

FORTALECIMIENTO GERENCIAL PARA ASOEMPRO

**FRANCY HELENA FALLA MORA
JUAN ORLANDO CRUZ CELIS
LUZ DARY IDÁRRAGA FARFÁN**

**UNIMINUTO – CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESPECIALIZACIÓN GERENCIA SOCIAL
BOGOTÁ
2011**



FORTALECIMIENTO GERENCIAL PARA ASOEMPRO

**FRANCY HELENA FALLA MORA
JUAN ORLANDO CRUZ CELIS
LUZ DARY IDÁRRAGA FARFÁN**

Proyecto Integrador Instrumentos Gerenciales

Asesor:

ARMANDO ALFARO VALERO

**UNIMINUTO – CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESPECIALIZACIÓN GERENCIA SOCIAL
BOGOTÁ
2011**

CONTENIDO

1.-INTRODUCCIÓN.....	4
2.-JUSTIFICACIÓN.....	6
3.-MARCO TEÓRICO	8
4.-MARCO CONTEXTUAL DEL PROYECTO.....	19
5.-PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN.....	23
5.1.-CARACTERIZACIÓN DE ASOEMPRO.....	23
5.2.-OBJETO DE ASOEMPRO.....	24
5.3.- PORTAFOLIO DE SERVICIOS	25
6.- PLAN ESTRATÉGICO.....	27
7.- PLAN SOCIAL E INDICADORES.....	32
8.- PLAN DE MERCADEO	36
9.- LINEAMIENTOS INSTITUCIONALES PARA LA PREVENCIÓN O RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS	45
10.- PLAN ESTRATÉGICO DE POSIBLES ALIADOS.....	47
11- ESTRATEGIAS PARA LA CONSECUSSION DE RECURSOS	49
12.- FACTORES DE RIESGO AMBIENTAL.....	50
13.-CREACIÓN INSTRUMENTO DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL.....	52
1.- REFERENTE CONCEPTUAL	52
2.- ALCANCE DE APLICACIÓN	54
3.- ESCENARIO DE APLICACIÓN.....	54
4.- DISEÑO DEL INSTRUMENTO E INDICADORES	54
14.- PROSPECTIVA DEL PROYECTO	57
15.- CONCLUSIONES	59
BIBLIOGRAFÍA	61
ANEXOS	



"Solo cuando el último árbol esté muerto, el último río envenenado, y el último pez atrapado, te darás cuenta que no puedes comer dinero".

SABIDURÍA INDOAMERICANA

1. INTRODUCCIÓN

Los problemas ambientales existentes se han convertido en una problemática social, de tal magnitud que está afectando, no solo a un gremio pequeño de la población, sino que es un tema tan exigente, arduo y abstracto, que afecta e involucra a toda la sociedad, incluidas las ciencias más exactas que existen en el mundo.

Uno de los sectores que sufre estas consecuencias es el área agrícola ya que allí hay un buen porcentaje de población que no tiene una suficiente colaboración de parte del gobierno. Es por esto que muchos agricultores toman la iniciativa de buscar otras alternativas y hacer frente a los problemas medio ambientales, a través de la utilización de abono orgánico, como una forma de incrementar sus cosechas y restablecer los suelos.

Un ejemplo de esto es la Asociación de Emprendedores en Procesos Orgánicos “Asoempro”, empresa en la que ha sido desarrollado este trabajo. A pesar del corto tiempo que Asoempro lleva como asociación ha logrado establecer una serie de servicios en bien de los agricultores, con el fin de proporcionarles ayudas en sus labores agrícolas obteniendo así la recuperación de suelos, una producción sana, cuidado del medio ambiente, buena utilización de los recursos naturales y un desarrollo sostenible.

Como la empresa se va desarrollando rápidamente, se hace necesario crear un portafolio de servicios, para ofrecer un producto competitivo y reconocido en el área agrícola como abono orgánico de buena calidad, de fácil utilización y de un costo favorable a los clientes.

Durante este proyecto el equipo de Gerencia Social brinda aportes que fortalecen el funcionamiento y progreso de la Asociación, basados en los conocimientos adquiridos durante el semestre cursado, tales como diseño del portafolio, realización del mapa estratégico de la Asociación, elaboración de la matriz de del plan social, creación de estrategias de mercadeo como el diseño de un punto de atención al cliente, y cambio en la presentación del empaque del producto, propuesta para la organización de un comité de bienestar, diagnóstico de posibles aliados y donantes, alternativas para contrarrestar los posibles factores de riesgo ambientales causados por la Asociación, propuesta de un instrumento de desarrollo organizacional.

2.- JUSTIFICACIÓN

Colombia es un país agrícola gracias a sus diferentes suelos, topografía y climas que existen a lo largo y ancho del territorio. Así como se cuenta con buenos recursos, hay que cuidarlos y darles una buena utilización. El suelo es un elemento frágil del medio ambiente, un recurso natural no renovable puesto que su velocidad de formación y regeneración es muy lenta, mientras que los procesos que contribuyen a su degradación, deterioro y destrucción son mucho más rápidos.

Es obvio que los agricultores han utilizado nuevos métodos con el fin de obtener mayor producción y poder cubrir las necesidades de la sociedad. Muchas de las nuevas experiencias han sido copiadas de países desarrollados en particular la utilización de productos agroquímicos que han traído como consecuencia la degradación de los suelos. Teniendo en cuenta los argumentos teóricos de mercadeo es necesario dar a conocer el producto y los servicios ofrecidos por Asoempro, lo que implica diseñar un portafolio de servicios que de forma clara, creativa y masiva que ubique el producto de la Asociación en la Región y el país, con la ayuda del punto de promoción y la nueva presentación del abono en empaque biodegradable y propio de la Región.

En las últimas décadas, todos los países del mundo han dado gran importancia al estudio de los problemas medio ambientales y se ha convertido en una preocupación general. Y como consecuencia de estas reflexiones muchas instituciones medio ambientales se han visto en la necesidad de proponer y

estimular nuevos proyectos, que restituyan los suelos afectados por los agroquímicos. Actualmente se hace énfasis en la agricultura orgánica que tiene como fin principal la producción limpia y sana para el consumo. Indiscutiblemente la producción orgánica debe estar acompañada de tierras conservadas naturalmente o la recuperación de las mismas con abono orgánico.

¿Por qué es importante el abono orgánico?

La importancia del abono orgánico surge de la imperiosa necesidad que se tiene de mejorar las características físicas, químicas y biológicas del suelo, lo que redundaría en el aumento de su fertilidad, así como de reducir la aplicación de fertilizantes y plaguicidas sintetizados artificialmente, cuyo uso frecuente o excesivo ocasiona problemas graves de contaminación.

La asociación de emprendedores en procesos orgánicos, busca entrar a jugar un papel importante en el campo agrario en particular, en la recuperación de los suelos, mayor cuidado del medio ambiente y mejor utilización de los recursos naturales. Además se propone capacitar al agricultor para que descubra nuevas formas de obtener una buena producción y hacer parte de una cultura sobre el manejo adecuado medio ambiental, se busca disminuir la dependencia de productos químicos en los distintos cultivos, proponiendo una alternativa fiable y sostenible con el abono y la asistencia técnica de Asoempro.

De igual condición en la parte de la sostenibilidad busca ayudarlo a valorar el marco energético de las materias primas de sus fincas que combina lo económico y social de la comunidad.

3.- MARCO TEÓRICO

La Gerencia social entra a tomar parte en los proyectos que buscan ante todo el desarrollo del bien común de la sociedad. El punto fuerte de la Gerencia social es el desarrollo social y económico de todos los integrantes de la sociedad de manera equitativa. Es aquella que aumenta el capital social de la organización; por intermedio de valores como equidad, justicia y dignidad en el trabajo que aumentan la confianza, legitimidad y credibilidad que la organización refleja hacia el interior y hacia el exterior; y se encarga de preocuparse de mejorar y no empeorar el medio ambiente para las futuras generaciones.

La Gerencia social conduce al ser humano a pensar poniéndose en el lugar del otro y entender como lo que se decida y lo que se haga va a afectar a todas las partes involucradas incluyendo al medio ambiente. Es poner al ser humano al mismo nivel o por arriba que lo económico y político.

El cuidado del medio ambiente es RESPONSABILIDAD DE TODOS, y la gerencia Social aporta elementos vitales para la corresponsabilidad y cuidado del ecosistema: “Es un modelo de gestión gerencial que adapta los valores de la responsabilidad social corporativa ya sea empresaria, pública, ONG que tiene como objetivo principal el desarrollo sostenible que incluye entre otros la inclusión social, igualdad, valores, ética”¹.

¹ www.redunirse.org/files/Reflexiones_de_Gerencia_Social.pdf

En el trabajo que Gerencia Social realiza a todos los niveles y su prioridad es evitar al máximo la contaminación del medio ambiente y lograr conseguir una producción sana sin causar efectos nocivos al ser humano y su entorno. Actualmente se tiene la preocupación sobre la agricultura que busca obtener grandes producciones en corto tiempo con la utilización de agroquímicos. “Existen estadísticas que la producción de fertilizantes supera los 100 millones de toneladas por año y la demanda sigue en aumento. Su producción consume el 1.3% de la energía mundial, lo cual tiene a su vez implicaciones ambientales: CO2, residuos radiactivos, presas, etc. En ocasiones, su uso abusivo ha sido fomentado por los propios fabricantes (BRUNO, 1998) produciendo una serie de consecuencias negativas, tanto ambientales como económicas: contaminación de acuíferos, ríos, lagos y aguas costeras. A partir de todos los cambios producidos en el medio ambiente implica que toda la sociedad entre a contribuir al cuidado del medio ambiente”².

Se concibe el Desarrollo Organizacional como el esfuerzo libre e incesante de la gerencia y todos los miembros de la organización en hacer creíble, sostenible y funcional a la Organización en el tiempo, poniéndole énfasis en el capital humano, dinamizando los procesos, creando un estilo y señalando un norte desde la institucionalidad. **En otras palabras, el desarrollo organizacional se refiere a cambios planificados en la organización que se concentran en la calidad de las relaciones humanas**³.

