

Conexagro



Conectemos el campo

Daniel Felipe Duarte Castañeda

Walter Alberto Orozco Alvarado

Nelson Eduardo Pabón Pabón

<https://conexagroconectemo.wixsite.com/misitio>

<https://www.facebook.com/Conexagro-116526700192757/>

<https://www.instagram.com/conexagro.c/>

https://twitter.com/agro_conex

https://www.youtube.com/channel/UCgfFIASihzXWYcf61FQhkow/?guided_help_flo

w=5

Compromiso de los autores

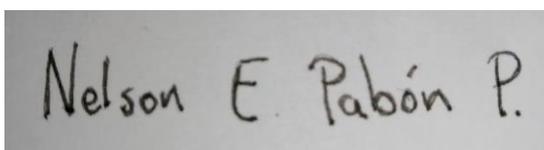
Yo Daniel Felipe Duarte Castañeda identificado con C.C 1014283113 estudiante del programa Ingeniería de Sistemas declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma



Yo Nelson Eduardo Pabón Pabón identificado con C.C 1012462196 estudiante del programa Ingeniería de Sistemas declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma



Yo Walter Alberto Orozco Alvarado identificado con C.C 11445221 de Facatativá estudiante del programa Administración de empresas agroindustriales declaró que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma



Contenido

Compromiso de los autores	2
Introducción	9
Objetivos	9
Objetivo general	9
Objetivos específicos	10
Claves para el éxito	10
I CORTE:	11
INNOVACIÓN	11
1. Descripción de la idea de negocio	12
2. Modelo de negocio	13
<i>¿Cuál es su modelo de venta por internet?</i>	14
3. Innovación sostenible	15
4. Océano azul/Fuerzas de Porter	17
<i>4.1 Estrategia del océano azul</i>	17
<i>4.2 Fuerzas de Porter</i>	19
<i>4.3 Resumen ejecutivo</i>	21
II CORTE:	22
PLAN DE NEGOCIOS	22
5. Marketing MIX	23
<i>5.1 Estrategia de productos para clientes</i>	23

5.2 <i>Estrategia de precios</i>	24
5.3 <i>Estrategia de distribución</i>	24
5.4 <i>Estrategia de comunicación</i>	25
6. Desarrollo de marca	26
7. Marketing digital	27
7.1 <i>Página web</i>	27
7.2 <i>Dispositivo móvil</i>	31
8. Estrategia de marketing digital	32
8.1 <i>Estrategias de publicidad</i>	32
8.2 <i>Historia</i>	34
8.3 <i>Página web y Redes sociales</i>	35
9. Métricas clave	35
III CORTE:	37
ESTUDIO TECNICO	37
10. Estudio Técnico I	38
10.1 <i>Localización del proyecto</i>	38
10.2 <i>Distribución y diseño de las instalaciones</i>	46
11. Estudio Técnico II	48
11.1 <i>Ingeniería del proyecto</i>	48
12. Estudio Técnico III	51
12.1 <i>Ficha técnica</i>	51

13. Producto mínimo viable	53
Bibliografía	55

Índice de tablas

Tabla 1. Descripción de negocio.....	12
Tabla 2. Modelo de ventas por internet	14
Tabla 3. Innovación sostenible	15
Tabla 4. Portafolio	24
Tabla 5. Marketing MIX	25
Tabla 6. Matriz de desarrollo de marca	26
Tabla 7. Requerimientos de operación.....	41
Tabla 8. Especificaciones de las áreas	47
Tabla 9. Requerimientos de operación.....	49
Tabla 10. Ficha técnica	51

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Imágenes de referencia	12
Ilustración 2. Modelo de negocio.....	13
Ilustración 3. Matriz ERIC.....	17
Ilustración 4. Curva de valor.....	18
Ilustración 5. Página web	29
Ilustración 6. Acerca de: página web	30
Ilustración 7. Contacto: página web.....	30
Ilustración 8. Página web en dispositivo móvil	31
Ilustración 9. Campaña 1: página web	32
Ilustración 10. Campaña 2: página web	33
Ilustración 11. Campaña 3: página web	34
Ilustración 12. Alcance de la página de Instagram	36
Ilustración 13. Localización de Sugamuxi: Obtenido de Wikipedia	39
Ilustración 14. Ubicacion satelital del lote: Obtenido de Google maps.....	40
Ilustración 15. Planos del proyecto	48
Ilustración 16. Flujograma	50
Ilustración 17. Story board.....	53

Introducción

A medida que avanza la tecnología y aumenta la importancia de la agricultura por el crecimiento de la población en Colombia, se tiende a crear más empresas agricultoras, negocios al por menor y mayor y las ya existentes se expanden. Esto desencadena mayores dificultades y una de ellas es la de encontrar clientes disponibles o los clientes de encontrar proveedores confiables o disponibles

Nosotros Conexagro brindamos un servicio de aplicación web, la cual es un portal de PPO (publicidad, promoción y oferta) por la cual facilitaremos la búsqueda de vendedores-agricultores y viceversa en la cual el usuario (comercializador, agricultor o proveedor) se publicitaria por medio de la aplicación, donde no tendrá limitaciones al público que desee llegar (nacional o internacionalmente), también contará con ajustes personalizados en la promoción como en la reputación de un proveedor y comprador-vendedor.

Objetivos

Objetivo general

Brindar a los productores agrícolas y comercializadores minoristas y mayoristas una mayor expansión, introducción, demandantes en el mercado y la posibilidad de ofertar sus productos a nuevos clientes por medio de una aplicación web que estará compuesta por un portal web.

Objetivos específicos

1. Identificar los inconvenientes que tiene un productor agrónomo para la venta de sus productos o de un comercializador minorista o mayorista a la hora de conseguir proveedores.
2. Reconocer la función de las aplicaciones web como herramientas conectoras entre productos o servicios y clientes en distintas áreas.
3. Desarrollar la aplicación web teniendo en cuenta la información recolectada.
4. Actualizar el software en puntos claves del crecimiento de este para llegar a un mercado internacional.
5. Ayudar al medio ambiente por medio de la plantación de un árbol mediante visitas a la aplicación web.

Claves para el éxito

- Fácil manejo de la aplicación que garantizara interés en cualquier cliente (agricultor y comercializador).
- Bajo costo de mantenimiento de la aplicación que asegurará menos gastos para la empresa conexagro.
- Atracción de mayor público por el método océano azul “Siembra un árbol con tus visitas”, que por cada visita parte de la ganancia irá a la siembra de árboles en zonas deforestadas de Colombia.

I CORTE:

INNOVACIÓN

1. Descripción de la idea de negocio

Tabla 1. Descripción de negocio

<p>¿Cuál es el producto o servicio?</p>	<p>Servicio de un portal de PPO (publicidad, promoción y oferta) destinada a las empresas agricultoras y vendedores, con el fin de darse a conocer a otros mercados sin límites geográficos, expansión de ventas (agricultores) y más obtención de proveedores o de confianza (comercializadores).</p>
<p>¿Quién es el cliente potencial?</p>	<p>Toda empresa de agricultura o de campesinos cultivadores que necesiten promocionar sus productos a un mayor mercado y comercializadores mayorista o minoristas que estén buscando proveedores.</p>
<p>¿Cuál es la necesidad?</p>	<p>Satisfacer la necesidad de los usuarios (vendedores, agricultores o proveedores) de facilitar mayor expansión en el mercado operante y aumentando ganancias.</p>
<p>¿Cómo?</p>	<p>Creando una aplicación web adecuada tanto para PC como para celular (con un bajo consumo de datos), facilitando su uso con un diseño atractivo, con un sin fin de preferencias o personalizaciones de acuerdo al gusto del usuario a la hora de publicitarse y asegure una operabilidad eficiente y eficaz a realizar.</p>
<p>¿Por qué lo preferirán?</p>	<p>Por su facilidad de llegar a más y mayores mercados, en menor tiempo y sobre todo a contribuir al medio ambiente (Ver estrategia de océano azul).</p>

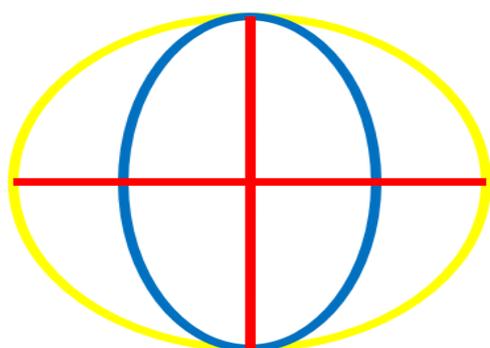


Ilustración 1. Imágenes de referencia

2. Modelo de negocio



Ilustración 2. Modelo de negocio

¿Cuál es su modelo de venta por internet?

Tabla 2. Modelo de ventas por internet

<p style="text-align: center;">¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?</p> <p>Al ser una aplicación web enfocada a los productores agrícolas y comercializadores, para llegar al público objetivo es posible en dos pasos:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Una campaña publicitaria en redes sociales como Facebook o Instagram, donde se exprese el afán de contribuir al medio ambiente por la campaña de plantación de árboles por visitas a la página.2. Por medio del “boca a boca” debido a que el primer paso esté ejecutado, las personas ayudarán compartiendo la aplicación web para llegar al número de visitas varias veces y plantar mayor cantidad de árboles.
<p style="text-align: center;">¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?</p> <p>Para que los clientes accedan al servicio se puede contar con varios planes que sean accesibles al cliente y den garantía para la seguridad del cliente:</p> <ul style="list-style-type: none">• El más común es dar un anuncio en la aplicación sin nada relevante con el costo más bajo.• La opción de ser el primero en la aplicación y sobresalir sobre otros anuncios, dependiendo el tiempo que se desee estar en posición privilegiada tendrá un precio.• Tener el anuncio con un color distintivo que llame la atención a los visitantes, tendrá un valor intermedio entre las dos primeras opciones.
<p style="text-align: center;">¿Cómo cerrara la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?</p>

Los medios de pago por internet son variados, pero teniendo en cuenta la población a la que está enfocada se manejará pagos por vía Efecty, Nequi o Transacción bancaria.

