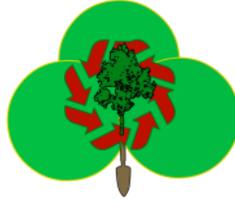


AGROECOLOGY



ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE
ARBOLES NATIVOS

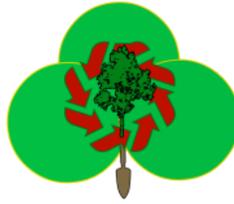
YULY LILIANA ARIAS AVILA
RUTH LORENA GOMEZ GARZON

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ D.C.

2017

AGROECOLOGY



ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE
ARBOLES NATIVOS

YULY LILIANA ARIAS AVILA
RUTH LORENA GOMEZ GARZON

OPCION DE GRADO II TECNOLOGO

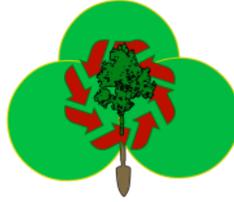
TUTOR: ANDRES MAURICIO ACOSTA LOPEZ

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ D.C.

2017

AGROECOLOGY



Agradecimientos

Gracias a nuestros familiares por su apoyo contante en este arduo proceso de formación el cual nos llena de gran conocimiento para nuestra vida profesional y personal.

De igual manera en agradecimiento a nuestro docente Andrés Mauricio Acosta López por impartir de manera práctica su conocimiento el cual nos generó gran ayuda en la aplicación para la idea de negocio, resaltamos su valor y apoyo en el mismo.

Por último, a la comunidad de vereda Hato Grande, municipio Suesca por su masiva colaboración y aportes en este proyecto.

AGROECOLOGY

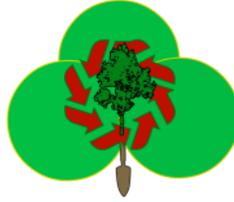


Tabla de Contenido

1. Contexto

- 1.1 Aspectos Históricos del tipo de negocio
- 1.2 Marco de Referencia
- 1.3 Marco legal del negocio
- 1.4 Aspectos ecológicos
- 1.5 Aspectos políticos y económicos
- 1.6 La tecnología y el negocio
- 1.7 Aspectos sociales del negocio

2. Mercado

- 2.1 Estudio y cifras generales del sector
- 2.2 Estudio de competidores e indirectos.
- 2.3 Segmentación Geográfica
- 2.4 Economía e ingresos grupo objetivo
- 2.5 Psicografía del grupo objetivo
- 2.6 Edad, Genero y Ciclo de vida
- 2.7 Diseño de instrumento y aplicación de Campo
- 2.8 Conclusiones y recomendaciones

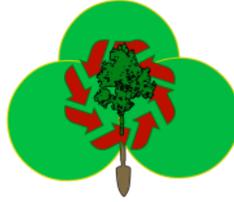
3. Marketing

- 3.1 Decisión del producto
- 3.2 Decisión de distribución
- 3.3 Decisión de promoción
- 3.4 Decisión de precio
- 3.5 Presupuesto general del plan de marketing
- 3.6 Producto Mínimo Viable.

Bibliografía Y Cibergrafía

Anexos

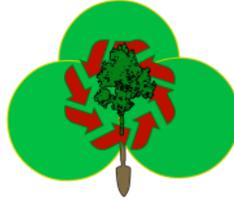
AGROECOLOGY



Resumen

La idea de negocio consiste en la implementación de un vivero donde se árboles nativos para su comercialización es una idea basada en las problemáticas ambientales que ese evidencias en la actualidad como la deforestación, erosión en los suelos, la contaminación de las fuentes hídricas, entre otras, a lo anterior se quiere impactar de manera positiva mitigando en un porcentaje este tipo de problemáticas con implementación de árboles nativos en los diferentes escenarios de la zonas rurales, nuestro enfoque es el departamento de Cundinamarca, municipio de Suesca específicamente en la vereda de Hato Grande , donde los habitantes económicamente se sostienen de explotación de la tierra, por su alto nivel , productividad de los suelos y la abundancia relativa del recurso hídrico, pero hoy día se evidencia las malas prácticas productivas según el informe de diagnóstico emitido los últimos años por la alcaldía de Suesca, los cuales mencionan que el “incremento de actividades agrícolas con cultivos mono específicos y bajo sistemas de labranza inadecuados trae consecuentemente procesos de erosión de los suelos, deforestación, contaminación del recurso hídrico y del suelo causado por el uso indiscriminado de plaguicidas.”

por anterior se plantea la implementación de los árboles nativos generando métodos de aplicación y desarrollo que mitiguen todo este tipo de problemática.



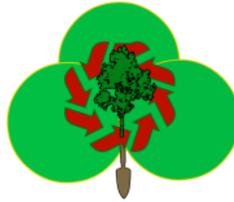
Introducción

Este trabajo surge a raíz de las problemáticas ambientales que se evidencia actualmente impactado negativamente el sector rural, se resaltan tres de estas como son: la deforestación, erosiones y contaminación estos hechos no impulsa a generar una idea de negocio que mitigue de cierta manera todos estos aspectos que tienen crisis los ecosistemas a lo anterior se decide proyectar la creación un vivero que ofrezca árboles nativos para su comercialización y métodos de implementación para el aprovechamiento según las necesidades del cliente, se plantean iniciar con 4 especies las cuales son:

1. Trichanthera Gigantea (nacedero),
2. Tilia Platyphyllos (tilo),
3. Alnus Glutinosa (aliso),
4. Sambucus Nigra (sauco),

cada una de ellas ofrece reúne una serie de característica con grandes beneficios a los suelos y adicional se adaptan a cualquier clima, los sistemas de siembra que se trabajaran serán por sistema de voleo, que consisten en esparcir las semillas al azar por el terreno determinado de siembra y el sistema propagación por estaca, como sistema es muy eficiente acelerando la producción. El cual consiste en la siembra de tallos cotados en forma de estaca en el terreno preparado para su siembra para que estos se fortalezcan y se puedan implementar en los prados con al alto porcentaje de crecimiento en el mismo. Teniendo en cuenta el estudio visual que se trabajó en de la vereda de Hato Grande y su desarrollo económico en lo agrícola y pecuaria se establecen métodos de aplicación generando sistemas que mitiguen problemas ambientales y ayude a la conservación de los suelos y protección de las fuentes hídricas como cercas vivas, aprovechamiento de las hojas para los ensilajes Junto con esto se destaca que este estudio para la creación del vivero, se considera en gran parte viable se observó un gran interés por parte de la comunidad por la economía que rodea el sector es muy favorable ya que la mayor actividad de producción es agrícola adicional sería el primer vivero en la vereda el cual apoya significativamente ya que la ubicación del proyecto presenta un alto índice estratégico para la comercialización ya que la vereda limita con otros municipios y veredas y apoyado por la publicidad será fundamental para su sostenimiento en el mismo.

AGROECOLOGY



cu
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

Descripción de la idea de negocio

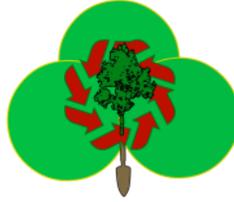
El comportamiento humano y su afán de crecimiento económico han ocasiona grandes impactos negativos en el medio ambiente alterando ecosistemas con la sobreexplotación un recuso no renovables como petróleo o minería , la excavación para la extracción de piedras preciosas, también se habla de los cultivos ilícitos, presentando actualmente altos índices de deforestación “Desde 1990 se han destruido más de la mitad de los bosques del mundo, y la deforestación continúa “a adicional las malas prácticas agropecuarios en los manejos de químicos y residuos de los mismo han afectado las fuentes hídricas, el aire y el suelo. Teniendo en cuenta todo este tipo de problemáticas AGROECOLOGY SAS establece una idea de negocio consiste en la producción y comercialización de árboles nativos y asesoría para la implementación de los mismos teniendo en cuenta aspectos como terreno y las características que presente el cliente con fin de dar mejor aprovechamiento a los beneficios que otorgan las cuatro especies a trabajar en el vivero de con el fin de mitigar y aportar al medio ambiente.

Objetivos

Objetivo General

Crear una empresa dedica a la producción y comercialización de árboles nativos los cuales aporten al mejoramiento de ecosistemas y protección de fuentes hídricas, implementando sistemas de siempre de alto rendimiento e invirtiendo en infraestructura e insumos de calidad asegurando de esta manera un producto eficiente para su comercialización en la vereda de Hato Grande y sus alrededores para el buen desarrollo del sector agropecuario.

AGROECOLOGY



Objetivos Específicos

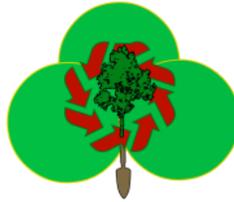
1. Implementar sistemas de siembra con alto rendimiento para cumplir con las expectativas en cuanto a entregas y calidad a los futuros clientes.
2. Contratar personal competente y comprometido para asegurar la efectividad y eficiencia de la idea de negocio.
3. Crear estrategias de mercadeo promoviendo la implementación de las especies nativas en fincas y prados de la zona.

Identidad Estratégica

Ofrecer un producto y Asesoría con altos estándares de calidad mediante procesos eficientes, personal competente y comprometido, incentivando, la protección de las fuentes hídricas y mejoramiento de los suelos, implementando buenas prácticas del sector agropecuario y así contribuir al equilibrio ambiental.

Futuro Preferido

Para el 2019 Agroecology SAS sea una empresa referente de producción y comercialización de especies nativas a nivel regional con altos estándares de calidad, innovación y puntualidad.



Justificación

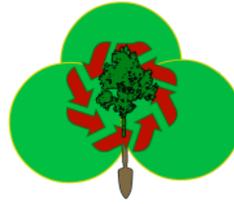
La problemática que se vive actualmente en cuanto al deterioro del medio ambiente es impactante de acuerdo a estudios realizados por el DANE. Los desastres causados por el hombre se reflejan en el entorno natural y la biodiversidad, generando consecuencias de maltrato e irresponsabilidad por parte del hombre.

Provocando diversidad de problemas como la sequía de nacederos, la baja fertilidad de los suelos generada por sobreexplotación agrícola, la indiscriminada tala de árboles por parte de la industria de madera, la quema de árboles ocasionando la destrucción de la superficie forestal, de igual manera la calidad de la técnica de explotación de los recursos naturales.

Esta grande problemática afecta varios aspectos en especial el social, medio ambiental y económico. A partir de este fenómeno nace la idea del proyecto el cual se enfoca en crear un vivero con árboles nativos quienes con su propagación protegen el agua, aire y el suelo brindando una solución indispensable para la subsistencia de los seres vivos el hombre, la fauna y flora. Se decido trabajar con los árboles nativos y así contribuir positivamente al medio ambiente, generando el crecimiento y conservación de la flora nativa y a su vez en la fauna.

Para comercializarlos en el departamento de Cundinamarca en el municipio de Suesca donde se encuentra ubicada la Vereda Hato Grande que fue el lugar seleccionado como nicho de mercado para dar inicio al proyecto. La comercialización de los árboles, buscara familiarizar a los habitantes incentivando la propagación de diferentes métodos de implementación en cualquier finca, prados, fuentes hídricas.

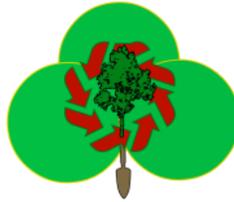
AGROECOLOGY



cu
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

DOFA

		INTERNAS					
		FORTALEZAS		DEBILIDADES			
		1	Se cuenta con la materia prima (semillas-estolones Tierra Negra-Cascota de arroz)	1	No se cuenta con el presupuesto		
		2	Ubicación estratégica del centro de acopio y distribución del vivero	2	No se cuenta con la infraestructura		
		3	Conocimiento en el campo de acción	3	Estrategias de Ventas		
		4	Definidas las especies a trabajar	4	Falta de conocimiento en procesos de producción		
EXTERNAS		OPORTUNIDADES		ESTRATEGIAS F+O		ESTRATEGIAS D+O	
1	Ministerio de medio ambiente promueve programas de apoyo ambiental	F1+O4	El medio ambiente se presta para la recolección de las semillas de las especies nativas que se trabajaran minimiza los costos	D1+O1	Presentar la idea de negocio ante los entes que Ministerio de Medio Ambiente que promueven este tipo de ideas		
2	Entidades promotoras de inversión o financiamiento.	F2+O1	El campo de acción es el sector rural y los entes gubernamentales impulsan económicamente el sector	D2+O2	Participara en convocatorias que realizan las entidades promotoras		
3	La legislación en Colombia La ley de 1993	F3+O3	La ley ambiental nos aporta a generar ideas para la sensibilización al publico	D3+O3	Mención de la importan y adicional la Ley para mayor impacto ante los posibles clientes de manera positiva		
4	Asequibilidad a la materia prima que lo ofrece el medio ambiente.	F4+O2	Determinar las especies facilita le recolección de las semillas es eficiente e implementar sistemas de siembra	D4+A4	Investigación de las especies a trabajar para determinar un sistema de siembra eficiente.		
		AMENAZAS		ESTRATEGIAS F+A		ESTRATEGIAS D+A	
1	Plagas y Enfermedades que afecten la producción	F4+A1	se programan controles preventivos y correctivos de plagas y enfermedades	D2+A1	Implementar estructuras que mitiguen daños climáticos y genere una zona protegía al cultivo		
2	Falta de conocimiento de los productos que se ofrecen a los futuros clientes	F2+O1	Campañas se sensibilización de medio ambiente en la zona que se trabajara	D3+A2	Generar propuestas de interesa los clientes, capacitación y mantenimiento		
3	Competencias y productos sustitutos (Agrícola Circasia S.a.s. y Qfc S.a.s.)	F3+O3	Generar ideas de aprovechamientos de las especies a implementar	D4+A3	Generar esquemas de control de producción, capacitación y evaluación de producto HSEQ		
4	La moneda local fluctúa bastante (déficit)	F4+O2	Generar convenios de negociación con proveedores y clientes en casis de déficit	D1+A4	Apoyo de personal competente		



1.1. Aspectos Históricos

¹Los primeros viveros que se instalaron en América, surgen por el año de 1875 en Argentina, en coincidencia con la llegada masiva de inmigrantes europeos, principalmente alemanes, belgas, españoles, italianos y portugueses, que, junto a los japoneses, que llegaron en la década de los cuarenta, dieron origen a los grandes viveros productores actuales.

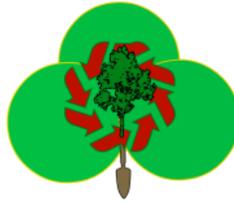
A través de la historia las plantas pasaron de ser utilizados por el hombre como un elemento de estética, a generar otro beneficio para contrarrestar la problemática ambiental referente a la deforestación que se presenta actualmente.

