

**Emprendimiento social sostenible enfocado en el fortalecimiento de capacidades socio
empresarial en mujeres cabeza de hogar del corregimiento de Currulao**

José Fernando Serna

Juan Carlos Arango

Jesús Armando Mayolo

Mónica Urrutia

Luis Fernando Medina

Tutor:

Rhene Alberto Moreno Mojica

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

2023

Tabla de contenido

Objetivos	7
Objetivo General.....	7
Objetivos Específicos	7
Identificación del problema.....	8
Presentación del valor social.....	10
Modelo de negocio	10
Estrategia de mercadeo	14
Caracterización del producto	14
Grupo objetivo del proyecto	17
Segmentación.....	17
Estrategia de comunicación.....	18
Prototipos de los contenidos a manejar en redes sociales.....	19
Análisis de la competencia	19
Aliados del emprendimiento.....	20
Proyección operativa y financiera.....	23
Tamaño del proyecto	23
Instalaciones	23
Proyecciones de distribución en planta.....	27
Organigrama	28
Costos	30
Procesos pre operativos	30

Proyección de ventas	31
Capital de trabajo	35
Conclusiones	39
Bibliografía	40

Lista de tablas

Tabla 1. Descripción de productos-----	14
Tabla 2. Ficha Técnica-----	25
Tabla 3. Capacidad instalada-----	26
Tabla 4. Descripción de maquinaria y elementos operativos-----	26
Tabla 5. Descripción de cargos-----	28
Tabla 6. Proyección de sueldos generales -----	30
Tabla 7. Equipos de oficina-----	30
Tabla 8. Procesos pre operativos-----	30
Tabla 9. Proyección de ventas-----	31
Tabla 10. Cálculo de la demanda -----	31
Tabla 11. Proyección de ventas mensuales-----	32
Tabla 12. Punto de equilibrio y costos -----	33
Tabla 13. Proyecciones ingresos por ventas-----	33
Tabla 14. Proyecciones de ingresos por ventas -----	34
Tabla 15. Flujo de caja mensual -----	35
Tabla 16. Saldos acumulados (en miles) -----	35
Tabla 17. Inversión total-----	38

Lista de ilustraciones

Ilustración 1 Ubicación -----	9
Ilustración 2 Modelo de negocio Canva-----	13
Ilustración 3 Prototipo informativo-----	19
Ilustración 4 Prototipo estratégico-----	19
Ilustración 5 Instalaciones-----	24
Ilustración 6 Instalaciones riegos solares-----	24
Ilustración 7 Distribución de planta-----	27
Ilustración 7 Organigrama-----	29

Introducción

Para el avance del país, es vital que los gobiernos inviertan en políticas públicas en las que se apoyen los emprendimientos locales, ideas innovadoras y fomenten políticas económicas que ayuden a las pequeñas y medianas empresas, pues está evidenciado que una gran arma para luchar contra la desigualdad y desempleo es el emprendimiento, pues permite la creación de nuevas empresas y con ellos genera más fuentes de empleo para los colombianos. El presente documento presenta una propuesta de emprendimiento social enfocada en el fortalecimiento de capacidades socio empresarial en mujeres cabeza de hogar del corregimiento de currulao, implementando iniciativas o proyectos productivos que permitan activar la economía solidaria a través de la asociatividad para la generación de ingreso, por medio de la producción y comercialización de alimentos de la canasta familiar.

En este sentido, el documento se encuentra clasificado de la siguiente manera: en el capítulo 1 la identificación del problema, Capítulo 2, la presentación del valor social de la iniciativa de negocio, Capítulo 3, la propuesta de valor, Capítulo 4 las estrategias de mercadeo, Capítulo 5, análisis de la competencia, y Capítulo 6 la proyección operativa y financiera de la iniciativa de negocio. Finalmente, se exponen las conclusiones realizadas al ejercicio realizado.

Objetivos

Objetivo General

Proponer una iniciativa de emprendimiento social sostenible enfocado en el fortalecimiento de capacidades socio empresarial en mujeres cabeza de hogar del corregimiento de currulao, implementando iniciativas o proyectos productivos que permitan activar la economía solidaria a través de la asociatividad para la generación de ingreso, por medio de la producción y comercialización de alimentos de la canasta familiar.

Objetivos Específicos

Conocer el contexto social de la iniciativa de emprendimiento social a partir de la identificación del problema y la presentación del valor social de dicha propuesta. Definir la propuesta de valor y las estrategias de mercadeo de la iniciativa de negocio del emprendimiento social

Desarrollar un análisis de la competencia y la proyección operativa y financiera del proyecto