² CARSON, R.: Silent spring. Houghton Mifflin. Boston, 1962

³ Héctor Pauchard Hafemann Desarrollo Organizacional: sus Ventajas y Procedimientos. <http://www.relaciones-humanas.net/desarrolloorganizacional.html>

El [Desarrollo Organizacional](#) tiene que armonizar al menos tres elementos que confluyen en la existencia de cualquier Organización: 1) los requerimientos de ella para subsistir en condiciones satisfactorias, 2) las exigencias del medio en que la organización se desenvuelve (desde la adecuación a [leyes](#) y reglamentos hasta las exigencias siempre presentes del [mercado](#), la opinión pública, etc.) y 3) los requerimientos individuales y sociales del recurso humano que conforma los equipos que le dan vida. y permiten el desarrollo de la organización.

Porter y Lawler (en Hodgetts y Altman, 1991) plantean que la satisfacción es el resultado de la motivación con el desempeño del trabajo (grado en que las recompensas satisfacen las expectativas individuales) y de la forma en que el individuo percibe la relación entre esfuerzo y recompensa.

El modelo plantea que los factores que inciden directamente sobre la satisfacción son las recompensas intrínsecas (relaciones interpersonales, autorrealización, etc.); y el nivel de recompensa que el individuo cree que debe recibir. Los tres factores antes mencionados son resultado del desempeño o realización en el trabajo.

Los determinantes del desempeño y la realización en el trabajo, no se reducen sólo a la motivación del individuo hacia éste, sino que incluyen las habilidades y rasgos del individuo y el tipo de esfuerzo que la persona cree esencial para realizar un trabajo eficaz

“La persona es un ser de necesidades múltiples e interdependientes. Las necesidades humanas deben entenderse como un sistema en el que ellas se interrelacionan e interactúan. Simultaneidades, complementariedades y

compensaciones son características propias del proceso de satisfacción de las necesidades”⁴. Por lo tanto el Desarrollo Organizacional debe responder a estas características humanas.

Para los impactos medio ambientales se tienen alternativas viables, una de ellas es la utilización de ABONO ORGÁNICO, como estrategia a la recuperación de los suelos deteriorados por los agroquímicos.

“El Abono orgánico, son sustancias fertilizantes procedentes de residuos humanos, animales o vegetales que aportan a las plantas elementos nutricionales indispensables para su desarrollo, mejorando la fertilidad del suelo”⁵.

El abono orgánico, de acuerdo al procedimiento que se realice en su fabricación, puede ser de diferentes tipos:

Abonos verdes

Consiste en incorporar al suelo plantas verdes, con altos contenido de aguas y proteínas y poco contenido de lignina. Esto se hace con la finalidad de restaurar la producción de los suelos, ya que éste sistema funciona como fuente proveedor de nutrientes y materia orgánica. Estas plantas tienen la característica de atrapar nitrógeno y almacenarlo en los nódulos de las raíces a este proceso se le denomina “fijación de nitrógeno. Las plantas que se utilizan para esta práctica son (frijol, soya, arveja, y leguminosas)”⁶.

⁴ Manfred Max-Neef, Antonio Elizalde y Martin Hoppenhayn. Desarrollo a Escala Humana. <http://www.neticoop.org.uy/IMG/pdf/DesEscalaHumana.pdf>.

⁵ CONSUMOTECA, Consumidores bien informados. www. Infoagro.com , www.elhogarnatural.com

⁶ Manual producción ecológica con énfasis en cultivos tropicales. VIFINEX.

El compost.

El compost es un abono natural que se forma a partir de materiales vegetales y otros restos orgánicos. En 1905 – 1947 Albert Howard le dio gran importancia a la investigación sobre el compost y se basó en sus conocimientos científicos y los combinó con la experiencia de los campesinos.

El compostaje es una tecnología de bajo costo que permite transformar residuos y subproductos orgánicos en materiales biológicamente estables que pueden utilizarse como abono del suelo, disminuyendo el impacto ambiental de los mismos y posibilitando el aprovechamiento de los recursos que contienen en estado sólido, debido a la actividad secuencial de una gran diversidad de microorganismos.

Abono Bacashi:

Bacashi, es un compost, su significado viene de la palabra japonesa, que significa materia orgánica fermentada. Los materiales para la preparación: Carbón, gallinaza, cascarilla de arroz, maleza, tierra negra, agua, carbonato de calcio, cal agrícola, tierra común y demás residuos de la fincas. El proceso de fabricación se hace a través de la mezcla de los residuos y se tiene que voltear dos veces por día hasta los primeros 5 días y luego hasta los 10 días una sola vez. “Posteriormente hay que dejarlo hasta que su temperatura llegue a la del medio ambiente, quedando listo para su utilización”⁷.

Abono orgánico Asoempro

⁷ Proyecto regional de fortalecimiento de la vigilancia fitosanitaria en cultivos de exportación no tradicional-VIFINEX Republica de China – OIRSA.

Es un compost que se obtiene a partir de la transformación de las materias primas de las fincas (estiércol de ganado, residuos de pos cosechas). Además a este proceso se le agrega Nitrógeno, fosforo, potasio, cobre. Estos elementos se le mezclan de acuerdo a los resultados de los análisis de los suelos o de los cultivos. El proceso de transformación desde su inicio hasta su maduración adecuada para su utilización es de 20 días. Hay que destacar que el trabajo para el proceso de transformación es más sencillo ya que el volteo solo se hace una vez por día durante los primeros 5 días y luego se hace 1 vez cada dos días hasta completar los diez o doce días dependiendo del proceso de fermentación que se obtenga, logrando una temperatura de 50°C. Luego el calor interno del compost empieza a descender hasta llegar a la temperatura ambiental lo que indica que en 20 días máximos el abono está listo para empacarlo y ser distribuido a los clientes.

La fabricación y utilización del abono orgánico conlleva a que los agricultores tengan alternativas de negocios inclusivos autosostenibles que les lleva a mejorar sus cosechas e incrementar sus ingresos.

Siendo los negocios inclusivos iniciativas empresariales económicamente rentables y ambientales, que permiten la participación de personas con bajos recursos económicos desenlazándose una cadena de valor de tal manera, que logra capturar la el valor para sí mismo y mejorar sus condiciones de vida. "PROSPERAR AYUDANDO A LOS DEMAS". Donde el negocio central genera impacto social y ambiental positivo.

La lógica del mutuo beneficio a través de la estrategia innovadora, como es el negocio inclusivo ha logrado el acceso a ciertos productos y servicios, clave y estratégicos, que permite romper círculos viciosos de pobreza e iniciar proceso de construcción de tejido social, comunidad, empoderamiento y riqueza.

En los negocios inclusivos, el objetivo principal es mejorar la calidad de vida de los sectores con ingresos bajos, a partir del acceso a servicios básicos esenciales de mejor calidad y/o a un menor precio, y usar más eficientemente los recursos comunitarios existentes para suplir sus necesidades básicas, de manera sostenible y efectiva.

Se puede decir que hay dos tipos de negocios inclusivos que son: como socios, proveedores o distribuidores cuando la empresa incorpora a las personas de bajos ingresos como socios empresariales, proveedores de materia prima o de servicios o distribuidores. Al incluir a pequeños empresarios en su cadena de valor las empresas crean empleo y aceleran la transferencia de habilidades. Y como consumidores cuando la empresa pone en el mercado productos y servicios de calidad, que satisfacen las necesidades de las personas de bajos ingresos a precios y condiciones accesibles. Los indicadores de éxito son generalmente: número de personas, familias, comunidades con necesidades básicas satisfechas de manera sostenible.

Los negocios inclusivos se caracterizan por presentar garantías de sostenibilidad (económica, ambiental y social) en el tiempo. Su aplicación implica la construcción de una relación de confianza entre las partes, a partir de una colaboración activa y equitativa, siendo los factores críticos de éxito; la confianza que es la base para un

modelo sostenible en el tiempo; se debe basar en la tolerancia y el respeto para alcanzar la solidaridad y la cooperación; nivel de fortalecimiento que adquiere la comunidad para ser agentes de su propio desarrollo; la capacidad de los miembros de la comunidad de utilizar sus fortalezas y habilidades para liderar o dirigir diferentes procesos o aspectos fundamentales para el éxito y sostenimiento del modelo; y capacidad del modelo de mantener su operación en el mediano plazo, sin depender de inversiones adicionales de recursos para sostener la operación, ni de la presencia permanente o parcial de los promotores, pivotes o asesores iniciales.

“Los beneficios de los negocios inclusivos para los socios, proveedores y distribuidores:

Para la empresa

- Seguridad de abastecimiento.
- Trazabilidad y control de calidad de la materia prima
- Menores costos de transacción
- Riesgos compartidos
- Acceso al conocimiento y a las redes locales
- Mejor relación con el gobierno
- Posicionamiento en nuevos de mercado justo.

Para la población:

- Precios y condiciones justas
- Ventas aseguradas

- Creación y expansión de oportunidades de trabajo
- Capacitación y asistencia técnica
- Transferencia de conocimientos y tecnología
- Acceso al financiamiento
- Participación en un ambiente empresarial y de inversión”⁸.

Los negocios inclusivos y la autosostenibilidad permiten que el agricultor tome conciencia de la necesidad de mejorar sus procedimientos de cultivo y esto le lleva a unir la eficiencia con la visión de empresa.

La ecoeficiencia ha sido ampliamente aceptada en el mundo empresarial y de negocios, ya que combina algunos aspectos que interesan a este sector: Economía y medio ambiente. Debido a su contribución al aumento de la prosperidad económica con un uso más eficiente de los recursos y menos generación de contaminación. Sus objetivos están orientados a evaluar internamente el desempeño de la organización y servir como herramienta para la toma de decisiones. Por tanto requiere fijar metas, iniciar medidas y acciones enfocadas a mejorar el desempeño económico-ambiental y funcionar como base de las estrategias de comunicación interna y externa.

