

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE MAQUINARÍA  
AGRICOLA: AGRO-EXPRESS EN EL MUNICIPIO DE TIERRALTA-CÓRDOBA  
COLOMBIA”**

**ANDRES JOSE PEREZ VILORIA**

**MARCELA GOZALEZ TAPIA**

**KELY JOHANA RUIZ GONZALEZ**

**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR**

**CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**ADMINISTRACION DE EMPRESA AGROINDUSTRIAL**

**MONTERIA - CORDOBA**

**2018**

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE MAQUINARÍA  
AGRICOLA: AGRO-EXPRESS EN EL MUNICIPIO DE TIERRALTA-CÓRDOBA  
COLOMBIA”**

**ANDRES JOSE PEREZ VILORIA**

**MARCELA GOZALEZ TAPIA**

**KELY JOHANA RUIZ GONZALEZ**

**TUTOR(A)**

**MAYERLIN COGOLLO LOPEZ**

**OPCION DE GRADO I**

**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR**

**III SEMESTRE**

**CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**ADMINISTRACION DE EMPRESA AGROINDUSTRIAL**

**MONTERIA – CORDOBA**

**2018**

**Nota de aceptación**

---

---

---

---

---

**Firma del Presidente del jurado**

---

**Firma del Jurado**

---

**Firma del Jurado**

---

**Montería, 10 de Noviembre de 2018.**

## AGRADECIMIENTOS

### **Marcela González**

Ante todo, quiero agradecer a Dios y a mi familia cuyo apoyo siempre ha sido incondicional, no solo en la elaboración de ésta investigación, sino también en mi formación académica. También quiero agradecer a mis asesores y a todos aquellos que hicieron posible la realización de ésta proyecto, muy especialmente a mis compañeros y amigos que brindaron su apoyo en todo momento. De igual forma, de no haber sido por el tiempo y la información brindada por las directrices de la Corporación Unificada Nacional, no habría sido posible la elaboración de este proyecto, ya que sus aportes fueron fundamentales para tener una visión integral a mis metas propuestas de ser una buena administradora de empresas.

### **Andrés Pérez**

A Dios por acompañarme y darme salud para realizar este sueño. A mi madre que con su ejemplo me infundió el carácter necesario para este logro, a mis asesores de la corporación Unificada Nacional por el ánimo, orientación, confianza y solidaridad que siempre me brindo.

### **Kely Ruiz**

En primer lugar, darle gracias a Dios por darme la sabiduría y la perseverancia de continuar con este proceso académico, de seguir formándome en esta institución, agradecerles a mis padres y a todos mis asesores que hicieron parte de este proyecto de grado, a mis hermanos y a todos los que lucharon por mí para ser una excelente profesión en el área administrativa

## **DEDICATORIA**

A todos los asesores, en especial a la doctora Mayerlin Cogollo López que con su apoyo y paciencia nos proporcionó la ayuda necesaria para alcanzar esta meta.

**Marcela González Tapia**

**Andrés José Pérez Viloría**

**Kely Johana Ruiz González**

## CONTENIDO

|        |  |    |
|--------|--|----|
| 1.     | INTRODUCCIÓN .....   | 11 |
| 2.     | JUSTIFICACIÓN.....   | 12 |
| 3.     | DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACIÓN DE CLIENTES .....          | 14 |
| 3.1.   | IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES DEL STAKEHOLDERS.....        | 14 |
| 3.1.1. | Segmentos de clientes .....                                    | 14 |
| 3.1.2. | Relación con los clientes .....                                | 14 |
| 3.1.3. | Canales .....  | 15 |
| 3.2.   | IDENTIFICACIÓN DE BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS.....               | 15 |
| 3.3.   | IDENTIFICACIÓN DE SOLUCIONES ACTUALES.....                     | 17 |
| 3.4.   | ANÁLISIS DE INCONFORMIDADES, FRUSTRACIONES Y LIMITACIONES .... | 18 |
| 3.4.1. | Inconformidades.....   | 18 |
| 3.4.2. | Frustraciones .....  | 18 |
| 3.5.   | MERCADO .....  | 19 |
| 3.5.1. | Cliente .....  | 19 |
| 3.5.2. | Mercado potencial cliente .....                                | 19 |
| 3.5.3. | Mercado real.....  | 20 |
| 3.5.4. | Mercado objetivo.....  | 20 |
| 3.6.   | CARACTERISTICAS DISTINTIVAS DEL MERCADO .....                  | 20 |
| 4.     | VALIDACIÓN DEL MERCADO .....                                   | 21 |
| 4.1.   | ENCUESTA .....   | 21 |
| 4.2.   | Análisis de resultados .....                                   | 24 |
| 4.2.1. | Análisis de la recolección recolectada .....                   | 29 |
| 5.     | PROTOTIPO .....  | 29 |
| 5.1.   | Descripción del producto o servicio .....                      | 29 |
| 5.2.   | Ficha técnica del producto o servicio. ....                    | 33 |
| 6.     | MATRIZ ESTRATÉGICA .....                                       | 38 |
| 6.1.   | IDENTIDAD ESTRATÉGICA.....                                     | 38 |

|        |   |    |
|--------|---|----|
| 6.2.   | FUTURO PREFERIDO .....                        | 38 |
| 6.3.   | Objetivo General.....                         | 38 |
| 6.4.   | Objetivos Específicos .....                   | 38 |
| 6.5.   | Valores.....                                  | 39 |
| 6.6.   | ANÁLISIS (PESTEL) .....                       | 39 |
| 6.6.1. | Variable Política.....                        | 40 |
| 6.6.2. | Variable Ambiental. ....                      | 40 |
| 6.6.3. | Variable Económica. ....                      | 40 |
| 6.6.4. | Variable Tecnológica. ....                    | 40 |
| 6.6.5. | Variable Ecológica. ....                      | 40 |
| 6.7.   | ANÁLISIS DE (PORTER).....                     | 43 |
| 6.7.1. | Poder de negociación de los clientes.....     | 43 |
| 6.7.2. | Poder de negociación de los proveedores. .... | 43 |
| 6.7.3. | Amenaza de nuevos ingresos. ....              | 43 |
| 6.7.4. | Amenaza de nuevos sustitutos.....             | 43 |
| 6.7.5. | Rivalidad entre competidores.....             | 44 |
| 7.     | CONCLUSIONES .....                            | 46 |
|        | BIBLIOGRAFIA.....                             | 48 |

## LISTA DE GRÁFICOS

|   |    |
|---|----|
| Gráfica 1. Condiciones económicas para alquilar maquinaria.....                               | 24 |
| Gráfica 2. Promedio de pagos para implementar maquinaria agrícola .....                       | 24 |
| Gráfica 3. Maquinaria más utilizada en la industria agrícola.....                             | 25 |
| Gráfica 4. Instrumento de maquinaria más usado para la preparación de la tierra .....         | 25 |
| Gráfica 5. Costo promedio de un servicio de arado de tierra.....                              | 26 |
| Gráfica 6. Costo total al utilizar distintos tipos de maquinaria en el cultivo .....          | 26 |
| Gráfica 7. Monto que se cancela al utilizar distintos tipos de maquinaria en su cultivo ..... | 27 |
| Gráfica 8. Cambio en la productividad del producto al implementar nuevas tecnologías.....     | 27 |
| Gráfica 9. Uso indispensable de maquinarias para generar productividad .....                  | 28 |
| Gráfica 10. Crear AGRO EXPRESS mejora la calidad de los cultivos.....                         | 28 |

## LISTA DE ILUSTRACIONES

|  |    |
|--|----|
| Ilustración 1. Maquinaria para preparar la tierra..... | 31 |
| Ilustración 2. Sembradora .....                        | 31 |
| Ilustración 3. Máquina fumigadora .....                | 32 |
| Ilustración 4. Máquina cosechadora.....                | 33 |

## RESUMEN

La creciente expansión demográfica del municipio de Tierralta Córdoba ha generado una serie de inconvenientes en el sector agrícola, ya que los campos han sido trasladados a otros sectores del territorio, el cual, no existe una empresa que se encargue en prestar los servicios de maquinaria agrícola, ya que el sector privado y grandes hacendados adquieren sus propias máquinas para su uso diario en sus terrenos.

La Empresa AGRO EXPRESS, ha llegado con objetivos claros, en prestar los servicios de alquiler de maquinaria agrícola para el pequeño y el gran agricultor, prestando servicios oportunamente, de manera eficiente, eficaz y confiable.

Toda persona campesina, agricultor o hacendado, tendrá la facilidad de sembrar y recoger sin ningún contratiempo, ya que la empresa AGRO EXPRESS, ha llegado con disposición de mejorar la calidad de vida de todos los que necesiten el servicio agrícola.

El municipio de Tierralta Córdoba, tendrá el privilegio de contar con AGRO EXPRESS, ya que brindará garantías y presentando un portafolio de servicios o apoyo al agricultor para que él se sienta seguro y confiable al momento de adquirir este tipo de maquinaria agrícola.

## ABSTRACT

The growing demographic expansion of the municipality of Tierralta Córdoba, has generated a series of inconveniences in the agricultural sector, since the fields have been transferred to other sectors of the territory, which, does not exist a company that is in charge in rendering the services of agricultural machinery, since the private sector and big landowners acquire their own machines for their daily use in their lands.

The Company AGRO EXPRESS has arrived with clear objectives, in rendering the services of rent of agricultural machinery for the small and the great farmer, rendering services opportunely, in an efficient, effective and reliable way.

Every peasant, farmer or rancher, will have the facility to sow and harvest without any setback, as the company AGRO ESPRESS, has come with a willingness to improve the quality of life of all who need agricultural service.

The municipality of Tierralta Córdoba will have the privilege of having AGRO EXPRESS, since it will provide guarantees and a portfolio of services or support to the farmer so that he feels safe and reliable at the time of acquiring this type of agricultural machinery.

## **1. INTRODUCCIÓN**

Dentro de las proyecciones económicas para Colombia el sector agrícola cuenta con una curva de crecimiento, dadas las circunstancias del mundo, las características de los suelos en el país y las estimaciones sobre las necesidades productivas a nivel nacional e internacional (De la vega, 2013). En razón a lo anterior, un proceso de observación a través de trabajo de campo y una idea con proyección de acuerdo con el análisis subjetivo inicial realizado, decidimos poner en marcha este proyecto que consiste en la creación de la empresa AGRO-EXPRESS.

El objetivo primordial es generar una propuesta que permita a los clientes y usuarios de maquinaria y equipos agrícolas adquirir los productos necesarios para el desarrollo de las actividades del agro ampliando la forma de comercialización, es decir, teniendo la opción de intercambiar, arrendar la maquinaria y así aumentar la vida útil de los productos.