3. Innovación sostenible

Tabla 3. Innovación sostenible

	Agua	Energía	Materias primas	Emisiones	Residuos
<p>Producto o servicio</p> <p>¿El producto tiene un ecodiseño?</p> <p>El servicio de la página web y la aplicación, contarán con una interfaz ecológica de bajo consumo de datos</p>	<p>¿Usa eficiente el agua?</p> <p>No aplica</p> <p>¿como?</p>	<p>¿Reduce el consumo de energía?</p> <p>Una aplicación web necesitará un servidor de hosting para acceder a esta</p> <p>¿Como?</p> <p>Se podría disminuir el consumo de energía por medio de energía solar con paneles solares.</p> <p>¿Qué equipos utiliza?</p>	<p>¿Reduce los insumos?</p> <p>No aplica</p> <p>¿Como?</p> <p>¿Utiliza químicos?</p> <p>No aplica</p> <p>¿Cuales?</p> <p>¿Qué empaque y embalaje utiliza?</p> <p>Ninguno</p>	<p>¿Ha medido su huella de carbono?</p> <p>No</p> <p>¿Cuál es el resultado?</p> <p>Para apoyar la disminución de gases se plantará un árbol cada 500 vistas a la página.</p>	<p>¿Qué residuos recicla?</p> <p>No aplica</p>

		Un servidor para administrar la página web.			
<p>Marketing</p> <p>¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca al medio ambiente?</p> <p>“Siembra un árbol con tus visitas”</p>		<p>¿Qué medios de transporte utiliza?</p> <p>No aplica</p>	<p>¿Qué materiales utiliza para las actividades de marketing?</p> <p>Medios virtuales</p>		

4. Océano azul/Fuerzas de Porter

4.1 Estrategia del océano azul

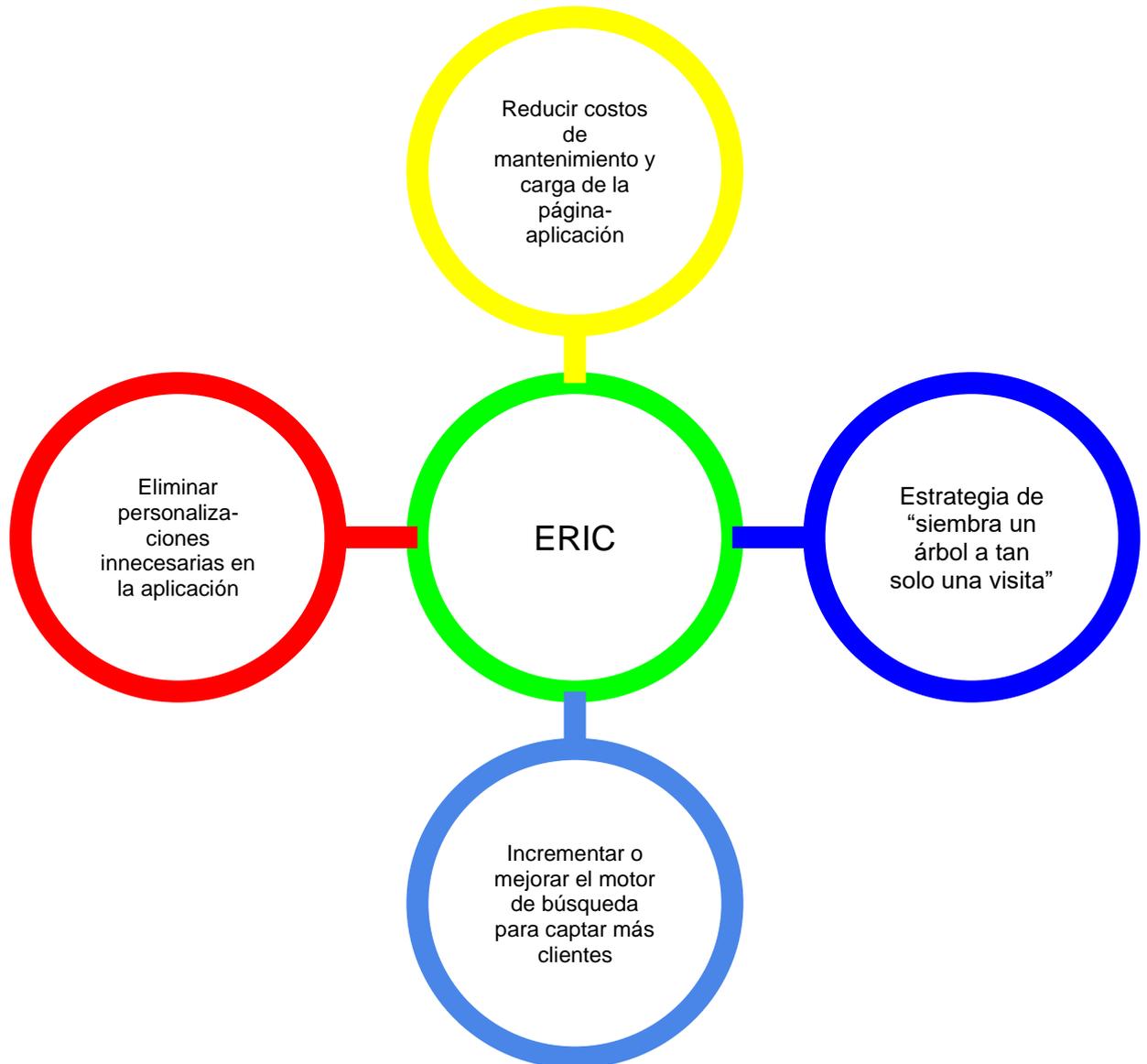


Ilustración 3. Matriz ERIC

Nuestra estrategia de océano azul es "Siembra un árbol con tus visitas", consiste en una iniciativa original (campaña) en la preservación del medio ambiente, donde tomaremos acciones contra la deforestación en Colombia sembrando árboles en sitios estratégicos donde fueron deforestados.

Esto se logrará utilizando un porcentaje de las ganancias de nuestra empresa que financiará la iniciativa, a la vez nuestra página y aplicación tendrá un contador de visitas que por supuesto todo visitante y cliente lo podrá visualizar y conocer la función de la misma.

El objetivo es incentivarlos a que utilice nuestro servicio también como una acción a favor del medio ambiente, pero dado el caso que si no utilizan nuestro servicio lo den a conocer a más público interesada por la intención o el servicio, porque de igual manera el simple hecho de visitar la página nuestra empresa obtiene ganancias gracias a las ads de Google como las que manejan los blogs.

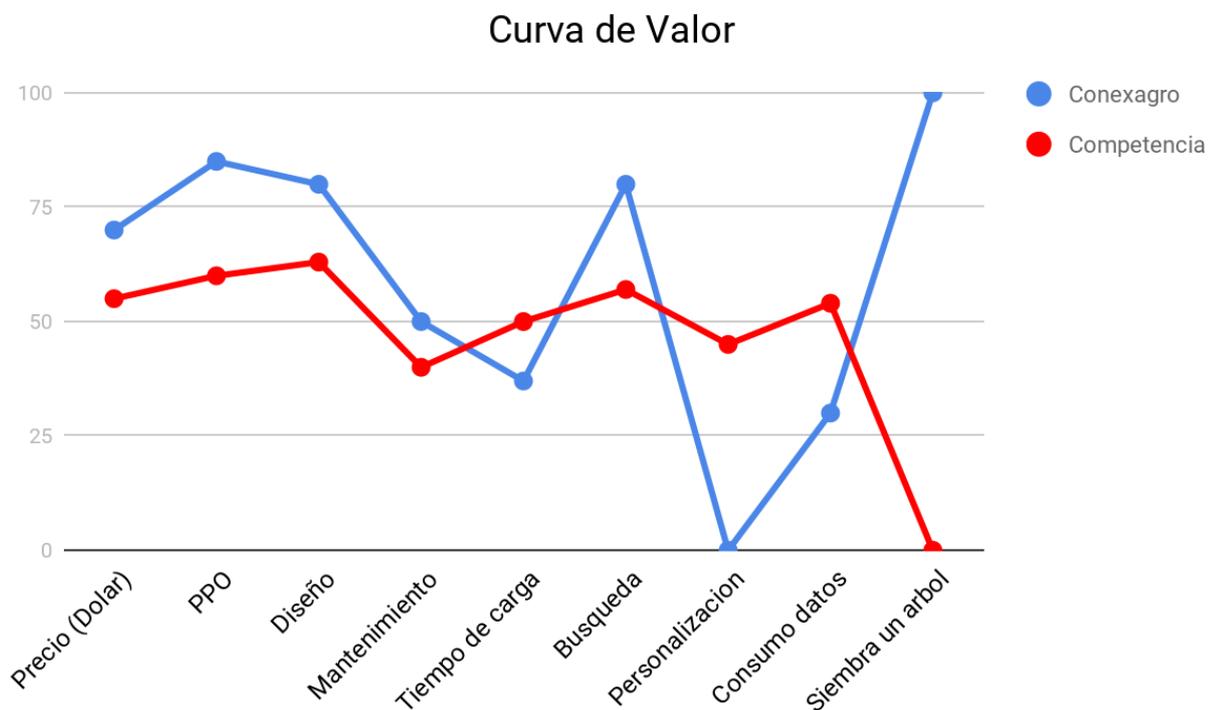


Ilustración 4. Curva de valor

4.2 Fuerzas de Porter

Poder de negociación. Conexagro tiene un nivel alto de negociación con los clientes, ya que esta plataforma por su innovación tendrá la opción de ofrecer productos y servicios acorde a la necesidad que ellos requieren, aunque en el momento existen entidades que ofrecen el mismo servicio que nosotros brindamos, como por ejemplo las asociaciones, conexagro le abre las posibilidades de no tener límites de comerciar sus productos u obtener relaciones comerciales a largo plazo sin depender de terceros, aumentaron sus niveles de ingresos y producción ya que podrían obtener varios clientes con pequeñas cantidades de distribución o pocos pero con grandes proporciones en venta, tendríamos la opción de ser el enlace preferido por los agricultores y empresas relacionadas con el agro en todas sus cadenas, como por ejemplo; los productores primarios, comercializadores, y compradores potenciales.

