

El proyecto de emprendimiento social Asomangos S.A.

Alberto Rangel Bohorquez

Dayana Montalvo Diaz

Eder Luis vitola Marrugo

Julio Ocampo Barragán

Ivonne Campo Peña

Asesor

Luz Dary Camacho Rodríguez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Tecnología en gestión comercial y de negocios

2024

Resumen

El proyecto de emprendimiento social Asomangos S.A se enfoca en abordar carencias socioeconómicas como la pobreza y la desigualdad en la comunidad, buscando fortalecer las habilidades emprendedoras locales y maximizar el aprovechamiento de recursos disponibles para generar un impacto positivo. Guiado por el design Thinking,

Palabras claves: Emprendimiento social, clientes, sostenibilidad, pobreza, familias

Abstract

The social entrepreneurship ASOMANGOS S.A project focuses on addressing socioeconomic deficiencies such as poverty and inequality in the community, seeking to strengthen local entrepreneurial skills and maximize the use of available resources to generate a positive impact.

Keywords: Social entrepreneurship, customers, sustainability, poverty, families

Tabla de Contenido

Resumen.....	2
Abstract.....	3
Introducción	12
Justificación	13
Objetivo.....	14
Objetivo General	14
Objetivos Específicos.....	14
Descripción del Planteamiento del Problema	15
Descripción del Proyecto de Emprendimiento.....	16
Innovación Social.....	17
Fuente de Ingresos del Proyecto	17
Beneficios Esperados.....	18
Modelo de Negocio Design Thinking del Proyecto de Emprendimiento ASOMANGO S.A.....	19
Etapa de Definición.....	20
Identificación de los Motivadores	20
Ponderación de los Motivadores.....	20
Evaluación de la Viabilidad.....	21
Ajustes y Refinamientos	21
Análisis de Ajustes y Refinamientos	22
Etapa Ideación.....	22
Sustituir.....	23
Combinar	23

Adaptar	23
Modificar Ampliar y Minimizar	24
Poner a otro Uso	24
Eliminar	24
Reorganizar o Invertir.....	24
Encuesta	28
Propuesta de Valor	29
¿Cómo Se Relacionará con los Clientes y a Través de qué Medio lo Hará?	29
¿Cuáles Serán los Socios Clave de la Organización?	29
¿Qué Actividades Clave Desarrollará en la Organización con qué Recursos las Realizará?	
.....	29
¿Cuáles Serán sus Ingresos y sus Cuáles son los Costos?	30
Modelo Canvas Proyecto de Emprendimiento Asomango S.A	31
Modelo Canvas	31
Atributos y Beneficios del Producto o Servicio Para Ofrecer al Mercado	32
Marca	32
Imagen	32
Lema	33
Atributos del Producto.....	33
Variedad.....	33
Saludable.....	33
Beneficios para el Cliente.....	33
Tipo de Segmentación que se Podría Aplicar el Proyecto	34

Demográfica	34
Geográfica.....	34
Psicográfica.....	34
Comportamental	34
Identificar y Caracterizar el Grupo de Consumidores que Aceptarían y Tienen la Capacidad de Compra.....	35
Consumidores de Productos Orgánicos y Naturales.....	35
Personas que Gustan del Consumo de Productos Naturales con Poca Exigencia de Procesamiento.....	35
Instituciones Dedicadas a la Venta de Jugos y Refrescos de Pulpa de Mango	36
Chefs y Cocineros en Restaurantes.....	36
Identificar la Competencia	36
Fábrica de Jugos Frutas del Cesar	36
Cooperativa de Productores de Frutas Fruver Valle.....	36
Marca de Compotas Artesanales Sabor Natural	36
Identificar los Aliados Clave del Modelo de Negocio del Proyecto de Emprendimiento Asomango	37
Productores de Mango Local	37
Distribuidores y Minoristas Locales	37
Instituciones Gubernamentales y Organizaciones de Desarrollo Local.....	37
Empresas de Logística y Transporte	37
Organizaciones Ambientales y de Sostenibilidad.....	38

Acciones de Cooperación Como Alianzas Estratégicas y Aportes Concretos de Cada Uno	38
.....	38
Organizaciones del Sector Público.....	38
Organizaciones del Sector Privado	38
Organizaciones de la Sociedad Civil	38
Comunidades	39
Organizaciones del Sector Público.....	39
Organizaciones del Sector Privado	39
Organizaciones de la Sociedad Civil	39
Comunidades	40
Organizaciones del Sector Público.....	40
Organizaciones del Sector Privado	40
Recursos Financieros Para la Ejecución De Proyectos y Actividades.	40
Estrategias de Mercadeo	41
Estrategia de Comunicación	41
Estrategia de Posicionamiento	41
Estrategia de Diferenciación.....	41
Ejemplo.....	42
Prototipos de Contenidos en Redes Sociales para Asomango	42
Objetivo	42
YouTube	43
LinkedIn.....	43
Facebook.....	43

Twitter.....	43
Medición del Éxito.....	44
Indicadores de Posicionamiento.....	44
Ejemplos de Vinculación.....	44
Talleres de Cocina con Mangos.....	45
Imágenes Sobre el Contenido de la Página Web Proyecto de Emprendimiento	
ASOMANGO S.A.	46
Enlace Pagina Web	46
Proyección Operativa y Financiera.....	48
Manual de funciones	51
Descripción del Producto 1	56
Costos.....	56
Costos fijos	56
Otros costos fijos	56
Proyección Operativa y Financiera.....	58
Recursos Operativos.....	58
Batido de Mango.....	58
Producto 2 Mermelada de Mango.....	58
Capacidad instalada.....	58
Producto 2 Mermelada de Mango.....	59
Descripción del Producto.....	59
Costos Fijos	59
Producto 2 Mermelada de Mango.....	60

Descripción de Maquinaria y Elementos Operativos.....	61
Capital de Trabajo.....	66
Remuneraciones del Personal	66
Ingresos.....	67
Inversiones.....	68
Sustentar la Inversión Inicial del Proyecto	70
Estudio de Mercado	70
Costos de Equipos e Infraestructura	70
Costos de Materias Primas.....	70
Conclusiones.....	71
Referencias Bibliográficas	73

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Etapa de Empatía Matriz Dofa</i>	16
Figura 2 <i>Etapa de Prototipado</i>	22
Figura 3 <i>Etapa de Testeo</i>	24
Figura 4 <i>Modelo Canvas</i>	28
Figura 5 <i>Logo de Asomango S.A.</i>	29
Figura 6 <i>Evidencia Página web</i>	43
Figura 7 <i>Evidencia Página web</i>	44
Figura 9 <i>Organigrama Como está Conformado la Empresa Asomango S.A</i>	45
Figura 10 <i>Manual de Funciones Gerente Administrativo y Financiero</i>	46
Figura 11 <i>Manual de Funciones Contador Público</i>	47
Figura 12 <i>Manual de Funciones Asesor Comercial Vendedor</i>	48
Figura 13 <i>Manual de Funciones Asistente Logístico</i>	49
Figura 14 <i>Manual de Funciones Operador de Producción</i>	50
Figura 15 <i>Manual de Funciones Coordinador Comercial</i>	51
Figura 16 <i>Manual de Funciones Entregador Vendedor</i>	52
Figura 17 <i>Caja Mensual Para el Primer Año</i>	65

Lista de Tabla

Tabla 1 <i>Capacidad Instalada</i>	56
Tabla 2 <i>Descripción de Maquinaria y Elementos Operativos</i>	59
Tabla 3 <i>Distribución de Áreas de Planta</i>	59
Tabla 4 <i>Descripción Equipos de Oficina</i>	60
Tabla 5 <i>Presupuesto Preoperativo</i>	61
Tabla 6 <i>Proyecciones Ventas</i>	60
Tabla 7 <i>Proyecciones Ingresos Por Ventas Anual</i>	63
Tabla 8 <i>Proyecciones de Ingresos Por Ventas</i>	63
Tabla 9 <i>Flujo de Caja Mensual Para el Primer Año</i>	65
Tabla 10 <i>Proyecciones de Ingresos por Ventas (Mensual)</i>	66
Tabla 12 <i>Protecciones de Ingresos Por Ventas Anual</i>	65
Tabla 13 <i>Flujo de Caja Mensual</i>	65
Tabla 14 <i>Inversión Total</i>	66
Tabla 15 <i>Instalaciones</i>	67

Introducción

El presente trabajo tiene como objetivo identificar oportunidades a través de un proyecto de emprendimiento social en la comunidad. Este proyecto busca abordar diferentes deficiencias en el entorno con estrategias que ayuden a reducir la pobreza y la desigualdad en la región.

Además, tiene como meta fortalecer las habilidades emprendedoras de la población, aprovechando los recursos disponibles que provee la tierra campesina de la comunidad.

Asomango es un proyecto que nace de la conexión profunda con la tierra y las tradiciones ancestrales de las mujeres kankuamo. Estas mujeres, guardianas del conocimiento y la sabiduría de su pueblo, cultivan mangos de alta calidad de manera sostenible y respetuosa con el medio ambiente.

El proceso Design Thinking, o pensamiento de diseño, se ha convertido en una herramienta fundamental para la innovación en el mundo actual. Este enfoque centrado en el usuario permite a las empresas y organizaciones abordar problemas complejos de manera creativa y eficaz, generando soluciones que satisfagan las necesidades reales de las personas. Un enfoque centrado en el usuario: A diferencia de los métodos tradicionales de resolución de problemas, el Design Thinking coloca al usuario en el centro del proceso de las solución

Justificación

El proyecto de emprendimiento social se enfoca en abordar los desafíos económicos de la comunidad, priorizando la creación de oportunidades laborales que eleven los ingresos familiares y mejoren las condiciones de vida. Al establecer fuentes de ingresos estables, se impulsa el progreso económico local y se fomenta el crecimiento de otros negocios, contribuyendo a diversificar la economía y disminuir la pobreza, lo que también comparte y reduce los riesgos económicos.

El Impacto Social de este proyecto es positivo, ya que la creación del mismo conllevará a que se pueda generar más empleos o ingresos económicos favorables para el departamento de Valledupar, porque se va a requerir del talento humano, en el que poco a poco según la aceptación que va a tener este proyecto, se van a crear innovaciones estratégicas y comercializaciones que captarán la atención e interés de la comunidad, para que las personas vean una posibilidad de empleo y sean esos productores, y por medio de sus cosechas de la fruta que se dará a conocer a un más como es el Mango.

Objetivo

Objetivo General

Proyectar los recursos operativos y financieros necesarios para la puesta en marcha del proyecto de emprendimiento social

Objetivos Específicos

Reconocer las condiciones de trabajo específico y generalidades para iniciar con nuestro proyecto de la empresa ASOMANGO S.A

Analizar los costos de inversión en su operatividad durante el periodo de producción de las primeras gallinas ponedoras y los gastos administrativos.

Realizar la proyección de los 3 años y revisar su rentabilidad.