Identificación del problema

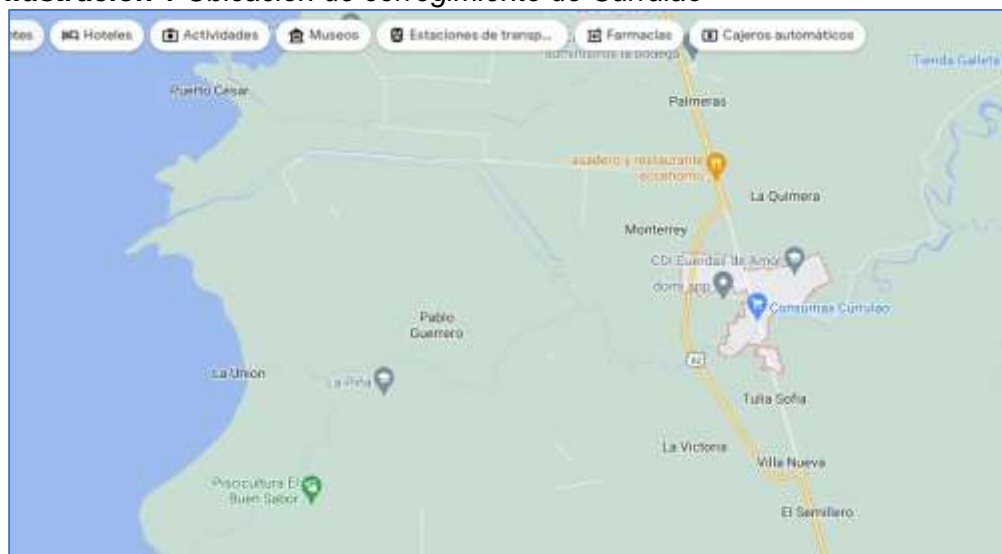
La situación socio económica de un sinnúmero de mujeres cabeza de hogar del Distrito de Turbo, específicamente las de corregimiento de currulao, se ha convertido en una de las problemáticas sociales con mayor prioridad de atender por la institucionalidad , puesto que no solo ha afectado a este grupo poblacional sino que también ha incidido en los hijos de estas las cuales en su mayoría son niños y adolescentes, quienes junto con sus madres han sufrido carencias, lo cual en algunos casos ha desencadenado deserción escolar y comportamientos inadecuados por la ausencia de la figura materna en el proceso de formación y crecimiento de los menores, debido a que éstas en su afán de suplir las necesidades del hogar se dedican a trabajar a largas horas, permitiendo de esta manera tener menos tiempo para dedicar al cuidado de sus hijos y de este modo reducir la posibilidad de tener una mayor comunicación e interacción con estos (Osorio, 2017).

Por otra parte, se ha evidenciado que muchas de estas mujeres son víctimas del conflicto armado quienes fueron obligadas a abandonar sus lugares de origen y acomodarse a unas nuevas costumbres y formas de supervivencias por lo que algunas después de tener sus propias tierras para cultivar, subsistir y a la vez estar al cuidado de sus hijos pasaron a ser trabajadoras informales, otras trabajadoras bananeras o empleadas domésticas (Osorio, 2017). De acuerdo con lo dicho anteriormente, se hace necesario promover el fortalecimiento de capacidades socio empresarial en las mujeres cabeza de hogar del corregimiento de currulao, implementando iniciativas o proyectos productivos que permitan activar la economía solidaria a través de la asociatividad para la generación de ingreso, por medio de la producción y comercialización de alimentos de la canasta familiar (Osorio, 2017). Dicha actividad permitirá generar liderazgo y empoderamiento femenino en área del emprendimiento y a su vez aportar a brindar mejores oportunidades de empleabilidad y de ingresos para cubrir las necesidades del hogar y de igual manera tener una mayor comunicación con sus hijos debido a que en los

tiempos libres de estos, pueden involucrarlos en el desarrollo de las labores del campo, considerándolo como una actividad ocio productiva lo cual hará que estos aprovechen el tiempo libre y se fortalezca los lazos de confianza y afectividad entre madre e hijos; favoreciendo la economía del hogar y la estabilidad socio emocional de estos. Identificación de la problemática (Osorio, 2017).

En este sentido; se espera reducir las desigualdades sociales que azotan la región debido a la falta de oportunidades, principalmente oportunidades de empleo y educativas para los infantes y adolescentes, de este modo sus madres podrán brindarles una mejor calidad de vida al mejorar sus ingresos a través de la implementación de este proyecto (Osorio, 2017).

Ilustración 1 *Ubicación de corregimiento de Currulao*



Fuente: Google Maps, 2022

Ventajas de la ubicación

Proximidad con los clientes, disponibilidad de materias primas, acceso de vías, acceso marítimo en caso de exportaciones a los puertos de Barranquilla y Cartagena, que son los más cercanos.

Presentación del valor social

En este proyecto se pretende ofrecer la oportunidad a mujeres cabeza de hogar del municipio de Currulao (Antioquia), de tener tierras para trabajar y producir una gran variedad de alimentos, aprovechando las bondades de estos campos. Esto permitirá que estas mujeres mejoren su calidad de vida y que puedan criar a sus hijos con una buena educación. A su vez en el municipio se vive durante varias etapas del año, escases de alimentos por la falta de personas para producir y consumir alimentos frescos, de variedad y a precios justos (Osorio, 2017).

Por tal motivo, se hace necesario el montaje de un proyecto empresarial que permita producir y comercializar alimentos de alta calidad y de gran variedad, beneficiará tanto a las productoras para ganar un sustento como a los consumidores que verán sus estanterías con diversidad de alimentos a precios más competitivos con respecto a quienes los traen de otras regiones (Osorio, 2017).

Modelo de negocio

Se ofrece al mercado local de Currulao (Antioquia) diversidad de alimentos naturales que se pueden producir en las tierras del pueblo, aprovechando que son tierras fértiles y que pueden generar variedad de alimentos saludables, con tiempos de entrega muy bajos y a precios competitivos con respecto a los distribuidores de otras ciudades que encarecen el producto por el flete terrestre (Cardona, 2015).

