



CAMPO CONCENTRADOS

NUTRICION CONFIABLE

PROYECTO AGRICOLA

ESTUDIANTES

DANNA XIMENA GUALTEROS CEPEDA

LAURA NATALIA DIAZ ARIAS



CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CREACION DE EMPRESAS 1

GRANADA – META

20/11/2020

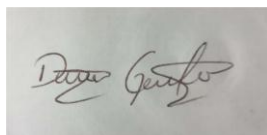
COMPROMISOS DE AUTOR:

Yo Laura Natalia Díaz Arias, identificada con C.C 1006863767, estudiante del programa administración de empresas, yo Danna Ximena Gualteros Cepeda, identificada con C.C 1006863867, estudiante del programa administración de empresas declaro que: El contenido del presente documento es contenido de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta de fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la universidad y a cuantas instituciones haya colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.



Laura Natalia Díaz Arias

C.C 1006863767



Danna Ximena Gualteros Cepeda

C.C 1006863867

INTRODUCCION

CampoConsentrados es una empresa que surgió de una idea de negocio de dos alumnas que son las directas responsables (Laura Natalia Díaz Arias, Danna Ximena Gualteros Cepeda), de la facultad de administración de empresas, somos una empresa que pretende brindarle a la comunidad ganadera y agrícola nuevas oportunidades de negocio, siendo beneficiados tanto ganaderos, agricultores nacionales y nosotros como empresa productora.

OBJETIVO

Brindarle calidad a un precio justo a los futuros consumidores de este nuevo emprendimiento.

CLAVES PARA EL ÉXITO

- Definir muy bien los objetivos
- Precisión en la planeación
- Buen liderazgo
- Disciplina
- Resiliencia
- Administración efectiva en los recursos financieros

1. ANALISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

- **Problema social:**

Nuestra empresa Campo Concentrados realizo un estudio donde notaron un serio problema con uno de los mayores cultivos a nivel del departamento de Meta, el plátano, y es que; cuando los agricultores encargados de esta serie de cultivos terminan de hacer la selección de los mejores plátanos quedan restantes que no tienen un muy buen estado, y, por ende, estos generan pérdidas ya que en ocasiones hay grandes acumulaciones de estos en cada corte de plátano que se le hace a los cultivos. Esto es totalmente natural ya que en el proceso de crecimiento de este, pueden presentarse plagas, entre otras cosas que afectan naturalmente al plata, aunque hay insumos y abonos para estos problemas siempre se van a ver afectaciones, y no solo eso, sino que también hay que tener presente que todo el mercado o industria que es de la agricultura o depende de ella no siempre maneja sus precios fijos, teniendo en cuenta que el plátano lo importan de otros países, y los que se logran vender en el mismo país no siempre obtienen un buen presupuesto por este, ya que la demanda es mucho más alta, esto afecta demasiado a los agricultores.

- **Problema económico:**

Algo por lo que evidentemente afecta directamente la agricultura es el cambio climático, la agricultura es sin duda parte del problema (produce cerca de un 20% de las emisiones de gases de efecto invernadero). Pero, sobre todo, es parte de la solución y clave para mitigar los efectos del cambio climático. Eso defiende la FAO, la agencia de la ONU para la alimentación y la agricultura. Las áreas que posiblemente se vean más afectadas por éste, son las rurales ya que en estas es

donde más destacan los cultivos que se distribuyen a nivel nacional, en este caso, nos enfocamos en el plátano, con fue planteado anteriormente esta materia prima de origen vegetal puede no tener siempre un precio estable al comercializar a vendedores directos, es decir; en abastos en donde se puede ver una gran parte de carga de plátano y demás productos, pero la persona que llevo la carga de plátano hasta este sitio lo adquirió por medio del agricultor, para después de esto, un lugar de venta de comercio lo venta al público a un precio más alto, pero, venderlo al precio más alto no garantiza que al agricultor se lo paguen a un precio justo, todo lo contrario, cuando se hay una gran acumulación de este producto decrece el precio para ellos.

- **Problema ambiental:**

Como es de saberse, una gran problemática por la que se ven envueltos grandes agricultores, son los desechos o bolsas para su cosecha que son utilizadas para estos, en el caso del plátano como es de saberse es necesario embolsar esta planta, ya que la bolsa evita que los insectos y las plagas dañen el fruto (plátano), este proceso se hace desde que la mata comienza a parir, pero se es removida la bolsa cuando el proceso ya haya sido completado, esto produce serias afectaciones ya que después de removerlas del plátano no se pueden reutilizar para envolver otros, gran parte de los agricultores las dejan a la deriva.

En el ciclo de cultivación del plátano se utilizan, insumos, fertilizantes que en su momento ayudan al mejorar el fortalecimiento y crecimiento del producto, pero a largo plazo puede dejar grandes afectaciones en la tierra ya que esto puede llevar a dejarla estéril, esto quiere decir que no se puede

volver a cultivar nada allí, estos resultados negativos contra el ambiente son más frecuente por los herbicidas.

- **Objetivos de desarrollos sostenible**

Día a día han ido ocurriendo sucesos que se nos han reflejado. Estos son uno de los territorios más afectados en nuestro ambiente, por lo tanto, podemos observar un sin número de problemas, que nuestro producto puede ayudar a solventar, ya que, se basa en que los agricultores en vez de tener pérdidas obtengan más beneficios, esto también es válido para la parte de ganadería y para nosotros como empresa que desea ayudar a su región. Campo Concentrado sería una oportunidad y reto para nosotras que somos las principales personas que estaremos en este proceso de lanzamiento y ejecución del producto, consideramos que es una oportunidad para poder innovar en nuestro departamento y adquirir nuevos conocimientos, también es un reto, para nosotras; teniendo en cuenta que hacer un plan estratégico y táctico no es sencillo, pero más aún la ejecución de este es más compleja. Para crear un producto y poderlo desarrollar hay que tener imaginación y sentido de pertenencia, optamos por dejarnos llevar por el benchmarking, de este modo podremos conseguir una gran oportunidad de innovación.

1.2 Teoría del valor compartido:

Campo Concentrados es una empresa que busca la forma de solucionar y resolver el problema de gran parte de los agricultores y ganaderos, como primera instancia pretendemos desarrollar concentrados para bovinos 100% naturales, en este caso; elaborados a base de plátano, se

preguntaran el ¿Por qué? decidimos que fuese el plátano y no otro tipo de vegetal. Inicialmente pensamos en este producto ya que notamos que en Colombia llega plátano de otros países y sus mayores proveedores son del extranjero, pensamos en cómo podíamos ayudar a estos pequeños agricultores de nuestro país y que mejor opción de ayudándolos con sus cultivos, nuestra empresa decidió que su responsabilidad social principal serian brindarle nuevas oportunidades de ventas a estos pequeños pero emprendedores agricultores, y que mejor opción que poderles brindar una muy buena y provechosa oportunidad, propiamente personas de nuestro país.

Después de obtener de nuestros proveedores nacionales el plátano, comenzaremos la elaboración del concentrado, el plátano lo vimos conveniente ya que contiene vitamina A, vitamina B1, vitamina B2, Vitamina B3, vitamina B6, vitamina B9, vitamina C, vitamina E y vitamina K, un plátano contiene hidratos de carbono, minerales, vitaminas, fibra y otros nutrientes como los taninos, cuya acción astringente ante los episodios diarreicos es clave.

Por otra parte, como es visible, tendrá un oprimo beneficio en los bovinos, es ideal que los futuros consumidores como en este caso, el vaquero y la res puedan notar un buen desarrollo que se va a presentar en sus bovinos, principalmente el concentrado se podrá adquirir a un precio asequible y económico. Lo ideal es brindarle a sus vaqueros y reses la plena garantía al utilizar nuestro producto y notar un cambio oportuno y eficiente en su animal.

- **Tecnologías disruptivas:**

Para llegar a la conclusión de que si tiene relación con lo que se planteó inicialmente como el problema, reto y oportunidad, nos dejamos llevar por la teoría de Carlos Martín quien nos da a conocer que la idea de innovación se desgrana por tres vías: la mejora de procesos, la creación de nuevos productos e ideas de negocio que surgen de la nada, él destaca la “capacidad de observación” como elemento fundamental para innovar aunque también admite que hay quienes en algún momento tienen una idea de sopetón y buscan como ampliarla. Esto se idea a partir de constataciones empíricas.

1.4 Análisis del sector económico:



2. IDENTIFICACION DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD.

- **Problema:**

Las escasas alternativas de alimento para los bovinos son una queja frecuente de los productores pecuarios del país, pues cuando se acaba el pasto y deben conseguir suplementos, las opciones son muy limitadas.

Mientras que expertos en nutrición bovina de Argentina, México o Perú recomiendan suministrar subproductos de cultivos de trigo o cebada al ganado por su alto contenido nutricional y su bajo costo, en Colombia son escasos o incluso inexistentes los predios que emplean este tipo de alimentos.