Poder de negociación de los proveedores. El poder de negociación con los proveedores sería en un nivel medio, ya que ellos desearían un porcentaje más alto de comisión al momento de firmar un convenio, y si decidieran generar una aplicación independiente, tendrían que entrar en unos gastos extra, como empezar a generar registros de clientes y empresas interesadas en este servicio, pagar para que se le cree una página web personal etc. Y nosotros entramos a mostrarles las ventajas de ya empezar con nuevos clientes sin entrar en costos adicionales a su empresa o cultivo.

Los productos sustitutos. Aunque existen muchos desarrolladores de páginas web y aplicaciones en Colombia y en el mundo conexagro ofrecerá un portafolio integral donde se conjugara la tecnología y los insumos necesarios para hacer crecer a una empresa como a un agricultor común, los productos sustitutos podrán tener servicios tecnológicos iguales a los nuestros, pero lo que nos diferenciaría sería el poder tener un contacto más personal con cada uno de los clientes que estén afiliados a nuestra empresa. La amenaza de los sustitutos sería baja ya que estos solo podrían brindarle parte de los beneficios que nosotros le daríamos a nuestros clientes.

Los nuevos entrantes. Este nicho de mercado es generalmente nuevo, ya que en nuestro estudio de mercadeo no encontramos una aplicación que conjugue los elementos de base de datos y tecnología en el área del agro, como en todo negocio a la medida que nos demos a conocer y vean la efectividad que tendremos se irán sumando más aplicaciones de este tipo o enfocadas a otros mercados objetivos, pero es ahí donde debemos estar en una constante innovación tanto en tecnología, servicios y fidelización de clientes para poder permanecer en el tiempo.

La competencia entre empresas. La industria agrícola tiene varios frentes de acción y en su mayoría no se le dan la importancia necesaria, solo las empresas dedicadas a este sector saben la importancia de poder adquirir productos de calidad que puedan distribuirse a sus clientes a un buen precio y con una buena calidad, es en este punto es donde debemos tener la mayor cantidad de agricultores y empresas que provean los insumos que nuestros clientes requieran, según Nielsen Company “la mercadotecnia debe ser efectiva y esta efectividad se mide con que nuestro mensaje o producto llegue a las personas correctas con base en sus preferencias y características con el objetivo último de generar ventas” (Nielsen company, 2020). Por ende debemos colocar especial atención qué tan bien estaremos cumpliendo nuestros objetivos de publicidad, ya sea en video, audio o texto, en virtualmente cualquier plataforma o dispositivo, debido a esto más que ver una competencia entre las empresas proveedoras o comparadoras, nos enfocaremos en ver cómo podemos ser ese puente que genere una mayor cantidad de ventas y relaciones a largo plazo con el sector agro, el cual para nuestro concepto es un pilar importante en la sobrevivencia del ser humano.

4.3 Resumen ejecutivo

Nuestra compañía llamada Conexagro pretende posicionarse como la página #1 en canal de búsquedas para la expansión de mercados entre los agricultores y vendedores, esto lo lograremos mediante un portal PPO junto con su aplicación web, dotada de un diseño atractivo, facilista y con bajo consumo de datos en solo 6 meses. La forma en que superaremos a nuestra competencia será mediante el método de océano azul “Siembra un árbol con tus visitas”, que sin lugar a dudas nos preferirán y más usuarios llegarán, porque no hay nada mejor que publicitarse o ver empresas interesadas o usuarios curiosos que con solo visitar, ayudan al planeta.

II CORTE:

PLAN DE

NEGOCIOS

5. Marketing MIX

5.1 Estrategia de productos para clientes

Núcleo. Ya que nuestra empresa tiene como propósito brindar servicios a los agricultores del país, las propiedades físicas serían la imagen corporativa, y una página web robusta en la cual se puedan manejar diferentes herramientas de pago y marketing digital, con los cuales podamos brindarles mejores servicios a nuestros clientes. En la parte química podemos brindarles asesoría en el manejo de estudios de suelos y diferentes temas agrarios con profesionales idóneos para este fin, ya que estos manejan las características químicas de sus cultivos y los mejoramientos que estos necesiten.

Calidad. La calidad en la plataforma web, servicios oportunos, conectividad y cumplimiento en las promesas de valor ofrecidas a nuestros clientes serían de alta calidad, con personal calificado en las diferentes áreas que conforman conexas.

Envase. N/A

Diseño. Como nuestra empresa cuenta con ingenieros de sistemas, estos aportarían todo el diseño de la página web, bases de datos, aplicaciones y todo lo relacionado al estructuramiento de nuestra empresa en los softwares necesarios para el buen funcionamiento de la misma.

Servicio. En este punto conexas haría un especial énfasis, ya que la parte primordial de la empresa es la prestación de servicios, y estos deben cumplir con las necesidades presentadas en el sector agro, el cual no se ha volcado totalmente a la virtualidad, debemos empezar a realizar un marketing intensivo por todas las redes sociales, radio de municipios

aledaños a nuestra zona de influencia y la respectiva voz a voz. Pretendemos ofrecer a los agricultores, comercializadores, empresas y clientes en general conexiones que les brinden la oportunidad de poder competir de una forma segura y con un alcance global sus productos agrícolas o pecuarios, siendo nosotros su principal aliado en este tema.

Tabla 4. Portafolio

<i>Servicios</i>
Asesoramiento en los procesos de toda la cadena productiva, hasta llegar al consumidor final
Contacto con potenciales proveedores o clientes
Apoyo y acompañamiento en el proceso de venta y distribución de los productos finales
Fidelización de clientes con promociones y variedad de servicios

5.2 Estrategia de precios

Los precios se fijarán en la medida del término de servicios que los clientes deseen tener con nosotros

5.3 Estrategia de distribución

La distribución de la información se genera con los medios de comunicación actuales, celulares, correos electrónicos.

5.4 Estrategia de comunicación

La comunicación se hará por medio de la internet, redes sociales, correos electrónicos y volantes a las empresas agropecuarias, asociaciones de cultivadores, pecuarios y demás con los cuales podamos generar presencia en cada una de esas actividades.

Tabla 5. Marketing MIX

<i>Marketing MIX</i>						
Estrategia	Objetivo SMART	Cómo (describa cómo llegaría al objetivo)	Quién (con qué medios o personas se apoyarán)	Cuando (tenga presente la fecha)	Donde (defina específicamente el lugar donde lo realizará)	Valor (aproximación al costo)
Producto	Brindar un mejor servicio	De 100 visitas con datos recogidos contactar al 100% de ellos	Lo haremos nosotros como los fundadores de la empresa	Enero 2021	Bogotá y a nivel nacional	Servicios por cliente
Precio	Precios asequibles	Ofreciendo promociones por cada visita, contacto efectivo y negocio firmado	Pasarelas de pago, página web y software de base de dato	Enero 2021	Página web, call center	Según asesorías y servicios prestados
Promoción y comunicación	Página web, redes sociales	Pago de publicidad en YouTube, Instagram	Ingenieros de sistemas fundadores empresas	Enero 2021	Bogotá y Fusagasugá	Sostenimiento página y aplicaciones

6. Desarrollo de marca

Tabla 6. Matriz de desarrollo de marca

Nombre de la idea: Conexagro		
Pasos	Objetivos	Resultados
Primer paso: Diagnóstico del mercado	A. identificación del sector	Sector comercial agrícola
	B. Identificar marcas en competencia	Agrogo, Visionagro, Agrorum, AgroConsultorías
	C. Soluciones principales y alternativas	Brindar expansión del mercado a agricultores y comercializadores por medio de internet. Contrarrestar la deforestación.
	D. Tendencias del mercado	Agricultura inteligente, biotecnología, el internet de las cosas. (Agronet, 2018)
	E. Arquetipo de la marca	El cuidador. (Razak, 2018)
Segundo paso: Realidad psicológica de la marca	A. Percepción de las marcas de la competencia	Amigables, visionistas, tecnológicas y eficaces.
	B. Identificar variables del neuromarketing.	Preservar, confianza, calidad, rapidez, comodidad y calidez.
Tercer paso: posicionamiento	A. identificar top of mind	Incauca, MAC pollo (Lopez Bejarano, 2019)
	B. Identificar top of heart	Riopaila Castilla, Manuelita S. A (Lopez Bejarano, 2019)
Cuarto paso: realidad material de la marca	Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	Servicio a través de internet para conectar la agricultura, con un toque ecológico donde brindaremos confianza, rapidez, seguridad y sobre todo comodidad.
Quinto paso: estrategia de comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la mediación tecnológica y de redes sociales.	Campañas planeadas en temporadas de cosecha, donde publicitaremos por todos los medios (internet, tv, etc.) y en lugares estratégicos nuestra marca con métodos innovadores como “Siembra un árbol con tus visitas”.

