

ECONOMÍA RURAL COLOMBIANA

Opción de grado I

Presentado por: Farid Sierra Hernández

Docente facilitador: Liz Farith Gonzales Carreño

Corporación unificada nacional de educación superior CUN

Programa: administración de empresas

Bogotá, mayo de 2018

Contenido

ECONOMÍA RURAL COLOMBIANA	1
Justificación:	1
Stake holders:	1
-Stake holders primarios:	2
-Stake holders secundarios:	2
Necesidades de nuestro Stake holders:	2
Beneficios y expectativas:	3
Identificación de soluciones actuales:	4
Análisis de las limitaciones, inconformidades y frustraciones:	5
Identificación de TAM	8
Identificación del SAM	8
Identificación de SOM	9
Formato de entrevista	9
Empresa: ECONOMÍA RURAL COLOMBIANA	9
OBJETIVO:	9
Población:	9
Muestra:	10
ECONOMÍA RURAL COLOMBIANA	10

Análisis de la información resultados:	12
Tabulación de la información	12
Validación de identificación de las necesidades	14
Validación de los beneficios y expectativas	15
Validación de las limitaciones y frustraciones	15
Pentágono Perfilación de clientes final	17
Prototipo e interfaz gráfica de usuario y productor	18
Descripción del producto o servicio	22
Ficha técnica del producto o servicio	24
Planeación estratégica generativa	25
Identidad estratégica:	25
Futuro preferido:	26
Objetivos empresariales	27
Objetivo general	27
Objetivos específicos	27
Valores corporativos:	28
Análisis de macro entorno	29
Análisis pestel	30
Factores políticos:	30
Factores económicos:	31

Factores sociales:	32
Factores tecnológicos:	32
Factores jurídicos:	33
Factores ambientales:	34
5 fuerzas de Porter	36
Poder de negociación de los compradores o clientes:	36
Poder de negociación de los proveedores o vendedores:	36
Amenazas de nuevos competidores entrantes:	37
Amenaza de productos sustitutos	37
Rivalidad entre los competidores:	38
Conclusiones	39
Bibliografía	40

ECONOMÍA RURAL COLOMBIANA

“transformando el campo a través de la tecnología”

Justificación: el objetivo principal de esta aplicación es llevar una nueva oportunidad de negocio al sector rural y agrícola de Colombia enfocada en la comercialización de productos agrícolas sin discriminar ninguna región geográfica del territorio nacional; siendo esta una nueva oportunidad para los campesinos colombianos a la hora de ofertar sus productos pues bastara con que el usuario disponga de un teléfono inteligente sin importar que sea de última generación, pero que si necesariamente deberá su sistema operativo ejecutar Android y de una conexión a internet ocasional si desea, para que pueda acceder a nuestra aplicación y conocer la demanda de su producto ofertado y también acceder a las diferentes funcionalidades integradas a plataforma.

Stake holders: podemos comenzar por indicar que nuestros clientes deberán ser personas mayores de edad sin discriminar sexo, pues para ambos casos la necesidad será la misma pero independientemente de lo anterior el cliente deberá contar con un medio de pago en línea ya sea tarjetas crédito o débito para poder acceder a las ofertas en la plataforma y poder comprar lo que desee aceptando los términos y condiciones dentro de la misma en relación al servicio prestado.

A la hora de referirnos a nuestro stake holders identificamos a los grupos de interés para nuestra empresa que en este caso particular vienen siendo nuestros posibles compradores (clientes) como también los usuarios que publiquen en ella, en este caso los campesinos colombianos teniendo en cuenta que nuestro grupo de interés se enfoca en el comprador adulto que disponga de un teléfono inteligente para acceder a la tienda sin importar la región del país en la cual él se

encuentre ya que nuestra tienda acercara de manera directa al consumidor con la oferta más cercana a él.

-Stake holders primarios: en este caso nos referimos a nuestros campesinos ya que resultan los principales en nuestra tienda para poder operar en este mercado, puesto que serán ellos los que alimenten de ofertas la plataforma de compras online. Y por otro lado de la misma nos encontramos con los usuarios dispuestos a comprar en la tienda virtual pues estos los que a su vez generaran los recursos económicos producto de adquirir algún producto dentro de la misma.

-Stake holders secundarios: en este campo encontramos a nuestra competencia como lo son otras tiendas virtuales de compras de productos agrícolas y que aunque no tengamos ningún intercambio comercial con estas operan en el mismo mercado de interés para nosotros generando una competencia directa en este mercado. Por eso es necesario diferenciarnos de estas mismas integrando nuevos servicios en la aplicación que permitan diferenciarnos de las tradicionales con el fin de atraer mayor cantidad de público posible.

Necesidades de nuestro Stake holders: campesinos con la necesidad de comercializar sus productos de una manera más rentable ya que en muchos casos ante la falta de una mayor demanda de sus productos estos se ven en la necesidad de vender todo lo que producen a muy pocos compradores generando un precio de pago por debajo del mercado conllevando a una situación de pérdida al pequeño productor del campo colombiano.

-Una situación común en el campo es de que el campesino produce sus productos pero no tiene idea de cómo distribuirlos de tal manera que pueda generar una mayor rentabilidad de la misma.

-Además ante la poca y casi nula presencia del gobierno en el pequeño productor del agro colombiano estos no cuentan con información actualizada y fidedigna de posibles enfermedades

o plagas para sus cultivos, ante esta situación visualizamos que otra necesidad del pequeño productor de agro en Colombia es acceder a información de sus cultivos para estar preparados ante la presencia de plagas o enfermedades en las mismas y poder combatirlos a lo más se detecte un brote o foco de alguna enfermedad o plaga para que no vayan a arruinar sus cosechas y generar pérdidas.

-En cuanto a los consumidores encontramos a los clientes con necesidades de acceder a estos productos agrícolas de la canasta familiar básica. En efecto evidenciamos un potencial de clientes dispuestos a obtener sus productos agrícolas y de consumo diario de una forma sencilla de comprar y que además garantiza al consumidor ser productos nacionales cultivados en su tierra que se encuentran en perfecto estado para su posterior consumo.

-identificamos la necesidad de los consumidores de ahorrar su tiempo en la compra presencial de estos productos agrícolas facilitando el acceso a los mismos y de igual manera ampliando la oferta de muchos productos que desee comprar como también satisfacer la necesidad de información del usuario en cuanto a que está comprando y donde fue cultivado y bajo qué tipo de técnicas su producto a comprar fue cultivado.

Beneficios y expectativas: en cuanto a los beneficios por parte de los campesinos es de esperar una mayor demanda de sus productos incrementando de esta manera significativa sus ingresos de tal modo que esta tienda virtual se vuelvas una alternativa de negocio rentable para los pequeños productores del sector agrícola del país

-De igual manera se espera que la información adicional suministrada de forma gratuita al productor en cuanto a la tecnificación de su cultivo se vuelva una herramienta efectiva a la hora

de tecnificar sus cultivos y prepararlos para soportar enfermedades y posibles plagas que pudieran poner en peligro la cosecha.

-También se espera que las familias campesinas puedan ofertar una mayor cantidad de productos puesto que al tener una demanda más amplia se hace más fácil vender y pasar de ofertar solo productos cultivados en la tierra a tener la posibilidad de comercializar huevos, leche, queso, gallinas criollas entre otras muchas posibilidades de producción en el campo.

-En cuanto a nuestros clientes (consumidores) esperamos ofrecer beneficios de información relacionada con la producción del producto que desea comprar y lo más importante para el consumidor es que tendrá acceso a productos producidos lo más cercano posible a él, ósea que son cultivados a alrededor de su hábitat este beneficio se dará conectando el producto o la oferta más cercana al cliente a través del acceso del GPS de su celular.

-Por otro lado se espera que el consumidor encuentre en nuestra aplicación unos mejores precios por productos del agro, ya que al eliminar intermediarios se espera una reducción de costos en los precios al consumidor debido a que el producto no tendrá cargos adicionales en el cómo lo pueden ser los arriendos de locales de distribución de los mismos o los servicios que tradicionalmente estos demandan.

Identificación de soluciones actuales: en la actualidad podemos identificar muchas opciones de comercialización de productos del agro colombiano. Unas abarcan desde la compra directa a campesinos para después comercializar en aplicaciones online en las cuales se venden productos del campo pero no hacen protagonistas directos a sus productores ya que aunque se les compre a los campesinos ellos no intervienen directamente en el mercado virtual y se limitan a producir a terceros

-También existe aplicaciones móviles para el sector agrario del país en las cuales se ofrece muchas formas distintas de acceder a información relacionada con la producción de sus cultivos con datos acerca de plagas, enfermedades que puedan afectar la producción de los mismos.