²Los viveros forestales han sido los últimos años una fuente importante de abastecimiento de plántulas para la restauración de zonas desforestadas o degradadas, así como para otros usos como ornamentales, frutales, medicinales, etc.

El vivero forestal es el sitio donde nacen y crecen las plantas permaneciendo el tiempo necesario para lograr la altura y vigor indefensable para llevarla al sitio donde se implementara en la actualidad hay dos clases de viveros que son los viveros temporales y viveros permanentes, Los viveros temporales son proyectados para suministrar en una zona que se va ejecutar una repoblación solo se producen de 1 o 2 especies y un solo método de producción y los viveros permanentes se proyectan con idea de duración en el tiempo ilimitado por lo cual se tota de infraestructura fija, produce varias especies (estaturas- edades), y se encarga de la producción de semilla y germinación de plántulas.

¹<http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/8118/2/631.52-F634p-CAPITULO%20I.pdf>

²<https://www.clubensayos.com/Ciencia/Historia-De-Los-Viveros-Forestales/893022.html>



1.2. Marco referencias:

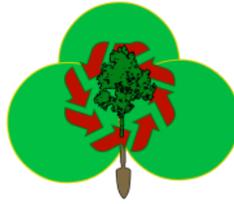
Marco Teórico

los últimos 5 años, como consecuencia de múltiples factores, principalmente por la incidencia del hombre, el planeta ha sufrido grandes cambios, fomentando adaptaciones y auto-regulaciones que se han traducido entre otros, con el incremento en la periodicidad de fenómenos cíclicos como El Niño y más recientemente la Niña. Éstos anómalos han destruido completamente las tradicionales épocas de lluvia y de sequía que ancestralmente permitían a la población rural en general el determinar los mejores momentos para siembra y cosecha de productos agrícolas. Dado lo impredecible que se ha vuelto el clima tal como se evidenció en el 2011, en donde dos fuertes olas invernales afectaron todo el territorio nacional afectando el estado de vías primarias, secundarias y terciarias, así como las fuentes principales de abastecimiento de alimento, por la falta de preparación para afrontar éste tipo de desastres por todos los actores de nuestro país, ocasionando para el caso en particular graves pérdidas de cosechas, fomentando la escasez y el incremento de los precios de la mayoría de los productos usuales en la canasta familiar de los colombianos. (Helber Orjuela, 2013)

Actualmente, la mayoría de los departamentos líderes en producción agrícola (frutas, hortalizas, tubérculos, entre otros) y pecuaria (leche y carne) están en periodo de recuperación aprovechando un periodo de “tregua”; en algunos casos por iniciativa propia, en otros con apoyo y subsidios del gobierno y/o la combinación de las dos estrategias. Sin embargo, es evidente que el campesinado en este momento se encuentra a ciegas ante la posibilidad de una tercera ola invernal que evite la recuperación de las cosechas y que con el tiempo se puede convertir en un problema de abastecimiento de alimentos para la gran mayoría de las regiones.

Teniendo en cuenta lo anterior es cuando surgen inquietudes sobre ¿cuál es la mejor alternativa para producir de manera eficiente, pero manteniendo un relativo control sobre estos factores climáticos? Desde hace tres años aproximadamente, varias entidades nacionales vienen adelantando

AGROECOLOGY



investigaciones en tecnologías de ambientes controlados de alta tecnología con el objetivo de modelar y adaptar a soluciones de bajo costo, las mejores alternativas de producción bajo invernadero, en función de las condiciones climáticas, la especie vegetal, entre otros, pero sujetas a unas condiciones de mercado estable y competitivo que garantice sostenibilidad a los productores, como alternativas con mercados de grandes superficies si la producción se proyecta a comercialización nacional ó alternativas de exportación según la demanda extranjera.

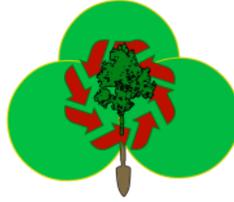
Recuerden que cualquier consulta respecto al desarrollo de estudios y diseño de invernaderos, estaremos listos para atenderla.

Según esta teoría, “las plantas se alimentaban exclusivamente de materia inorgánica, procedente, bien de la descomposición del humus o de la atmósfera, bien de las sustancias minerales que hay en la tierra”(Química organica,Navarro.G; pag.65). Considera al suelo un “almacén” estático, de donde las plantas toman los nutrientes necesarios y que el “suelo” reemplaza con el tiempo. Su agotamiento producía infertilidad, por lo que el agricultor debía preocuparse de forma continua de su restitución, marcando el camino de la fertilización química moderna. El principio minería representaba un adelanto para los agricultores, al permitir desvincular la producción agrícola de la dependencia de los animales y de su alimentación. Por tanto, podía dedicar una mayor superficie de su finca a cultivos más lucrativos.

Se toma como un respaldo a la generación de la empresa ya que los árboles nativos su follaje son fértiles e incrementa la producción de los suelos aumentando productividad, económica sostenible, cumpliendo con objetivo organizacional y conservación de la flora y a su vez de su fauna.

El municipio de Suesca se encuentra ubicado en el Departamento de Cundinamarca a 63 Km. de distancia de la capital del país y a 2.584 metros de altura sobre el nivel del mar.

AGROECOLOGY



La economía es la base fundamental para el desarrollo social de la población por lo tanto se evidencia en la actividad económica agrícola, pecuaria y minera.

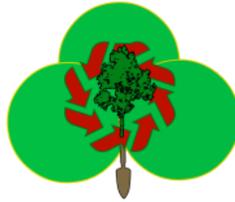
Suesca, cuenta con una población económicamente activa del 50.13 % según *Estadísticas DANE*, Censo 2.005. El 52% de las viviendas rurales ocupadas el día del censo 2005 tenían actividad agropecuaria, de ellas el 54,5% tienen actividad agrícola, el 0,7% actividad pecuaria. Y el 87,5% actividad minera”. (*Estadísticas DANE*, Censo 2.005)

Los principales usos del suelo económicamente están determinados por el sector Agrícola 12,5%, Pecuario 38.3 %, Bosques 30%, Minería 5%, Zona en descanso 12%, Zona urbana 2.2%.

Podemos determinar que el 48% del suelo del Municipio es apto para el aprovechamiento agropecuario por sus características físicas. Y del cuidado ambiental depende la sostenibilidad económica. Pérdida de Biodiversidad. “El comportamiento humano ha destruido y continúa destruyendo diariamente el hábitat de las especies. Cuando exterminamos una, hay un efecto inmediato en la cadena alimenticia, que a su vez afectan a los ecosistemas interdependientes.” (<http://www.eduteka.org/pdfdir/Biodiversidad07B.pdf>)

Marco Conceptual

AGROECOLOGY



Contaminación. “Suelo, agua y aire son contaminados por compuestos químicos que tardan años en disolverse. La mayoría de estos químicos son resultado de nuestro estilo de vida y son creados por la industria y por los vehículos de motor. Algunos de los tóxicos más comunes son: metales, nitratos y plásticos.” (<http://www.eduteka.org/pdfdir/Biodiversidad07B.pdf>)

Desgaste de la capa de ozono. “ El desgaste de la capa de ozono se ha atribuido a la presencia de cloro y bromo en el aire; una vez que los químicos llegan a la atmósfera hacen que las moléculas de ozono se separen y formen un hoyo, el más grande se encuentra sobre el Antártico. Un solo átomo de cloro puede romper hasta 10 mil moléculas de ozono. Para reducir este proceso, se han prohibido ciertos químicos en procesos de manufactura.”

Agua.³ “Muchos expertos creen que, en el futuro próximo, el agua será un producto tanpreciado como el oro y el petróleo. Otros afirman que comenzarán guerras para determinar quién es dueño de los suministros de agua. Actualmente, un tercio de los humanos tienen acceso inadecuado a agua fresca y limpia. Se espera que el número aumente hasta dos tercios en 2050. Las causas de esta situación son la sobre población y la contaminación de la industria.”

Deforestación.⁴ “Desde 1990 se han destruido más de la mitad de los bosques del mundo, y la deforestación continúa. Además, los árboles están muriendo a un ritmo nunca antes visto. Causando erosiones del suelo terminando con la capa vegetal acabando con medio agrícola el suelo productivo.”

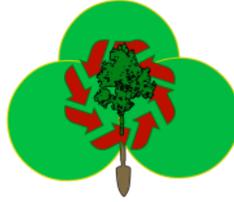
Sector Agropecuario, es el sector económico primario compuesto del sector agrícola que hace relación a la agricultura y el sector pecuario que es relación a la ganadería.

Especie Nativa: Es una especie que pertenece a una región o ecosistema determinados.

³ (<http://www.seresponsable.com/2012/09/27/los-10-problemas-ambientales-que-enfrenta-el-planeta-al-2012/> ítems 3, 5, 7, 8, 9 y 10.Pg.1.)

⁴ (<http://www.seresponsable.com/2012/09/27/los-10-problemas-ambientales-que-enfrenta-el-planeta-al-2012/> ítems 3, 5, 7, 8, 9 y 10.Pg.1.)

AGROECOLOGY



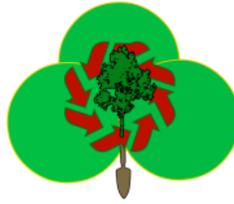
Los plantines:⁵ son plántulas que miden entre dos y ocho centímetros, originadas de semillas o propagación vegetativa, listas para trasplantar a bolsas; se trata de plantas que han superado el proceso de selección de fuente semillero y recolección, manejo y almacenamiento de semilla, tratamiento pregerminativo, producción en germinador y riesgos fitosanitarios

Marco Espacial.

La idea de negocio se desarrollará en el país Colombia, el departamento de Cundinamarca, municipio de Suesca, en la zona rural de la vereda de Hato Grande, En el lote alto de Sinaí propiedad del señor Álvaro Gómez Benavides, con el fin de producir y comercializar árboles nativos.

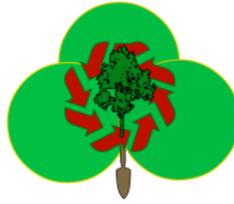


⁵ <http://elsemillero.net/plantines-y-retenedores-de-agua-nuevas-tecnologias-en-la-produccion-y-manejo-de-arboles/>



Marco Temporal

La idea de negocio da inicio 21 de enero de 2015 idea que se plantea para la clase de opción de grado I, a la corporación unificada nacional de educación superior para recibir el título de técnica en procesos administrativos, 28 de Enero se presenta la idea a la docente Nubia Barrera, 4 de febrero se emprendió el estudio de los sectores que afecta directamente el proyecto para este mismo día la docente de opción de grado inicia las guía para la presentación del proyecto en las clases de 11, 18,25,de febrero y para 4 de marzo se ha trabajado temas como planteamiento de problema, objetivos y en las ultimas clase se habló del marco referencial y la búsqueda recomendada por la docente, en trabajo autónomo se ha revisado el tema de estructura toma de decisión respecto a los productos a trabajar el desarrollo ha aclarado dudas y la ayuda del docente Miguel Antonio Ortiz Hernández, docente de la CUN quien ha sido la guía para el mejor desarrollo. El tiempo tomado para el estudio de producir y comercializar especies nativas se proyecta para el 2017, dando inicio el 26 de enero del mismo año, se planteó la idea de negociación más estructurada con guía el Manuel Oslo, se determinó el análisis del entono para este la guía fueron Análisis de Pestel y cínico fuerzas de Porter para 23 de febrero teniendo en cuenta los resultados de dichos análisis se estable estrategias que mitigan aspectos negativos para la idea y fortaleciendo aspectos positivos tanto internos como externos para ello la matriz DOFA esencial para estrategias de acción, para el 2 de marzo se emprende la segmentación de mercado apoyada por el docente Andrés Acostas no establece pautas para la misma para la idea de negocio se decide trabajar un Target de mercado B2C se estable la comercialización del producto en la Vrda. De Hato Grande, por el impacto y aceptación parte de la comunidad, se realiza el instrumento de medición para establecer estrategias de impacto en el mercado, modelo que se evidenciar en el presente documento, la fecha aplicación de la encuesta se realizó el 26 de marzo de 2017 y el análisis de la misma de realiza el 30 de marzo estableciendo estrategias de impacto al mercado en las siguientes fechas se trabajó en la estrategia de promoción y estrategia de precio por último el 15 de mayo se presenta e trabajo de mercadeo para la idea negociación y sustenta ante el jurado.



1.3 Marco Legal de Negocio

Inicialmente nos tenemos que basar sobre el artículo 333, de la constitución política de Colombia la cual establece la libertad de creación de empresa para cualquier ciudadano de la república. Dado con ello y basándonos en dicho artículo debemos basarnos en los múltiples requerimientos que pide el estado para poder introducirnos en el ámbito empresarial y de emprendimiento.

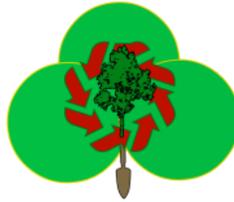
La empresa que se desea crear será una empresa S.A.S (sociedad por acciones simplificada) la cual debe basarse y actuar en base a los requerimientos establecidos por la ley 1258 de 2008, la cual da nacimiento a este tipo de sociedades además dicha sociedad deberá alinearse frente a la entidad de Cámara & Comercio que es quien registra y supervisa que sus aspectos de clasificación y organización y recopilación de documentos primordiales que toda persona jurídica debe poseer actualizada para su debido acto comercial con el estado y de forma privada.

Además de ello, se deberá cumplir una serie de requisitos frente a la entidad encargada de regular los aspectos económicos que generemos a lo largo de nuestra vida comercial (DIAN) en dicha entidad debemos regularnos sobre el decreto 2460 de 2013, la cual establece los requisitos que debe cumplir el solicitante del registro único tributario (RUT) y como se registra y se clasifica debido a la labor comercial que se desempeñe para la posterior contribución de pago de impuestos por las ganancias que dicha labor genere. Posteriormente se deberá acudir a la secretaria de hacienda en la cual se deberá efectuar el trámite de registro de industria y comercio el cual delimita la legalidad y funcionamiento de dicha entidad comercial asociada a un establecimiento de comercio previamente identificado para la asignación de avisos alusivos a la misma. Además de que este acorde con el uso del suelo, condiciones sanitarias y condiciones de seguridad establecidas por la ley 232 de 1995.

Ley 23 de 1973: por medio de esta ley se establece el control de la contaminación del medio ambiente y se establecen alternativas y estrategias para la conservación y recuperación de los recursos naturales, para la salud y el bienestar de la población.

Decreto Ley 2811 de 1974: o Código de los Recursos Naturales y de Protección al Medio Ambiente.

AGROECOLOGY



Ley 09 de 1979: Código Sanitario Nacional, donde se establecen los procedimientos y medidas para legislar, regular y controlar las descargas de los residuos y materiales. Indica, además los parámetros para controlar las actividades que afecten el medio ambiente.