- **Necesidad:**

Baja nutrición, y la más importante, cuantiosos concentrados ofrecen poca energía para el bovino o res.

- **Reto u oportunidad:**

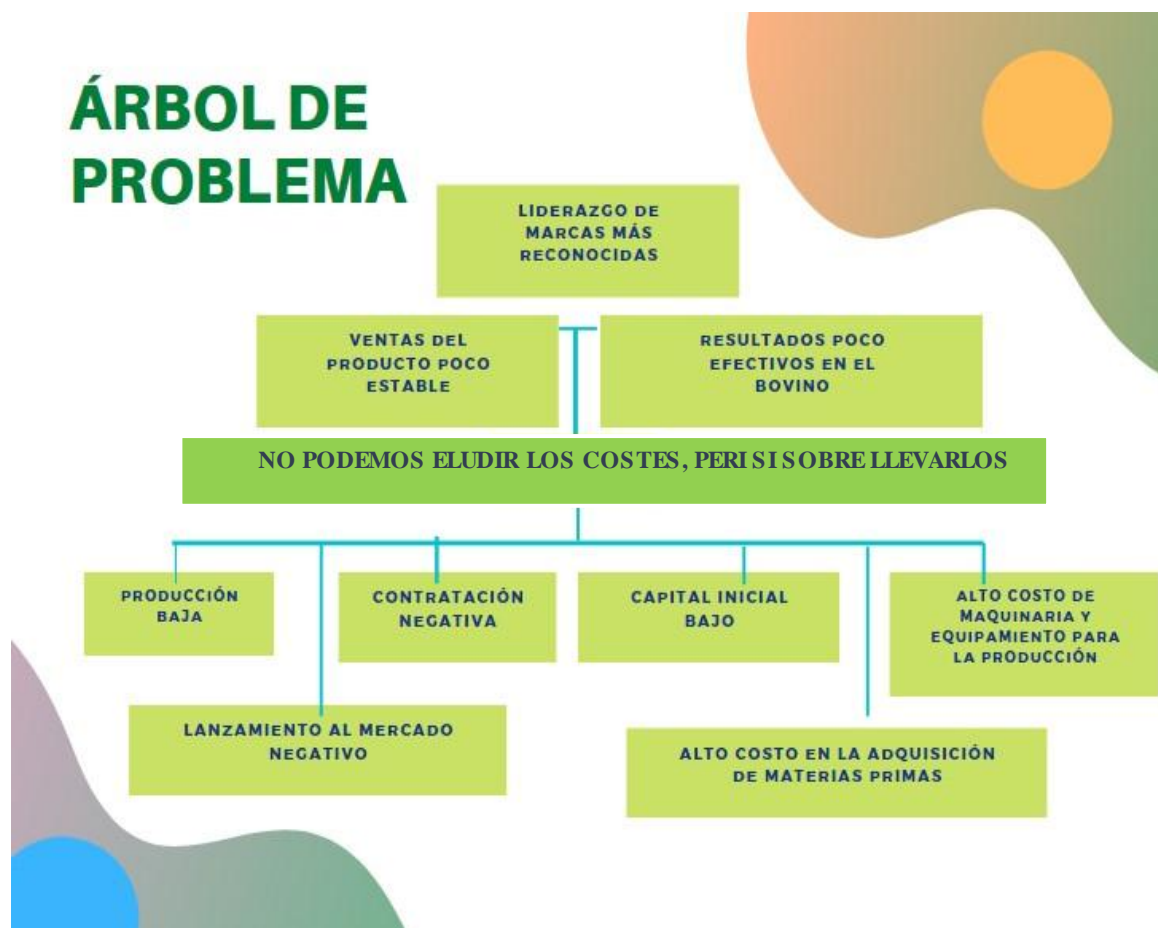
Cambiar todos estos aspectos planteados anteriormente, así ofreceremos una mejor calidad a todos los consumidores. Conseguir un alto reconocimiento a nivel nacional por nuestros productos.

- **¿Qué problema afecta a la comunidad, clientes y el entorno al que pertenecen?**

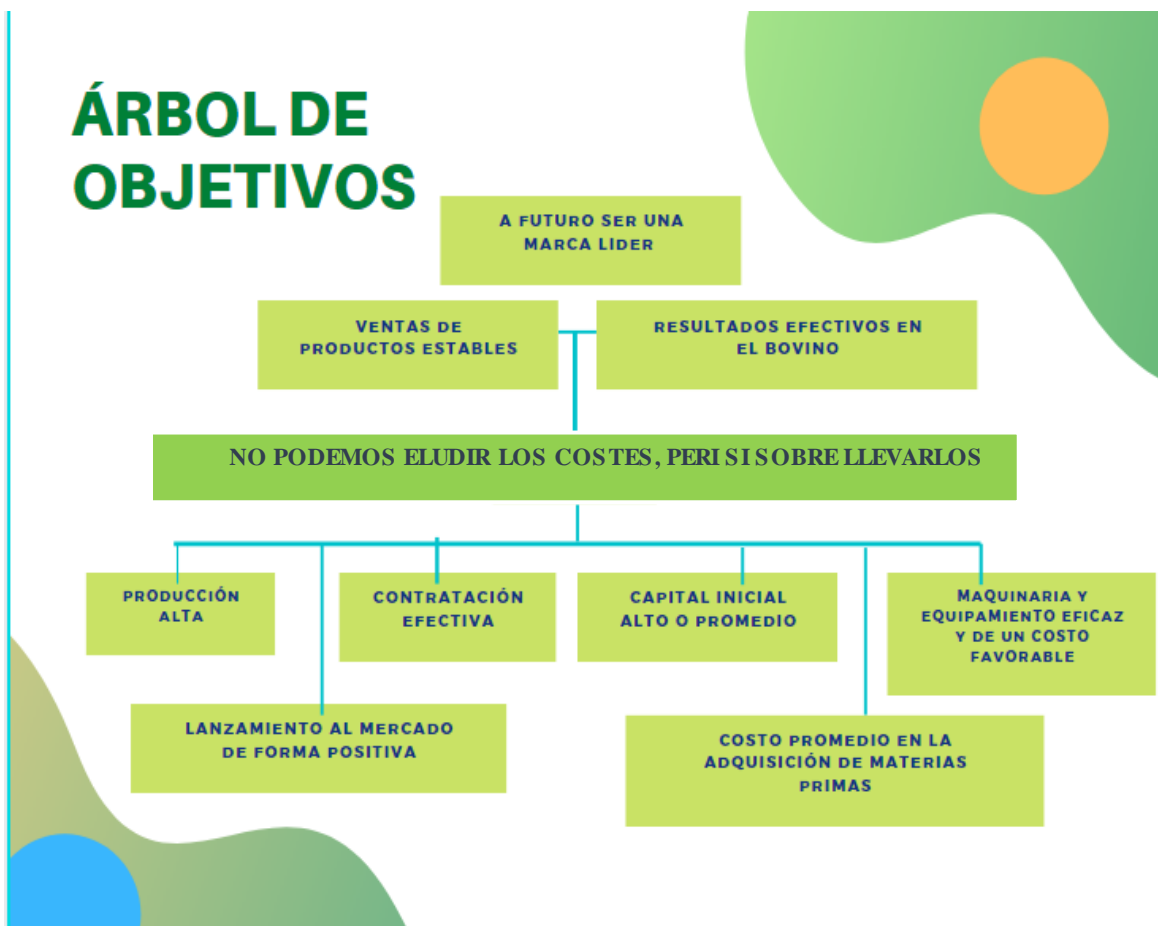
Principalmente en la zona rural del municipio en donde estamos ubicados, se genera un alto porcentaje de contaminación y residuos debido a las bolsas que eventualmente son utilizadas para el proceso y desarrollo del plátano.