Como a su vez un amplio catálogo de fungicidas, plaguicidas, pesticidas, con información de cómo aplicarlos a sus cultivos en caso de alguna eventualidad. Pero en ningún caso de estos se está generando una oportunidad de negocio para el pequeño productor, sino que por el contrario la oferta está enmarcada a ofrecer servicios para la producción eficaz del campo.

-igualmente encontramos herramientas para la producción agrícola enfocada a orientar al productor con información acerca de fertilizantes, abonos y otros que puede utilizar para que sus cosechas sean más productivas, como también información de técnicas de cultivo que permitan a estos aprovechar al máximo posibles esos recursos.

Análisis de las limitaciones, inconformidades y frustraciones: cuando desarrollamos aplicaciones para dispositivos móviles tenemos que tener en cuenta que sus características son diferentes a las de sus homólogos de escritorio o las consolas de videojuegos, así aspectos tales como la capacidad de procesamiento la memoria o la duración de la batería deben ser tenidos en cuenta. También debemos pensar a largo plazo cual va a ser la evolución de nuestra aplicación su escalabilidad o las características de pago. La primera cuestión que debemos tener en cuenta es si vamos a desarrollar para una única plataforma o si soportaremos distintas plataformas distintos tipos de dispositivos y distintas versiones del sistema operativo.

En el primer caso tendremos la ventaja de que podemos centrar todos nuestros esfuerzos en un objetivo específico, por el contrario la desventaja es que disminuirémos el volumen del mercado, si decidimos soportar distintas plataformas y distintas versiones del sistema operativo tendremos que multiplicar esfuerzos desarrollando recursos y adaptándonos a las particularidades de cada

una de ella, además deberemos pensar si queremos mantener un aspecto homogéneo de la aplicación en todas las plataformas o si por el contrario queremos adaptarnos a las características específicas de cada sistema, en el primer caso deberemos desarrollar nuestras propias librerías mientras que en el segundo podremos aprovechar las que viene con el sistema operativo. En segundo lugar deberemos decidir qué tipo de dispositivos vamos a soportar bien sean smartphones tables o ambos, de ello dependerá que tengamos que desarrollar interfaces gráficas para distintos tamaños de pantalla o recursos gráficos para distintas resoluciones, si vamos a dotar a nuestra aplicación de formas de interacción novedosas o si su funcionalidad depende de ello deberemos analizar cuidadosamente cuales de los sensores que nos ofrecen las distintas plataformas vamos a utilizar así como lo que aremos en caso de que alguna de las plataformas no disponga de alguno de los sensores elegidos. En el mejor de los casos solo supondrá eliminar funcionalidades menores de la aplicación mientras que en otros casos puede suponer rediseñar completamente la interacción, otra de las características de los dispositivos móviles es que son más limitados que sus homólogos de escritorio, así por ejemplo su capacidad de procesamiento es menor de manera que el resultado será menos eficientes que en los pc ; por otro lado si nuestra aplicación consume mucha memoria tendremos que tener en cuenta que los usuarios que n dispongan de dispositivos de última generación probablemente no puedan utilizarla, finalmente hay que tener en cuenta la capacidad de almacenamiento del dispositivo aunque en muchos casos esta se puedan extender a través del uso de tarjetas de memoria no siempre es así, y si nuestra aplicación necesita residir en la memoria interna del teléfono lo que puede suceder es que los usuarios tengan que elegir entre nuestra aplicación y la de nuestros competidores.

Existen otras características que condicionan el desarrollo de nuestras aplicaciones una de ella es por ejemplo la duración de la batería, nadie va a estar dispuesto a utilizar nuestra aplicación si se

reduce drásticamente la duración de la batería, este constituye uno de los principales motivos de quejan en las tiendas de aplicaciones; también debemos diseñar cuidadosamente el comportamiento de nuestra aplicación cuando no estamos conectados a la red, bien sea porque la a deshabilitado el usuario o porque estamos en alguna zona sin cobertura, igualmente debemos tener cuidado con el consumo de datos muchos usuarios disponen de tarifas de datos con limitaciones y no están dispuestos a ampliarlas únicamente para utilizar nuestra aplicación, otra característica que debemos tener en cuenta es la velocidad de la red, ya que si estamos trabajando con aplicaciones que requieran comunicaciones en tiempo real se pueden producir retrasos indeseados; finalmente también debemos tener en cuenta posibles problemas en las características de posicionamiento, si estamos usando aplicaciones que requieran la utilización del GPS podremos encontrarnos con zonas de sombra que no nos permitan hacer el posicionamiento adecuadamente; a la hora de desarrollar nuestra aplicación debemos pensar si lo haremos sobre dispositivos reales o sobre un emulador; en el primer caso tendremos la ventaja de que dispondremos de todos los elementos que necesitara nuestra aplicación y de un entorno de ejecución real la desventaja es que puede resultar un poco más costoso si desarrollamos aplicaciones para distintos dispositivos, si decidimos desarrollar utilizando un emulador contamos con la ventaja de que este desarrollo va a ser mucho más versátil, por el contrario tenderemos como desventaja que las ejecuciones serán un poco más lentas, que podemos no contar con algunos de los elementos que necesitemos a la hora de ejecutar la aplicación como los sensores y que determinadas pruebas necesitaremos hacerlas sobre los dispositivos físicos o en entornos reales

A medida de que más gente valla utilizando nuestra aplicación irán haciendo acto de presencia fallos ocultos; igualmente cada vez deberemos ir dotando a nuestra aplicación de mayor

funcionalidad esto en primer lugar fidelizara a nuestros usuarios y en segundo lugar atraerá a nuevos usuarios por lo tanto deberemos planificar cuidadosamente las actualizaciones de nuestra aplicación para que la experiencia de nuestros usuarios siga siendo satisfactoria, el crecimiento en el número de usuarios de nuestra aplicación pondrá a prueba su escalabilidad y la de la infraestructura que la rodea ya que no es lo mismo soportar mil usuarios que varios millones de ellos.

Identificación de TAM

Nuestro mercado general abarca todo el territorio nacional principalmente enfocado a clientes con edades superiores a los 25 años en donde evidenciamos ya familias constituidas con hijos lo cual le genera al padre o madre de familia una necesidad de proporcionar y adquirir alimentos del agro colombiano para poder satisfacer sus necesidades básicas de alimentación del individuo y de su núcleo familiar.

Identificación del SAM

En relación con el mercado al cual podemos servir encontramos principalmente la incorporación directa del mercado de consumo de productos del agro colombiano de toda la geografía nacional como como razón principal de nuestra identidad corporativa. Una vez consolidado este producto mínimo viable (PMV), podemos contemplar la posibilidad de servir a otro tipo de mercado de consumo agrícola el cual sería principalmente al sector de la comercialización de insumos para la producción agrícola como lo puede ser la oferta de abonos, fertilizantes, plaguicidas, pesticidas y todo tipo de tecnología relacionado directamente con la producción agrícola en Colombia y enfocada principalmente al productor del agro en donde el mismo pueda disponer de lo que considere le es necesario para poder funcionar como productor de agro.

También podríamos servir al mercado agropecuario una vez consolidado el mercado anterior ya que de la misma manera el sector agropecuario necesita de muchos productos para su sostenimiento; en razón de esto podríamos incorporar un menú de ofertas dirigido al productor agropecuario en la cual le ofrezcamos productos para sus animales como lo puede ser la oferta de concentrados y purinas para sus animales como también la venta de miel de purga, melaza, y salvado para que puedan atender la demanda de alimento de sus animales de tal manera que el productor no necesite desplazarse de su casa para adquirir estos productos sino que por el contrario ahorre tiempo y dinero con la oferta que podríamos ofrecerle.

Identificación de SOM

En cuanto a nuestro mercado SOM nos trasladamos al municipio de cota Cundinamarca en donde empezariamos a realizar nuestras operaciones orientadas a satisfacer las necesidades de los productores de cota Cundinamarca como también a los habitantes del casco urbano del municipio en el cual encontramos grandes posibilidades de desarrollo y consolidación de nuestra aplicación en función de abarcar las posibilidades de comercio que este municipio agrícola ofrece a su población y en general a los closters más cercanos, para así mismo poder ofrecer un servicio más grande que abarque todo el territorio nacional.

Formato de entrevista

Empresa: ECONOMÍA RURAL COLOMBIANA

OBJETIVO: identificar en el mercado de consumo de productos agrícolas; el porcentaje de clientes que están dispuestos a comprar y vender en nuestra plataforma de compra y entrega directa al consumidor a través del acceso de un teléfono inteligente.