## 2. JUSTIFICACIÓN

Según el informe de la SEPAL, e información del Ministerio de Agricultura, en los documentos CONPES, se ha planteado en términos sin duda ambiciosos en cuanto a los rendimientos unitarios a lograr y al crecimiento del área de siembra que deberá extenderse algo más de 9 millones de hectáreas y producir más de 50 millones de toneladas adicionales (Perfetti et al, 2013, p. 18).

Sin duda alguna el único camino para lograrlo es la tecnología y la continuidad y profundización del modelo productivo colombiano. Nuestra agricultura es por mérito propio, una de las más ineficientes del mundo. La poca utilización de tecnología disponible, la poca adaptabilidad del perfil del productor, los pocos avances en biotecnología, no obstante Colombia, en especial el Departamento de Córdoba cuenta con un enorme y fundamental potencial de extensión de tierra apta para el cultivo, lo cual hace sustentable aun en escenarios de volatilidad de precios el sector agropecuario de Córdoba (López, 2016, p. 2).

En este contexto, las máquinas agrícolas tendrán, una decisiva contribución para el logro de los objetivos, el parque de máquinas deberá incrementarse en cantidad, capacidad y eficiencia, acompañando las nuevas tendencias de este salto cualitativos /cuantitativo.

Estos nuevos paradigmas serán entre otros:

1. Consolidación, y profundización del modelo productivo con empresas de servicios en las operaciones de siembra, pulverización, fertilización y cosecha.
2. Intensificación y perfeccionamiento de la recolección de información de rendimientos para caracterizar y optimizar el desarrollo de la agricultura por ambientes.
3. Particular énfasis en la necesidad de incrementar sensiblemente la reposición de nutrientes y la adopción de la práctica de realización de esta operación separada de la siembra.

4. Necesidad de considerar nuevas tecnologías para reducir al mínimo la creciente compactación, que amenaza la capacidad de retención de agua, reduciendo en todo lo posible el tránsito de las cada vez más pesadas maquinarias y utilizando neumáticos radiales, y de alta flotación y también orugas de goma en cosechadoras, tractores y carros graneleros.

5. Utilización de las maquinarias con foco en prácticas agronómicas que favorezcan la retención de humedad y también creciente práctica del riego complementario.

6. La flota de unidades necesaria para poder procesar los volúmenes incrementales buscados deberá adecuarse en cantidad y nivel de tecnología (Dinero, 2011).

Las cosechadoras deberán contar con la última tecnología para la recolección de información de rendimientos, y habrá creciente utilización de cabezales draper de gran ancho de trabajo.

Las sembradoras deberán comenzar a reconvertirse hacia diseños que no incluyan fertilización, proceso que será gradual pero definido, en función de que las cantidades a aplicar crecerán y con ello, la justificación plena de la operación en forma separada (López, 2015, p. 13).

También crecerá la práctica de “plantear” en lugar de sembrar el grano, según FANALCE debido a los nuevos eventos biotecnológicos y a la clara respuesta en rendimientos de una mejora de esta operación percibida como la de mayor agregado de valor.

En este sentido hay un gran potencial en las operaciones de siembra, y se consolidará la tendencia a sistemas hidráulicos de gran capacidad, transmisiones power shift, y piloto automático, que permitan una tecnificación del agro en el Departamento de Córdoba, en especial el municipio de Tierralta Córdoba Colombia, el cual es un sitio estratégico para el sector agropecuario de la región (MacArthur, 2017, p. 25).

### **3. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACIÓN DE CLIENTES**

#### **3.1. IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES DEL STAKEHOLDERS**

La idea de negocio surge mediante las necesidades que viene presentado el sector agrario de Tierralta Córdoba Colombia, mediante el alquiler de maquinaria agrícola con esto se busca crear una solución a la problemática que se viene enfrentando temporada tras temporadas de recolecta de granos. Dado a que Tierralta Córdoba Colombia no presenta una sede de clasificación y distribución de este se debe hacer un transporte a la planta de procesamiento más cercano ubicado en montería Córdoba Colombia, lo cual en muchas ocasiones puede presentar retrasos a su vez ponen en peligro la integridad y calidad de la materia prima que se está obteniendo (Hernández et al, 2013, p.8).

La adquisición de esta maquinaria brindara la seguridad y rapidez al momento de su cosecha y posteriormente en aprovechamiento máximo de los mejores estados de calidad.

##### **3.1.1. Segmentos de clientes**

Para este proyecto se contará con dos segmentos, el primero es el cliente, que es la persona que alquila directamente la maquinaria para su empresa en el caso de los macro cultivos, y el segundo el consumidor que será aquel campesino que la utiliza en sus operaciones cotidianas, a través del alquiler de maquinaria que le permita mecanizar su tierra para poder producir, en el caso de los micro cultivos.

##### **3.1.2. Relación con los clientes**

Se buscará desarrollar una relación mano a mano, es decir, desde el inicio del proyecto la empresa deberá garantizar que el cliente tenga pleno conocimiento de cómo es ejecutado todo el proceso, cual es el portafolio que se maneja y las ventajas del proyecto.

### **3.1.3. Canales**

Para lograr abarcar la población a la que se quiere llegar se buscará desplegar el negocio en medios masivos como redes sociales, la página de la compañía, así como ferias agrícolas a fin de dar a conocer el proyecto. Por tanto, el tipo de canal será un canal directo.

## **3.2. IDENTIFICACIÓN DE BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS**

La propuesta de valor está enfocada en generar un canal de comercialización alquiler, soporte técnico y de reparación de maquinaria agrícola, a través de la transformación del proceso de intercambio o alquiler, utilizando canales asequibles para el campesino o agricultor. Con el fin de llevarla a feliz término, durante el desarrollo del documento se presentarán las diferentes herramientas requeridas, un equipo humano, herramientas de mercadeo, herramientas legales para la conformación de la empresa, el portafolio de servicios a ofrecer y por su puesto todas las investigaciones realizadas para dar soporte y completitud a la idea (Pérez, 2018).

El trabajo de campo fue realizado debido a la necesidad de conocer la población, nuestros posibles clientes, la geografía, los posibles productos a ofrecer y por su puesto validar la importancia de trasladar el concepto de logística inversa a la maquinaria y/o equipos agrícolas.

Para lo anterior visitamos varios espacios de la región de Tierralta Córdoba Colombia, en donde pudimos observar que para nuestro proyecto existen dos segmentos de clientes el primero es el campesino que va a realizar la labor, que puede ser influenciado en el alquiler y el empresario del sector agrícola que por producción o necesidad de su cultivo opta por adquirir la maquinaria o servicio de alquiler, servicio técnico para el campo.

Para los primeros, pudimos observar que los campesinos tienen un poco de rechazo a lo desconocido por lo que el acercamiento con ellos debe ser con más detenimiento y cuidado, así que

decidimos que se debe hacer con personal de la zona y como algunos integrantes viven y conocen el municipio de Tierralta Córdoba Colombia, lo cual genera una ventaja. Por otro lado, encontramos los empresarios que son más abiertos a escuchar nuevas propuestas y ofertas que hagan más fácil sus labores, les ahorren costos y logren mitigar riesgos; lo que nos llevó a concluir que debemos pensar en estrategias de mercadeo particulares y diferenciadoras para cada uno de los casos.

Por otro lado, efectivamente se pudo observar que en muchos casos la maquinaria o equipos agrícolas satisfacen una necesidad estacionaria para los usuarios y posteriormente es abandonada en el campo, hay desconocimiento en el tema de reparaciones y difícilmente se logra una mayor vida útil. En otros casos los campesinos les realizan un arreglo temporal (por emergencia) y posteriormente es desechada por que el arreglo no permite que la maquinaria o el equipo puedan ser utilizados por un mayor periodo de tiempo o que sea de utilidad para otra persona u otra cosecha, por tal razón algunos optan por recurrir al alquiler de la maquinaria.

Teniendo en cuenta nuestros dos segmentos de clientes en donde el primero es la persona que adquiere directamente la maquinaria para su empresa, y el segundo el consumidor que será aquel campesino que la utiliza en sus operaciones cotidianas es necesario entender que cada uno tendrá necesidades específicas, algunas en común u otras particulares a cada uno.

Los beneficios generales están enmarcados en:

- Ser oportunos al presentar una plataforma o espacio que permite realizar el proceso de negociación o arrendamiento de la maquinaria para los usuarios y clientes, dando variedad no solo de los productos sino de precios entre partes ya usadas y reparadas a unidades nuevas.
- Ser eficaces y oportunos permitiendo acceso desde cualquier lugar que tenga internet a través de la plataforma ofrecida para los clientes y por tanto eliminando tiempo de transportes para los mismos por una cotización o consulta.

- Análisis de la cadena de valor desde el proceso de solicitud hasta el de envío para asegurar que los costos se encuentran controlados y le es ofrecido al cliente precios asequibles y ajustados al mercado.
- Encontrar solución en un solo lugar de todas sus posibles necesidades (Intercambio, alquiler y/o reparación de maquinaria) (González, 2018).

### **3.3. IDENTIFICACIÓN DE SOLUCIONES ACTUALES**

Por otro lado, tuvimos un acercamiento con personal de la empresa INVASA MAQUINARIA Ltda., es una empresa dedicada a la importación de maquinaria y equipos agrícolas quien nos trasladó conocimiento sobre los equipos y la maquinaria, los sectores, gastos y costos, sus clientes y las necesidades que aún no están cubiertas en el mercado, pero que no son su objetivo y que abarcaría nuestra actividad (Ruiz, 2018).

Dando mayor sustento al proyecto, es importante tener datos y posibles proyecciones del sector agrícola en el país, por lo que enfocamos también nuestras investigaciones en este tema, encontrando también soportado el proyecto en este aspecto.

En este aspecto se tuvo, información en cámara de comercio sobre las siguientes empresas, Agroindustriales Cañeveralejo, Aguabombas & Equipos, Agroinsumos S.A, Penagos Hermanos & Cia. S.A.S, Equi Comb, Super Agro, Nts National Truck Service S.A, Invasa Maquinaria S.A.S, Almacen Trato Diesel, Citiagro, InverKao, Maquinas de la Costa L.t.d.a, Maquinas L.t.d.a.

Estas empresas se dedican, en venta de equipos y maquinaria agrícola, algunas tienen el servicio de alquiler, y también de servicio técnico de reparación, no obstante estas empresas se ubican en Montería y los precios para los municipio, según las averiguaciones se incrementa el valor de la hora dependiendo del municipio, lo incrementa de manera considerable los costos asumidos por

productor agrícola, dado los precios bajo de los productos agrícolas en los municipios en especial de Tierralta Córdoba Colombia quien estando ubicado geográficamente cerca de la capital de Córdoba, por sus difícil acceso vial genera una limitación en lo referente a la producción agrícola dado los bajos ingresos que se reciben por el costo de la maquinización de la tierra (De la Vega, 2013).

