Plan de negocio para la elaboración y comercialización de alimento alternativo con fruto tropical de palma para ganado bovino en el municipio de San martín, cesar.

Aguilar Cordero María Alexandra

CC. 1003091072

Lara Carrillo Miguel Ángel

CC. 1063621505

Departamento de Ciencias Administrativas Contables y Económicas

Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica

Administración de Empresas German

Sánchez Vargas

16-11-2024

Nota de Aceptación

_____

_____

_____

_____

_____

Nombre y apellidos

Evaluador/a 1

_____

Nombre y Apellidos

Evaluador/a 2

_____

Nombre y apellidos

Director/a de proyecto

Aguachica Cesar, Fecha de sustentación (10 de diciembre de 2024).

Autorización para publicar y permitir la consulta y uso de obras en el Repositorio Institucional

Los autores o titulares del derecho de autor de la obra (trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, entre otros) denominado:

Plan de negocio para la elaboración y comercialización de alimento alternativo con fruto tropical de palma para ganado bovino en el municipio de san martín, cesar.

Con base en el presente documento otorgamos a la UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR una licencia no exclusiva, limitada y gratuita de conformidad con la normatividad vigente en la materia sobre la obra antes mencionada que se integra en el repositorio Institucional respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes y que se ajusta a las siguientes características:

a) Los autores autorizan publicar la obra en el formato que se requiera (impreso, digital, electrónico o cualquier otro conocido o por conocer) así como su puesta a disposición en Internet.
b) Tendrá una vigencia desde el momento en que se incluya en el repositorio y durante tres (3) años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor o autores podrá dar por terminada la licencia solicitándola a la Universidad con una antelación de dos (2) meses antes de la correspondiente prórroga.
c) Los autores aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por tanto renuncian a recibir emolumento alguno por la publicación, distribución, comunicación pública o cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia Creative Commons con que se publica y que admiten conocer.
d) Los autores manifiestan que se trata de una obra original, producto de su ingenio y esfuerzo personal, sobre la que tienen los derechos y que autorizan y que son ellos quienes asumen total responsabilidad por el contenido de su obra ante la UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR y ante terceros.
e) Los autores autorizan a la UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.
f) Los autores autorizan la distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR tenga convenio.
g) Los autores aceptan que la UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

En constancia de lo anterior suscribimos el presente documento en la ciudad de Aguachica - Cesar

Fecha: 16 de noviembre de 2024

Nombres y Apellidos: María Alexandra Aguilar Cordero

Tipo de documento de identidad: CC X TI ____ CE ___ Número: 1003091072

Nombres y Apellidos: Miguel Ángel Lara carrillo

Tipo de documento de identidad: CC X TI ____ CE ___ Número: 1063621505

Dedicatorias

Primeramente, a DIOS, fuente de sabiduría y fortaleza, que me ha guiado en este camino.

A mis queridos padres, Milton y Adriana por su amor incondicional, apoyo y sacrificios. Su ejemplo y dedicación han sido mi motor para perseverar.

A mis hermanos, Diego, David y Adrián, por su compañía, apoyo y amor.

María Aguilar cordero

Este proyecto es dedicado primero que todo a Dios quien ha permitido con su amor la culminación de este proyecto a mis padres que me motivan a cada día ser mejor a mis hermanos siendo una pieza clave en mi vida para seguir adelante después de tanto sacrificio a mis profesores que esfuerzo y dedicación imparten su conocimiento en cada uno de nosotros.

Miguel Lara carrillo

Agradecimientos

A Dios, por su infinita sabiduría. A mis padres, quienes han sido pilares fundamentales en mi vida y en la realización de esta tesis. En especial, a mi padre, quien ha sido un guía constante e incondicional, y a mi madre, mi mayor fuente de inspiración. Agradezco al Dr. Neftalí Gutiérrez por sus valiosas enseñanzas, al profesor Jaime Arturo por su guía en este proceso, y a nuestro director de proyecto, Germán Sánchez, por su liderazgo. También, a Luis Polo, por su compañía en los momentos de incertidumbre, Finalmente, a la Universidad Popular del Cesar por brindarme las herramientas necesarias para convertirme en una profesional competente.

María Alexandra Aguilar

Agradezco a Dios por permitirme hoy día culminar este proyecto el cual permitirá obtener mi título profesional como Administrador de Empresas, a mis profesores, por compartir su conocimiento, su tiempo y su dedicación. Gracias por ser

una fuente de inspiración y motivación a lo largo de este proyecto. Sus enseñanzas han sido fundamentales para el logro de este proyecto.

Miguel Lara carrillo

Tabla de contenido

Introducción 12

Fase 1: plan de mercadeo..... 12

1.Justificacion 12

2. Antecedentes del proyecto 14

Objetivos (general y específico) 15

Objetivo general ..... 15 Objetivos específicos 15

4.análisis de la industria, el cliente y la competencia. 15

5. Descripción del producto o servicio. 17

6. Diagnóstico del mercado. 18

7.matriz de gestión estratégica. 19

8. Concepto del producto o servicio. 20

9. Propuesta de valor 21

10. Estrategias de mercado 22

Fase 2. Estrategias de mercadeo y ventas. 24

11. Segmentación de mercado. 24

12. Estrategias de ventas. 25

13.proyecciones de mercadeo y ventas. 26

14. Políticas de cartera 32

Fase 3. Plan de operaciones 35

15. Ficha técnica del producto (s) / servicio (s) que ofertara la edt. 35

16. Estado de desarrollo de la iniciativa. ..... 36 17. Descripción del proceso. ..... 37 Flujograma 38

18. Plan de producción..... 38

19. Plan de adquisiciones y requerimientos. 40

20. Infraestructura y layout (diseños) requerido. 42

Identificación del equipo de rrhh de la edt por perfil y competencias centrales. 47

Desarrollo de estrategias para el manejo de los rrhh de la edt. 51

Estimación de los costos de operación de los rrhh de la edt. 52

Proceso de reclutamiento ..... 52 Fase 6. Plan de gestión de riesgos..... 54 Identificación de los riesgos que afectan la competitividad y la sustentabilidad de la edt 55

Planificación de la respuesta a los riesgos. 56

Realización del plan de mitigación de riesgos en términos sociales y ambientales con su respectivo costeo. 56

Fase 7. Plan organizacional y creación de la edt. ..... 57 Estructura organizacional de la edt 57

.... 58

Organismos de apoyo que hacen operativa a la edt. 58
Aspectos asociados a la constitución del emprendimiento ..... 58 costos y gastos de personal..... 59 Gastos anuales de administración. 59
Gastos de la puesta en marcha 60
Fase 8. Plan económico y financiero..... 63 Fuentes de financiación del proyecto. 63
Estados financieros básicos. 64
Fase 9. Modelo canvas y propuesta de valor. ..... 66 Segmentación de mercado..... 66
Propuesta de valor. 66
Fuentes de ingresos 68
Recursos clave 69
Actividades clave 69
Alianzas clave 70
Estructura de costos 70
Referencias bibliográficas..... 71

Índice de tablas

tabla 1 descripción del producto..... 17
tabla 2 diagnóstico del mercado 18
tabla 3 matriz de gestión..... 19
tabla 4 estrategias de ventas 25
tabla 5 productos elaboración 31
tabla 6 análisis de sensibilidad ..... **¡Error! Marcador no definido.**
tabla 7 situación financiera 32
tabla 8 ficha técnica 36
tabla 9 proceso de producción 38
tabla 10 plan de adquisición 41
tabla 11 maquinarias 40
tabla 12 infraestructura 43
tabla 13 cantidades 43
tabla 14 utensilios 44
tabla 15 servicios 44
tabla 16 salarios 44
tabla 17 cronograma y acciones 46
tabla 18 cargos 47
tabla 19 cargas laborales..... 51
tabla 20 vinculaciones 52
tabla 21 reclutamiento 53
tabla 22 salarios 53
tabla 23 gestión de riesgos 54
tabla 24 estructura organizacional 57
tabla 25 costos y gastos de personal 59
tabla 26 estado de resultados 64
tabla 27 flujo de efectivo 64
tabla 28 evaluación financiera 65
tabla 29 estructura de costos..... 70
Índice de figuras ilustración 1flujograma 38
ilustración 2 cronograma.....55
ilustración 3 flujograma organización.....57

ilustración 4 modelo canvas.....65

Resumen

La falta de forraje para el ganado en el municipio de san martín, cesar, ha encendido alarmas entre los productores locales, quienes ven cómo esta situación amenaza su sustento y la salud de sus animales. Esta inquietante situación se debe a una serie de elementos como la inconstancia del clima, la erosión de los suelos y la escasez de pastos de buena calidad. Frente a este contexto, el presente estudio tiene como objetivo explorar la posibilidad de aprovechar el fruto de palma como una opción nutritiva para la alimentación del ganado, con el fin de potenciar tanto la productividad como la sostenibilidad de los sistemas de crianza. Mediante un enfoque que combinó experimentos de laboratorio, evaluaciones de alimentación y encuestas a los productores, se reveló que el fruto de palma no solo ostenta un notable valor nutricional, sino que también resulta irresistiblemente sabroso para los bovinos. Los hallazgos arrojados revelan que incorporar el fruto de palma en la alimentación de los animales tiene el potencial de potenciar considerablemente tanto su rendimiento productivo como la calidad de la carne que ofrecen. En resumen, este estudio ilumina el camino hacia un futuro más prometedor para la ganadería en la región, presentando una opción sostenible y económicamente viable para la alimentación del ganado. De esta manera, se avanza no solo en pro de la seguridad alimentaria, sino también en el impulso del desarrollo rural.