Población: trabajadores del sector agrícola mayores de edad del municipio de cota Cundinamarca, que se pudieran ver beneficiados de esta idea de negocio; además el sector

urbano del mismo municipio, los cuales podrían acceder de manera directa a los productos de su posible vendedor a través de su teléfono celular.

Muestra: cincuenta (50) personas que trabajan en el sector de la agricultura en el municipio de cota Cundinamarca, y a su vez cincuenta (50) personas mayores de edad que viven en el casco urbano de este mismo municipio.

ECONOMÍA RURAL COLOMBIANA

Municipio: cota

Nombre: _____

Marque con una **X** la respuesta que a su juicio se adecue a sus necesidades

Pregunta # 1: está dispuesto usted como cliente a comprar productos agrícolas a través de una aplicación tecnología la cual le puede facilitar el acceso a estos de una manera rápida, eficiente y económica.

Si _____ no _____

PREGUNTA #2: cuenta usted con algún medio de pago virtual ya sean tarjetas de crédito o débito

Si _____ no _____

Pregunta # 3: le interesa la comercialización de productos agrícolas a precios accesibles en nuestra aplicación a través de canales directos con los campesinos del agro.

Si _____ no _____

PREGUNTA # 4: estaría dispuesto usted como productor a ofertar sus productos en esta aplicación móvil (ERC) la cual le permite ampliar su mercado de manera significativa en el entorno que lo rodea.

Si _____ no _____

PREGUNTA # 5: cuenta usted con una cobertura de internet en el campo que le permita acceder a través de su dispositivo móvil a la plataforma ECONOMÍA RURAL COLOMBIANA para poder publicar sus respectivas ofertas.

Si _____ no _____

Marque con una x la respuesta correcta

PREGUNTA # 6: qué tipo de dispositivo móvil utiliza.

TELEFONO ANDROID _____
 TELEFONO APPLE _____
 TELEFONO WINDOWS _____
 OTRO _____ CUAL _____

PREGUNTA # 7: estaría dispuesto usted a ofertar en nuestra aplicación sus productos del agro colombiano; teniendo en cuenta que usted como productor será el encargado de entregar sus productos al cliente a través de la información que nuestra aplicación le suministre.

Si _____ no _____

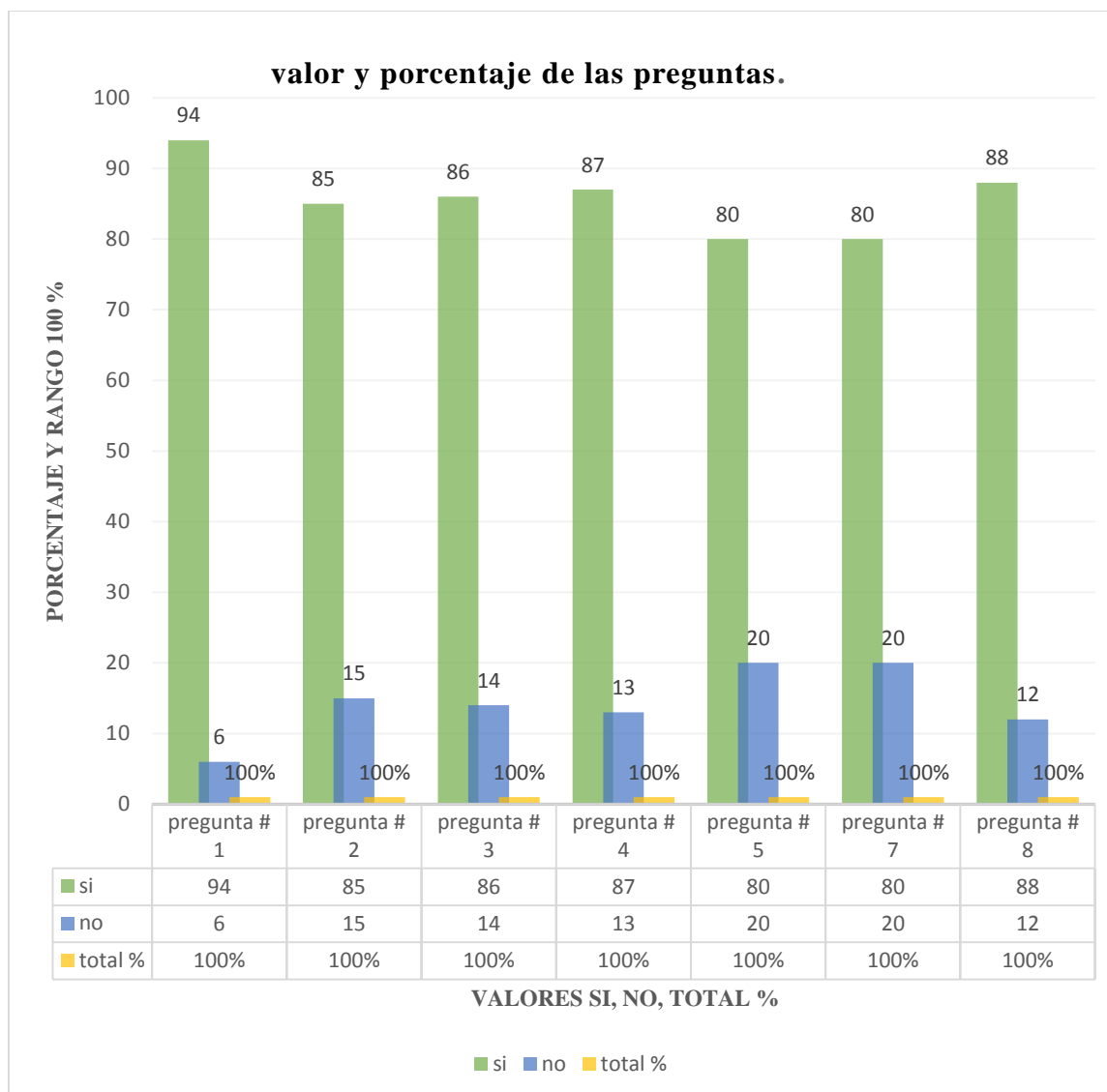
PREGUNTA # 8: cuenta con cobertura de internet en su domicilio o en su dispositivo móvil.