### **3.4. ANÁLISIS DE INCONFORMIDADES, FRUSTRACIONES Y LIMITACIONES**

Conforme al análisis del mercado y la respectiva investigación se pudo evidenciar que se presentan unas falencias que afectan al sector en especial del municipio de tierralta Córdoba Colombia y zonas aledañas a saber:

#### **3.4.1. Inconformidades**

- **Difícil adquisición de los equipos:** En Tierralta Córdoba Colombia la adquisición de maquinaria agrícola es muy complicada lo que los pequeños y grandes agricultores se ven en la necesidad de alquilar en otras ciudades, lo que se le hace muy costoso a los agricultores, ya que ellos al alquilar una maquinaria agrícola les cobran peaje combustible entre otras cosas y en otras veces no consiguen o consiguen muy Tarde, lo que hace que el cultivo se pase de tiempo y tengan muchas pérdidas.

#### **3.4.2. Frustraciones**

- **Baja producción:** en este caso la baja producción se varia en el terreno en el que lo cultivan debido a que se pueden presentar variaciones en los tipos de terreno, esto se debe a que se presentan diferentes condiciones con respecto a la fertilidad de los suelos lo cual en la mayoría de los casos afectan a los cultivos y esto se ve reflejado en el momento de la recolección por lotes,

cuando obtenemos un producto final se ve reflejado las condiciones fértiles del terreno en el que este fue cultivado.

- **Difícil fase de recolección y producción:** muchas veces los terrenos disponibles para realizar un proceso de cultivo no son lo más indicados topográficamente lo cual le dificulta el acceso a los tipos de maquinaria que se requieran para esto, común mente lo que se conoce como (zanjas, huellas, posos, lagunas, árboles y troncos) son unos de los principales obstáculos que se presentan en cualquier tipo de lote o terreno haciendo así un poco más complicada el proceso de recolección tratamiento de cultivo.

### **3.5. MERCADO**

#### **3.5.1. Cliente**

El cliente al que se quiere dirigir la empresa es la persona que tiene la necesidad de adquirir, alquilar o leasing un producto agrícola, puntualmente maquinaria, este mercado comprende clientes de cultivos agrícolas y sector agrario.

#### **3.5.2. Mercado potencial cliente**

Como se mencionó previamente el desarrollo del agro en Colombia va por un buen camino, según el DANE se cuentan con 42,3 millones de hectáreas utilizadas en el sector agropecuario de los cuales 0,1 millones de hectáreas son para Infraestructura agropecuaria, representando el 0,3%, por otro lado, el 19,8% directamente para tratamientos agrícolas y el 80% en pastos (DANE, 2015).

El mercado agrícola en esencia tuvo algunos golpes fuertes gracias a los cambios abruptos del dólar que dificultan el adecuado control de los costos para estas industrias, sin embargo, según la Superintendencia de Sociedades actualmente se encuentran registradas 72 empresas Agropecuarias.

Por otra parte, y como se ha presentado, el sector agrícola tiene gran acogida en el país y esto se respalda con más de 120 empresas registradas según el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), lo que sería el mercado potencial a nivel de este sector para AGRO-EXPRESS (Minagricultura, 2015).

### **3.5.3. Mercado real**

El mercado real refiere a la zona de Tierralta-Córdoba Colombia, Con este número de empresas, según el registro Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), al menos el 15% de este tipo de industrias se encuentran registradas en Montería-Córdoba Colombia y zonas aledañas, es decir, estas últimas según se estableció sería el mercado objetivo para AGRO-EXPRESS.

### **3.5.4. Mercado objetivo**

Entendiendo que AGRO-EXPRESS es una empresa que se encuentra en la etapa de introducción, el mercado real que se pretende alcanzar es del 25% del mercadeo real en un periodo inicial de 6 meses, es decir, una fuerte estrategia de comunicación hacia al menos 20 “empresas” familiares de la zona.

## **3.6. CARACTERISTICAS DISTINTIVAS DEL MERCADO**

En este mercado básicamente se distinguen dos partes claves, uno es aquel campesino que va a realizar la labor, que puede ser influenciado en el alquiler y el empresario del sector agrícola que por producción o necesidad de su cultivo opta por adquirir la maquinaria.

Durante el estudio realizado, se evidenció que para el mercado es clave el precio, pues existe una buena oferta de maquinaria.

## 4. VALIDACIÓN DEL MERCADO

### 4.1. ENCUESTA

Bienvenidos a la herramienta de medición de la empresa AGRO EXPRES de Tierralta Córdoba Colombia. Le invitamos a que pueda tomar unos minutos para diligenciar el siguiente cuestionario de manera sincera.

El objetivo es saber las diferentes opiniones de los diferentes agricultores y campesinos de todo el territorio municipal acerca de cómo se trabaja en el campo con las herramientas que a diario se utiliza. Para las siguientes afirmaciones escoja una de las opciones a, b, c, d, según estas reflejan su postura frente a lo planteado en las aseveraciones.

1. ¿En qué condiciones económicas se encuentra usted para alquilar maquinaria agrícola para su cosecha?
  - a) En condiciones estables.
  - b) En buenas condiciones.
  - c) En malas condiciones.
  - d) No estoy en condiciones para prestar este servicio.
  
2. ¿Cuál es el promedio de pagos que usted tiene al implementar maquinaria agrícola por hectárea?
  - a) Entre 100 a 200
  - b) Entre 200 a 300
  - c) Entre 300 a 400
  - d) Entre 400 a 500

3. ¿Cuál es el tipo de maquinarias que más se utiliza en la industria agrícola?
- a) Sembradoras
  - b) Cosechadoras
  - c) Fumigadoras
  - d) Tractor (usos varios)
4. ¿Cuál sería el instrumento de maquinaria más usados para la preparación de tierra?
- a) Rastrillo
  - b) Rommel
  - c) Zanjero
5. ¿Cuánto es el costo promedio de un servicio de arado de tierra?
- a) Entre 100 a 200
  - b) Entre 200 a 300
  - c) Entre 300 a 350
6. ¿Cuánto es el costo total que cancela al momento de utilizar diferentes tipos de maquinarias en su cultivo?
- a) Entre 100 a 200
  - b) Entre 200 a 300
  - c) Entre 300 a 400
  - d) Entre 400 a 500
7. ¿Cuáles es el tipo de maquinaria indispensable para usted al momento de realizar un proceso de cultivo?
- a) Tractor

- b) Cosechadora
- c) Fumigadora
- d) Sembradora

8. ¿tras implementar las nuevas tecnologías y maquinaria especializadas en su cultivo nota una mejora o una igualdad en la productividad de su producto?

- a) Mejora
- b) Igualdad
- c) Empeora

9. ¿Considera usted indispensable el uso de maquinarias para generar una buena productividad al final de la cosecha?

- a) Si
- b) No

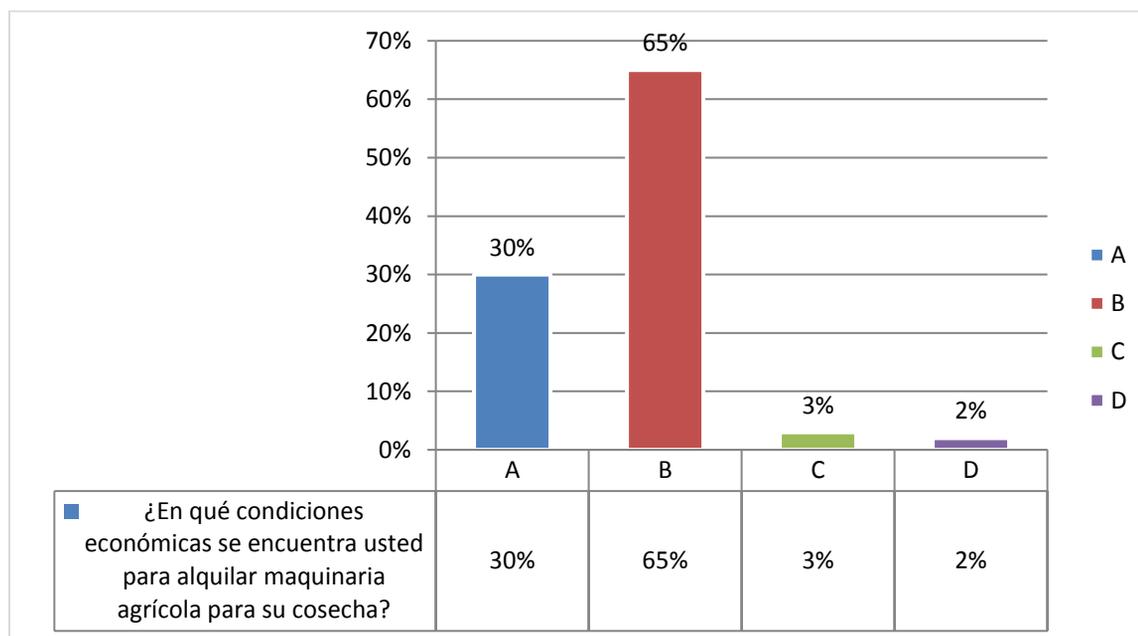
10. ¿Cree usted que la creación de AGRO EXPRESS va a mejorar el estilo calidad de los cultivos de Tierralta Córdoba Colombia?

- a) Mejorara
- b) Empeorara
- c) Seguirá igual

## 4.2. Análisis de resultados

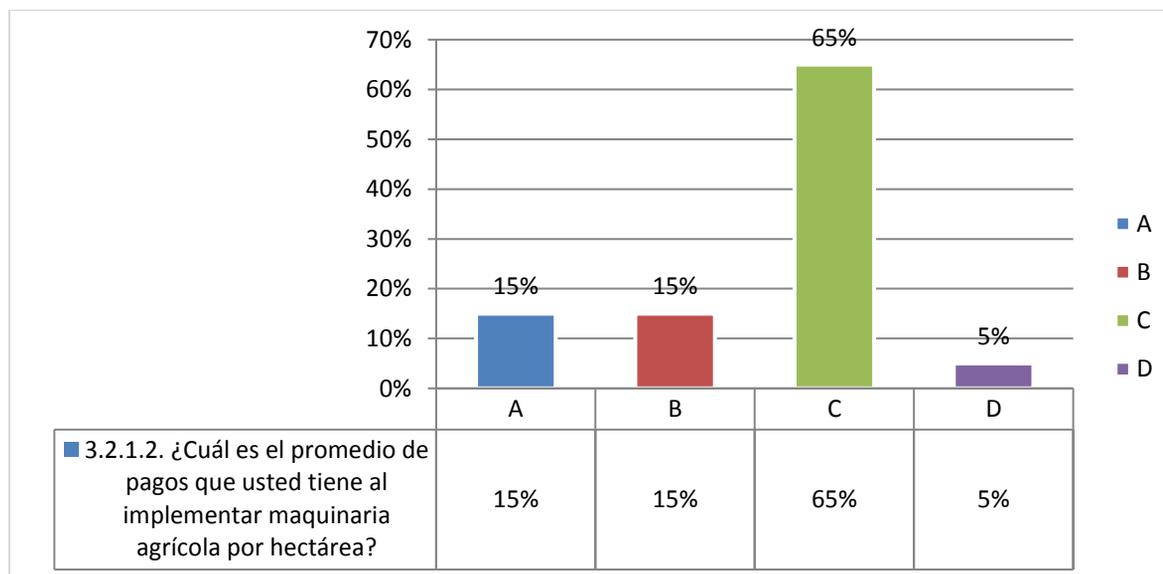
(Número de encuesta 50 Agricultores)