Descripción del Planteamiento del Problema

Valledupar es la capital del departamento del Cesar, ubicada al nororiente de Colombia con una población de 558,938 habitantes, cuenta con tierras fértiles para el cultivo de mango, es por ello que gran parte sus habitantes de la zona urbana y rural se dedican al cultivo de esta fruta, hay sembrado 70.000 árboles de mango, produciendo en cada cosecha unas 5 mil 600 toneladas de este fruto de las cuales el 25% se pierde al caerse y se pudre otro 25% es aprovechado por los habitantes el restante 50% .

Los cultivadores de esta fruta han tomado esta actividad desde los saberes ancestrales y sus experiencias, en la actualidad se identifica en el Barrio Panamá ubicada a las afueras de la ciudad un terreno fértil de 1 hectáreas cultivado por varios vecinos, como una alternativa de generar ingresos los integrantes del proyecto que viene desarrollándose está conformado por 15 mujeres cabeza de hogar en su mayoría descendiente de la comunidad indígena Kankuamo, mujeres que buscan mejorar sus condiciones de vida y de sus familias, buscando oportunidades para desarrollar sus conocimientos, experiencias desde el cultivo como el cuidado de la tierra, de estratos socioeconómico 1 y 2 todas ellas sin un empleo formal, encuentran en esta actividad una posibilidad de generar ingresos para su familia, sin embargo, se identifica informalidad en el desarrollo de la actividad aún son manuales, la falta de infraestructura y equipos adecuados para su procesamiento limita su potencial.

La fruta, que podría transformarse en jugos, compotas y otras delicias, se ve relegada a la venta en fresco, a precios que no siempre compensan el esfuerzo de las agricultoras.

Las pérdidas son evidentes. toneladas de mango se pudren en el suelo o se dañan por un manejo de sus cosechas inadecuado. La falta de conocimiento técnico y las dificultades para acceder a financiamiento agravan la situación. Los sueños de una industria próspera se ven

opacados por la realidad: una cadena de valor fragmentada y un mercado que no termina de despegar, afectando la productividad y con ello los ingresos adecuados y proyectados para cada uno de los cultivadores y el.

Por ello, esta problemática representa un desafío que puede ser superado con la inversión en infraestructura, tecnología y capacitación. La transformación del mango en productos de valor agregado ofrece una oportunidad para mejorar los ingresos de los productores, generar empleo y fortalecer la economía local. Se requiere un esfuerzo conjunto del sector público, privado y la academia para aprovechar al máximo el potencial del mango en la región.

Esta situación representa una oportunidad desaprovechada tanto para los productores de mango como para la comunidad en general, que podría beneficiarse de productos frescos y saludables.

Descripción del Proyecto de Emprendimiento

El proyecto de emprendimiento propuesto se centra en la creación de una empresa llamada "Asomango", la cual se dedicará al procesamiento y aprovechamiento integral de la fruta de mango. Esto incluirá la adquisición de una despulpadora y otros equipos necesarios para la extracción de jugos, la preparación de compotas y la producción de otros derivados del mango, y el manejo de los residuos para abonos como la cascara del mango y la pepa como semilla y comercializar los árboles pequeños; teniendo en cuenta las estadísticas en Colombia las mujeres cuentan con menores oportunidades laborales a la comunidad , Asomangos apunta a mejorar su calidad de vida y las mujeres cultivadoras a menudo carecen de acceso directo a los mercados y se ven obligadas a vender sus productos a intermediarios a precios bajos

Innovación Social

La innovación social detrás de "Asomango" radica en su enfoque de promover el desarrollo económico local y la inclusión social. Fomentar la participación de las mujeres en las decisiones agrícolas y en las organizaciones locales es fundamental. Al brindar oportunidades de empleo y mejorar los ingresos de los productores de mango, el proyecto contribuirá a fortalecer la economía comunitaria y a reducir la dependencia de las importaciones de productos similares. Además, al fomentar el consumo de productos locales y saludables, "Asomango" promueve un estilo de vida más sostenible y consciente.

La iniciativa busca no solo mejorar la cadena de valor del mango en la región, sino también generar nuevas oportunidades económicas para los productores locales y promover el consumo de alimentos saludables y naturales en la comunidad.

Organizar una alianza estratégica comercial entre productores de mango del proyecto de fomento al consumo. A los productores que se seleccionen como proveedores, deben recibir capacitación en los temas productivos, en buenas prácticas agrícolas, empresariales y en asociatividad para así lograr una tecnificación, buena cosecha, y una comercialización del mango.

Fuente de Ingresos del Proyecto

La principal fuente de ingresos del proyecto será la venta de los productos derivados del mango. Esto incluirá la comercialización de jugos naturales, compotas, pulpas congeladas y otros productos procesados. Se explorarán diferentes canales de distribución, como tiendas locales, supermercados, mercados de agricultores y posiblemente ventas en línea, para llegar a una amplia base de consumidores tanto dentro como fuera de Valledupar.

El mango es la principal materia prima para la elaboración de los productos a consumir, y

se plantea comprarlo en una alianza comercial con los productores es decir personas beneficiarias que trabajarían cosechando, a un precio fijo que puede estar la canasta entre los \$900 a \$1.300 pesos, por lo que se plantea un precio promedio de \$1.100 kilo. Que es un valor justo que da buen margen de ganancia a los productores.

Beneficios Esperados

Los beneficios esperados de "Asomango" son diversos y abarcan múltiples aspectos. En primer lugar, se espera mejorar los ingresos y las condiciones de vida de los productores de mango al ofrecerles una salida rentable para su producción.

El proyecto generará empleo local y contribuirá al crecimiento económico de la región. Desde una perspectiva social, "Asomango" promoverá la conciencia sobre la importancia de apoyar la producción local y el consumo de alimentos frescos y saludables. En última instancia, se espera que el proyecto tenga un impacto positivo en la salud y el bienestar de la comunidad al proporcionar acceso a productos nutritivos y de alta calidad.

Se genera empleo e ingreso digno para los miembros del proyecto y sus familias.

Se promueve el consumo de una fruta saludable y una alternativa gastronómica para el consumidor.

Lograr la tecnificación de la maquinaria del procesamiento de la pulpa del mango.

Modelo de Negocio Design Thinking del Proyecto de Emprendimiento ASOMANGO S.A.

El modelo de negocio design Thinking se caracteriza por 5 fases ellas son: Empatía, Definición, Ideación, Prototipado y Testeo, Este enfoque del Design Thinking es considerado un método eficaz para entender y abordar estos problemas y necesidades de manera innovadora y ágil.

Figura 1

Etapa de Empatía Matriz Dofa

FORTLAEZA	OPORTUNIDADES
Conocimiento y experiencia en el cultivo de mango. Trabajo en equipo y apoyo mutuo entre las mujeres de la asociación. Capacidad de trabajo manual para la elaboración de la pulpa de mango. Compromiso con el bienestar de sus familias y comunidad.	Acceso a capacitaciones y tecnología para mejorar la producción y procesamiento del mango. Apoyo de organizaciones gubernamentales o no gubernamentales para promover sus productos. Mercado local, nacional e internacional en crecimiento para productos orgánicos y artesanales.
DEBILIDADES	AMENAZAS
Falta de acceso a recursos financieros para invertir en tecnología y maquinaria. Limitaciones en la comercialización de sus productos debido a la falta de presencia en el mercado. Posible desinterés de algunas integrantes de la asociación en continuar con la actividad. Ausencia de un plan estratégico de comercialización y promoción de productos.	Competencia de grandes empresas que producen y procesan mango de manera industrial. Cambios climáticos que puedan afectar la producción de mango. Falta de apoyo gubernamental para el desarrollo de proyectos productivos en comunidades indígenas. Pérdida de tradiciones y cultura relacionadas con la siembra y procesamiento del mango.)

Fuente. Autoría propia, 2024.

Comienza por comprender las necesidades y deseos de las mujeres indígenas, realiza entrevistas y observaciones para entender mejor sus habilidades, recursos y limitaciones.

El primer paso sería realizar entrevistas y conversaciones con las mujeres de la asociación para comprender sus necesidades, deseos y desafíos en relación con el cultivo y procesamiento de la pulpa de mango. También se puede observar directamente su proceso de trabajo para identificar oportunidades de mejora.

Etapa de Definición

Para evaluar la propuesta de emprendimiento "Asomango Valledupar " utilizando la matriz de motivación desde la etapa de Definición, es necesario comprender primero qué implica esta herramienta y cómo se aplica en el contexto del emprendimiento.

La matriz de motivación es una herramienta de análisis que ayuda a los emprendedores a evaluar las razones detrás de su iniciativa empresarial. Se basa en identificar y ponderar los factores motivacionales que impulsan a los emprendedores a iniciar su negocio. Estos factores pueden incluir la pasión por una idea, la necesidad de independencia financiera, el deseo de innovar en un mercado específico, entre otros.

Para aplicar la matriz de motivación a la propuesta "Asomango Valledupar ", se deben seguir los siguientes pasos.

Identificación de los Motivadores

Los emprendedores deben identificar y listar todos los factores que los motivan a iniciar la despulpadora de mango en Valledupar. Estos motivadores pueden incluir la oportunidad de contribuir al desarrollo económico de la región, la pasión por la agricultura y los productos naturales, la demanda insatisfecha de productos de mango procesado, entre otros.

Ponderación de los Motivadores

Una vez identificados los motivadores, los emprendedores deben asignar una ponderación a cada uno de ellos según su importancia relativa. Por ejemplo, si la pasión por la agricultura es un motivador muy fuerte, se le asignaría una ponderación alta, mientras que, si la necesidad de independencia financiera es menos relevante, se le asignaría una ponderación menor.

Evaluación de la Viabilidad

Después de identificar y ponderar los motivadores, los emprendedores deben evaluar si la propuesta de negocio es viable en función de estos motivadores. Deben considerar si los motivadores identificados son lo suficientemente sólidos como para respaldar la iniciativa empresarial y si hay recursos disponibles para llevar a cabo el proyecto.

Ajustes y Refinamientos

Si la evaluación inicial revela que algunos motivadores son débiles o que la propuesta de negocio no es viable, los emprendedores deben ajustar y fortalecer los puntos débiles o considerar alternativas para mejorar la viabilidad del negocio.

Reflexión sobre la alineación de los motivadores y la viabilidad del negocio: ¿Los motivadores principales respaldan la sostenibilidad y el crecimiento a largo plazo del emprendimiento?

¿Hay coherencia entre las aspiraciones personales de los emprendedores y las oportunidades del mercado?

Análisis de Ajustes y Refinamientos

Si la evaluación revela desafíos significativos o desalineación entre los motivadores y la viabilidad del negocio, los emprendedores deben considerar ajustes y refinamientos en su enfoque. ¿Qué cambios podrían hacerse para mejorar la alineación entre los motivadores y la viabilidad del negocio?

¿Existen oportunidades para diversificar o adaptar la propuesta de valor para satisfacer mejor las necesidades del mercado?