Si _____

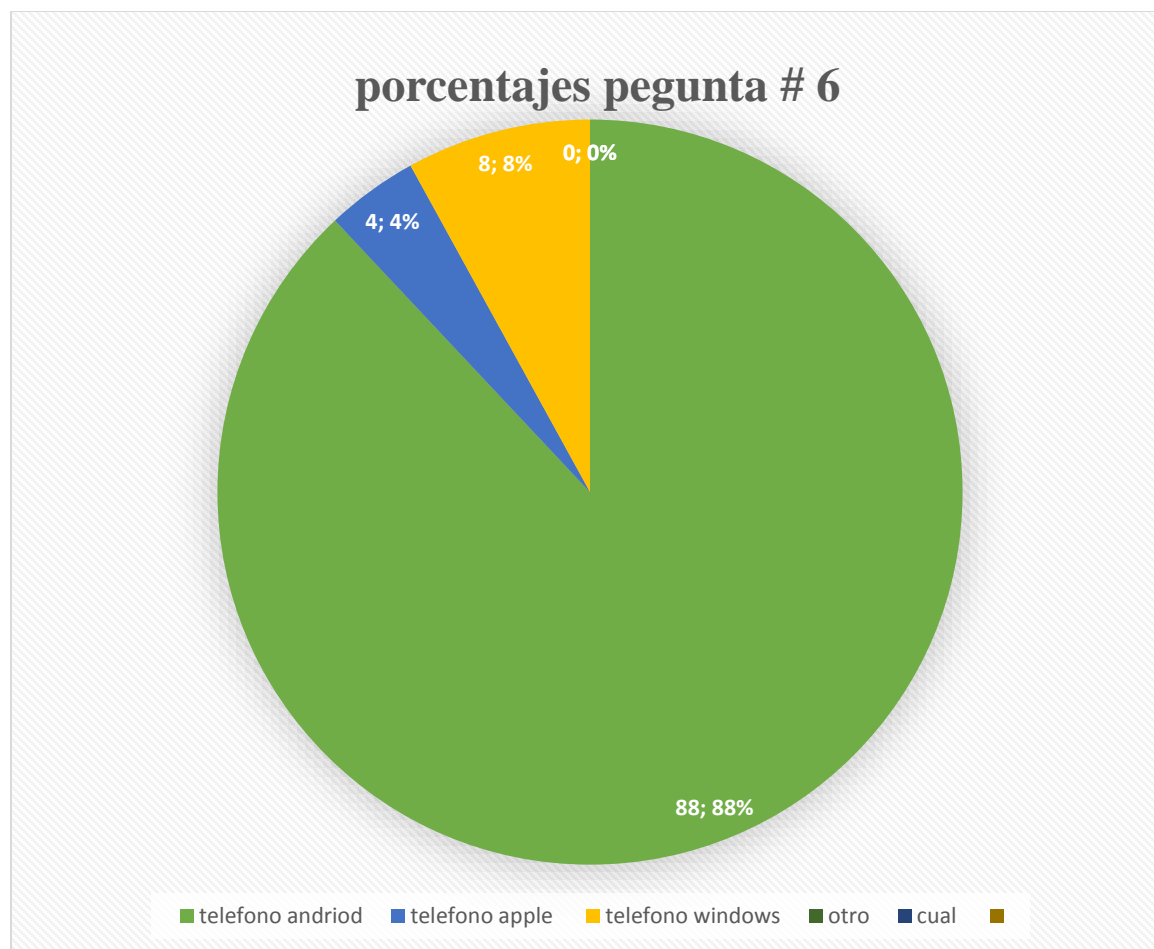
no _____

Análisis de la información resultados:**Tabulación de la información**

preguntas	Total si	Total no	Total %
Pregunta # 1	94	6	100 %
Pregunta # 2	85	15	100 %
Pregunta # 3	86	14	100 %
Pregunta # 4	87	13	100 %
Pregunta # 5	80	20	100 %
Pregunta # 6	////////////////////	////////////////////	////////////////////
Pregunta # 7	80	20	100 %
Pregunta # 8	88	12	100 %



pregunta	Teléfono	Teléfono	Teléfono	otro	cual	Total %
	Android	Apple	Windows			
Pregunta # 6	88	4	8	0	0	100 %



Validación de identificación de las necesidades

Nuestra investigación de mercado nos muestra que la aplicación es acogida por las personas de cota Cundinamarca, según la preguntas # 1 y # 4 por un margen superior al 80 % de la población. En efecto podemos determinar que es viable las necesidades a satisfacer por medio de esta plataforma ya que se demostró las posibilidades que tiene de crecer en este sector económico generando ganancias para los actores presentes como los productores, los compradores y la plataforma, de tal manera que todos resultarían beneficiados de un servicio del cual se espera que empiece a operar en razón al producto mínimo viable (PMV).

Validación de los beneficios y expectativas

Encontramos en nuestra aplicación las posibilidades que esta ofrece en cuanto a los posibles beneficios monetarios para los campesinos y los clientes a la hora de acceder a nuevos mercados que amplifiquen la oferta de sus productos a más colombianos interesados en ellos. Por lo cual las expectativas de crecimiento de esta aplicación resultan prometedoras en la demanda de estos productos agrícolas. Los clusters que integra la aplicación permitirán crear las cadenas necesarias para realizar una actividad económica en busca de un beneficio común entre los productores campesinos y los clientes de la plataforma.

Validación de las limitaciones y frustraciones

En el desarrollo de nuestra aplicación encontramos que una limitación muy importante es el desarrollo de nuestra aplicación en una sola plataforma; ya que esta situación nos condiciona a trabajar con un público y mercado de consumo más reducido dejando por fuera por el momento a todos los posibles usuarios interesados que no cuentan con un teléfono que ejecute el sistema operativo Android, pero cabe resaltar que una manera de validar este desarrollo de la aplicación para el sistema operativo Android radica principalmente en nuestra investigación de mercado la cual nos dio resultados de un margen superior del 88% de la población que utiliza este tipo de teléfonos principalmente en los productores del campo colombiano pues al ser este el sistema más ejecutado en el mundo por los fabricantes de teléfonos inteligentes resulta un teléfono más asequible para la persona de bajos recursos y que por ende la mayor parte de estas personas tiene acceso a este tipo de tecnología, por lo cual nuestros esfuerzos están bien dirigidos a desarrollar esta aplicación para este sistema que involucra la mayor parte del mercado de teléfonos en Colombia y el mundo.

En la validación de las frustraciones tenemos que cuando nos queremos dirigir a todo el posible productor del agro colombiano ya sea un gran comerciante o un pequeño campesino que quiere obtener unos ingresos adicionales, encontramos con que en muchos lugares apartados de Colombia no es posible contar con una cobertura a una red móvil que suministre un acceso a internet por lo cual muchas personas no podrían acceder a nuestra aplicación. Este punto resulta frustrante ya que la razón principal de nuestro negocio es poder generar la oportunidad de nuevos ingresos económicos principalmente a esos pequeños campesinos productores del agro en donde les resulta para ellos muy difícil acceder a ofertas adecuadas por los productos agrícolas, pero aunque muchas personas no puedan acceder a nuestra plataforma por estas condiciones principalmente geográficas la gran mayoría de productores del campo si lo podrán hacer si así lo deciden. Esto quedó evidenciado en nuestra investigación de mercado en las preguntas # 5, 7 y 8 las cuales arrojaron márgenes de aceptación superiores al 80% a este tipo de iniciativas de comercialización online.

Otra frustración que encontramos a la hora de validar nuestro servicio radica principalmente en el desconocimiento por parte de los campesinos y productores colombianos a este tipo de comercio digital, ya que en algunos casos los campesinos no tienen idea de cómo generar un ingreso a través de estas nuevas e innovadoras formas de comercializar. Pero aunque esta situación es algo común en un sector de los productores del agro colombiano no en todos los casos es así, como se pudo evidenciar en nuestra investigación de mercados encontramos gran expectativa y márgenes favorables de los campesinos y los productores agrícolas por acceder a estos nuevos mercados de consumo los cuales incrementen sus ingresos de manera significativa.

Pentágono Perfilación de clientes final

Esta aplicación nace como una alternativa para satisfacer las necesidades de los campesinos y productores del agro colombiano de obtener mayores ingresos por sus productos, ya que se evidencia dificultades por parte de los productores de generar un mercado más amplio en el cual ellos puedan acceder a más demanda de sus productos. De igual manera identificamos la necesidad en el mercado campesino de eliminar cadenas de intermediarios en la distribución de sus productos los cuales les están generando una significativa reducción de sus ingresos.

Y en cuanto a los consumidores (clientes) evidenciamos las necesidades de estos por acceder a productos del agro colombiano de manera fácil y sencilla, conociendo de antemano el producto que desean comprar, como también saber en dónde ha sido producido.

Nuestro mercado será a nivel nacional operando en dispositivos Android.

Nuestra tienda no discrimina si el cliente es hombre o mujer ya que está enfocado en la venta a grandes masas.

Todo ciudadano mayor de edad que disponga de un medio de pago virtual como tarjetas de crédito o divito.

En cuanto al productor del agro colombiano; toda persona que disponga de una cuenta bancaria donde realizar las consignaciones respectivas por sus productos.

Aún no existe cobertura al 100% de internet en el campo colombiano limitando en muchos casos el acceso de los campesinos a nuestra plataforma.

Como nuestra aplicación solo soporta el sistema operativo Android disminuiríamos el volumen del mercado de nuestra aplicación.

Otra limitación de nuestro negocio se centra en la investigación de mercado y la segmentación de nuestro público, ya que al ser una aplicación que se espera que opere en todo el territorio nacional se hace complejo y costoso un eficiente testeado de nuestra aplicación

También encontramos limitaciones para el desarrollo de nuestra plataforma en función a las características de posicionamiento GPS necesarios para conectar una oferta con un comprador pues se evidencian algunas fallas en algunas versiones del sistema en canto a versiones del API más antiguas.

Por último vemos limitaciones en cuanto al comportamiento de nuestra aplicación cuando no hay acceso a internet ya que sin acceso a la red no podremos realizar ninguna operación dentro de la misma lo cual condiciona de manera directa la operación de la app.

Necesidad de incorporar nuevas herramientas de comercio en el campo en pro de generar una alternativa rentable al pequeño productor.

Mayores ingresos a los campesinos debido al aumento de la demanda.

NECESIDADES

Reducción de costos en la entrega de los mismos ya que brindamos una opción de ubicación vía GPS en donde conectamos a los consumidores más cercanos a los productos ofertados.

Una aplicación gratuita que cualquier persona puede descargar en play store.

Esperamos generar información valiosa al pequeño productor en cuanto a las técnicas y tecnologías relacionadas con la producción de sus cultivos.

Existen plataformas de compra de productos del agro colombiano, pero en muchos casos no conectan directamente a los productores sino que tercerizan ese procedimiento.

Existen algunas plataformas de compra directa a los productos campesinos pero, nuestra aplicación no discrimina ninguna región de territorio, Además esta condicionan su consumo a través de un navegador.

Existen algunas aplicaciones donde los campesinos publican y venden en ellas y además la misma aplicación se encarga de la cadena de distribución, lo cual genera unos gastos de operación elevados, por el contrario nuestra aplicación le traslada la responsabilidad de entrega al productor conectando su servicio con el cliente más cercano a él.