Se pretende que las tierras disponibles para cultivar sean entregadas a mujeres cabeza de hogar para que las usufructúen con el apoyo de entidades gubernamentales como el SENA, para la capacitación en cultivo, administración, entregas y finanzas. Los productos que se producen serán vendidos a los distribuidores del municipio, garantizando entregas en corto

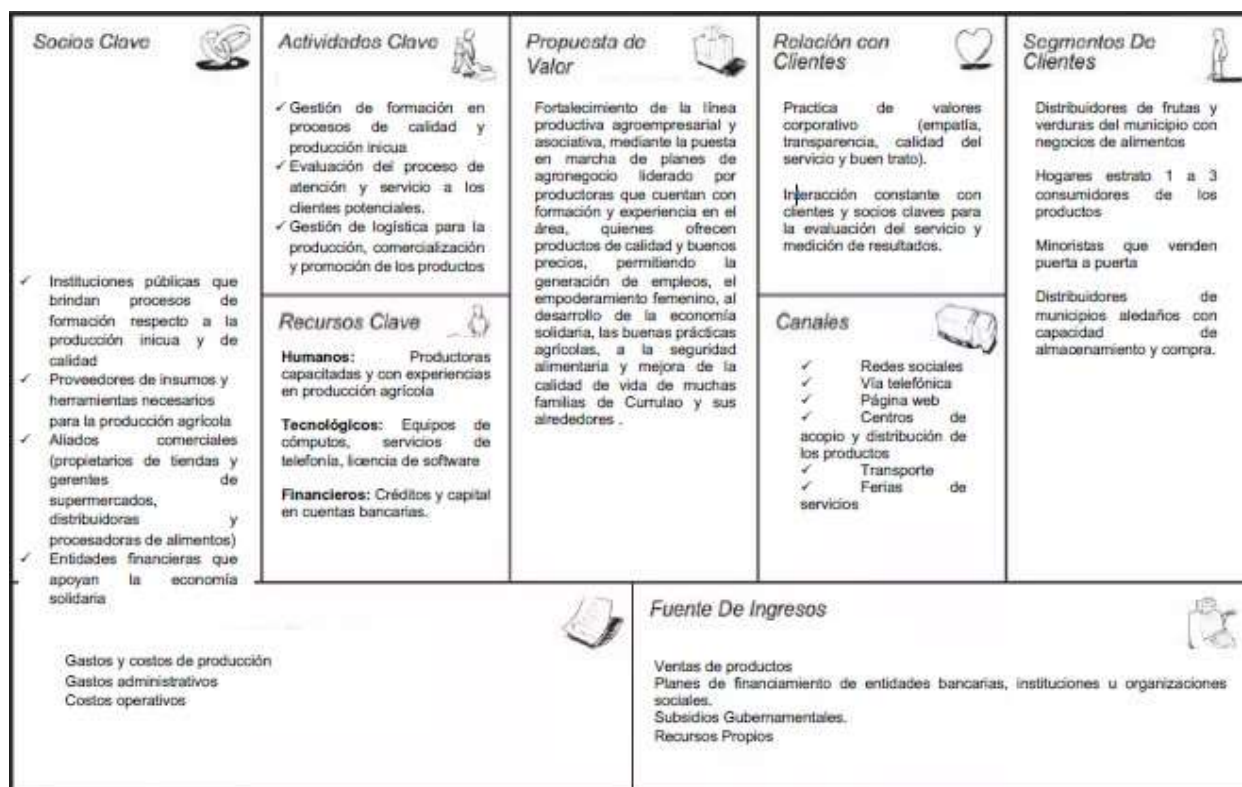
tiempo, gran variedad de productos, alta calidad, precios competitivos y productos más naturales (Cardona, 2015).

Una vez se establezcan los grupos de mujeres cabeza de hogar para trabajar la tierra, se debe formar una especie de cooperativa para que los recursos obtenidos sean bien administrados, esto para reinvertir en semillas e insumos y a su vez para que las madres tengan ingresos importantes que permitan la manutención de sus familias de una forma digna (Cardona, 2015).

Propuesta de valor

Por medio de la tecnología se pretende crear mejores condiciones para todas mujeres agricultoras de la región a través de una plataforma digital (APP) que permita impulsar el sector agrícola en cuanto a acceso financiero por medio de inversionistas que deseen ayudar a estas personas a sacar a sus cultivos a delante e igualmente asistencia y comercialización de los productos (Osorio, 2017). La idea es que a través de esta APP la gente pueda participar tanto en la financiación como en la compra de los productos, esto ayuda que a través de un negocio P2P (Una red P2P o 'peer to peer' es un tipo de conexión con una arquitectura destinada a la comunicación entre aplicaciones. Esto permite a las personas o a los ordenadores compartir información y archivos de uno a otro sin necesidad de intermediarios) a disminuir la cadena entre el productor y el consumidor final, garantizando un mejor acceso y venta del productor (Osorio, 2017). A continuación, se presenta el modelo de negocio CANVA de la iniciativa de negocio propuesta:

Ilustración 2 Modelo de negocio Canva



El modelo de negocio a través de la herramienta CANVAS permite mostrar los aliados estratégicos requeridos, así como también la propuesta de valor que se enfoca en la generación de productos agrícolas sostenibles mediante la formalidad de empleo para las mujeres agrícolas, brindando calidad en los productos a través de una capacitación para el adecuado manejo de los cultivos, como también brindar una seguridad alimentaria que logre mantener un bienestar con valor social dentro del territorio de Currulao Antioquia (Cardona, 2015).

Estrategia de mercadeo

Caracterización del producto

Los alimentos orgánicos consisten en eliminar todo tipo de pesticidas, devolverle a la tierra sus nutrientes mediante composta y otras fuentes naturales de minerales y así los alimentos pueden desarrollarse en un ambiente equilibrado. Estos productos que se producen son 100% orgánicos, directamente del campo, producidos por madres campesinas cabeza de la región de Currulao (Antioquia), son alimentos cultivados sin pesticidas artificiales, fertilizantes o herbicidas (Mendoza, 2017).

Las madres campesinas cabeza de hogar de la región de Currulao (Antioquia), se dedican a los siguientes cultivos de aprovechando las tierras fértiles con las que cuenta esta región y así poder generar variedad de alimentos saludables 100% orgánicos.