Ley 99 de 1993, mediante esta ley se logra concretar en un solo documento las normas y principios que antes de esta ley carecían de coherencia en el control y formulación de políticas ambientales a nivel ambiental.

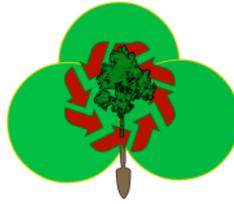
La Carta Constitucional define el carácter social del Estado y en este marco reconoce la protección del medio ambiente como principio fundamental y derecho colectivo[1]. Allí, se establecen y sintetizan los elementos claves que hoy orientan el manejo ambiental del país: protección del ambiente; compromiso con la sostenibilidad y la eficiencia económica; control fiscal; participación ciudadana y respeto por la cultura

⁶La Ley 99 -de 1993 –Ley del Medio Ambiente, crea el Ministerio del Medio Ambiente (hoy Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial –MAVDT), reordena el sector público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, y organiza el Sistema Nacional Ambiental –SINA-, entre otros.

La Ley 1377 de 2010 reglamenta las actividades comerciales relacionadas con las plantaciones forestales y agroforestales; a su vez, da un plazo de un año para que el Gobierno Nacional presente al Congreso de la República un proyecto de Ley que establezca claramente las condiciones objetivas que permitan la selección de los beneficiarios del Certificado de Incentivo Forestal –CIF- para apoyo de programas de reforestación comercial.

Decreto 125 de 20 de enero de 2011- Programa Especial de Reforestación-Por el cual el gobierno crea el Programa Especial de Reforestación con el fin de ejecutar proyectos de reforestación comercial en las áreas afectadas por el Fenómeno de la Niña 2010-2011, para rehabilitar el uso de los suelos con potencia I para la reforestación incluyendo las cuencas de los ríos y las áreas conectadas con ellas- Posiblemente aplique para las zonas aledañas a los embalses que están bajo cuidado de los generadores

⁶ https://sites.google.com/site/marconormativoambiental/colombia#_ftn1



1.4 Aspectos Ecológicos

Colombia es uno de los países más ricos en cuanto a los recursos naturales, La diversidad medioambiental de Colombia representa el 10 por ciento de la biodiversidad mundial total.

En Colombia, cerca del 56% del territorio se encuentra cubierto bosques, de 114 millones de hectáreas con que cuenta el país, alrededor de 64 millones de hectáreas están cubiertas por bosques naturales.

Colombia ocupa en el mundo, el 1er lugar en número de especies de aves (1721) y de orquídeas (3000), el 2do en número de especies mamíferas (50.000) y anfibios (407) y el 3ro en número de especies reptiles (383).⁷

En Colombia el 69% de la superficie continental es de aptitud forestal, pero tan solo el 46,6% de esa área está cubierta por bosques. A partir de algunos estudios se estima que en Colombia se talan aproximadamente 600 mil hectáreas de bosque por año.

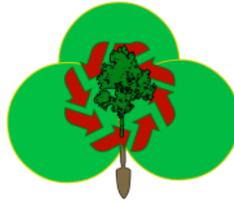
El mal uso o la ignorancia acusado que una gran parte de las tierras de aptitud forestal hayan sido adaptadas a actividades agropecuarias causando la perdida de nutrientes del suelo, la erosión y la alteración de las cuencas hidrográficas.

Las principales causas a las que se atribuye la alta deforestación en el país son la expansión de la frontera agrícola, la colonización, la construcción de obras de infraestructura, los cultivos ilícitos, el consumo de leña, los incendios forestales y la producción maderera.

La destrucción de los ecosistemas boscosos pone en peligro de extinción a muchas especies, ya que funcionan como hábitat primario de unas dos terceras partes de la fauna terrestre del país y de una proporción similar de flora. Igualmente, la mayor parte de la diversidad de flora y fauna del país se halla concentrada dentro de estos bosques.

⁷ <http://desarrollososteniblepoli.blogspot.com.co/2007/05/colombia-y-el-medio-ambiente.html>

AGROECOLOGY



el desarrollo de la agricultura y la domesticación de animales, la diversidad biológica es indispensable para mantener un buen funcionamiento de los agroecosistemas.⁸ La regulación trofodinámica de las poblaciones biológicas solo es posible respetando las delicadas redes que se establecen en la naturaleza. El desequilibrio en estas relaciones ya ha demostrado tener consecuencias negativas importantes. Esto es aún más evidente con los recursos marinos, donde la mayoría de las fuentes alimenticias consumidas en el mundo son capturadas directamente en el medio. La respuesta a las perturbaciones (naturales o antrópicas) tiene lugar a nivel sistémico, mediante vías de respuesta que tienden a volver a la situación de equilibrio inicial. Sin embargo, las actividades humanas han aumentado dramáticamente en cuanto a la intensidad, afectando irremediablemente la diversidad biológica de algunos ecosistemas y vulnerando en muchos casos esta capacidad de respuesta con resultados catastróficos.

Se recalca la importancia del árbol en el ecosistema, ya que realiza el proceso de fotosíntesis, captando la luz solar por medio de la clorofila, la utilización de anhídrido carbónico (CO₂) del aire y su posterior transformación en glucosa (C₆H₁₂O₆), que es el eslabón inicial para el procesamiento de sustancias alimenticias. También el árbol sirve de albergue para muchos animales y da sombra para que el ser humano pueda realizar sus actividades.⁹

1.5. Aspecto Político y Económico

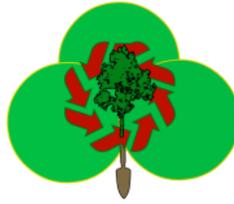
En el aspecto político jugará un papel importante ya que la organización lo ve como fuerza de apoyo para influir en estos proyectos ambientales.

El Ministro de medio ambiente y los recursos renovables, en encargado de impulsar una relación de respecto y armonía del hombre con la naturaleza y de definir en los términos de la presente ley las políticas de regulación a las que se sujetará la recuperación, conservación, protección,

⁸ <https://sites.google.com/site/labiodiversidadmayravallles2433/aspecto-ecologico-economico-y-cientifico>

⁹ <http://www.abc.com.py/articulos/importancia-del-arbol-en-el-ecosiste>

AGROECOLOGY



ordenamiento, manejo, uso y aprovechamiento de los recursos naturales renovables y el medio ambiente de la Nación a fin de asegurar el desarrollo sostenible.

Ministerio de Medio Ambiente coordina el sistema nacional Ambiental, SINA, que en esta ley organiza, para asegurar la adaptación y ejecución de las políticas y de los planes, programas y proyectos respectivos en orden a garantizar el cumplimiento de los deberes y derecho de estado y de los particulares en relación con el medio ambiente y con el patrimonio natural de la nación.

¹⁰Por lo anterior LEY 99 DE 1993 Por la cual se crea el MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental -SINA y se dictan otras disposiciones EL CONGRESO DE COLOMBIA

ARTÍCULO 2.- Creación y Objetivos del MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE. Créase el MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE como organismo rector de la gestión del medio ambiente y de los recursos naturales renovables, encargado de impulsar una relación de respeto y armonía del hombre con la naturaleza y de definir, en los términos de la presente ley, las políticas y regulaciones a las que se sujetarán la recuperación, conservación, protección, ordenamiento, manejo, uso y aprovechamiento de los recursos naturales renovables y el medio ambiente de la Nación a fin de asegurar el desarrollo sostenible. El MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE formulará, junto con el presidente de la República y garantizando la participación de la comunidad, la política nacional ambiental y de recursos naturales renovables, de manera que se garantice el derecho de todas las personas a gozar de un medio ambiente sano y se proteja el patrimonio natural y la soberanía de la Nación. Corresponde al MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE coordinar el Sistema Nacional Ambiental -SINA- que en esta ley se organiza, para asegurar la adopción y ejecución de las políticas y de los planes, programas y proyectos respectivos, en orden a garantizar el cumplimiento de los deberes y derechos del Estado y de los particulares en relación con el medio ambiente y con el patrimonio natural de la Nación.

AGROECOLOGY



La economía colombiana se basa, fundamentalmente, en la producción de bienes primarios para la exportación, y en la producción de bienes de consumo para el mercado interno.

La moneda oficial de Colombia es el PESO, el cual se divide en 100 centavos. Colombia se posiciona como la cuarta economía más grande de América Latina, luego de Brasil, México y Argentina y en la clasificación internacional, se encuentra dentro de las 31 mayores del mundo.

Hace parte de los CIVETS (Colombia, Indonesia, Vietnam, Egipto, Turquía y Suráfrica), que lo conforman economías emergentes con alto potencial de desarrollo.

En 2012 entró en vigencia el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos. El acuerdo se suma a los ya 10 tratados vigentes, y a otros seis que se encuentran en negociación.

Colombia hace parte de organizaciones internacionales como Naciones Unidas, el Fondo Monetario Internacional, el Grupo Banco Mundial, el BID (Banco Interamericano de Desarrollo), Unasur, la OMC (Organización Mundial de Comercio), Mercosur, entre otras.

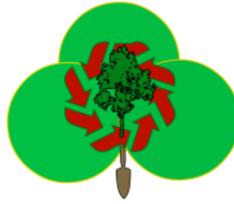
Económicamente colombiana tributarias, salario mínimo e incrementos de precios y tarifas en algunos bienes y servicios.

¹¹El Ministerio de Desarrollo Económico se ha comprometido con la elaboración de estrategias que permitan asignar los recursos con mayor eficacia y aprovechar al máximo las oportunidades que ofrecen las economía de mercado y los cambios en el entorno económico, busca estimular al sector privado fomentando esencialmente la inversión privada en actividades empresariales, mediante la minimización de obstáculos institucionales que dificulten la creación de empresas y su posterior incursión en los mercados.

El fundamento de una política de promoción del espíritu empresarial debe ser el desarrollo de emprendimiento de cierta actitud ventajista y facilista que ha impregnado a nuestra sociedad. A partir de destacar los valores del ser empresario, debe generarse una conciencia colectiva acerca de que una importante alternativa realmente viable para muchos colombianos es convertirse en dueños de su propia empresa.

¹¹ <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-701916>

AGROECOLOGY



Una política de promoción del espíritu empresarial debe estar orientada a inculcar los valores del trabajo, la independencia, la superación y la solidaridad entre los colombianos, a convertir al empresario exitoso en un ejemplo que conviene imitar y a destacar el papel que juega el empresario en la construcción de una sociedad más justa y democrática..

Valores empresariales como la ética del trabajo, el sacrificio, la responsabilidad y el compromiso social de las empresas deben ser inculcados. Así mismo, debe incentivarse el desarrollo de la creatividad e iniciativa personales, la actitud positiva hacia asumir riesgos calculados y el liderazgo, cualidades estas tan necesarias en un ejercicio empresarial exitoso.

¹²Las mipymes representan el 96,4 por ciento de los establecimientos empresariales de Colombia, generan el 80,8 por ciento del empleo del país, y tienen presencia en los diferentes sectores productivos.

1.6 La Tecnología y el negocio.

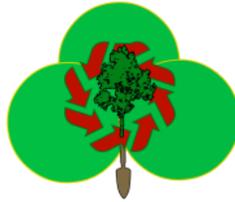
La innovación y el desarrollo tecnológico han llegado a las formas de producción de árboles.¹³ Desde el año 2003, cuando el Ministerio de Agricultura impulsó el proyecto de Biofábricas Forestales, para mejorar la calidad física y genética de los viveros y suministrar material vegetal de alta calidad a las cadenas forestales; se ha sentido una dinámica moderna en el manejo de viveros.

El primero de los proyectos que mencionaremos fue posible gracias al impulso originado por la adopción de tecnología Checa -apoyada por el gobierno de Checoslovaquia en el año 2003 – aplicada en el vivero 3F de kanguroid Ltda (departamento de Córdoba) y consistió en una producción automatizada que generó el primer vivero realmente automatizado en Colombia, con llenado de recipientes y trasplante de forma mecanizada, a manera de una línea de producción.

¹² <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/mipymes-economia-colombiana-435184>

¹³ <http://elsemillero.net/plantines-y-retenedores-de-agua-nuevas-tecnologias-en-la-produccion-y-manejo-de-arboles/>

AGROECOLOGY



Este trabajo consistió específicamente en impulsar viveros entendidos como un centro con logística e infraestructura moderna, destinado a la producción masiva de material vegetal forestal de alta calidad física, sanitaria y con el desarrollo genético más alto alcanzado para cada especie, aplicando sistemas de tecnología de avanzada, a costos razonables, bajo los parámetros legales jurídicos y ambientales vigentes, siendo generador de nuevas tecnologías de producción.

El proyecto funcionó durante dos años y sentó las bases técnicas e innovaciones tecnológicas de punta dando como resultados la modernización de tres bio fábricas en Córdoba, Santander y Bolívar.

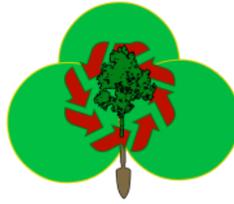
En este mismo sentido aparece también Smurfit Cartón de Colombia, que, paralelo a los trabajos anteriormente mencionados modernizó sus tecnologías de producción con énfasis en la propagación clonal, logrando buenos resultados hasta el punto que recientemente han impulsado el manejo de Jardines Hidropónicos, optimizado significativamente sus áreas y escala de producción(1).

Otro de los proyectos, dentro del programa de Biofábricas, fue el de Monterrey Forestal, empresa reforestadora ubicada en Zambrano (departamento de Bolívar) que también impulsó la propagación clonal con mini estacas de *Gmelina arborea* bajo condiciones de invernadero. Esta experiencia generó como aportes, un notable mejoramiento en la infraestructura, la capacidad de producción y el conocimiento en el manejo de viveros.

Finalmente, en el interés por lograr un mejor desarrollo tecnológico en el manejo de viveros, se conformaron las empresas pertenecientes a la Cooperativa Colombiana de Mejoramiento Genético Forestal, COMFORE que desarrollaron -y esta es la novedad-, una nueva forma de producción y comercialización de árboles de calidad, denominada *Plantines*, los cuales se obtienen a partir de semillas o con propagación clonal. Se trata de una tecnología simple (al punto que no se entiende la razón de no haber sido desarrollada con anterioridad), que fue tomada y adaptada del modelo de producción del sector de hortalizas -desarrollado a finales de la década de los 90-, y con el cual se ofrece a los productores no la semilla, sino las plántulas germinadas.

Aquí se parte del proceso de producción tradicional, trasplantando dentro del mismo vivero las plántulas -una vez estas alcanzan el tamaño ideal-, ya no directamente a bolsas u otro empaque, como se realiza usualmente, sino a recipientes especiales con un sustrato diseñado para proteger la raíz y a través del cual también se favorece el transporte.