También existen aplicaciones que se dedican a la tecnificación del campo a través de herramientas de apoyo para el productor con información relacionada con la producción de cultivos con respectivos informes acerca de plagas y enfermedades relacionadas.

MERCADO

BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS

ICONFORMIDADES/LIMITACIONES

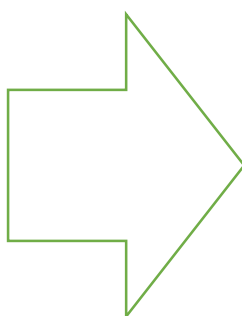
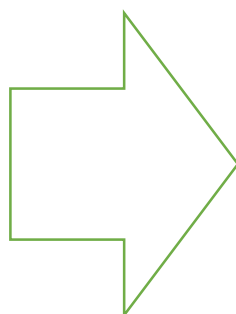
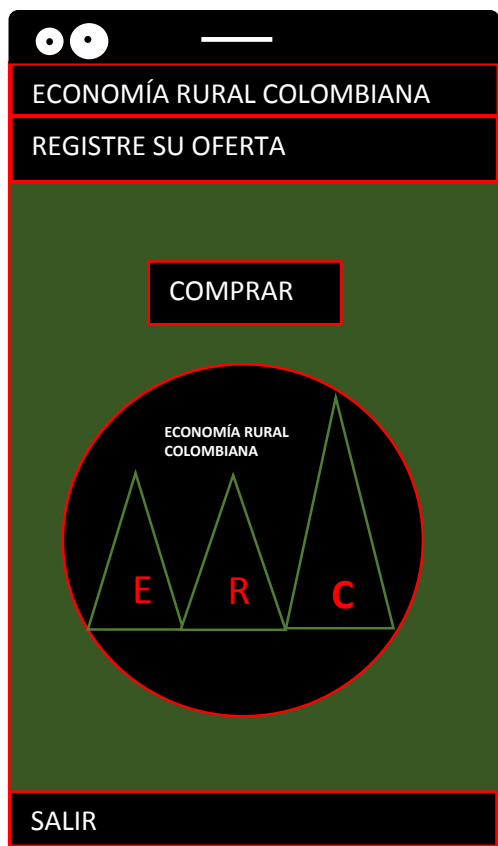
SOLUCIONES ACTUALES

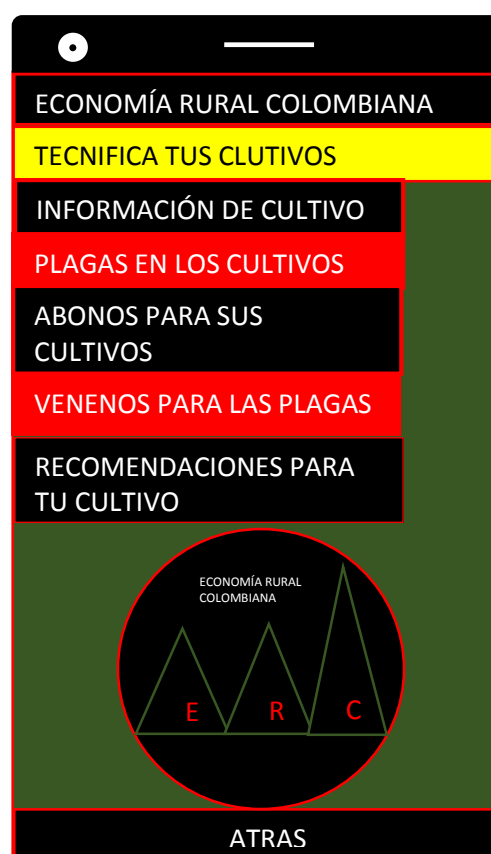
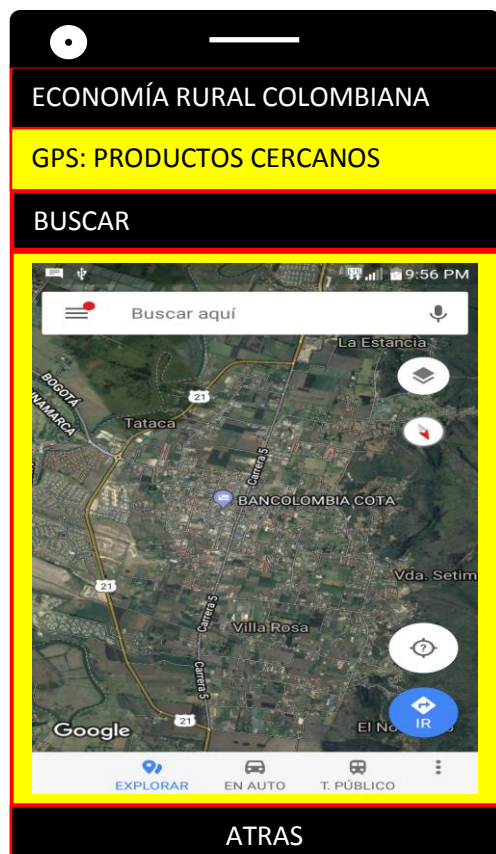


Prototipo e interfaz gráfica de usuario y productor



Inicio, registro y su menú principal





ECONOMÍA RURAL COLOMBIANA

FERTILIZANTES PARA SUS CULTIVOS

FLORECENCIA TOMATE

Florescencia es un fertilizante utilizado para garantizar una excelente floración de sus cultivos evitando que las flores se caigan



COMPRAR UND X 100G: \$ 12.000

ATRAS

ECONOMÍA RURAL COLOMBIANA

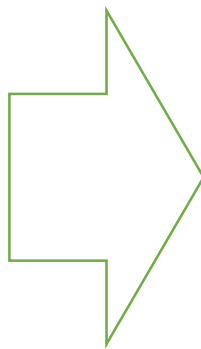
ABONOS PARA SUS CULTIVOS

FERTILIZANTES PARA LAS VERDURAS



COMPRAR 50 KG: \$ 40.000

ATRAS



ECONOMÍA RURAL COLOMBIANA

VENENO PARA EL PASADOR EN EL TOMATE

APLIQUE 50 ML DE MONITOR EN 18 LT DE AGUA Y REALICE UNA ASPERCIÓN SOBRE TODO SU CULTIVO DE MANERA HOMOGÉNEA CON EL FIN DE ELIMINAR EL PASADOR

PLAGICIDA



TAMBIÉN NO OLVIDE DESINFECTAR LA BOMBA DE ASPERCIÓN UNA VEZ TERMINADO LA LABOR DE FUMIGACIÓN CON EL FIN DE EVITAR ALTERACIÓN O DAÑOS EN SU CULTIVO

COMPRAR 700 ML

ATRAS

ECONOMÍA RURAL COLOMBIANA

RECOMENDACIONES PARA TU CULTIVO

PROCURE EVITAR LA EXPOSICIÓN DEL TOMATE CON LA HIERBA, FUMIGÁNDOLO PERIODICAMENTE

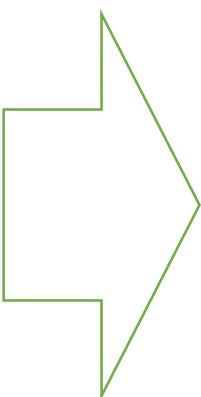
2 PROCURE ABONAR SU CULTIVO CADA 25 DIAS

3 REALICE UNA DESOJADA AL TOMATE PROCURANDO RETIRAR HOJAS SECAS DE LA PLANTA PARA DARLE MÁS CALOR AL FRUTO

4 FUMIGE EL TOMATE CADA SEMANA CONTRA EL HIELO Y LA MARIPOSA CON SU PLAGICIDA PREFERIDO RECOMENDAMOS USAR MONITOR 700 ML

COMPRAR 700 ML

ATRAS **INFORMACIÓN**



Descripción del producto o servicio

Nuestro servicio se caracteriza por permitir al usuario registrarse con unos breves datos personales los cuales serán necesarios para poder ofertar en nuestra aplicación. De tal modo que nuestra aplicación detecte la ubicación del productor que está ofertando sus productos, e igualmente poder conectarlos con los clientes o consumidores más cercanos a él, generando la posibilidad de compra entre los mismos a través de pago en línea que se realizara de manera virtual en la plataforma de compra, lo cual garantizara al consumidor la protección de su dinero hasta que se confirme la entrega del producto o se venza el plazo máximo para desembolsar el dinero al productor. De esta manera se efectuaran las compras en la aplicación conectando al productor con el consumidor más cercano al el a través del GPS del teléfono móvil, igualmente la aplicación cobrara una pequeña comisión por el uso de la plataforma, generando el precio final dentro del mismo producto el cual será descontado automáticamente a la hora de girar el dinero al productor. Cuando el productor del campo colombiano quiera publicar una oferta bastara con cargar una foto de su producto y cuantas unidades tiene disponible para que automáticamente la aplicación le genere un precio de mercado actualizado y además incluyendo el valor a descontar por concepto del uso de la plataforma.