Tabla 1 Descripción de productos

Producto	Descripción
Plátano	Tiene un elevado valor energético (1.1-2.7 kcal/100 g), contiene tantas vitaminas B y C como el tomate o la naranja, así como numerosas sales minerales entre ellas las de hierro, fósforo, potasio y calcio (Cardona, 2015).
Banano	Protege el corazón gracias a su alto contenido en potasio, un electrolito fundamental para el buen funcionamiento de este órgano. Combate el estreñimiento -

Previene la depresión - Ayuda a prevenir el cáncer - Ayuda a la pérdida de peso.

Dicho fruto es el resultado de un proceso de cultivo en el cual no se usan agroquímicos. Su producción exige el empleo de abonos orgánicos, e implica el control de plagas y enfermedades a través de prácticas culturales, mecánicas y biológicas.

Mango

Una porción de 3/4 de taza de mango contiene un 50% de su ración diaria de vitamina C, 8% de su ración diaria de vitamina A, y un 8% de la ración diaria de vitamina B6. Estas vitaminas contenidas en el mango pueden ayudar a sustentar el sistema inmunológico de su cuerpo.

Se utilizan insumos de origen natural

evitando el uso de pesticidas y fertilizantes de origen químico. Es sembrada en suelos sanos y fértiles, constantemente protegidos a través de rotación de cultivos.

Papaya

La papaya orgánica es un producto de consumo masivo, El fruto de la papaya, que se consume en forma de fruta fresca, jugos, batidos, helados, dulces o como parte de

	<p>las ensaladas son, además de una excelente fuente de vitaminas y antioxidantes, un poderoso digestivo natural. Ideal para personas mayores, con problemas dentales o con estómago delicado o digestiones pesadas, ya que la pulpa de la papaya es muy fácil de masticar, tragar y digerir.</p> <p>Es una producción sostenible y que da importancia a los ecosistemas buscando ecosistemas agrarios que integren la flora y fauna del lugar. Es lo que denominamos respeto y cuidado de la biodiversidad en las zonas tropicales.</p> <p>Es muy rico en antioxidantes, superando al té verde y vino tinto, debido a su alto contenido en vitamina C, fibra y serotonina, que lo convierte en un excelente aliado para prevenir enfermedades cardiovasculares, cerebrovasculares, cáncer hepático, gástrico y de colon.</p>
Cacao	
Marca	Productos por mujeres campesinas de la región de Currulao (Antioquia) 100% Libre de Químicos
Slogan	Orgánicos de Currulao



Fuente: elaboración propia

Grupo objetivo del proyecto

El objetivo principal de la agricultura orgánica es optimizar la salud, por lo tanto, la empresa Orgánicos del Currulao rompe las barreras de que esta clase de productos es solo para persona de estratos alto, permitiendo así de que cualquier persona que esté interesada en mejor su alimentación consumiendo productos orgánicos tenga fácil acceso económico a estos productos que se producen en la región del Currulao-Antioquia.

Segmentación

Para el proyecto social, se podría usar la segmentación demográfica, pues se puede dividir en grupos de personas de acuerdo con su condición social o ingresos por familia, pues la idea del proyecto no solo es emplear a madres cabeza de hogar, sino beneficiar a personas con bajos ingresos para que puedan obtener diversidad de alimentos a precios asequibles y que se pueda disminuir en gran medida la intermediación. Por tal motivo, nuestro público objetivo serán las familias del municipio de Currulao (Antioquia) de los estratos 1 y 2 respectivamente.

Dentro de las estrategias de mercadeo se hallan las siguientes:

Estrategia de comunicación

En este campo buscaremos la manera de llamar la atención de los clientes a través de la elaboración de un portafolio que sea muy completo, donde insertaremos imágenes del buen estado de nuestros productos, les daremos a conocer parte de nuestro campo de producción y de las personas que realizan esa importante labor, la idea principal es atraer la atención de los consumidores, este será haré llegar tanto físico como digital, para que puedan tener facilidad de acceso aquellos que quieran conocer de nuestros productos. A través del uso de las herramientas de comunicación digital, es decir se hará uso del Facebook, Instagram, Facebook, LinkedIn y la página web respectiva del proyecto (Mendoza, 2017).

Estrategia de Posicionamiento

Dentro de esta estrategia se puede realizar por calidad del producto, pues la idea es trabajar con alimentos de primera calidad para fidelizar al cliente y obligarlo a retornar a comprar, por causa de una excelente calidad y atención. También por precio, pues como se ha dicho en anteriores ocasiones, se trata de disminuir los intermediarios para que el precio llegue lo más justo posible al cliente final (Cardona, 2015).

Otra estrategia es posicionamiento por uso, pues como es sabida esta región, aunque es rica en suelos, se explota poco y no existe una gran variedad de alimentos (Cardona, 2015).

Estrategia de Diferenciación

Dentro de esta estrategia cabe la oportunidad de entregar productos directamente del cultivo al cliente final, con total frescura; además resaltando que el emprendimiento es una cooperativa integrada en su totalidad por mujeres cabeza de hogar que buscan salir adelante al lado de sus familias y que a su vez ayudan al desarrollo de la región.

Prototipos de los contenidos a manejar en redes sociales

Informativo: Con el objetivo particular de informar al usuario en las redes sociales mediante una imagen resumida lo que se ofrece:

Ilustración 3 *Prototipo informativo*



Estratégico: Consiste en llamar la atención mediante mensajes que son de suma importancia y además son de beneficio para los usuarios.

