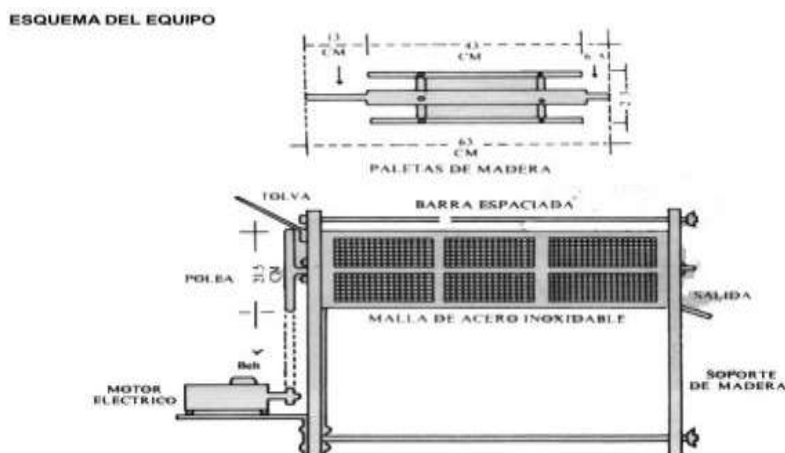


Figura 6-Despulpador De Frutas De Bajo Costo (Naranjo Valverde , 2013)

Trilladora

Descripción del Equipo

“esta máquina permite el trillado, es decir la separación de la semilla (parte comestible) de las cáscaras, tallos y hojas donde vienen adheridos los granos. Es una máquina antigua que se ha venido mejorando y existen modelos manuales y mecanizados. La trilladora manual consiste en una estructura de madera con dos hileras de dientes, conectada a un sistema de transmisión de bicicleta y a un pedal para generar el movimiento rotatorio, accionado por un operador. Es impulsada por la fuerza humana y su tamaño es pequeño para facilitar su transporte a los lugares donde se necesita.

El elemento activo de la máquina está constituido por los dientes, ligeramente oblicuos, en los dos costados del tablero. La rotación se da en sentido inverso a de las agujas del reloj.

Condiciones De Operación

Para poner en marcha la trilladora, el operador realiza en el pedal un movimiento vertical de arriba hacia abajo, con lo cual se activa el rotor o cilindro trillador. El brazo excéntrico debe estar en posición de arranque”. Tomado de (Naranjo Valverde , 2013)

Figura 7. Trilladora

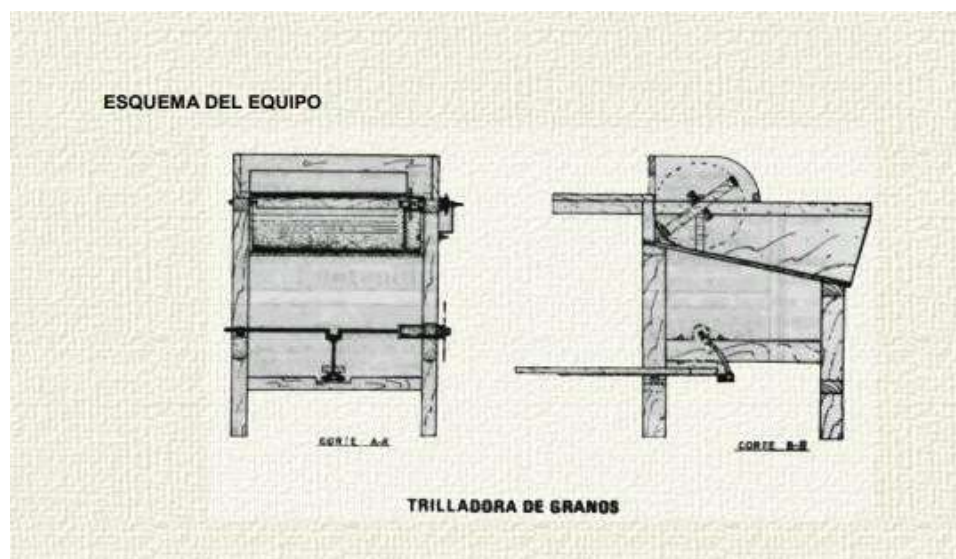


Figura 7-Trilladora (Naranjo Valverde, 2013)

Despulpador De Frutas Y Hortalizas

Descripción Del Equipo

“Es un equipo muy utilizado en plantas procesadoras de alimentos para desintegrar y separar la parte comestible de las frutas y hortalizas de las semillas y la cáscara.