Palabras clave: alimentación, fruto de palma, ganado, productividad, sostenibilidad.

Abstract

The lack of forage for livestock in the municipality of san martin, cesar, has raised alarms among local producers, who see how this situation threatens their livelihood and the health of their animals. This disturbing situation is due to a series of elements such as the fickleness of the climate, soil erosion and the scarcity of good quality pastures. Against this background, the present study aims to explore the possibility of taking advantage of palm fruit as a nutritious option for livestock feeding, in order to enhance both the productivity and sustainability of breeding systems. Through an approach that combined laboratory experiments, feeding evaluations and farmer surveys, it was revealed that palm fruit not only boasts notable nutritional value, but is also irresistibly tasty for cattle. The findings reveal that incorporating palm fruit into animal feed has the potential to considerably enhance both their productive performance and the quality of the meat they offer. In summary, this study illuminates the path towards a more promising future for livestock farming in the region, presenting a sustainable and economically viable option for livestock feeding. In this way, progress is made not only in favor of food security, but also in promoting rural development.

Keywords: food, palm fruit, livestock, productivity, sustainability.

Introducción

En un planeta que avanza hacia una mayor responsabilidad ambiental y la búsqueda de opciones alimenticias novedosas, este proyecto académico se propone diseñar un audaz plan de negocios

centrado en la producción y comercialización de alternativas culinarias hechas a partir del corozo. Esta iniciativa está especialmente diseñada para el ganado bovino y se llevará a cabo en el municipio de san martín, cesar, transformándose en un catalizador de innovación para la agricultura y la ganadería de la zona.

El corozo, esa joya olvidada del trópico, guarda en su interior un sorprendente poder nutricional y energético que merece brillar con luz propia. Este tesoro de la naturaleza, a menudo pasado por alto, tiene el potencial de revolucionar la alimentación del ganado, ofreciendo opciones innovadoras que enriquecerán su dieta de manera sorprendente. Esta iniciativa trasciende la simple utilización de un recurso local; su propósito es impulsar el bienestar animal y abrazar un futuro sostenible, alineándose con las corrientes actuales en el sector agropecuario.

A través de este plan de negocio, realizaremos un profundo examen de los componentes técnicos, económicos y de mercado que respaldan la viabilidad del proyecto. Asimismo, se trazarán enfoques de marketing vanguardistas que impulsarán la integración de este nuevo producto en el escenario comercial de la región. Del mismo modo, indagaremos en los beneficios sociales y económicos que la implementación de esta alternativa alimentaria podría brindar a los ganaderos de la zona, fomentando así un crecimiento rural más sostenible y comprometido con el entorno.

En síntesis, este proyecto tiene como objetivo ofrecer una solución revolucionaria y efectiva para alimentar al ganado bovino, al mismo tiempo que busca impulsar la economía local y fomentar la conservación de los recursos naturales en san martín, cesar.

Título de la propuesta: plan de negocio para la elaboración y comercialización de alimento alternativo con fruto tropical de palma para ganado bovino en el municipio de san Martín, cesar.

Fase 1: plan de mercadeo

1.Justificacion

El siguiente proyecto se justifica inicialmente con el plan de desarrollo departamental, cómo es de nuestro conocimiento la dinámica económica departamental ha dependido de las actividades agropecuarias por tanto un valor significativo al producto interno bruto (pib), no obstante, está tendencia ha venido cambiando por factores como poca modernización tecnológica, falta de infraestructuras, poca asistencia técnica que día a día han agudizado este problema. Por lo anterior esto ha conllevado a la reorganización de esfuerzos hacia nuevos procesos de transformación y diversificación con mira a mejorar el sector de la productividad, minimizando los riesgos de la desaparición de estas actividades y fortaleciendo su competitividad en el mercado.

Por otro lado una de las problemáticas que resalta el plan departamental es la que viven el sector agropecuario cómo son los ganaderos debido a la baja productividad y rentabilidad causadas por diversas situaciones como es el caso de la alimentación obligándolo diferentes alternativas para mitigar los efectos negativos que estos vienen generando; es allí donde estos pequeños ganaderos recurren a la alimentación alternativa, como una opción para mejorar su productividad teniendo en cuenta que los cambios climáticos han traído como consecuencia no contar con pastos suficientes para satisfacer las necesidades de alimentación de los animales.

En este contexto se hace cada vez más difícil acceder a la compra de productos comerciales para la alimentación, sumado a esto, actualmente en los mercados son poco los productos de alimentación alternativa que aporten buena fuente de proteína sana y balanceada y que se pueda acceder a ellos un bajo costo, generando con esto que no se cuente con productos alternativos nutritivos a un buen precio y agudizando de manera acelerada la problemática de mala alimentación de los animales trayendo consigo poca productividad y pérdidas de utilidades.

En la relevancia social este proyecto busca brindar una opción de producto alternativo a precios asequibles que contribuya maximizar la producción de los pequeños productores con el fin que les permita mejorar su rendimiento económico que logra ser competitivo y garantizando la seguridad alimentaria del municipio. La creación de este alimento alternativo promoverá un producto de calidad, dando así un rendimiento en carne en el departamento del césar, de igual forma un mejoramiento para la industria ganadera, aumentando competitividad y la productividad en Aguachica y sus municipios cercanos que son altos en ganadería.

De igual forma desde el punto de vista teórico según los autores gordon y prins hacen referencia que tanto el crecimiento y mantenimiento del animal como su productividad (ganancias de peso y producción de leche) dependen en gran medida del consumo de alimentos. Teóricamente, los animales consumen hasta que satisfacen sus requerimientos nutricionales, pero el consumo total de ellos está limitado por factores físicos y fisiológicos tanto del animal como de la planta, sumado a la afectación de las plantas y los animales, debidas a las estrategias de manejo que efectúan los humanos sobre las pasturas (gordon y prins, 2008).

Por lo anterior expuesto busca aportar un producto de alimentación alternativa que permita lo aportado por los autores anteriormente mencionados que es lograr la satisfacción de los animales de los pequeños productores sin limitar los factores físicos de los animales y de las plantas teniendo en cuenta que la formulación se hará de desechos de la palma de aceite que permita aumentar la ganancia de peso y producción de leche de los animales y así mismo la productividad y competitividad de los pequeños productores garantizando la seguridad alimentaria y crecimiento económico del municipio.

En el aspecto metodológico con esto la implementación de alimentación alternativa se ha evidenciado que cuando un animal tiene un solo tipo de alimentación disponible, no puede minimizar su metabolismo dando así una poca proporción para balancear sus nutrientes, en tal caso, este proyecto aportara una nueva formulación de un producto con alto contenido de nutrientes y

proteína que busca con su implementación que los animales satisfagan sus necesidades y como resultado se tenga el aumento de peso de los animales.

En el aspecto práctico esto se propone brindarle a los ganaderos un nuevo conocimiento de métodos nutricionales, económicos y que estos ayuden en gran parte al medio ambiente, generando así que no tenga costos elevados por qué la mayoría de los recursos que serían utilizados para la elaboración de este alimento alternativo son encontrados en las mismas fincas, de igual forma de esto es brindar nuevas opciones nutricionales , para que los bovinos tengan la oportunidad de tener un mayor avance en su crecimiento, en la producción de carne dando así a los productores un mayor ingreso, además de ofrecer un producto se busca concientizar a los pequeños productores a mejorar la manera de alimentar al ganado la ración de alimento diario.

2. Antecedentes del proyecto

Internacional

En quito ecuador analizando el plan de negocios para la comercialización y distribución de productos de alimentación complementaria con residuos de palma de aceite africana, nos dicen la importancia de comercializar productos a base de residuos de palma de aceite para alimentación bovina ya que esté posee fibra y proteínas que ayudan generar mayor producción tanto en carne como en leche, buscando disminuir costos de fabricación que le permite tener un producto final a un precio cómodo para los productores. *Tesis presentada para el título de ingeniero comercial* por *("emerson benjamín casas ríos de la universidad udla"), en el programa de administración de empresas.* ***Nacional***

Tomando como referencias estrategias de suplementación alimenticia no convencional para ganado bovino del programa de zootecnia donde nos explican de manera detallada el rol y la importancia de la alimentación alternativa ya que este nos permite suplir las deficiencias alimenticias en cualquier época del año el cual nos ha permitido tener un excelente desempeño productivo bovino. *, ("leonela gamboa gonzález universidad abierta y a distancia unab la escuela de ciencias agrícola pecuarias y del medio ambiente.")*

Regional o local

Apoyándonos del ("*plan de negocio* para la producción y comercialización de un alimento para ganado bovino en el municipio de Bosconia, césar") dónde nos explican la manera correcta para empezar una actividad comercial, basándose en estudios de mercados, la oferta y demanda ganadera, las condiciones que causan efectos negativos en la producción animal, como el clima. El objetivo principal de su investigación es desarrollar un plan de viabilidad para la producción y comercialización de alimentos para ganado y crear empresas. *Trabajo de grado para optar por el título de ingeniero industrial.*

Objetivos (general y específico)

Objetivo general

Implementar un modelo de negocio para una alimentación alternativa para ganado bovino en el sur del departamento del cesar.