Ilustración 4 *Prototipo estratégico*



Análisis de la competencia

Una vez realizada la visita a algunas de las legumbres, supermercados y tiendas del corregimiento de Currulao, tuvimos la oportunidad de conversar con sus administradores y

dueños, sobre sus proveedores de Legumbre; algunos de estos negocios fueron: (Autoservicio el Imperio, Autoservicio el Primo, Legumbres Fruver, Merca Fruver, Legumbres el Paisa, Legumbres La Más Barata y Mercados Mi Región); Se pudo conocer que en su mayoría les toca comprar la legumbre a proveedores de la ciudad de Medellín, y los municipios de Chigorodó y Apartado Antioquia (Mendoza, 2017).

En Medellín a: Legumbres La Verde S.A.S, Comercializadora de frutas y legumbres S.A.S, Legumbres Los Cardona S.A.S; en Apartado Antioquia Legumbres La Huerta y en Chigorodó Antioquia Legumbres La Más barata (Mendoza, 2017).

Siendo los competidores más fuertes Legumbres La Huerta y Legumbres La Más barata, quienes son los más cercanos al corregimiento de currulao, la ventaja de estos proveedores sobre nosotros es que llevan una larga trayectoria trayendo sus productos aquí al corregimiento, pero nuestras ventajas más fuerte sobre ellos es que los productos que ofrecidos por ORGANICOS DE CURRULAO, Se pueden entregar prácticamente de manera inmediata, porque estamos en la misma localidad; por otra parte el costo de sus pedidos no se verían afectados por cobro de fletes que es otro gran punto a favor (Mendoza, 2017). ORGANICOS DE CURRULAO tiene muchas oportunidades de ser un emprendimiento exitoso ya que por ser locales los dueños de las tiendas, legumbrerías y supermercados estarán satisfechos de tener un proveedor que no demore mucho en hacerle llegar sus pedidos (Mendoza, 2017).

Aliados del emprendimiento

Las alianzas estratégicas tienen mucha importancia para el desarrollo agricultura en la región, igualmente son una nueva forma de hacer negocios los cuales impulsan al desarrollo de la región de Currulao – Antioquia, contribuyendo además a unir esfuerzos en la solución de problemas específicos del sector rural. Para realizar una alianza estratégica se debe tener en cuenta la rentabilidad de dicha alianza (Osorio, 2017).

Las empresas que vaya a formar una alianza con Orgánicos del Currulao deben contribuir en capacitación profesional, laboral, producción y comercialización, esto se podría realizar con la unión de varios grupos y el trabajo en equipo.

Empresas como:

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA): Es el organismo especializado en agricultura del Sistema Interamericano que apoya los esfuerzos de los Estados Miembros para lograr el desarrollo agrícola y el bienestar rural (Osorio, 2017).

Syngenta: Se puede tener alianzas estratégicas en la validación de tecnologías agrícolas de vanguardia, el desarrollo de cursos virtuales, la agricultura digital y de precisión, la capacitación sobre límites máximos de residuos, el mejoramiento de semillas y en proyectos que impulsan la sostenibilidad de la producción de alimentos, enfocados al manejo inteligente del suelo y el agua (Mendoza, 2017).

Desde julio del 2020 el líder en innovación agrícola Syngenta y el IICA ejecutan acciones enfocadas a incrementar la productividad de los agricultores con un enfoque sostenible y proteger la seguridad alimentaria en América Latina y el Caribe (Cardona, 2015).

PepsiCo: Aliados desde octubre del 2021, la empresa PepsiCo trabaja por la recuperación de la calidad de los suelos productivos para garantizar una agricultura sostenible, próspera y eficiente en el uso de los recursos naturales. Parte de la iniciativa Suelos Vivos de las Américas, que procura la utilización de los mejores enfoques de gestión agronómica, transfiere buenas prácticas y tecnología a los productores y apalanca el desarrollo rural sostenible (Cardona, 2015).

Fondo Verde para el Clima: El Fondo Verde para el Clima (Green Climate Fund, en inglés procuran desde septiembre de 2021 apoyar iniciativas de adaptación y resiliencia

climática de la agricultura y la ruralidad en los países de las Américas. Apoyan proyectos de mitigación, adaptación y resiliencia climática en el contexto actual de cambio climático que aumenta la vulnerabilidad de los sistemas de producción de alimentos e impone grandes desafíos para garantizar la seguridad alimentaria (Cardona, 2015).

Proyección operativa y financiera

Tamaño del proyecto

Para el proyecto se tiene un potencial del mercado en 24.000 habitantes dentro del corregimiento de Currulao está adscrito al municipio de Turbo y desde hace varias décadas busca independizarse administrativamente, este corregimiento cuenta con “una población de 21.048 personas, El Instituto Geográfico Agustín Codazzi ya aprobó la propuesta de área que conformaría el nuevo municipio, que según Fernando Callejas, presidente de la “Junta Currulao Municipio”, sería aproximadamente de 501 kilómetros cuadrados. (Urango, 2016).

El área total oficial del municipio es de 373 445,13 Hectáreas (3734 km²), de los cuales el 0,27% pertenece a la zona urbana con 995,16 hectáreas, el 0,13% a área de expansión urbana con 471,31 has, y el 99.6% pertenece a su área rural con 371 978,66 has (Urango, 2016). El proyecto de Orgánicos de Currulao, buscan aprovechar 100 has para el cultivo de sus productos, generando 40 Toneladas por mes, para ser distribuidos a las diferentes cadenas de supermercados, con una comunicación que se permita a través de una aplicación móvil para la generación de los pedidos.