AGROECOLOGY



Las plántulas pueden “viajar” muchos kilómetros y durante varios días sin que sufran deterioros y lo mejor, con un costo de transporte que resulta poco significativo dado que en un empaque o recipiente pequeño pueden acomodarse, varios miles de plantines (incluso resulta económico el envío por avión).

Con estas condiciones, el sistema ha representado una verdadera revolución gracias a la facilidad que significa para el usuario recibir el material vivo y crecido, olvidándose del manejo de la semilla. De hecho, ya se ha iniciado la producción en Costa Rica y está en proceso de implementación en Ecuador, mientras que en Colombia se ha desarrollado aceleradamente el proceso.

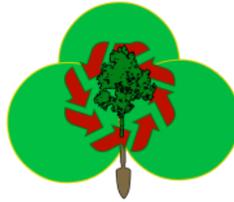
1.7 Aspectos Sociales de Negocio

La deforestación es una de las principales fuentes de gases de efecto invernadero en Colombia.¹⁴ De ahí la importancia de detener la tala y generar programas de reforestación. El gobierno colombiano se comprometió durante la pasada Cumbre de Cambio Climático en Lima, Perú, a reducir la tasa neta de deforestación del país a cero para 2020. Si el país cumple con esas metas, durante los próximos cuatro años podría recibir US\$65 millones por parte de Noruega y Alemania para continuar con la tarea.

¹⁵El Decreto Ley 2811 de 1.974 Código Nacional de los Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente, establece en su Artículo Primero. - "El ambiente es patrimonio común. El Estado y los particulares deben participar en su preservación y manejo, que son de utilidad pública e interés social. La preservación y manejo de los recursos naturales renovables también son de utilidad pública e interés social." La Constitución Nacional de Colombia señala en

¹⁴<http://www.elespectador.com/noticias/medio-ambiente/correr-sembrar-arboles-colombia-articulo-540705>

AGROECOLOGY



su Artículo 80. - El Estado planificar el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar el desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución.

Además, deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados. Por último, la Ley 99 de 1.993 por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente y se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, establece en su artículo 111.- Adquisición de las áreas de interés público las áreas de importancia estratégica para la conservación de los recursos hídricos que surten de agua los acueductos municipales y distritales. Los departamentos y municipios dedicarán durante quince años un porcentaje no inferior al 1% de sus ingresos, de tal forma que antes de concluido tal periodo, haya adquirido dichas zonas.

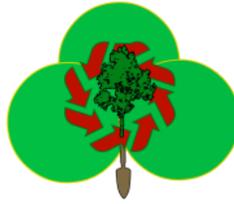
2. Mercado.

2.1 Estudio y Cifras generales del sector de la economía y actividad del negocio.

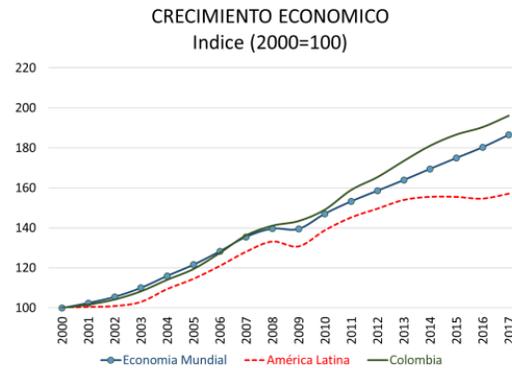
Solidez de la economía colombiana: En el plano internacional, como lo anotamos anteriormente, el año 2016 podría clasificarse como un año de alta incertidumbre económica y política, fuerte volatilidad de los mercados y desaceleración económica. En efecto, el crecimiento mundial se ha venido desacelerando de tasas de 5.4% en 2010 y 4.2% en 2011, a niveles que superan ligeramente el 3% en los últimos dos años.

Esta tendencia también se presenta en América Latina, donde, sin embargo, los cambios son de mayor magnitud. Mientras a principios de la década, la región crecía a tasas de 6.2% (2010) y 4.5% (2011), en los años recientes encontramos contracciones del PIB para los años 2015 y 2016: -0.5% y -1.1%, respectivamente, de acuerdo con estimaciones de la CEPAL. · En este contexto de desaceleración, las cifras colombianas son exitosas. A pesar de las dificultades que atravesó el país en el 2016, Colombia terminará el año con una tasa de crecimiento que bordea el 2%. · Incluso en una perspectiva más amplia la trayectoria de crecimiento de la economía colombiana supera la de la economía mundial y la de América Latina como puede observarse en el siguiente gráfico que ilustra los crecimientos de estas 3 regiones en los últimos 15 años.

AGROECOLOGY



cu
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior



A pesar de un leve retroceso frente a años anteriores, las cifras económicas ilustran esta afirmación si consideramos una perspectiva amplia. El PIB colombiano es de US\$ 270,000, con un PIB per cápita superior a US\$5.500, una inversión que se acerca al 30% del PIB y unos indicadores sociales con importantes avances. Hoy, tenemos una tasa de desempleo de un dígito, cuando hace pocos años persistentemente hablamos de niveles del 20%; un índice de pobreza que se redujo del 55% a menos del 30%; contamos con una cobertura casi universal en salud, y, en educación estamos mejorando en las pruebas PISA.¹⁶

¹⁶ <http://www.andi.com.co/SitEco/Documents/ANDI-Balance%202016-Perspectivas%202017.pdf>



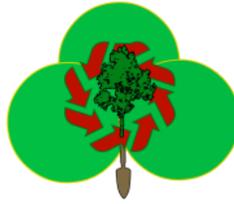
COLOMBIA: INDICADORES					
	2000	2010	2013	2015	2016
PIB					
PIB (US\$ Millones)	99.899	287.121	380.169	291.592	272.010
Crecimiento Económico	2,9	4,0	4,9	3,1	2,0
PIB per cápita (US\$)	2.518	6.309	8.068	6.049	5.583
Comercio Exterior					
Exportaciones (US\$ Millones)	13.158	39.713	58.824	35.691	28.940
Industriales (US\$ Millones)	7.073	18.323	21.724	15.923	15.121
Importaciones (US\$ Millones)	11.757	40.486	59.381	54.058	43.435
Reservas Internacionales	9.004	28.452	43.633	46.731	46.742
Meses de Importaciones	9,2	8,4	8,8	10,4	12,9
Inversión					
Inversión (% del PIB)	14,5	24,5	27,8	29,6	27,8
IED (US\$ Millones)	2.436	6.430	16.211	11.732	12.545
IED (% del PIB)	2,4	2,2	4,3	4,0	4,6
Deuda (% del PIB)					
Deuda Externa Total (% del PIB)	36,2	22,5	24,2	38,1	41,0
Deuda Pública GNC (% del PIB)	35,0	37,2	35,1	42,6	46,7
Entorno Macroeconómico					
Inflación	8,8	3,2	1,9	6,8	6,0
Interés de captación (promedio)	12,1	3,7	4,2	4,6	6,8
Mercado Laboral					
Tasa de Desempleo (promedio año)	15,0	11,1	8,4	8,6	9,4
Tasa de Desempleo (fin período)	13,8	11,8	9,6	8,9	8,3
Indicadores Sociales					
Tasa de pobreza	55,0	37,2	30,6	27,8	
Índice de Gini	0,570	0,560	0,539	0,522	

El sector agropecuario de Colombia ha vivido entre grandes oportunidades, principalmente generadas por los recursos naturales y ventajas comparativas con las que cuenta nuestro país, ventajas que aún no se han aprovechado

En 2016 el sector Agricultura, ¹⁷ganadería, caza, silvicultura y pesca creció 0,5 %. Se destaca el crecimiento de 2,6 % presentado en el cuarto trimestre del año, que está influenciado por la

¹⁷ <https://www.elheraldo.co/economia/crecimiento-economico-de-colombia-fue-2-en-2016-dane-330971>

AGROECOLOGY



cu
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

producción de café pergamino (5,4 %), arroz (42,7 %), hortalizas frescas (11,7 %) y otras frutas (4,0 %).

(NIETO, 23 DE MARZO DE 2017) *En febrero pasado se publicaron las cifras definitivas del comportamiento de la economía en el 2016, lo que hace propicio el momento para reflexionar, sin pretender de ser exhaustivo, sobre que pasó con el sector agropecuario en el año inmediatamente anterior, y pensar acerca de qué puede suceder en el inmediato futuro.*

Durante el año pasado la agricultura colombiana tuvo un comportamiento que no permite considerarla como una “locomotora” que decididamente haya contribuido al desarrollo nacional. Es más, el programa Colombia Siembra parece que hasta ahora no ha dado frutos.

El crecimiento agropecuario durante el año fue inferior al de la economía (primer trimestre: -3,1% vs 0,2%; segundo trimestre: 0,1% vs 0,2%; tercer trimestre: -0,2% vs 0,3 %; cuarto trimestre: 2,6% vs 1,0%)

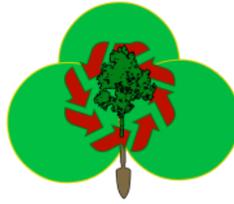
Para el año corrido, la economía nacional creció 2,0% mientras el sector agropecuario, en su conjunto, lo hizo tan solo el 0,5%. Aquí es importante resaltar que no hubo un crecimiento negativo gracias a los cultivos transitorios que crecieron 1,4% mientras los permanentes lo hicieron al 0,5%

Es de resaltar que entre los cultivos transitorios, los cereales crecieron 17,6% donde sobresale el arroz con un incremento en producción de 27%, lo que se debió a la desaparición del contrabando procedente de Ecuador y al precio del dólar que están haciendo costosas las importaciones provenientes de los Estados Unidos.

Por otra parte, el maíz amarillo tecnificado creció 7,5%, mientras el blanco tecnificado lo hizo en 5,1%.

Los cultivos permanentes, que en años anteriores jalonaron la agricultura, no lo hicieron en 2016, empezando por el café que decreció 0,3%, frutas -3,8%, oleaginosas -6,8% y caña

AGROECOLOGY



-4,0%. Sin embargo, las flores y las plantas vivas crecieron 5,7% aprovechando así el buen precio del dólar.

En la actividad pecuaria la producción creció 0,9%. El ganado bovino decreció 5,4% debido principalmente a la etapa de retención de vientres como resultado de mejores precios. Por su parte, la producción de leche decreció 3,5% debido principalmente a factores climáticos.

El importante crecimiento de la producción de aves de 3,8%, de huevos 6,6% y de ganado porcino 10,4%, este último gracias al aumento en consumo por precio y la importante promoción, se dio a pesar de la disminución en las importaciones de maíz, lo que significa un incremento de la participación de la producción nacional de maíz en la alimentación animal.

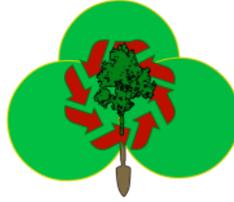
Las exportaciones agropecuarias pasaron de U\$S 2.415 millones en 2015 a U\$S 2.565 millones en 2016, lo que significó un incremento de 6,2%.

Es importante resaltar que la participación del sector agropecuario en las exportaciones pasó de 6,8% a 8,3% lo que significa una mayor participación del sector como consecuencia de la caída de las exportaciones minero-energéticas.

Las importaciones agropecuarias, por otra parte, tuvieron una tendencia decreciente, debido en gran parte al precio del dólar, al pasar de U\$S 2.330 millones en 2015 a U\$S2.257 millones en 2016, lo que significó una disminución de 3,1%.

En este rubro, es importante resaltar que las importaciones de maíz duro (amarillo y blanco), procedentes de Estados Unidos, pasaron de 4,9 millones de toneladas a 4,2 millones lo que significó una disminución de 14%. El maíz continuó siendo el producto más importante en materia de importaciones agropecuarias, al participar con el 36% del valor total de estas.

AGROECOLOGY



En términos generales, durante 2017 el desarrollo agrícola colombiano dependerá en gran medida del precio del dólar; que de continuar así debe estimular los exportables como café, frutas, flores, palma, etc., a su vez debe estimular la sustitución de importaciones como maíz y posiblemente arroz, ya que el país se encuentra abastecido de estos dos productos.

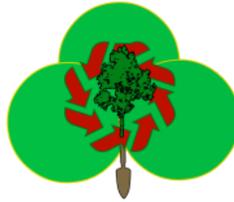
En la parte pecuaria, la producción porcina trae una dinámica que seguramente continuará en 2017.

Para el caso de la actividad bovina, es poco el tiempo que ha transcurrido de retención, por tanto, los precios, aparentemente, continuarán en los niveles con que se cerró el 2016 y la retención continuará

El otro factor que definirá que pasa con el sector agropecuario en 2017 es que medidas tomará el gobierno para cumplir con los pactos de La Habana. Hasta el momento, el ambiente es de incertidumbre, que de seguir así puede afectar el desarrollo agrario.

2.2 Estudio de competidores Directos e Indirectos.

AGROECOLOGY



Competidores Indirectos:

Principalmente competidores en la zona donde se ubicará el vivero no existen ya que en la zona rural del municipio de Suesca no se encontró alguna de vivero se evidencio la participación en la producción de ¹⁸Flores Se referencia 5.407 hectáreas en 28 municipios de la Sabana de Bogotá y Cundinamarca, donde se encuentran las Fincas Productoras de Flores. Los resultados se presentan por municipio

Municipio	Area (ha)	%
Bogotá	249	4,6
Bojacá	128	2,4
Cajicá	162	3,0
Chía	217	4,0
Chocontá	3	0,1
Cogua	63	1,2
Cota	139	2,6
El Rosal	651	12,0
Facatativá	490	9,1
Funza	349	6,5
Gachancipá	118	2,2
Guasca	112	2,1
La Calera	10	0,2
Madrid	1.037	19,2
Mosquera	96	1,8
Nemocón	172	3,2
Sesquilé	59	1,1
Sibaté	54	1,0
Simijaca	13	0,2
Soacha	106	2,0
Sopó	171	3,2
Subachoque	34	0,6
Suesca	194	3,6
Tabio	67	1,2
Tenjo	208	3,9
Tocancipá	404	7,5
Villa de san diego de Ubaté	21	0,4
Zipaquirá	76	1,4
Total	5.407	100

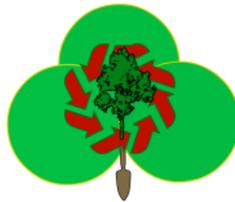
Fuente: Instituto Colombiano Agropecuario-ICA-2008.

¹⁹En una Finca Productora de Flores -FPF-, puede existir más de un lote en flores y diferente forma de establecimiento (bajo cubierta o invernadero y a cielo abierto o libre exposición). En la 525 FPF,

¹⁸ https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/flores/Informe_resultados_2009.pdf

¹⁹ https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/flores/Informe_resultados_2009.pdf

AGROECOLOGY



se encontraron 796 lotes establecidos donde, 742 lotes están bajo invernadero y 54 lotes a libre exposición.