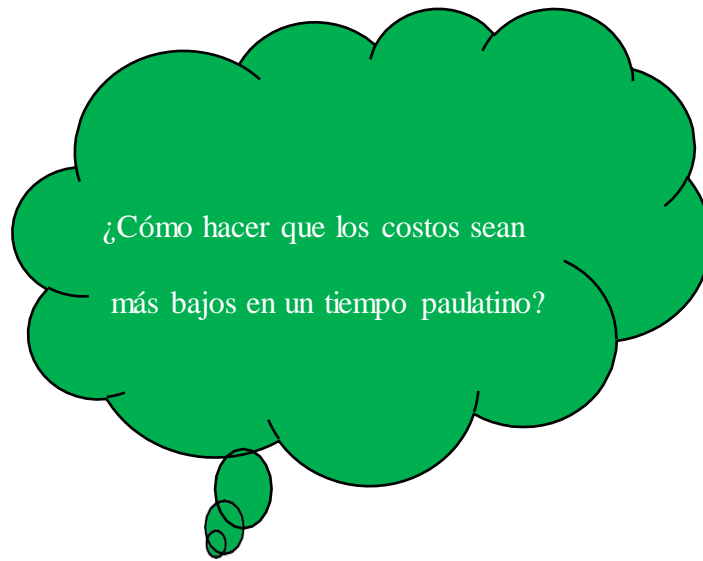
1.1 Árbol de problemas y objetivos:

ARBOL DE PROBLEMA



ARBOL DE OBJETIVOS





1. Manejo efectivo de capital
2. Ofertas
3. Reducir inventarios
4. Mejoramiento de la producción
5. Reducción del tiempo total del ciclo
6. Concienciar
7. Reducir el tiempo ocioso de máquinas y equipos de trabajo.
8. Acortamiento de las líneas de producción
9. Mejoramiento de calidad
10. Reducción de espacio utilizado
11. Promoción

3. DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO

INTERES/ DISPOSICION AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACION				
	(F)				(V)
- La idea de Negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer.	1	2	3	4	5
- No me incomoda decir a otros que me dedico a esta actividad.	1	2	3	4	5
- Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio.	1	2	3	4	5
- Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando.	1	2	3	4	5
N° TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN	1	0	0	1	2

Interpretación del Puntaje Total

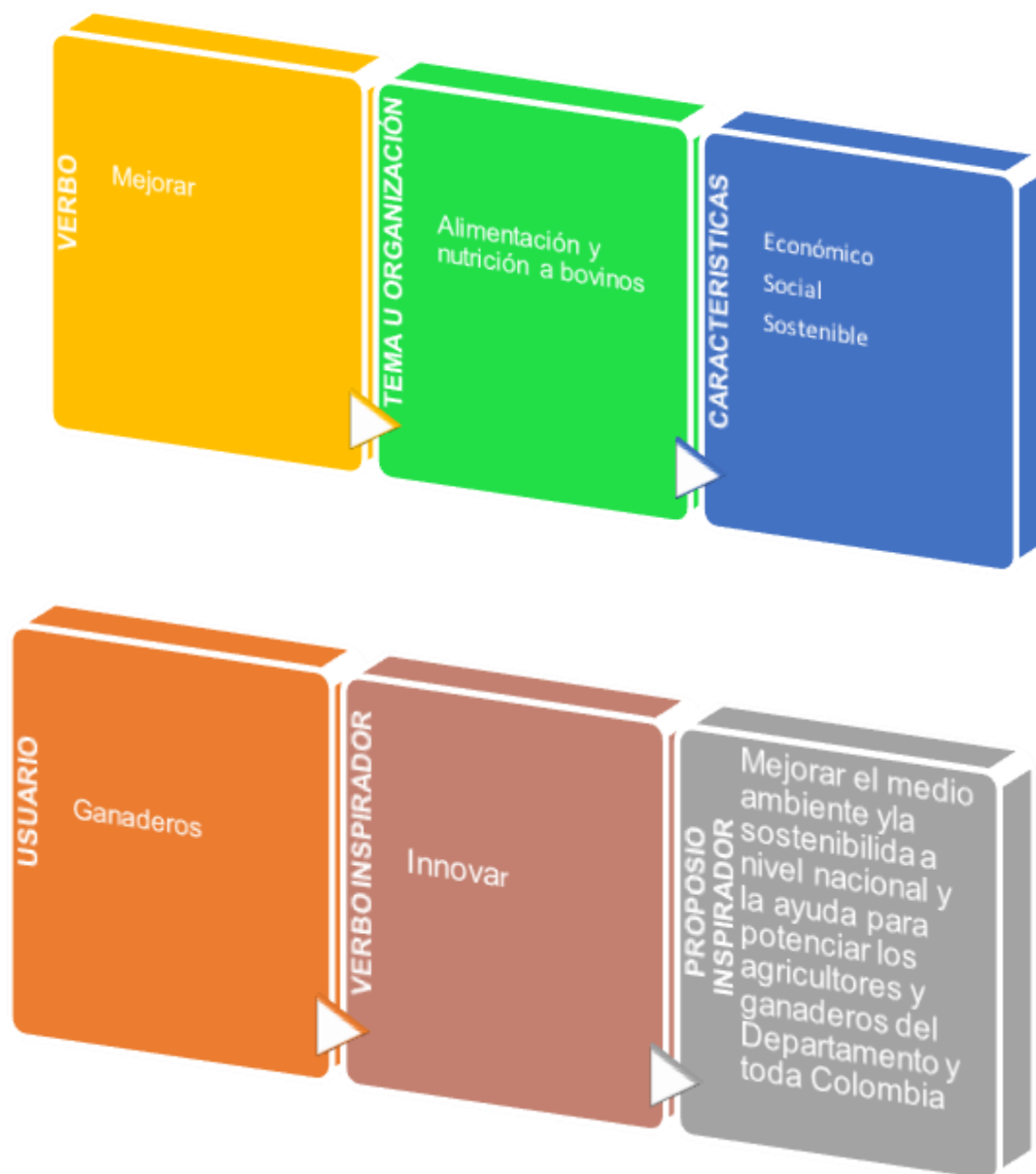
De 20 a 15 puntos: Tiene UD, una idea de negocio que le interesa realmente. Continúe analizándola.

De 15 a 20 puntos: Aparentemente esta idea de negocio no resulta apropiada para UD. Sin embargo, evalúe sus atributos para una mejor decisión al respecto.

Menos de 10 puntos: Para usted, en estos momentos, no vale la pena esta idea. No hay disposición para desarrollarla.

ESTRUCTURADE LA IDEA

¿Cuál es el producto o servicio?	Concentrado para bovinos.
¿Quién es el cliente potencial?	Ganaderos del Departamento.
¿Cuál es la necesidad?	Alimentación adecuada para los bovinos, que contenga un excelente contenido a un precio que se adecue al nivel económico.
¿Cómo funciona el producto o servicio?	Es un complemento que ayuda al funcionamiento de la mejora y la regulación del bovino en su proceso de vida, es decir; en la parte nutritiva, el crecimiento y la parte de lechería.
¿Por qué lo preferirían?	Porque es un producto económico confiable, y también ayuda a la sostenibilidad del medio ambiente.



4. INNOVACION

CampoConcentrado (CONCENTADO PARA BOVINOS)	
ESTRATEGIAS INNOVADORAS	
INNOVACIÓN EN MODELO DE NEGOCIO	INNOVACIÓN EN PRODUCTO
<p>CampoConcentrado tiene como modelo de innovación en el negocio, la necesidad de tener un cambio en el proceso del producto y un cambio social positivo que nos ayude a crecer como empresa.</p>	<p>CampoConcentrado es un producto innovador ya que existen en el mercado diferentes empresas que manejan concentrados para bovinos, pero Campo Concentrado hace una diferencia, ya que mejora este producto (concentrado para bovinos) aplicando nuevos ingredientes que ayudaran al mejorar el proceso y desarrollo de vida del bovino, dado así que habrá un nuevo producto en el mercado.</p>
INNOVACIÓN EN EL SERVICIO	INNOVACIÓN EN CANALES
<p>CampoConcentrado permite una innovación en el servicio, compartiendo la necesidad que tienen diariamente los ganaderos, teniendo en cuenta que la ganadería ha sido uno de los negocios más grandes que ha ido creciendo, los ganaderos tienen de alimentar a sus bovinos</p>	<p>CampoConcentrado tiene como objetivo principal crear un canal, cuyo nombre tendría AAB (Alimentación Adecuada para tus Bovinos), para tener informados a nuestros clientes de todos nuestros avances, ofertas, promociones, recomendaciones,etc.</p>

5. SOLUCION PARA EL PROBLEMA DE LOS COSTOS



Una de las empresas más reconocidas y que visiblemente ha tenido problemas en el sector de los costos ha sido la Empresa SOLLA.

SOLLA brinda soluciones para resolver el problema de costos como:

Asesoría en plantas: SOLLA a través de la División Industrial pone a disposición de sus aliados una amplia gama de servicios asesorando sus plantas de producción de alimento balanceado para lograr resultados zootécnicos que le permitan obtener el mejor costo beneficio en sus explotaciones pecuarias.

División y servicios: SOLLA desarrolla su actividad comercial a través de 5 divisiones creando estrategias para mejorar los costos.

CampoConcentrado (Concentrado para bovinos)	SOLLA S.A
<p>CampoConcentrado, será un producto de muy alta calidad ya que tendrá como ingrediente principal el plátano, tendrá innovación en el servicio por sus efectos positivos y confiabilidad en el crecimiento y desarrollo de los bovinos, teniendo en cuenta que ayudaremos a el medio ambiente y minimizar un porcentaje de pérdidas de los agricultores, CampoConcentrado quiere crear un canal, siendo el propietario del 100%.</p>	<p>SOLLA S.A es una de las empresas más grandes que trabaja en el sector de concentrados para animales, sus productos tiene la capacidad de la innovación en el servicio por su alta calidad, tiene un sin número de innovación de canales tecnológicos como: google, Facebook, Twitter, Tienda Virtual, etc.</p>

IDEA INNOVADORA:

Creación de Concentrado a base del Plátano y sus componentes.