Objetivos específicos

- Comercializar este suplemento por medio de un plan de marketing que nos permita comunicar las acciones que realiza la empresa para satisfacer las necesidades del mercado.
- Desarrollar los procesos que agregan valor a la producción de alimentos para ganado bovino a base de corozo.
- Hacer proyecciones financieras que nos permita evaluar el plan de negocio de suplementos a base de corozo.

4.análisis de la industria, el cliente y la competencia.

- *Análisis de la industria:*

- Riqueza en recursos naturales: el sur del cesar ofrece una generosa abundancia de corozo, asegurando así un flujo constante y económico de esta valiosa materia prima.

- El corozo se revela como un verdadero tesoro nutricional, colmado de proteínas, vitaminas y minerales que lo posicionan como un alimento excepcionalmente nutritivo para la alimentación del ganado. Su riqueza en nutrientes no solo promueve la salud de los animales, sino que también optimiza su crecimiento y bienestar.

- Aumento del entusiasmo por la producción sostenible: se está gestando una ola global que impulsa la creación de alimentos de manera más responsable y respetuosa con nuestro planeta.

- Apoyo del gobierno: puede haber iniciativas y estímulos por parte del gobierno que fomenten la producción y el consumo de alimentos alternativos para la alimentación del ganado.

- Aprovechar el corozo como fuente alimenticia puede ser una estrategia efectiva para que los ganaderos disminuyan sus gastos de producción.

- Optimización del sabor y la frescura en carne y leche: incorporar ingredientes de primera categoría puede elevar notablemente la calidad de nuestros productos lácteos y cárnicos.

- ***Análisis del cliente:***

- Búsqueda de eficiencia económica: los ganaderos están siempre en la búsqueda de estrategias innovadoras para optimizar sus gastos de producción.

- Compromiso con el medio ambiente: un creciente número de ganaderos muestra un entusiasmo palpable por implementar prácticas que favorezcan la sostenibilidad.

- Agrupamiento regional: la agrupación de ganaderos en el sur del cesar potencia la comercialización de sus productos.

- Escasez de conocimiento: muchos ganaderos podrían no estar al tanto de las ventajas que ofrece el corozo como un nutritivo alimento para sus animales.
- Exhibiciones en acción: llevar a cabo presentaciones en vivo puede resultar clave para persuadir a los ganaderos sobre las ventajas de nuestro producto.

- ***Análisis de la competencia:***
    - Rivales en el mercado: compañías que presentan opciones novedosas de alimentación para el ganado bovino, utilizando ingredientes como el corozo y otros productos afines.
    - Competidores alternativos: diversos insumos que se emplean en la nutrición del ganado, incluyendo concentrados comerciales, subproductos agrícolas como la melaza y el bagazo de caña, así como forrajes de calidad superior.

5. Descripción del producto o servicio.

Tabla 1 descripción del producto

CONCENTRADO BOVINO A BASE DE COROZO				
PRODUCTO	**DESCRIPCIÓN**	**COMPOSICIÓN**	**BENEFICIOS**	**MODO DE EMPLEO**
MELAZA	Se trata de un líquido viscoso, de color oscuro (casi negro) y sabor dulce, que queda como residuo después de extraer la mayor parte del azúcar de la caña.	-Azucares -compuestos nitrogenados -ácidos -vitaminas -minerales -fenoles	-Fuente de energía -Rica en minerales -Fuente de vitaminas	Puede incluirse en la ración diaria como suplemento o como ingrediente en la elaboración de concentrados.
COROZO	El corozo es un fruto de tamaño variable, con una cáscara dura y fibrosa que protege una pulpa carnosa y oleaginosa. La semilla del corozo es rica en aceite y puede utilizarse para diversos fines industriales.	- Proteínas - Grasas - Fibra - Carbohidratos - Minerales - Vitaminas: A, B, C, E	- Mejora del rendimiento productivo - Fortalecimiento del sistema inmunológico	Puede incluirse en la ración diaria como suplemento o como ingrediente en la elaboración de concentrados.
SAL	Es un cristal blanco, inodoro y de sabor salado. Se obtiene principalmente de la evaporación del agua de mar o de yacimientos subterráneos.	-Sodio (Na) -Cloro (Cl).	-Equilibrio hídrico -Absorción de nutrientes	Puede incluirse en la ración diaria como suplemento o como ingrediente en la elaboración de concentrados.
AZUFRE	Se presenta en estado sólido a temperatura ambiente, con un color amarillo característico y un brillo cristalino. Es un no metal abundante en la naturaleza, a menudo asociado a zonas volcánicas.	El azufre es un elemento puro, lo que significa que está compuesto únicamente por átomos de azufre.	- Síntesis de proteínas - Salud ruminal - Función inmunológica	Puede incluirse en la ración diaria como suplemento o como ingrediente en la elaboración de concentrados.
UREA	La urea, también conocida como carbamida, es un compuesto orgánico con la fórmula química $CO(NH_2)_2$. Es una sustancia sólida, cristalina y blanca, inodora y soluble en agua.	-Carbono -Oxígeno -Nitrógeno -Hidrógeno	- Mejora la utilización de forrajes	Puede incluirse en la ración diaria como suplemento o como ingrediente en la elaboración de concentrados.

6. Diagnóstico del mercado.



Tabla 2 diagnóstico del mercado

7.matriz de gestión estratégica.

Análisis de cada cuadrante:

- Expansión del mercado: ampliar la red de distribución hacia nuevas regiones de colombia donde se esté generando una creciente necesidad de alimentos alternativos para el ganado.

- Innovación de productos: diseñar una gama de nuevas creaciones a partir del corozo, como harina apta para el consumo humano, aceites destinados a la industria cosmética o suplementos nutritivos diseñados para mejorar el bienestar de las personas.

- Diversificación: aventurarse en nuevos horizontes, como el fascinante mundo de las mascotas, ofreciendo deliciosos alimentos para perros y gatos elaborados a partir de corozo, e incluso explorar la posibilidad de llevar nuestros productos más allá de las fronteras, abriendo la puerta a mercados.



Tabla 3 matriz de gestión

8. Concepto del producto o servicio.

Concepto del producto

Con base en ello, la idea a llevar a cabo es el desarrollo y la comercialización de un alimento concentrado para ganado bovino a base de corozo. El producto se elaborará con una mezcla de

nutrientes tales como proteínas, grasas, fibra, vitaminas y minerales en armonía que responden a las necesidades nutricionales del animal de acuerdo con su etapa.

- **Ingrediente principal: corozo:** el corozo, un fruto abundante en la región, será la base de este alimento concentrado, aprovechando sus propiedades nutricionales y contribuyendo a la valorización de un recurso local.
- **Formulación balanceada:** el alimento será formulado por un nutricionista animal, garantizando un aporte adecuado de nutrientes para optimizar el crecimiento, la producción de carne y leche, y la salud de los animales.
- **Producción sostenible:** se buscará implementar prácticas de producción sostenibles, como el aprovechamiento integral del fruto de corozo y la minimización del impacto ambiental.
- **Adaptado a las condiciones locales:** el alimento será diseñado para adaptarse a las condiciones climáticas y a los recursos forrajeros del sur del cesar, maximizando su eficiencia.
- **Valor agregado:** al transformar el corozo en un alimento concentrado, se le otorga un mayor valor agregado, generando mayores ingresos para los productores y comercializadores.
- **Sostenibilidad económica:** el uso de corozo como ingrediente principal puede reducir los costos de producción del alimento, al aprovechar un recurso local y abundante.
- **Mejora de la calidad de la carne y la leche:** al proporcionar una nutrición adecuada, el alimento a base de corozo puede mejorar la calidad de la carne y la leche, lo que a su vez generará mayores ingresos para los productores.

Rasgos distintivos

- **Uso de un recurso local:** el aprovechamiento del corozo como ingrediente principal diferencia este producto de otros alimentos concentrados disponibles en el mercado.
- **Sostenibilidad:** el enfoque en la producción sostenible y el uso de un recurso renovable le otorga un valor agregado al producto.
- **Adaptación a las condiciones locales:** la formulación del alimento estará adaptada a las condiciones específicas del sur del cesar, lo que garantiza su eficacia.

- **Valor agregado para los productores:** al transformar el corozo en un alimento concentrado, se genera una nueva fuente de ingresos para los productores de corozo y de ganado. **Innovación**

La innovación de este producto radica en:

- **Aprovechamiento de un recurso subutilizado:** el corozo, a pesar de ser abundante en la región, no es utilizado de manera óptima. Este producto busca valorizar este recurso y generar una cadena de valor.
- **Desarrollo de una formulación específica:** la formulación del alimento estará basada en estudios científicos y en las necesidades nutricionales del ganado bovino de la región.
- **Producción sostenible:** la implementación de prácticas de producción sostenible diferencia este producto de otros similares en el mercado.