**Gráfica 1. Condiciones económicas para alquilar maquinaria**



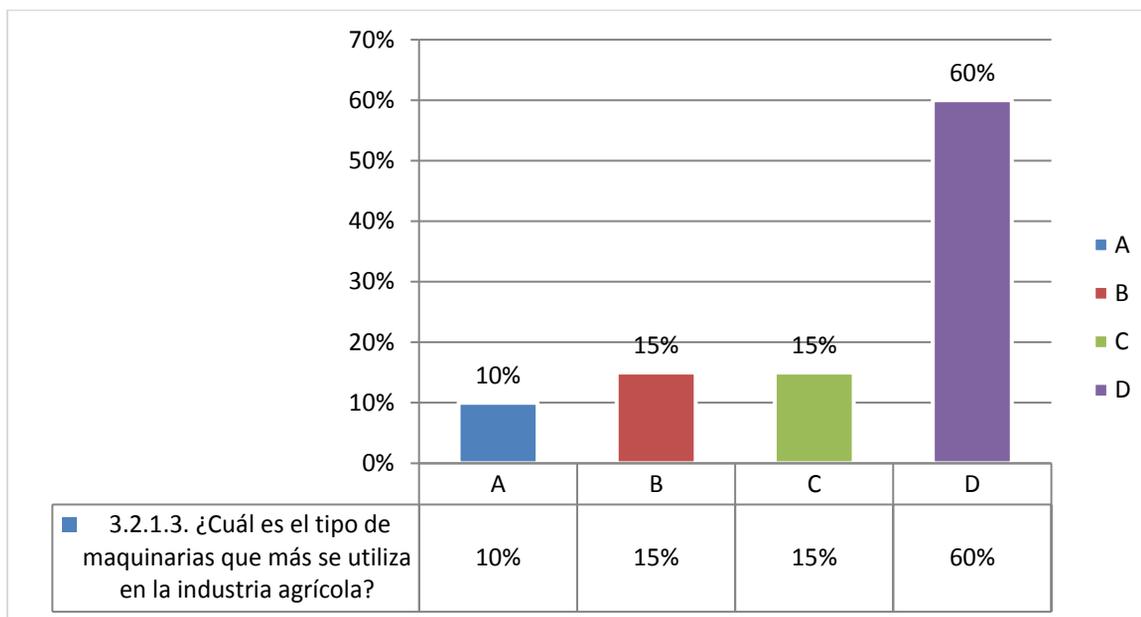
Fuente: elaboración propia

**Gráfica 2. Promedio de pagos para implementar maquinaria agrícola**



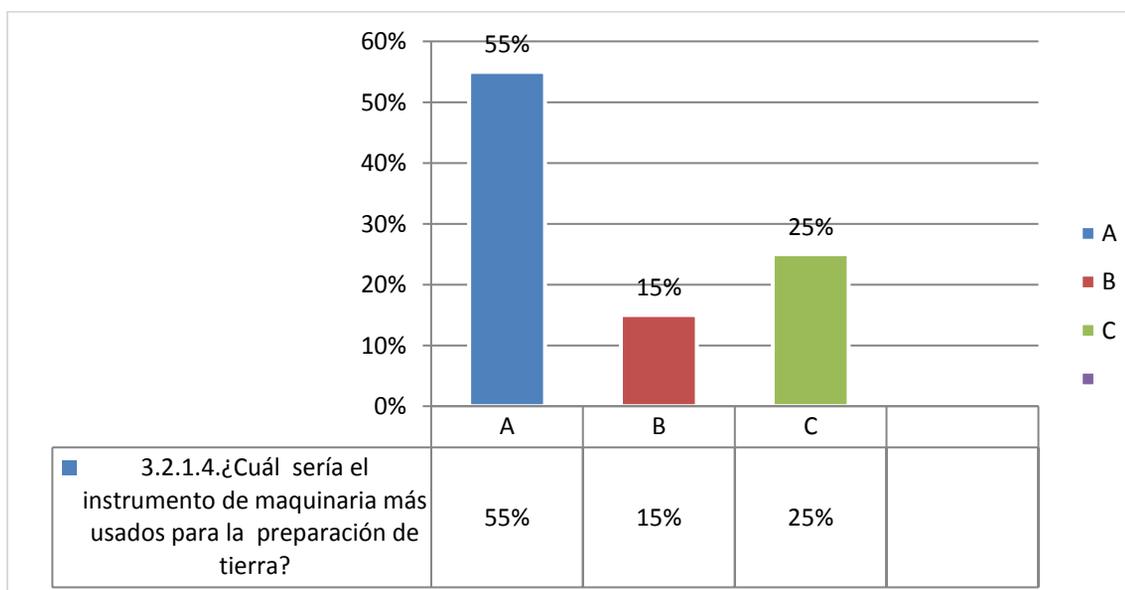
Fuente: elaboración propia

**Gráfica 3. Maquinaria más utilizada en la industria agrícola**



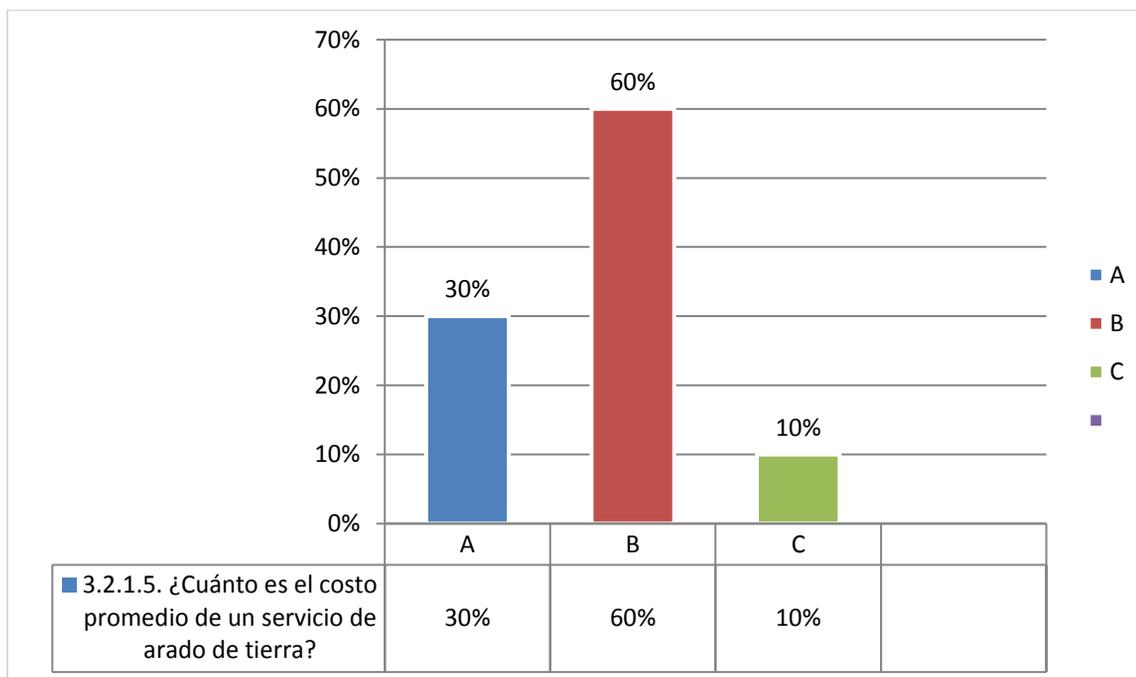
Fuente: elaboración propia

**Gráfica 4. Instrumento de maquinaria más usado para la preparación de la tierra**



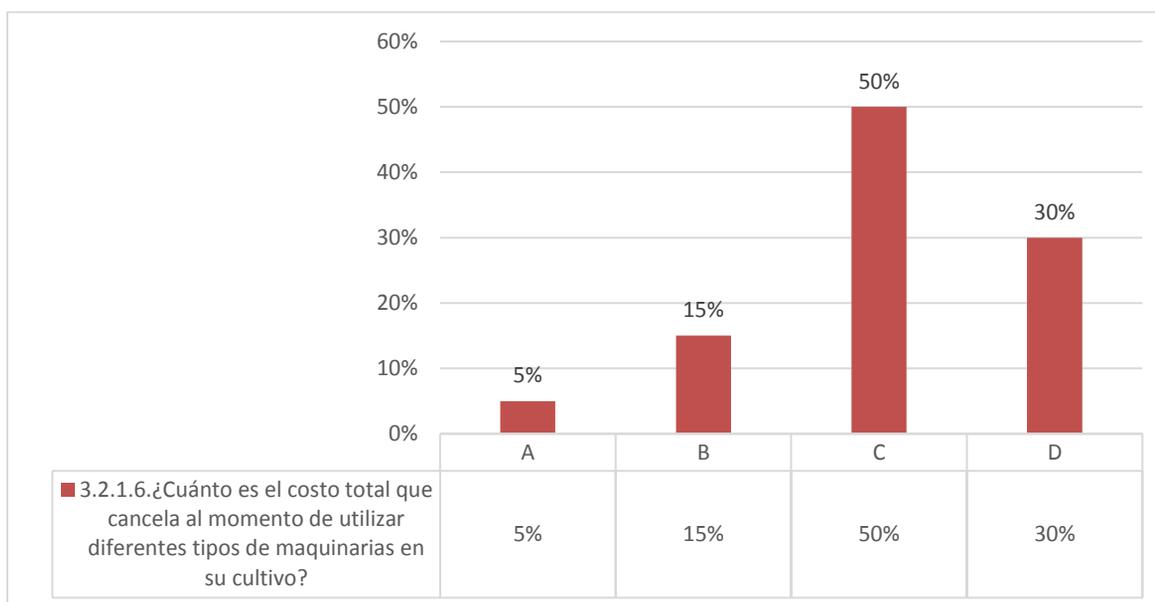
Fuente: elaboración propia

**Gráfica 5. Costo promedio de un servicio de arado de tierra**



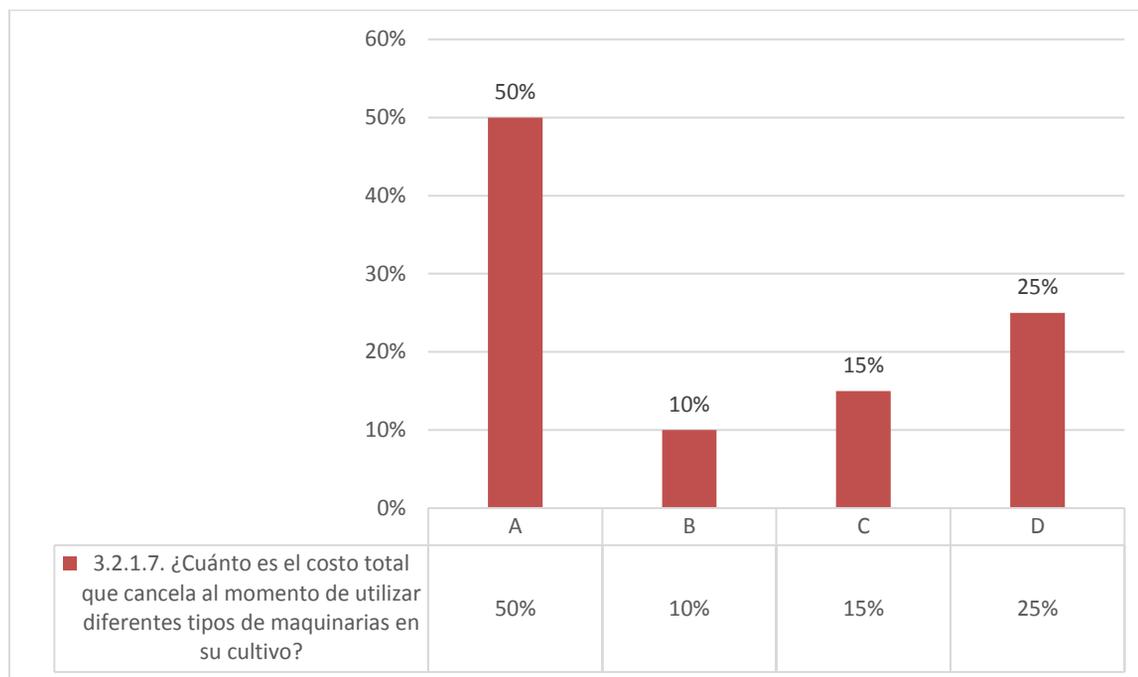
Fuente: elaboración propia

**Gráfica 6. Costo total al utilizar distintos tipos de maquinaria en el cultivo**



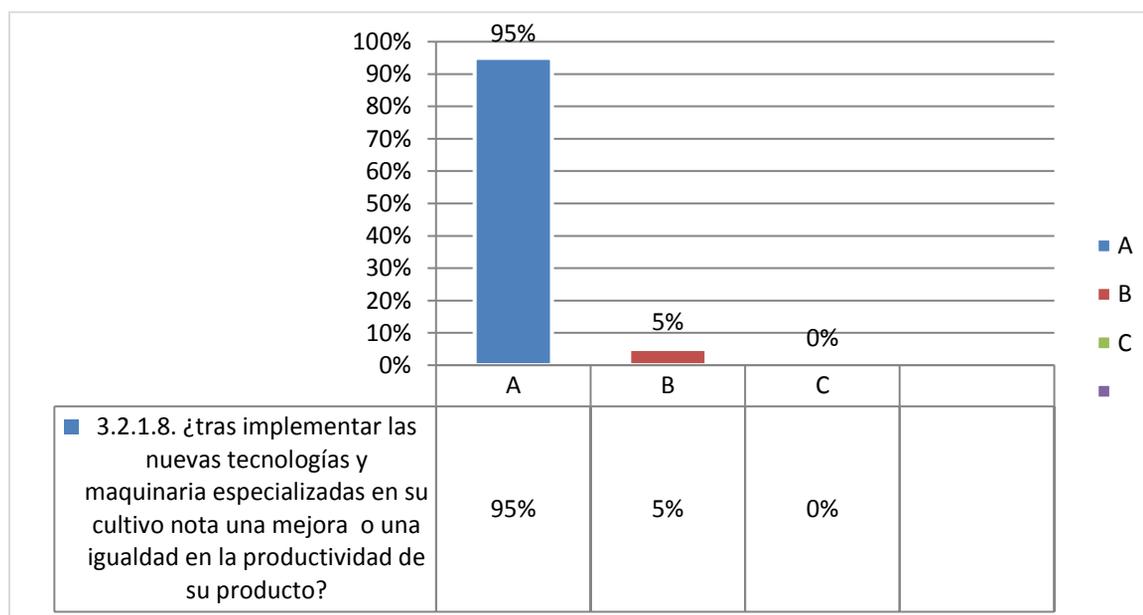
Fuente: elaboración propia

**Gráfica 7. Monto que se cancela al utilizar distintos tipos de maquinaria en su cultivo**



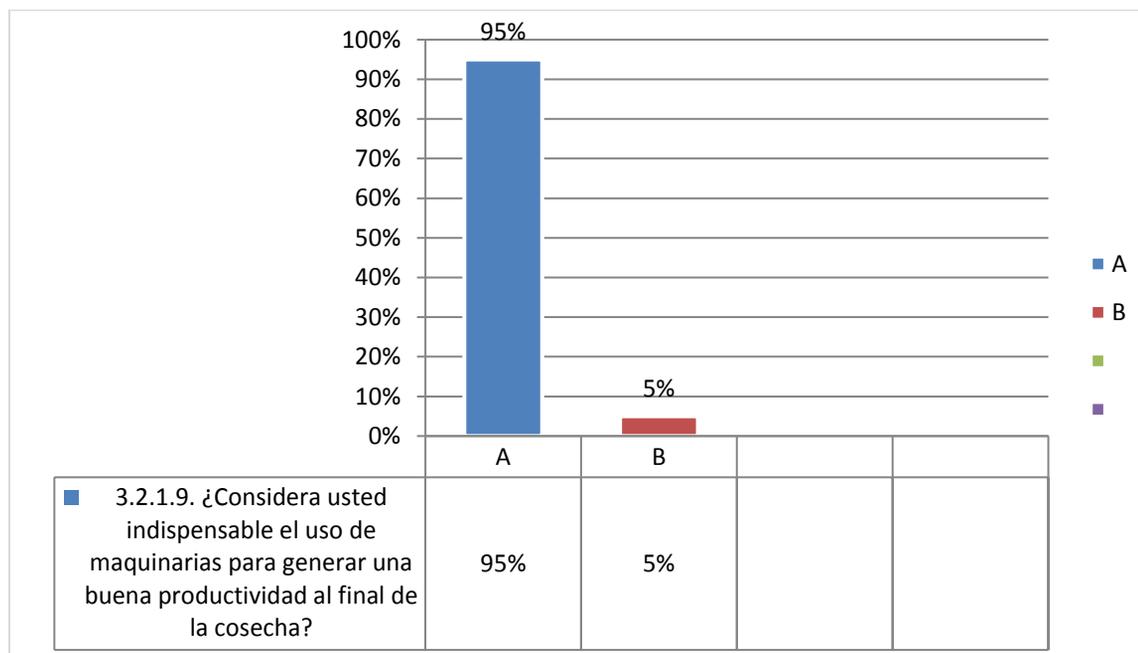
Fuente: elaboración propia

**Gráfica 8. Cambio en la productividad del producto al implementar nuevas tecnologías**



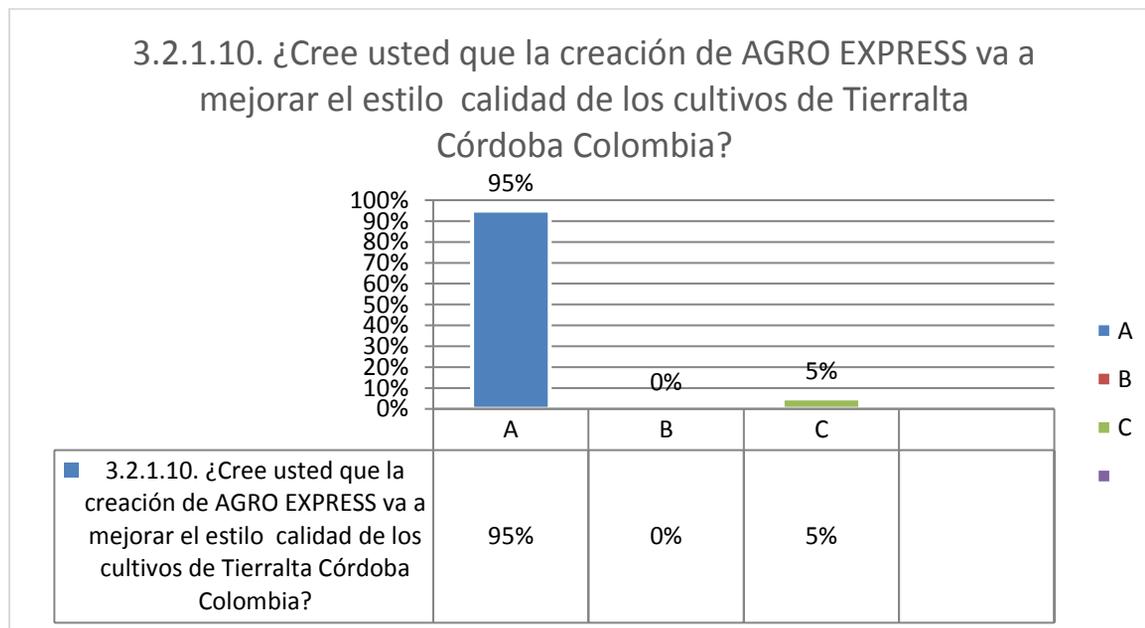
Fuente: elaboración propia

**Gráfica 9. Uso indispensable de maquinarias para generar productividad**



Fuente: elaboración propia

**Gráfica 10. Crear AGRO EXPRESS mejora la calidad de los cultivos**



Fuente: elaboración propia

#### **4.2.1. Análisis de la recolección recolectada**

Después de haber revisado e interpretado los resultados obtenidos tras la encuesta realizada a un grupo seleccionado de agricultores podemos destacar la importancia, desarrollo y superación que representa para el gremio de agricultores y la población en general la llegada de AGRO EXPRESS a Tierralta Córdoba Colombia.

En general aproximadamente el 90% de las respuestas obtenidas indican la necesidad que hay de una empresa de este tipo. AGRO EXPRESS le brindara el desarrollo y confianza que en muchos casos la falta de esta perjudica grandemente a un gran número de agricultores.

Como conclusión general AGRO EXPRESS se convertirá en la solución a una problemática que afecta a la población de bajo y alto estrato de la comunidad agricultora.