Instalaciones

Nuestras instalaciones tanto administrativas como de producción deben tener enfoque autosostenible y sustentable, adelantándonos como empresa a las nuevas formas de construcción haciendo esfuerzos en cumplir con la triple cuenta de resultados: economía, sociedad y medio ambiente. Las instalaciones administrativas contarán con energía y agua autosostenible a través de paneles solares, convirtiéndonos así en una empresa con impacto negativo mínimo sobre el medio ambiente tanto a nivel local como global.

Ilustración 5 *Instalaciones*

Las instalaciones de producción, contara con riegos solares, los cuales permiten bombear el agua hasta al campo de cultivo mediante energía solar. La extracción y distribución del agua se realiza sin la necesidad de usar combustible. Además, puede emplearse en lugares aislados donde no llega la corriente eléctrica (Urango, 2016).

Ilustración 6 *Instalaciones riegos solares*

A continuación, se detallan la ficha técnica del producto (bien o servicio) en donde se detalla las características para evocar los actividades, infraestructura y recursos adicionales que se necesitan:

Tabla 2 Ficha Técnica

Ficha técnica Producto Orgánico

Implantación

Se eliminan todos los obstáculos del terreno, en donde se ara y se rastrea hasta conseguir la uniformidad del suelo, cerca de la disponibilidad de agua y material vegetal que se piensa implantar.

Densidad de plantación**Manejo del cultivo**

Proceso de riego y fertilización, deshoje, deshoje, control de malezas, control de plagas y enfermedades.

Cosecha

Se realiza de forma manual según su grado, buscar formas de marcar y cuidar la fruta, a través de cintas y práctica de embolsado para proteger la fruta, de plagas, enfermedades, como daños mecánicos.

Acondicionamiento y empaque	Proceso de:
	Desflore
	Desmane
	Lavado y Desinfección
	Acondicionamiento a través de cajas de cartón corrugado, estableciendo el peso ideal para el empaque, la distancia de transporte, con la garantía dentro de la alianza en el mercado consumidor, que se dará posterior a transporte destino.

Tabla 3 *Capacidad instalada*

Conceptos	Unidad de medida
Área	1.000 ha
% de espacio utilizado	80% de la capacidad instalada

Tabla 4 *Descripción de maquinaria y elementos operativos*

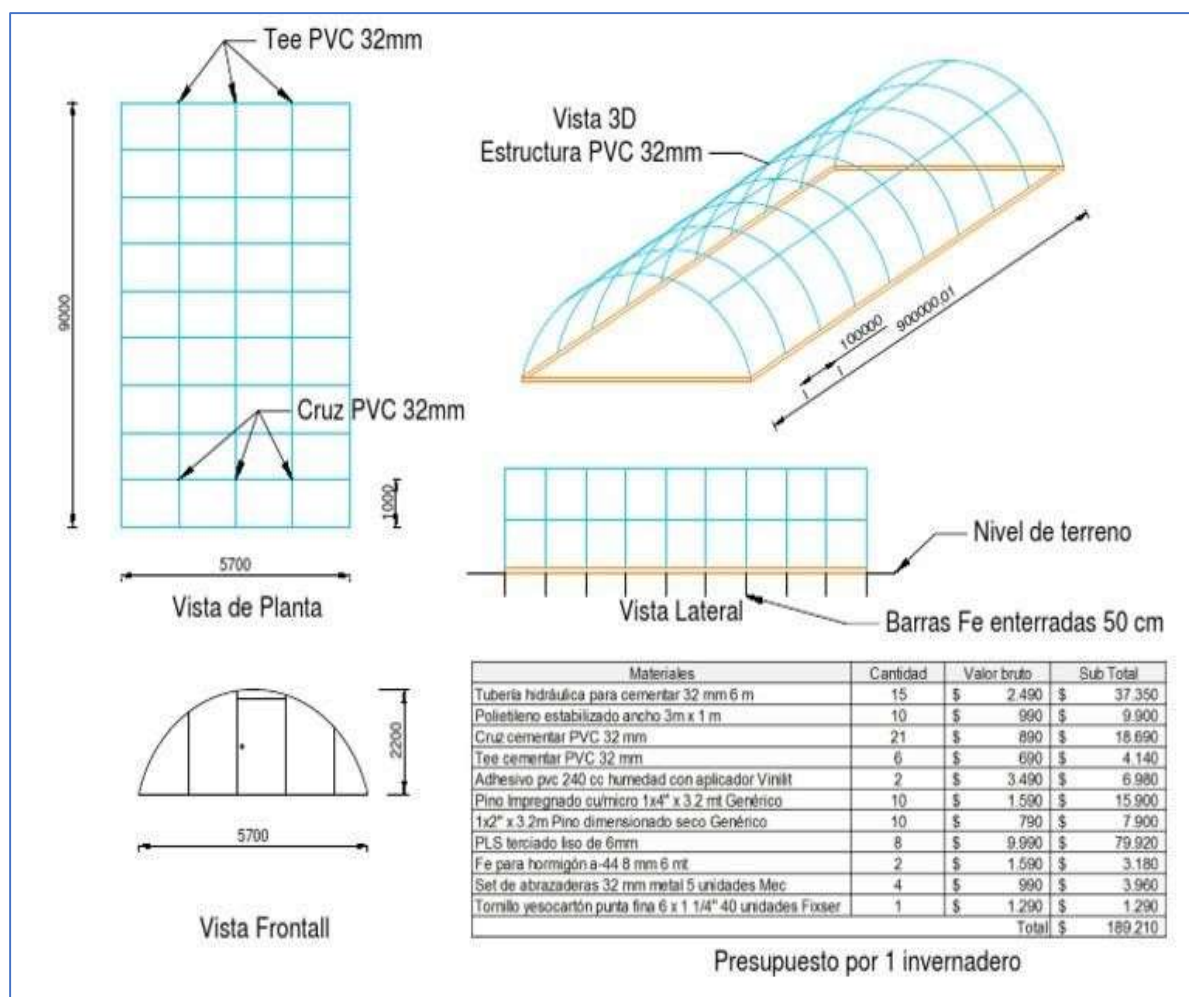
Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Tractor	1	36.000.000	36.000.000
Sembradora	1	948.000	948.000
Abonadora	1	1.015.000	1.015.000
Motobomba	2	2.500.000	5.000.000