7. Marketing digital

7.1 Página web



Elige tu mejor opción

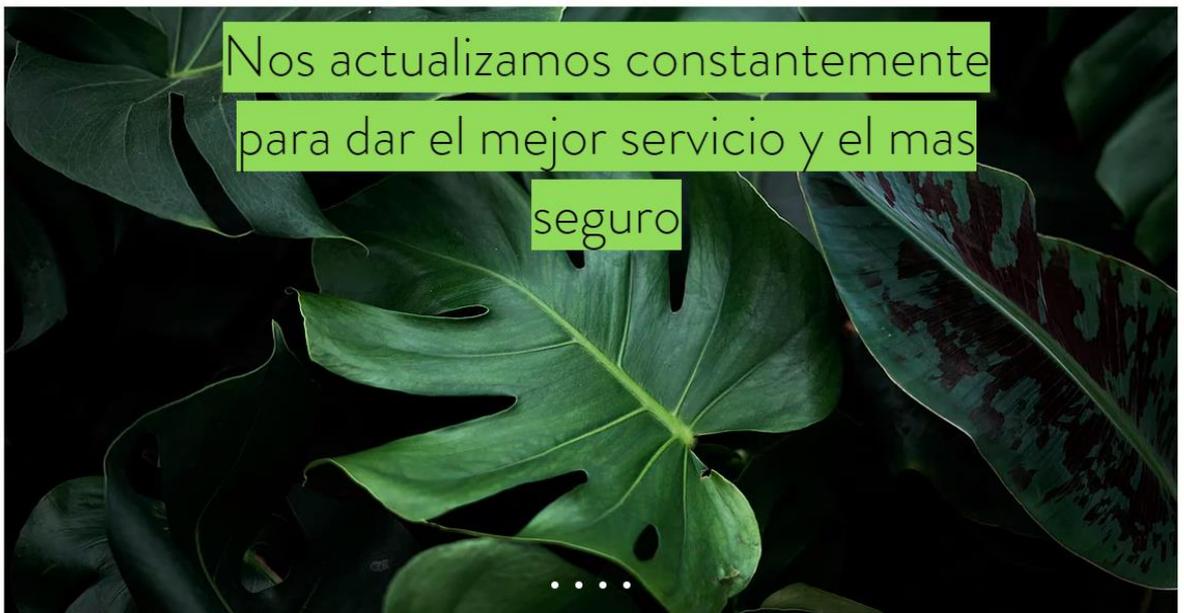


Recuerda que cada 100 visitas a la pagina plantaremos un árbol

Productores

© 2023 by Life Etc. Proudly created with [Wix.com](https://www.wix.com)

Elige tu mejor opción



Nos actualizamos constantemente para dar el mejor servicio y el mas seguro

Productores

© 2023 by Life Etc. Proudly created with [Wix.com](https://www.wix.com)



Conexagro

conexagro.conectemos@gmail.com
Bogotá D.C. Colombia
Cra 123 #30 A- 20
Tel: 123-456-7890
Conectemos el campo

Sign up. Stay stylish

Enter your email here*

Subscribe Now

© 2023 by Life Etc. Proudly created with [Wix.com](https://www.wix.com)

Ilustración 5. Página web

Conócenos

Conexagro



Conectemos el campo

Conexagro pretende posicionarse como la página #1 en canal de búsquedas para la expansión de mercados entre los agricultores y vendedores, además queremos ayudar al planeta por medio de nuestra iniciativa "Siembra un árbol con tus vistas" donde cada 100 visitas a nuestra pagina plantaremos un árbol en zonas deforestadas de Colombia.

Ilustración 6. Acerca de: página web

Contacta con nosotros

Para todo el soporte de pedidos, incluya su número de pedido y la fecha en que se realizó su pedido

Enter Your First Name

First Name

Enter Your Last Name

Last Name

Enter Your Email

Email

Enter Your Phone

Phone

Enter Your Message Here

Type your message here...

Submit

Ilustración 7. Contacto: página web

7.2 Dispositivo móvil



Ilustración 8. Página web en dispositivo móvil

Link: <https://conexagroconectemo.wixsite.com/misitio>

8. Estrategia de marketing digital

8.1 Estrategias de publicidad

Video: <https://youtu.be/QdAQz9eh6YU>



Ilustración 9. Campaña 1: página web



Conexagro

FELIZ NAVIDAD



Conectemos el campo

10% de descuento en
todo tipo de
publicidad



Ilustración 10. Campaña 2: página web



En octubre con el código conectemos 5% de descuento en
publicidad VIP



Ilustración 11. Campaña 3: página web

8.2 Historia

Conexagro nace como una idea ambiciosa de estudiantes con el afán de apoyar los productores agrícolas colombianos por medio de una página web donde puedan publicar sus productos a comerciantes al mejor precio e incursionar en el mercado online, donde además se planea ayudar al medio ambiente colombiano plantando 1 árbol cada 100 visitas.

8.3 Página web y Redes sociales

Wix: <https://conexagroconectemo.wixsite.com/misitio>

Instagram: <https://www.instagram.com/conexagro.c/>

Youtube:

https://www.youtube.com/channel/UCgfFIASihzXWYcf61FQhkow/?guided_help_flow=5

Facebook: <https://www.facebook.com/Conexagro-116526700192757/>

Twitter: https://twitter.com/agro_conex

9. Métricas clave

Para lograr el alcance deseado en las redes sociales y lograr visibilizar a conexagro como una empresa competitiva en el mercado actual, es necesario hacer un estudio de posibles técnicas de crecimiento en las redes sociales, tanto Instagram como Facebook cuentan con planes para hacer crecer los números en estas mismas redes sociales, tras idear campañas para lograr una imagen agradable, amigable y fácil de recordar a los usuarios, la creación de redes sociales fue necesaria estas son implementadas tras tener una idea sólida y un sitio web que permita dar vida a la empresa.

El crecimiento en redes sociales generalmente suele ser lento en pocas ocasiones se logra un éxito rotundo de la noche a la mañana, para ello se tiene planeado contar con divulgación por parte de los creadores y que de esta manera las redes sociales realicen un crecimiento más orgánico por este medio, aunque también es posible investigar la posibilidad de buscar personas con gran cantidad de seguidores en el mercado agrónomo y con ellos acordar una posible publicidad de conexagro.

Tras pocas horas de la creación de las redes sociales la página en Instagram tiene 2 seguidores y cada uno de estos dio like a las publicaciones, se espera que en el plazo de 1 mes tras compartir y divulgar la página logre un número mucho mayor al actual.

Imagen tomada del día 16 de noviembre de 2020.

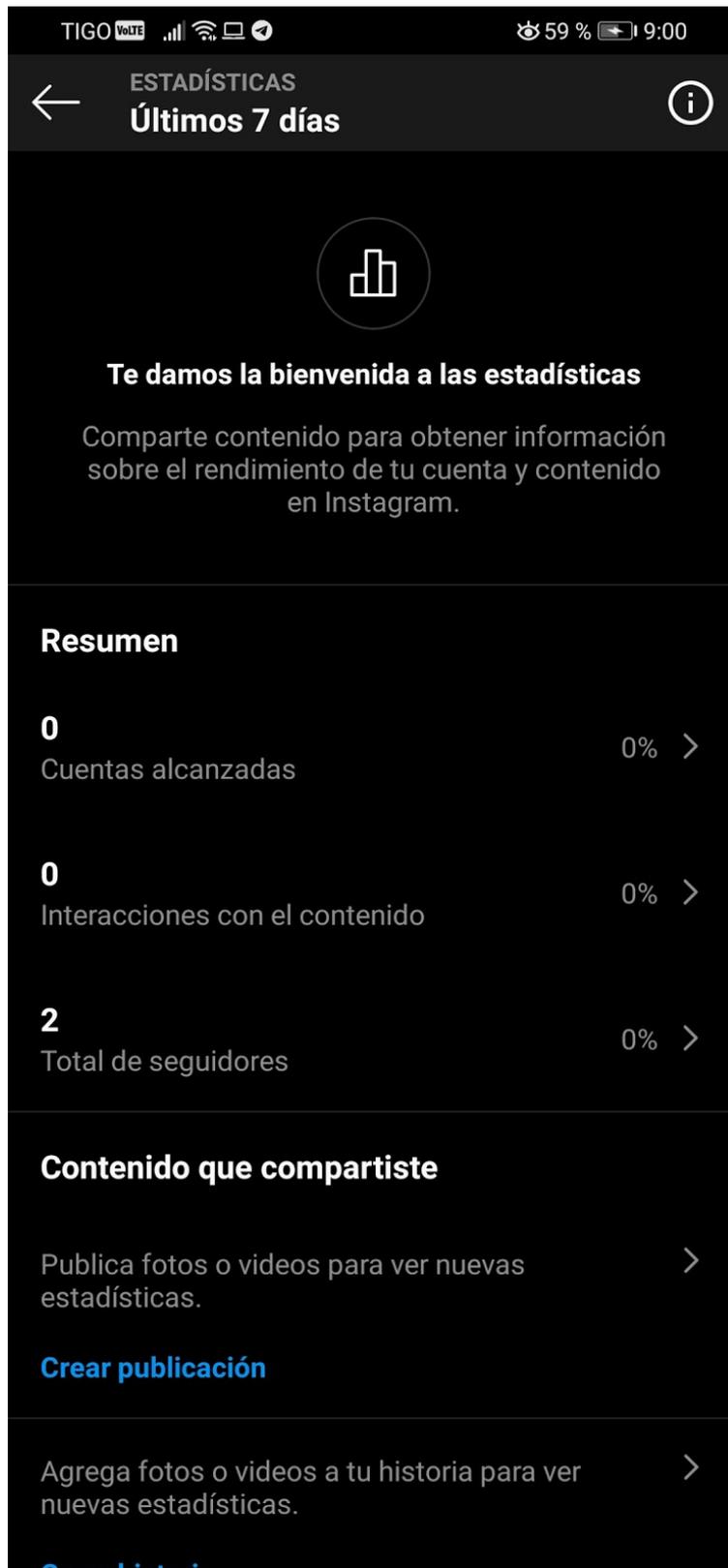


Ilustración 12. Alcance de la página de Instagram

III CORTE:

ESTUDIO

TECNICO

10. Estudio Técnico I

10.1 Localización del proyecto

10.1.1 Macrolocalización. Las variables que se tuvieron en cuenta en el momento de decidir en donde se va a instalar el proyecto de una empresa de servicio Conexagro (Agro 2.0 Prensa, 2012), en la provincia de Sugamuxi, del departamento de Boyacá fueron las siguientes en cuanto a macro localización:

Tipo de lugar. Se encuentra ubicada en el oriente del departamento de Boyacá. Es una de las provincias industriales y comerciales del departamento. Sus actividades socio-económicas se desarrollan en torno a la Troncal Central del Norte, la carretera del Cusiana y otros ejes viales y secundarios (Wikipedia, 2020).

A partir de una investigación realizada se llegó a la conclusión de que la provincia de Sugamuxi se encuentran algunas de las mayores centrales de abastos de agricultura y geográficamente es un punto central muy reconocido en la distribución de productos de agricultura, punto importante en la intermediación entre comerciantes y agricultores. Además, que cuenta con buena conexión a internet para los servidores que alojaran nuestra página web y su funcionamiento continuo.

Monto de inversión. Nuestro monto de inversión es de 88 millones de pesos, esta cantidad de dinero se utilizará para la compra del lote, la construcción de la infraestructura y el equipamiento del inmueble.

Estado de las vías de acceso. La provincia cuenta con acceso aéreo a través del Aeropuerto Alberto Lleras Camargo, también cuenta con un servicio de buses urbanos conectados con la capital y un acceso de servicio de buses interdepartamentales y rurales con la región oriental del departamento. Se comunica con Bogotá por la autopista Briceño-Tunja-Sogamoso (BTS) y con los Llanos Orientales por la Transversal del Cusiana o ruta 62.

La provincia cuenta con agua potable, energía y comunicación.

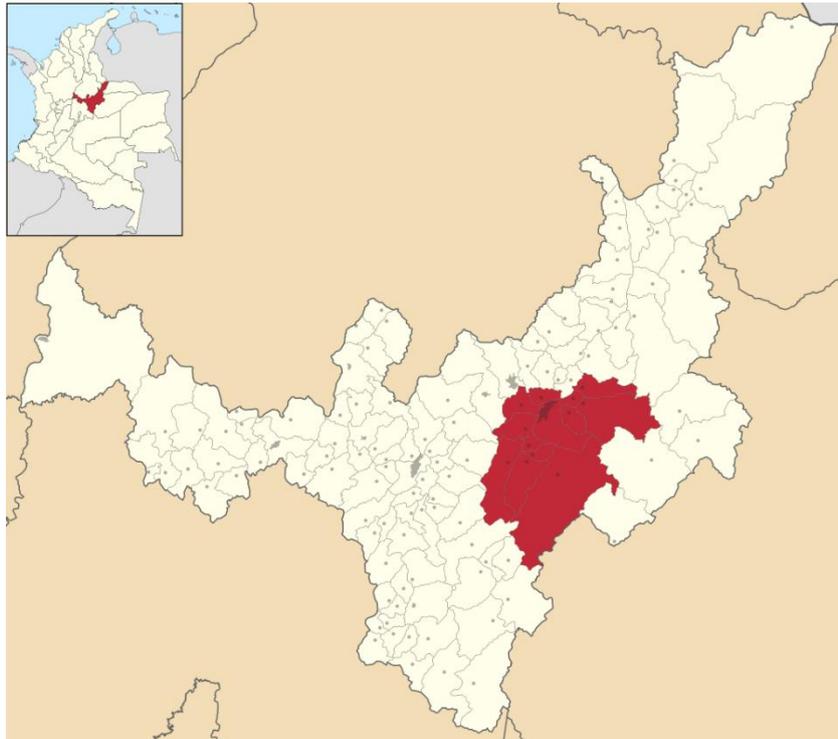


Ilustración 13. Localización de Sugamuxi: Obtenido de Wikipedia

10.1.2 Microlocalización. Sogamoso - Cra. 10 bis con Calle 40

Lo primero que se tuvo en cuenta para la micro localización es el contar con un lote no menor a 100m² y no mayor a 250m² en el cual conseguimos un lote de esquina de 218m² de medidas de 20*11mts (Metro Cuadrado, 2020). Además, se realizó una revisión del entorno para corroborar que no haya ningún vecino que pueda afectar el uso del servicio que ofrecemos y que algún tipo de empresa parecida esté cerca del proyecto, contando con un estrato socioeconómico aceptable y económico para la compra del lote, el pago de servicios e

impuestos (Alcaldía mayor de Sogamoso, 2016). Finalmente, una zona con buena cobertura de acceso a internet (Servicios internet Colombia, 2020) y vías importantes cerca del lugar.

¿Para el funcionamiento del negocio, es necesario un lugar físico de operación?.

Si, porque a pesar que nuestro servicio es ofrecido por medio de una página web, debe contar con un centro de atención al cliente físico, donde además cuente con una sala de servidores propios donde se aloja la página y sus servicios.

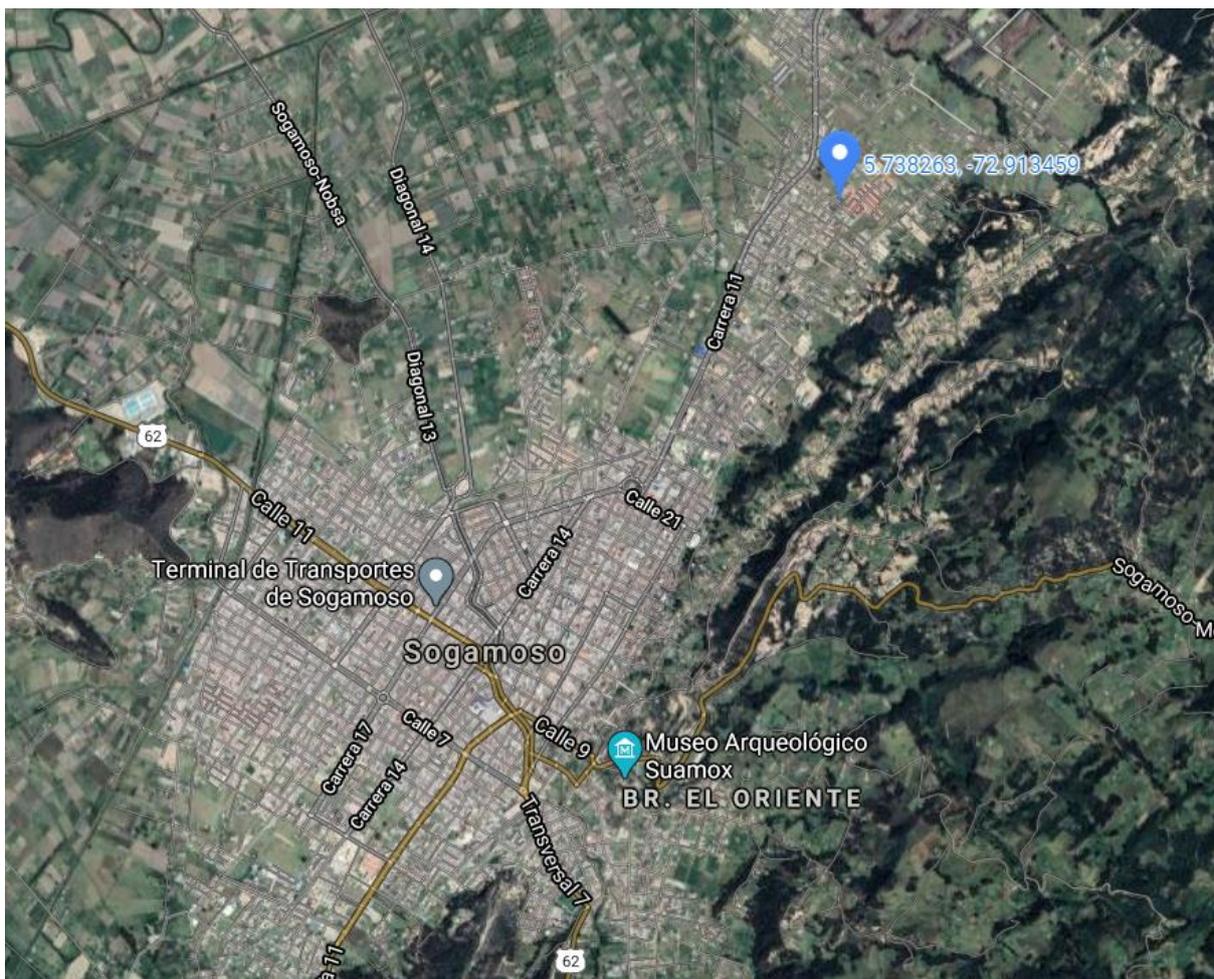


Ilustración 14. Ubicación satelital del lote: Obtenido de Google maps

Tabla 7. Requerimientos de operación

Tipo de activo	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Requisitos Técnicos
Infraestructura y Adecuaciones	Lote	1	88.000.000 (Metro Cuadrado, 2020)	Esquinero, plano, despejado, cuadrado, barrio Chapinero - Sogamoso, 218m2 y sin área construida.
	Zona verde	1	1.522.614 (Habilitissimo, 2020)	Camino en ladrillo, jardín lateral, estructura con el logo empresarial
	Construcción y adecuación de áreas de operación		Aprox 76.471.000 (Habitissimo, 2020)	Piso en mármol, Paredes en concreto (obra negra), pintura