## **5. PROTOTIPO**

### **5.1. Descripción del producto o servicio**

El fin de esta empresa es generar un espacio de acercamiento diferente para clientes de maquinaria agrícola, utilizando un modelo que permita al usuario intercambiar los productos una vez ya no los requiera, por tanto, se manejan dos canales claves, que es el intercambio de maquinaria a través de una plataforma y ferias locales que permitan al campesino vender o realizar alguna permuta de sus bienes, esto acompañado por el soporte técnico para las máquinas que la empresa puede brindar. El enfoque principal está en los siguientes productos:

|                           |                |
|---------------------------|----------------|
| Fumigadoras estacionarias | Mangueras      |
| Bombas de Fumigación      | Motoazada      |
| Motores                   | Hidrolavadoras |
| Fumigadora portátil       | Repuestos      |
| Fumigadora tipo espalda   | Otros          |

La estrategia comercial se encuentra respaldada en dos aspectos claves, el primero es el acercamiento al cliente del servicio 1 a 1 que se pretende ofrecer la venta y/o alquiler de la maquinaria y el segundo el apoyo en temas de reciclaje evitando que se pierda maquinaria que puede ser reutilizada o revendida apoyando tanto al campesino o empresario como al medio ambiente.

- **Maquinaria para preparación de tierra:** La preparación de tierra es una de las actividades más comunes en todo el sector agrario, al momento de realizar cualquier clase o tipo de cultivo la preparación del terreno es algo indispensable puesto que cada cultivo requiere un estilo de preparación del terreno diferente, en muchos casos similar pero con diferentes características. Para esta actividad se requiere la adquisición de un tipo de maquinaria denominada tractor cuya características e implementos de trabajos brindan la facilidad para el tratamiento del terreno en los diferentes tipos de cultivos.

### Ilustración 1. Maquinaria para preparar la tierra



Fuente: elaboración propia

- **Sembradoras:** Para el micro y el macro cultivo un buen sembrado o buena coordinación para los métodos del sembrado son la base de una excelente cosecha y recolección ya que mediante estos se hace el aprovechamiento máximo del terreno preparado. La sembradora nos da la garantía de la realización de un sembrado de calidad seguridad.

### Ilustración 2. Sembradora



Fuente: elaboración propia

- **Fumigadora:** el seguimiento y asistencia es uno de los puntos más fundamentales en una cosecha o cultivo ya que mediante estos procedimientos estaremos protegiendo a nuestros cultivos que permanentemente están presente.

Procesos de fumigación como la abonanza y control de plaga, son unos de los más frecuentes en unos cultivos entre otros.

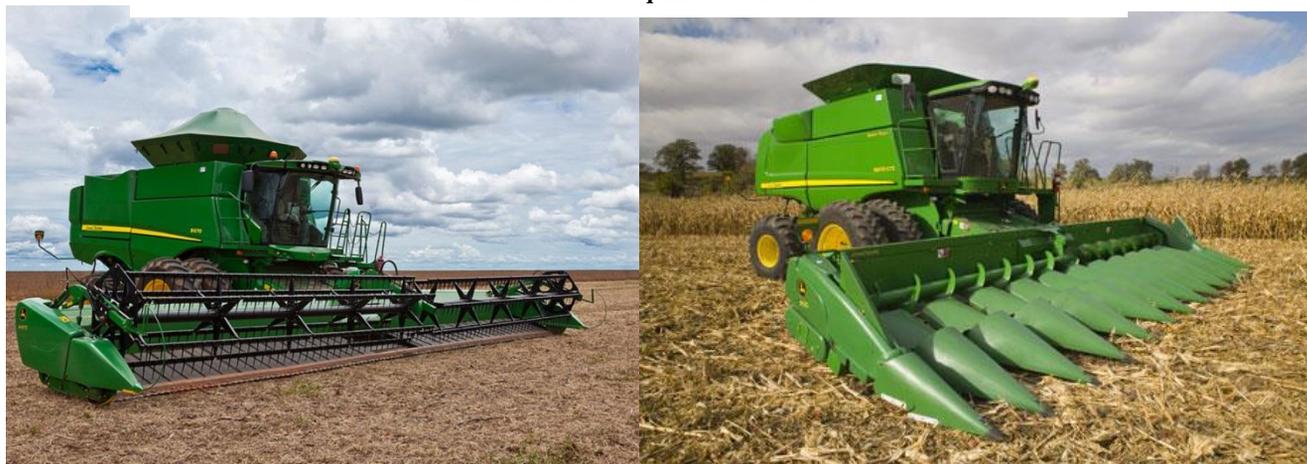
**Ilustración 3. Máquina fumigadora**



Fuente: elaboración propia

- **Cosechadora:** Los métodos de recolección tradicionales han sido una de las principales fuentes de pérdidas de los pequeños y grandes cultivadores ya que la recoleta de un producto a mano no garantiza la adquisición cien por ciento del producto clasificado en muchos cultivos, para esta problemática se hace la adquisición de cosechadoras especializada brindando así la recolección del cien por ciento de un producto de calidad.

**Ilustración 4. Máquina cosechadora**



Fuente: elaboración propia

Generar valor para nuestros clientes a través de las siguientes destrezas: Conocimiento de sus necesidades, manejo del riesgo de negociación, conocimiento del negocio y procesos de calidad e innovación, que permitan al campesino acceder a maquinaria agrícola en alquiler, leasing, venta y servicio técnico que permita la transferencia de conocimiento.

## 5.2. Ficha técnica del producto o servicio.

| FICHA TECNICA POR PRODUCTO |  |
|----------------------------|--|
| Nombre de la empresa       | AGRO EXPRESS   |
| Dirección                  | Barrio Prado   |
| Ciudad                     | Tierralta Córdoba Colombia   |
| Teléfonos                  | 310 538 02 95  |
| Email                      | <a href="mailto:Agroexpresstierralta@gmail.com">Agroexpresstierralta@gmail.com</a> |

| NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO   |  | TRACTOR  |                                   |
|---|--|--|-----------------------------------|
| FOTOGRAFIA  |  | DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO   |                                   |
|  |  | <p>Un tractor es un vehículo especial autopropulsado que se una para arrastrar o empujar remolques, ásperos u otra maquinaria o carga pesada, en el caso agrícola ayuda a facilitar el trabajo de los campesinos, ahorrándole horas de trabajo a nuestro campo, mejora las técnicas del cultivo, maximizando la producción, a la vez, tiene muchas ventajas nos ayuda a arar la tierra y transportar materiales para el cultivo.</p> |                                   |
|   |  | MATERIA PRIMA  | Hierro, acero, grasa entre otros. |
|   |  | INSUMOS  | Combustible, Aceites              |
|   |  | COLOR  | VERDE                             |
|   |  | 100.000 A 200.000 PESOS MCTE.  | PESO                              |
| <b>OTRAS CARACTERISTICAS</b><br>Ninguna   |  |  |                                   |

**Fuente:** Elaboración propia.

| FICHA TECNICA POR PRODUCTO |                                |
|----------------------------|--------------------------------|
| Nombre de la empresa       | AGRO EXPRESS                   |
| Dirección                  | Barrio Prado                   |
| Ciudad                     | Tierralta Córdoba Colombia     |
| Teléfonos                  | 310 538 02 95                  |
| Email                      | Agroexpresstierralta@gmail.com |

|   |   |                                   |
|---|---|-----------------------------------|
| <b>NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO</b>  | SEMBRADORA  |                                   |
| <b>FOTOGRAFIA</b>   | <b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>   |                                   |
|  | <p>La sembradora, es una máquina que ha permitido ahorrar mucho tiempo a los trabajadores del campo, además ofrece beneficios a la hora de racionalizar de forma correcta las semillas y al permitir que se plantean con la distancia justa e ideal entre unas y otras. Otro elemento que le hace importante es que puede sembrar casi cualquier tipo de cereal o semilla haciendo mucho más eficiente.</p> |                                   |
|   | <b>MATERIA PRIMA</b>  | Hierro, acero, grasa entre otros. |
|   | <b>INSUMOS</b>  | Combustible, Aceites              |
|   | <b>COLOR</b>  | VERDE                             |
| <b>HECTAREA</b>   | 100.000 A 300.000 PESOS MCTE.   |                                   |
| <b>OTRAS CARACTERISTICAS</b>  | Ninguna   |                                   |
|   | <b>PESO</b>   | 5300 KG                           |

**Fuente:** Elaboración propia.

| <b>FICHA TECNICA POR PRODUCTO</b> |                                |
|-----------------------------------|--------------------------------|
| <b>Nombre de la empresa</b>       | AGRO EXPRESS                   |
| <b>Dirección</b>                  | Barrio Prado                   |
| <b>Ciudad</b>                     | Tierralta Córdoba Colombia     |
| <b>Teléfonos</b>                  | 310 538 02 95                  |
| <b>Email</b>                      | Agroexpresstierralta@gmail.com |

|   |  |                                   |
|---|--|-----------------------------------|
| <b>NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO</b>  | FUMIGADORA   |                                   |
| <b>FOTOGRAFIA</b>   | <b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>  |                                   |
|  | La sembradora es un elemento muy especial e importante, ya que nos brinda los procesos de fumigación como la abonanza y control de plaga, son unos de los más frecuentes en unos cultivos entre otros. |                                   |
| <b>CANTIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL</b>   | <b>MATERIA PRIMA</b>   | Hierro, acero, grasa entre otros. |
| 1000 HECTAREAS  | <b>INSUMOS</b>   | Combustible, Aceites              |
| <b>PRECIOS REFERENCIALES POR HECTAREA</b>   | <b>COLOR</b>   | ROJA                              |
| 100.000 A 300.000 PESOS MCTE.   | <b>PESO</b>  | 1500 KG                           |
| <b>OTRAS CARACTERISTICAS</b><br>Capacidad del tanque 2000 litros                  |  |                                   |

**Fuente:** Elaboración propia.

| <b>FICHA TECNICA POR PRODUCTO</b> |  |
|-----------------------------------|--|
| <b>Nombre de la empresa</b>       | AGRO EXPRESS   |
| <b>Dirección</b>                  | Barrio Prado   |
| <b>Ciudad</b>                     | Tierralta Córdoba Colombia   |
| <b>Teléfonos</b>                  | 310 538 02 95  |
| <b>Email</b>                      | <a href="mailto:Agroexpresstierralta@gmail.com">Agroexpresstierralta@gmail.com</a> |

|   |  |  |                                   |
|---|--|--|-----------------------------------|
| <b>NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO</b>  |  | COSECHADORA  |                                   |
| <b>FOTOGRAFIA</b>   |  | <b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>  |                                   |
|  |  | La cosechadora es un elemento muy importante para el agro ya que es un elemento para la plantación y recolección de cereales como el arroz, maíz entre otros, pues corta el cereal a la altura perfecta, si dañar la producción y en un tiempo menor que el hombre, trayéndole mayores beneficios al propietario del cultivo y dueño de la tierra. |                                   |
|   |  | <b>MATERIA PRIMA</b>   | Hierro, acero, grasa entre otros. |
|   |  | <b>INSUMOS</b>   | Combustible, Aceites              |
|   |  | <b>COLOR</b>   | VERDE                             |
|   |  | <b>HECTAREA</b>  | <b>PESO</b>                       |
| 100.000 A 300.000 PESOS MCTE.   |  |  |                                   |
| <b>OTRAS CARACTERISTICAS</b><br>Motor de dos tiempos, a gasolina.                 |  |  |                                   |

**Fuente:** Elaboración propia.

## 6. MATRIZ ESTRATÉGICA

### 6.1. Identidad estratégica

AGRO EXPRESS S.A. es una empresa que presta el servicio de alquiler de maquinaria agrícola que tiene como misión ser una solución de calidad para toda la población agropecuaria que solicite sus servicios a su vez mediante procedimientos planificados procedan realicen todo tipo de actividad requerida en el campo y que den un resultado aceptable que cumplan con todo los parámetros y requisitos solicitados.