Empacadora	2	2.600.000	5.200.000
TOTAL			48.163.000

Fuente: Balance de precios de inventarios en maquinarias agroindustriales en Medellín, 2021

Proyecciones de distribución en planta

Ilustración 7 Distribución de planta



Fuente: AMUCOL, 2021

Organigrama

Ilustración 8 Organigrama

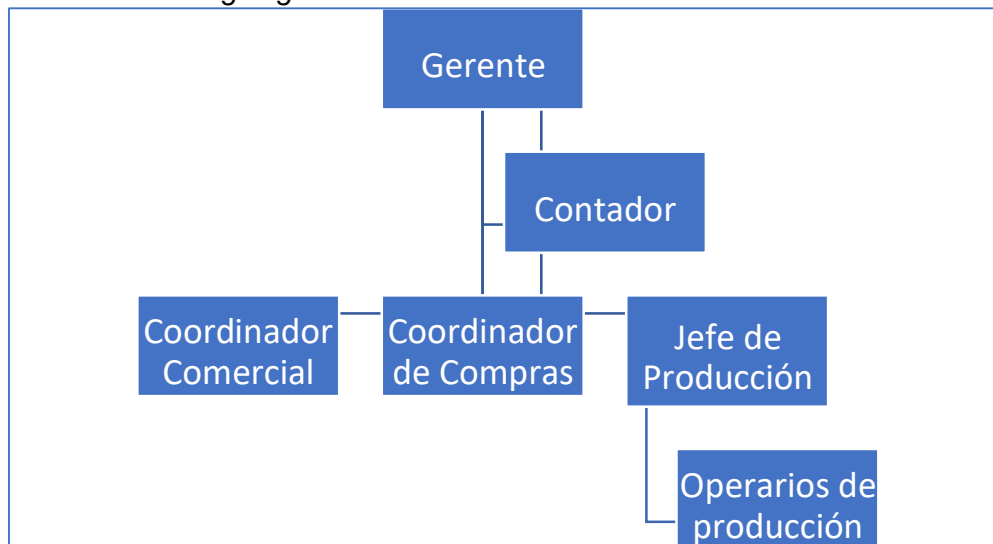


Tabla 5 Descripción de cargos

Cargo	Descripción
Gerente	Persona encargada de planear, dirigir y controlar los recursos de la empresa, como la toma acertada de decisiones para el direccionamiento estratégico.
Contador	Persona encargada del presupuesto, y de la generación de los estados financieros de la compañía.
Jefe de Producción	Persona encargada de dirigir y controlar el proceso de producción en los productos orgánicos de la compañía.
Operarios de Producción	Personas encargadas de la cosecha, siembra y empaque de los productos.
Coordinador de Compras	Persona encargada de la adquisición de insumos y materias primas para el proceso de siembra y cultivo.
Coordinador	Persona encargada de realizar los acuerdos, alianzas

Comercial comerciales, como el manejo del mercado y entrega final de la mercancía.

Proyección de sueldos

Tabla 6 Proyección de sueldos generales

Cargo	Número de Trabajadores	Sueldo	Costos Parafiscales
Gerente	1	2.500.000	8,5% Salud
Contador	1	1.500.000	12% Pensión
Jefe de Producción	1	1.800.000	0,52% Riesgos 8,33% Cesantías
Operarios de Producción	10	11.000.000	8,33% Prima 4,16% Vacaciones
Coordinador de Compras	1	1.800.000	1% Int. Cesantías 9% Parafiscales
1.800.000 Comercial	3% subsidio de		Coordinador 1 transporte
Total	15	\$20.400.000	\$10.575.360
Gran Total		\$30.975360	

Fuente: AGIBOL. 2021

Costos**Tabla 7 Equipos de oficina**

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computador	5	1.800.000	9.000.000
Sillas	5	240.000	1.200.000
Ergonómicas			
Escritorio	5	300.000	1.500.000
TOTAL			11.700.000

Fuente: AGIBOL. 2021

Procesos pre operativos**Tabla 8 Procesos pre operativos**

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Registro	1	154.000	154.000
Cámara y			
Comercio			
Póliza de seguro	1	3.000.000	3.000.000
Registro	1	800.000	800.000
ICA			
TOTAL			3.954.000

Fuente: AGIBOL. 2021

Proyección de ventas**Tabla 9** *Proyección de ventas*

productos	unidades	pesos	USD	% de incremento 3 años
Plátano	kilo	\$1.800	0,367	5%
Banano	kilo	\$1.800	0,367	5%
Mango	kilo	\$2.000	0,408	5%
Papaya	kilo	\$2.000	0,408	5%

Cacao Kilo \$2.225 0.46 7%

El precio que se tiene es precio actual con base de la central Mayorista, el porcentaje de incremento se sacó después de analizar el mercado tres años atrás y su incremento que puede tener en los próximos 3 años.