9. Propuesta de valor

1. Aprovechamiento de un recurso local y sostenible

- **Valorización del corozo:** al emplear el corozo como componente principal, se añade valor a un fruto común en la zona, impulsando la economía local y fomentando la sustentabilidad.

2. Adaptación a las condiciones locales

- **Formulación específica:** al utilizar corozo como ingrediente principal se le da más valor a un fruto típico de la región, ayudando a la economía local y promoviendo la sostenibilidad.

3. Sostenibilidad ambiental

- **Producción limpia:** se implementarán prácticas de producción que reduzcan al mínimo el impacto ambiental, como el uso de energías renovables y la gestión adecuada de los residuos.

4. Valor agregado para los productores

- **Mayor rentabilidad:** se espera que, al proporcionar un alimento más nutritivo y adecuado a las condiciones locales, los ganaderos incrementen su productividad y su rentabilidad.

5. Innovación en la formulación

- **Combinación de ingredientes:** mezclar el corozo con otros ingredientes de primera calidad crea un alimento nutricionalmente completo y atractivo para los productores.

10. Estrategias de mercado

A. Precio

- **Estrategia:** fijar un precio que sea competitivo pero que también refleje el valor adicional del producto, como su sustentabilidad, calidad y capacidad para mejorar la productividad. Se aplicará un descuento mínimo por la cantidad de productos comprados para motivar mayores compras.

- **b. Promoción • Estrategia:**

- **Muestras gratuitas:** proporcionar muestras gratuitas a los ganaderos para que puedan comprobar la calidad del producto.

- **Demostraciones:** los beneficios del alimento a través de demostraciones en fincas y ferias ganaderas.

- **C. Publicidad • Estrategia:**
  - **Publicidad en medios locales:** utilizar medios de comunicación locales como radio, prensa y televisión para llegar al público objetivo.
  - **Marketing digital:** crear una página web y perfiles en redes sociales para promocionar el producto y generar engagement.

D. Distribución

- **Estrategia:**
  - **Canales de distribución:** crear acuerdos con distribuidores locales y cooperativas agrícolas para llegar a más clientes en diferentes áreas.

  - **venta directa:** ofrecer la posibilidad de venta directa a los productores en sus fincas.

E. Comunicaciones

- **Estrategia:**
  - **Relaciones públicas:** crear alianzas con empresas ganaderas y medios de comunicación con el fin de aumentar la visibilidad y credibilidad de la organización.

  - **Comunicación interna:** explicar a los trabajadores las ventajas del producto y animarlos a involucrarse en su promoción.

F. Servicios

- **Estrategia:**

- **Asesoría técnica:** brindar información a los agricultores sobre cómo alimentar adecuadamente al ganado y utilizar nuestros productos.

- **servicio al cliente:** brindar un servicio al cliente de calidad para atender las consultas y resolver las dudas de los productores.

Fase 2. Estrategias de mercadeo y ventas.

11. Segmentación de mercado.

1. Descripción de la estructura del mercado meta

Los principales consumidores de alimentos alternativos a base de corozo en san martín, cesar son los ganaderos de ganado bovino.

este mercado se puede dividir en diferentes categorías, como: ganaderos pequeños son aquellos que poseen fincas con menos de 20 cabezas de ganado. Este grupo busca opciones económicas para alimentar a sus animales, ya que están atentos a los precios. fincas ganaderas que tienen entre 20 y 100 cabezas de ganado. Este grupo tiene más dinero para gastar y quiere comprar alimentos que hagan que sus animales estén más sanos y produzcan mejor.

Grandes ganaderías: terrenos con más de 100 vacas.

2. Definición de la cuota de mercado a segmentar

Según el estudio de los clientes potenciales, el objetivo es alcanzar una participación del 15% en el mercado durante el primer año, con un crecimiento esperado a medida que el producto se vaya haciendo más popular.

estimaciones de mercado:

- **Tamaño del mercado total:** aproximadamente 1,000 ganaderos en el municipio de san martín.
- **Distribución de ganaderos:**
  - Pequeños: 60% (600 ganaderos) ○
  - Medianos: 25% (250 ganaderos) ○
  - Grandes: 15% (150 ganaderos) **Objetivos de**

cuota de mercado:

- **Año 1:** capturar el 15% del mercado total, lo que implica:
  - **Ganaderos pequeños:** 10% (60 ganaderos)
  - **Ganaderos medianos:** 20% (50 ganaderos)
  - **Ganaderos grandes:** 10% (15 ganaderos)

Esto se traduce en aproximadamente 300 toneladas de alimento alternativo vendidas en el primer año.

3. Capacidad e intención de compra

- **Ganaderos pequeños** prefieren productos económicos y compran con cuidado. Se espera que compren entre 1 y 3 toneladas anualmente.
- **Ganaderos medianos** están dispuestos a probar nuevos productos. Pueden adquirir de 3 a 10 toneladas al año.

- **Grandes ganaderos** buscan productos que den resultados que se pueden medir. Es posible que compren de 10 a 30 toneladas al año, según su plan de alimentación.

12. Estrategias de ventas.

CANAL DE VENTAS	OBJETIVO	ACCIONES PARA REALIZAR	MEDIOS PARA CONSEGUIR OBJETIVOS	TIEMPO DEDICADO	FRECUENCIA Y ORDEN DE DESARROLLO	HERRAMIENTAS DE ANALISIS Y CORRECCION
VENTAS DIRECTAS	Establecer relaciones sólidas con ganaderos locales	- Visitas personales a ganaderos - Demos del producto	Presentaciones en ferias locales - Promociones directas	20 horas/mes	2 visitas semanales	Encuestas de satisfacción, seguimiento de ventas
DISTRIBUIDORES LOCALES	Ampliar la cobertura de mercado	- Identificación y selección de distribuidores - Capacitación en el producto	- Contratos con distribuidores - Incentivos por volumen	15 horas/mes	1 reunión mensual	Reportes de ventas, evaluación de distribuidores
VENTAS ONLINE	Atraer nuevos clientes y facilitar el acceso	- Creación de una página web - Publicidad en redes sociales	- Marketing digital - SEO y SEM	10 horas/mes	Lanzamiento inmediato, luego semanal	Análisis de tráfico web, métricas de conversión
TALLERES Y CAPACITACION	Educar a los ganaderos sobre el producto	- Organizar talleres de formación - Distribución de material informativo	- Colaboración con asociaciones ganaderas	30 horas/taller	1 taller cada 3 meses	Evaluaciones post-taller, seguimiento de implementación

Tabla 4 estrategias de ventas

13.proyecciones de mercadeo y ventas.

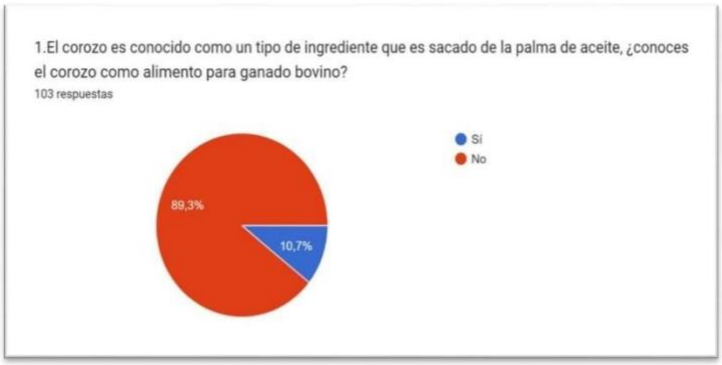


Gráfico 1: El gráfico muestra los resultados obtenidos en la encuesta con la finalidad de saber sobre el conocimiento del uso del "corozo" como alimento para ganado bovino de las 103 respuestas:

El 10,7% de las personas (representadas en azul) respondieron que sí conocen el corozo como alimento para ganado bovino, el 89,3% (representadas en rojo) respondieron que no lo conocen. Esto hace referencia a que la gran mayoría de los encuestados no están familiarizados con este uso del corozo, lo que podría indicar una falta de difusión o conocimiento en la población encuestada sobre este recurso.

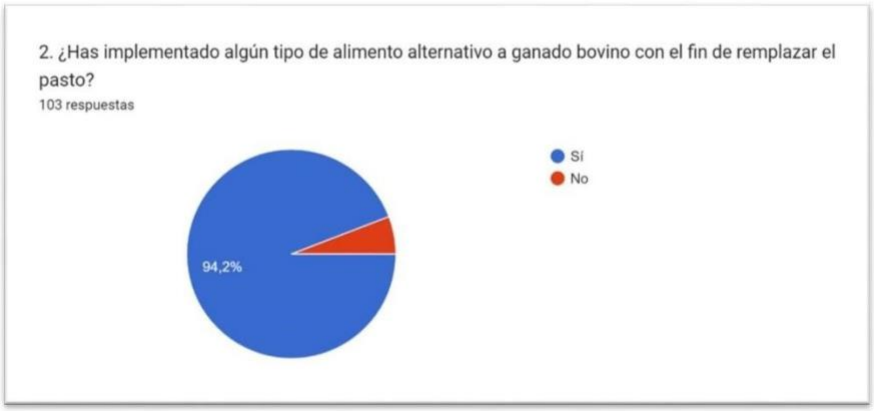


Gráfico 2: se pudo establecer que, si usan un alimento alternativo, en requeridas situaciones.