A lo largo de los años, la ecoeficiencia ha tenido un amplio rango de interpretaciones, pero Hinterberger y Stiller (1998) coinciden en que todas tienen en común el interés por un uso más eficiente de los recursos naturales.

⁸ <http://www.colombiaincluyente.org/verart.php?id=88> noviembre 25 del 2011

¿Qué tiene de especial la Ecoeficiencia? En cierto modo, existen múltiples conceptos e iniciativas ambientales que enfatizan en la importancia de producir o hacer más con menos. Por ejemplo, el concepto de producción limpia del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, el cual promueve diseños ambientalmente amigables y prevención de la contaminación. Sin embargo, la ecoeficiencia tiene otras características que se pueden sintetizar así: Enfatiza en la creación de valor, en la durabilidad, en el largo plazo, en objetivos para el mejoramiento continuo, vincula la excelencia ambiental con la excelencia empresarial y considera tanto el consumo como la producción sostenible (DeSimone y Popoff, 1997).

La ecoeficiencia emerge como una respuesta administrativa frente a los asuntos asociados con los desechos provenientes de los procesos productivos (Jollands et al, 2004), y/o, la eficiencia con la cual los recursos ecológicos son usados para satisfacer las necesidades humanas (Mickwitz et al, 2006). Núñez (2006), Leal (2005) y Bartolomeo (2003) señalan los dos pilares imprescindibles de la ecoeficiencia. El primero se refiere a reducir la sobreexplotación de los recursos naturales logrando un uso más sostenible de ellos. El segundo, disminuir la contaminación asociada a los procesos productivos. Sin embargo, el potencial de esfuerzo va más allá, busca avanzar hacia un incremento de la productividad de los recursos naturales, incluyendo los energéticos, así como reducir los impactos ambientales a lo largo de todo el ciclo de vida del producto.

Por otra parte, la ecoeficiencia es una oportunidad de negocio que permite a las empresas ser más responsables en el ámbito ambiental siendo a la vez más rentables. Adicionalmente, permite fomentar la innovación y por lo tanto el crecimiento y la competitividad, siendo un proceso dinámico cuyas ideas pueden surgir a lo largo de todo el ciclo de vida del producto o servicio (WBCSD, 2000). No se trata de dividir la organización con la implementación de la RSE y la ecoeficiencia en la búsqueda del desarrollo sostenible, sino por el contrario integrarlas de una manera sistémica. Por su parte, Porter y Linde (2000) indican que las empresas pueden generar beneficios con la ecoeficiencia, los cuales deben ser dados a conocer al público en general a través de un portafolio de servicios.

El portafolio de servicios es un documento que contiene información básica y breve sobre una empresa. Su objetivo principal es brindar al cliente externo datos precisos sobre la organización, tales como el tipo de productos o servicios que ofrece para que el cliente distinga e identifique la compañía de su competencia. También cumple la función publicitaria porque es una forma de promocionar a la empresa.

4.- MARCO CONTEXTUAL DEL PROYECTO

“Asoempro” Asociación de Emprendedores en Procesos Orgánicos, es una Asociación sin ánimo de lucro que se creó en el año 2007, como iniciativa de un grupo de campesinos preocupados por la degradación de los suelos y el bajo rendimiento en la producción. En la medida que el tiempo y la experiencia ha ido

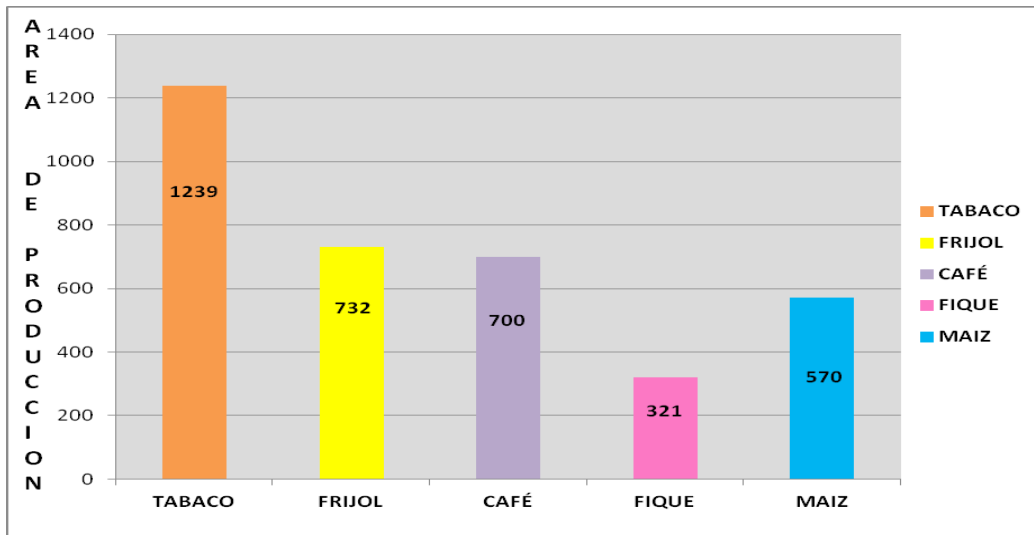
avanzando a nivel de la asociación, se ha venido estableciendo una serie de servicios en bien de los agricultores, con el fin de proporcionarles ayudas en sus labores agrícolas obteniendo así la recuperación de suelos, una producción sana, cuidado del medio ambiente, buena utilización de los recursos naturales y un desarrollo sostenible. Debido a esto se hace necesario crear un portafolio de servicios de la empresa, para promocionar los beneficios y ventajas propias del producto de Asoempro. Además entrar a ser un producto competitivo y reconocido en el área agrícola como abono orgánico de buena calidad, de fácil utilización y de un costo favorable a los clientes.

El proyecto se desarrolla en la Vereda de Palo Blanco, municipio de Curití, situado al oriente de Colombia, en el departamento de Santander, Suramérica. Sobre la carretera Panamericana Bucaramanga-Bogotá.

El clima de la región es cálido con temperaturas máximas de 35 grados centígrados y régimen de lluvias con promedio de 1400 milímetros al año. Los suelos son en un 80% ácidos y escasos de cobertura vegetal, así mismo la geomorfología es montañosa con pendientes hasta de 45 grados.

Las fuentes hídricas del sector son escasas debido a la condición geográfica de la región, teniendo de este modo gran dificultad para el abastecimiento de agua a todas las familias de la zona, ya que solo se cuenta con una pequeña corriente de agua y de algunos pequeños nacimientos en el área rural del municipio.

En la región de Curití sobresalen los cultivos de frijol, maíz, tabaco, café y árboles frutales, en menor escala fique, y algunas hortalizas destinadas al consumo familiar. La economía se basa fundamentalmente en la producción agropecuaria, las artesanías en fique (fibra extraída de una hoja). Hay que destacar que la agricultura no proporciona buenos ingresos a las familias debido a la mala producción que se origina en la infertilidad de los suelos, elevados costos de los abonos químicos que los campesinos requieren para sus cultivos.



FUENTE: Plan de Desarrollo del municipio de Curití

El municipio de Curití cuenta con una población aproximada de 11.343 habitantes de los cuales el 70% corresponde al área rural dedicada a las labores agropecuarias de la zona, como fuente de entrada económica para sus familias.

POBLACIÓN POR SEXO Y GRUPOS DE EDAD

EDAD EN GRUPOS DECENALES

	HOMBRE	MUJER	TOTAL HABITANTES
0 a 9 años	1174	1168	2342
10 a 19 años	1202	1155	2357

20 a 29 años	789	807	1596
30 a 39 años	791	752	1543
40 a 49 años	661	632	1293
50 a 59 años	456	490	946
60 a 69 años	344	325	669
70 a 79 años	203	223	426
80 años o más	84	87	171
Total	5704	5639	11343

FUENTE: Plan de Desarrollo del municipio de Curití

El municipio cuenta con 33 veredas con respectivas escuelas, así mismo cuenta con un colegio en el área urbana, que acoge a todos los jóvenes de la zona rural que han terminado su primaria. La mayoría de los jóvenes no continúan sus estudios secundarios y superiores debido a la pobreza que abarca las familias de la región; de este modo muchos de ellos emigran a la ciudad en busca de mejores condiciones de subsistencia ya que en el campo, no se cuenta con tecnologías adecuadas para mejorar la productividad en sus labores agropecuarias.

CATEGORÍA		ALUMNOS MATRICULADOS
Primaria	666	730
Secundaria	1509	1348
Preescolar	69	62
Subtotal	2244	2140
SAI	122	153
Adultos	122	66
	2488	2359

FUENTE: Plan de Desarrollo del municipio de Curití

5.- PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

5.1.- CARACTERIZACIÓN DE ASOEM

La Asociación de Emprendedores en F
organización sin ánimo de lucro, que
residuos orgánicos que se generan al



abonos biológicos, que no alteran el ecosistema y mejoran la producción agrícola de los campesinos menos favorecidos.

Esta asociación nació a partir de la reflexión conjunta con los agricultores de la región. Ellos preocupados por el constante deterioro de los suelos, debido a la utilización de los agroquímicos y los elevados costos de los mismos para la producción agrícola. Es así como en el año 2007, se dio inicio a la organización de esta asociación con la participación de un grupo de 28 usuarios que se reunían mensualmente para formalizar la idea y dar inicio a la misma. De esta forma, se adquirió un terreno en arrendamiento para construir un local y dar comienzo a la fabricación manual de abono orgánico. La producción actualmente es mínima debido a la falta de equipos, sin embargo la demanda de abonos de parte del agricultor es constante puesto que las personas que lo han utilizado han visto el mejoramiento de las tierras y rentabilidad en la producción. En conclusión Asoempro, está preocupada por continuar con este proyecto que está encaminado a sostener el medio ambiente, el mejoramiento de la producción agrícola y evitar así la emigración a las zonas urbanas, de igual forma brindarle al agricultor elementos de producción efectivos y más rentables.