Competidores Directos

Los competidores directos no se encuentran directamente en el municipio pero si encontramos tres con un posicionamiento ubicados en el departamento de Cundinamarca cerca a la zona donde Treeagroecology SAS trabajara estos.

1. Agrícola Circasia S.A.S

Vivero ubicado en la Autop Norte Km 18 Costado Occidente Vda Fusca Fca Cuernavaca Chía dedicada a Floricultura, Industria Química Minerales Básicos, Plantas y Viveros, Productos Agropecuarios, Productos Para Agroindustria.

2. Ofc S.a.s.

Ubicado Av Pradilla 9-00 e Of 304 Chía dedicado a Floricultura, Plantas y Viveros

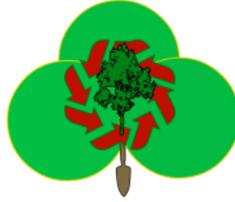
3. ²⁰ El Vivero Ecológico Y Pedagógico “Sembremos El Verde Es Vida”

El vivero ecológico y pedagógico “Sembremos el Verde es Vida” está ubicado en la Autopista Norte – Kilómetro 69 del municipio de Villapinzón La unidad productiva consiste en la creación de un vivero ecológico y pedagógico, para producir, comercializar y generar una cultura de conservación de los recursos naturales, a partir de la siembra de semilla certificada de árboles nativos

2.3 Segmentación geográfica del grupo objetivo

²⁰ <http://jre-cundinamarca.blogspot.com.co/2010/11/el-vivero-ecologico-y-pedagogico.html>

AGROECOLOGY



La segmentación de mercado de la idea de negocio se realizará en el departamento de Cundinamarca, municipio de Suesca, en la zona rural de la vereda de Hato Grande. El proyecto se enfocó en iniciar la comercialización de árboles nativos y brindar un servicio de asesoría a los habitantes de la vereda Hato Grande con base en las necesidades y requerimientos del cliente. Los propietarios se dedican a la actividad agrícola en pequeña escala productos como la papa, la cebada, y la arveja. Las familias en general, mantienen una pequeña huerta familiar para el autoconsumo.

TAM: Mercado total o direccional: Para esto se tendrá en cuenta la facturación que tenga nuestra empresa y Grande, la localización estará cerca a los habitantes de la vereda, permitiendo ofrecer nuestro producto y la asesoría para identificar las necesidades de los futuros clientes y satisfacerlas.

SAM: Mercado nuestro mercado, logrando un crecimiento gradualmente. Nuestra empresa iniciará en la vereda Hato que podemos servir: Nuestra empresa realizara verificación por medio de investigación del mercado para identificar las necesidades de toda la vereda Hato Grande, por la ubicación y cercanía del vivero lograra una cobertura y atención inmediata

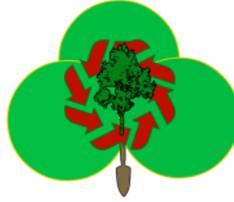
SOM: Mercado que podemos conseguir: Nuestro proyecto se enfocara en Lograr cubrir la vereda Hato Grande y sus alrededores, ubicada en el municipio de Suesca Cundinamarca, logrando tener cobertura en toda la vereda, esto nos permitirá tener fácil acceso y agilidad para llegar a los clientes, logrando ser eficientes y eficaces en nuestra asesoría para identificar las necesidades que presentan y definir que árboles nativos adquirir.

Nuestro proyecto de producción y comercialización de árboles nativos se enfocó en el municipio de Suesca vereda Hato Grande - Cundinamarca-Colombia.

²¹**SUESCA:** es un municipio de Cundinamarca (Colombia), ubicado en la provincia de Almeidas, a 59 km al noreste de Bogotá. La altitud media del municipio es de 2584 m s. n. m., y el clima es templado, con una temperatura media anual de 14.3 °C.⁴

²¹ <http://suesca-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/63323663326463373262623464343661/diagnostico-.pdf>

AGROECOLOGY



Identificación del municipio:

País: Colombia

Departamento: Cundinamarca

Nombre del municipio: SUESCA

NIT: 899999430-3

Código Dane: 25772

Gentilicio: Suescano



Dimensión Físico-Biótica

CLIMA El clima de Suesca en su totalidad es frío y generalmente seco, acorde a su relieve y altitud media de 2665 msnm., tornándose en sus alturas más notables en un clima de páramo. Actualmente se cuenta con información de la estación meteorológica especial del IDEAM ubicada en Cacicazgo (Loretoki HDA 21206010), de la cual se tomaron los datos de temperatura y precipitación; para los datos de evaporación, radiación solar, velocidad media del viento, brillo solar y humedad relativa se hace necesario utilizar datos de estaciones que que se encuentran cerca del municipio, como es el caso de la estación Checua en Nemocón.

Hato Grande: cuenta con Inspección de Policía, a la cual le corresponde atender las veredas de Arrayanes, Peña Negra y Agua Clara. Tiene servicios de electricidad, acueducto y puesto de salud. Allí se encuentra la Institución Educativa Departamental San Juan Bosco. **Ovejeras:** Limita con la

AGROECOLOGY



Laguna de Suesca. Cuenta con puesto de salud, y se destaca por su explotación de arena y cascajo. Allí se encuentran los nacederos Los Cajones, Mana y el Cerezo. Cuenta con escuela primaria que pertenece a la Institucion Educativa Departamental San Juan Bosco. Cuenta con cancha multiple y cancha de futbol. Por alli atraviesa la lines ferrea. Se dice que los Dominicanos tuvieron monasterio en esta vereda y en Palmira.

Segmentación Étnica

La participación de la comunidad en las Escuelas de formación artística presenta incremento en el número de beneficiados, dentro de los diferentes programas ofrecidos, la escuela de formación en danzas es la que mayor acogida del público posee con un 41% de participación, seguido de la Escuela de formación musical que encierra las actividades de Banda Marcial, Sinfónica y orquesta con un 29% de participación.

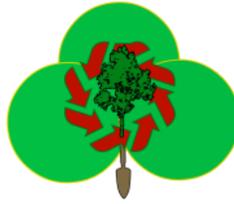
Entre las afinidades religiosas que comparten los habitantes del municipio encontramos que los domingos los habitantes llegan de diferentes veredas para participar en la misa, celebran el día de la virgen del Carmen. Aprovechan estos espacios para reunirse y compartir con sus familias, amigos que llegan de otras veredas.

Segmentación Por el Ciclo de Vida

Índice demográfico de dependencia: Esta relación es una medida indirecta del número de personas dependientes económicamente por cada cien personas económicamente activas, para el 2005 era 76 por cada 100 personas económicamente activas, este ha descendido a 66 por cada 100 en el 2013 y se espera para el 2020 a 62 por cada 100 este cambio puede estar relacionado con la disminución sutil de los nacimientos.

Índice dependencia infantil: Expresa el número de personas inactivas que deberían ser solventadas económicamente por las personas activas. En el año 2005 de cada 100 personas entre 15 a 64 años, habían 65 personas menores de 15 años que dependían de estas, esta proporción ha ido

AGROECOLOGY



disminuyendo y para el 2013 se encontraba en 57 por cada 100 personas económicamente activas y para el 2020 se espera que sean 56 por cada 100 personas.

Índice de dependencia de mayores: al igual que el índice de dependencia infantil el índice de dependencia de mayores mide cuantas personas mayores de 65 dependen de la población económicamente activa, este indicador ha ido disminuyendo con el tiempo ya que para el 2005 era del 10 por cada 100 personas activas, para el 2013 es de 8 y para el 2020 se espera que continúe igual de 8 personas por cada 100 económicamente activas, también muestra que la población adulta mayor no va a aumentar según las proyecciones realizadas por el DANE.

Índice de friz: el índice de friz es la relación entre población en el grupo 0 a 19 años en relación a la de 30 a 49 años, el indicador se encuentra en los tres años por encima de 160 definiendo que la población de Suesca es joven y continuara siendo considerada joven en los próximos años, es decir que el periodo de transición demográfica que vive el país todavía no se percibe en el municipio.

²²Segmentación Psicográfica

La principal característica es la fuente de ingresos de los habitantes de Suesca, la cual se encuentra basada en la agricultura, la ganadería. Por otra parte, se acostumbra ir a la plaza de mercado del municipio para hacer compras de los productos que llevan los agricultores de las veredas.

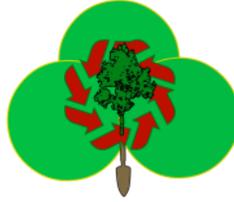
Durante nuestra visita la amabilidad y hospitalidad de los habitantes fue muy eficiente, en cuanto a la colaboración para responder las encuestas se notaba el interés y ven que este producto contribuye a satisfacer sus necesidades.

Segmentación por Beneficios.

Necesidades a Satisfacer con nuestros productos.

²² <http://suesca-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/63323663326463373262623464343661/diagnostico-.pdf>

AGROECOLOGY



Los habitantes del municipio de Suesca entre necesidades que presentan esta la insuficiencia de la humedad del suelo, derivada del desarrollo de la ganadería y sobreexplotación agrícola, en la que los cultivos no son rotativos y no permiten el descanso y recuperación efectiva de los suelos. Por medio de nuestro producto queremos ofrecer asesoría para identificar cual de tipo de aboles que ofrecemos los beneficia.

Beneficios.

La comercialización de los árboles nativos, ofrece beneficios que incentivara a las personas a la propagación de diferentes métodos de implementación en cualquier finca, prados, fuentes hídricas etc. Entre los beneficios que brindan los diferentes tipos de árboles nativos encontramos:

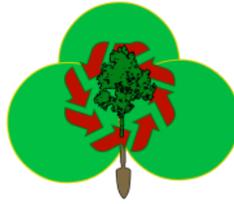
- Propiedades medicinales
- Para la construcción de cercas vivas
- Cultivos multiestratos,
- Abonos verde
- Alimentación para los animales
- Protección de nacimientos y corrientes de agua
- Madera duradera sumergida en agua, y se utiliza en la fabricación de muebles
- Se utiliza como combustible

AGROECOLOGY



cu
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

SEGMENTACION DE MERCADO B2C																																
TREEAGROECOLOGY																																
VARIABLES DE SEGMENTACION B2C	DESCRIPCION B2C	TAM	SAM	SOM																												
SEGMENTACION GEOGRAFICA	<p>País Colombia, Dpta. Cundinamarca, Municipio de Suesca es de 17.318 habitantes de los cuales 8.567 (49%) habitantes pertenecen a la zona urbana y 8.751 (51%) habitantes a la zona rural. La Vda. De Hato Grande.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>ZONA</th> <th>TOTAL</th> <th>PORCENTAJE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>URBANA</td> <td>8.567</td> <td>49%</td> </tr> <tr> <td>RURAL</td> <td>8.751</td> <td>51%</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>17.318</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Tabla 72. Distribución de la Población Año 2015 Fuente: Proyecciones de Población Municipal 2005-2020 DANE</p> <p>DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN SEGÚN SU UBICACIÓN</p> <p>Gráfico 8. Distribución de la Población Por Área Año 2015</p>	ZONA	TOTAL	PORCENTAJE	URBANA	8.567	49%	RURAL	8.751	51%	TOTAL	17.318	100%	vereda de Hato Grande	Municipio de sus esca y sus alrededores	Region de Andina																
ZONA	TOTAL	PORCENTAJE																														
URBANA	8.567	49%																														
RURAL	8.751	51%																														
TOTAL	17.318	100%																														
SEGMENTACION POR EDAD	<p>La idea de negocio se enfoca entre las edades de 45 hasta 60 años</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Rangos de edad</th> <th>45-59</th> <th>>60</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Total por edad</td> <td>2144</td> <td>1291</td> </tr> <tr> <td>Porcentaje</td> <td>12,38</td> <td>7,45</td> </tr> </tbody> </table>	Rangos de edad	45-59	>60	Total por edad	2144	1291	Porcentaje	12,38	7,45	El rango de edad se establece de acuerdo a poder de adquisición de bienes.																					
Rangos de edad	45-59	>60																														
Total por edad	2144	1291																														
Porcentaje	12,38	7,45																														
SEGMENTACION POR GENERO	<p>Del total de la población municipal para el año 2015, 8543 que corresponde al 49.3% son Hombres y 8775 que corresponde al 50,7% son mujeres, lo cual muestra que la diferencia entre hombres y mujeres es solo del 1.5 más para mujeres</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>SEXO</th> <th>PORCENTAJE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>MASCULIN</td> <td>49.3%</td> </tr> <tr> <td>FEMENINO</td> <td>50.7%</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Tabla 73. Proyección Población Fuente: DANE</p> <p>POBLACION POR SEXO</p> <p>Gráfico 9. Estimación de la Población Según Sexo Fuente DANE</p>	SEXO	PORCENTAJE	MASCULIN	49.3%	FEMENINO	50.7%	TOTAL	100%	Teniendo en cuenta la cultura de la comunidad de evalua que aun se conserva indices de mayor autoridad es el PATRIARCADO, por lo anterior se determina de el genero maculino.																						
SEXO	PORCENTAJE																															
MASCULIN	49.3%																															
FEMENINO	50.7%																															
TOTAL	100%																															
SEGMENTACION POR INGRESOS	<p>Las actividades económicas desarrolladas en el municipio son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Actividades agropecuarias como cultivos permanentes de flores y productos transitorios como papa, arveja, trigo y cebada. ✓ Exportación de carbón en pequeñas cantidades. ✓ Actividades eco turísticas, escalada en roca, restaurantes y hoteles. ✓ La ganadería, industria de lácteos, Las artesanías, el comercio y la construcción. ✓ Industria, producción de cemento, ladrillo. <table border="1"> <thead> <tr> <th>ACTIVIDAD</th> <th>CANTIDAD ESTABLECIMIENTOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Demás actividades comerciales</td> <td>83</td> </tr> <tr> <td>Actividad de servicios</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Consultoría profesional, servicios prestados por contratistas de construcción</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>Casas de empeño, serv. de vigilancia, agencias de distribución y venta de formularios de apuestas permanentes</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Clubes sociales, canchas de tejo, peluquerías, salas de belleza, floristerías</td> <td>24</td> </tr> <tr> <td>Servicio de bar, grill, discotecas y similares, servicio de hotel, motel, hospedaje, estaderos, amoblados y similares</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>Restaurantes con venta de platos a la carta, cigarrerías, rancho y licores</td> <td>14</td> </tr> <tr> <td>Cafeterías, panaderías, fruterías, golosinas y similares, restaurantes sin venta de platos a la carta</td> <td>51</td> </tr> <tr> <td>Funerarias y casas de velación</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Demás actividades de servicio</td> <td>73</td> </tr> <tr> <td>Bancos, corporaciones, compañías de seguros, reaseguradoras, compañías de financiamiento comercial, almacenes de depósito, sociedades de capitalización.</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Otras actividades no clasificadas</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Ocasionales</td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table> <p>Tabla 76. Reporte Establecimientos Comerciales Fuente: reporte Industria y Comercio</p>	ACTIVIDAD	CANTIDAD ESTABLECIMIENTOS	Demás actividades comerciales	83	Actividad de servicios	10	Consultoría profesional, servicios prestados por contratistas de construcción	12	Casas de empeño, serv. de vigilancia, agencias de distribución y venta de formularios de apuestas permanentes	5	Clubes sociales, canchas de tejo, peluquerías, salas de belleza, floristerías	24	Servicio de bar, grill, discotecas y similares, servicio de hotel, motel, hospedaje, estaderos, amoblados y similares	15	Restaurantes con venta de platos a la carta, cigarrerías, rancho y licores	14	Cafeterías, panaderías, fruterías, golosinas y similares, restaurantes sin venta de platos a la carta	51	Funerarias y casas de velación	3	Demás actividades de servicio	73	Bancos, corporaciones, compañías de seguros, reaseguradoras, compañías de financiamiento comercial, almacenes de depósito, sociedades de capitalización.	4	Otras actividades no clasificadas	3	Ocasionales	4	<p>Producción Pecuaria:</p> <p>En dos subsectores avicultura y ganadería de leche, la ampliación de la producción, por los crecimientos en los precios reales, permitieron un mejoramiento de los ingresos reales de los productores.</p> <p>Producción Agrícola:</p> <p>La papa constituye el primer cultivo transitorio del entorno municipal y departamental guardando un alto grado de estabilidad con un promedio de 16.000 Kg/Ha en cuanto a su rendimiento. El área de siembra y de cosecha se ha incrementado y se mantiene estable en los últimos semestres 1000 Ha. Por otra parte también se cultiva la cebada y cultivos de flores.</p>		
ACTIVIDAD	CANTIDAD ESTABLECIMIENTOS																															
Demás actividades comerciales	83																															
Actividad de servicios	10																															
Consultoría profesional, servicios prestados por contratistas de construcción	12																															
Casas de empeño, serv. de vigilancia, agencias de distribución y venta de formularios de apuestas permanentes	5																															
Clubes sociales, canchas de tejo, peluquerías, salas de belleza, floristerías	24																															
Servicio de bar, grill, discotecas y similares, servicio de hotel, motel, hospedaje, estaderos, amoblados y similares	15																															
Restaurantes con venta de platos a la carta, cigarrerías, rancho y licores	14																															
Cafeterías, panaderías, fruterías, golosinas y similares, restaurantes sin venta de platos a la carta	51																															
Funerarias y casas de velación	3																															
Demás actividades de servicio	73																															
Bancos, corporaciones, compañías de seguros, reaseguradoras, compañías de financiamiento comercial, almacenes de depósito, sociedades de capitalización.	4																															
Otras actividades no clasificadas	3																															
Ocasionales	4																															
SEGMENTACION ETNICA	<p>La participación de la comunidad en las Escuelas de formación artística presenta incremento en el número de beneficiados, dentro de los diferentes programas ofrecidos, la escuela de formación en danzas es la que mayor acogida del público posee con un 41% de participación, seguido de la Escuela de formación musical que encierra las actividades de Banda Marcial, Sinfónica y orquesta con un 29% de participación.</p>	Entre las afinidades religiosas que comparten los habitantes del municipio encontramos que los domingos los habitantes llegan de diferentes veredas para participar en la misa, celebran el día de la virgen del Carmen. Aprovechan estos espacios para reunirse y compartir con sus familias, amigos que llegan de otras veredas																														