Gráfico 3: según los datos obtenido de las 103 personas encuestadas el 100% encuestadas, estas están dispuestas a aplicar una alimentación alternativa a base de corozo que les permita mejor o aumentar la eficiencia de sus bovinos.

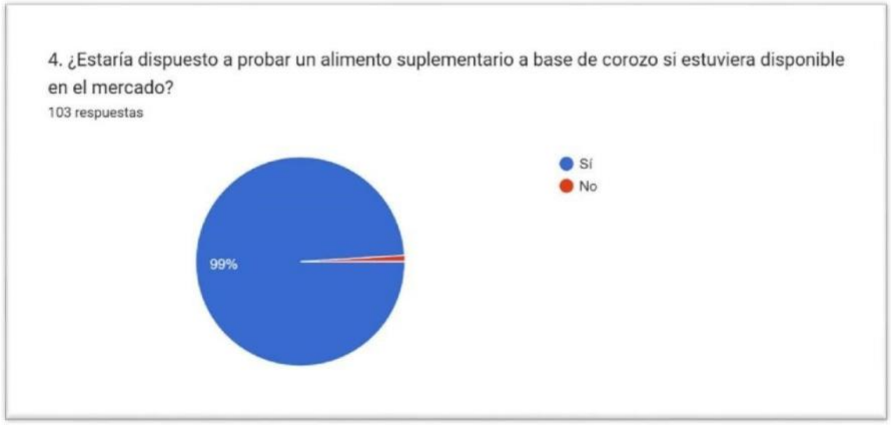


Gráfico 4: según la información obtenida en la anterior encuesta el 99% de los ganaderos están dispuestos a probar en sus bovinos una alimentación suplementaria a base de corozo según la disponibilidad en el mercado, con la finalidad de aumentar la producción de carne y leche en sus fincas.

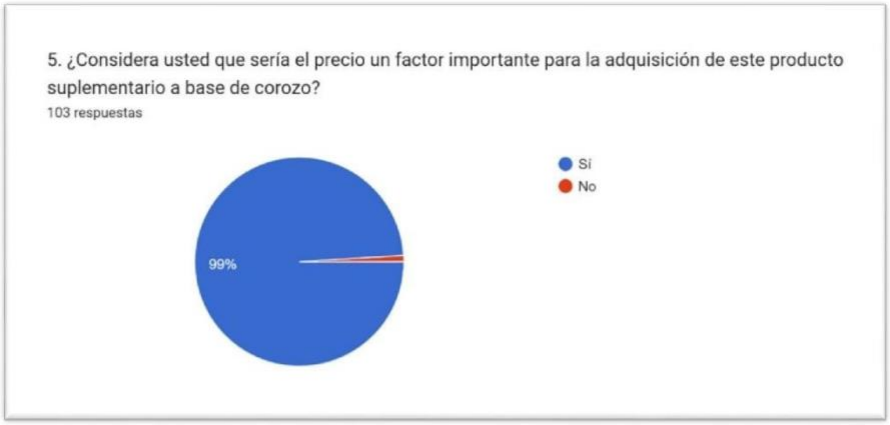


Gráfico 5: Para los ganaderos del municipio de San Martin cesar es de gran importancia la relatividad de precios en comparación con las diferentes alternativas de alimentación ofrecidas en el mercado competitivo local, por eso es de gran importancia producir alternativas de alimentación a bajos precios bajos excelentes estándares de calidad.

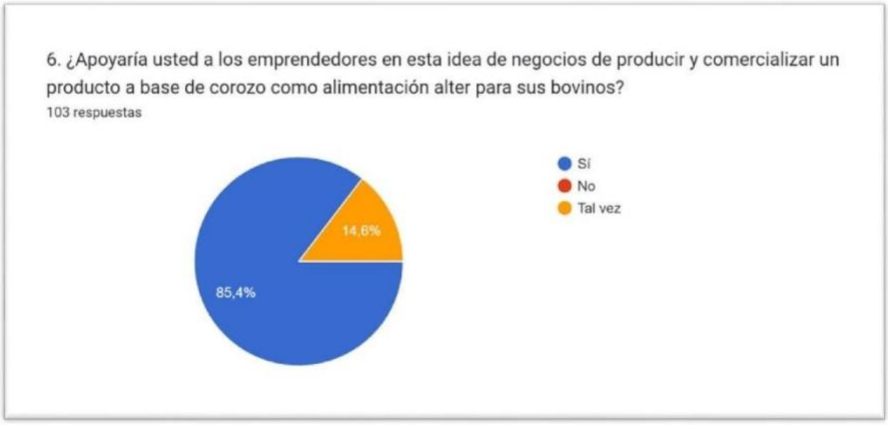


Grafico 6: en el análisis de la información obtenida en esta gráfica, podemos decir que el 85,4% de los ganaderos apoyan este emprendimiento mientras que el 14,6% se encuentra dudoso o tal vez apoye la idea. Se puede apreciar que los ganaderos apoyan los nuevos productos o emprendimientos emergentes en el municipio de San Martin, Cesar.

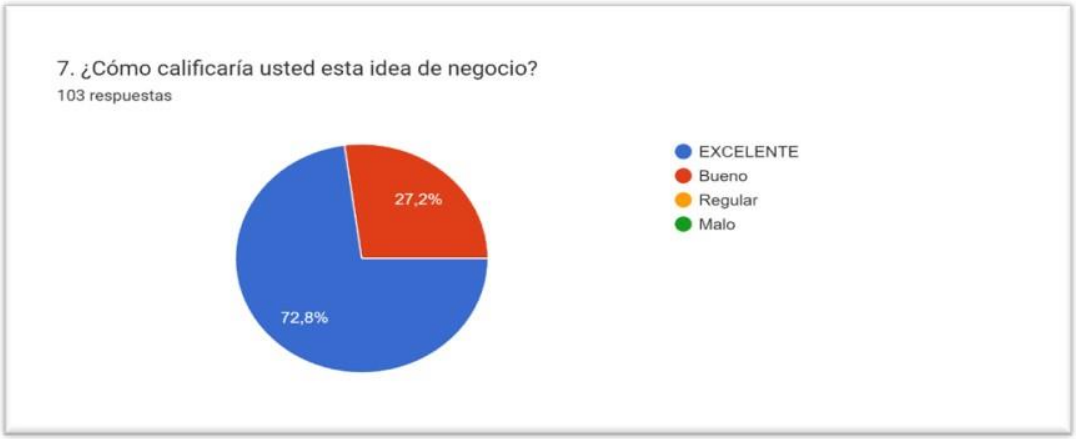


Gráfico 7: en el análisis de los datos obtenidos en este punto donde se busca calificar la idea de negocio, de los 103 ganaderos encuestados conformando el 100%, el 72,8% califica esta idea de negocio como excelente (color azul) contra un 27,2 como buena (parte roja) generando buenas expectativas en el proyecto.

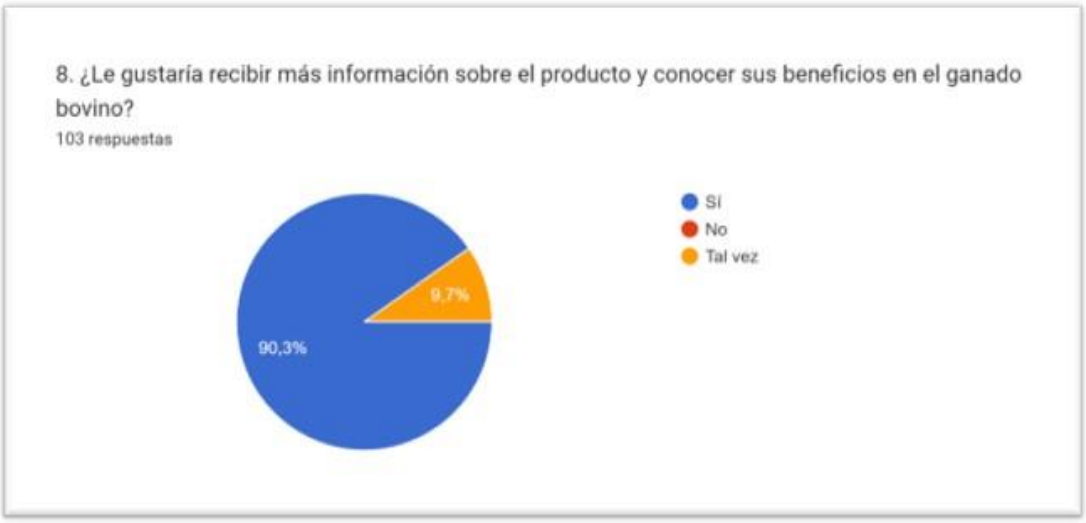


Gráfico 8: en el análisis de los datos obtenidos en la anterior pregunta podemos analizar que el 90,3% de los ganaderos encuestados desean obtener más información de este producto, mientras que un 9,7% tal vez desea en otra ocasión saber más del producto en este porcentaje prima la duda o no tiene tiempo.