El equipo consta de un cilindro interior formado por dos tamices y dos paletas. Los tamices son fijos, mientras las paletas giran a su alrededor. El cilindro está cubierto por una estructura que termina en forma de embudo, por donde sale la pulpa en el fondo, mientras a un lado termina en una abertura que es la salida de los materiales que no pasan por el tamiz, como cáscaras, semillas, pedúnculos, entre otros.

En el caso de la obtención de pulpas de frutas, estas son sometidas a la acción de golpeo y raspado por medio de paletas y a la acción de la fuerza centrífuga formada por el giro de las paletas. La fuerza centrífuga hace que la fruta desintegrada sea lanzada contra el tamiz, pasando la pulpa por las perforaciones, ayudada por el raspado de las paletas. Los otros componentes que no pueden atravesar el tamiz, tales como semillas y cáscaras, siguen a través del cilindro y salen por el otro extremo.

Respecto al tamiz, existen de diferentes aperturas de orificio, que se usan según el refinamiento que se requiera de la pulpa. En muchos despulpadores los tamices son intercambiables y se dispone de uno grueso y otro más fino, afín de refinar la pulpa.

Origen De La Tecnología

Los primeros despulpadores seguramente provinieron de Europa y Norteamérica. En América latina se copiaron los modelos y básicamente se le han hecho modificaciones en cuanto a las capacidades y materiales para hacerlos más disponibles para empresas pequeñas.

Condiciones De Operación

Consumo energético: está en relación con la capacidad del despulpador, por ejemplo, un despulpador de 200kg/hr. requiere un motor de 5 HP.

Vida útil: Veinte años, los tamices tienen una vida útil menor pues con el tiempo se rompen.

Mantenimiento: Se debe dar mantenimiento preventivo al motor, a las poleas y fajas. Los tamices deben ser del tipo desmontable para poder lavar eficientemente. Las partes que no son de acero inoxidable se deben pintar de color blanco, a fin de ver la suciedad que se acumula.

Aspectos Económicos

El costo del equipo depende de la capacidad y materiales utilizados. Los modelos más pequeños pueden costar alrededor de \$ 10.000.000.

Experiencias Existentes

En Costa Rica existen varios talleres de metalmecánica que construyen despulpadores según las especificaciones del cliente. Una de estas empresas EISA S.A, tiene una experiencia de más de 20 años en la fabricación de equipos para la industria alimenticia". Tomado de (Naranjo Valverde , 2013)

Figura 8: Despulpador De Frutas Y Hortalizas

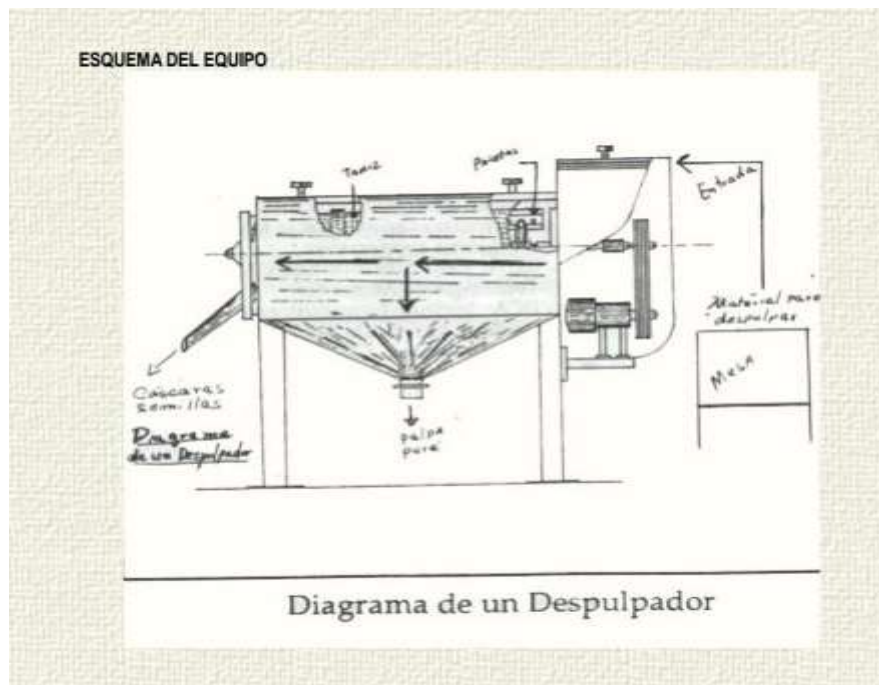


Figura 8-Despulpador de frutas y verduras (Naranjo Valverde, 2013)

Maquina Lavadora

Origen De La Tecnología

La máquina fue diseñada, probada y mejorada por la sección de Utilización de productos alimentarios, para la industria de extracción.