### 6.2. Futuro preferido

En el 2020 AGRO-EXPRESS S.A. será reconocida como líderes en sostenibilidad y generadores de valor para el sector agro de Tierralta Córdoba Colombia y los municipios circunvecinos, a través de la trasferencia de conocimiento en sus servicios de alquiler.

### 6.3. Objetivo General

Creación de una empresa que brinde el servicio de alquiler de maquinaria agrícola, para mejorar su sistema de producción al momento de iniciar un proceso de cultivo, en el Municipio de Tierralta Córdoba Colombia.

### 6.4. Objetivos Específicos

- Reconocer e identificar el mercado objetivo a fin de determinar su tamaño, logrando establecer actividades y procesos necesarios para llegar a este, apoyados en estrategias de mercadeo

que permitan abarcar dicho sector mostrando a los clientes la calidad, confiabilidad y respaldo de la empresa.

- Realizar y definir los requerimientos técnicos del servicio que permitan realizar de manera eficaz las distintas actividades u operaciones requeridas para llevar a cabo el proyecto, con la finalidad de generar estandarización en los procesos y de esta manera establecer indicadores que soporten el análisis cuantitativo para lograr procesos eficientes y efectivos.
- Establecer y evaluar si el modelo de negocio es factible financieramente a fin de definir la viabilidad del proyecto.

## 6.5. Valores

|  |
|--|
| Integridad   |
| Compromiso con el medio ambiente                     |
| Innovación   |
| Respeto por los clientes y sus creencias ancestrales |

## 6.6. ANÁLISIS (PESTEL)

Se inicia este análisis del entorno en el que estaría situada nuestra empresa. Para ello utilizaremos diferentes herramientas de análisis.

Primero se realiza un análisis macro entorno (PESTEL) donde analizamos el mercado mediante los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y ambientales que afecten. Este análisis nos permitirá examinar el impacto de cada uno de estos factores a nuestra empresa.

#### **6.6.1. Variable Política.**

Para el siguiente año 2019 se realizarán elecciones locales y el consecuente cambio de gobierno. Dentro de las opciones posibles se puede afirmar que es muy probable que no se continúe con la estabilidad política y económica, ya que podrían contratar con otras empresas para leasing de arrendamiento y no con AGROEXPRESS.

#### **6.6.2. Variable Ambiental.**

El municipio de Tierralta se ve obligado en ciertas ocasiones a para el proceso de cultivos por los diferentes fenómenos ambientales (fenómeno del niño y niña), el cual hace que se atrasan la producción y existe un problema ambiental en el territorio por las erosiones del río, desborde, deslizamientos, vías en mal estado entre otras, disminuyendo el servicio de AGRO EXPRESS.

#### **6.6.3. Variable Económica.**

Tierralta se ve movimiento de dinero cada trimestre cuando vienen las ayudas nacionales e internacionales se ve comprometido el factor económico ya que se estancaría los productos en el mercado y los productores pararía el inicio de los diferentes cultivos, y obligados a exportar la mercancía, parando los servicios de alquiler de maquinaria agrícola.

#### **6.6.4. Variable Tecnológica.**

Existen importantes esfuerzos tecnológicos en la industria automotriz para cambiar los motores a combustión a motores híbridos, esto creará revolución en el mercado y las diferentes empresas de alquiler de maquinaria Agrícola.

#### **6.6.5. Variable Ecológica.**

Hay un objetivo en común y es la reducción de la contaminación ambiental, Colombia cuenta con políticas empresariales y gubernamentales que van dirigidas a ese camino. Cada día la gente toma

más conciencia y por consiguiente busca nuevas tecnologías limpia de emisión de gases, sabemos que toda la maquinaria agrícola en el mundo emite gases tóxicos.

| AUTODIAGNÓSTICO ENTORNO GLOBAL P.E.S.T.  | VALORACIÓN          |                     |                  |                            |                   |
|--|---------------------|---------------------|------------------|----------------------------|-------------------|
|  | En total desacuerdo | N o está de acuerdo | E stá de acuerdo | E stá bast ante de acuerdo | E n total acuerdo |
|  | 0                   | 1                   | 2                | 3                          | 4                 |
| 1. Los cambios en la composición étnica de los consumidores de nuestro mercado está teniendo un notable impacto.   |                     |                     |                  | x                          |                   |
| 2. El envejecimiento de la población tiene un importante impacto en la demanda.  |                     |                     | x                |                            |                   |
| 3. Los nuevos estilos de vida y tendencias originan cambios en la oferta de nuestro sector.  |                     |                     |                  | x                          |                   |
| 4. El envejecimiento de la población tiene un importante impacto en la oferta del sector donde operamos.   |                     |                     | x                |                            |                   |
| 5. Las variaciones en el nivel de riqueza de la población impactan considerablemente en la demanda de los productos/servicios del sector donde operamos. |                     |                     |                  |                            | x                 |
| 6. La legislación fiscal afecta muy considerablemente a la economía de las empresas del sector donde operamos.   |                     |                     | x                |                            |                   |
| 7. La legislación laboral afecta muy considerablemente a la operativa del sector donde actuamos.   |                     |                     |                  | x                          |                   |
| 8. Las subvenciones otorgadas por las Administraciones Públicas son claves en el desarrollo competitivo del mercado donde operamos.                      |                     |                     |                  |                            | x                 |
| 9. El impacto que tiene la legislación de protección al consumidor, en la manera de producir bienes y/o servicios es muy importante.                     |                     |                     |                  | x                          |                   |
| 10. La normativa autonómica tiene un impacto considerable en el funcionamiento del sector donde actuamos.  |                     |                     |                  | x                          |                   |
| 11. Las expectativas de crecimiento económico generales afectan crucialmente al mercado donde operamos.  |                     |                     |                  |                            | x                 |
| 12. La política de tipos de interés es fundamental en el desarrollo financiero del sector donde trabaja nuestra empresa.                                 |                     |                     |                  |                            | x                 |

|  |  |  |   |   |   |
|--|--|--|---|---|---|
| 13. La globalización permite a nuestra industria gozar de importantes oportunidades en nuevos mercados.  |  |  |   |   | X |
| 14. La situación del empleo es fundamental para el desarrollo económico de nuestra empresa y nuestro sector.   |  |  |   | X |   |
| 15. Las expectativas del ciclo económico de nuestro sector impactan en la situación económica de sus empresas.   |  |  |   | X |   |
| 16. Las Administraciones Públicas están incentivando el esfuerzo tecnológico de las empresas de nuestro sector.  |  |  |   | X |   |
| 17. Internet, el comercio electrónico, el wireless y otras NTIC están impactando en la demanda de nuestros productos/servicios y en los de la competencia. |  |  |   | X |   |
| 18. El empleo de NTIC's es generalizado en el sector donde trabajamos.   |  |  |   | X |   |
| 19. En nuestro sector, es de gran importancia ser pionero o referente en el empleo de aplicaciones tecnológicas.   |  |  |   | X |   |
| 20. En el sector donde operamos, para ser competitivos, es condición "sine qua non" innovar constantemente.  |  |  | X |   |   |
| 21. La legislación medioambiental afecta al desarrollo de nuestro sector.  |  |  |   | X |   |
| 22. Los clientes de nuestro mercado exigen que se seamos socialmente responsables, en el plano medioambiental.   |  |  | X |   |   |
| 23. En nuestro sector, la políticas medioambientales son una fuente de ventajas competitivas.  |  |  |   |   | X |
| 24. La creciente preocupación social por el medio ambiente impacta notablemente en la demanda de productos/servicios ofertados en nuestro mercado.         |  |  |   | X |   |
| 25. El factor ecológico es una fuente de diferenciación clara en el sector donde opera nuestra empresa.  |  |  |   |   | X |
| <b>HAY UN NOTABLE IMPACTO DE FACTORES SOCIALES Y DEMOGRÁFICOS EN EL FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA</b>   |  |  |   |   |   |
| <b>HAY UN NOTABLE IMPACTO DE FACTORES POLÍTICOS EN EL FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA</b>   |  |  |   |   |   |
| <b>HAY UN NOTABLE IMPACTO DE FACTORES ECONÓMICOS EN EL FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA</b>  |  |  |   |   |   |
| <b>HAY UN NOTABLE IMPACTO DE FACTORES TECNOLÓGICOS EN EL FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA</b>  |  |  |   |   |   |
| <b>HAY UN NOTABLE IMPACTO DEL FACTOR MEDIO AMBIENTAL EN EL FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA</b>  |  |  |   |   |   |

## **6.7. ANÁLISIS DE (PORTER)**

### **6.7.1. Poder de negociación de los clientes**

El poder de negociación de los clientes, en este caso el agricultor es previo ya que antes de prestar el servicio, se cancela y de inmediato se inicia las labores de alquiler de la maquinaria agrícola, sin presentar problemas ya que los precios están establecidos en estudios previos.

También el nivel de negociación del cliente será mayor cuando el número de hectáreas aumenta, disminuye en 10% los precios.

### **6.7.2. Poder de negociación de los proveedores.**

En el leasing operativo los proveedores son los concesionarios automotrices de las diversas fábricas mundiales como Toyota, Nissan, Hyundai, Ford, Mercedes entre otros. Ellos toman las decisiones cuando existen anomalías en los incumplimientos de contratación.

### **6.7.3. Amenaza de nuevos ingresos.**

En los últimos años nuevas empresas privadas han ingresado a este municipio y sobre todo en el territorio nacional, se especula que habrá nuevos actores por parte de la administración local para la ayuda del menor agricultor, ya que es un servicio que está creciendo para el año 2019.

### **6.7.4. Amenaza de nuevos sustitutos.**

La amenaza como producto alternativo ya está dada y es el leasing financiero, que es el sustituto del leasing operativo porque permite financiar maquinaria mediante el pago de cuotas iguales mes a mes y en la última cuota del mes se accede a la propiedad del bien.