Nuestra idea más prometedora e innovadora es la creación del Concentrado a base del plátano, porque si nos damos cuenta que en el sector de la agronomía las cosechas más grandes son de plátano, tanto así que por circunstancias de tiempo, producción, precio, etc., hay pérdidas para los agricultores, queremos dar solución a dos problemas muy visibles en la región del Departamento del Meta, que son:

La contaminación ambiental y la pérdida de ingresos a los agricultores. CampoConcentrado será un producto 100% confiable.

5. FUERZA DE LA INDUSTRIA

5.1 Contextualización de la empresa:



El tamaño inicial de nuestra empresa está clasificada como micro empresa, ya que esta tiende a tener una baja producción inicial y también la cantidad de trabajadores que se desempeñarán en ella. Estaremos ubicados en el municipio de Granada, en el departamento del Meta, esta será su primera sede, el comienzo de la larga y grande expansión que vendrá.

5.2 Análisis de la demanda:

- **Propósito:** Es importante tener en cuenta que se le debe otorgar a los futuros consumidores las posibilidades en la adquisición del producto, ya que el precio influye mucho para que los ganaderos compren nuestro producto. Es esencial obtener buenos productos para la elaboración efectiva de este.
- **Fuerzas que afectan los requerimientos del mercado:** Principalmente en la parte interna de la empresa sería el lanzamiento del producto, aceptación y posicionamiento, básicamente estos serían nuestros principales riesgos, ya que se habría invertido bastante

dinero para obtener un fracaso con este producto.

- **Necesidad del bien:** Claramente este producto tiene como objetivo cubrir 2 tipos de necesidades, que son: el ahorro al consumo del concentrado a los ganaderos, también a la efectiva nutrición y desarrollo de su bovino y cría, y la contribución a la compra de plátano nacional.

5.3 Análisis de la oferta:

- **Punto de vista del productor:** Como productores nos resulta algo inquietante la variación del precio del plátano, ya que como es de saberse baja y sube con frecuencia, esto genera que se pueda tener un aumento significativo en la producción y también en el precio que se le adaptara en los puntos de venta, lo que probablemente nos garantiza la devaluación o aumento constante de este, cabe destacar que nos veremos sumamente afectados si por lo mencionado anteriormente ya que uno de los objetivos como empresa es brindar productos que ayuden al ahorro del bolsillo de los ganaderos, dicho este, es muy probable que este precio aumente por la variación de precio y al aumentar el valor del producto puede que se disminuyan las ventas, lo que causaría pérdidas garantizadas para nosotros como empresa productora.
- **La función de la oferta:** Debemos analizar la relación que va a tener el precio del producto y la cantidad de la oferta del mismo. Principalmente debemos hacer variar este facto para que el precio me mantenga constante.
- **Ley de la oferta:** A mayor precio, mayor oferta, cuando aumenta el precio aumenta la cantidad de oferta. A menor precio menor cantidad de oferta, cuando se reduce el precio disminuye la cantidad de la oferta.

Cuanto mayor sea el precio al que se pueda vender el concentrado para bovinos, mayor será la cantidad de empresas o negocios que estén dispuestas a ofrecer y vender nuestro producto.

Esencialmente las empresas que más tienen actividad en la industria son 3, Solla S.A, Contegral, Itacol.

El plan de mercadeo debe ser el marco de referencia para la toma de decisiones. Es el medio que posibilita el fortalecimiento de la dirección de una empresa, dando coherencia y visión de futuro a los esfuerzos de la organización, mejorando la eficacia en las decisiones y alineando a todo el personal de la empresa en torno a los objetivos.

Factores	VARIABLES	ITALCOL	SOLLA	CONTEGRAL	FINCA	CIPA	COLANTA	SEGUIDORAS
Precio	Precio bajo	4	2	2	3	4	5	3
	Descuentos	5	3	3	3	4	2	5
Producto	Normatividad	4	4	4	4	4	4	2
	Calidad	5	5	4	4	4	3	2
	Presentación	4	5	5	4	4	4	3
	Tecnología	5	5	5	4	4	3	2
Plaza	Cobertura nacional	4	5	5	5	5	2	2
	Mercados internacionales	5	4	4	3	1	0	0
	Servicio técnico	4	5	5	4	4	2	0
	Capacitaciones	5	4	3	4	3	2	0
Desempeño en campo	Inocuidad	5	5	5	5	5	4	2
	Experimentación en campo	4	5	4	4	3	2	1
	Materias prima innovadoras	5	3	2	3	2	2	4
Sumatoria		59	55	51	50	47	35	26

La tabla anterior permite identificar que los factores que representan mayor importancia en el sector son: precio, producto y calidad y sobre ellos descansan los modelos de negocio. Cada factor contiene unas variables que pueden llegar a determinar la creación o destrucción de valor, por consiguiente, la generación de mayor o menor rentabilidad. 48 Al realizar la lectura del sector, se observa que SOLLA sirviera de referente para sus competidores, por ser la empresa con más trayectoria, además de generar grados de investigación y desarrollo de gran nivel con sus granjas experimentales, logrando así jalonar el desarrollo sostenido del sector.

Las demás empresas, especialmente Itacol realiza ciertas imitaciones de su principal competidor, SOLLA, brindando nuevas opciones de mercado a nuevos segmentos, con estrategias comerciales y nutricionales que se acomodan al presupuesto de sus clientes. Consiguiendo con esto ganar una ventaja competitiva en puntaje con relación a precio y promoción. En el caso de CONTEGRAL continúa muy de cerca solamente fallando en sus poderes de negociación frente a Itacol, pues carecen de materias primas innovadoras que les permitirían ganar ventajas en costos de producción y por ende en el precio reflejado al consumidor.

EMPRESA	FORTALEZA	SITUACION
Solla	Trayectoria	Actualmente empresa que más factura en el departamento panorama positivo en nuevas negociaciones e innovación.
Contegral	Servicio técnico	Planta de producción más moderna del país (Inversión Extranjera) cuenta con inversión española y chilena, rebajando en ventas según últimas lecturas del mercado.
Finca	Materia prima (Cebada)	En proceso de fusión con Contegral. Tiene productos muy diferenciales con respecto a las demás compañías por su materia prima a utilizar.

Amenaza de productos sustitutos:

La mayor amenaza en productos son las materias primas mejoradas, es decir, los mismos productos básicos que se usan para elaborar el alimento, pero que son comercializados ofreciéndolos con algunas mejoras sustanciales como vienen naturalmente un plátano común, ya no se ofrece así, sino por el contrario realizan nuevas transformaciones que hacen que los clientes se vean atraídos hacia este, lo que le ofrecerá una mayor asimilación al animal y lo que

se convierte en una desventaja frente a un alimento balanceado, pues con una o tal vez dos materias primas de ésta característica pueden suplir las necesidades del animal.

NOMBRE DEL COMPETIDOR	PRODUCTO	PRECIO	SERVICIO (VENTAJA COMPETITIVA)	UBICACION
Solla S.A	Nutrebolque energético, suplemento para invierno	\$34.000 bulto de 40 kg	Tiempo y personal altamente capacitado para el estudio de los animales, sus relaciones frente a la nutrición y con las condiciones genéticas que pueden ayudarnos a cambiar o mejorar el beneficio del producto final.	Mosquera- Cundinamarca, 15 km vía occidente
Contegral	Novillonas	\$ 33.000 bulto de 40 kg	La nutrición animal es nuestra prioridad, por eso basamos nuestro trabajo en los 5 pilares estratégicos,	Medellín- Antioquia

			con los que marcamos la diferencia; calidad, precio justo, asistencia técnica, oportunidad en la entrega y calidad en la relación comercial.	
Italco	Súper terneras	\$ 32.000 bulto de 40 kg	El programa de suplementación de ganado de leche cuenta con productos de alta calidad para tres importantes fases del ciclo productivo de la ganadería de leche: crianza y levante, suplementación para fase de lactancia y fase de transición.	Funza, Mosquera- Cundinamarca

5.4 Análisis de la comercialización y proveedores:

Necesitaremos a proveedores internos, los cuales nos ayudaran a definir informes financieros y estudios de mercado. Los proveedores externos son aquellos que nos facilitaran las materias primas (el plátano), en este caso nosotros como empresa nos encargaremos de la compra de la materia prima para su transformación, siendo más específicos nuestros proveedores iniciales serian agricultores plataneros de la zona departamental.