Tabla 10 *Cálculo de la demanda*

Población objetivo	21.048
Consumo promedio (mensual o anual)	Mensual
Total, consumo	40 toneladas de productos orgánicos
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)	90%
Total, demanda potencial	10.000

Tabla 11 *Proyección de ventas mensuales*

	Año 1
TOTAL	
Enero	30.000
Febrero	30.000
Marzo	30.000
Abril	30.000
Mayo	30.000
Junio	30.000
Julio	30.000
Agosto	30.000
Septiembre	30.000
Noviembre	30.000
Diciembre	30.000

Se busca que el precio de venta en el mercado se pueda ofrecer \$200 pesos menos del mercado, con el fin de tener un liderazgo de costes. Los precios de cada producto quedan de la siguiente manera: Plátano: 3.200 por kg. Banano: 2.100 por kg. Mango: 2.500 por kg. Papaya: 1.200 por kg. Cacao: 9.500 por kg

Tabla 12 *Punto de equilibrio y costos*

	Año 1
Total, costos fijos	309.000.000
Total, costos variables	50.000.000
Número de unidades	400.000 unidades
Costo total promedio unitario	1.047
Costo promedio unitario	897
Costo variable unitario	150
Precio de venta sin IVA	1.800
Precio de venta con IVA	2.200
Margen de utilidad promedio	42%
Punto de equilibrio en unidades	150.732

Tabla 13 *Proyecciones ingresos por ventas*

	Ventas esperadas miles											
	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Total ventas	66.000	66.475	66.953	67.435	67.921	68.464	68.984	69.495	69.967	70.520	71.049	71.560
Descuentos por ventas	1.320	1.330	1.339	1.349	1.358	1.369	1.380	1.390	1.399	1.410	1.421	1.431
Ventas netas	64.680	65.146	65.614	66.086	66.563	67.095	67.604	68.105	68.568	69.110	69.628	70.129
% de ventas a contado	51.744	52.116	52.491	52.869	53.250	53.676	54.083	54.484	54.854	55.288	55.702	56.103
% de ventas a crédito	12.936	13.029	13.123	13.217	13.313	13.419	13.521	13.621	13.714	13.822	13.926	14.026

Tabla 14 *Proyecciones de ingresos por ventas*

	Año 1
Total, ventas	824.823.0000
Descuentos por ventas	16.496.000
Ventas netas	808.327.000
% de ventas a contado	646.661.000
% de ventas a crédito	166.665.000

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 de marketing	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	36
Otros gastos	500	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	
Total egresos	42.472	42.251	42.280	42.309	42.338	42.368	42.398	42.428	42.458	42.489	42.520	42.550	
Flujo mensual (diferencia entre los ingresos y los egresos)	22.208	22.895	23.334	23.777	24.224	24.727	25.206	25.677	26.109	26.621	27.109	27.578	

Tabla 16 *SalDOS acumulados (en miles)*

	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Flujo mensual	22.208	22.895	23.334	23.777	24.224	24.727	25.206	25.677	26.109	26.621	27.109	27.578
Flujo mensual acumulado												
	22.208	45.103	68.437	92.214	116.438	141.165	166.371	192.048	218.158	244.779	271.887	299.465

Tabla 17 *Inversión total*

Rubro	Concepto	Valor
Activos fijos	Maquinaria y equipo	48.163.000
	Equipo de oficina	10.500.000
	Terrenos	20.000.000
	Muebles y enseres	1.200.000
	Equipo de transporte	20.000.000
Instalaciones y puesta en marcha	Estudios de investigación	1.000.000
	Adecuación del local o espacio de producción	
	Gastos legales de constitución	3.800.000
	Marketing	12.000.000
	Arriendo	0
Capital de trabajo	Sueldos	20.400.000
		10.000.000
TOTAL		147.063.000

Fuentes de capital de inversión: Para iniciar el proyecto, la fuente de financiamiento será de recursos propios a partir del aporte de los socios del proyecto. Si el proyecto requiere mayor apoyo financiero se solicitará el respectivo crédito bancario en otro momento.

Conclusiones

Para la formulación de proyectos se debe tener presente la importancia de las estrategias de marketing y de posicionamiento que le permita a este emprendimiento diferenciarse de la competencia y ser innovador para obtener la cuota de mercado necesario buscando obtener su estabilidad y el funcionamiento a largo plazo, creando soluciones de forma periódica y constante con el objetivo de que este a la vanguardia anticipándose los posibles cambios que se puedan presentar dentro del mercado, por esta razón se creó una página web donde se puede interactuar con los clientes para generar pedidos que permitan satisfacer las necesidades de los consumidores finales, manteniendo una comunicación hacia la nueva era digital que implica adquirir herramientas tecnológicas y mantener estrategias involucrando estas tendencias, así permitirá tener el éxito del proyecto a largo plazo, solucionando la problemática planteada que asegura la calidad de vida de las madres cabeza de hogar junto con sus familias.

Así mismo es necesario conocer los recursos operativos y financieros para dar cumplimiento con el proyecto, de esta forma buscar los recursos necesarios a través de créditos financieros que se ajusten a las necesidades del proyecto, realizar una proyección de los ingresos que se esperan obtener en el primer año, buscando alcanzar el punto de equilibrio y de esta manera generar utilidades, teniendo presente que se busca la sostenibilidad a mediano y largo plazo, por esta razón se tiene presente todos los costos fijos y variables para llevar al cabo el proyecto, esto a su vez aprovechando las tecnologías de la información, por lo que se tendrá las herramientas también tecnológicas necesarias.

Bibliografía

Cardona, E. M. (2015). Modelo de negocio con enfoque social en Antioquia.

Mendoza, C. (2017). Productos organicos en el mercado.

Osorio, J. D. (2017). Situacion social y economica de las mujeres en Colombia.

Urango, J. (2016). Municipalización del corregimiento de Currulao, una propuesta y un sueño de sus habitantes.

https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/15195/1/UrangoJonatan_2016_MunicipalizacionCorregimientoCurrulao.pdf