	(servicio al cliente, oficina del gerente, recepción, cuarto de servidores, etc.)	Variable	(Habitissimo, 2020)	impermeable, puertas en vidrio, espacios antihumedad, tomas ubicadas en puntos estratégicos, buena iluminación natural y artificial (bombillas), ventilación adecuada, techo de plancha, etc.
	Computadores de mesa	7	1.775.900 (Falabella, 2020)	11 in one HP 19 pulgadas Intel Core i3 4GB RAM
	Servidores	2	2.829.800 (Linio, 2020)	Servidor Dell Torre PowerEdge T40 Xeon E-2224G

Equipo de Comunicación y Computación				RAM 8 Gb DD 1 Tb
	teléfonos de mesa	6	109.900 (Linio, 2020)	Teléfono Alcatel T56 con Pantalla Para Mesa y Pared
	Router y switches	1 Router y 2 Switches	970.000 (router) y 570.000 (switch) (Novoaraf2010, 2020) (Techniservice, 2020)	Router Cisco Rv13w Wireless y CISCO SG110-24-NA SWITCH CISCO SB SERIE 110 – 24 PUERTOS RJ-45 a giga (10/100/1000) + 2 puertos mini-GBIC
				TV LG 43" Pulgadas 108 Cm 43UN7300

	Televisor en sala de espera	1	1.299.900 (Ktronix, 2020)	LED 4K-UHD Plano Smart TV
	Planta de energía	1	779.900 (Homecenter, 2020)	Planta Eléctrica Gasolina GE950G 950W 110V
	Estabilizadores	6	49.900 (Panamericana, 2020)	REGULADOR DE VOLTAJE PROPC 1000
	Impresora	5	849.000 (Alkosto, 2020)	Impresora láser HP con tanque de tóner recargable - 1000w
Muebles, enferos y otros	Sillas tipo oficina	6	359.900 (Homecenter, 2020)	Silla Neumática de Escritorio con Brazos Negro
	Escritorio de computo	6	419.900 (Alkosto, 2020)	Estación de Trabajo PRACTIMAC

				Madrid Wengué
	Archivador	2	379.900 (Homecenter, 2020)	Archivador Pride 4 Gavetas 130x48x46.8cm Wengué
	Sillas para sala de espera	7	515.270 (Mueblex, 2020)	Silla tándem Isósceles 3 puestos
Otros (incluido herramientas)	Tickets	1	143.000 (Distrikaiser2012, 2020)	Dispensador Para Turnos
	Huellero digital	5	413.000 (GM comunicacionesyelectronica, 2020)	Lector Huella Dactilar U Are U 4500 Digital Persona
	Constitución	1	34.000 (MisTramitesyRequisitos, 2020)	La constitución de la sociedad
	Apertura	1	217.500	El impuesto de registro, la matrícula para persona

Gastos Pre-operativos			(MisTramitesyRequisitos, 2020)	jurídica, el formulario de registro, la inscripción de los libros.
	Registro	1	0 (MisTramitesyRequisitos, 2020)	Hacerlo en la Secretaría de Hacienda, a través del Registro de Industria y Comercio.

10.2 Distribución y diseño de las instalaciones

Para que la distribución y diseño de las instalaciones de un proyecto provean condiciones de trabajo aceptables, es preciso tomar en cuenta dos especificaciones en particular: funcionalidad y estética que proporcionen y optimicen la distribución eficiente entre cada una de sus áreas. A continuación, se proponen las dimensiones de cada una de sus áreas, que en conjunto permitan la operación más económica y eficiente para aprovechar de la mejor manera posible los espacios y recursos de que se dispone, manteniendo a su vez las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores y los clientes, tomando en consideración las reglas de normatividad que deben cumplirse para su construcción.

Tabla 8. Especificaciones de las áreas

Áreas	Medidas	Área m ²
Recepcion	2.87* 2.46 mts	7.02 mts ²
Oficina 1	2.74*2.38 mts	6.52mt ²
Oficina 2	2.74*2.5 mts	6.85 mts ²
Oficina 3	2.74*2.5 mts	6.85 mts ²
Baño Publico	1.68*1.3 mts	2.184 mts ²
Baño Privado	1.58*1.2 mts	1.896 mts ²
Sala de servidores	3* 2.3 mts	6.9 mts ²
Sala de computo	3.12*3 mts	9.36 mts ²
Gerencia	3*3 mts	9 mts ²
Pasillo	(1*4.8) mts + (1.6*6.6) mts	15.36 mts ²
Sala de espera	(6.4*5.8) + (4.9*4) + (5*2.8)	70.72 mts ²
Zonas verdes	(4.35 * 4.68) mts + (4.68*4.68) mts + (1.6*15.07) mts	66.3724 mts ²
Camino de ladrillo	1.9 * 4.68 mts	8.892 mts ²
Total		217.9244 mts²

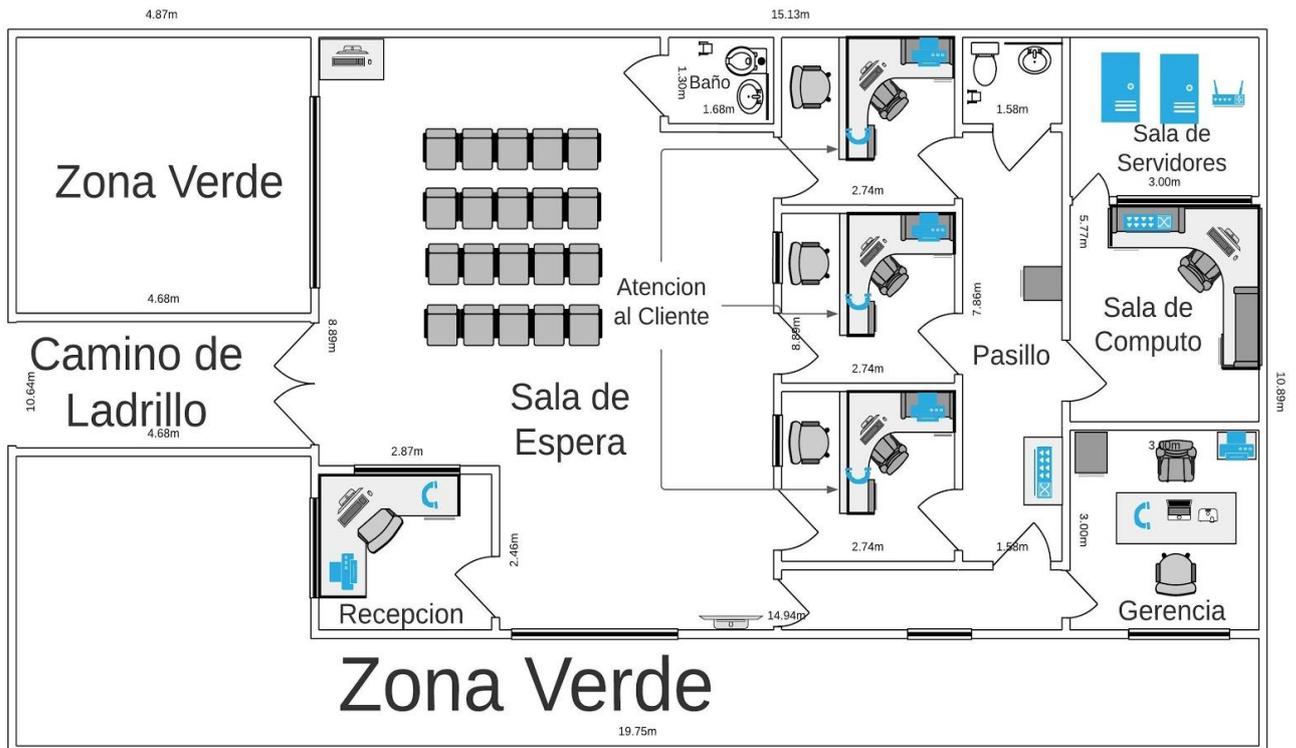


Ilustración 15. Planos del proyecto

11. Estudio Técnico II

11.1 Ingeniería del proyecto

¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación del servicio?. Contamos con un servicio de intermediarios entre agricultor - comerciante y viceversa, donde por medio de la página web los promocionamos para darlos a conocer a nuevos mercados. A continuación, especificar todo el proceso que conlleva:

Tabla 9. Requerimientos de operación

Bien/Servicio: PPO (publicidad, promoción y oferta) e intermediación				
Unidades a producir: Ninguna, solo servicio en la nube				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización (minutos/horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen en el cargo	Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (cantidad de producto/unidad de tiempo)
Creación de la publicidad dependiendo el precio que pagó el cliente	Aprox 2 o 3 horas	Si no pago la publicidad, va por cuenta cliente, en caso contrario, un contratista (diseñador) se encarga de eso.	1 persona	No se utiliza maquinaria ni capacidad de producción, solamente el computador del centro de computo.
Montar la publicidad en la página web	Aprox 10 min	El alto ejecutivo (gerente) o en caso de un inconveniente inevitable, los operarios de atención al cliente	4 personas	Cualquier equipo de la empresa, porque solo requerirá autenticación autorizada para la página donde se sube o elimina la publicidad
Monitorear las métricas o estadísticas del éxito o fracaso de la publicidad	Depende lo que haya pagado el cliente, puede ser 2 semanas a varios meses	El gerente o opcionalmente los operarios cuando el cliente solicite revisar su proceso	4 personas o más	Cualquier equipo de la empresa que pertenezca al dominio de Conexagro
Llamar al cliente y ofrecerle mejores ofertas o desea retirarla (si la publicidad				

inicial no dio resultado) y la otro motivo preguntarle si quiere extender el tiempo de publicidad en la página o poner otra publicidad (caso exitoso)	Es variable, depende lo que dure la llamada, la decisión del cliente y la ejecución de su decisión	Los operarios de atención al cliente	3 personas	Teléfono y computadoras con autenticación autorizada
Total	varios meses o semanas	3	12	27

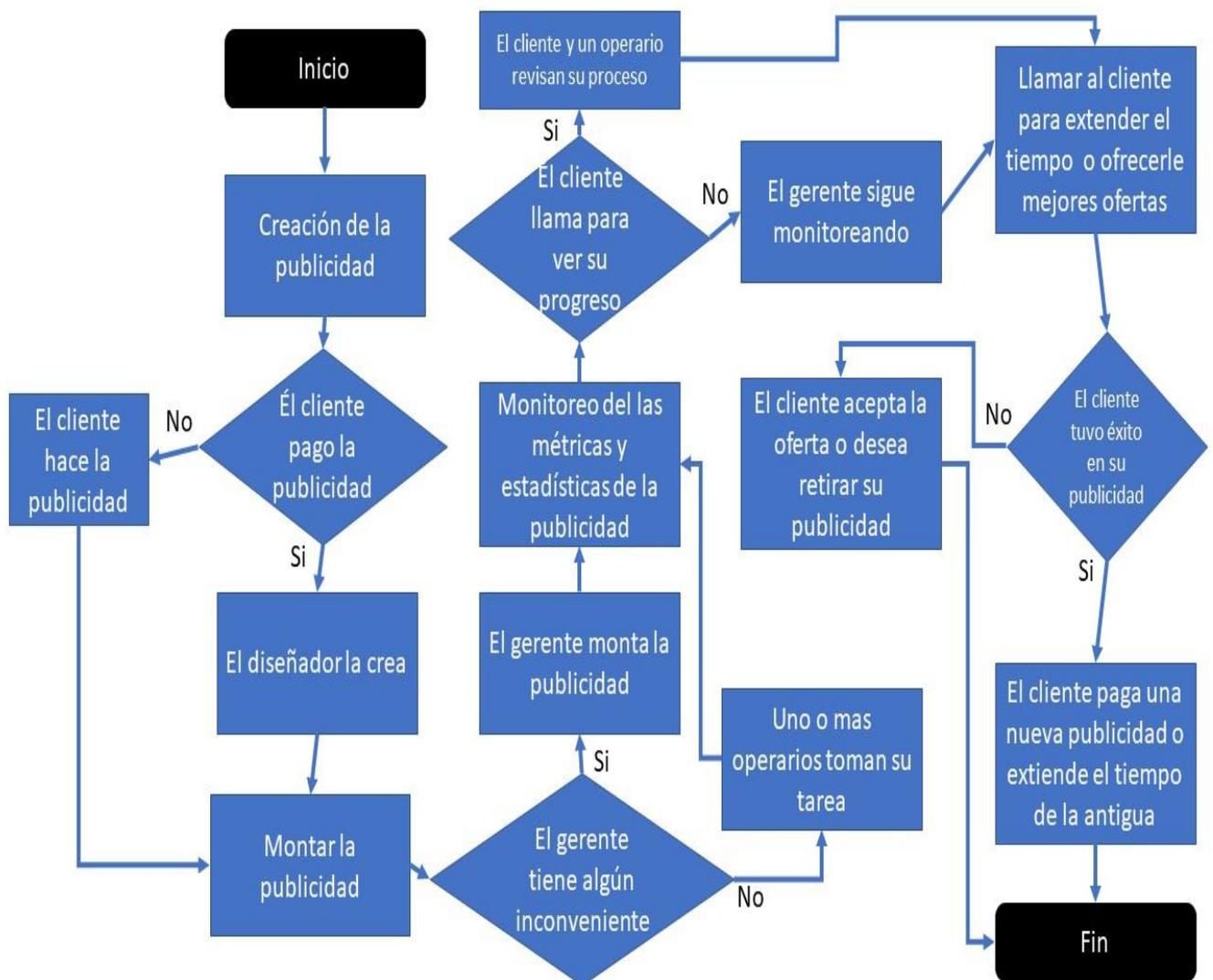


Ilustración 16. Flujoograma

12. Estudio Técnico III

12.1 Ficha técnica

Tabla 10. Ficha técnica

 Conexagro Conectemos el campo	Conexagro		
	Código 168520	Versión 1	Fecha 16/11/2020
Ficha Técnica			
A. NOMBRE DEL SERVICIO (asesorías agropecuarias)			
Intermediación y PPO (promoción, publicidad y oferta).			
B. OBJETIVO			
Brindar la asesoría en temas de administración, adecuación, sostenimiento y comercialización.			
C. METODOLOGÍA			
En la página web o link de enlace se tendrá un banner con los diferentes servicios que Conexagro tiene, el visitante escoge uno y en ese se dejan los datos de contacto, especificando la asesoría que necesita.			
D. DESCRIPCIÓN GENERAL			
Las visitas que hagan los clientes y que dejen los datos se les hará un seguimiento según sus requerimientos, el profesional o asesor asignado tomará el caso y hará la asesoría respectiva.			
E. DURACIÓN			
Cada asesoría tendrá una duración según el plan seleccionado, agrícola o pecuario y en qué fase se encuentre el cliente, y si desea toda la asesoría de la cadena productiva tendrá un descuento especial.			

F. ENTREGABLES

Antes de empezar la asesoría se especificará que es lo que quiere el cliente, realizando seguimientos continuos y dejando claro por escrito el resultado final deseado.

G. PERFIL DEL CLIENTE

Agricultores, clientes del sector pecuario, comerciantes de la cadena productiva, grandes superficies

H. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO



Firma del responsable del servicio

Nombre del responsable de servicio

Walter Alberto Orozco Alvarado

Firma

13. Producto mínimo viable

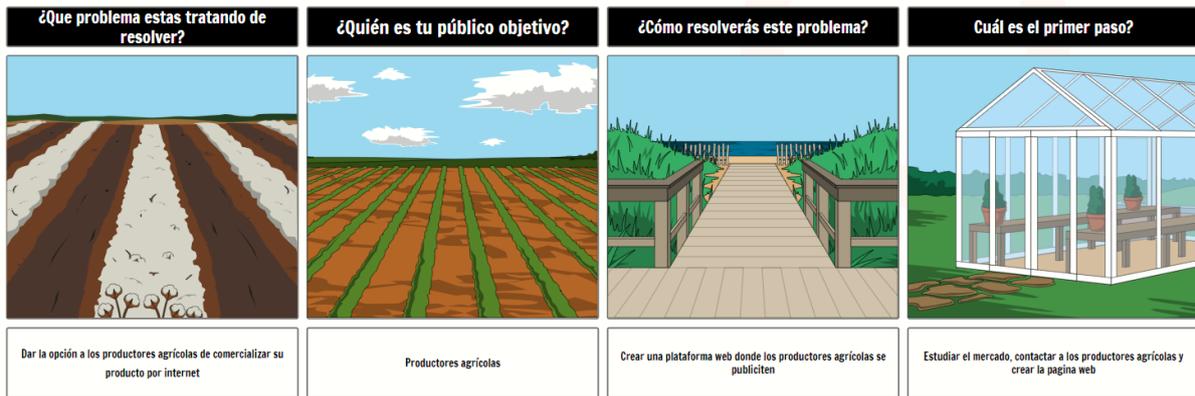


Ilustración 17. Story board

Conexagro es una idea que nace por la necesidad de ayudar al productor agrónomo para adaptarse a los medios digitales, poder anunciarse ante la gente que desee adquirir la producción de estos para su negocio de forma fácil, confiable y rápida. al ser una idea tan enfocada para los productores agrónomos no hay una competencia directa, pero analizando el mercado se puede observar 3 posibles competencias:

Medios tradicionales. Los medios como la televisión o medios impresos como periódicos y revistas son una opción para publicitarse ante un gran público, pero estos medios son costosos, en especial la televisión ya que es de los medios que más mueven personas en Colombia pero para acceder según la cadena puede costar grandes cantidades de dinero que este espacio cuente sin contar con la producción del mismo comercial, por su parte los medios impresos cada vez son más obsoletos y para tener un posicionamiento publicitario óptimo es costoso.