2.4. Economía e Ingreso del grupo Objetivo

La mayor parte de la población de Suesca trabaja en el cultivo de flores y otras labores del campo. Una cementera es la única empresa grande en el municipio, pero dada su cercanía al casco urbano, ha representado un grave problema para el ambiente de la población.

La mayoría de sus habitantes tienen establecimientos comerciales propios dejando buenas utilidades, también encontramos agricultores propietarios de fincas venden al por mayor lo cual es una buena fuente de ingreso superior a un salario mínimo.

Los habitantes de las veredas del municipio se dedican a actividades como: la agricultura, la ganadería, la minería, oficios varios entre otras, generándoles un ingreso cerca a un salario mínimo o igual a un salario mínimo.

Las actividades económicas desarrolladas en el municipio son:

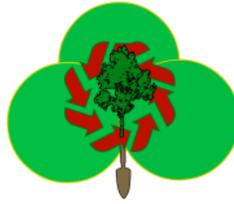
1. Actividades agropecuarias como cultivos permanentes de flores y productos transitorios como papa, arveja, trigo y cebada.
2. Exportación de carbón en pequeñas cantidades.
3. Actividades eco turísticas, escalada en roca, restaurantes y hoteles.
4. La ganadería, industria de lácteos, Las artesanías, el comercio y la construcción.
5. Industria, producción de cemento, ladrillo.

²³Producción Pecuaria:

En dos subsectores avicultura y ganadería de leche, la ampliación de la producción, por los crecimientos en los precios reales, permitieron un mejoramiento de los ingresos reales de los productores.

²³ <http://suesca-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/63323663326463373262623464343661/diagnostico-.pdf>

AGROECOLOGY



Producción Agrícola:

La papa constituye el primer cultivo transitorio del entorno municipal y departamental guardando un alto grado de estabilidad con un promedio de 16.000 Kg/Ha en cuanto a su rendimiento. El área de siembra y de cosecha se ha incrementado y se mantiene estable en los últimos semestres 1000 Ha. Por otra parte también se cultiva la cebada y cultivos de flores.

2.5. Psicografía De Grupo Objetivo

las tradiciones del municipio en cuanto las actividades tales con la agricultura, minería, danzas y gastronomía que han ayudado a construir la historia de la ciudad.

(Con actividades culturales comienza celebración de los 476 años de Suesca., 29 NOVIEMBRE DE 2009) *“Visitar Suesca, les permitirá conocer el Parque principal, declarado patrimonio cultural por su diseño y arquitectura, así como atractivos turísticos como las Rocas de Suesca, cuna de grandes escaladores, La laguna de los Siete Colores, encanto natural, Las piscinas de Agua Caliente y muchos senderos para la práctica de ciclo montañismo y tracking.*

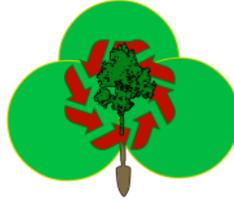
Con motivo del Bicentenario de Cundinamarca, Suesca busca rendir un gran homenaje al departamento en la semana cultural, en especial el 14 de marzo, cumpleaños del municipio. Los mercados campesinos, cabalgatas equinas, orquestas y presentaciones de danza y música, harán parte de la programación que tendrá el municipio en su gran celebración”, dice una nota remitida oficialmente para promover los actos de los próximos días

La principal característica es la fuente de ingresos de los habitantes de Suesca, la cual se encuentra basada en la agricultura, la ganadería, y la minería.

Por otra parte, se acostumbra ir a la plaza de mercado del municipio para hacer compras de los productos que llevan los agricultores de las veredas.

Durante nuestra visita la amabilidad y hospitalidad de los habitantes fue muy eficiente, en cuanto a la colaboración para responder las encuestas se notaba el interés y ven que este producto contribuye a satisfacer sus necesidades.

AGROECOLOGY



2.7. Diseño de instrumento y aplicación.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

ENCUESTA.

Buenas tardes, somos estudiantes universitarias de la corporación unificada de educación superior, el objetivo de esta encuesta es conocer respecto a los productos que utilizan para la conservación de los suelos, el cual tendrá como fin el posible lanzamiento de un nuevo producto y servicio. La ley 1581 de 2012 garantizará la confidencialidad de los datos que suministre.

Nombre del Encuestado: _____

Cedula: _____ Teléfono: _____ Edad: _____ Años.

Sector: Rural: _____ Urbano: _____ Vrda.-Municipio: _____

HABITOS.

¿Qué productos utiliza usted para las conservaciones los suelos?

Químicos

Desechos orgánicos

Otros: _____

¿Qué tiene Ud. En cuenta a la hora de comprar este tipo de productos?

Precio

Calidad

Marca

Referidos

¿Con que se siente inconforma a este producto?

Precio

Garantía

Expectativas

No aplica

AGROECOLOGY



¿Cuánto paga Ud. Por este producto?

Menos de \$20.000

Más de \$20.000

\$50.000

Más de \$50.000

¿Cree Ud, que este tipo de productos aportan a la conservación y mejora de los suelos?

Si

No.

PRESENTACIÓN.

A las anteriores preguntas lo que se quiere es generar una sensibilización en cuanto que se está trabajando respecto al manejo se los suelos, se quiere dar una a conocer la idea de negocio de TREEAGROECOLY La cual se enfoca en la propagación de los árboles nativos, Actividad 0113, para la conservación, aprovechamiento e importancia en beneficios que aporta a los ecosistemas de producción en los cuales se mueve la economía de la vereda y sus alrededores adicional no se trata únicamente de la producción de las plantas adicional brindar una asesoría completa como servicio integrados de control y seguimiento a los que se vendara y el cómo se desee implementar de acuerdo sus necesidades y requerimientos del cliente.

Los Arboles que se implementaran

ALISO- TILO- SAUCO- SAUCE- NACEDERO, (adaptabilidad y beneficios)

EVALUACIÓN

¿Qué arboles sugiere se trabajen en la idea de negocio?

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto y servicio?

Más de \$20.000

Menos de \$20.000

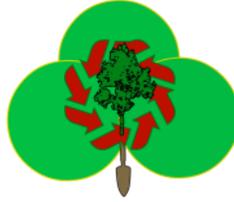
Más de \$50.000

Menos de \$50.000

Ud. ¿Compraría este producto y servicio si saliera al mercado?

A. Si

AGROECOLOGY



B. No

MEDIOS DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN

¿Qué medio de distribución le gustaría adquirir este producto?

Domicilio

Punto de venta

Asesores comerciales

Web

¿Qué forma de pago maneja?

Efectivo

Transferencia

Cheque

¿Qué canal de comunicación le gustaría enterarse o recibir noticias del producto?

Radio Comunitaria

Folletos

Llamadas

Redes sociales.

DEMOGRAFIA

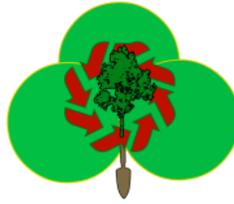
¿Cuántos son sus ingresos Mensuales?

Inferior a un (1) SMMLV

Superior a un (1)SMMLV

¿Cuál es su ocupación laboral o fuente de ingresos?

Gracias por su colaboración.

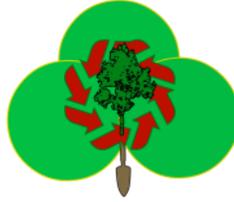


Se anexa PDF De donde se encuentra la aplicación de las encuestas del pasado domingo 26 de marzo de 2017.

2.8 Conclusiones y recomendaciones

No. P	PREGUNTA	GRÁFICA O EXPRESIÓN CLAVE	LECTURA	CONCLUSIÓN	RECOMENDACIÓN
	Escribas las preguntas de su instrumento encuesta o entrevista	Deje aquí los diagramas de su tabulación por pregunta (encuesta) o sus expresiones clave seleccionadas por pregunta (entrevista).	Digite la lectura de los resultados del diagrama de la pregunta (encuesta) o la interpretación de lo que haya querido decir el entrevistado en cada interrogante (entrevista).	Consigne aquí su análisis o interpretación personal acerca de los resultados y la lectura de los mismos por pregunta (encuesta o entrevista).	De acuerdo a los resultados y su conclusión por pregunta, formule aquí que acción, actividad o procedimiento propone usted realizar.
1	¿Que productos utiliza para la conservación de los suelos?		A. Químicos B. Desechos orgánicos C. Otros: _____	De esta pregunta se evidencia que aun los químicos siguen siendo los más utilizados para generar un mejor desempeño de los suelos para incrementar la productividad	Sensibilización de impacto negativo que deja el uso de químicos y promover otras alternativas más ecológicas que ayuden a los ecosistemas.
2	¿Qué tiene Ud. En cuenta a la hora de comprar este tipo de productos?		A. Precio B. Calidad C. Marca D. Referidos	Se evidencia que la calidad es la principal característica que tienen en cuenta a la hora de comprar estos productos.	se Cita la calidad como aspecto que caracteriza la compañía para una mayor aceptación en el mercado.
3	¿Con que se siente inconforma a este producto?		A. Precio B. Garantía C. Expectativas D. No aplica	Observamos que el precio de este producto es muy alto para el presupuesto de los habitantes ya que muchas veces se consume más del doble de este lo cual les genera inconformidad.	se determina manejar estrategia de precio frete a los otros competidores penetración en el mercado.