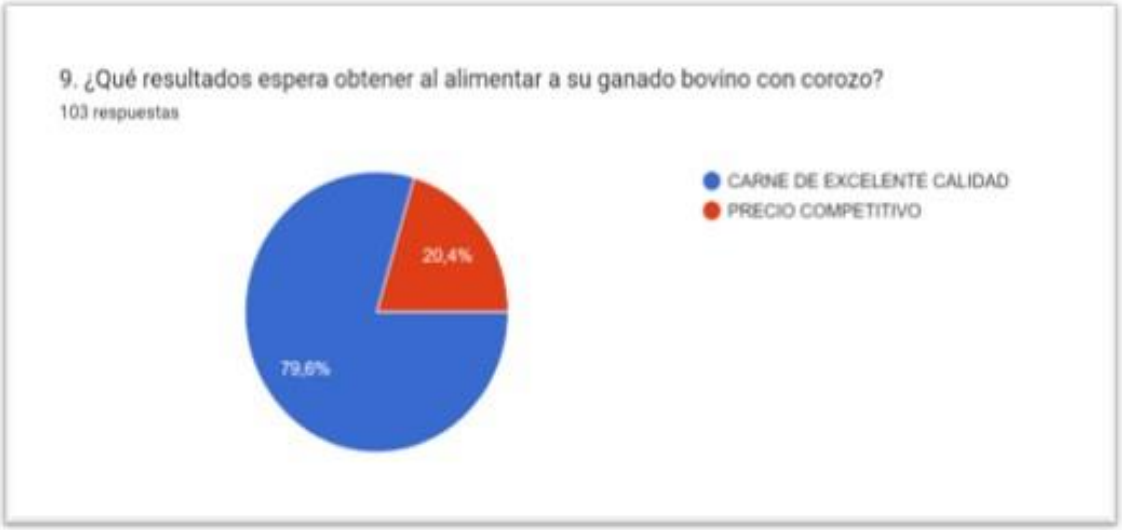


Gráfico 9: según los 103 ganaderos encuestados que conforman el 100%, el 79,6% es pera que el producto genere en sus bovinos carnes con una excelente calidad, mientras que el 24.6% espera tener bovinos con precios competitivos.

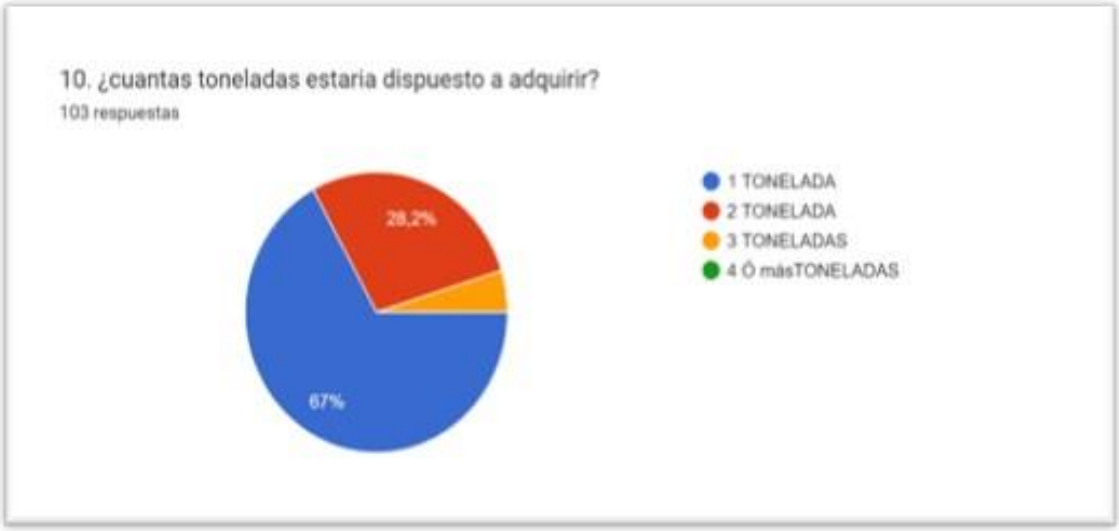


Gráfico 10: según los datos obtenidos en esta pregunta el 67% de los ganaderos desean adquirir de este producto 1 una tonelada del producto, mientras tanto el 28, 6% desea adquirir dos toneladas de este producto y el 4,8% desea adquirir tres toneladas de este producto.

Productos para la elaboración del concentrado

Producto	Cantidad	Presentación	Precio x unidad	Total, trimestral	Total anual
Corozo	5	Toneladas	670.000	3.350.000	$ 13.400.000,00
Melaza	30	Bulto x 10 kilos	38.000	1.140.000	$ 4.560.000,00
Sal	11	Bulto x 10 kilos	30.000	330.000	$ 1.320.000,00
Azufre	1	Kilo	7.000	7.000	$ 28.000,00
Urea	2	kilos	9.300	18.600	$ 74.400,00
			Total	4.845.600	$ 19.382.400,00

.

Tabla 5 productos elaboración

Análisis de sensibilidad

Unidades por vender	116
Incremento ventas	12%
Costos fijos	25%
Incremento costo de venta	16%

14. Políticas de cartera

***1. Medidas para recaudo de ventas a crédito y al contado* A.**

Ventas al contado:

- **Condiciones de pago:** los clientes deben pagar toda la compra al momento de realizarla. Se promoverá el uso de métodos de pago seguros y rápidos, como transferencias bancarias y pagos por internet.

ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
EFECTIVO	$ 17.590.000,00	$ 15.437.782,69	$ 14.964.116,96	$ 16.476.017,41	$ 20.327.114,43	$ 26.923.512,67
INVERSIÓN FIJA	$ 22.410.000,00	$ 22.410.000,00	$ 22.410.000,00	$ 22.410.000,00	$ 22.410.000,00	$ 22.410.000,00
DEPRECIACIÓN		-$ 4.482.000,00	-$ 8.964.000,00	-$ 13.446.000,00	-$ 17.928.000,00	-$ 22.410.000,00
TOTAL, ACTIVO	**$ 40.000.000,00**	**$ 33.365.782,69**	**$ 28.410.116,96**	**$ 25.440.017,41**	**$ 24.809.114,43**	**$ 26.923.512,67**
PASIVO						
CRÉDITO	$ 40.000.000,00	$ 35.030.091,40	$ 28.867.404,75	$ 21.225.673,29	$ 11.749.926,29	-$ 0,00
CAPITAL CONTABLE						
CAPITAL INICIAL						
UTILIDAD DL EJERCICIO		-$ 1.664.308,71	$ 1.207.020,93	$ 4.671.631,90	$ 8.844.844,03	$ 13.864.324,52
UTILIDADES RETENIDAD		$ -	-$ 1.664.308,71	-$ 457.287,78	$ 4.214.344,12	$ 13.059.188,15
PASIVO MÁS CAPITAL	**$ 40.000.000,00**	**$ 33.365.782,69**	**$ 28.410.116,96**	**$ 25.440.017,41**	**$ 24.809.114,43**	**$ 26.923.512,67**

Tabla 6 situación financiera

- **Recaudo esperado:** se estima que el 80% de las ventas se pagarán en efectivo, lo que generará un flujo de caja rápido y seguro. **B. Ventas a crédito:**
- **Condiciones de crédito:** se brindará acceso a crédito a clientes elegidos, después de realizar un análisis detallado de su capacidad de pago. El término habitual para realizar el pago será de 30 días, aunque en situaciones especiales, se podrá ampliar hasta 60 días.
- **tasas de interés**: las transacciones a crédito estarán acompañadas de una tasa de interés del 1.5% mensual sobre el saldo adeudado, una medida que equilibrará el riesgo asumido y abrirá nuevas puertas para la inversión de capital.
- ***2. Periodos de recaudo mínimo esperado***
- **Ventas al contado:** inmediato, con un 80% de las ventas esperadas recaudadas en el mismo mes.
- **Ventas a crédito**: recaudo mínimo esperado del 90% dentro del primer mes tras la fecha de vencimiento de las facturas, y del 100% en un plazo máximo de 60 días.

3. Condiciones contractuales para asignar créditos

- **Evaluación inicial:** es indispensable que los clientes llenen un formulario de solicitud crediticia, donde se detallen aspectos financieros esenciales.
- **Documentación necesaria:** es esencial proporcionar ciertos documentos, tales como balances financieros, declaraciones fiscales y contactos de referencias comerciales.
- **Condiciones de pago:** si el pago no se realiza dentro de los 60 días establecidos, se procederá a la suspensión de la línea de crédito y se podrán tomar medidas de cobranza.

- **Acuerdo de contrato**: ambas partes deberán formalizar un contrato de financiamiento que especifique todas las condiciones, tasas de interés y las sanciones aplicables en caso de incumplimiento.

4. Condiciones y restricciones

- **Cumplimiento:** aquellos clientes que respeten los plazos de pago acordados podrán deleitarse con ventajas exclusivas, como atractivos descuentos por pronto pago y acceso a condiciones de crédito privilegiadas.
- **Incumplimiento:** si se produce algún incumplimiento, se implementará una penalización del 2% del total adeudado por cada mes de demora, y se suspenderán todos los créditos futuros.

5. Objetivos de las políticas de cartera

- **Optimización ágil del flujo de caja:** nuestras estrategias están cuidadosamente elaboradas para garantizar que la empresa preserve un flujo de caja saludable y sostenido. Al promover el pago inmediato y fijar pautas precisas para las transacciones a crédito, se pretende reducir al máximo la posibilidad de impagos.