Descripción Del Funcionamiento

La máquina lava y pela las raíces, quitando el barro y cascarilla que poseen las raíces después de la cosecha. Esta operación se realiza con abundante agua (aproximadamente 2 - 8 m³), mediante fricción contra las paredes de la máquina y entre ellas mismas. Su finalidad es reducir las impurezas del producto final, para seguir luego a la etapa de empaclado y sellado.

Condiciones De Operación

- Capacidad: 2-3 TM de raíces /hora
- Potencia necesaria: 2 HP
- Velocidad rotación del cilindro: 36 rpm.
- Consumo de agua: 36-54 l/min.
- Eficiencia: 78-86%

Mejoras Técnicas Realizadas

- Transmisión de potencia mediante un motor-reductor.
- Eje central tubular que sirve de soporte y alimentación de agua
- Superficie cilíndrica perforada para evacuar agua e impurezas (cáscara y barro) y una tapa ubicada en la parte lateral para el cargue y descargue manual.

Aspectos Económicos

La máquina tiene un costo de entre \$ 600.000 y \$ 1.000.000, dependiendo de la capacidad de procesamiento.” (Naranjo Valverde , 2013)

Figura 9. Máquina Lavadora

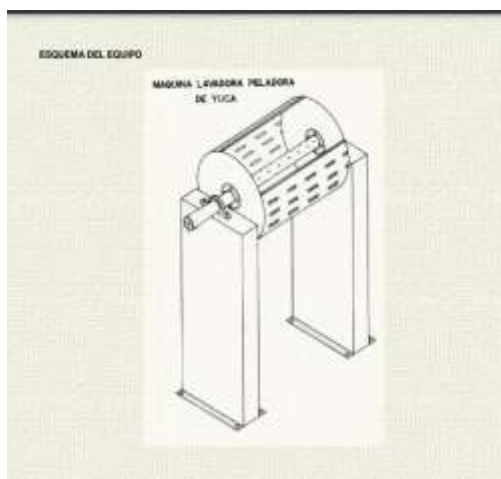


Figura 9-Máquina Lavadora (Naranjo Valverde , 2013)

Marmita De Vapor

Descripción Del Equipo

Es un sistema de calentamiento indirecto muy utilizado en la industria alimentaria, en especial para el procesamiento de frutas y hortalizas. Consiste básicamente en una cámara de calentamiento conocida como camisa o chaqueta de vapor, que rodea el recipiente donde se coloca el material que se desea calentar.

El calentamiento de puede realizar de dos formas diferentes, una que consiste en hacer circular el vapor a cierta presión por la cámara de calefacción, en cuyo caso el vapor es suministrado por una caldera. Esta es denominada marmita de vapor. Otra manera es calentar el agua que se encuentra en la cámara de calefacción por medio de resistencias eléctricas. Esta es la denominada marmita eléctrica.

Usualmente la marmita tiene forma semiesférica y puede estar provista de agitador mecánico y un sistema de volteo para facilitar la salida del producto. Se pueden encontrar dos tipos de marmitas según sea abierta o cerrada. En la abierta el producto es calentado a presión atmosférica, mientras que en la cerrada se emplea vacío. El uso de vacío facilita la extracción de aire del producto por procesar y permite hervirlo a temperaturas menores que las requeridas a presión atmosférica, lo que evita o reduce la degradación de aquellos componentes del alimento que son sensibles al calor, favoreciendo la conservación de las características organolépticas y el valor nutritivo de la materia prima, con lo que se obtienen productos de mejor calidad.

Condiciones De Operación

Las marmitas de vapor necesitan de una caldera como fuente de vapor. El producto a calentar o mezclar se debe remover en forma manual o con un agitador incorporado para que el producto no se pegue.