MISIÓN:

Asociación de esfuerzos integrados basados en los principios del respeto por la dignidad del ser humano y el buen uso y aprovechamiento de los recursos naturales mediante la aplicación de técnicas y elementos biodegradables y

prácticas agrológicas que propicien el desarrollo sostenible del sector agropecuario.

VISIÓN:

Asoempro, en un plazo de cinco años, será reconocida como empresa auto sostenible de carácter regional y con proyección nacional como la entidad promotora y líder en la producción, comercialización y aplicación de abonos orgánicos para cada cultivo dependiendo de su estado y requerimiento nutricional.

5.2.- OBJETO DE ASOEMPRO:

El propósito de LA ASOCIACIÓN es servir de medio de integración y desarrollo a las personas que adelantan acciones relacionadas con la preservación, conservación y protección de los recursos naturales renovables y no renovables, a través de planes, programas, proyectos y actividades que mejoren la calidad de vida y satisfagan las necesidades e intereses de los Asociados y de la comunidad en general.

Las Políticas Públicas de Colombia fundamentan el objeto de Asoempro en la elaboración de abonos orgánicos y la recuperación de los suelos degradados por los agroquímicos. Colombia es uno de los primeros países en Latinoamérica que propuso una normativa acerca del manejo y protección de los recursos naturales y el medio ambiente:

“**ARTICULO 1o.** Principios Generales Ambientales. La Política ambiental colombiana seguirá los siguientes principios generales:

1. El proceso de desarrollo económico y social del país se orientará según los principios universales y del desarrollo sostenible contenidos en la Declaración de Río de Janeiro de junio de 1992 sobre el Medio Ambiente y Desarrollo.
3. Las políticas de población tendrán en cuenta el derecho de los seres humanos a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza.
7. El Estado fomentará la incorporación de los costos ambientales y el uso de instrumentos económicos para la prevención, corrección y restauración del deterioro ambiental y para la conservación de los recursos naturales renovables.

ARTICULO 3o. Del Concepto de Desarrollo Sostenible. Se entiende por desarrollo sostenible el que conduzca al crecimiento económico, a la elevación de la calidad de vida y al bienestar social, sin agotar la base de recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus propias necesidades”⁹.

5.3.- PORTAFOLIO DE SERVICIOS

La empresa no cuenta con un portafolio de servicios, por lo tanto el equipo creador de este proyecto, estudiantes de Gerencia Social en el ciclo de Instrumentos Gerenciales, propone el diseño de este portafolio, como aporte a la Asociación.

Para mayor información, ver anexo No. 1:

⁹ Constitución Política de Colombia.

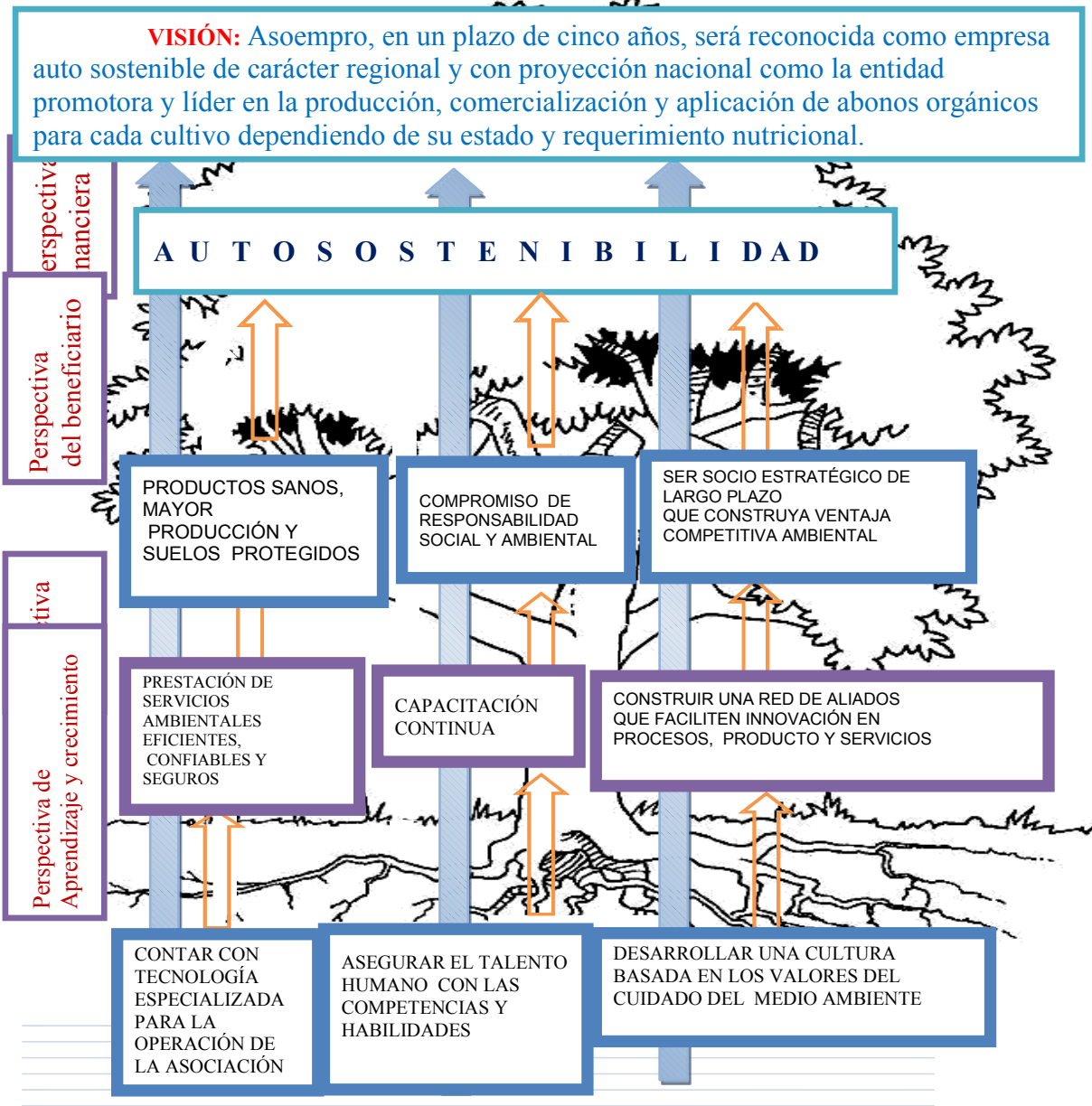


PORTAFOLIO DE
SERVICIOS.pdf

6.- PLAN ESTRATÉGICO

Después de realizar el diagnóstico a la Asociación Asoempro, se llega a la conclusión de realizar el siguiente mapa estratégico que se espera, sea realizado en un plazo de cinco años.

MAPA ESTRATÉGICO DE ASOEMPRO:



El mapa estratégico resume las cuatro fuentes principales que son: la perspectiva financiera, la perspectiva del beneficiario, la perspectiva interna, y perspectiva de aprendizaje y crecimiento. Todo ello nos conduce al cumplimiento de la visión establecida en la asociación, que es la autosostenibilidad como prioridad principal. Basados en los principios de Asoempro que son:

- **Transparencia:** Es el primer principio que la Asociación ha colocado como base para el buen funcionamiento de la misma. Ella se rige sobre este principio, que mueve a todos los socios a ser miembros activos y corresponsables de la buena organización en la asociación. La transparencia los ha conducido a crear lazos de confianza, seguridad, mayor entrega al servicio y participación de las actividades establecidas por Asoempro. A partir de la transparencia se ha dado espacios de diálogo, aporte de ideas, correcciones y una buena gestión de los recursos propios de la Asociación. Los socios de Asoempro han entendido que el principio de la Transparencia es un derecho y una responsabilidad de parte de todos, sin discriminación alguna. El resultado se ha visto en la entrega abnegada de todos al cumplimiento de los objetivos que se han trazado para el desarrollo de Asoempro. Finalmente lo que se pretende es entrar en una cultura de transparencia colectiva e individual, siendo considerado como instrumento prioritario para contribuir al desarrollo de la Asociación y ser un ejemplo a seguir en la sociedad.

- **Compromiso organizacional:** El compromiso organizacional es un principio que fortalece la asociación e identifica a cada miembro o colaborador que lo involucra con la asociación, siendo la clave para el logro de los objetivos y retos personales y organizacionales. El compromiso común satisface las necesidades y expectativas que se tienen.

- **Capacidad creativa:** Asoempro es una empresa con un sentido humanístico, creativo, expresivo. Buscando ser un trampolín para potencializar los talentos y habilidades de las personas que hacen parte de la asociación permitiendo brindar lo mejor de sí mismo, tanto para la asociación, sociedad y humanidad. Siendo personas proactivas dispuestas al cambio que genera el desarrollo; con voluntad de modificar o transformar y encontrar soluciones originales a un problema de manera relevante y divergente.

- **Cultura de cuidado por el medio ambiente:** Asoempro trabaja en la armonía del medio ambiente garantizando condiciones adecuadas para el desarrollo de futuras generaciones, realizando acciones orientadas a minimizar el impacto social de la degradación de los suelos, el uso inadecuado de los recursos naturales y el mal manejo de los residuos, a través de una actitud de liderazgo en pro el medio ambiente, la capacitación y el conocimiento de la políticas públicas ambientales.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:

- Realizar alianzas estratégicas que proporcionen apoyo financiero para construir el encerramiento de la planta.
- Realizar una campaña publicitaria masiva en la Región de Curití, a través de los medios de comunicación de Asoempro.