Por consiguiente cuando el consumidor ingresa a nuestra aplicación encontrara un menú de productos agrícolas los cuales han sido producidos lo más cercano posible a él, esto para poder conectar la compra entre consumidor y productor como también garantizar una pronta entrega de la misma; ya que por el momento no será posible ofrecerle un menú de ofertas al consumidor nacional porque este generaría imposibilidades en cuanto a la entrega de estos productos. pues resultaría imposible comprar un queso en uvate y esperar una pronta entrega del mismo si de pronto vivo en Antioquia por ejemplo por lo anterior el consumidor encontrara en su menú de

ofertas solo productos cercanos a su entorno para poder facilitar las cadenas de distribución de los productos por parte de los productores campesinos colombianos.

De igual manera dotaremos a nuestra aplicación de un menú de interés para el productor campesino en el cual el productor de manera gratuita pueda acceder a un servicio de identificación de posibles plagas o enfermedades en sus cultivos esto a través del reconocimiento facial de patrones que determinen el comportamiento de estas en sus cultivos proporcionando al productor la información necesaria a la hora de generar una respuesta eficaz y prevenir cualquier eventualidad de la mejor manera. Esto se llevara a cabo con tan solo acceder a la cámara del dispositivo móvil y tomar una foto del problema que le afecte ya que la información cargada en la misma permitirá a través del reconocimiento facial detectar que tipo de anomalía puede ser y cuál es el mejor paso a seguir en el camino de proteger sus cosechas. Cabe destacar que este tipo de información no podrá ser consultada por los clientes (compradores) de la aplicación ya que estos servicios requieren un registro y por lo general no necesitaran de esta información de interés principalmente para los campesinos y los productores. Para poder acceder a esta información en tiempo real el productor campesino deberá contar con internet a la hora de efectuar la consulta ya que nuestra aplicación necesita estar alimentada de otros servicios en línea para poder ofrecer este mismo de manera gratuita a los campesinos. Cabe destacar que una vez el productor del agro colombiano realice cualquier tipo de consulta esta información quedara almacenada en su dispositivo móvil lo cual le servirá de soporte cuando no tenga conexión a internet para que pueda visualizar la información que allá consultado a cualquier momento. Además nuestra aplicación contara con un excelente interfaz gráfica y recursos gráficos para que el usuario sienta un gran agrado a la hora de navegar en la plataforma, también esperamos que nuestra aplicación pueda residir en la tarjeta SD del teléfono para no limitar a los usuarios que

dispongan de poco almacenamiento en la memoria interna de su teléfono, de igual manera se espera un adecuado comportamiento de nuestra aplicación cuando el usuario no disponga de conexión a una red, ya sea porque no hay cobertura en el lugar o la a deshabilitado el usuario, teniendo en cuenta que sin acceso a internet no podremos acceder a la aplicación.

También dotaremos a la aplicación con información relacionada con la tecnificación de cultivos agrícolas, con recomendaciones prácticas sobre técnicas de cultivo como lo son la fertilización de cultivos, abonos adecuados para la eficaz cosecha de productos agrícolas como también recomendaciones para el correcto uso de pesticidas y plaguicidas en los cultivos que requieran de estos productos. Por último se espera que esta aplicación cuente con una cobertura en todo el territorio nacional con el fin de poder acceder a un mercado nacional e integrado en función del campo colombiano. También se contempla la posibilidad de crecimiento a futuro de nuestra aplicación con posibles clientes de otros países por lo que tendremos que adaptar a nuestra aplicación a las diferentes reglas y políticas fiscales en el país en el cual esta esté operando.

Ficha técnica del producto o servicio

-Características técnicas del producto: esta plataforma será desarrollada bajo el sistema operativo Android código abierto en donde podremos operar todas las herramientas que nos ofrece su entorno de desarrollo como lo son el acceso a Android estudio, al estándar de desarrollo SDK y también al entorno de desarrollo conocido como el IDE.

-tamaño: una plataforma nacional que soporta el acceso a través de internet aunque con algunas sombras en el acceso al posicionamiento debido principalmente a las condiciones de nuestra geografía nacional.

-capacidad: en cuanto a las capacidades de navegación dentro la aplicación se limitara a un tiempo límite de búsqueda dentro de la misma con el fin de no congestionar o saturar el tráfico de información dentro de la misma. Además de lo anterior se espera contar con una capacidad de procesamiento ágil de información que permita acezar a los usuarios a la mayor cantidad de ofertas posibles en un tiempo de carga relativamente corto.

Planeación estratégica generativa

Identidad estratégica: la razón y característica principal de nuestro negocio radica en ayudar al máximo posible a los productores del agro colombiano en especial a los pequeños productores campesinos. En efecto nuestra plataforma se dedicara principalmente al comercio online de productos del agro colombiano; generando un puente de comunicación entre los ofertantes y los clientes dispuestos a pagar por algún producto dentro de la misma. Teniendo en cuenta que pensamos en generar una rentabilidad por el uso y explotación de esta plataforma; la cual se presenta como una nueva posibilidad de negocio para el campo; en efecto nuestra plataforma necesita una rentabilidad, la cual será producto de un pequeño cargo o valor agregado al producto que se ofrece en nuestra aplicación el cual no será muy representativo en comparación al índice de precios al consumidor (IPC). Además nuestra afinidad con el campo resalta a grandes rasgos con funciones adiciones directamente relacionadas con la tecnificación del campo, la cual nos diferencia de las demás aplicaciones que también ofrecen productos del agro colombiano a través de plataformas de compra virtual. Pero en ningún caso evidenciado hemos podido comprobar que a su vez se le ofrezca al productor la información necesaria y gratuita sobre el adecuado y correcto uso de técnicas que le permitan más rentabilidad en sus productos. Por lo anterior esperamos diferenciarnos de las plataformas que solo se dedican al comercio de productos agrícolas. Y empezar a generar estas herramientas de fidelización hacia nuestros

futuros clientes y ofertantes, igualmente nuestra aplicación se diferencia a grandes rasgos de las demás en esta área del campo (pequeño productor) ya que nuestros campesinos y productores del agro colombiano son los principales beneficiados en primera media al encontrar la posibilidad en cualquier área del territorio nacional de poder acceder al mercado local en donde se encuentren y obtener la mejor manera de acceder a un mercado de consumo mucho más grande que el que les genera el entorno donde se encuentran ubicados, al igual que sabrán de primera mano el justiprecio de los productos que comercializan al disponer de toda esa información en nuestra plataforma.

Futuro preferido: este incorpora las mejores acogidas a esta idea de negocio que pretende ser una alternativa de negocio para muchas personas que se dedican a la labor de la producción del campo en Colombia considerando que aunque existen sectores competitivos que explotan este sector de la economía nacional hemos detectado que casi ninguno se preocupa por generar un bienestar tanto para sus clientes y en primera medida los campesinos del agro colombiano, en los que queremos generar una pequeña pero importante alternativa de comercialización de sus cultivos o productos. Para lo cual visualizamos en un periodo de no más de tres años una aceptación positiva de nuestro producto mínimo viable (PMV), en otras palabras la aceptación de la funcionalidad mínima y necesaria de nuestra aplicación la cual será básicamente la comercialización y distribución por este medio. En efecto esta situación nos permitirá iniciar el abordaje de nuevas funcionalidades dentro de nuestra aplicación, esto con la finalidad de retener y fidelizar a nuestro clientes y a su vez empezar el abordaje y la incorporación de nuevos mercados dentro de la misma. Lo cual nos garantiza la evolución y la adaptación constante de nuestra aplicación a las condiciones que el mercado y la competencia nos esté generando.

Objetivos empresariales

Objetivo general

Nos queremos posicionar como una empresa líder en la innovación del comercio colombiano especializado en la comercialización de productos agrícolas a través del uso de herramientas tecnológicas que dinamicen las operaciones comerciales a través de las compras online generando una mayor fluidez en cuanto a la facilidad de los productores por acceder a nuestra plataforma y a los clientes por acceder a ofertas. De igual modo nos visualizamos como una plataforma nacional que provee y brinda soluciones a los colombianos a las necesidades de alimentación y obtención de productos agrícolas en función de atender la canasta básica de alimentación de los colombianos.