Vida útil

La carcasa puede durar veinte años o más. Se deben cambiar las válvulas y la tubería de vapor. Mantenimiento Se debe chequear constantemente la válvula de seguridad para cerciorarse

que funciona bien, de lo contrario un aumento descontrolado de la presión puede hacer estallar la marmita.

Aspectos económicos

El costo del equipo depende de la capacidad y materiales utilizados. Una marmita de vapor con agitador y una capacidad de 200 litros puede costar alrededor de \$ 4.000.000 pesos.

Experiencias Existentes

En varios países de América Latina existen talleres de metalmecánica que fabrican marmitas eléctricas y de vapor para distintas aplicaciones de la industria alimentaria.” (Naranjo Valverde , 2013)

Figura 10. Marmita De Vapor

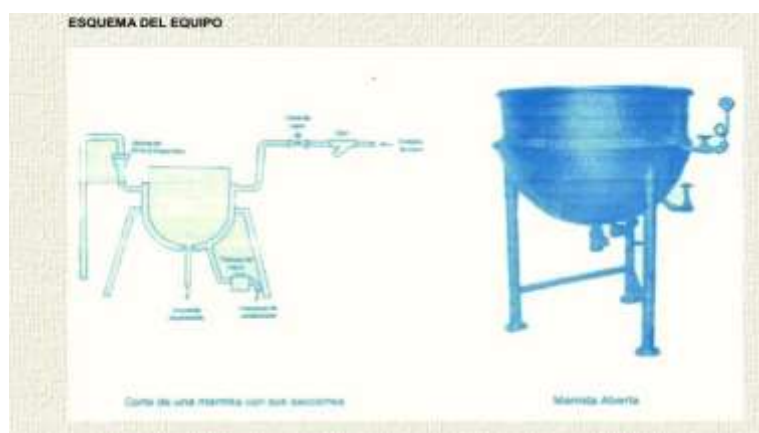


Figura 10-Marmita de Vapor (Naranjo Valverde , 2013)

Secador Solar Tipo Túnel

Descripción Del Equipo

El secador solar tipo túnel fue desarrollado a partir de algunas estructuras utilizadas normalmente como invernaderos. El modelo que se describe aquí fue diseñado para secar ajos y cebolla. Es de bajo costo, fácil de montar y desarmar y puede ser expandido o disminuido. Por su estructura puede ajustarse con gran facilidad a diferentes tipos de productores.

Condiciones De Operación

- Los granos, vegetales y hortalizas deben cosecharse dejándole un mínimo de 3 centímetros de tallo en caso de las flores y algunos vegetales.
- El producto se coloca en el secador cuando el sol esté más fuerte y se acomoda capa por capa, hasta una altura máxima de 35 centímetros. Si la cama queda muy alta provoca pudrición.
- Verificar diariamente la camada, buscando humedecimiento y probable descomposición.
- Si el tiempo se mantiene nublado o lluvioso durante varios días se debe remover la camada.
- Se debe cuidar que el sistema esté bien ventilado.
- Verificar filtraciones de agua en el suelo y el plástico.
- El resultado final debe ser una cosecha seca al cabo de 8 días.

Aspectos Económicos

El costo del secador varía según el lugar de compra de los materiales. Se estima un costo aproximado de \$ 2.400.000 pesos.”