- Establecer relaciones con entidades internacionales en búsqueda de recursos para la Fundación.
- Consolidar relaciones con otras entidades interesadas en el cuidado del medio ambiente, a nivel nacional, para incrementar el reconocimiento del producto.
- Demostrar los resultados de la aplicación de abono orgánico de Asoempro.
- Aprovechar los diferentes medios de comunicación para difundir información sobre las políticas Públicas medio ambientales.
- Aplicación del abono orgánico Asoempro en todos los cultivos de la región con asesoría técnica.
- Aumentar la producción con mejor calidad y en el menor tiempo posible.
- Aumentar el volumen de producción de abono y la asistencia técnica en las fincas de la región.
- Ofrecer al cliente un producto de calidad avalado por las autoridades competentes del país, mejor precio y mayor rentabilidad en su producción.
- Incrementar la materia prima de Asoempro a partir de los residuos biodegradables del Municipio.
- Utilizar los servicios de capacitación ofrecidos por las instituciones afines a Asoempro para capacitar un grupo de personas en el área administrativa.
- Ampliar el servicio de asistencia técnica y utilización de abonos orgánicos en las fincas de los agricultores de la región.

- Incentivar a los agricultores para que utilicen los productos orgánicos Asoempro, como medio de recuperación de los terrenos degradados por los agroquímicos.
- Lograr una mayor participación de los agricultores en las actividades de capacitación programadas por la Asociación.
- Entrar a comercializar el producto en la región y el país con excelente calidad, asistencia técnica y a bajos costos.

Para más información ver anexo No. 2:

PLANEACIÓN
ESTRATÉGICA.xls

7.- PLAN SOCIAL E INDICADORES

La Asociación de Emprendedores en procesos orgánicos Asoempro, es una entidad de base comunitaria, integrada por agricultores y profesionales de

diversas áreas, quienes conocen el daño causado a los suelos, por el uso de los agroquímicos y consientes de la urgente necesidad de encontrar alternativas de solución, a la grave situación por la cual atraviesa el sector agrario, especialmente en los elevados costos que acarrea la aplicación de los insumos agrícolas; los bajos precios de venta de los mismos, el mal manejo de los residuos orgánicos, el deterioro de los suelos, y la inadecuada utilización de los recursos naturales.

Es necesario perfilar al ser humano, hacia un cambio de cultura y aptitud en torno al respeto por la dignidad de las personas, el mejoramiento en la calidad de vida, el cuidado y protección del medio ambiente y garantizar una producción eficiente que se orienta hacia el consumo de productos sanos. Es importante destacar que todas las labores que se efectúan en Asoempro, son de carácter asociativo y se busca que cada persona reciba formación humana integral que le permita vivir mejor y adquirir nuevos conocimientos, los cuales pueda multiplicar en las comunidades en las que reside.

Usuarios y Beneficiarios

Realizando un seguimiento a los usuarios y beneficiarios del producto a través de las visitas técnicas.

INDICADORES:

Número de hectáreas recuperadas por el abono Asoempro

Número de visitas para asistencia técnica

Opinión Pública

Publicidad conjunta para crear la necesidad del cuidado del medio ambiente y las ventajas del abono Asoempro. A través de cuñas radiales con énfasis en las Políticas Públicas Ambientales.

INDICADORES:

Número de emisiones radiales locales por mes sobre ventajas del abono Asoempro y políticas públicas ambientales

Cantidad de eventos publicitarios al año.

Balance Social de Asoempro

ACTIVIDAD	PONDERACION	VALOR META	VALOR OBTENIDO	DIFERENCIA %	RESULTADO OBTENIDO	RESULTADO POSIBLE	RESULTADO FINA
USUARIOS Y BENEFICIARIOS							
Número de hectáreas recuperadas por al abono	5	22 hec	14 hec	36.36	181.81	500	319
Número de visitas para asistencia técnica	4	2	2	0	400	400	400
OPINIÓN PÚBLICA							
Número de emisiones radiales locales por mes sobre ventajas del abono Asoempro y políticas públicas ambientales	5	5	5	0	500	500	500
Eventos publicitarios	4	2	1	50	200	400	200
						1800	1419
						381	71.21
						DEFICIT	21.16

El balance social resume el cumplimiento de las actividades propuestas, teniendo en cuenta la ponderación según que se le asignó a cada indicador. El resultado del análisis social arroja un déficit del 21.16% el cual debe ser analizado y tenido en cuenta para implementar estrategias de planeación para la consecución del objetivo propuesto.

Número de hectáreas recuperadas por el abono: De acuerdo al análisis social, Asoempro debe entrar a fortalecer las estrategias de promoción, para poder posesionarse en el mercado.

Eventos publicitarios: De acuerdo al análisis social, Asoempro debe entrar a conformar un comité de promoción y publicidad que les permita estar informados de los diferentes eventos agrarios que se realizan en el país para poder participar activamente

Para más información, ver anexo 3:

Balance Social.xls

8.- PLAN DE MERCADEO

SEGMENTACIÓN DEL PRODUCTO:

Cultivadores que utilizan abono orgánico producido por la Asociación ASOEMPRO, en pequeñas fincas de una hectárea o en grandes fincas de más de 5 hectáreas, los agricultores han venido utilizando el abono producido por Asoempro desde 2009, el número de personas beneficiadas actualmente son 40 familias.

POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO:

La calidad de abono de ASOEMPRO, ha impactado en la zona campesina por su efectividad en los cultivos, guarda la humedad, es biológico, y protege los suelos que estaban siendo deteriorados por los abonos agroquímicos. Asistencia técnica a las fincas de los agricultores interesados en la utilización del abono orgánico Asoempro.

POSICIONAMIENTO				
	INTRODUCCIÓN	CRECIMIENTO	MADUREZ	DECLINACIÓN
PRODUCTO		*ES UN PRODUCTO QUE LLEVA 2 AÑOS EN EL MERCADO, Y HA COMENZADO A CONVERTIRSE EN UN PRODUCTO ATRAYENTE PARA LOS CAMPESINOS DEL ÁREA *DISEÑO DE UN NUEVO EMPAQUE DEL PRODUCTO	CREACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS: FUNGICIDAS, HERBICIDAS.	REALIZAR UNA REVISIÓN INTERNA SOBRE LA ELABORACIÓN DEL PRODUCTO E INDAGAR LAS NECESIDADES DEL CLIENTE ACOGIENDO LAS SUGERENCIAS PRESENTADAS POR LOS AGRICULTORES DE LA REGION, Y CORRIENDO LOS ERRORES HALLADOS EN LA REVISIÓN
PRECIO		EL ABONO ORGÁNICO ASOEMPRO ES EL RESULTADO Y LA TRANSFORMACIÓN DE LOS RESIDUOS ORGÁNICOS ANIMALES Y	DEBIDO A LOS CAMBIOS EN EL EMPAQUE ES NECESARIO INCREMENTAR EN UN PORCENTAJE DE 3% EL VALOR DEL PRODUCTO,	SE REALIZARÁ UNA PROMOCIÓN: POR CADA 10 EMPAQUES DEL ABONO ASOEMPRO QUE REGRESE A LA PLANTA SE LE

		VEGETALES DE LAS FINCAS DE LA REGIÓN, LO QUE PERMITE QUE SU PRECIO SEA ACCEQUIBLE PARA TODOS LOS AGRICULTORES	OFRECIENDO GRATUITAMENTE Y LAS ASISTENCIAS TÉCNICAS	HARA UN DESCUENTO DEL 1% POR BULTO DE ABONO AL AGRICULTOR
PLAZA		LA DISTRIBUCIÓN DEL ABONO ASOEMPRO SE HACE DIRECTAMENTE A LOS AGRICULTORES DESDE LA PLANTA DE FABRICACIÓN HACIA LAS FINCAS DE LA REGIÓN DE CURITÍ, SANTANDER	EXPANSIÓN DE LOS SERVICIOS A OTROS MUNICIPIOS CERCANOS	REALIZAR PARCELAS DEMOSTRATIVAS EN LOS OTROS MUNICIPIOS
PROMOCIÓN.		*EL VOZ A VOZ HA SIDO HASTA EL MOMENTO EL MEJOR MÉTODO PARA LA PROMOCIÓN, PUESTO QUE AL OBSERVAR LOS BENEFICIOS QUE PRESENTA EL PRODUCTO, LOS CAMPESINOS SE SIENTEN ATRAIDOS POR LAS VENTAJAS DEL ABONO DE ASOEMPRO TAMBIÉN UTILIZA EVENTOS, Y LOS RESULTADOS OBTENIDOS A TRAVÉS DE LAS PARCELAS DEMOSTRATIVAS. *CREACIÓN DE UN PUNTO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL PUEBLO	REALIZAR DIVULGACIÓN MASIVA A TRAVÉS DE LA RADIO REGIONAL, VALLAS PUBLICITARIAS, Y CARPAS MÓVILES QUE OFREZCAN EL PRODUCTO Y LOS SERVICIOS DE LA ASOCIACIÓN	EXPANDIR LA PUBLICIDAD A OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS Y REDES SOCIALES. PARTICIPAR DE EVENTOS AGRARIOS A NIVEL NACIONAL.

Estudio de Precios y Tarifas:

- Año 2008: Inversiones de \$15.000.000.
- Año 2009: Ventas de \$25.000.000 (recuperación).

- Año 2012: ventas \$ 299.000.000, ganancias de \$80.000.000.

SISTEMA DE NEGOCIOS: - “Venta de Abonos Orgánicos a la Carta AOC” (venta de productos). Bulto por 50 kilos \$ 15.000.

MARKETING:

Asoempro busca satisfacer las necesidades de los agricultores y busca llegar al nivel de autorrealización en sus parcelas obteniendo productos de alta calidad para el consumo humano. En la actualidad el producto es distribuido directamente en la planta a los clientes, lo que no permite que la publicidad y el conocimiento de este, llegue a otros posibles clientes.

