

La Despensa

Identidad Estrategia

Misión

Desarrollo de software con la mejor calidad hacia las comunidades agropecuarias y los reinsertados socialmente a causa de la violencia.

Visión

Ser en el 2022 una empresa ya constituida, con la confianza de algunos sectores agropecuarios en el centro y sur del país.

Objetivos

General

Crear una empresa que desarrolle software con los mejores estándares de calidad, metodologías y tecnologías para la generación de soluciones en el sector agropecuario en el centro y sur del país.

Específicos

Desarrollar confianza ante las agrupaciones agropecuarias ante la generación de un software.

Contar con un grupo de colaboradores con las mejores competencias y conocimientos para desarrollar un software de calidad.

Valores

Creatividad

Por medio de la conceptualización de los conocimientos con los que cuenta nuestra organización, darles a nuestros clientes la seguridad y confianza de que están con una empresa que utiliza fundamentos de calidad para la creación de un software que resulten con la solución requerida.

Innovación

Ya que llegamos a un sector el cual es reacio al cambio, nuestra empresa se encargará de innovar en procesos, en los cuales se haga pertinente para el buen desarrollo de nuestra organización.

Consciencia

Tener la consciencia de que los cambios no van a ser de un día para otro, pero con trabajo constante y fuerte se pueden llegar a lograr cambios importantes en nuestra agricultura.

Investigación de Mercados

<http://www.comproagro.com> – Plataforma virtual que comercializa productos agropecuarios.

Plan de Marketing

Realizar visitas a las principales agremiaciones agropecuarias, para mostrar los beneficios que puede dar el proyecto al sector, así incentivando la compra y utilización del proyecto. Igualmente, realizar visitas a Bancoldex, para encontrar mercados para los productos a comercializar.

Segmentación de mercado

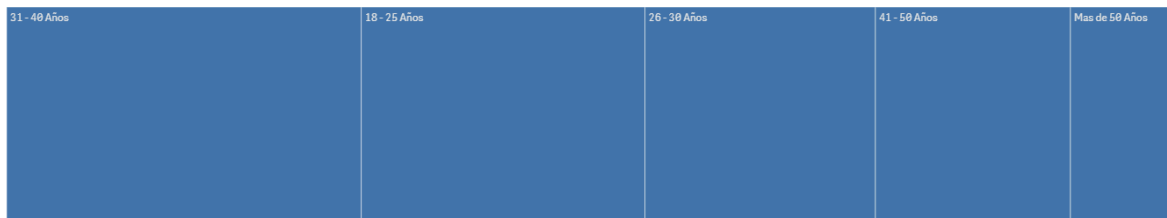
Dados los resultados obtenidos en el estudio, encontramos que nuestro proyecto se puede desarrollar en personas de diferentes rangos de edad, con conexión a internet, en la ciudad de Bogotá para un inicio.

Diseño instrumento

El instrumento utilizado fue la vía WEB, ya que queríamos ubicar a esas personas que ya tienen un acceso a internet.

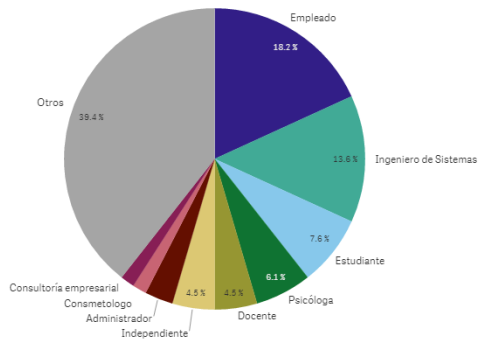
Tabulación

Rango de Edades



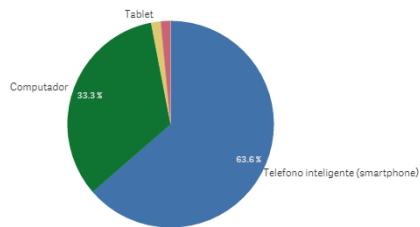
Rango de edad	Conteo
Totales	66
18 - 25 Años	16
26 - 30 Años	13
31 - 40 Años	20
41 - 50 Años	11
Mas de 50 Años	6

Ocupaciones



Ocupación	Personas Encuestadas
Totales	66
Empleado	12
Ingeniero de Sistemas	9
Estudiante	5
Psicóloga	4
Docente	3
Independiente	3
Administrador	2
Abogada	1
ama de casa	1
Analista	1
Asesor comercial	1
auxiliar contable	1
Consumetólogo	1
Consultoría empresarial	1
Contadora	1
Cordinador comercial	1

En caso de tener acceso a internet, cual medio utiliza para acceder?