Figura 11. Secador Solar Tipo Túnel

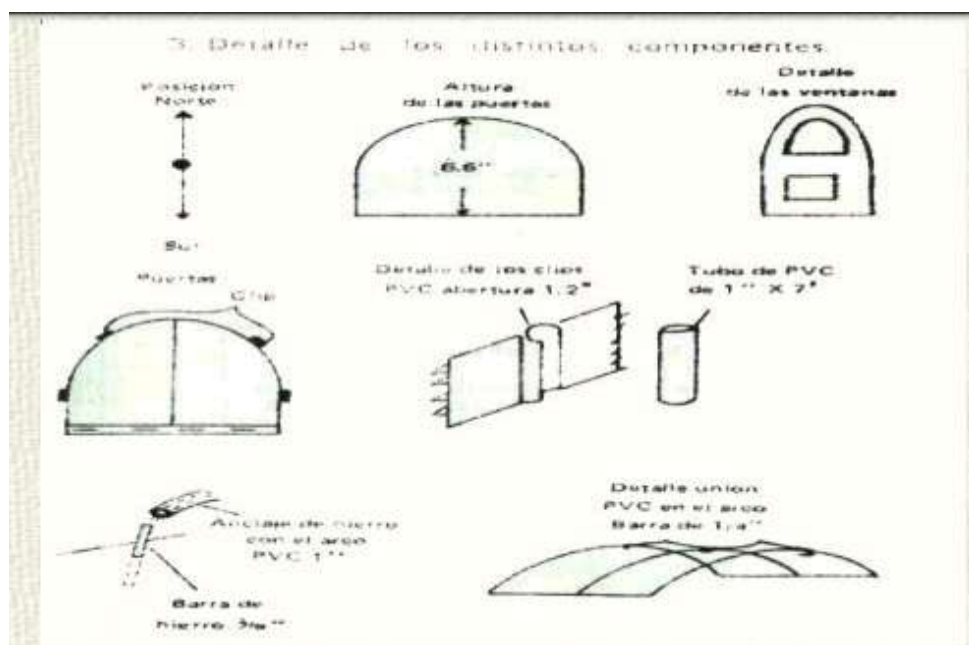


Figura 11-Secador Solar Tipo Túnel (Naranjo Valverde , 2013)

La instalación industrial comprende:

- ✓ El edificio industrial.
- ✓ Las máquinas o bienes de equipo.
- ✓ Las instalaciones específicas.
- ✓ Almacenamiento y distribución (gases, líquidos, sólidos).
- ✓ Generación, distribución y transformación eléctrica.
- ✓ Agua (proceso y potabilización).
- ✓ Frío industrial.
- ✓ Climatización.
- ✓ Aire comprimido.
- ✓ Protección contra incendios.
- ✓ Saneamiento.
- ✓ Servicios para el personal (comedores, vestuarios).

Personal:

- ✓ Junta de socios
- ✓ Gerente general
- ✓ Director producción y ventas
- ✓ Área de producción
- ✓ Obreros
- ✓ Otros

Tabla 2. Presupuesto Inicial.

No.	Partida presupuestal	Monto asignado	Presupuesto disponible
1	Compras	\$14.000.000	\$24.000.000
2	Alquiler	\$2.300.000	\$2.300.000
3	Seguros	\$8.000.000	\$8.000.000
4	Salarios	\$250.000.000	\$250.000.000
5	Seguridad social	\$80.000.000	\$80.000.000
6	Software especializado	\$35.000.000	\$35.000.000
7	Gastos variables	\$45.000.000	\$67.000.000
8	IVA	\$34.000.000	\$34.000.000
9	Impuestos	\$90.000.000	\$90.000.000
10	Otros impuestos	\$25.000.000	\$25.000.000
9	Gastos de tesorería	\$30.000.000	\$30.000.000
10	Otros	\$18.000.000	\$18.000.000
	Total	\$631300000	\$663300000

Tabla 1-Presupuesto Inicial (MarcadorDePosición1)

El precio de venta por kilo varía dependiendo del canal de comercialización, para el caso específico de las comercializadoras minoristas el precio oscila entre \$6.000 y \$7.000, para comercializadoras mayoristas, el precio de venta varía entre \$9.000 y \$10.000, y otras ofrece este producto a un precio que varía entre \$4.000 y \$6.000. Por otro lado, los almacenes de cadena venden estas entre \$7.000 y \$8.000, finalmente los vendedores ambulantes ofrecen este producto al consumidor final a un precio que varía entre \$8.000 y \$9.000. dependiendo que sea el tipo.

Tabla 3. Proyección a de ventas a tres años

Canal	Demanda Año 1	Demanda Año 2	Demanda Año 3	Demanda Anual Total
Comercializadoras en Antioquia	9800	12200	14000	36000
Almacenes de cadena Empresa Comercializadora LTDA	4800	6400	8000	19200
Vendedores Ambulantes	3600	4600	8600	16800
Cooperativa de Hortalizas	1000	1200	1400	3600
	15000	16000	17000	48000
TOTAL, ANUAL				123600