Es importante reflexionar sobre si los motivadores identificados están alineados con la viabilidad del negocio.

Etapa Ideación

Esta etapa es la tercera fase del proceso de Design Thinking. En esta etapa, el equipo se enfoca en generar la mayor cantidad de ideas posibles para solucionar los problemas identificados en la fase anterior (definir). Se trata de un proceso de pensamiento divergente, donde se prioriza la cantidad y la originalidad de las ideas por encima de su viabilidad o perfección.

Una de sus principales características es que busca cantidad sobre calidad, generar la mayor cantidad de ideas posibles, sin importar que en un inicio parezcas poco realistas; otra característica importante de esta etapa es el trabajo en equipo donde la colaboración y el intercambio de ideas es crucial para generar soluciones creativas así mismo que cada miembro del equipo se sienta cómodo con sus ideas.

Por ello esta fase dispone de diversas herramientas y técnicas que ayudan evaluar distintas percepciones en este caso evaluaremos la percepción del valor social y el modelo de

negocio de nuestra propuesta de emprendimiento social “Asomangos” con la herramienta: Scamper.

Scamper es una herramienta de creatividad que ayuda a generar nuevas ideas a partir de una idea existente o un problema planteado. Se trata de un acrónimo formado por siete palabras, cada una de las cuales representa una pregunta que te guía en el proceso de modificación y mejora de ideas: nuestro objetivo general es Diseñar e implementar estrategias que empoderen a las mujeres cultivadoras de mango en Valledupar, promoviendo su acceso a recursos, capacitación y mercados, y reduciendo las desigualdades de género en la agricultura. Esta herramienta se podría aplicar de la siguiente manera:

Sustituir

¿Se pueden sustituir las tradicionales jornadas de capacitación por talleres interactivos y dinámicos que se adapten a las necesidades y horarios de las mujeres?

¿Se pueden sustituir los canales de distribución tradicionales por plataformas online para la venta directa de mango?

Combinar

¿Se pueden combinar las estrategias de capacitación con programas de microcrédito para facilitar el acceso a recursos financieros?

¿Se pueden combinar las estrategias de acceso a mercados con la creación de una marca colectiva para el mango producido por mujeres?

Adaptar

¿Se pueden adaptar las estrategias a las condiciones socioculturales del contexto rural de Valledupar?

¿Se pueden adaptar los materiales de capacitación a los diferentes niveles de alfabetización de las mujeres?

Modificar Ampliar y Minimizar

¿Se pueden ampliar las estrategias para incluir acciones de sensibilización dirigidas a la comunidad en general sobre la importancia del empoderamiento femenino?

¿Se pueden minimizar los requisitos para la participación de las mujeres en las diferentes estrategias?

Poner a otro Uso

¿Se pueden utilizar las estrategias de empoderamiento para promover la participación de las mujeres en otros sectores económicos?

¿Se pueden replicar las estrategias en otras zonas rurales del país?

Eliminar

¿Se pueden eliminar las barreras de acceso a la tierra y la propiedad que enfrentan las mujeres?

¿Se pueden eliminar los estereotipos de género que limitan la participación de las mujeres en la agricultura?

Reorganizar o Invertir

¿Se puede reorganizar el orden de las estrategias para que las mujeres participen en la toma de decisiones desde el inicio del proceso?

¿Se puede invertir el enfoque de las estrategias para que se centren en la transformación de las relaciones de poder en el ámbito familiar y comunitario?


Al aplicar las preguntas de scamper al objetivo de empoderamiento de las mujeres cultivadoras de mango en valledupar, se pueden generar una gran cantidad de ideas nuevas para el diseño e implementación de estrategias efectivas. algunas de estas ideas podrían ser:

diseñar talleres participativos que combinen teoría y práctica, utilizando diferentes recursos pedagógicos como videos, juegos y actividades grupales.

para finalizar es importante resaltar que scamper es una herramienta que ayuda a generar ideas, pero no garantiza el éxito del proyecto. Es fundamental evaluar la viabilidad de cada idea y seleccionar las que mejor se adapten a las necesidades y contexto de las mujeres cultivadoras de mango en Valledupar.


Figura 2

Etapa Prototipo




Prototipo en imagen
Objetivo:
Representar una posible solución de forma visual.

00:40 + 👤👤 🌈



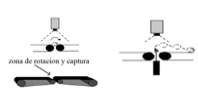
+ Información

Proyecto: ASOMANGO	Versión:
Equipo: GRUPO 1	Fecha: 14/03/2024
Observaciones:	



¿Qué se va a representar?

Despulpadora de mango utilizando energía solar.



zona de rotación y captura

Figura 3 a) Banda transportadora enmangada de cortar el mango, b) Actuador Zona de rotación, acción sobre fruto en las bandas.

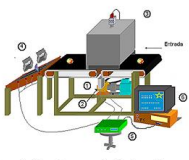




Figura 2. Prototipo para clasificación del mango tipo exportación. Banda transportadora (1), Actuador zona de rotación (2), Cabina de adquisición (3), Clasificador electromecánico (4), Sistema electrónico (5), Software (6).




Version 2.0



Clasificador - desviador
Sensor de posición

Figura 4. Clasificador electromecánico de mangos.



Fuente. Autoría propia, 2024.


El mango debe colocarse en la primera cinta de la banda transportadora; esta lo lleva a la zona de rotación en donde se realiza un escaneo por medio de la cámara para determinar la presencia de algún fruto, lo que detiene la banda e inicia una secuencia de encendido y apagado del motor que la controla. En cada paso de la secuencia, una imagen es adquirida, lo que permite cubrir gran parte, si no la totalidad de la superficie del mango.

Un sistema mecánico está encargado de transportar el mango hacia el escenario de captura de imagen y clasificarlo. Una banda transportadora rota y evacua cada fruto después de ser inspeccionado por el sistema de visión; esta banda está constituida por dos cintas ubicadas linealmente con movimientos a igual velocidad. Entre las cintas hay un espacio que se denomina zona de rotación y de captura.

Este tipo de diseño de secador solar es muy flexible en su funcionamiento, ya que puede trabajar de forma autónoma sin suministro de energía eléctrica. Utilizar agua y llevarla a la planta a través de una bomba sumergible dentro de un pozo llevo el agua a través de un impulsor que conectado a la bomba permite bombear el agua desde el poso hasta los tanques de almacenamiento de agua para hacer utilizado. Después de lavar la fruta puede ser utilizada para regar los cultivos instalando mangueras

Figura 3

Etapa de Testeo







Objetivo:
Recopilar toda la información de las técnicas de testeo.

Apuntes de Testeo

+ 👤 👤 👤 📊 + Información

Proyecto: Asomango	Versión:
Equipo: Grupo 1	Fecha: 13-03-2024
Observaciones:	

<p> ¿Qué funciona?</p> <p>El proyecto tiene el potencial de mejorar la calidad de vida de los agricultores de mango en la región.</p> <p>Generación de empleo a las madres cabeza de hogar</p> <p>Productos de excelente calidad</p> <p>Mano de obra calificada</p>	<p> ¿Qué se puede mejorar?</p> <p>Mejorar la presentación de los empaques de los productos derivados del mango</p> <p>La responsabilidad social empresarial con el entorno</p> <p>Entregar el producto a domicilio</p> <p>Ofrecer una solución innovadora al problema del desperdicio de mango</p>
<p> ¿Qué preguntas nos hacen?</p> <p>Sacar al mercado un producto especialmente para personas diabéticas</p> <p>¿Qué problema social busca solucionar el proyecto?</p> <p>¿Qué impacto positivo espera generar?</p>	<p> ¿Qué ideas nos proponen?</p> <p>Tiene un modelo de negocio viable, pero necesita más recursos para escalar</p> <p>explorar otros mercados nacional e internacional</p> <p>Identificar puntos fuertes y áreas de mejora del proyecto</p> <p>Aspecto a evaluar producto, precio, promoción, distribución, impacto social</p>

Fuente. Autoría propia, 2024.

La etapa de testeo, también conocida como etapa de prueba o evaluación, es la fase final del proceso de Design Thinking. En esta etapa se ponen a prueba los prototipos desarrollados en la fase anterior con el objetivo de obtener comentario de los usuarios finales y validar si la solución propuesta efectivamente aborda el problema identificado.

Objetivos Principales

Evaluar la usabilidad y funcionalidad del prototipo, se busca analizar si el prototipo, cumple con su función y satisface las necesidades del usuario.

Identificar áreas de mejora, a través del comentario del cliente, se pueden detectar fallas, confusiones o aspectos que dificultan la interacción con el prototipo.

Validar la solución propuesta, se comprueba si el prototipo efectivamente aborda el problema identificado en la fase inicial.

Metodología de Trabajo

Pruebas con usuarios reales, es fundamental involucrar a usuarios potenciales en la etapa de testeo. Esto permite obtener una perspectiva real y valiosa sobre la solución propuesta.

Técnicas de evaluación, Se pueden utilizar diversas técnicas para recabar comentario, como entrevistas individuales, grupos focales, encuestas o pruebas de usabilidad.

Resultados esperados:

Comentario cualitativo y cuantitativo, se obtiene información valiosa sobre la experiencia del cliente aspectos positivos y negativos del prototipo, y sugerencias de mejora.

Validación de la solución, en base a los resultados del testeo, se puede validar la solución propuesta o realizar ajustes y mejoras para optimizarla.

Encuesta

Encuesta realizada aleatoriamente a 10 miembros de la comunidad (personas que se beneficiarán del proyecto). En el barrio panamá donde se encuentra Ubicado el proyecto de emprendimiento social Asomango

¿Qué aspectos crees que se podrían mejorar en el proceso de despulpado del mango?

¿Cuáles son los elementos que consideras funcionan bien en el proceso actual de despulpado?

Si tuvieras la oportunidad de proponer una idea para mejorar el proceso de despulpado del mango, ¿cuál sería?

Propuesta de Valor

Asomango se basa en la conexión con la tierra y las tradiciones indígenas de las mujeres kankuamo, quienes trabajan de manera sostenible y respetuosa con el medio ambiente para producir mangos de alta calidad. Nuestro compromiso con la energía solar y el aprovechamiento de todos los recursos del mango nos permite ofrecer a nuestros clientes productos frescos y saludables, cultivados de forma responsable.

Además, la participación de estas mujeres indígenas en la cadena de producción y comercialización de los mangos les brinda una oportunidad para empoderarse económicamente y preservar su patrimonio cultural; Nuestros productos no solo son deliciosos y nutritivos, sino que también reflejan valores de responsabilidad y cuidado por el entorno. Al elegir Asomango, apoyas a las mujeres kankuamo en su lucha por un futuro más próspero y sostenible.

¿Cómo Se Relacionará con los Clientes y a Través de qué Medio lo Hará?

Se hará de manera virtual aprovechando la innovación de las tecnologías como redes sociales e incluso teniendo asesores comerciales que visiten los supermercados de cadena de la ciudad.

¿Cuáles Serán los Socios Clave de la Organización?