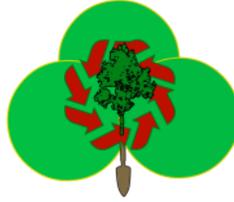
AGROECOLOGY



cu
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

<p>4</p>	<p>4. ¿Cuánto paga Ud. Por ese tipo de producto?</p>		<p>A. Menos de \$20.000 B. Más de \$20.000 C. \$50.000 D. Más de \$50.000</p>	<p>la compra de quimicos corresponde a una valor superior a \$50.000 son muy utilizados para los cultivos</p>	<p>determinar las especies que saporten mas beneficios a la hora de implementar en los terrenos para que el nivel de productividad se vea eficiente que represente un alto grado de sustitucion frente quimicos</p>
<p>5</p>	<p>5. ¿Cree Ud, que este tipo de productos aportan a la conservación y mejora de los suelos?</p>		<p>A. Si B. No</p>	<p>Observamos que los habitantes consideran que estos productos aportan a la mejora de los suelos, por lo tanto se evidencia una aprobacion de los productos mencionada de TREEAGROECOLOGY</p>	<p>Se plantea como forma de comercializacion de los arboles navitos y mitovar a su implementacion por medio de charlas educativas y de sencibilizacion con la ayudad de la junta comunal de la vda de Hato Grande.</p>
<p>6</p>	<p>6. ¿Qué arboles sugiere se trabajen en la idea de negocio?</p>		<p>MENCIONADOS HOLI FRUTALES ORNAMENTALES</p>	<p>La mayo parte de la poblacion encuenstada responde satisfactoriamente a las especies que se trabajaran adicional nos recomieindan trabajar la planata llamada HOLI</p>	<p>Teneindo En cuenta la recomendación se establem un probabilidad de agragarla al prortafolio de produccion de Agroecology</p>

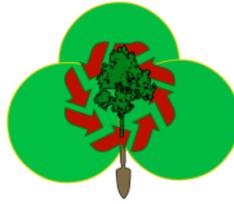
AGROECOLOGY



cuin
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

7	7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto y servicio?		<p>A. Más de \$20.000 B. Menos de \$20.000 C. Más de \$50.000 D. Menos de \$50.000</p>	<p>Se observa qque adquisicion de estos productos el cliente El pagar menos de \$20.000 por lo anterior es un punto para evaluar a la hora de sacar los precios unitarios y manajar campañas de promocion por debajo del dicho valor</p>	<p>determinar las especies que saporten mas beneficios a la hora de implementar en los terrenos para que el nivel de productividad se vea eficiente</p>
8	8. Ud. ¿Compraría este producto y servicio si saliera al mercado?		<p>A. Si B. No</p>	<p>Observamos que el cliente se encuentra interesado en adquirir el producto.</p>	<p>Para ello ofrecemos variedad en los productos y ofrecemos un servicio con Calidad para mantener la lealtad del cliente y lo siga adquiriendo.</p>
9	9. ¿Qué medio de distribución le gustaría adquirir este producto?		<p>A. Domicilio B. Punto de venta C. Asesores comerciales D. redes Sociales</p>	<p>observamos que prefieren a domicilio debido que la mayoría viven en fincas y les queda mas factible que se lo lleven.</p>	<p>por tanto es una estrategia que se manejera a favor como valor agregado a las compras que le hagan a ala empresa.</p>

AGROECOLOGY



cu
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

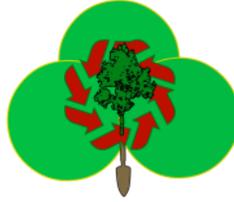
10	10. ¿Qué forma de pago maneja?	<p>PREGUNTA 9</p>	<p>A. Efectivo B. Transferencia C. Cheque</p>	<p>La mas relevante es el efectivo ya que por su costumbre no gustan de manejo de otras formas de pago.</p>	<p>No se tiene problema con la forma de pago del cliente para ello tendríamos una rea contable en unuestra empresa que se encargue de estos tramites.</p>
11	11. ¿Qué canal de comunicación le gustaría enterarse o recibir noticias del producto?	<p>PREGUNTA 11</p>	<p>A. Radio Comunitaria B. Folletos C. Llamadas D. Redes sociales.</p>	<p>El canal de comunicación que ellos solicitan son las llamadas o folletos.</p>	<p>La parte comercial se encargaria de llamar a los clientes y darles a conocer nuestro producto para de esta manera agendar una cita con ellos y enseñarles nuestro catalogo.</p>
12	12. ¿Cuántos son sus ingresos Mensuales?	<p>PREGUNTA 12</p>	<p>A. Inferior a un (1) SMMLV B. Superior a un (1)SMMLV</p>	<p>La mayoría gana menos de un salario minimo.</p>	<p>Teniendo encuesta lo anterior nuestro prducto se encuentra en ese presupuesto son precios accesibles.</p>
13	13. ¿Cuál es su ocupación laboral o fuente de ingresos?	<p>PREGUNTA 13</p>	<p>AGRICULTURA GANADERIA MINERIA OFICIOS VARIOS</p>	<p>La mayoría se dedica a la agricultura y ganaderia.</p>	<p>De acuerdo a lo anterior son el tipo de cliente que conocen sus suelos y las necesidaes que presentan los cual nos beneficia.</p>

Se resaltan que el grado de aceptación del producto que trabajaremos por parte de la población de la Vereda de Hato Grande -Suesca, por lo anterior nos incentiva a trabajar de manera ardua para determinar otro tipo de especies que se puedan agregar al portafolio.

Se tendrá en cuenta el valor unitario de las plantas teniendo en cuenta las presentaciones y grado de beneficios que genere cada una de ellas.

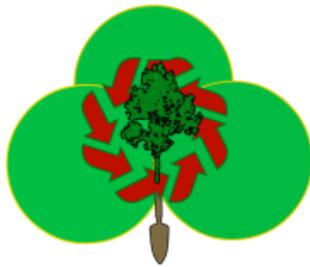
Por el mercadeo se establecerán campañas con la ayuda de la junta comunal de la vereda de Hato Grande y la radio comunitaria del Municipio de Lenguazaque.

AGROECOLOGY



3. Marketing

3.1 Decisión de Producto



AGROECOLOGY SAS

AGRO: Se determinó por que describe al sector primario, adicional son las principales actividades económicas de las áreas rurales, Agrícola y Pecuario.

ECOLOGY-ECOLOGÍA: Se escoge ya que es la ciencia que se especializa en el estudio y análisis del vínculo que surge entre seres vivos y el entorno que lo rodea

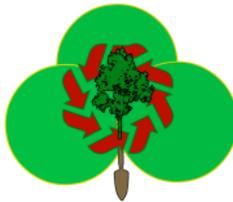
SAS: Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS), que ofrece más flexibilidad para formar empresa.

Justificación de Producto

Agroecology como se ha evidenciado en el documento es una idea de negocio que buscar incentivar la implementación de flora nativa en las comunidades rurales involucrando ideas de propagación de manera estratégica para diferentes terrenos de acuerdo a las necesidades del cliente. Por lo anterior es fundamenta el medio ambiente como se ha reitera es una manera de ayudar y mitigara el impacto negativos que en la actualidad se está viviendo a raíz me malos manejos en el sector primario se busca apoyar la conservación de flora nativa y resaltar los beneficios que estas les otorga a las hábitat que conforman un ecosistema.

Las propiedades del nombre adicional la gran simbolización que cada palabra lo conforma también se involucra el target objetivo de la idea de negocio como estrategia de impacto al ofrecer el producto.

AGROECOLOGY



En cuanto a los colores se escogen como simbolización clave que describe la razón de ser la idea de negocio tales como el marrón de la tierra, el rojo de la pasión y energía que buscamos incentivar a los clientes y el verde de Ética, naturaleza, frescura, serenidad, orgánico.

1. MARRÓN: Masculino, natural, simplicidad, rústico, tierra.
2. ROJO: Dinamismo, pasión, agresividad, energía, peligro.
3. VERDE: Ética, naturaleza, frescura, serenidad, orgánico.

3.1.1 Diseño de empaque.

Para la comercialización de las especies se trabajarán las bolsas de plástico están hechas de tres categorías de plásticos principales: polietileno (PE), policloruro de vinilideno (PVCD, por sus siglas en inglés) y policloruro de vinilo (PVC, por sus siglas en inglés). Las resinas de plástico son derivados del petróleo. Se pueden agregar plastificantes, colorantes o compuestos anticóndensación.

Manejaremos 4 medidas estándar:

- **Bolsa para Vivero de 22 x 22 centímetros.** Calibre 400 con capacidad de 1.89 litros, 100 piezas/Kg.
- **Bolsa para Vivero de 30 x 30 centímetros.** Calibre 600 con capacidad de 5.68 litros, 35 piezas/Kg.
- **Bolsa para Vivero de 34 x 34 centímetros.** Calibre 600 con capacidad de 9.46 litros, 28 piezas/Kg.
- **Bolsa para Vivero de 40 x 40 centímetros.** Calibre 700 con capacidad de 15.14 litros, 17 piezas/Kg.

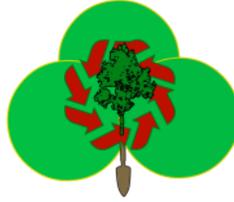
Diseño:

AGROECOLOGY



cu
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior





3.2 Decisiones de Distribución.

Estrategia de distribución

I. Selección de canales de distribución

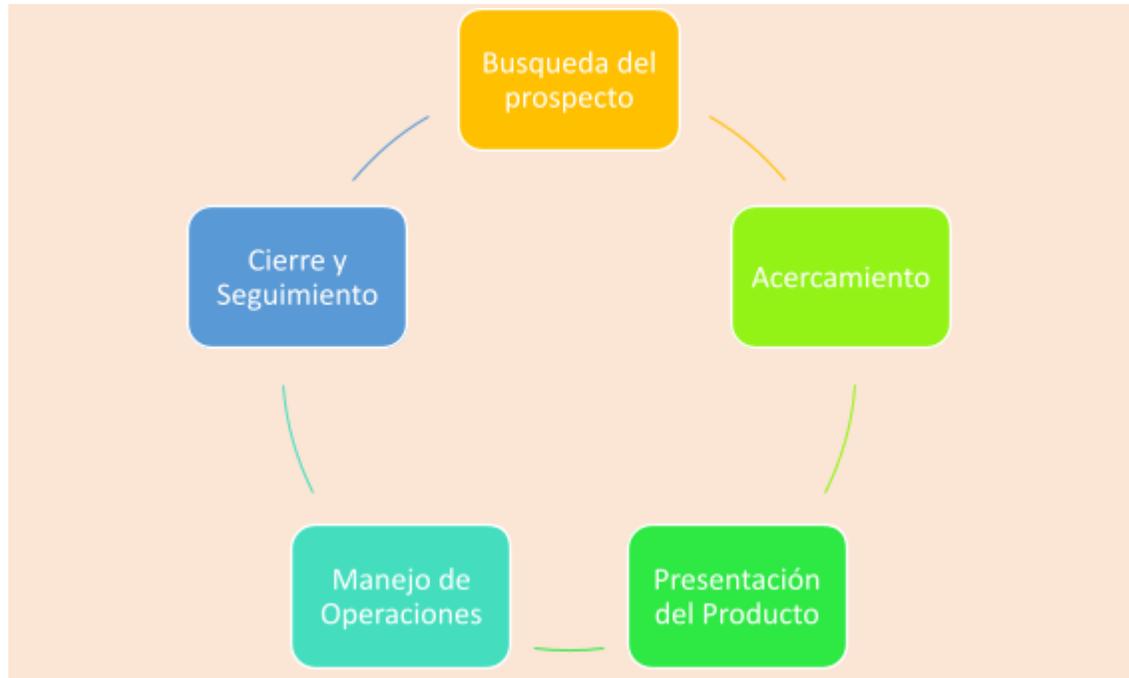
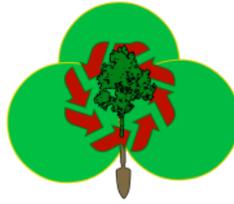
Factores claves en la elección de canales de distribución:

Empresa: Se refiere a las capacidades tecnológicas, humanas y financieras de la empresa. Por ejemplo se debe disponer de los recursos necesarios para emplear a personal propio de ventas o sino deben utilizar un agente para llegar al mayorista o al consumidor.

Selección de canales de distribución:

1. ²⁴**Venta directa:** Para la venta directa se contratarán agentes comerciales que tendrán contacto directo con el futuro cliente, permitiendo identificar las necesidades que presentan y asesorarlo con respecto al producto que se debe implementar para satisfacer esas necesidades.

²⁴ <http://www.acovedi.org.co/venta-directa/>



2. ²⁵**Marketing Telefonico:** Los agentes comerciales manejarán una base de datos de los habitantes Vereda Hato Grande y sus alrededores, por medio de esta canal de distribución el agente comercial tendrá un guion que le permita ofrecer el producto y servicio de una manera clara y comprensiva.

Guion:

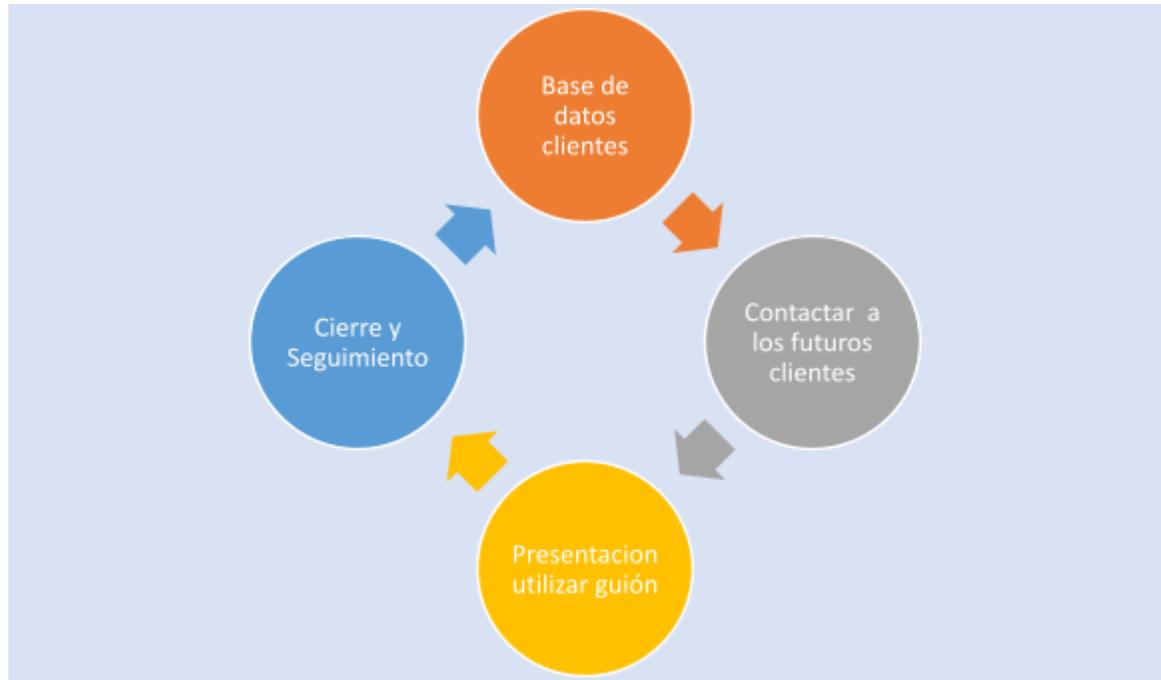
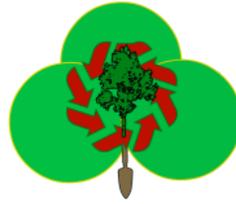
- Buenos días Sr. _____ y/o con quien tengo el gusto de hablar?
- Espera respuesta
- Como esta un gusto comunicarme con usted.
- Mi nombre es _____
- Lo llamo de la empresa Agroecology S.A.S
- Espera respuesta
- El motivo de mi llamada es breve,

AGROECOLOGY



- Somos una empresa comercializadora de Arboles nativos, enfocados en ofrecer un producto y servicio a los habitantes de Hato Grande, entre los que se encuentran los siguientes beneficios:
 1. Cultivos multiestratos Asesoría para identificar las necesidades que presenta en su finca y/o vivienda y así implementar los árboles nativos que mejor cubran estas necesidades.
 2. Propiedades medicinales
 3. Para la construcción de cercas vivas
 4. Alimentación para los animales
 5. Árboles resistentes a la sequía.
 6. Protección de nacimientos y corrientes de agua
- Espera respuesta
- Cuanto cuesta
- El precio se define después de realizar la asesoría la cual no tiene ningún costo.
- Esperar respuesta
- Cuando podría realizar la asesoría?
- Muy bien Sr. _____ para (nombre de empresa) es importante contar con clientes como usted y sabemos de la importancia en esta oportunidad que nos está dando le doy mi palabra que no solo obtendrá el mejor producto, sino también el mejor servicio.