- **Canales de distribución:**

CANAL		RECORRIDO							
Directo	Fabric ante	X	CampoConcentrados				1	Consumi dor	
Corto	Fabric ante	X	CampoConcentrados		X	Detall ista	2	Consumi dor	
Largo	Fabric ante	X	CampoConcentr ados	X	Mayor ista	X	Detall ista	3	Consumi dor


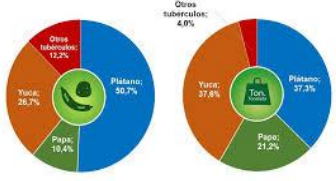
- **Criterios para la selección de proveedores:**

1. Reputación
2. Localización
3. Facilidades de pago
4. Rapidez de entrega
5. Servicio postventa y garantías
6. Experiencia
7. Relación calidad-precio

6. SEGMENTACION DEL MERCADO

- **Bondades del concentrado para bovinos:**

1. Cuidado al medio ambiente
2. Mayores nutrientes
3. Menos costoso
4. No generan adicción
5. Efectiva nutrición
6. No tiene efectos secundarios
7. Rápida eficacia en el animal
8. Ayuda al engorde
9. Optimo crecimiento
10. Buena digestión
11. No corta la leche de su ganado
12. Ayuda en el embarazo a su cría
13. Fortalece su metabolismo
14. 100% natural
15. Innovación constante con el producto

 <p>Mi nombre es Camilo López, tengo 23 años, tengo hijos gemelos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tengo miedo a estar solo. • Me frustran las acciones negativas a de las personas • Mi peor ansiedad es tenerles fobia a los espacios cerrados 	<ul style="list-style-type: none"> • Deseo que mi negocio de plátano prospere mucho más. • Necesito completar mis estudios básicos. • Anhele ser un economista. • Sueño con viajar por todo el mundo.
	<p>Estoy tratando de educarme financieramente para poder manejar mis recursos, en mi caso es muy importante porque tengo un pequeño emprendimiento y quiero administrar mejor mis recursos.</p>	<p>Con mucha disciplina y esfuerzo, yo diría que mi barrera es no tener una actividad estable con la venta del plátano, ya que no cuento con grandes compradores, eso hace que me impida prosperar</p>
<p>Frase que mejor describe sus experiencias.</p>	<p>Una experiencia nunca es un fracaso, pues siempre viene a demostrar algo.</p> <p><i><u>Tomas Alva Edison</u></i></p>	

¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?	Motivación, ¿cómo cree que se puede cambiar el mundo?
----------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------

6.1 Las personas similares a nuestros clientes ideales son aquellos ganaderos que desean el mejor desarrollo y actividad en sus crías y ganado, también están en esos agricultores colombianos, a los que el gobierno no ayuda mucho a expandirse ya que compramos este producto del extranjero, esos son nuestros clientes ideales, ganaderos, agricultores y campesinos que deseen un mejor servicio, que quieran obtener productos de calidad y que sobre todo puedan sentir que su necesidad ha sido satisfecha, somos una empresa que piensa en todas las necesidades de los agricultores y campesinos de clase baja y media. Nuestro mayor objetivo brindarles sostenibilidad a sus recursos y a su vez transformarlos para generar algo mejor.

6.2 Nuestro cliente debe tener la mayor confiabilidad en nuestros productos, por eso deseamos que sean:

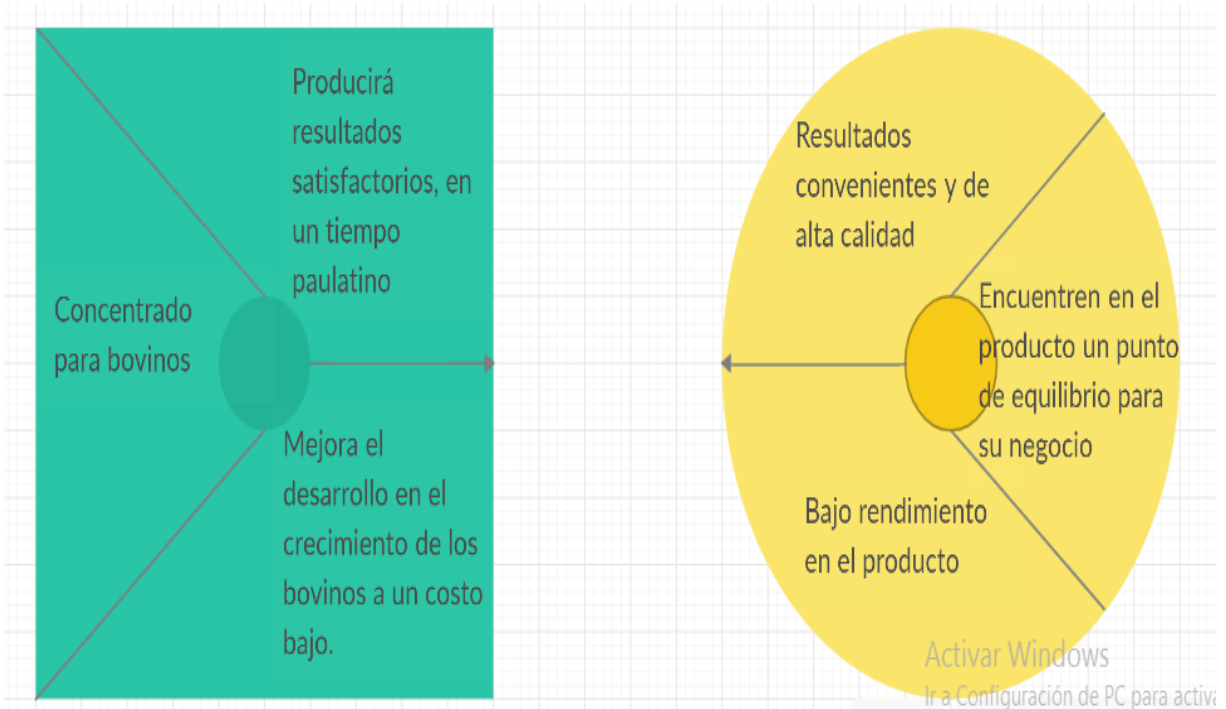
- Apoyo constante
- Actitud positiva
- Empatía
- Buena propaganda al producto

6.3 El entorno de nuestro cliente ideal, permanece entre su familia, amigos, y demás trabajadores, agricultores.

6.4 Como empresa creemos que es necesario potencializar el cuidado al medio ambiente, y que mejor que no solo haciendo que la empresa y sus funcionarios lo hagan, si no también motiva e incentivar a que los clientes nos ayuden a conformar esta misión como empresa. Por

otra parte queremos contribuir a sus clientes con el mejor cuidado y la mejor alimentación que se le pueda prologar a su res, dándoles eficacia y confiabilidad a la hora de utilizar nuestro concentrado, es esencial poderle brindar la confiabilidad al cliente de que sus bovinos van a estar seguros y favorecidos, ya que no todos los concentrados son 100% efectivos y más allá de eso, generan efectos secundarios, como deformaciones en las crías de ganado cuando la vaca está en el proceso de gestación, es bien preciso aclarar que nuestro producto al estar elaborado en total cantidad e plátano, no generara ningún tipo de deformación y aspectos que se le parezca, al contrario, ayudara al mejor crecimiento y desarrollo durante y después del periodo de gestación de la vaca. Este producto estará pasando por continuas innovaciones, no solo para los bovinos, también para los equinos, y que satisfactorio es poderle brindar todas estas posibilidades a los clientes a un bajo costo.

7.



7.1 DEFINICIÓN ESTRATÉGICA

1. ARTÍCULO 2º. Modifíquese el artículo 358 del Código Sustantivo del Trabajo, el cual quedará así:
2. Artículo 358. Libertad de afiliación.
3. Los sindicatos son organizaciones de libre ingreso y retiro de los trabajadores. En los estatutos se reglamentará la coparticipación en instituciones de beneficio mutuo que hubiere establecido el sindicato con aportes de sus miembros.

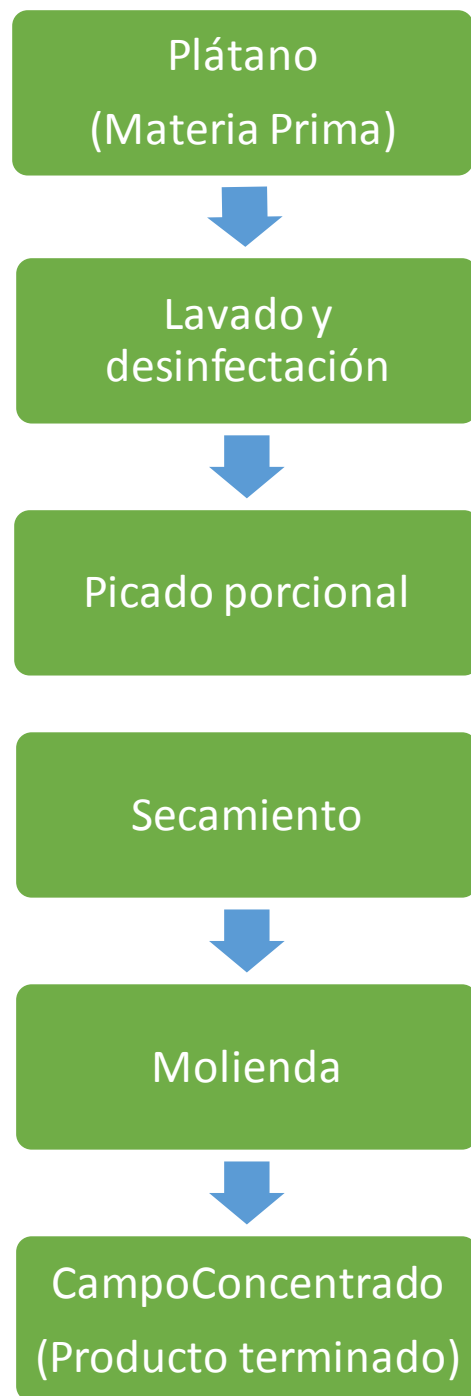
1. DISEÑO DE PRODUCTO

8.1 MATERIALES:

1. EMPAQUE: Cartón biodegradable, fibra, plástico.
2. PRODUCTO: Plátano

MAQUINARIA:

MAQUINA	PRECIO
1. Máquina Rebanadora	\$ 10.300.000
2. Máquina Deshidratadora	\$ 32.400.000
3. Máquina de Molienda	\$ 9.696.200

DISEÑO EN DETALLE

8. CADENA DISTRIBUCIÓN



9. COSTOS DE PRODUCCIÓN

CampoConcentrado Nutrición Confiable	
COSTOS FIJOS	\$ 56.696.200
COSTOS VARIABLES	\$ 11.500.000
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 68.196.200
PRECIO DE VENTA	\$ 30.000 – 40 KL

VALIDACIÓN Y VERIFICACIÓN

9.1 INDICADORES DE CALIDAD

1. Realizar pruebas con los clientes
2. Alcance en redes sociales
3. Número de visitas a la página
4. Porcentaje de participación del producto
5. Promover conceptos de apoyo con expertos
6. Tiempo de pertenencia de los clientes en la página web
7. Índice de satisfacción de los clientes con a marca
8. Porcentaje de clientes influenciados por avance
9. Evaluar porcentaje de satisfacción por medio de una encuesta
10. Efectuar seguimiento al proceso de innovación

9.2 PRODUCCIÓN

- EMPAQUE

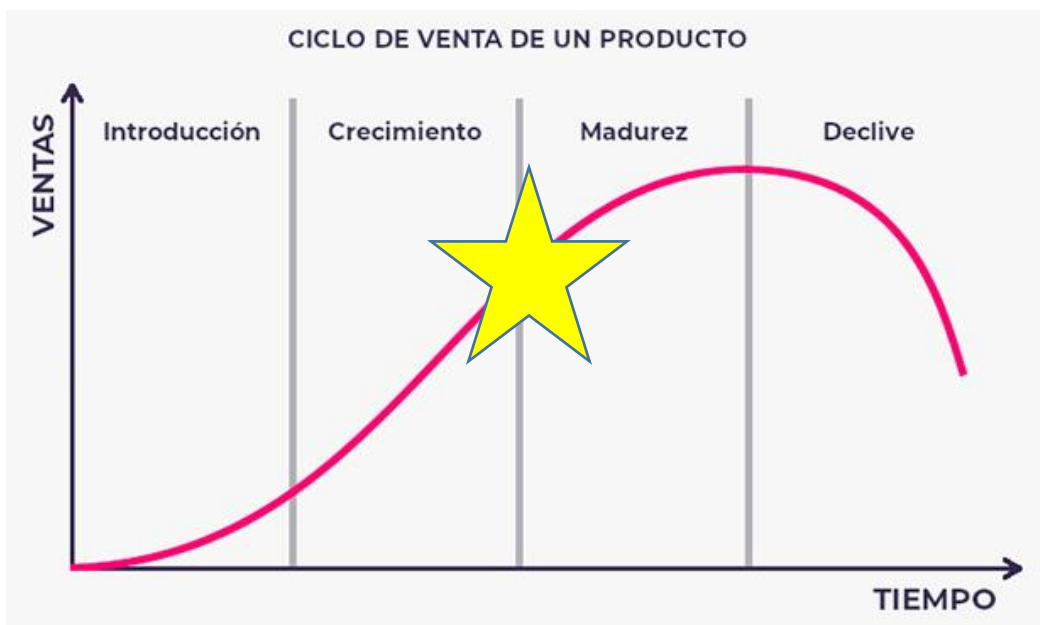


- FICHA TÉCNIC



IDENTIFICACIÓN DE FASE

CampoConcentrados se encuentra en la fase del ciclo de vida del producto en CRECIMIENTO.



10. PROTOTIPO

Características del prototipo:

En este proceso de volver tangible el producto, tenemos preparadas ciertas características del empaque en el que se va a dar a conocer nuestro producto en la industria de concentrados.

Diseñamos para que nuestros clientes se sientan atraídos por nuestra marca, algo sencillo, pero a su vez que agrade a las personas haciendo que se sientan atraídas por el concentrado, contamos con tres formas para que el cliente tenga posibilidad de elegir de qué forma puede acceder a este, el primer empaque está diseñado para almacenar 40 kg de concentrado, se ofrecerá a los consumidores en sacos laminados por fibra, la cual contara con los tonos de colores correspondientes como blanco y en degrade un tono amarillo claro, se podrá apreciar el logo de la empresa (campo concentrados) con su eslogan correspondiente (nutrición confiable), tabla nutricional, una pequeña introducción del producto, observaciones y contra indicaciones, registro del ICA, medidas preventivas, modo de uso, código de barras y fecha límite de vencimiento. El

segundo diseño es una caja grande diseñada para almacenar 12 unidades de 40 kg, esta contara con ciertas especificaciones características similares a la anterior pero más sencillas, empezando con su color, azul claro o en presentación blanca con degrade en color palo de rosa, esta solo contara con la cantidad de unidades como información y el logo de la empresa con su eslogan. También contaremos con otra caja de 3000 g, esta tendrá los mismos colores que la caja anterior y contará con el logo de la empresa con su respectivo eslogan, nombre del producto (concentrado para bovinos), y la información nutricional, fecha de vencimiento y su código de barras.

Características del producto:

Este concentrado para bovinos está destinado a la suplementación y crecimiento del bovino, en todo el territorio perteneciente al departamento del Meta, y otras zonas ganaderas alrededor del país, en forrajes donde el contenido del fosforo sea realmente bajo entre 0.20 y 0.30%.

También el concentrado para bovinos está formulado con ingredientes de la más alta calidad, con fuentes de fósforo de alta disponibilidad biológica que garantizan la apropiada incorporación del fósforo consumido al metabolismo del animal. Además, contiene un completísimo suplemento de minerales y es lo suficientemente confiable para asegurar un adecuado consumo.

Es importante no suministrarle este tipo de concentrado a los equinos, ya que pueden tener un efecto secundario en el animal

Su composición a base de plátano y otros ingredientes tales como calcio, fosforo, cloruro, flúor, magnesio es netamente garantizada para la efectividad de los bovinos.

Interacción entre el cliente y el prototipo

Inicialmente pretendemos tener una sede principal de nuestra empresa en el municipio de Granada- Meta, ya que este municipio cuenta con un comercio de flujo constante, en la sede se ofrecerán los 3 prototipos, también se trasladaran o venderán a sitios en donde vengan todo tipo de insumos y demás, más conocidos como sitios agrícolas en donde generan comercialización, estos serán repartidos a los que deseen comprar nuestro producto, lo esencial y fundamental es dar a conocer nuestro producto en el departamento del Meta, para que de esta forma sea más efectiva la expansión a nivel nacional. Esperamos que nuestro producto llene todas las expectativas de los clientes y consumidores.

Prototipo Tangible:

Cabe resaltar, que este diseño que es presentado a continuación no está elaborado en los sacos laminados por fibra que se venían mencionando con anterioridad, no se realizó con este material ya que no contamos con los recursos económicos para realizarlo, se realizó el prototipo en estilo borrador, utilizando materiales como, cartulina, papel boom, silicona líquida, tijeras y pulmones.





11. MODELO RUNNING LEAN

 LIENZO LEAN CANVAS				
PROBLEMA	SOLUCIÓN	PROPOSICIÓN DE VALOR ÚNICA	VENTAJA ESPECIAL	SEGMENTO DE CLIENTES
<ul style="list-style-type: none"> El problema por el que padece el cliente es el consumo excesivo de carne y su contribución al cambio climático El problema del producto es su poco reconocimiento y estado económico inicial 	<ul style="list-style-type: none"> Hecho a base de plátano Nutrición garantizada Precio favorable Eficaz <p>MÉTRICAS CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> Asesores comerciales Páginas web Tiendas y sedes físicas Personal apto 	<p>Campo concentrados es la única empresa dedicada al concentrado a base de plátano, generando una muy buena garantía y a un precio accesible. Cabe destacar que estamos contribuyendo al apoyo a la economía nacional de pequeños agricultores del país</p>	<p>Nutrición confiable y de alta calidad</p> <p>CANALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Cana físico como centros de insumos Canales digitales como redes sociales, radio, televisión. 	<ul style="list-style-type: none"> Propietarios de ganado Bovinos
<p>ESTRUCTURA DE COSTES</p> <ul style="list-style-type: none"> Costes de personal y materias primas Costes de mantenimiento en maquinaria Costes de mantenimiento en sitios web Costes de publicidad Costes de pago a proveedores 		<p>FLUJO DE INGRESOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Ingresos por pagos puntuales Son precios fijos Los clientes nos compran por la excelente calidad y buenos resultados en el animal Administrando de forma coherente los recursos económicos de la empresa. 		