Organizar una alianza estratégica comercial entre productores de mango del proyecto de fomento al consumo los productores que se seleccionen como proveedores, y socios claves, deben recibir capacitación en los temas productivos, en buenas prácticas agrícolas, empresariales y en asociatividad para así lograr una tecnificación, buena cosecha, y una comercialización del mango.

¿Qué Actividades Clave Desarrollará en la Organización con qué Recursos las Realizará?

El proyecto de emprendimiento propuesto se centra en la creación de una empresa

llamada "Asomango", la cual se dedicará al procesamiento y aprovechamiento integral de la fruta de mango. Esto incluirá la adquisición de una despulpadora y otros equipos necesarios para la extracción de jugos, la preparación de compotas y la producción de otros derivados del mango, y el manejo de los residuos para abonos como la cascara del mango y la pepa como semilla y comercializar los árboles pequeños; teniendo en cuenta las estadísticas en Colombia las mujeres cuentan con menores oportunidades laborales a la comunidad, Asomangos apunta a mejorar su calidad de vida y las mujeres cultivadoras a menudo carecen de acceso directo a los mercados y se ven obligadas a vender sus productos a intermediarios a precios bajos.

Se realizará con recursos la tecnificación de la maquinaria del procesamiento de la pulpa del mango y la participación de los productores. La iniciativa busca no solo mejorar la cadena de valor del mango en la región, sino también generar nuevas oportunidades económicas para los productores locales y promover el consumo de alimentos saludables y naturales en la comunidad.

¿Cuáles Serán sus Ingresos y sus Cuáles son los Costos?

La principal fuente de ingresos del proyecto será la venta de los productos derivados del mango. Esto incluirá la comercialización de jugos naturales, compotas, pulpas congeladas y otros productos procesados. Se explorarán diferentes canales de distribución, como tiendas locales, supermercados, mercados de agricultores y posiblemente ventas en línea, para llegar a una amplia base de consumidores tanto dentro como fuera de Valledupar.

El mango es la principal materia prima para la elaboración de los productos a consumir, y se plantea comprarlo en una alianza comercial con los productores es decir personas beneficiarias que trabajarían cosechando, a un precio fijo que puede estar la canasta entre los \$900 a \$1.300 pesos, por lo que se plantea un precio promedio de \$1.100 kilo. Que es un valor justo que da buen margen de ganancia a los productores.

Modelo Canvas Proyecto de Emprendimiento Asomango S.A

Figura 4

Modelo Canvas

Socios Claves	Actividades Claves	Propuesta de Valor	Relación con los clientes	Segmento de Clientes
<ul style="list-style-type: none"> *El ministerio de agricultura y desarrollo rural y Procolombina *Mercado y centros de abastecimiento dentro de los supermercados *Frutal compradores de pulpas Ingresorlar proveedores de Energía solar en el Cesar *Naciones unidad por medio del programa WFP en Colombia 	<ul style="list-style-type: none"> * Acuerdo entre los miembros para trabajar en equipo. *Trabajo en la zona de Cultivos. *Creación y formalización empresarial. *Promoción, comercialización. *Producción Cultivo, cosecha, selección y procesamiento del mango. *Desarrollo de productos Investigación, innovación y creación de nuevos productos derivados del mango. *Marketing y ventas Promoción, distribución y venta de los productos a los clientes objetivo. *Administración Gestión financiera, legal y operativa del negocio. 	<p>Asomango se basa en la conexión con la tierra y las tradiciones indígenas de las mujeres kankuamo, quienes trabajan de manera sostenible y respetuosa con el medio ambiente para producir mangos de alta calidad. Nuestro compromiso con la energía solar y el aprovechamiento de todos los recursos del mango nos permite ofrecer a nuestros clientes productos frescos y saludables, cultivados de forma responsable.</p> <p>Además, la participación de estas mujeres indígenas en la cadena de producción y comercialización de los mangos les brinda una oportunidad para empoderarse económicamente y preservar su patrimonio cultural</p> <p>Nuestros productos no solo son deliciosos y nutritivos, sino que también reflejan valores de responsabilidad y cuidado por el entorno. Al elegir Asomango, apoyas a las mujeres kankuamo en su lucha por un futuro más próspero y sostenible.</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Ficha técnica de cada producto para suministrar toda la información requerida por el cliente y a su vez confianza en un producto de calidad *Estimulación de las ventas. *Servicio postventa Recepción de comentarios y sugerencias para mejorar la experiencia del cliente. *Comunidad online creación de un espacio virtual para compartir recetas, información y experiencias con los productos derivados del mango. *Programa de fidelización recompensas para los clientes frecuentes 	<ul style="list-style-type: none"> *Comercializadoras, supermercados y entidades públicas o privadas a nivel nacional. * Personas preocupadas por su salud y bienestar, aquellos que asisten a gimnasios, tiendas naturistas, veganas y/o vegetarianas *Personas que buscan alternativas saludables en su alimentación. *Clientes institucional como (Postobón) u otras empresas dedicadas a la fabricación y comercialización de bebidas de frutas.
<p style="text-align: center;">Recursos Claves</p> <ul style="list-style-type: none"> * Tierra y producción Agrícola * Infraestructura para el procesamiento del mango, como una planta de procesamiento o una bodega. *Capacitación Técnica y comercial de los miembros *Medio de transporte para el producto final *Acceso a mercados para la comercialización de los productos finales. 		<p style="text-align: center;">Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> *Venta directa en mercados locales *Ventas a través de ferias agrícolas y tiendas naturales, *Ventas en línea a través de redes sociales y página web *Asistencia a Ferias, ruedas de negocios organizadas por diversas organizaciones. 		
<p>Estructura de costos</p> <ul style="list-style-type: none"> Materia prima, costo de adquisición del mango fresco. Producción, gasto mano de obra, energía, agua, materiales de embalaje. Marketing y ventas 		<p>Flujo de ingreso</p> <ul style="list-style-type: none"> Ventas directas de productos. Acuerdos de distribución con tiendas y restaurantes. Suscripciones para entregas periódicas de productos 		

Fuente. Autoría propia, 2024.

Atributos y Beneficios del Producto o Servicio Para Ofrecer al Mercado

Marca

"Asomango"

Imagen

La imagen de "Asomango" evoca frescura, naturaleza y calidad. El logotipo podría representar un mango maduro y jugoso, con colores vibrantes que transmiten vitalidad y salud. La marca se asociaría con valores como la sostenibilidad, el apoyo a la comunidad local y la pasión por los productos naturales.

Figura 5

Logo de Asomango



Fuente. Autoría propia, 2024.

Lema

Del mango fresco a tu mesa, ¡sabores que inspiran!"

Atributos del Producto

Fresco los productos de "Asomango" están elaborados con mangos recién cosechados, garantizando su frescura y sabor natural.

Calidad se seleccionan cuidadosamente los mejores mangos para garantizar productos de alta calidad en cada botella, compota o pulpa congelada.

Variedad

La gama de productos incluye jugos naturales, compotas, pulpas congeladas y otros derivados del mango, ofreciendo opciones para diferentes gustos y preferencias.

Saludable

Todos los productos son elaborados con ingredientes naturales y sin aditivos artificiales, promoviendo un estilo de vida saludable y consciente. origen local "Asomango" se enorgullece de utilizar mangos cultivados localmente, apoyando así a los productores de la región y promoviendo la producción y consumo local.

Beneficios Para el Cliente

Placer sensorial los productos de "Asomango" ofrecen una experiencia sensorial única, con sabores frescos y naturales que deleitan el paladar.

Conveniencia los productos están listos para consumir, brindando comodidad a los clientes ocupados que buscan opciones saludables y deliciosas.

Apoyo a la comunidad al elegir los productos de "Asomango", los clientes contribuyen al desarrollo económico y social de su comunidad, apoyando a los productores locales y promoviendo la sostenibilidad.

Confianza la marca "Asomango" se asocia con calidad y compromiso con la satisfacción del cliente, generando confianza y lealtad entre los consumidores.

Bienestar al consumir productos naturales y saludables, los clientes pueden sentirse bien consigo mismos, sabiendo que están cuidando su salud y disfrutando de alimentos de calidad.

Tipo de Segmentación que se Podría Aplicar el Proyecto

Demográfica

Se puede segmentar el mercado según características demográficas como edad, género, ingresos, nivel educativo y tamaño de la familia. por ejemplo, los productos de "Asomango" pueden dirigirse a familias jóvenes que valoran la alimentación saludable y tienen niños en edad escolar.

Geográfica

La segmentación geográfica implica dividir el mercado en diferentes regiones geográficas. en el caso de "Asomango", se pueden identificar áreas donde hay regiones donde hay demanda de productos naturales y saludables.

Psicográfica

Esta segmentación se basa en estilos de vida, valores y actitudes. los consumidores preocupados por la salud y el bienestar serán un segmento clave para "Asomango". también se podrían considerar segmentos relacionados con el interés en apoyar la producción local y la sostenibilidad ambiental.

Comportamental

Se puede segmentar el mercado según el comportamiento de compra y el uso del producto. por ejemplo, se pueden identificar clientes frecuentes de productos naturales y orgánicos que estarían interesados en los productos de "Asomango". también se puede segmentar

según la ocasión de consumo, como meriendas saludables, desayunos nutritivos o ingredientes para postres caseros.

Identificar y Caracterizar el Grupo de Consumidores que Aceptarían y Tienen la Capacidad de Compra

Grupo objetivo del proyecto el grupo objetivo del proyecto está compuesto por personas y entidades que comparten las siguientes características:

valoración de la calidad, nutrición y sabor de los productos naturales., conciencia ambiental y preferencia por opciones sostenibles, capacidad de compra para adquirir productos de mayor valor, interés en cocina creativa y uso de ingredientes auténticos, este grupo será clave para el éxito del proyecto, ya que son quienes aceptarán y apreciarán los productos derivados del mango.

Consumidores de Productos Orgánicos y Naturales

Descripción personas conscientes de su salud y el medio ambiente. buscan alimentos sin químicos ni procesamientos excesivos.

Características valoran la calidad nutricional y la procedencia natural de los productos. están dispuestos a pagar más por opciones saludables y sostenibles.

Personas que Gustan del Consumo de Productos Naturales con Poca Exigencia de

Procesamiento

Descripción prefieren alimentos en su forma más natural, con mínima intervención.

no buscan productos altamente procesados.

Características buscan sabores auténticos y texturas naturales.

evitan aditivos y conservantes.

Instituciones Dedicadas a la Venta de Jugos y Refrescos de Pulpa de Mango

Descripción restaurantes, cafeterías, tiendas de jugos y bares utilizan pulpa de mango para preparar bebidas y postres las características necesitan proveedores confiables de pulpa de mango buscan calidad y consistencia en el producto.

Chefs y Cocineros en Restaurantes

Descripción: profesionales de la gastronomía utilizan ingredientes frescos y de alta calidad en sus platos las características buscan ingredientes versátiles y sabrosos están dispuestos a experimentar con nuevos sabores.