Propuesta de un punto de atención al cliente:

El proyecto propone a la Asociación crear un punto de atención al cliente, en los alrededores de la plaza de mercado del pueblo de Curití, con el fin que los agricultores conozcan el producto de Asoempro. El horario de atención será los días jueves, sábado y domingo de 7:00 am a 2:00 pm, puesto que son los días de mercado. La persona encargada de atenderlo será uno de los voluntarios que ha recibido la capacitación necesaria para el conocimiento del proceso.

Los días que no se utilice el punto de atención para este propósito se realizarán reuniones de los socios.

Diseño del local:

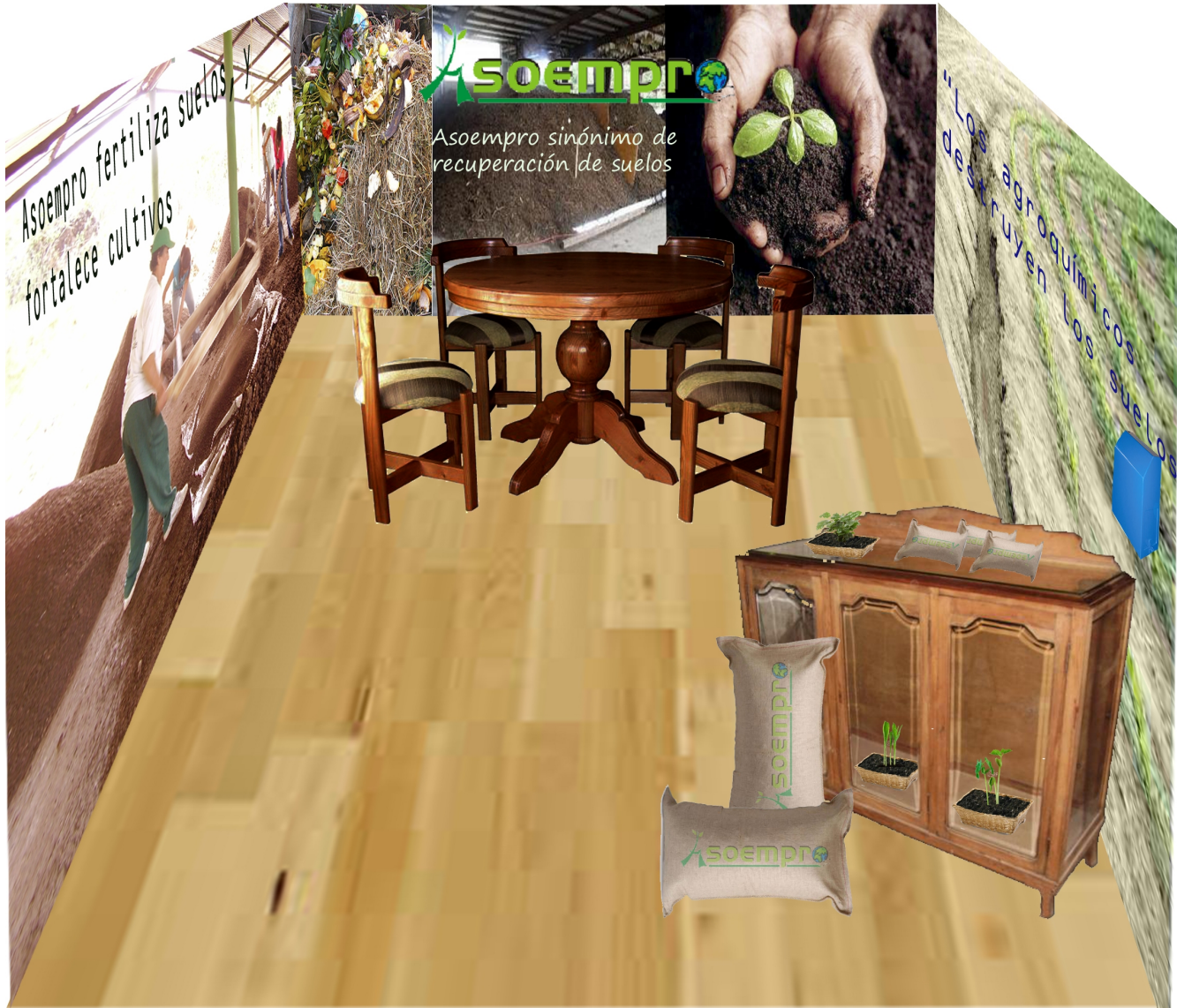
- ❖ En la puerta de entrada el logo muy llamativo, en tamaño grande, y una frase de bienvenida “El medio ambiente, responsabilidad de todos”.

- ❖ En la pared que queda frente a la entrada se colocarán fotos murales sobre procesamiento del producto, allí encontrará la frase “Asoempro sinónimo de recuperación de suelos”.
- ❖ En la pared que queda hacia el lado izquierdo se colocarán fotos murales de las parcelas demostrativas emprendidas por la empresa, con la frase “Asoempro fertiliza suelos, y fortalece cultivos”.
- ❖ En la pared derecha del local se colocarán fotos murales donde se observan la degradación de los suelos al utilizar abonos agroquímicos y la recuperación de los mismos con la frase “Los agroquímicos destruyen los suelos”.

Qué habrá en el punto de venta?:

- ❖ **Mobiliario:** Mesa redonda en madera, con 5 sillas en madera, atendida por una persona conocedora del tema y con experiencia en el producto y servicios de Asoempro, quien presentará el portafolio de servicios. Responderá a todas las inquietudes que el cliente tenga.
- ❖ **Vitrina** en madera exhibiendo el producto de Asoempro, con posibilidades de manipulación por parte de los clientes, decorada con miniaturas de bultos empacados con el abono. Al lado de esta los dos tamaños reales de la presentación del producto. Dentro de la vitrina, se colocarán en canastos muestras de productos de cosechas fertilizadas con el abono Asoempro, como fríjol, maíz, café.

- ❖ A la entrada en el ala derecha se encontrará un mueble donde se encuentra el portafolio de servicios disponibles para los visitantes. A su lado encontrarán el buzón de opiniones y sugerencias para todos los clientes.



BENCHMARKING:

Aunque los productos agroquímicos son efectivos y rápidos en la producción han dejado consecuencias funestas como la degradación de los suelos y una producción de baja calidad para el consumo humano. Los agroquímicos

contaminan el medio ambiente, contribuyen a la degradación de los suelos situación que no pasa con el abono orgánico puesto que éste proporciona nutrientes que recuperan los suelos degradados, obteniéndose como resultado una producción sana y apta para el consumo humano. De la misma forma es un producto de fácil utilización por parte de los agricultores garantizando así un desarrollo sostenible en el área agrícola. Además su costo es asequible a los agricultores debido a que sus componentes son los residuos orgánicos vegetales y animales de las fincas.

Asoempro tiene como visión lograr en un periodo de 5 años el mayor reconocimiento de su producto en la región y en el país, además de convertirse en una Asociación reconocida por la protección de medio ambiente. Esto implica cambiar la presentación del producto. Desde su inicio el producto está siendo empacado en sacos de polipropileno, material que no es biodegradable y que afecta el medio ambiente.

Para este estudio se ha evaluado el mercado a partir de la competencia que es ABIMGRA, fabrica de abono orgánico situado en Girón Santander Colombia a una distancia de 91 Kilómetros de las instalaciones de Asoempro. El estudio se hizo a partir de la presentación del producto de las dos Asociaciones, con el siguiente cuadro.

COMPARACIÓN DE EMPAQUES	
PRESENTACION PRODUCTO DE ABIMGRA	PRESENTACION PRODUCTO DE ASOEMPRO
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bultos de 50 Kilogramos ➤ Para jardín 2.5 kilogramos ➤ Clase de empaque bolsa interna y externa de polipropileno ➤ La etiqueta: <ol style="list-style-type: none"> 1- El logo de Abimgra. 2- Número de licencia 3- Lista de componentes 4- Dirección 5- No tiene fecha de Vencimiento 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Clase de empaque una sola bolsa de polipropileno
	

Propuesta de cambio del empaque:

El equipo de estudiantes de Gerencia social en Instrumentos lanza una propuesta a la Asociación de Asoempro para el cambio del empaque del abono orgánico de la siguiente forma:

NUEVA PRESENTACION	VENTAJAS
Bultos de 40 Kgrs	Mayor facilidad de transporte
Para jardín 2.5 Kgrs	Ofrece un producto de acuerdo a la cantidad necesaria para los clientes
Tipo de empaque bolsas de fibra	Es un empaque biodegradable

natural (fique)	producido en la región.
<p data-bbox="224 247 597 279">ETIQUETAS ASOEMPRO</p> 	<ol data-bbox="841 289 1206 426" style="list-style-type: none"> 1. El logo de Asoempro 2. Número de licencia 3. Dirección 4. Fecha de vencimiento

El equipo que estudia este proyecto considera que el cambio del empaque beneficiará a Asoempro porque ayuda a promocionar el producto y así lograr la fidelización de los clientes.

Asoempro en busca de mejorar su producción y su comercialización ha desarrollado en la parte social y comunitaria el uso de materiales propios de la región para el diseño del nuevo empaque de esta forma colabora con el medio ambiente y el progreso económico de las familias del municipio.

La sociedad actual vive en constantes cambios continuos y acelerados lo que implica que las empresas se ajusten a las necesidades de los consumidores. El ciclo de vida de los productos, la evolución en los hábitos de los consumidores y la implacable competencia a nivel global que cada día exige a las empresas mayor calidad, variedad, menor costo y tiempo de respuesta, requiere la aplicación de métodos que en forma armónica permita hacer frente a todos estos desafíos.

ESTRATEGIAS DE MERCADEO:

En Asoempro la mayor estrategia de mercadeo que se utiliza es el voz a voz para dar a conocer su producto, sin embargo también utiliza eventos, y los resultados obtenidos a través de las parcelas demostrativas.