12. VALIDACION DE NEGOCIO

I. HIPOTESIS.

El campo es un lugar útil para hacer fluir cada producto natural, de esta forma podemos generar ingresos sólidos, pero es necesario destacar que no todos los seres humanos tienen la templanza y efectividad en este sitio, ya sea porque no cuentan con la experiencia suficiente para adaptarse a ella, o no administran de forma coherente sus recursos, estos claramente en algún momento llegarán a ser limitados, pero lo que se acaba de plantar anteriormente abre camino a nuestra idea de negocio, Campo Concentrados, que fue creado para poder brindarle a cierto beneficio a los

grandes, medianos y pequeños agricultores que se dedican a cultivar plátano, de esta forma podemos contribuir con la economía del país, es necesario destacar que los agricultores de un país como Colombia, no cuentan con un apoyo económico constante por parte del gobierno, tampoco con una transición positiva en el mercado del exterior, por ende deseamos potencializar la agricultura nacional de todo el país.

Por otra parte, los productos que se comercializan o se mueven en el mercado de concentrado para bovinos no está siendo efectivo, día a día un cierto porcentaje de ganaderos tiene comentarios negativos con respecto a este tipo de productos, aunque este mercado cuenta con una gran variedad de concentrados y marcas que diseñan e innovan estos productos, no todas estas empresas tienen un surgimiento efectivo asegurado en este mercado. La incógnita en este momento es, ¿Cómo generar un producto de excelente calidad y de una alta nutrición?, pues bien. Consideramos entrevistar a distintos tipos de ganaderos, evaluamos nuestro nicho de mercado y llegamos a la conclusión que estos productos a pesar de tener una alta variedad no alcanzan o no llenan las expectativas de los clientes en su totalidad por que en ocasión este tipo de concentrados le da una serie de efectos secundarios al bovino, y en otro caso, sino es al bovino es a su cría, mal formaciones, delgadez entre otras cosas que no hacen que su alimentación sea 100% confiable.

Como empresa en proceso confiamos en que nuestro modelo de negocio de dará un giro a todo esto que se ha venido presentando, no solo porque nuestro ingrediente fundamental es el plátano, sino porque garantizaremos seguridad a los animales que consuman este producto, y claro está, el

bolsillo del cliente (ganaderos), quienes son los que ayudan a proveer una gran cadena de alimentos derivados de la leche que produce su ganado.

13. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACION

13.1 Objetivo general:

Buscamos tener un buen impacto a futuro con la calidad del producto y sus beneficios representados en los resultados finales del crecimiento y el desarrollo de los animales que fueron expuestos al proceso de investigación generándole garantía y confiabilidad al cliente y consumidor.

• Objetivos específicos:

1. Contribuir a la población ganadera del Meta inicialmente, brindándoles efectividad con el resultado de sus bovinos.
2. Contribuir a los agricultores del Meta inicialmente, de este modo podremos ayudar al mejor desarrollo de la economía del país.
3. Contribuir al medio ambiente, reducción la contaminación que las bolsas y perdidas del plátano le dan a la tierra.

• Tipo de investigación:

Optamos por realizar la investigación tipo cuantitativa, de este modo podríamos obtener cifras estadísticas exactas para tener un análisis cabal sobre la alimentación y otros aspectos que se aplicaron en la encuesta.

• Formulario de encuesta:

1. ¿Tiene usted bovinos?
 - a) Si
 - b) No

2. Cantidad de bovinos que tiene en su propiedad
 - a) 20 a 50 bovinos
 - b) 51 a 100 bovinos
 - c) 101 a 200 bovinos
 - d) Mayor a 201 bovinos

3. Al momento de usted comprar el alimento para sus bovinos, ¿Qué es lo primero que toma en cuenta?
 - a) La marca
 - b) El precio
 - c) La presentación
 - d) La cantidad
 - e) Todas la anteriores

4. ¿Qué tipo de alimentos para sus bovinos prefiere usted?
 - a) Pasto
 - b) Maíz
 - c) El sorgo de grano y forraje
 - d) Melaza
 - e) Concentrado para bovinos
 - f) Todas las anteriores

5. ¿A cuál de estos lugares suele acudir con frecuencia para comprar el alimento para sus bovinos?
- a) Tienda de barrio
 - b) Supermercado central
 - c) Veterinaria
 - d) Ninguna de las anteriores
6. ¿Con qué frecuencia compra usted alimento para sus bovinos?
- a) Diario
 - b) Semanal
 - c) Mensual
 - d) Cada 3 meses
 - e) Cada 6 meses
 - f) Ninguna de las anteriores
7. ¿A qué precio cree usted que es cómodo para el alimento de sus bovinos en una cantidad de 50 KG?
- a) \$20.000 a 30.000 pesos
 - b) \$31.000 a 50.000 pesos
 - c) \$51.000 A 80.000 pesos
 - d) Todos son aceptables

- **Tamaño de muestra**

Población de ganaderos: 2'174.885.174

Margen de error: 2%

Nivel de confianza: 100%

$n = 2'174.885.174$

$d = 2\%$

$p = 0,5$

$q = 0,5$

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

$$n = \frac{(1645)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,02)^2}$$

$$n = \frac{(2,706025) \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{0,0004}$$

$$n = \frac{0,67650625}{0,0004}$$

$n = 1.691,26$

Formula

$$n = \frac{n -$$

$$\frac{n -$$

$$1 + n$$

Reemplazar

$$n = \frac{1.691,26}{\frac{1.691,26}{2'174.885,174}}$$

$$n = \frac{1.691,26}{1,000}$$

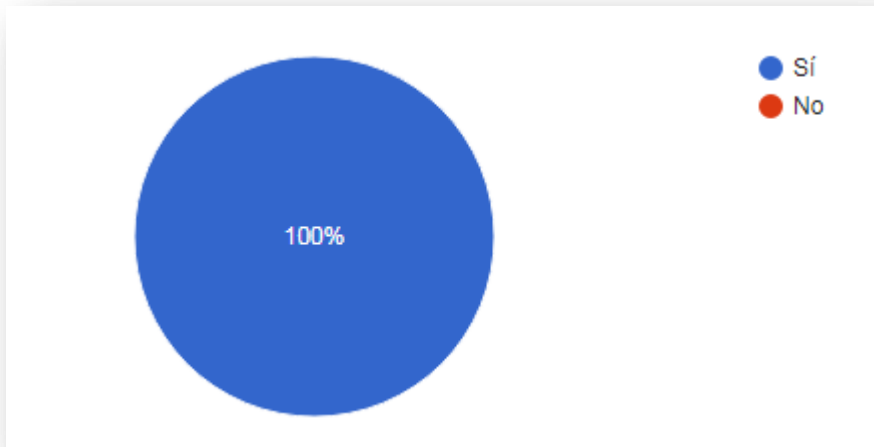
Tamaño de muestra

$$n = 1.691,26$$

14. ANALISI DE INFORMACION

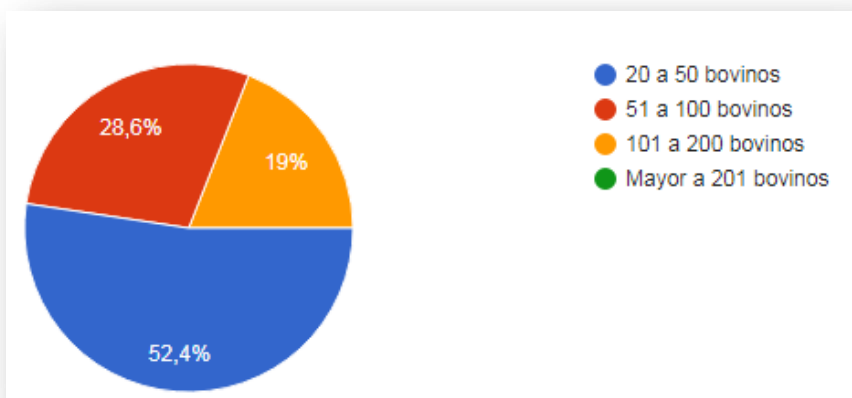
1. ¿Tiene usted bovinos?