Identificar la Competencia

Fábrica de Jugos Frutas Del Cesar

Esta empresa se especializa en la producción y comercialización de jugos naturales elaborados a partir de frutas locales, incluido el mango. ofrecen una variedad de sabores y cuentan con una distribución establecida en la región.

Cooperativa de Productores de Frutas Fruver Valle

Esta cooperativa agrupa a productores locales de frutas, incluyendo mango, y se encarga del procesamiento y venta de productos derivados de las frutas. ofrecen una variedad de productos como pulpas, compotas y jugos, compitiendo directamente con la propuesta de "Asomango".

Marca de Compotas Artesanales Sabor Natural

Esta empresa se enfoca en la producción artesanal de compotas y mermeladas utilizando frutas locales. su línea de productos incluye compotas de mango, entre otras variedades, y se posicionan en el mercado como una opción natural y de alta calidad

Identificar los Aliados Clave del Modelo de Negocio del Proyecto de Emprendimiento

Asomango

Productores de Mango Local

Aporte suministro constante de mangos frescos y de calidad para la producción de los productos de "Asomango" acción de cooperación: establecimiento de acuerdos de abastecimiento a largo plazo con los productores locales, garantizando un suministro estable y una relación de beneficio mutuo.

Distribuidores y Minoristas Locales

Aporte canal de distribución para llevar los productos de "Asomango" al mercado local. acción de cooperación: establecer alianzas estratégicas con distribuidores y minoristas locales para asegurar la presencia de los productos de "Asomango" en tiendas, supermercados y mercados de la región. esto puede incluir la colocación preferencial en estantes o la realización de promociones conjuntas.

Instituciones Gubernamentales y Organizaciones de Desarrollo Local

Aporte apoyo en términos de asesoramiento, financiamiento y promoción del emprendimiento social acción de cooperación, establecer relaciones de colaboración con instituciones gubernamentales y organizaciones de desarrollo local para acceder a programas de financiamiento o capacitación, así como para participar en eventos o ferias promovidas por estas entidades que permitan dar visibilidad al proyecto Asomango.

Empresas de Logística y Transporte

Aporte soluciones logísticas para la distribución eficiente de los productos de Asomango. acción de cooperación establecer acuerdos con empresas de logística y transporte para optimizar

la cadena de suministro, reducir costos y garantizar la entrega oportuna de los productos a los puntos de venta.

Organizaciones Ambientales y de Sostenibilidad

Aporte asesoramiento en prácticas sostenibles y responsabilidad social corporativa. acción de cooperación: colaborar con organizaciones ambientales y de sostenibilidad para implementar prácticas eco amigables en la producción y distribución de los productos de "Asomango", así como para promover iniciativas de responsabilidad social que generen un impacto positivo en la comunidad y el medio ambiente.

Acciones de Cooperación Como Alianzas Estratégicas y Aportes Concretos de Cada Uno

Para el éxito del proyecto de emprendimiento social, es fundamental identificar a los aliados clave que puedan aportar valor y contribuir al logro de sus objetivos. estos aliados pueden ser:

Organizaciones del Sector Público

Entidades gubernamentales ministerios, secretarías, alcaldías y otras entidades que puedan ofrecer apoyo financiero, técnico o regulatorio agencias de desarrollo, pueden brindar financiamiento, asistencia técnica, capacitación y acceso a redes de contactos.

Organizaciones del Sector Privado

Empresas pueden aportar patrocinio, donaciones, voluntariado, acceso a su cadena de suministro o conocimiento especializado. fundaciones: pueden ofrecer financiamiento, asistencia técnica, capacitación y acceso a sus redes de contactos.

Organizaciones de la Sociedad Civil

ONG pueden colaborar en la implementación de programas, brindar asesoría técnica, ofrecer servicios a la población objetivo y contribuir a la sensibilización y movilización social.

universidades y centros de investigación: pueden aportar conocimiento especializado, realizar investigaciones y desarrollar proyectos conjuntos.

Comunidades

Población objetivo es fundamental involucrar a la población objetivo en el diseño, implementación y evaluación del proyecto para garantizar su sostenibilidad y pertinencia.

organizaciones locales, pueden colaborar en la identificación de necesidades, la implementación de acciones y la promoción del proyecto en la comunidad.

propuestas de cooperación estratégica a continuación se presentan algunas propuestas de cooperación estratégica con cada tipo de aliado clave.

Organizaciones del Sector Público

Acuerdos de colaboración, para la implementación conjunta de programas, el intercambio de información y la realización de estudios o investigaciones. financiamiento: para la ejecución de proyectos, la adquisición de equipos o la capacitación de personal. asistencia técnica, para el fortalecimiento de las capacidades institucionales y la mejora de la gestión del proyecto.

Organizaciones del Sector Privado

Patrocinio para eventos, campañas de comunicación o actividades de recaudación de fondos, donaciones de recursos financieros, productos o servicios en especie voluntariado para la participación de empleados en actividades del proyecto y alianzas comerciales para la distribución de productos, la prestación de servicios o el desarrollo de proyectos conjuntos.

Organizaciones de la Sociedad Civil

Convenios de colaboración para la implementación conjunta de programas, el intercambio de experiencias y la participación en redes de trabajo. capacitación para el fortalecimiento de las capacidades de las organizaciones locales y la comunidad. asesoría

técnica: para la elaboración de planes, proyectos y estrategias sensibilización y movilización social: para la promoción del proyecto y la generación de apoyo en la comunidad.

Comunidades

participación en la identificación de necesidades, la definición de prioridades y la toma de decisiones monitoreo y evaluación del proyecto para garantizar su pertinencia y efectividad. apropiación social del proyecto para asegurar su sostenibilidad a largo plazo. aportes concretos de cada aliado cada aliado clave puede aportar diferentes tipos de valor al proyecto de emprendimiento social a continuación, se presenta un resumen de los aportes concretos que puede realizar cada tipo de aliado.

Organizaciones del Sector Público

Recursos financieros para la ejecución de proyectos y actividades marco legal y regulatorio favorable para el desarrollo del proyecto. legitimación y credibilidad para el proyecto ante la comunidad y otros actores.

Organizaciones del Sector Privado

Recursos Financieros para la Ejecución de Proyectos y Actividades.

conocimiento especializado: en áreas como la gestión empresarial, el marketing o la producción acceso a redes de contactos: con clientes, proveedores o socios potenciales. organizaciones de la sociedad civil, experiencia y conocimiento en el trabajo con comunidades y poblaciones vulnerables. confianza y credibilidad: ante la comunidad y otros actores. capacidad de movilización social: para la participación de la comunidad en el proyecto. Comunidades, legitimación y apoyo social: para el proyecto, conocimiento del contexto local y de las necesidades de la población, mano de obra para la implementación de actividades del proyecto.

Estrategias de Mercadeo

Estrategia de Comunicación

Acción desarrollar una campaña de marketing de contenido que destaque la historia y los valores de Asomango. la campaña puede incluir: artículos de blog y publicaciones en redes sociales que la conexión de Asomango con la tierra y las tradiciones indígenas. vídeos que muestran el proceso de cultivo y cosecha sostenible de los mangos Asomango. infografías que educan a los consumidores sobre los beneficios de los mangos orgánicos y de comercio justo. colaboraciones con influencers que promuevan Asomango a su audiencia. ejemplo, Asomango podría crear una serie de artículos de blog que рассказывают o la historia de las mujeres kankuamo y su participación en la cooperativa. estos artículos podrían publicarse en el sitio web de Asomango y compartirse en las redes sociales.

Estrategia de Posicionamiento

Acción, Posicionar a Asomango como la marca líder de mangos sostenibles y decreció justo la estrategia de posicionamiento puede incluir usar un lenguaje claro y conciso en todos los materiales de marketing que enfatiza el compromiso de Asomango con la sostenibilidad y el comercio justo.

Desarrollar un logotipo y una identidad de marca que sean reconocibles y atractivas para el público objetivo. Asociarse con organizaciones que compartan los valores de Asomango.

Ejemplo; Asomango podría asociarse con una organización ambiental para crear una campaña de concientización sobre la importancia de la agricultura sostenible.

Estrategia de Diferenciación

Acción enfatizar la conexión única de Asomango con las tradiciones indígenas y la cultura kankuamo la estrategia de diferenciación puede incluir:

Ofrecer productos únicos que no estén disponibles en otras marcas de mangos, como variedades raras de mangos o productos elaborados con mangos, como mermeladas o jugos.

Organizar eventos culturales que celebren la cultura kankuamo.

Apoyar iniciativas que preservan el patrimonio cultural kankuamo.

Ejemplo

Asomango podría organizar un festival anual de mango que incluya música, baile y comida tradicional kankuamo.

Además de las estrategias tradicionales y digitales, Asomango también puede considerar las siguientes acciones participar en ferias y eventos comerciales para llegar a nuevos clientes,

Ofrecer programas de degustación para que los consumidores prueben los mangos Asomango.

Desarrollar un programa de fidelización de clientes para recompensar a los clientes habituales.

Asociarse con restaurantes y chefs para crear platos con mangos Asomango.

Al combinar una variedad de estrategias de marketing, Asomango puede aumentar su visibilidad y alcanzar sus objetivos comerciales.

Prototipos de Contenidos en Redes Sociales para Asomango

Objetivo

Conectar con el público objetivo, comunicar la historia y valores de Asomango, promover sus productos y apoyar a las mujeres kankuamo.

canales

YouTube

Propósito, crear videos que muestren el proceso de cultivo y cosecha sostenible de los mangos Asomango. la historia y las tradiciones de las mujeres kankuamo. recetas con mangos Asomango. el impacto social y ambiental de Asomango.

Ejemplo; un video que documenta el viaje de un mango Asomango desde el árbol hasta la mesa del consumidor, destacando las prácticas sostenibles utilizadas en cada paso del proceso.

LinkedIn

Propósito, compartir contenido informativo y educativo sobre la agricultura sostenible. el comercio justo. el empoderamiento económico de las mujeres. la cultura kankuamo. Ejemplo; un artículo sobre los beneficios de la agricultura sostenible para el medio ambiente y las comunidades locales.

Facebook

Propósito: crear una comunidad vibrante en torno a Asomango e interactuar con los seguidores. compartir noticias e historias sobre Asomango. responder a preguntas y comentarios de los seguidores. realizar concursos y sorteos. ofrecer promociones especiales.

Ejemplo: un concurso de fotografía que invite a los seguidores a compartir sus fotos favoritas de mangos Asomango.

Twitter

Propósito, compartir noticias breves y actualizaciones sobre Asomango. promover los productos de Asomango, apoyar las causas sociales que son importantes para Asomango. unirse a conversaciones relevantes en Twitter. ejemplo: un tweet que anuncia el lanzamiento de un nuevo producto Asomango.