Finalmente nos visualizamos como una nueva herramienta de comercio e información de los colombianos que se alimentan del agro, o que lo cultivan, adaptada a los cambios que la tecnología brinda en materia de atender la rápida y constante evolución del comercio con la finalidad de atender las posibilidades de crecimiento y explotación agrícola que el país tiene en los próximos años.

Objetivos específicos

Generar una rentabilidad y estabilidad económica a través de un pequeño valor agregado al producto ofertado en nuestra tienda.

-generar mayores ingresos monetarios a los pequeños productores campesinos del país.

-generar un medio alternativo para que los clientes accedan a productos del campo colombiano de manera directa.

-crear nuevas formas de tecnificar e identificar anomalías en los cultivos del agro colombiano.

-llevarle al consumidor productos de excelente calidad y que además son cultivados en su región.

-incursionar en diferentes mercados como el agropecuario una vez consolidado el mercado agrícola.

-satisfacer las necesidades del mercado colombiano en el acceso a productos campesinos.

-eliminar cadenas de intermediarios en la distribución de alimentos.

Valores corporativos: en primer lugar tenemos claro que nuestra idea de negocio gira en torno a la transparencia enfocada principalmente a contribuir con el desarrollo del sector más desfavorecido de Colombia en razón y función de contribuir con el desarrollo económico de esta rama de la economía nacional en la cual vemos un futuro muy prometedor en el mediano plazo. Nuestra plataforma fomenta y promueve el equilibrio y la armonía entre la sociedad, productores y la naturaleza que la rodea y de la cual es parte. Esto nos implica lograr resultados de desarrollo sin amenazar las fuentes de nuestros recursos naturales y lo más importante sin comprometer los recursos de las futuras generaciones. En efecto promoveremos unas prácticas de producción limpia y favorable con el medio ambiente en donde estas sean un compromiso con el fin de mitigar de la mayor manera posible los impactos medio ambientales que se puedan ocasionar en la producción de productos agrícolas.

Por otra parte resaltamos el compromiso al adecuado manejo de datos sensibles de nuestros clientes y productores, en ningún caso le daremos un uso mal intencionado a información sensible de usuario que nosotros podamos almacenar de él.

Análisis de macro entorno

Podemos identificar varias variables significativas a la hora de generar algún servicio o algún producto, debido a que en primer lugar existen muchos competidores grandes en el mercado que queremos abordar brindando soluciones y servicios a muy bajos costos por lo que desarrollar aplicaciones agrícolas en Colombia supone un gasto significativo de recursos para su operación, dirigidos principalmente a las campañas de marketing para que nos ayuden a posicionar nuestra aplicación en el mercado.

La economía colombiana enfrena una desaceleración económica en los últimos tres años debido a los costos en los minerales e hidrocarburos los cuales han generado una nueva carga de impuestos a los colombianos. Ante esta situación de inflación y bajo poder adquisitivo de las familias colombianas, estas se muestran esquivas a comprar productos de consumo a altos precios, por lo que resulta fundamental diseñar una estrategia de precio- ganancia justa que atraiga a los consumidores colombianos a la adquisición de productos agrícolas a través de plataformas tecnológicas ahorrando recursos económicos y de tiempo.

Las políticas del ministerio de la información y las telecomunicaciones (TIC) sufre de grandes falencias a la hora de citar las condiciones jurídicas de estas plataformas tecnológicas, lo que supone en este negocio unas reglas de juego comercial no claras que pueden alterar y condicionar el servicio de esta tecnología; ante esta situación se oye a diario voces políticas reclamando conceptos jurídicos de entes encargados que determinen a que normatividad pertenecen estas nuevas tecnologías y a su vez como deben ser supervisadas y controladas.

La cobertura e infraestructura colombiana se encuentra en una fase de desarrollo y de competitividad global que permitirá agilizar los procesos logísticos del país con miras al desarrollo colectivo y competitivo en la región y el mundo. Lo cual supone nuevas posibilidades

de comercio global atendiendo las necesidades de la economía y los colombianos. Sin embargo otra situación paralela se vive en el campo colombiano, pues allí hace muchos años el gobierno se olvidó de generar y construir carreteras a los campesinos dificultando el transporte y comercio de sus productos además de encarecer el coste de transporte lo cual supone a la economía campesina colombiana grandes costos económicos y logísticos para poder distribuir sus cosechas.

La educación en Colombia no ha abordado con gran interés el acceso a nuevas tecnologías por falta de conocimiento acerca de estas lo que causa desconfianza a los colombianos a estos nuevos medios de negocios y comercios online por falta de conocimiento en la materia.

La idiosincrasia en nuestro país nos muestra un ethos tradicionalista de consumo de bienes y servicios adquiridos de manera personal-presencial evidenciando desconfianza hacia nuevas formas de comercialización virtual y online por no sentir las correctas dentro de sus hábitos tradicionales, lo cual aún sopen nuevas barreras a estas tecnología en este país donde de la mayor parte de la sociedad se arraiga al ethos impositivo de su entorno desconfiando de lo nuevo o desconocido considerándolo en algunos casos hasta una amenaza.

Análisis pestel

Factores políticos: ante la buena disposición del gobierno nacional por apoyar la incursión y el acceso a la tecnología en Colombia encontramos grandes posibilidades de operación en este mercado de consumo, aunque con algunas falencias en materia regulatoria de la tecnología en Colombia; por lo que es contante el debate de los legisladores en materia de establecer y aclarar las condiciones de estos servicios en país. Habitualmente se escuchan conceptos jurídicos sobre las condiciones de regulación al servicio de las aplicaciones que ofrecen algún servicio en Colombia lo que supone riesgos de operatividad sin reglas de juego claras y estables.

Factores económicos: la economía colombiana en los últimos años se ha estancado en un crecimiento económico por debajo de la región establecido en un 2,2 % debido principalmente a la desaceleración económica, provocada en primera medida, por la caída internacional de los precios del petróleo lo cual está generando un hueco fiscal en la nación de aproximadamente 20 billones de pesos; por lo cual estamos ante una situación de una nueva reforma tributaria que busque la obtención de nuevos recursos vía impositiva a todos los ciudadanos lo cual podrá afectar de manera directa nuestra aplicación en función de competitividad e inestabilidad de las políticas económicas que rigen el sector productivo del país.

Ante la ausencia del estado en el campo colombiano con políticas agrarias que incentiven y potencien el crecimiento de este sector, los campesinos y productores del agro han vivido preocupadamente la reducción de sus ingresos en los últimos años lo cual está ocasionando mayores índices de pobreza en el campo y por ende menos ganas de trabajar en este sector de la economía.

Ante esta difícil situación económica que afronta el agricultor colombiano, nuestra aplicación pretende brindarle a millones de familias campesinas la posibilidad de comercializar sus productos de manera más ágil y económica para diversificar de manera positiva el acceso a nuevas fuentes de dinero que puedan mitigar el efecto económico generado por las condiciones fiscales actuales.

Otro factor que afecta el funcionamiento y la cobertura de la aplicación en Colombia radica en los elevados precios de internet de alta velocidad, los cuales representan gastos significativos a

los productores por lo que limitaría el acceso de las personas que no cuenten con los ingresos suficientes para la adquisición de planes de internet.

Factores sociales: la economía colombiana a lo largo de su historia ha demostrado su rentabilidad ante las crisis económicas globales lo cual destaca de Colombia como un país que aunque carente de políticas agrarias sobrevive gracias a la vocación del sector campesino hacia el trabajo agrícola; esto representa unas grandes posibilidades de abrir nuevas puertas a la sociedad campesina colombiana en función de integrar estos mercados a una nueva transformación digital en función de atraer nuevos mercados a este sector de la economía.

Las políticas agrarias en los gobiernos colombianos de turno han dejado atrás en materia de competitividad internacional al agro colombiano generando retrasos en este en cuanto al acceso de nuevas tecnologías de producción y comercialización por lo que también evidenciamos una notable apatía en algunas poblaciones agrícolas a la hora de hablar de ventas online. Lo cual nos genera una reestructuración de la estrategia de penetración de mercado en estas poblaciones temerosas del comercio a través de medios no tradicionales.

Factores tecnológicos: la expansión y el acceso a la tecnología en el agro colombiano se ha dado principalmente a través de la telefonía celular limitando el consumo de internet a través de la red móvil, generando costos significativos de acceso a través de estos equipos y limitando las ventajas que ofrecen los ordenadores o computadores tradicionales.

La velocidad de las redes de comunicación en Colombia son muy lentas en el campo debido a la falta de cobertura en estos sectores, lo cual limita la velocidad de navegación a redes de

comunicación en 2G y 3G las cuales generan retrasos indeseados a la hora de desarrollar aplicaciones que requieran comunicación en tiempo real. Además de fallas en el sistema de posicionamiento.