- c) Si
- d) No



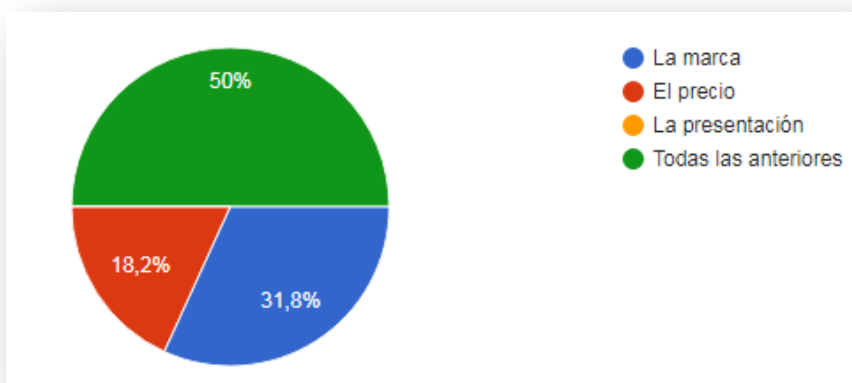
2. Cantidad de bovinos que tiene en su propiedad

- e) 20 a 50 bovinos
- f) 51 a 100 bovinos
- g) 101 a 200 bovinos
- h) Mayor a 201 bovinos



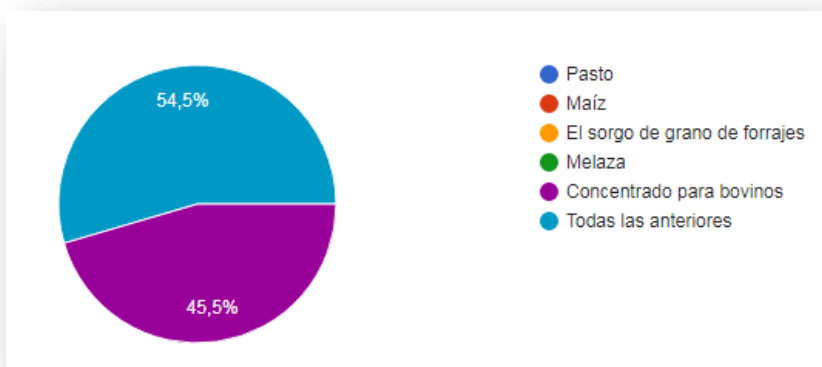
3. Al momento de usted comprar el alimento para sus bovinos, ¿Qué es lo primero que toma en cuenta?

- f) La marca
- g) El precio
- h) La presentación
- i) La cantidad
- j) Todas la anteriores



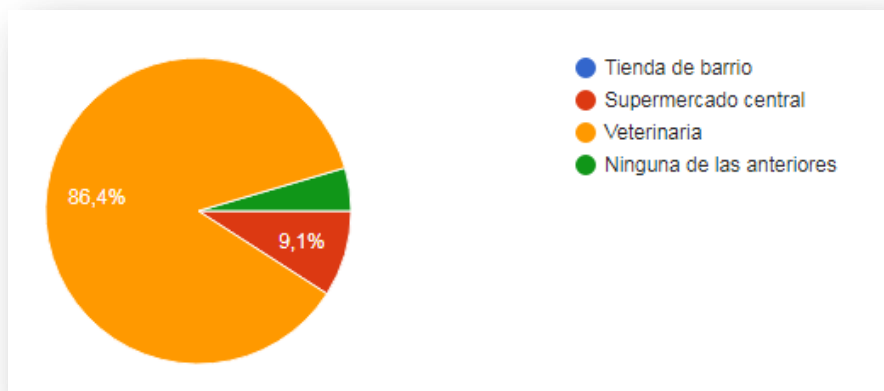
4. ¿Qué tipo de alimentos para sus bovinos prefiere usted?

- g) Pasto
- h) Maíz
- i) El sorgo de grano y forraje
- j) Melaza
- k) Concentrado para bovinos
- l) Todas las anteriores



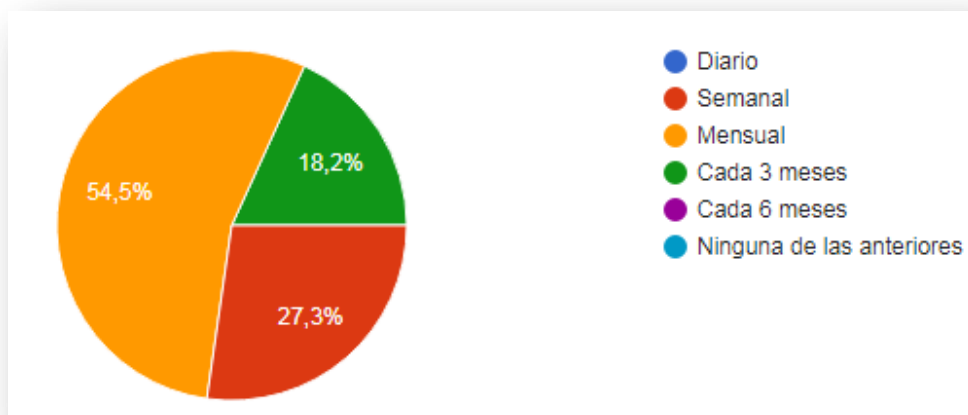
5. ¿A cuál de estos lugares suele acudir con frecuencia para comprar el alimento para sus bovinos?

- e) Tienda de barrio
- f) Supermercado central
- g) Veterinaria
- h) Ninguna de las anteriores



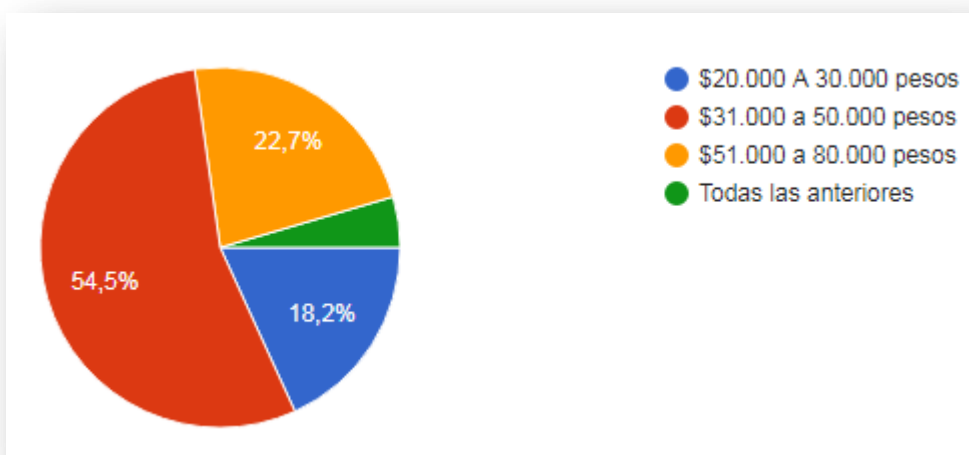
6. ¿Con qué frecuencia compra usted alimento para sus bovinos?

- g) Diario
- h) Semanal
- i) Mensual
- j) Cada 3 meses
- k) Cada 6 meses
- l) Ninguna de las anteriores



7. ¿A qué precio cree usted que es cómodo para el alimento de sus bovinos en una cantidad de 50 KG?

- e) \$20.000 a 30.000 pesos
- f) \$31.000 a 50.000 pesos
- g) \$51.000 A 80.000 pesos
- h) Todos son aceptables



- **Conclusiones de la encuesta**

La encuesta nos permitió analizar unas cifras detalladas de todos los aspectos que como empresa creemos necesarios, deducimos que, nuestro producto en el mercado tendría un impacto positivo, ya que la gran mayoría de ganaderos encuestados dicen que prefieren el concentrado para bovinos como método de alimentación, teniendo en cuenta que el precio que decidimos darle al producto se puede ver reflejado de forma positiva ante los encuestados.

RESUMEN

Consideramos que nuestro producto es rentable ya que se adecua a las necesidades que presentan esta comunidad agrícola y ganadera, no solo del departamento sino del todo el país, es necesarios optar por garantizarle la seguridad y beneficios adicionales a los clientes para que estos se sientan plenamente seguros de elegirnos primero a nosotros que a otras empresas, esperamos que nuestro producto tenga un buen impacto en el departamento y en todo el mercado de concentrados.

Bibliografía

- Alexander Daza Corredor, M. S. (2019). *Creación de valor compartido en organizaciones cooperativas de la región*. Bogotá.
- Departamento Administrativo de Estadísticas. (s.f.). Recuperado el 22 de NOVIEMBRE de 2020, de DANE: <https://www.dane.gov.co/>
- Kao, E. V. (2005). *El Metodo E Para Emprendedores*.
- Kiyosaki, R. T. (2012). *Padre rico. Padre pobre*.
- Perez, J. (2005). *Banco de la Republica de Colombia*. Obtenido de Microeconomía de la ganadería colombiana: <https://repositorio.banrep.gov.co/handle/20.500.12134/9368>
- Posada, A. L. (12 de julio de 1948). *SOLLA S.A.* Obtenido de <https://www.solla.com/>