Medición del Éxito

alcance número de personas que han visto o interactuado con el contenido. se puede medir mediante herramientas de análisis web o de redes sociales. Engagement nivel de interacción con el contenido, como comentarios, me gusta, compartidos, etc. se puede medir mediante herramientas de análisis web o de redes sociales, conversiones número de personas que han realizado una acción deseada, como visitar el sitio web de Asomango o comprar sus productos. se puede medir mediante herramientas de análisis web o de marketing digital.

Indicadores de Posicionamiento

Notoriedad de marca porcentaje de personas que conocen la marca Asomango. se puede medir mediante encuestas o estudios de mercado; percepción de marca, asociación de la marca Asomango con atributos como sostenibilidad, comercio justo y calidad. se puede medir mediante encuestas o estudios de mercado, cuota de mercado, porcentaje de las ventas totales de mangos que corresponden a Asomango. se puede obtener de datos de ventas o de informes de la industrial métricas de diferenciación

ventas de productos únicos: número de unidades vendidas de productos que no están disponibles en otras marcas de mangos asistencia a eventos culturales; número de personas que asisten a los eventos culturales organizados por Asomango.

Impacto social; cantidad de dinero donado a organizaciones benéficas o proyectos sociales.

Ejemplos de Vinculación

festival anual del mango Asomango podría crear una etiqueta específico para el festival (#festivalmangoasomango) y animar a los asistentes a compartir fotos y videos utilizando ese

hashtag. también podría ofrecer un concurso en el que los seguidores de las redes sociales compartan sus fotos favoritas del festival para ganar un premio.

Talleres de Cocina con Mangos

Asomango podría organizar talleres de cocina con mangos y transmitirlos en vivo en las redes sociales. también podría compartir las recetas de los talleres en su sitio web y en las redes sociales.

Imágenes Sobre el Contenido de la Página Web Proyecto de Emprendimiento

ASOMANGO S.A.

Enlace Pagina Web

<https://juliotite79.wixsite.com/asomangos> 15

figura 6

Evidencia página web



Fuente. Autoría propia, 2024.

Figura 7

Evidencia Página Web



Fuente. Autoría propia, 2024.

Figura 8

Evidencia Página Web

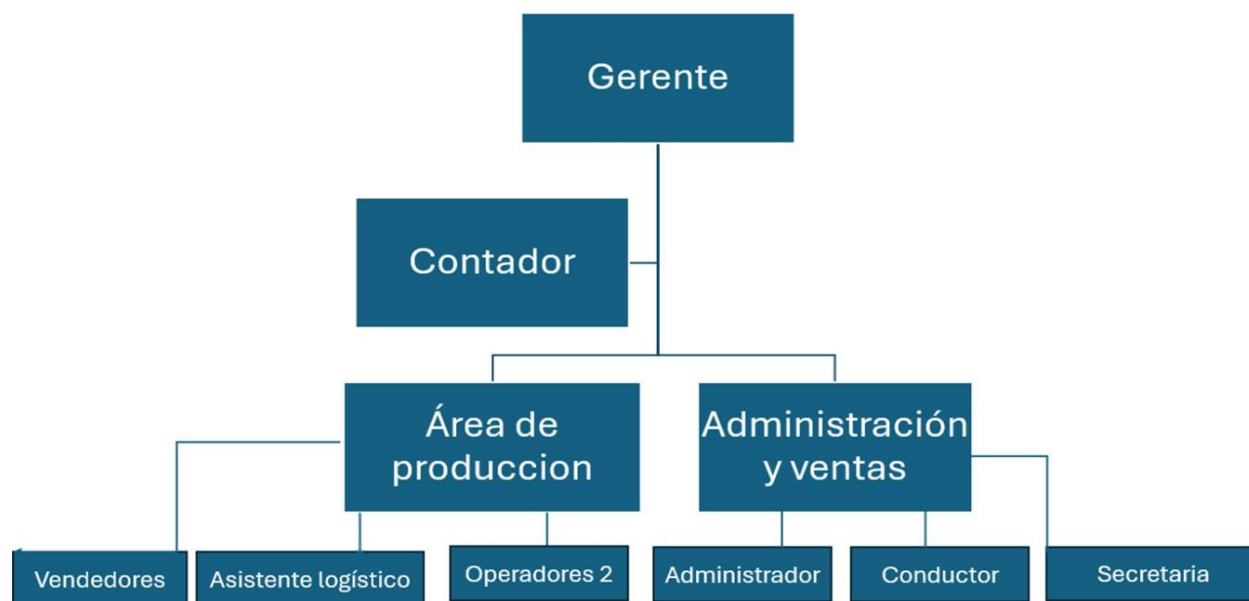


Fuente. Autoría propia, 2024.

Proyección Operativa y Financiera

Figura 9

Organigrama Como Está Conformado la Empresa ASOMANGO




Fuente. Autoría propia, 2024.

Figura 10*Manual de Funciones*

	PERFIL DEL CARGO
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Gerente Administrativo y Financiero
AREA A LA QUE PERTENECE:	Área Administrativa y Financiera
NIVEL DEL CARGO:	Gerencial
2. OBJETIVO DEL CARGO	
Dirigir todas las actividades administrativas y financieras de la empresa, Asesorar al Gerente general, El gerente de la asociación será responsable de supervisar todas las actividades relacionadas con la siembra y procesamiento de la pulpa de mango. Deberá garantizar el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la asociación y la rentabilidad de la operación	
3. FUNCIONES ESPECIFICAS DEL CARGO	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Coordinar y supervisar las actividades de siembra y procesamiento de la pulpa de mango. 2. Desarrollar estrategias para incrementar la producción y mejorar la calidad de los productos. 3. Gestionar el personal y garantizar un ambiente de trabajo seguro y productivo. 4. Realizar el seguimiento de los indicadores de rendimiento y proponer mejoras en los procesos. 5. Establecer relaciones con proveedores, clientes y otras organizaciones para fortalecer la posición de la asociación en el mercado. 6. Elaborar informes financieros y presentarlos a la junta directiva de la asociación. <p>Requisitos del puesto:</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. Licenciatura en Agronomía, Administración de Empresas o carreras afines. 8. Experiencia previa en puestos de gerencia en el sector agrícola o de alimentos. 9. Conocimientos en técnicas de siembra y procesamiento de la pulpa de mango. 10. Habilidades de liderazgo y trabajo en equipo. 11. Capacidad para tomar decisiones estratégicas y resolver problemas de manera eficiente. 12. Excelentes habilidades de comunicación y negociación. 	
condiciones laborales	
<p>Jornada laboral de tiempo completo. Salario competitivo de acuerdo con la experiencia y formación del candidato. Beneficios adicionales como seguro médico y prestaciones sociales. Oportunidades de desarrollo profesional y crecimiento dentro de la asociación.</p>	


Fuente. Autoría propia, 2024.

Figura 11*Manual de Funciones*

	PERFIL DEL CARGO
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Contador Público
AREA A LA QUE PERTENECE:	Área Administrativa y Financiera
NIVEL DEL CARGO:	directivo
2. OBJETIVO DEL CARGO	
El Contador por Prestación de Servicios de la Asociación de Mujeres dedicadas a la siembra y procesamiento de pulpa de mango es responsable de llevar el control financiero y contable de la organización, asegurando el registro adecuado de todas las transacciones y la generación de informes financieros y contables oportunos y precisos.	
3. FUNCIONES ESPECIFICAS DEL CARGO	
<ol style="list-style-type: none"> 1.Registrar y controlar todas las transacciones financieras de la organización, incluyendo ingresos, egresos, activos, y pasivos. 2.Elaborar estados financieros mensuales, trimestrales y anuales para la dirección de la organización. 3.Realizar el cierre contable y la conciliación bancaria de forma periódica. 4.Coordinar con el equipo de trabajo para garantizar el correcto registro de ingresos y egresos. 5. Brindar información financiera y contable a la dirección de la organización para la toma de decisiones. 6.Preparar informes para auditores externos y entidades gubernamentales en caso de ser necesario. 7.Implementar y mantener políticas y procedimientos contables y financieros adecuados. 8.Velar por el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la organización. 	
condiciones laborales	
Contador titulado con experiencia comprobada en el manejo de finanzas y contabilidad. Conocimiento de la normativa fiscal y contable vigente. Habilidad para trabajar en equipo y comunicarse de manera efectiva. Capacidad para trabajar bajo presión y cumplir con plazos establecidos. Proactividad y capacidad de análisis y resolución de problemas. Compromiso con la transparencia y el cumplimiento de normas éticas.	


Fuente. Autoría propia, 2024.

Figura 12*Manual de Funciones*

	PERFIL DEL CARGO
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Asesor Comercial Vendedor
AREA A LA QUE PERTENECE:	ventas
NIVEL DEL CARGO:	Tecnólogo en gestión comercial
2. OBJETIVO DEL CARGO	
El vendedor asesor comercial es responsable de promover y comercializar los productos de la asociación de mujeres dedicadas a la siembra y procesamiento de pulpa de mango. Su labor es fundamental para aumentar las ventas y generar nuevos clientes.	
3. FUNCIONES ESPECIFICAS DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> •Promover y vender los productos de la asociación. •Identificar oportunidades de negocio y nuevos clientes. •Realizar visitas a clientes para promocionar los productos de la asociación. •Gestionar la cartera de clientes asignada. •Realizar seguimiento a las ventas y establecer metas de crecimiento. •Participar en eventos promocionales y ferias comerciales. •Proactividad e iniciativa para buscar nuevas oportunidades de negocio. •Conocimientos básicos de marketing y ventas. 	
condiciones laborales	
Experiencia previa en ventas y atención al cliente. Disponibilidad para viajar y trabajar en horarios flexibles. Manejo de herramientas informáticas (Microsoft Office, correo electrónico, redes sociales). Residir en la localidad donde se encuentre la asociación.	

Fuente. Autoría propia, 2024.

Figura 13*Manal de Funciones*

		PERFIL DEL CARGO
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
NOMBRE DEL CARGO:	Asistente Logístico	
AREA A LA QUE PERTENECE:	Área de suministro y operaciones logísticas	
NIVEL DEL CARGO:	auxiliar	
2. OBJETIVO DEL CARGO		
3. FUNCIONES ESPECIFICAS DEL CARGO		
<ul style="list-style-type: none"> •Coordinar y supervisar el transporte de la materia prima (mangos) desde los puntos de siembra hasta la planta de procesamiento. •Organizar y gestionar el almacenamiento de los mangos en la planta de procesamiento, asegurando su correcta conservación. •Coordinar la logística de producción, asegurando la disponibilidad de materia prima y materiales necesarios en todo momento. •Supervisar la gestión de inventario de productos terminados, asegurando un adecuado control de stock y disponibilidad de productos para la venta. •Coordinar la distribución de la pulpa de mango procesada a los clientes y puntos de venta, asegurando la entrega oportuna y en buenas condiciones. •Colaborar en la elaboración de informes de gestión logística, incluyendo indicadores de desempeño y mejoras propuestas. •Mantener una comunicación constante con los diferentes departamentos de la asociación para garantizar una coordinación eficaz en todas las actividades logísticas. •Apoyar en la planificación y ejecución de actividades de promoción y comercialización de los productos de la asociación. •Cumplir con las normas de seguridad e higiene en el área de trabajo, garantizando un ambiente seguro para el personal y los productos. •Realizar cualquier otra tarea asignada por la gerencia de la asociación relacionada con la gestión logística 		
condiciones laborales		

Fuente. Autoría propia, 2024.