- **Optimización de recursos:** al establecer tasas de interés para los préstamos, se logra una utilización más eficiente de los recursos disponibles, lo que a su vez genera ingresos extras gracias a los intereses.

- **Vínculos fuertes con los clientes:** al crear un marco de condiciones claras y equitativas, cultivamos relaciones comerciales duraderas que impulsan la confianza y la fidelidad de nuestros clientes.

Fase 3. Plan de operaciones

15. Ficha técnica del producto (s) / servicio (s) que ofertara la edt.

Ficha tecnica	
	
1.nombre del producto	Bovimax

2. Descripción del producto	Bovimax es una ración alimenticia para ganado bovino elaborada a partir de corozo, un subproducto de la industria palmera. Nuestro producto es diseñado para proporcionar una nutrición equilibrada y sostenible para el ganado bovino, mejorando su salud y productividad.
3.composición nutricional	○ Carbohidratos ○ Fibra ○ Proteínas ○ Vitaminas y minerales
4.presentacion	En un caneco de 120litros, para un mejor almacenamiento. Costales de 50 kilos.
5. Caracteristicas	○ **Fibra alta**: aporta una buena cantidad de fibra dietética, que es fundamental para la salud del sistema digestivo del ganado. ○ **Uso de subproductos agrícolas**: además de corozo, puede incluir subproductos de la agricultura local, lo que fomenta el uso eficiente de recursos y reduce el desperdicio. ○ **Beneficios nutricionales**: el corozo aporta nutrientes esenciales, mejorando la salud digestiva del ganado y promoviendo un mejor
	crecimiento y desarrollo. Su inclusión en la dieta puede mejorar la producción de carne y leche de manera sostenible.

Tabla 7 ficha técnica

Elaborada por maría aguilar

16. Estado de desarrollo de la iniciativa.

En san martín, cesar, estamos dando vida a un innovador proyecto que busca transformar la alimentación del ganado bovino mediante la creación y venta de un alimento alternativo basado en la rica fruta tropical de palma. En este momento, nos encontramos inmersos en una intensa fase de investigación y desarrollo, explorando todas las posibilidades que esta iniciativa puede ofrecer. Se ha llevado a cabo una investigación inicial sobre la composición nutricional de la fruta de palma, revelando hallazgos alentadores sobre su viabilidad como fuente alimenticia para el ganado. Además, hemos entablado comunicación con agricultores de la zona para garantizar un abastecimiento constante de los ingredientes esenciales. Se llevó a cabo un estudio de mercado que revela un creciente interés por parte de los consumidores en productos naturales y sostenibles para

la alimentación de mascotas. En lo que respecta a la infraestructura, hay recursos disponibles que pueden ser aprovechados. No obstante, es fundamental obtener los registros y permisos necesarios. Actualmente, estamos en plena etapa de gestión, habiendo iniciado los trámites pertinentes para conseguir las autorizaciones sanitarias requeridas.

17. Descripción del proceso.

Etapa	Acciones clave	Consideraciones
1. Recolección y cosecha	- identificación correcta de la planta - cosecha en el momento adecuado	- selección de frutas maduras - evitar frutas en mal estado
2. Composición nutricional	- análisis de composición (proteínas, carbohidratos, etc.) - estudio de efectos en la salud del ganado	- evaluar la digestibilidad y absorción de nutrientes - comparar con otras fuentes de alimentación
3. Procesamiento	- limpieza y eliminación de impurezas - deshidratación o molienda según sea necesario	- considerar métodos de transformación (fermentación) - mejora de palatabilidad y conservación
4. Formulación de raciones	- incorporar corozo en dietas balanceadas - evaluación de la aceptación por parte del ganado	- proporción adecuada con otros alimentos - ajustar según las necesidades nutricionales
5. Evaluación del impacto	- monitorear producción de leche/carne - control de salud y bienestar del ganado	- análisis de costos y beneficios
6. Sostenibilidad	- promover cultivo sostenible del corozo	- identificación de posibles efectos adversos
7. Investigación y desarrollo	- considerar el impacto ambiental - capacitación para ganaderos	- colaboraciones con instituciones académicas - difusión de buenas prácticas en la alimentación animal

Tabla 8 proceso de producción

Flujograma

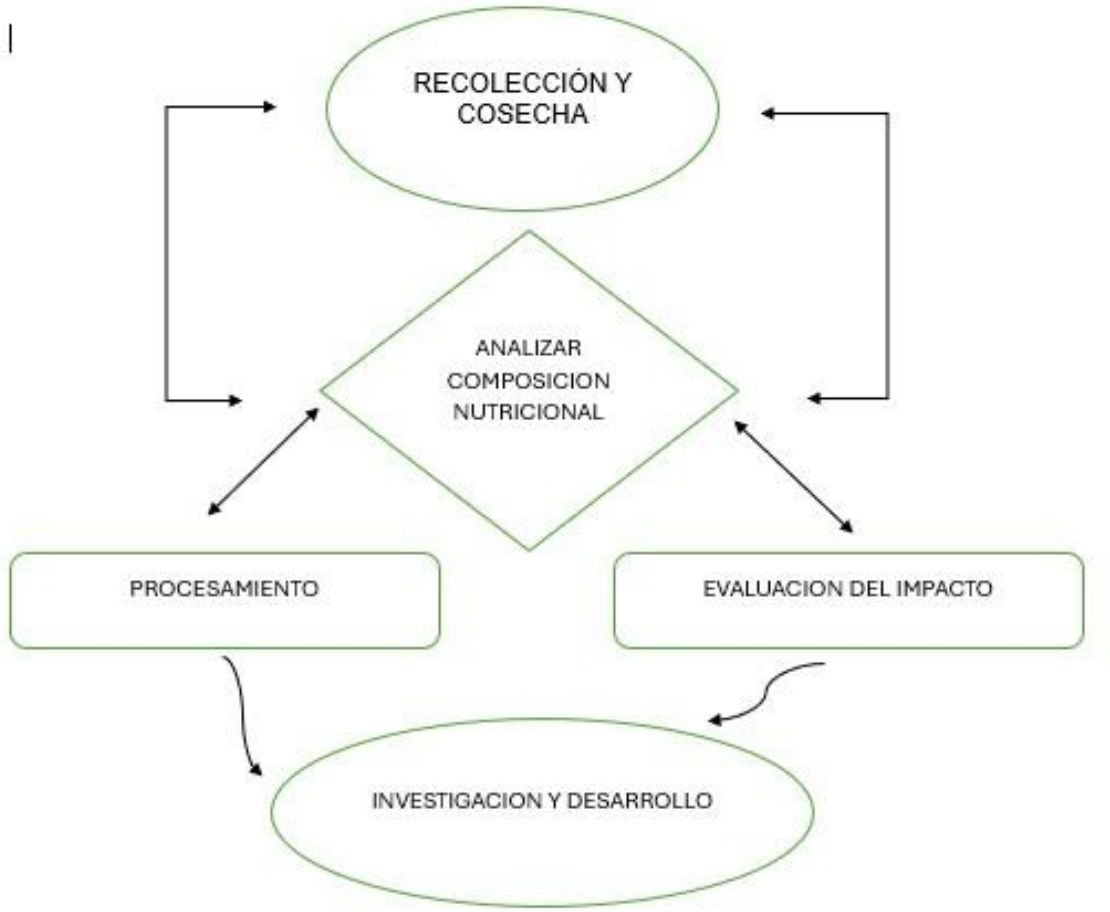


Ilustración 1flujograma

18. Plan de producción.

Proceso de produccion:

- **Recepción de la materia prima:** la fruta de palma llega a nosotros proveniente de exuberantes plantaciones, o a través de la cuidadosa selección de pequeños productores locales que, con dedicación y conocimiento, ofrecen su valiosa cosecha.

- **Refinamiento en la selección:** cada fruta es minuciosamente evaluada para descartar aquellas que muestren imperfecciones o que aún no han alcanzado ese sublime momento de madurez.

- **Transformación:** la fruta pasa por un delicado ritual en el que su dulce pulpa se desprende con esmero de las semillas, revelando su esencia más pura. La pulpa es un manjar que se puede saborear directamente, brindando un placer delicioso al paladar. Sin embargo, su verdadera magia se revela cuando se somete a la fermentación, un proceso que no solo la transforma, sino que también potencia su valor nutricional, llevándolo a niveles insospechados.

- **Empaque:** los alimentos se presentan en sacos y bolsas de diferentes dimensiones, ajustándose a las necesidades y preferencias del mercado.

- **Almacenamiento**: una vez que el proceso ha concluido, el producto se deposita en un espacio fresco y seco, listo para embarcarse en su próxima aventura de distribución.

Proceso de comercialización:

- **Detección de clientes clave**: se realizan estudios detallados para identificar a los actores clave en el mercado, abarcando desde los ganaderos locales hasta las cooperativas agrícolas y los proveedores de piensos para el ganado.
- **Comercio directo**: realizamos ventas directas a los ganaderos, ofreciéndoles asesoramiento especializado para optimizar la nutrición de su ganado.
- **Colaboración con mayoristas**: establecemos colaboraciones estratégicas con mayoristas para amplificar nuestra huella en el mercado.
- **Marketing:** desarrollamos propuestas vanguardistas que destacan los beneficios del producto para la salud animal y su papel crucial en la construcción de un futuro sostenible. De esta manera, logramos cautivar a un público que valora y se compromete con estas causas.