El acceso a la educación y a la tecnología en Colombia ha sufrido una transformación positiva en los últimos años, evidenciando un auge en el consumo masivo de internet en casi todo el territorio nacional, lo cual nos muestra grandes posibilidades de abarcar el acceso de nuestra aplicación a través de las nuevas tecnologías.

Factores jurídicos: en función de determinar la normatividad que en Colombia rige y supervisa a las aplicaciones tecnológicas; podemos evidenciar a grandes rasgos un vacío jurídico para muchos aspectos de la regulación de funcionamiento de las mismas, por lo que no es preciso entender con claridad la manera de como el ministerio de las TIC supervisa esta actividad en el país. Ante la falta de claridad de la norma jurídica regulatoria a estas nuevas tecnologías encontramos conceptos jurídicos no claros a cerca de como el ministerio encuentra a estas tecnologías.

Ante la ausencia de una normatividad de regulación de la actividad comercial de las aplicaciones móviles en Colombia, estas se exponen a un panorama de constante incertidumbre funcional dado que las presiones jurídicas del ministerio podrían contrarrestar la operatividad de las mismas en relación a los servicios prestados, dado que en ocasiones se ha intentado regular y grabar a las aplicaciones móviles como parte de un gremio industrial esto en el intento de comparar a las aplicaciones que ofrecen algún servicio con las organizaciones tradicionales.

Factores ambientales: la regulación ambiental colombiana establece claramente investigación y sanción a las organizaciones que no cumplen con las políticas ambientales establecidas por la legislación vigente. La protección de los recursos naturales en el desarrollo de la actividad económica de la aplicación radica en mantener un constante equilibrio entre la naturaleza que la rodea y de la cual es parte; igualmente garantizado el no comprometer los recursos de las nuevas generaciones. Lo anterior despejara el panorama jurídico ambiental de nuestro servicio.

factores	Locales	Nacionales	Internacionales
Políticos	Estabilidad económica	División de conceptos económicos nacionales	Apoyo de gobiernos aliados,
Económicos	Desaceleración económica	Altos precios de internet en Colombia	Acceso a créditos internacionales, calificadoras de riesgo

Sociales	Falta de adaptación a la tecnología	Miedo a las compras online, falta de confianza	Competitividad internacional limitada
Tecnológicos	Software y limitación de información en español	Falta de apoyo de ministerio TIC en Colombia	Constante evolución de la tecnología
Jurídicos	Reformas tributarias alta carga impositiva	Impuestos altos a los colombianos	Reglas operativas distintas a las nacionales.
Ambientales	Técnicas de cultivo amenas al medio ambiente	Geografía limita el acceso a la población	Presión ambiental por organizaciones no gubernamentales

5 fuerzas de Porter

Poder de negociación de los compradores o clientes: el poder de negociación con nuestros clientes radica principalmente en dos factores principales que determinan el éxito y el grado de mercado de nuestra aplicación.

Lo primero que entramos a negociar con nuestros clientes es la cuota de valor agregado a los productos campesinos por concepto de operación de la plataforma, de la cual esperamos obtener la sostenibilidad y rentabilidad de la misma; igualmente esperamos atraer más clientes por medio de canales de atención personalizados que brindaran información al cliente sobre la competencia y evidencie la rentabilidad de nuestro servicio.

Finalmente atenderemos clientes de todo el territorio nacional, por lo cual se hace necesario la incorporación de precios diferenciados a los productos en razón a la ubicación geográfica de los mismos esto en razón de atender la economía de cada sector ya que hemos evidenciado que los ingresos de los clientes varían dependiendo la zona geográfica. Principalmente por razones de educación o desarrollo económico sectorial.

Poder de negociación de los proveedores o vendedores: la amenaza a nuestra plataforma radica principalmente en los proveedores de la misma ya que de ellos depende la operación y sostenibilidad de aplicación. Por lo que a la hora de convencer a un cliente se hace necesario lograr darle un valor agregado a las ventas de nuestro productor para generarle mayores ingresos los cuales a su vez se transformen en proveedores satisfechos y motivados a trabajar por medio de nuestra plataforma.

Además podemos incluir un nivel de organización sectorial de nuestros productores lo cual nos permita el control y la posible sustitución de los mismos en función de mantener la operación de la plataforma en excelentes condiciones.

Amenazas de nuevos competidores entrantes: nuestra aplicación se encuentra ubicada en el nivel de fácil creación de empresa en razón de que la tecnología que necesitamos para su creación y soporte es muy asequible y de bajo costo para cualquier persona, lo cual nos genera una desventaja debido a que muchas empresas podrían incursionar en nuestro mercado.

Igualmente debemos resaltar el beneficio de esta tecnología enmarcada principalmente en la complejidad de desarrollo de la misma lo cual nos genera un equilibrio entre costo de adquisición y coste de desarrollo.

Los precios de otras plataformas tecnológicas que venden productos a muy bajos precios condicionan la rentabilidad de la nuestra, en razón a que estas pueden vender sus productos a casi coste de pérdida ya que cuentan con el músculo financiero necesario para amortiguar y compensar las pérdidas. Lo cual es una herramienta que estas organizaciones utilizan para lograr atraer muchos clientes y posteriormente volver a regular el precio de la oferta de los mismos.

Amenaza de productos sustitutos: al momento de nuestros clientes adquirir sus productos siempre intentan acceder a unos más baratos y rendidores y buscan a sustituir a aquel que le les represente un costo elevado por otro que brinde y satisfaga la misma necesidad, por lo que se hace necesario abordar en nuestra aplicación la mayor cantidad de productos agrícolas disponibles en el mercado, para que el cliente encuentre en nuestra aplicación alternativas de sustitución de algún producto por razones de precio o escases.

Rivalidad entre los competidores: en el desarrollo de la actividad económica de la plataforma encontramos pocas aplicaciones que cumplan con las funciones de esta, ya que en primer lugar nuestros competidores de servicios se enfocan principalmente solo en la comercialización de productos dejando atrás herramientas de valor agregado a los clientes y proveedores que generen fidelidad a la plataforma.

Por otro lado identificamos que aunque la tecnología para desarrollar aplicaciones móviles es muy asequible para los competidores estos encuentran grandes limitaciones en el adecuado desarrollo de la misma debido al poco conocimiento que el país tiene en la implementación de nuevas tecnologías sustitutas y alternativas de la comercialización tradicional.



Conclusiones

Debemos tener claro cuál es el Público objetivo de nuestra app, a qué tipo de usuarios está dirigida la aplicación, para ello debemos fijarnos en los rasgos de edad, género su origen o sus hábitos, debemos saber qué necesidad tienen y cual estamos cubriendo, así como aquello que están demandando. Teniendo claro en que consiste la app y como esperamos que sea consumida por los usuarios podemos evaluar cuál será el modelo de negocio más adecuado. Es posible obtener ingresos por publicidad, por la cantidad de anuncios que se muestra, por el número de veces que es usuario accede a la publicidad o por aquellos que paguen por eliminar los anuncios de la app, finalmente tenemos los modelos de comercialización más populares el modelo Premium y el freemium.

Igualmente debemos tener en cuenta que la distribución de aplicaciones para dispositivos móviles se hace de manera distinta a la del software tradicional, por ello debemos buscar maneras efectivas y eficientes para llegar a nuestro público objetivo, si el coste de las campañas de marketing es superior a los beneficios esperados entonces tenemos que buscar maneras distintas de distribuir nuestra aplicación.

El desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles especialmente los de última generación constituye un terreno novedoso en el que está todo por explorar, existen pocas reglas y las que hay difícilmente duran mucho tiempo, por eso hay muchas posibilidades de descubrir nuevos caminos pero también existen enormes posibilidades de fracaso. Todas las aplicaciones para dispositivos móviles tiene algo de innovador y eso dificulta bastante el desarrollo, en cualquier caso no todo son malas noticias y podemos aprovecharnos de la experiencia existente en el desarrollo de software tradicional.

Finalmente como hemos dicho al principio debemos tener en cuenta que el desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles constituye un terreno novedoso que no está exento de riesgos, debemos tener en cuenta que estos riesgos pueden llegar a materializarse. Por lo tanto cuando estemos planificando el desarrollo de nuestra aplicación debemos tener en cuenta estos riesgos y considerar que pueden dar lugar a retrasos.

Bibliografía

Fuente de información páginas, 19, 20 y 22
“Rubén Fuentes Fernández. Facultad de
Informática, Universidad Complutense de Madrid”
[“http://www.ucm.es”](http://www.ucm.es)

Prototipo paginas 23, 24,25 y 26
<http://developer.android.com/sdk/index.html>

Análisis del macro entorno fuente de información páginas 29,30 y 31
www.eltiempo.com/archivos