Figura 14

Manual de Funciones

	PERFIL DEL CARGO
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Operador De Producción
AREA A LA QUE PERTENECE:	produccion
NIVEL DEL CARGO:	Director o jefe producción
2. OBJETIVO DEL CARGO	
Descripción del puesto: El operador de producción en la asociación de mujeres dedicadas a la siembra y procesamiento de pulpa de mango es responsable de la supervisión y coordinación de las actividades relacionadas con la producción de pulpa de mango. Este puesto requiere un alto grado de atención al detalle, habilidades organizativas y capacidad para trabajar en equipo	
3. FUNCIONES ESPECIFICAS DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> •Preparar y organizar el área de trabajo para la producción de pulpa de mango. •Supervisar y coordinar las tareas del personal a cargo en el proceso de producción. •Operar maquinaria y equipos de procesamiento de alimentos de manera segura y eficiente. •Mantener los estándares de calidad y seguridad alimentaria en toda la producción. •Realizar el seguimiento de inventario de materias primas y productos terminados. •Colaborar con el resto del equipo en la mejora continua de los procesos de producción. 	
condiciones laborales	
<p>Experiencia previa en labores de producción de alimentos.</p> <p>Conocimientos básicos de manipulación de alimentos y normas de seguridad alimentaria.</p> <p>Habilidades de comunicación y trabajo en equipo.</p> <p>Capacidad para trabajar en un entorno rápido y eficiente.</p> <p>Disponibilidad para trabajar en horarios rotativos si es necesario</p>	


Fuente. Autoría propia, 2024.

Figura 15*Manual de Funciones*

 PERFIL DEL CARGO	
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Coordinador Comercial
AREA A LA QUE PERTENECE:	labores administrativas y comerciales
NIVEL DEL CARGO:	directivo
2. OBJETIVO DEL CARGO	
<p>El coordinador comercial será responsable de planificar, dirigir y supervisar todas las actividades comerciales de la asociación relacionadas con la venta y distribución de la pulpa de mango. Deberá establecer relaciones con clientes actuales y potenciales, identificar oportunidades de negocio y promover la marca de la asociación en el mercado. Además, deberá coordinar la logística de distribución y asegurarse de que se cumplan los tiempos de entrega y los estándares de calidad</p>	
3. FUNCIONES ESPECIFICAS DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> •Desarrollar estrategias de ventas y marketing para aumentar las ventas de la pulpa de mango. •Identificar nuevos mercados y oportunidades de negocio para la asociación. •Establecer relaciones con clientes actuales y potenciales, negociar contratos y cerrar acuerdos comerciales. •Supervisar el cumplimiento de los pedidos, la gestión de inventario y la logística de distribución. •Analizar el desempeño de ventas, elaborar informes y proponer acciones para mejorar resultados. 	
CONDICIONES LABORALES	
<p>Experiencia previa en ventas y negociación.</p> <p>Conocimiento del mercado de alimentos y bebidas.</p> <p>Habilidades de comunicación y trabajo en equipo.</p> <p>Capacidad para gestionar múltiples tareas y cumplir con plazos ajustados.</p> <p>Orientación al cliente y habilidades para establecer relaciones comerciales duraderas.</p>	

Fuente. Autoría propia, 2024

Figura 16*Manual de Funciones*

	PERFIL DEL CARGO
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Entregador vendedor
AREA A LA QUE PERTENECE:	logístico
NIVEL DEL CARGO:	ventas
2. OBJETIVO DEL CARGO	
Descripción del puesto: El entregador vendedor es responsable de la entrega de los productos de la asociación de mujeres dedicadas a la siembra y procesamiento de pulpa de mango a los clientes, así como de promover y vender los productos de la asociación	
3. FUNCIONES ESPECIFICAS DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> •Realizar la entrega de los productos de la asociación de mujeres en tiempo y forma a los clientes. •Coordinar las rutas de entrega diarias para optimizar los tiempos y recursos. •Realizar la promoción y venta de los productos de la asociación a nuevos clientes. •Mantener un registro de las entregas realizadas y de las ventas realizadas. •Informar de cualquier irregularidad en las entregas o ventas al supervisor 	
condiciones laborales	
Experiencia previa como entregador o vendedor. Conocimiento básico de manejo de vehículos de transporte. Capacidad de comunicación y negociación. Disponibilidad para trabajar en horarios flexibles	

Fuente. Autoría propia, 2024.

Descripción del producto 1

Jugo de mango natural hecho con pulpa de mango, leche, azúcar y hielo, se presenta en vasos desechables de 350 ml.

Cantidad de producción, 1.000 unidades por día (vasos de 350 ml) Turno de trabajo, 1 turno de 8 horas, diarias

Costos***Costos Fijos***

Alquiler de local: \$2.000.000 mensual

Depreciación de maquinaria y equipos: \$5.00.000 mensual

Sueldos y prestaciones del personal administrativo: \$6.000.000 mensual Servicios públicos \$800.000 mensual (electricidad, agua, gas)

Seguros: \$300.000 mensual

Otros costos fijos

\$700.000 mensual (impuestos, mantenimiento)

Total, costos fijos: \$14.800.000 mensual

Costos variables:

Pulpa de mango: \$1.000 por vaso (350 ml)

Leche: \$500 por vaso (350 ml)

Azúcar: \$100 por vaso (350 ml)

Vasos desechables: \$100 por vaso (350 ml)

Tapas plásticas: \$50 por vaso (350 ml)

Mano de obra directa: \$1.000 por vaso (350 ml)

Transporte: \$100 por vaso (350 ml)

Total, costos variables \$2.850 por vaso (350 ml)

Gastos de producción:

Costo total de producción, Costos fijos + (costos variables por unidad X cantidad de unidades)

Costo total de producción, \$14.800.000 + (\$2.850/vaso X 1.000 vasos) Costo total de producción: \$ 14.802.850 mensual

Capacidad instalada:

Capacidad de producción diaria 1.000 vasos (350 ml) Capacidad de producción mensual 30.000 vasos (350 ml) Capacidad de producción anual 360.000 vasos (350 ml)

Ficha de producción de productos derivados de la pulpa de mango

Proyección Operativa y Financiera

Recursos Operativos

en este punto se presenta la siguiente información:

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

Capacidad instalada de la empresa en términos de unidades en coherencia con el potencial de mercado identificado

Batido de Mango

Producto 2 Mermelada de Mango

Capacidad de producción diaria 1.000 vasos (350 ml) Capacidad de producción mensual 30.000

vasos (350 ml) Capacidad de producción anual 360.000 vasos (350 ml)

1,500 unidades de mermelada de mango por mes.

Tabla 1

Capacidad Instalada

Conceptos	Unidad de medida
Área	500 ² metros cuadrado
Espacio utilizado	80%

Fuente. Autoría propia, 2024.

Producto 2 Mermelada de Mango

así mismo relaciono el costo de producción de los dos productos elaborados Ficha de producción de productos derivados de la pulpa de mango producto 2 mermelada de mango

Descripción del Producto

Mermelada dulce elaborada con pulpa de mango fresco, azúcar y limón.

Costos Fijos

Alquiler de local. \$1,000,000

Salario del personal de producción: \$5,000,000 Servicios públicos: \$500,000

Mantenimiento de maquinaria: \$800,000

Costos variables (por unidad)

Pulpa de mango: \$500 Azúcar: \$300

Jugo de limón: \$1,000 (por litro) Envases: \$300

Etiquetas y embalaje: \$300

Gastos de producción mensuales: \$7.302.400 mensual

Capacidad instalada: 1,500 unidades de mermelada por mes

Infraestructura: Cocina industrial, envasadoras automáticas, área de almacenamiento refrigerado.

Jugos naturales de pulpa de mango: \$ 14.802.850 mensual

Mermelada de mango: \$7.302.400 mensual

Costo total de producción de los dos productos de Asomango \$22.105,250

Producto 2 Mermelada de Mango

así mismo relaciono el costo de producción de los dos productos elaborados Ficha de producción de productos derivados de la pulpa de mango Producto 2 Mermelada de mango

Descripción del producto: Mermelada dulce elaborada con pulpa de mango fresco, azúcar y limón.

Costos Fijos

Alquiler de local: \$1,000,000

Salario del personal de producción: \$5,000,000 Servicios públicos: \$500,000

Mantenimiento de maquinaria: \$800,000

Costos variables (por unidad)

Pulpa de mango: \$500 Azúcar: \$300

Jugo de limón: \$1,000 (por litro) Envases: \$300

Etiquetas y embalaje: \$300

Gastos de producción mensuales: \$7.302.400 mensual

Capacidad instalada: 1,500 unidades de mermelada por mes

Infraestructura: Cocina industrial, envasadoras automáticas, área de almacenamiento refrigerado.

Jugos naturales de pulpa de mango: \$ 14.802.850 mensual

Mermelada de mango: \$7.302.400 mensual

Costo total de producción de los dos productos de Asomango \$22.105,250

Descripción de Maquinaria y Elementos Operativos

Tabla 2

Maquinaria y Equipo Operativos

Personal operativo	Costo
Despulpadora De 1000kg	\$4,490.000
Lavadora De Frutas	\$2.125.000
Selladora De Pedal Semiindustrial	\$625.000
Bomba De Aspersión	\$3,156.000
Bascula Con Cuchara Gramara	\$45,000
Tanque Para Escaldado Table Data	\$525.000

Fuente: Autoría propia, 2024.

Tabla 3

Descripción de Equipos de Oficina

Personal operativo	Cantidad
Escritorios	150
Sillas	50
Computadoras	500
Impresoras	200
Otros (papelería, útiles, etc.)	
Total	9.700

Fuente: Autoría propia, 2024.

Los valores unitarios son estimaciones y pueden variar según la marca, modelo y proveedor.

El valor total de cada concepto se obtiene multiplicando la cantidad por el valor unitario.

El costo parafiscal se ha considerado como un 30% del costo del salario bruto.

En el caso del concepto "c. Descripción de equipos de oficina", se ha incluido un desglose de algunos de los elementos más comunes. Se recomienda que se complete esta información de acuerdo con las necesidades específicas del proyecto.

Tabla 4*Descripción Equipos de Oficina*

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computador todo en uno 8gbs	1	\$1,139.00	\$1,139.00
Celular plan de Datos	1	\$ 875.900	\$ 875.900
Impresora Multifuncional	1	\$1,118.00	\$1,118.00
Escritorio Gerente y secretaria	2	\$ 459.900	\$918.000
Sillas para escritorio	2	\$187.500	\$375.000
Elementos papelería cafetería y aseo		\$225.000	\$225.000
Total			\$4,690.90

Fuente: Autoría propia, 2024.