### 6.7.5. Rivalidad entre competidores.

Existe solo una rivalidad y son los agricultores privados que cuentan con maquinaria agrícola privada.

| <b>PERFIL COMPETITIVO</b>                 | <i>Hostil</i> | <i>Nada</i> | <i>Poco</i> | <i>Medio</i> | <i>Alto</i> | <i>Muy Alto</i> | <i>Favorable</i> |
|---|---------------|-------------|-------------|--------------|-------------|-----------------|------------------|
|   |               |             |             |              |             |                 |                  |
| <b>Rivalidad empresas del sector</b>      |               |             |             |              |             |                 |                  |
| - Crecimiento                             | <i>Lento</i>  |             |             | <b>x</b>     |             |                 | <i>Rápido</i>    |
| - Naturaleza de los competidores          | <i>Muchos</i> |             |             |              | <b>x</b>    |                 | <i>Pocos</i>     |
| - Exceso de capacidad productiva          | <i>Si</i>     |             | <b>x</b>    |              |             |                 | <i>No</i>        |
| - Rentabilidad media del sector           | <i>Baja</i>   |             |             | <b>x</b>     |             |                 | <i>Alta</i>      |
| - Diferenciación del producto             | <i>Escasa</i> |             |             |              | <b>x</b>    |                 | <i>Elevada</i>   |
| - Barreras de salida                      | <i>Bajas</i>  |             |             | <b>x</b>     |             |                 | <i>Altas</i>     |
|   |               |             |             |              |             |                 |                  |
| <b>Barreras de Entrada</b>                |               |             |             |              |             |                 |                  |
| - Economías de escala                     | <i>No</i>     | <b>X</b>    |             |              |             |                 | <i>Si</i>        |
| - Necesidad de capital                    | <i>Bajas</i>  |             |             |              | <b>x</b>    |                 | <i>Altas</i>     |
| - Acceso a la tecnología                  | <i>Fácil</i>  |             | <b>x</b>    |              |             |                 | <i>Difícil</i>   |
| - Reglamentos o leyes limitativos         | <i>No</i>     | <b>X</b>    |             |              |             |                 | <i>Sí</i>        |
| - Trámites burocráticos                   | <i>No</i>     | <b>X</b>    |             |              |             |                 | <i>Sí</i>        |
| - Reacción esperada actuales competidores | <i>Escasa</i> |             |             | <b>x</b>     |             |                 | <i>Enérgica</i>  |
| <b>Poder de los Clientes</b>              |               |             |             |              |             |                 |                  |

|   |  |  |  |  |          |  |                |
|---|--|--|--|--|----------|--|----------------|
| - Número de clientes                        | <i>Pocos</i>   |  |  |  | <b>x</b> |  | <i>Muchos</i>  |
| - Posibilidad de integración ascendente     | <i>Pequeña</i>   |  |  |  | <b>x</b> |  | <i>Grande</i>  |
| - Rentabilidad de los clientes              | <i>Baja</i>  |  |  |  | <b>x</b> |  | <i>Alta</i>    |
| - Coste de cambio de proveedor para cliente | <i>Bajo</i>  |  |  |  | <b>x</b> |  | <i>Alto</i>    |
| <b>Productos sustitutos</b>                 |  |  |  |  |          |  |                |
| - Disponibilidad de Productos Sustitutos    | <i>Grande</i>  |  |  |  |          |  | <i>Pequeña</i> |
| <b>CONCLUSIÓN</b>                           | <b>&gt; La situación actual del mercado es favorable a la empresa.</b> |  |  |  |          |  |                |
|   |  |  |  |  |          |  | <b>Total</b>   |
|   |  |  |  |  |          |  | <b>47</b>      |

## 7. CONCLUSIONES

Con el fin de finalizar el proyecto y obtener las conclusiones que se mencionan a continuación, adicionamos algunas investigaciones en pro de las mejores prácticas de mercadeo para nuestros segmentos objetivo, los mejores canales de atención, comunicación y distribución. Para nuestras estrategias de penetración que permitan afianzarnos en el mercado y poder fidelizar los segmentos objetivo.

Finalmente, y con el fin de saber si AGRO-EXPRESS tiene un futuro rentable realizaremos las proyecciones económicas, así como el análisis de los recursos monetarios que serían necesarios para llevar a cabo el proyecto.

Teniendo en cuenta lo anterior y los estudios e investigaciones presentadas durante el desarrollo del proyecto, es claro que hay dos segmentos de mercado a los cuales llegar para garantizar el éxito del mismo. Por otro lado, el análisis de las estadísticas, del desarrollo y estudio del sector, dan parte en la claridad del rumbo a seguir y el enfoque claro del proyecto, hay una gran oportunidad de crecimiento en el sector agro y aún no se satisfacen muchas de las necesidades de los involucrados en su mantenimiento y por supuesto en un factor que es clave para la economía del país.

Por otra parte, queda claro que es importante contar con una plataforma tecnológica, acompañamiento personalizado e implementar estrategias claves para cada uno de los segmentos, teniendo en cuenta las necesidades de cada uno de ellos y el mejor canal de comunicación; como ya se ha definido, lograremos incrementar proporcionalmente el target de AGRO-EXPRESS y cumplir con los indicadores de crecimiento de la empresa.

Por otro lado, en cuanto a la proyección financiera, se determinara así AGRO-EXPRESS es completamente rentable a lo largo del tiempo; complementariamente la experiencia y el

conocimiento adquirido y con el desarrollo de diversas estrategias comerciales garantizaremos una rentabilidad en crecimiento a lo largo de los años.

El proyecto presenta desafíos amplios en su desarrollo, pero contando con un plan estratégico como el presentado en el desarrollo de este proyecto, conociendo claramente el mercado objetivo y proyectando siempre el foco del negocio con las herramientas requeridas, AGRO-EXPRESS tiene un futuro asegurado en el sector del agro colombiano, en especial en su mercado objetivo que es el municipio de Tierralta-Córdoba Colombia.

## BIBLIOGRAFIA

- Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia. (2015, abril 27). Alpina, ejemplo que inspira a reducir desperdicio de alimentos. Recuperado de <http://www.andacol.com/index.php/www-andacol-com/100-anda/noticias-anda/www-andacol-com/newsletter-anda-08/906-alpina-ejemplo-que-inspira-a-reducir-desperdicio-de-alimentos> Consulta: 15 enero 2017.
- Corporación unificada de Educación Superior CUN. (2011). ACUERDO No.002 DE 2.011 DEL CONSEJO DIRECTIVO REGLAMENTO ESTUDIANTIL.
- Corporación Universitaria de Educación Superior CUN. (Diciembre de 2013). Acuerdo No 037.
- DANE. (2015, Octubre 27), Inventario Agropecuario en las unidades de producción agropecuaria(UPA). [http://www.dane.gov.co/files/CensoAgropecuario/avanceCNA/PPT\\_9.pdf](http://www.dane.gov.co/files/CensoAgropecuario/avanceCNA/PPT_9.pdf). Consulta: 30 Noviembre 2016.
- Del 31 de Diciembre de 2013 el cual corresponde al Reglamento de Opción de Grado. Bogotá D.C.
- Dinero. (2011 Septiembre 7). Maquinaria Agrícola se Abre camino. Recuperado de:<http://www.dinero.com/edicion-impresanegocios/articulo/maquinaria-agricola-abre-camino/98903> Consulta: 01 diciembre 2016.
- Dinero. (2016, Noviembre 24). “El PIB del agro crecerá 3,1%, por encima de la economía”, MinAgricultura. Recuperado de <http://www.dinero.com/edicion-impresapais/articulo/entrevista-a-aurelio-iragorri-sobre-sector-agricola-en-colombia/239389>. Consulta: 01 diciembre 2016.
- Dinero.(2016, Octubre 13). Doble Vía. Recuperado de <http://www.dinero.com/edicion-impresaespecial-comercial/articulo/doble-via/37375> Consulta: 15 enero 2017.

Dinero.com. (2015, Septiembre 29) ¿ Cómo está compuesta la economía colombiana.

Recuperado de <http://www.dinero.com/economia/articulo/composicion-economia-colombiana-2015/214054> Consulta 03 diciembre 2016.

Dirección de Emprendimiento y liderazgo CUNBRE. (Enero de 2017). SYLLABUS OPCION DE GRADO I. Bogotá.

Dirección de Emprendimiento y liderazgo CUNBRE. (Enero de 2017). Syllabus Opción de Grado II.

Dirección de Emprendimiento y Liderazgo CUNBRE. (Febrero de 2016). Syllabus Opción de Grado III.

Economía El Tiempo. (2016, marzo 11). Sector agrario tuvo crecimiento al final del año y se ubicó en 4,8 %. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16533760>.

Consulta: 01 diciembre de 2016.

Finagro. El momento del Agro. Recuperado de <https://www.finagro.com.co/noticias/el-momento-del-agro>. Consulta 11 diciembre 2016.

Foundation Ellen MacArthur – Fundación para la Economía Circular. Economía Circular.

Recuperado de [http://economiecirculaire.org/wp/?page\\_id=62](http://economiecirculaire.org/wp/?page_id=62) Consulta: 15 de enero de 2017.

Jesús de la Vega de Jesús Ludwig. (2013, Abril 25). Logística inversa en los procedimientos empresariales. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/logistica-inversa-en-los-procedimientos-empresariales/> Consulta: 01 Diciembre 2016.

Juan José Perfetti del Corral - El Colombiano. (2013, junio 27). La obsoleta maquinaria agrícola.[http://www.elcolombiano.com/historico/la\\_obsoleta\\_maquinaria\\_agricola](http://www.elcolombiano.com/historico/la_obsoleta_maquinaria_agricola) BEC\_248666. Consulta: 01 diciembre 2016.

Juan José Perfetti, Álvaro Balcazar, Antonio Hernández, Jose Leibovich. (2013). Políticas para el desarrollo de la agricultura en Colombia. Recuperado de <http://www.fedesarrollo.org.co/w>



ontent/uploads/2012/08/Pol%C3%ADticas-para-el-desarrollo-de-la-agricultura-en-Colombia-Libro-SAC\_Web.pdf Consulta: 10 diciembre 2016.

MinAgricultura. (Mayo, 2016) Producción Total Nacional. Recuperado de

<http://www.agronet.gov.co/Paginas/default.aspx> Consulta: 10 diciembre 2016.

PESTEL. (s.f.). *Instrumento de Planificación estratégica*.

PORTER, R. (s.f.). *ANALISIS DE PORTER*.

Rafael Mejía López - Sociedad de Agricultores de Colombia. Balance Preliminar de 2015 y

perspectivas de 2016. Recuperado de <http://www.sac.org.co/es/estudios-economicos/balance-sector-agropecuario-colombiano/290-balance-y-perspectivas-del-sector-agropecuario-2012-2013.html> Consulta: 01 diciembre de 2016.