Tabla 2-Proyección de Ventas a 3 años

Tabla 4. Capital de trabajo

Activos		Pasivos más patrimonio	
Efectivo	\$ 60.000.000	Cuentas Por Pagar	\$30.000.000
Valores negociables	\$ 10.000.000	Gastos Acumulativos	\$ 20.000.000
Cuentas Por Cobrar	\$ 40.000.000	Notas Por pagar	\$5.000.000
Inventario	\$50.000.000	Porción circulante deuda a largo plazo	\$10.000.000
Total Activos Circulantes	\$160.000.000	Total Pasivos Circulantes	\$65.000.000
Planta	\$250.000.000	Deudas a largo plazo	\$285.000.000
Maquinaria y Equipos	\$150.000.000	Total Pasivos a largo plazo	\$285.000.000
Certificados a largo Plazo	\$50.000.000	Total Pasivos	\$350.000.000
Total activos fijos	\$450.000.000	Patrimonio	\$260.000.000
Total Activos	\$610.000.000	Total Pasivos más patrimonio	\$610.000.000

Tabla 3-Capital de Trabajo

Inversiones:

Se cuenta con 5 socios principales aportando capital a la empresa de un valor total de \$610.000.000.

Conclusión

En conclusión, el municipio de San Vicente Ferrer enfrenta una problemática importante en cuanto a la falta de una industria propia y la falta de mercado para los productos agrícolas producidos en la zona. Esta situación ha llevado a los agricultores a tener que acudir a otros municipios para procesar y distribuir sus productos, lo que se traduce en costos más altos y pérdida de producción. Además, la falta de organización y representación en las negociaciones ha dejado a los agricultores en desventaja frente a las grandes empresas y almacenes de cadena.

Para abordar estas problemáticas, se propone la creación de una planta de procesamiento de alimentos en el municipio de San Vicente Ferrer, lo que permitiría reducir los costos de transporte y evitar la pérdida de producción. También se propone capacitar a los campesinos en técnicas de agricultura sostenible y establecer incentivos para aquellos que adopten prácticas sostenibles, así como la creación de comercializadoras de productores y la implementación de un sistema de seguimiento de las cosechas para evitar pérdidas y planificar los envíos.

Además, se sugiere establecer alianzas estratégicas con empresas del sector de alimentos y transporte y logística para mejorar los tiempos de entrega y reducir los costos de envío, lo que ayudaría a comercializar los productos en diferentes partes del país y reducir la pérdida de cosechas. La implementación de estas soluciones integrales permitiría resolver las problemáticas planteadas y asegurar la sostenibilidad y rentabilidad del proyecto a largo plazo.

Es importante tener en cuenta que la implementación de estas soluciones requiere un enfoque integral y sostenible, así como una inversión económica y la participación de los agricultores y empresas del sector. Sin embargo, los beneficios a largo plazo para el municipio de San Vicente Ferrer y sus habitantes son incalculables, no solo en términos económicos sino

también en términos sociales y ambientales, promoviendo el desarrollo de la región y mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

“Por tanto, es fundamental que se tomen medidas concretas y se fomente la colaboración entre los diferentes actores involucrados para lograr un desarrollo sostenible y justo en el municipio de San Vicente Ferrer y en cualquier otra región que se enfrente a problemáticas similares”. (Valenzuela Ochoa , Puerta Ochoa, Bustos Gomez, Carvajal, & Curillo Narvaez , 2023)

Referencias

- D'Amato Bassi, H., Estrada, D., Estrada, S., & D'Amato, C. R. (s.f.). *Proyecto Exportacion de escargots en conserva bajo un modelo de asociatividad campesina con RSEA (Responsabilidad Social Empresarial y Ambiental)*. Obtenido de <https://exportaciondeescargotsenconserva.weebly.com/propuesta-de-valor.html>
- Feria Currea, D. A., & Sarmiento ramos, D. M. (2013). *Plan de empresa para la creación de una empresa productora y comercializadora de plantas ornamentales*. Bogota: https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?cv=1&=&article=1119&context=administracion_agronegocios.
- Ficha Tecnica, Equipos de procesamiento de alimentos . (s.f.). p 1,44.
- Lara Ruiz, J. J. (26 de Noviembre de 2014). Slideshare. Obtenido de <https://es.slideshare.net/joselar/estudio-pavimentos-santa-rosa-ver01-ok-1?cv=1>
- Mintransporte. (11 de 04 de 2018). Obtenido de <https://mintransporte.gov.co/publicaciones/5691/mintransporte-lanza-en-antioquia-la-primera-alianza-regional-logistica-arl-del-pais/>
- Naranjo Valverde, J. i. (2013). Docplayer. Obtenido de <https://docplayer.es/13124577-Fichas-tecnicas-equipos-de-procesamiento-de-alimentos.html?cv=1>
- Wikipedia. (Mayo de 2023). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki?cv=1&curid=11428>