Tabla 5*Presupuesto Preoperativo*

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Registro ante Cámara de Comercio.	1	\$250.000	\$1,139.00
Registro sanitario	1	\$ 225.000	\$ 225.000
Internet fibra óptica	1	\$89.900	\$89.900
Seguro agropecuario		\$ 1,710.000	\$1,710.000
publicidad		\$1.850.000	\$1.850.000
Total			\$4,124.900

Fuente: Autoría propia, 2024.

Es importante que el equipo de trabajo comprenda en profundidad el contexto del cambio (que incluye factores internos y externos) que rodea el desafío que aquí se propone. Que tienen un impacto directo en las posibles soluciones, al igual que los cambios internos dentro de la organización.

Tabla 6*Punto de Equilibrio Precio de Venta*

	Año 1	Año 2	Año 3
Total, costos fijos	22.105,250	22.339.592	33.119.592
Total, costos variables	2.850	34.200	410.400
Número de unidades	22.105,250	14.893.000	22.079.000
Costo total promedio unitario	2.850	3.150	3.550
Costo promedio unitario	2.850	3.150	3.550
Costo variable unitario	2.850	3.150	3.550
Precio de venta sin IVA	2.850	3.150	3.550
Margen de utilidad promedio	29.98%	32.00%	34.06%
Punto de equilibrio en unidades	2.550	2.950	3.550

Fuente: Autoría propia, 2024

Tabla 7

Proyecciones Ingresos por Ventas Anual			
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
Crecimiento anual	0%	32.00%	34.06%
Pulpa de mango produccion anual	22.105,250	14.893.000	22.079.000

Fuente: Autoría propia, 2024.

Tabla 8

Proyecciones De Ingresos Por Ventas

Proyecciones de Ingresos por Ventas			
Concepto de cada baso	Año 1	Año 2	Año 3
Total, de ventas	1.500	1.989	2.118
Descuento por ventas	0	0	0
Ventas netas	22.105,250	23,873.670	25.421.037
% de ventas a contado	95%	95%	95%
% de ventas a crédito	5%	5%	5%

Fuente: Autoría propia, 2024.

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 insumo

Agua, electricidad, alquiler del local, etc.

Figura 17

Flujo de Caja Mensual para el Primer Año

FLUJO DE CAJA ASOMANGOS

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Saldo Inicial	#####	11500000	8000000	6500000	6000000	7250000	19250000	-2320000	37180000	63210000	70910000	151410000
Ingresos												
Ventas en efectivo	2E+07	20000000	2E+07	1,8E+07	2,5E+07	30000000	4500000	12000000	50000000	30000000	70000000	80000000
Cobros de ventas a crédito	4000000	2000000	3000000	4000000	350000	5000000	230000	34000000	2300000	200000	4000000	3000000
Cobros por ventas de activos fijos	3500000	1000000	2000000	4000000	2400000	3500000	200000	20000000	230000	4000000	33000000	20000000
Total Ingresos	2,8E+07	23000000	2,5E+07	2,6E+07	2,8E+07	38500000	4930000	66000000	52530000	34200000	107000000	103000000
Gastos												
Compra de mercancía	5000000	5000000	5000000	5000000	5000000	5000000	5000000	5000000	5000000	5000000	5000000	5000000
Pago de nóminas	6000000	6000000	6000000	6000000	6000000	6000000	6000000	6000000	6000000	6000000	6000000	6000000
Pago proveedores	4000000	4000000	4000000	4000000	4000000	4000000	4000000	4000000	4000000	4000000	4000000	4000000
Pago de servicios públicos	2500000	2500000	2500000	2500000	2500000	2500000	2500000	2500000	2500000	2500000	2500000	2500000
Pago de Seguridad Social	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000
Pago de impuestos	1500000	1500000	1500000	1500000	1500000	1500000	1500000	1500000	1500000	1500000	1500000	1500000
Pago publicidad	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000
Pago alquiler	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
Pago mantenimiento	1200000	1200000	1200000	1200000	1200000	1200000	1200000	1200000	1200000	1200000	1200000	1200000
Total gastos	2,5E+07	25200000	2,5E+07	2,5E+07	2,5E+07	25200000	25200000	25200000	25200000	25200000	25200000	25200000
Flujo de caja económico	1,2E+07	9300000	7800000	7300000	8550000	20550000	-1020000	38480000	64510000	72210000	152710000	229210000
Financiamiento Recibido												
Préstamo 1	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
Préstamo 2	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
Total Financiamiento	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000
Pagos de financiamiento												
Pagos préstamo 1	2000000	2500000	2500000	2500000	2500000	2500000	2500000	2500000	2500000	2500000	2500000	2500000
Pagos préstamo 2	800000	800000	800000	800000	800000	800000	800000	800000	800000	800000	800000	800000
Total Financiamiento	2800000	3300000	3300000	3300000	3300000	3300000	3300000	3300000	3300000	3300000	3300000	3300000
Flujo de caja financiero	1,2E+07	8000000	6500000	6000000	7250000	19250000	-2320000	37180000	63210000	70910000	151410000	227910000

Fuente: Autoría propia, 2024.

Ingresos

Ventas por año

Egresos:

Compra de frutas por año

Salarios del personal por año

Alquiler del local por año

Servicios públicos por año

Publicidad y marketing por año

Cálculo del capital de trabajo:

Determinar los activos corrientes:

Efectivo en caja

Cuentas por cobrar:

Determinar los pasivos corrientes:

Cuentas por pagar a proveedores

Préstamos a corto plazo

Total, de pasivos corrientes

Calcular el capital de trabajo neto:

Capital de trabajo neto = Activos corrientes - Pasivos corrientes Inversión inicial,

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 10

Inversión Total		
Rubro	Concepto	Valor
Activos	Maquinaria y equipo	
fijos	Equipo de oficina	

Fuente: Autoría propia, 2024.

Tabla 11*Instalaciones*

	Terrenos
	Muebles y enseres
	Equipo de transporte
Instalaciones y puesta en marcha	Estudios de investigación
	Adecuación del local o espacio de producción
	Gastos legales de constitución
	Marketing
	Arriendo
	Sueldos
Capital de trabajo	

Fuente: Autoría propia, 2024.

Sustentar la Inversión Inicial del Proyecto

Estudio de Mercado

Según datos recopilados en Valledupar y sus alrededores, se estima que la demanda de productos derivados del mango está en aumento, con un mercado potencial de aproximadamente 10,000 unidades mensuales de jugos naturales, compotas y otros productos derivados del mango.

Costos de Equipos e Infraestructura

Basándonos en cotizaciones reales de proveedores locales, el costo de adquisición de una despulpadora de mango y otros equipos necesarios se estima en 200 millones de pesos colombianos (COP). Además, se estima que los costos de infraestructura, incluyendo adecuaciones locativas, alcanzarán los 80 millones de COP.

Costos de Materias Primas

El precio promedio del mango en la región de Valledupar es de 2,000 COP por kilogramo durante la temporada de cosecha. Considerando un rendimiento promedio de pulpa de mango por fruta, el costo estimado de la materia prima por unidad de producto procesado se sitúa en 800 COP.

Conclusiones

El proyecto de emprendimiento social abordado en este trabajo busca mitigar la pobreza en el corregimiento del cesar y sus alrededores, buscando que todas las personas se beneficien de una forma u otra con el producto el cual tiene como objetivo llegar a toda la población.

Concluimos que esta actividad me permitió afianzar mis conocimientos sobre la población de Sabanagrande cesar buscando con este proyecto de emprendimiento social (comercializadora de huevo) mitigar la pobreza extrema y así mismo poder ayudar al crecimiento económico de ellos mismo.

Asomango es un ejemplo inspirador de cómo la agricultura familiar, basada en valores ancestrales y prácticas sostenibles, puede contribuir a la construcción de un futuro más justo y armonioso para todos. Su compromiso con la calidad, la sostenibilidad y el bienestar social los convierte en un referente en la producción de mangos a nivel nacional e internacional.

El proyecto Asomango nos invita a reflexionar sobre la importancia de consumir productos locales y de temporada, cultivados con respeto por la tierra y las personas.

Es una invitación a valorar la riqueza cultural y gastronómica de nuestras comunidades y a apoyar modelos de producción que promueven la sostenibilidad ambiental y el desarrollo social.

Asomango es un ejemplo inspirador de cómo la agricultura familiar, basada en valores ancestrales y prácticas sostenibles, puede contribuir a la construcción de un futuro más justo y armonioso para todos. Su compromiso con la calidad, la sostenibilidad y el bienestar social los convierte en un referente en la producción de mangos a nivel nacional e internacional. El proyecto Asomango nos invita a reflexionar sobre la importancia de consumir productos locales y de temporada, cultivados con respeto por la tierra y las personas. Es una invitación a

valorar la riqueza cultural y gastronómica de nuestras comunidades y a apoyar modelos de producción que promueven la sostenibilidad ambiental y el desarrollo social.

La situación de las mujeres cultivadoras de mango Tommy en Valledupar es preocupante y requiere atención urgente. La implementación de un proyecto basado en los principios de la economía circular, como el que se propone, puede contribuir a mejorar su calidad de vida, fortalecer su economía y proteger el medio ambiente. La Pobreza y desigualdad: Las mujeres cultivadoras de mango Tommy en Valledupar sufren desproporcionadamente de pobreza y desigualdad, con bajos ingresos, falta de oportunidades económicas y dependencia del trabajo informal.

Bajos ingresos y falta de asistencia técnica: Las cultivadoras reciben precios bajos por su producto y carecen de capacitación y acceso a tecnologías que les permitan mejorar la productividad y la calidad de sus cultivos. Degradación ambiental y empoderamiento limitado: Las prácticas agrícolas tradicionales pueden dañar el medio ambiente y las mujeres cultivadoras tienen poca participación en la toma de decisiones dentro de sus comunidades y organizaciones agrícolas.

Impacto negativo en la calidad de vida: La problemática afecta negativamente la calidad de vida de las cultivadoras y sus familias, generando empobrecimiento, inseguridad alimentaria, degradación ambiental y exclusión social. Necesidad de intervención urgente: Se requiere una intervención urgente y efectiva para abordar la problemática, como la implementación de un proyecto basado en los principios de la economía circular, que promueva la sostenibilidad, la productividad y el empoderamiento de las mujeres cultivadoras

Referencias Bibliográficas

Boero, C. (2020). Evaluación de proyectos. Jorge Sarmiento Editor - Universitas. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/172500>

Cavazos Arroyo, J. (2019). Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social (p.p. 135-158). Editorial Miguel Ángel Porrúa.
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=136>

Cavazos Arroyo, J. (2019). Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social (p.p. 135-158). Editorial Miguel Ángel Porrúa.
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=136>

Cavazos Arroyo, J. (2019). Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social (p.p. 135-158). Editorial Miguel Ángel Porrúa.
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=136>