Medios digitales. Dentro de los medios digitales son opciones que por lo general no están enfocadas al mercado agrícola, además de ser costosas, una alternativa de los medios digitales es acceder por sí mismos y trabajar en una cuenta que se publicite, pero esto no es funcional ya que es un proceso lento y difícil.

El boca a boca. Esta opción es común debido a ser gratis, pero es un proceso que puede ser lento y para nada eficaz.

Con Conexagro se busca ser la mejor opción para los agricultores, con precios competitivos, enfocarse en el mercado específico, son factores que la hacen una idea sólida, además sus costos de producción a corto alcance son mínimos y solo crecerán a medida que la empresa lo haga.

Bibliografía

Agro 2.0 Prensa. (12 de Noviembre de 2012). *Principales cultivos y zonas agroecológicas*.

Obtenido de Agro 2.0: <http://www.agro20.com/group/agricultura-america-latina-y-caribe/forum/topics/colombia-sus-principales-cultivos-y-zonas-agroecologicas>

Agronet. (10 de Noviembre de 2018). *Agronet.gov.co*. Obtenido de

<https://www.agronet.gov.co/Noticias/Paginas/Las-tendencias-que-dominar%C3%A1n-la-agricultura-en-el-futuro.aspx>

Alcaldía mayor de Sogamoso. (14 de Enero de 2016). *Mapa de los barrios de Sogamoso*.

Obtenido de Sogamoso-boyaca:

https://web.archive.org/web/20160114025012/http://sogamoso-boyaca.gov.co/apc-aa-files/63373935616438376562653634653831/BARRIOS_ACHURADOS__6.pdf

Alkosto. (2020). *Escritorios*. Obtenido de Alkosto: <https://www.alkosto.com/estacion-de-trabajo-practimac-madrid-wengue>

Alkosto. (2020). *Impresoras laser*. Obtenido de Alkosto:

<https://www.alkosto.com/impresora-laser-hp-1000w-bl-of>

Distrikaiser2012. (2020). *Dispensador para turnos*. Obtenido de Mercado libre:

https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-548225982-dispensador-para-turnos-_JM#position=1&type=item&tracking_id=d7f63db7-a722-4019-8676-7dad14d76ef5

Falabella. (2020). *Computadores*. Obtenido de Falabella:

<https://www.falabella.com.co/falabella-co/product/7615273/All-in-one-HP-19-pulgadas-Intel-Core-i3-4GB-RAM/7615273>

GM comunicacionesyelectronica. (2020). *Huelleron digital*. Obtenido de Mercado libre:

<https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-469276255-lector-huella-dactilar-u-are-u->

4500-digital-persona-_JM#position=1&type=item&tracking_id=05f2c35e-ade2-4fca-
bb91-749d2793fb95

Habilitissimo. (2020). *Plantar jardin*. Obtenido de Habilitissimo:

<https://www.habilitissimo.com.co/cotizacion/plantar-jardin/boyaca>

Habilitissimo. (2020). *Materiales para oficina*. Obtenido de Habilitissimo:

[https://www.habilitissimo.com.co/cotizacion/material-
oficina?from_quotation_list_searcher=1#](https://www.habilitissimo.com.co/cotizacion/material-oficina?from_quotation_list_searcher=1#)

Habilitissimo. (2020). *Redactar proyecto oficinas*. Obtenido de Habilitissimo:

[https://www.habilitissimo.com.co/cotizacion/redactar-proyecto-
oficinas?from_quotation_list_searcher=1](https://www.habilitissimo.com.co/cotizacion/redactar-proyecto-oficinas?from_quotation_list_searcher=1)

Homecenter. (2020). *Archivadores*. Obtenido de Homecenter:

[https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/474219/Archivador-Pride-4-
Gavetas-130x48x468cm-Wengue/474219](https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/474219/Archivador-Pride-4-Gavetas-130x48x468cm-Wengue/474219)

Homecenter. (2020). *Generadores electricos*. Obtenido de Homecenter:

[https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/343502/Planta-Elctrica-
Gasolina-GE950G-950W-110V/343502](https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/343502/Planta-Elctrica-Gasolina-GE950G-950W-110V/343502)

Homecenter. (2020). *Sillas*. Obtenido de Homecenter:

[https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/334032/Silla-Neumatica-de-
Escritorio-con-Brazos-Negro/334032](https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/334032/Silla-Neumatica-de-Escritorio-con-Brazos-Negro/334032)

Ktronix. (2020). *Televisores*. Obtenido de Ktronix: [https://www.ktronix.com/tv-lg-43-](https://www.ktronix.com/tv-lg-43-pulgadas-108-cm-43un7300-led-4k-uhd-plano-smart-tv/p/8806098670444)

[pulgadas-108-cm-43un7300-led-4k-uhd-plano-smart-tv/p/8806098670444](https://www.ktronix.com/tv-lg-43-pulgadas-108-cm-43un7300-led-4k-uhd-plano-smart-tv/p/8806098670444)

Linio. (2020). *Servidores*. Obtenido de Linio: [https://www.linio.com.co/p/servidor-dell-torre-](https://www.linio.com.co/p/servidor-dell-torre-poweredge-t40-xeon-e-2224g-ram-8-gb-dd-1-tb-lcm5or?qid=6f0b8201840faf3374e927c8bd3e75b6&oid=DE023EL1GZUSLLCO&position=19&sku=DE023EL1GZUSLLCO)

[poweredge-t40-xeon-e-2224g-ram-8-gb-dd-1-tb-](https://www.linio.com.co/p/servidor-dell-torre-poweredge-t40-xeon-e-2224g-ram-8-gb-dd-1-tb-lcm5or?qid=6f0b8201840faf3374e927c8bd3e75b6&oid=DE023EL1GZUSLLCO&position=19&sku=DE023EL1GZUSLLCO)

[lcm5or?qid=6f0b8201840faf3374e927c8bd3e75b6&oid=DE023EL1GZUSLLCO&po-
sition=19&sku=DE023EL1GZUSLLCO](https://www.linio.com.co/p/servidor-dell-torre-poweredge-t40-xeon-e-2224g-ram-8-gb-dd-1-tb-lcm5or?qid=6f0b8201840faf3374e927c8bd3e75b6&oid=DE023EL1GZUSLLCO&position=19&sku=DE023EL1GZUSLLCO)

Linio. (2020). *Telefonos alambricos*. Obtenido de Linio:

<https://www.linio.com.co/p/telefono-alcatel-t56-con-pantalla-para-mesa-y-pared-tlqzdk?qid=bfcafd334bda8aefe944edd803c1051d&oid=AL038EL0NIQSALCO&position=7&sku=AL038EL0NIQSALCO>

Lopez Bejarano, J. L. (12 de Junio de 2019). *Agronegocios*. Obtenido de Comercio:

<https://www.agronegocios.co/aprenda/hay-81-empresas-del-agro-dentro-del-grupo-de-las-1000-que-mas-vendieron-en-2018-2872951>

Metro Cuadrado. (2020). *Lote en Sogamoso*. Obtenido de Metro Cuadrado:

<https://www.metrocuadrado.com/inmueble/venta-lote-o-casalote-sogamoso-chapinero/MC2566389>

MisTramitesyRequisitos. (2020). *Crear una empresa: costo de tramite*. Obtenido de

MisTramitesyRequisitos: https://mistramitesyrequisitos.com/colombia/tramites-y-requisitos-para-crear-una-empresa/#Costo_del_tramite

MisTramitesyRequisitos. (2020). *Crear una empresa: Registro*. Obtenido de

MisTramitesyRequisitos: https://mistramitesyrequisitos.com/colombia/tramites-y-requisitos-para-crear-una-empresa/#Hacer_el_registro_legal_de_la_empresa

Mueblex. (2020). *Sillas de espera*. Obtenido de Mueblex:

<https://www.mublex.com/sillas/sillas-de-espera-tandem/sillas-tandem-de-3-puestos/silla-tandem-isosceles-3-puestos>

Nielsen company. (2020). *Nielsen*. Obtenido de <https://www.nielsen.com/ar/es/solutions/>

Novoaraf2010. (2020). *Routers cisco*. Obtenido de Mercado libre:

https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-568491224-router-cisco-rv13w-wireless-_JM#position=10&type=item&tracking_id=6d7b9fe3-77c3-4517-a7b6-1fa7c54bebee

Panamericana. (2020). *Estabilizadores*. Obtenido de Panamericana:

<https://www.panamericana.com.co/regulador-de-voltaje-propc-1000-570818/p>

Razak, A. (13 de Febrero de 2018). *Branfluence*. Obtenido de

<https://www.branfluence.com/los-arquetipos-de-marca-branding/>

Servicios internet Colombia. (2020). *Servicio de internet en Sogamoso*. Obtenido de

Servicios internet Colombia:

https://serviciosinternetcolombia.com.co/municipios/sogamoso_boyaca.html

Techniservice. (2020). *CISCO*. Obtenido de Techniservice:

<https://techniservice.co/producto/cisco-sg110-24-na/>

Wikipedia. (3 de Septiembre de 2020). *Provincia de Sugamuxi*. Obtenido de Wikipedia:

https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Sugamuxi