El aporte del proyecto en cuanto a las estrategias de mercadeo, define que el abono Asoempro debe ser comercializado a todos los agricultores del país. La estrategia no puede limitarse al portafolio, este debe ser una parte de la misma, por lo tanto se publicitarán el producto y los servicios de Asoempro, en la radio local, regional y nacional. Se dará comienzo con la radio local, para que los agricultores de la región logren reconocer el abono de la Asociación como un producto de excelente calidad, que proporciona beneficios, tanto para la tierra como para la economía de los agricultores, puesto que es un producto de bajo costo y que incrementa los resultados de las cosechas. Además de los beneficios al medio ambiente. Luego que el abono Asoempro sea reconocido, utilizado y necesitado en Curití y sus alrededores, se comenzará con pautas comerciales radiales a nivel departamental, y se irá ampliando su capacidad de acuerdo con el crecimiento de la empresa. Además de ser un medio para dar a conocer las políticas públicas ambientales y que los agricultores tomen conciencia de su importancia y necesidad de hacerlas reales.

Para mayor información, ver anexos No. 4 y 5:

9.- LINEAMIENTOS INSTITUCIONALES PARA LA PREVENCIÓN O RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

CREACIÓN DE COMITÉ DE BIENESTAR

Este proyecto propone conformar un Comité a nivel interno, para analizar y buscar soluciones a los conflictos que se susciten al interior de los asociados, este comité será integrado por tres personas de la misma asociación y tendrán las habilidades de moderadores, reconciliadores, y serán capacitados con el apoyo de la Asociación, para asumir esta responsabilidad, buscando capacitar a otros en este mismo tema. Estas personas serán elegidas por la Asamblea General.

POSIBLES CONFLICTOS QUE SE PUEDEN PRESENTAR A NIVEL INTERNO

- Falta de personal capacitado para asumir el liderazgo de la Asociación
- Procesos mal aplicados en la elaboración del abono orgánico debido a la falta de comunicación entre las personas que desarrollan las diferentes actividades.

Esto la posible solución:

- El comité ya establecido escuchara las partes involucradas en el conflicto para entrar a conciliar.
- Si finalizada la conciliación, no fue posible llegar a un acuerdo, se presentara el conflicto a la junta de socios quienes tomaran las medidas necesarias para la solución del mismo.

ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN AL CONFLICTO

- Se debe capacitar personal para que en el futuro la Asociación cuente con personal preparado que asuma el liderazgo en cualquier momento o circunstancia.

POSIBLES CONFLICTOS QUE SE PUEDEN PRESENTAR A NIVEL EXTERNO

- Creación de una empresa similar en la región.

ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN AL CONFLICTO

- Capacitación de los socios para lograr una excelente calidad en el producto, capaz de competir en el mercado y enfrentar otros productos que se puedan suscitar en la región.
- Cubrir la demanda del producto en la Región.
- Seguimiento al cliente para la realización de la asistencia técnica a las fincas y cultivos como valor agregado.

Para mayor información, ver anexo 6 Y 7:

RESOLUCIÓN DE
CONFLICTOS.doc

ENSAYO
ALIANZAS.doc

10.- PLAN ESTRATÉGICO DE POSIBLES ALIADOS



PERSONAS NATURALES:

Oscar Vanegas: Ingeniero agrónomo, dedicado a las labores agrícolas de la Región, donante en asistencia técnica a las fincas beneficiarias de Asoempro y en capacitación a los agricultores de la Región para la elaboración del abono y su utilización en los cultivos.

GUBERNAMENTALES:

Electrificadora de Santander: Aporte en especie para la instalación de la red eléctrica para funcionamiento de la planta.

CORPORACIÓN AUTÓNOMA DE SANTANDER:

Capacitación en políticas públicas medio ambientales

SENA:

Capacitación a los agricultores para la elaboración de herbicidas y fungicidas naturales.

GOBERNACIÓN:

Aporte financiero para el enmallado de las instalaciones de Asoempro.

COLEGIOS:

Sensibilizar a los estudiantes en la protección del medio ambiente y la correcta utilización de los recursos naturales.

ECOFIBRAS:

Alianza para cubrir la necesidad en empaques de fibra natural y biodegradable, para mitigar el impacto ambiental.

ONG MANOS UNIDAS:

Apoyo financiero para la compra de maquinaria.

11.- ESTRATEGIAS PARA LA COSECUCIÓN DE RECURSOS

- Realizar un evento anual para conmemorar la fundación de Asoempro, invitando a todos los donantes, con el fin de agradecerles y mostrarles los futuros proyectos.
- Mantener una comunicación constante con los donantes a través de medios electrónicos y presentándoles informes anuales, sobre los aportes recibidos por parte de ellos hacia la Asociación.

Para mayor información, ver anexos 8 y 9:

redes y alianzas FUNDRAISING.doc
cuadro de donantes.c

12.- FACTORES DE RIESGO MEDIO AMBIENTAL

EL EMPAQUE DEL PRODUCTO DE POLIPROPILENO

En la actualidad el producto abono Orgánico de Asoempro se empaqueta en sacos de polietileno, lo que hace que el producto pierda su valor ya que el empaque contribuye a la contaminación del medio ambiente en particular de los suelos donde éstos son abandonados por los agricultores. El polietileno es un material que toma largo tiempo para su degradación.

ALTERNATIVA

La región de Curití se ha caracterizado por las artesanías en particular el cultivo del fique, fibra que se utiliza para la fabricación de sacos. De ahí que una de las alternativas viables es sustituir el empaque de polietileno por el de fibra natural (sacos de fique). Además existe la Asociación de ECOFIBRAS, que acompaña a los productores de fique, con esta asociación y los productores de la fibra se pueden establecer alianzas para que se produzca la cantidad necesaria de empaques para empaquetar el abono Asoempro. De este modo se evita todo riesgo de contaminación ambiental además de estimular a los cultivadores de fique a incrementar su producción igualmente a los artesanos que elaboran los sacos en fibra natural.

EFFECTOS EN LA SALUD PARA LOS TRABAJADORES DURANTE EL PROCESO DE ELABORACIÓN DEL PRODUCTO

El problema de salud que los trabajadores sufren en la producción de abono orgánico se produce a partir del contacto directo con los residuos orgánicos y vegetales, al igual que el polvo, la aspiración de los químicos y olores que se producen en el momento de la fermentación y el voltaje. Los inconvenientes más comunes de salud son: Problemas respiratorios, alergias, irritaciones en la vista, hongos en la piel.

ALTERNATIVA

IMPLEMENTACIÓN DE MEDIDAS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL

Medidas higiénicas: No comer, beber o fumar en las zonas de trabajo, evitar tocarse los ojos nariz o la boca con las manos sucias. Apropiar una zona adecuada para el aseo de los trabajadores. Rotar los trabajadores periódicamente. Todo trabajador al salir de su trabajo dejar los equipos, ropa de trabajo para evitar la contaminación de los agentes biológicos que estén impregnados en la ropa y demás utensilios.

Equipos:

Guantes impermeables, mascarillas auto filtrantes, gafas ajustadas, equipar a los trabajadores con ropa y zapatos adecuados para el trabajo.

Medidas de carácter general:

Información y formación, dar a conocer a todos los trabajadores sobre los riesgos de salud que se corren al estar en contacto con los residuos y su proceso.

Formarlos para explicarles cuales son las entradas de los diferentes agentes que provocan riesgo de salud. Las prevenciones para evitar la expansión de los mismos. El cumplimiento adecuado de la utilización de todos los equipos preventivos de trabajo dentro de la planta.

CONSTRUCCIÓN DE CARRETERA HACIA LA PLANTA DE PRODUCCIÓN

No teniendo otra opción para construir una entrada a la planta se necesito trazarla por otro predio distinto al de Asoempro. Con esta entrada se ha causado pequeñas erosiones además pasa por el frente de una vivienda.

ALTERNATIVA

La construcción de canales en piedra a lado y lado de la carretera evitara que la tierra sea removida por las lluvias. Los canales deben ir hasta los canales principales de la carretera Panamericana Bogotá-Bucaramanga ya que estos últimos están diseñados para la recolección del agua de los terrenos donde se encuentra ubicada la planta. Además al bordo de la carretera plantar árboles que ayuden a evitar la erosión ya que la posición topográfica del terreno es montañosa.

Para mayor información, ver anexo 10:

13.- CREACIÓN DE UN INSTRUMENTO DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL

1. Referente conceptual:

El desarrollo organizacional constituye un movimiento que surge a principios de los 60 como consecuencia de un conjunto de ideas e investigaciones de carácter humano relacionista.

La planificación del cambio organizacional se sustenta en la idea de una organización y un sistema social que han de evolucionar dinámica y armónicamente, para lo cual el desarrollo de la organización ha de ser un proceso planeado de modificaciones culturales y estructurales.

Los objetivos del Desarrollo Organizacional tienen que ver con el hombre su trabajo y se ubican en dos campos: “mejorar la efectividad organizacional, y potenciar las relaciones del factor humano”¹⁰. La importancia que se le da al Desarrollo Organizacional se deriva de que el recurso humano es decisivo para el éxito o fracaso de cualquier organización.

El comportamiento organizacional es la materia que busca establecer en qué forma afectan los individuos, los grupos y el ambiente en el comportamiento de las personas dentro de las organizaciones, siempre buscando con ello la eficacia en las actividades de la empresa.

¹⁰ - Organización y administración de RRHH (Recursos Humanos). Comportamiento individual y grupal. Habilidades. Toma decisiones. Liderazgo

El estudio del comportamiento que tienen las personas dentro de una empresa es un reto nunca antes pensado por los gerentes y que hoy constituye una de las tareas más importantes; “la organización debe buscar adaptarse a la gente que es diferente ya que el aspecto humano es el factor determinante dentro de la posibilidad de alcanzar los logros de la organización”¹¹.

2. Alcance de aplicación:

Este instrumento se encuentra diseñado para que tenga un alcance que abarca desde el diagnóstico de la tierra, pasa por el control y llega hasta la evaluación la cual se realiza 2 años después de comenzado a utilizar el abono.

3. Escenario de aplicación:

Este instrumento se aplicará directamente a las tierras de las fincas en las cuales sea utilizado el abono Asoempro.