- Para finalizar la llamada solo requiero corroborar los siguientes datos para poder programar la cita y confirmar la fecha y hora de la visita.
- Muchas gracias por su atención Sr. _____ agradezco su tiempo prestado para recibir esta llamada telefónica estamos a sus órdenes.

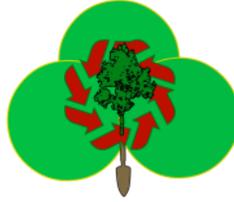


3.3 Decisión de Promoción

El Marketing se trabajara dos estrategias de publicidad la dos se fundamentan en un tipo de racional 40% y motivacional 60%, con el objetivo de generar un impacto de manera afectiva e informativa generando conciencia y difundiendo la importancia de la flora nativa en los ecosistemas los medios de comunicación que se trabajaran será Impresos y Pasivos que es la radio comunitaria

Las decisiones sobre estos medios de comunicación se toman del resultado del muestreo y trabajo de campo realizado en la vereda de Gato grande, ya que se enfocó una de las preguntas de la encuesta mencionaba, ¿Qué medio de comunicación les gustaría enterarse del producto que estaríamos promocionando? dentro de los resultados los folletos y la radio comunitarios fueron una de los más mencionados ya que es un área la cual tiene poco acceso medios tecnológicos o medios como la internet incluso la señal a equipos móviles es distorsionada.

AGROECOLOGY



Cuña Radial:

El tipo de publicidad seleccionado es de tipo racional con el objetivo de informar a través de medios de comunicación pasivos como la radio, que fue el medio de comunicación seleccionado teniendo en cuenta los datos recopilados de las encuestas. Donde los habitantes de la vereda Hato Grande manifestaron su interés en ser informados por este medio.

Teniendo en cuenta las actividades que realizan los habitantes de la vereda Hato Grande, el horario de las cuñas radiales se transmitirá en el horario de las 10:00 am que es cuando regresan a su hogar después de realizar las actividades de ganadería

El otro horario que se manejara es a las 5:00 pm cuando los habitantes están regresando a la casa después de realizar actividades de agricultura, ganadería y minería.

La emisora comunitaria escogida por mayor audiencia es la de Lenguaque, frecuencia FM 9.49



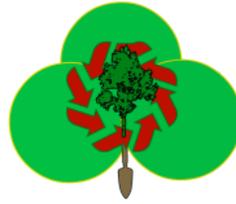
Texto cuña radial:

“ Vivero Agroecology S.A. S promueve la conservación del medio ambiente, fomentando la implementación de especies de flora nativa para el cuidado de los suelos de la región”

¡Por que Agroecology S.A.S promueve la flora nativa de la región! Te invitamos a conocer el portafolio de productos Por que cuidar el medio ambiente vale la pena

Folleto.

AGROECOLOGY



cu
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

AGROECOLOGY SAS

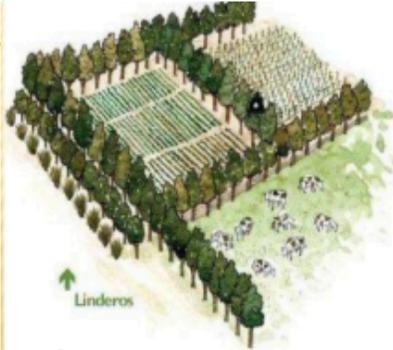


Identidad Estratégica

Ofrecer un producto y Asesoría con altos estándares de calidad mediante procesos eficientes, personal competente y comprometido, incentivando, la protección de las fuentes hídricas y mejoramiento de los suelos, implementando buenas prácticas del sector agropecuario y así contribuir al equilibrio ambiental.

Objetivo General

Crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de árboles nativos los cuales aporten al mejoramiento de ecosistemas y protección de fuentes hídricas, implementando sistemas de siembra de alto rendimiento e invirtiendo en infraestructura e insumos de calidad asegurando de esta manera un producto eficiente para su comercialización en la vereda de Hato Grande y sus alrededores para el buen desarrollo del sector agropecuario.



Linderos



Municipio Sueca - Vereda de Hato Grande
punto de venta
Celular: 312 81 61 642
Correo: Agroecolog@gmail.com

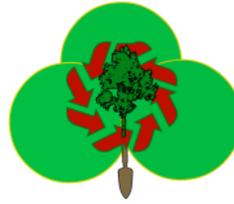
AGROECOLOGY SAS

AGROECOLOGY SAS



CEL: 3128161642

AGROECOLOGY



cu
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

NUESTROS PRODUCTOS

Se creó un vivero que ofrece árboles nativos para su comercialización y métodos de implementación para el aprovechamiento según las necesidades del cliente, se planean iniciar con 4 especies las cuales son:

Triplaris Gigante (nacedero).



Tilia Platyloja (tilo).



Alnus Ghiesbrom (aliso).



Sambucus Nigra (sauco).



Costos

PRODUCTO	UNIDAD	MEDIDA	VALOR
TILO	1	15CM	\$ 5.000
TILO	1	35CM	\$ 6.000
NACEDERO	1	10CM	\$ 6.000
NACEDERO	1	30CM	\$ 5.000
SAUCO	1	15CM	\$ 5.000
SAUCO	1	35CM	\$ 5.000
ALISO	1	15CM	\$ 5.000
ALISO	1	35CM	\$ 7.000
ASESORIA	1	HORA	\$ 30.000



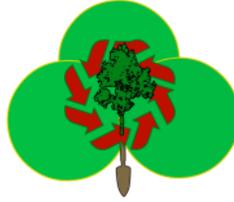
En folleto él se muestra información clara de la ubicación del punto de venta, el portafolio de productos y precios.

I.4. Decisión de Precio

Estudio Interno

COSTOS	VALOR
MATERIA PRIMA	\$ 200.000

AGROECOLOGY



MANO DE OBRA	\$ 800.000
MANTENIMIENTO	\$ 400.000
ASEO	\$ 30.000
MERCHADAISE	\$ 30.000
INFRAESTRUCTURA	\$ 300.000
EQUIPOS-HERRAMIENTAS	\$ 50.000
TOTAL	\$ 1.810.000
PRECIO	\$ 3.386

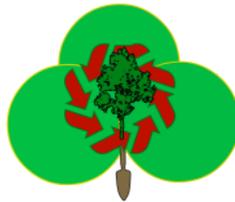
GASTOS	VALOR
ARRIENDO	SOCIO
SERVICIOS	\$ 40.000
INVESTIGACION INICAL	\$ 90.000
TRANSPORTE	\$ 20.000
PUBLICIDAD	\$ 410.000
TOTAL	560000

Se es necesaria una inversión de capital por un valor de \$2.920.000

Para la producción de un total de 700 plantas: para este se trabajarán dos sistemas de siembra que anteriormente se mencionaba 1. Sistema de boleó, que de este se establece un aproximado de germinación de 100 plantas de Aliso y para Las otras especies se implementa el sistema de siembra por estaca el cual se determina un total de 600 divididas en 220 plantas de tilo, 220 Sauco 60 de Aliso y 220 de Nacadero dentro el total de producción que se proyecta se tuvo en cuenta una evaluación de riesgo sea por clima, plaga y enfermedades con el fin de establecer planes de contingencia si se presentan.

1. Elaboración de extractos orgánicos que protejan la planta

AGROECOLOGY



2. En la infraestructura se tuvo en cuenta aspectos tales como las conocidas heladas son ²⁶fenómenos meteorológicos que suceden cuando la temperatura de la masa de aire más próxima al suelo desciende por debajo de los 0 °C. Este enfriamiento puede ocurrir por diferentes motivos. En el caso de la helada negra, ésta acontece durante la noche debido a una pérdida de calor del suelo por radiación hacia la atmósfera. Y se implementaron polisombra.
3. Se determinó por cada especie el grado de vulnerabilidad a las plagas y enfermedades más recurrentes en el área para establecer planes de acción preventivos.

Se determina el valor de precio por especie teniendo en cuenta gastos más costos sobre la proyección de la producción:

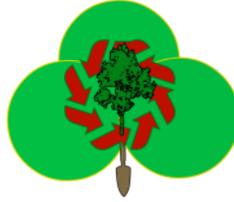
COSTOS	VALOR	GASTOS	VALOR
MATERIA PRIMA	\$ 200.000	ARRIENDO	SOCIO
MANO DE OBRA	\$ 800.000	SERVICIOS	\$ 40.000
MANTENIMIENTO	\$ 400.000	INVESTIGACION INICAL	\$ 90.000
ASEO	\$ 30.000	TRANSPORTE	\$ 20.000
MERCHADAISE	\$ 30.000	PUBLICIDAD	\$ 410.000
INFRAESTRUCTURA	\$ 300.000		
EQUIPOS-HERRAMIENTAS	\$ 50.000		
TOTAL	\$ 1.810.000	TOTAL	560000
PRECIO	\$ 3.386	UNIDAD X ESPECIE	

Para el portafolio de productos que se establece

PRODUCTO	UNIDAD	MEDIDA	VALOR
TILO	1	15CM	\$ 3.386

²⁶ <http://www.muyinteresante.es/curiosidades/preguntas-respuestas/ique-es-una-helada-negra>

AGROECOLOGY



TILO	1	35CM	\$ 4.000
NACEDERO	1	10CM	\$ 3.386
NACEDERO	1	30CM	\$ 4.000
SAUCO	1	15CM	\$ 3.386
SAUCO	1	35CM	\$ 4.000
ALISO	1	15CM	\$ 3.386
ALISO	1	35CM	\$ 4.000
ASESORIA	1	HORA	\$ 30.000

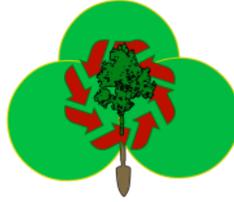
Estudio Externo

3.5 Presupuesto general del plan de marketing

Par el presupuesto de márketing se tiene dos estrategias de comunicas las cuales son los folletos dentro de ello se estable impresiones a color en papel blanco de acuerdo a la cotización con el Proveedor Átomo SAS, La impresión de 700 folletos por el valor de \$200 la unidad.

Para la cuña publicitaria se tiene en cuenta los dos proveedores quien nos grava la cuña y la emisora donde sonara al misma: 1. proveedor se llama Noticiaron informativo quien nos cobra la grabación de 1 un minuto de cuña con reestructuración en el texto y ambientalización un valor de \$180.000 y la emisora nos cobra una mensual izan por los dos horarios un valor de \$90.000. a continuación, se relaciona el total de la inversión de plan de marketing

PROPUESTA		
EMPRESA	VALOR PROPUESTA	DESCRIPCION
ATOMO SAS	\$ 140.000,00	IMPRESIONES
NOTICIERO INFORMATIVO	\$ 180.000,00	GRABACION CUÑA
LEGUAZAQUE STERO	\$ 90.000,00	EMISION DE CUÑA
TOTAL	\$	410.000,00

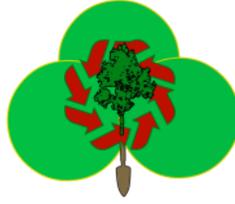


3.6 Producto Mínimo Viable

El producto mínimo viable en la idea de negocio y de acuerdo al estudio y segmentación de mercado establecida se evidencia gran aprobación y adicional la inversión inicial se habla de un monto de \$2.920.000 una inversión no muy alta el nivel de riesgo es muy poco que la idea ha tenido en cuenta todo tipo de agentes que podan ocasional algún tipo de delinee inversión a loa anterior la producción de árboles como el Tilo, Aliso, Sauco, Nacedero son especies que aseguran un éxito no solo por sus grandes beneficios que otorgaran a los suelos donde se implementen sino adicional son muy multifuncionales se adaptan a distintos climas en especiales el clima frio son muy resistentes al medio donde trabajan , se determina que algunas tiene un grado de recordación en las personas como el Aliso una planta reconocida por su gran labor a la hora en la protección de las fuentes hídricas y su folla igual que las otras especies aportan nutrientes a los sueles.

Lo deseable es implementas más especies que a medida se irán generan de acuerdo a criterios de los clientes. Hay que resaltar que el medio nos otorga gran cantidad de insumos para a la implementación de la siembra de las mismas como la tierra, el abono orgánico ,extractos, que con importantes a la hora de su siembra.

AGROECOLOGY



cu
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior



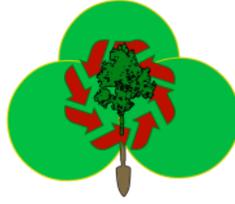
AGROECOLOGY



cu
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior



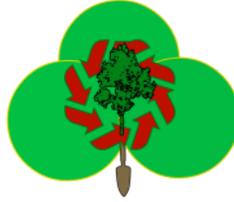
AGROECOLOGY



cu
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior



AGROECOLOGY



cun
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

Bibliografía Y Cibergrafía

<http://www.muyinteresante.es/curiosidades/preguntas-respuestas/ique-es-una-helada-negra>

<https://www.visocym.com/2014/08/06/speech-de-telemarketing-guion-de-venta-y-prospectaci%C3%B3n-telefonica/>

<http://www.andi.com.co/SitEco/Documents/ANDI-Balance%202016-Perspectivas%202017.pdf>

<http://suesca-cundinamarca.gov.co/apcfiles/63323663326463373262623464343661/diagnostico-.pdf>

<http://www.abc.com.py/articulos/importancia-del-arbol-en-el-ecosistema-118689.html>

<http://www.humboldt.org.co/images/documentos/pdf/Normativo/1993-12-22-ley-99-crea-el-sina-y-mma.pdf>

AGROECOLOGY



Anexos

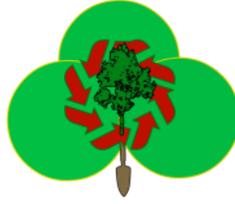
AGROECOLOGY



cu
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior



AGROECOLOGY



cun
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior



AGROECOLOGY



cu
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior



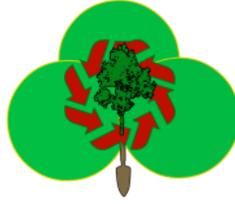
AGROECOLOGY



cu
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior



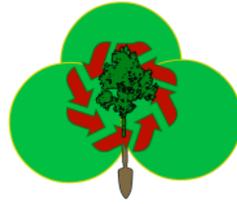
AGROECOLOGY



cu
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior



AGROECOLOGY



cu
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior



AGROECOLOGY



cu
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior



AGROECOLOGY