Dispositivos	Personas Encuestadas
Totales	66
Computador	22
Tablet	1
Telefono inteligente (smartphone)	42
Todos	1

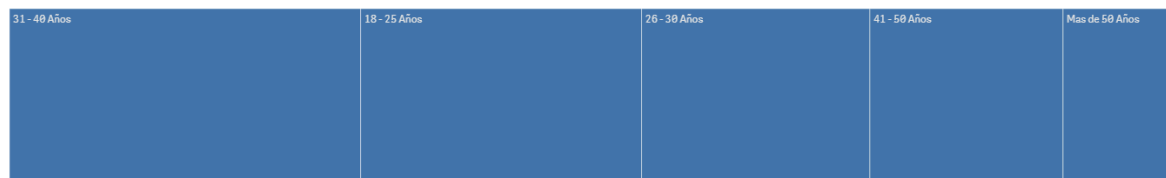
Rango de Edades



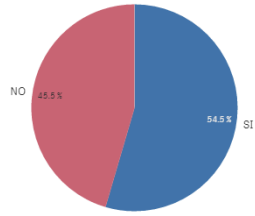
Cuando compra un producto agropecuario, como realiza el transporte del mismo?



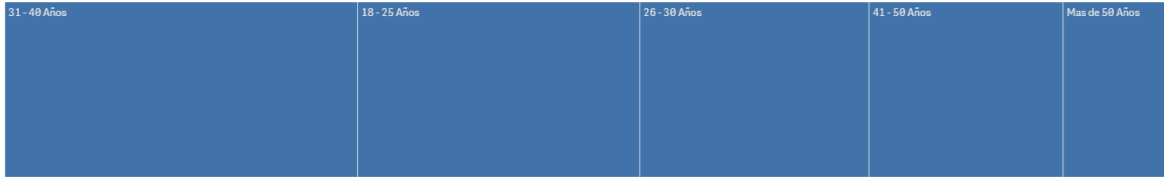
Tipo Transporte	Personas Encuestadas
Totales	66
Propio	42
Acarreo	16
Servicios de mensajería	6
No compro	1
Transporte Público	1



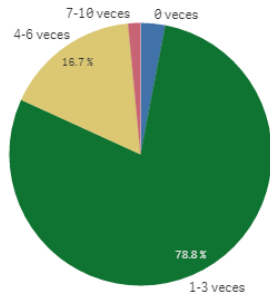
Considera usted que al momento de comprar productos agropecuarios, tienen valor justo?



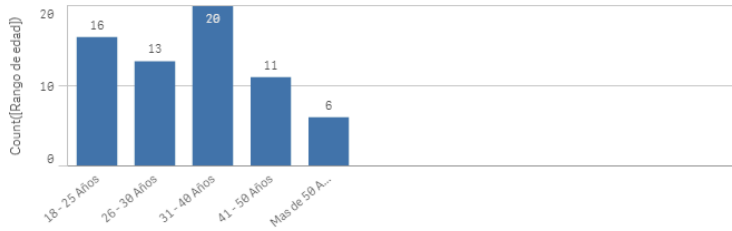
Opciones	Personas Encuestadas
Totales	66
NO	30
SI	36



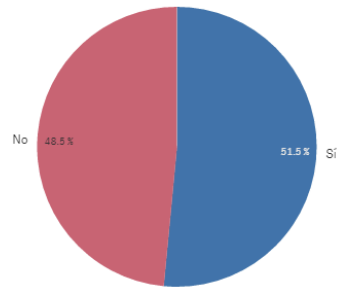
Cuántas veces al mes va a una central mayorista, fruver o plaza a comprar productos agropecuarios?



Veces	Personas Encuestadas
Totales	66
0 veces	2
1-3 veces	52
4-6 veces	11
7-10 veces	1

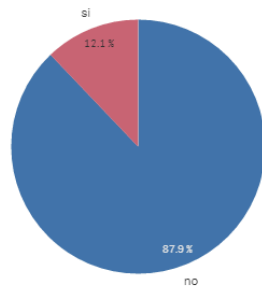


Encuentra todos los productos que necesita en un solo sitio?



Respuesta	Personas Encuestadas
Totales	66
No	32
Sí	34

Ha intentado contactar directamente con los productores, que producen los productos que suele comprar?



Respuesta	Personas Encuestadas
Totales	66
no	58
si	8