4. Diseño del instrumento e indicadores:

(Ver siguiente página)

DIAGNÓSTICO, CONTROL Y EVALUACIÓN

NOMBRE:

NOMBRE FINCA:

DIRECCIÓN:

FECHA:

	1 VISITA	2 VISITA	3 VISITA	OBSERVACIONES
ÍTEMS				
· Cantidad de materia orgánica.				
· Favorece la fertilidad y productividad.				
· Retención de agua.				
· Presencia de microorganismos benéficos.				
· Temperatura del suelo.				
· Cantidad de producción de metano en el suelo.				
· El sitio es utilizado como hábitat de diversas especies.				
· Cantidad de humedad del suelo.				
· Presencia de erosión o deslaves.				
· Presencia de metales pesados.				
· Cantidad de agua, fertilizantes y pesticidas, utilizados durante el último periodo.				

Los ítems del anterior cuadro permiten ver los procesos y los cambios que sufre el terreno desde el primer análisis realizado como base para la elaboración del abono hasta la aplicación del producto de Asoempro. Para el agricultor es importante llevar un control con el diagnóstico para saber la clase de terreno que se tiene y los elementos que necesita agregarle para optimizar su producción. Un buen análisis permite saber el grado de humedad, acidez, cuales son los metales pesados con que se cuenta, la temperatura del suelo, u otros registros que se quiera obtener. En términos generales el diagnóstico realizado a partir del primer

análisis permite llevar un control efectivo del suelo y el desarrollo de los cultivos. Lo anteriormente dicho desemboca en una evaluación cuyos resultados le permiten al agricultor determinar el proceso de los suelos y la calidad de la producción esperada y obtenida, además de verificar la calidad del producto de Asoempro utilizado para el mejoramiento de los terrenos y su producción.

14.- PROSPECCIÓN DEL PROYECTO

Las propuestas aportadas por el equipo tienen como finalidad, ayudarle a Asoempro a continuar con el mejoramiento de su producto y asegurar un futuro

propósito fundamental, es lograr que el abono Asoempro sea utilizado en la región y en el país por los agricultores. Es necesario que todas las naciones ejecuten las políticas públicas medio ambientales para la preservación, conservación y protección de los recursos naturales renovables y no renovables, a través de planes, programas, proyectos y actividades que mejoren la calidad de vida y satisfagan las necesidades e intereses de la humanidad.

15.- CONCLUSIONES

Al finalizar este trabajo se llega a la conclusión que en Colombia y en muchos países hay muchas personas que son sensibles a la problemática medioambiental y se interesan por buscar formulas apropiadas para contrarrestar este flagelo que tanto daño le está causando al ecosistema. Asoempro entra a jugar un papel

importante con la producción del Abono Orgánico con el fin de mitigar los efectos de los agroquímicos.

El abono Orgánico Asoempro, no da resultados inmediatos pero si garantiza una estabilidad en el futuro con la recuperación de los suelos, proporciona cosechas sanas aptas para el consumo, es de fácil utilización, con un precio al alcance de los agricultores, garantiza una economía estable en las familias, y juega un rol muy importante en la práctica de la Ecoeficiencia relacionado con el cuidado del medio ambiente, su comercialización y además la autosostenibilidad se hace viable en todo proyecto agrícola.

Las materias vistas en cada uno de los módulos, igualmente que el material dado por los docentes de Gerencia Instrumental nos han proporcionado instrumentos de gran valor que nos permite ofrecer aportes nuevos a Asoempro, para garantizar el desarrollo sostenible, un posicionamiento de maca, reconocimiento del producto, además la elaboración de un portafolio de servicios para dar a conocer la Asociación a nuevos clientes de la región y del país.

Las perspectivas del futuro de la humanidad se garantizan con una producción sana que se obtiene a partir de la utilización de Abono Orgánico. La Asociación tiene como base las Políticas Públicas de Colombia al igual que todos los documentos medioambientalista a nivel mundial en el cuidado del medio ambiente y buena utilización de recursos naturales.

Finalmente se concluye que los agroquímicos siguen siendo un producto de alta utilización en Colombia y el mundo sin realizar un diagnóstico, un monitoreo y una evaluación sobre los resultados negativos que ellos proporcionan a los suelos agrícolas y al medio ambiente. En muchas ocasiones las autoridades competentes no se preocupan por poner en práctica las políticas medioambientales tanto a nivel nacional como internacional. Obviamente que la responsabilidad del cuidado del medio ambiente es de todos y no solo de las autoridades competentes en la materia, juega un papel importante la responsabilidad sobre el entorno.

BIBLIOGRAFÍA

- CONSUMOTECA, Consumidores bien informados. Recuperado el día 30 de Agosto de 2011, de los sitios web: www.Infoagro.com, www.elhogarnatural.com, http://www.natureduca.com/agro_hist_neolitico1.php

- Ramón Plana González Sierra. Consultoría en tratamientos biológicos en residuos. Recuperado el día 30 de Agosto de 2011 del sitio web:
<http://upnatv.unavarra.es/es/exetsia/compost-dia1-2>
- Producción de abonos orgánicos. (s.a.). Recuperado el día 3 de septiembre de 2011, del sitio web: Coopcoffees.com/for-producers/.../produccion-de-abono-organico.pd.
- Capistrán, F., Aranda, E. y Romero, J.C. 2001. Manual de reciclaje, compostaje y lombricompostaje. México: Instituto de Ecología, A.C.
- Escalona, M.A., Hernández, L.G. y Zulueta, R. 2001. “¿Son las bacterias microorganismos benéficos para las plantas?” La Ciencia y el Hombre.
- Zulueta R., R., Vázquez T., V. y Hernández Q., A. 1995. Memorias del Primer Curso-Taller sobre Agricultura Orgánica. México: Universidad Veracruzana.
- KOTLER, Philip y ARMSTRONG Gary. 2004. Marketing. Décima edición. Madrid: Pearson educación, S.A.
- WHEELEN, Thomas y HUNGER, David. 2007. ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA Y POLÍTICAS DE NEGOCIOS. Décima edición. México: Pearson educación.
- Portafolio de servicios o brochure. Tivisay Galvan Lafonth. (s.f.). Consultado el día 8 de septiembre. Del sitio web:
http://www.aves.edu.co/ovaunicor/recursos/1/index_Brochure.pdf

- Reflexiones sobre Gerencia Social. (s.a.). Consultado el día Noviembre 25 de 2011. En el sitio web:
www.redunirse.org/files/Reflexiones_de_Gerencia_Social.pdf.
- Carson, R., Houghton Mifflin. Environmental toxicology: the legacy of silent spring. 1962. Boston. Edited by D A Christie and E M. Tansey.
- Jenny Montes Vásquez. Ecoeficiencia: una propuesta de responsabilidad ambiental empresarial para el sector financiero colombiano. Enero de 2008. Tesis de Grado para optar al título de Maestría en Medio Ambiente y Desarrollo. Universidad Nacional de Colombia. Sede Medellín.
- Definición de negocios inclusivos. (s.a.). (s.f.). Recuperado el día 23 de septiembre de 2011. Del sitio web:
<http://www.negociosinclusivos.org/es/conceptoni.html>.
- Los negocios inclusivos. (s.a.). (s.f.). Recuperado el día 23 de septiembre de 2011. Del sitio web. <http://www.colombiaincluyente.org/verart.php?id=88>

ANEXOS

ANEXO 1

PLAN ESTRATÉGICO

ANEXO 2

PLAN SOCIAL

ANEXOS 3 Y 4

PLAN DE MERCADEO

ANEXO 5

PREVENCIÓN O RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

ANEXOS 6 Y 7

REDES Y ALIANZAS

ANEXO 8

GESTIÓN AMBIENTAL

ANEXO 9

INSTRUMENTO ORGANIZACIONAL

REDES Y ALIANZAS

1. Gobernación departamental de Santander.
2. Electrificadora de Santander.
3. Sena
4. Ecofibra
5. ONG internacional (Manos Unidas)
6. Equipo de profesionales en el área agrícola.
(Agrónomos, ingenieros ambientales)

RESPONSABILIDAD SOCIAL

1. Recuperar en su totalidad los suelos degradados
Por los agroquímicos.
2. Proveer un producto de alta calidad y de fácil
Utilización para
- 3- Capacitar a los miembros de la Asociación en las políticas

ASOCIACIÓN DE EMPRENDEDORES EN PROCESOS ORGÁNICOS ASOEMPRO.



*El cuidado del
medio ambiente
y la buena
utilización
de los recursos
naturales es
deber de toda
persona.*

CONTACTENOS

Dirección: CALLE 8 No. 7-71 Curiti -
Santander

Teléfono: 0057/3115352801

Mail: asoempro.curiti@gmail.com

QUIENES SOMOS

- Asoempro es una asociación sin ánimo de lucro.
- Fundada en Curití, Santander, Región netamente agrícola.
- Grupo de agricultores interesados en el cuidado del medio ambiente y en el progreso de la Región.



SERVICIOS

- Asistencia técnica a las fincas y cultivos.
- Preparación de abono orgánico de acuerdo a la necesidad del cultivo.
- Capacitación de los agricultores para el manejo y preparación del abono.



MISIÓN

- Principios de respeto a la dignidad del ser humano.
- Buen uso y aprovechamiento de los recursos naturales.
- Aplicación de elementos biodegradables en los cultivos.
- Desarrollo sostenible.

VISIÓN

- En un plazo de cinco años llegar a ser:
- Auto-sostenibilidad a nivel regional y con proyección nacional.
- Líder en producción y comercialización y aplicación del abono orgánico en los cultivos.

OBJETIVO

Transformar, la materia orgánica y vegetal generada en las fincas del municipio de Curití en abono orgánico y proporcionárselo directamente a los agricultores de la zona y la región, para evitar al máximo la utilización de los agroquímicos que degradan el suelo y afectan directamente el medio ambiente.