Elementos esenciales y suministros necesarios.

- **Fruto de palma**: la esencia fundamental de nuestra materia prima.
- **Melaza:** un néctar energético.
- **Sal mineral**: esencial para el bienestar del ganado, ya que suministra los minerales indispensables que necesitan para crecer y prosperar.
- **Aditivos:** realzan el sabor y suavizan la digestión de los platillos, transformando cada bocado en una experiencia más deliciosa y liviana. • **Embalaje**: canecas de 120 l.

Colaboradores estratégicos.

- **Cultivadores de palma:** en su mayoría, son pequeños emprendedores locales.
- **Proveedores de melaza:** compañías dedicadas a la producción de azúcar.

- **Proveedores de sales minerales y aditivos**: compañías dedicadas a potenciar la salud y el bienestar en la nutrición animal.

Habilidades para la creación y distribución de productos

- **Valoración:** la capacidad de producción estará influenciada por las dimensiones de la planta de procesamiento, la disponibilidad de materias primas y las necesidades del mercado.

Elementos a tener en cuenta:

- **Época de recolección**: la producción puede fluctuar en función del ciclo de cosecha de la palma.
- **Demanda del mercado**: la habilidad para posicionar el producto en el mercado estará íntimamente ligada a la recepción que tenga entre los ganaderos.

Gestión de recursos de almacenamiento

Tabla 9 maquinarias

- **Inventarios preliminares:** se elaborarán inventarios iniciales de materia prima, enfocándonos en la fruta de palma, así como del producto final. Este proceso se realizará considerando la demanda proyectada y nuestra capacidad de producción.

- **ajuste de inventarios finales**: los inventarios finales se recalibrarán tomando en cuenta las cifras de ventas y el volumen de producción.

Servicios

Servicio	**Valor mensual**	Valor anual
Energía	$ 1.600.000,00	$ 19.200.000,00
Agua	$ 20.000,00	$ 240.000,00
	$ 1.620.000,00	$ 19.440.000,00

esto no solo facilitará una producción más eficiente, sino que también nos ayudará a prevenir tanto la falta de productos como el exceso innecesario

19. Plan de adquisiciones y requerimientos.

Estos son las proyecciones financieras, en materia prima tenemos que en un año esos serán los costos, gastos, los gastos en servicios (agua, luz) los salarios para las personas encargadas de ciertas labores.

Las maquinas que se requieren para la elaboración del producto son 3 con sus respectivos precios.

Materia prima	$ 19.382.400,00		
Gastos	$ 259.500,00	120	
Servicios	$ 1.620.000,00		
Salarios	$ 5.800.000,00		
	$ 27.061.900,00	$ 225.515,83	Costo por caneca
Costos fijos	$ 7.679.500,00	30%	Margen de ganancia
		$ 322.165,48	Valor producto

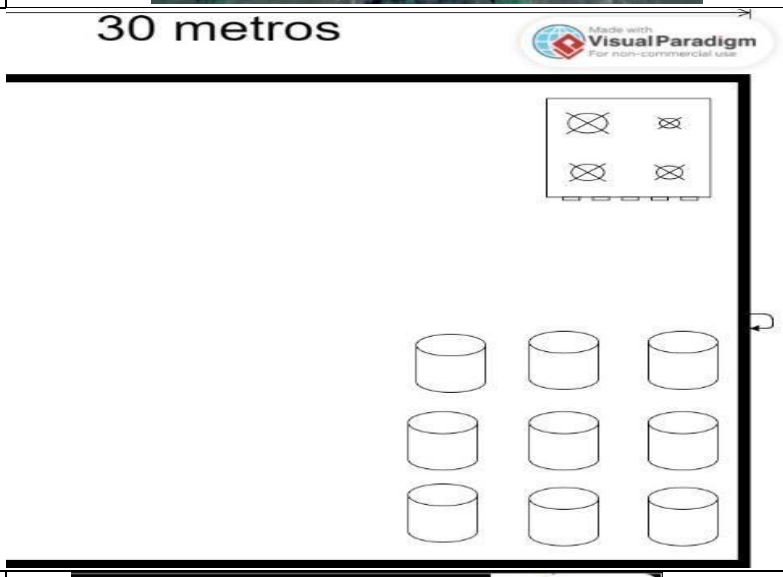
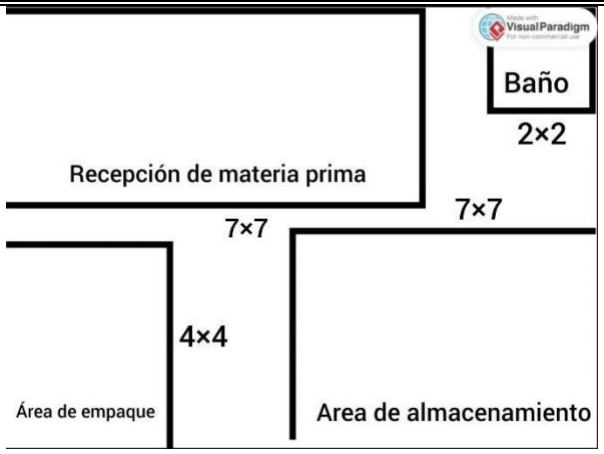
Tabla 10 plan de adquisición

Maquinarias para la elaboración

Maquinas	**Precio**
Trituradora	9.550.000
Batidora	7.460.000
Molino	5.400.000
total	22.410.000

20. Infraestructura y layout (diseños) requerido.

Descripción de la infraestructura	**Imagen de referencia**

Tamaño y localización	**Ubicación** san Martín, cesar. -8 m de ancho-15 m de largo.	
Diseño		
Áreas de construcción	**-área de recepción de materias primas:** espacio para descargar y almacenar los ingredientes (granos, suplementos, etc.). **-área de mezclado:** donde se combinan los ingredientes para obtener la fórmula deseada. **-área de empaque:** para envasar el concentrado en los formatos adecuados (sacos, big bags). **-área de almacenamiento de producto terminado:** para	
	guardar el concentrado antes de su distribución.	

Presupuesto

	A	B	C	D
1	**Descripcion PLANTA 1**	**Total de unidades**	**Valor de unidades**	**TOTAL**
2	Cemento ARGOS	65	$ 31.000,00	$ 2.015.000,00
3	Pintura GALONES VINITEX	4	$ 450.000,00	$ 1.800.000,00
4	Arena	0	0	0
5	Varillas 3/8 * 6m	10	$ 13.400,00	$ 134.000,00
6	Tubo rectangular 8*40	20	$ 140.000,00	$ 2.800.000,00
7	Laminas de zinc 2.438x0.80mt Cal 35 0.17mm	20	$ 11.070,00	$ 221.400,00
8	Cable #12 100m	3	$ 204.000,00	$ 612.000,00
9	Bombillo led 50w	8	$ 25.000,00	$ 200.000,00
10	Taco breaker enchufable monocular	10	$ 25.000,00	$ 250.000,00
11	Caja O Tablero Para 4 Tacos Homologada Certificada	2	$ 52.300,00	$ 104.600,00
12	**TOTAL**			**$ 8.137.000,00**
13				

	A	B	C	D
14	**DESCRIPCION PLANTA 2**			
15	Caja O Tablero Para 4 Tacos Homologada Certificada	4	$ 52.300,00	$ 209.200,00
16	Cemento ARGOS	20	$ 31.000,00	$ 620.000,00
17	Pintura GALONES VINITEX	2	$ 450.000,00	$ 900.000,00
18	Arena	0	$ -	$ -
19	Varillas 3/8 * 6m	3	$ 13.400,00	$ 40.200,00
20	Tubo rectangular 8*40	10	$ 140.000,00	$ 1.400.000,00
21	Laminas de zinc 2.438x0.80mt Cal 35 0.17mm	20	$ 11.070,00	$ 221.400,00
22	Cable #12 100m	2	$ 204.000,00	$ 408.000,00
23	Bombillo led 50w	7	$ 25.000,00	$ 175.000,00
24	Taco breaker enchufable monocular	4	$ 25.000,00	$ 100.000,00
25	Sanitario blanco	1	$ 350.000,00	$ 350.000,00
26	lavamanos	1	$ 250.000,00	$ 250.000,00
27				
28	**TOTAL**			**$ 4.673.800,00**
29				

Tabla 11 infraestructura

Costos de producción

Producto	**Cantidad**	**Precio x unidad**	**Total**
Corozo	5 toneladas	670.000 tonelada	3.350.000
Melaza	30 bultos de 10 kilos	38.000	1.140.000
Sal	11 bultos de 10 kilos	30.000	330.000
Azufre	2 libras	7.000	14.000
Urea	2 kilos	9.300	18.600

Tabla 12 cantidades

Utensilios para empacar el producto			
Producto	Precio unitario	Cantidad	Total
Canecas 120 litros	$ 110.000,00	30	$ 3.300.000,00
Palas plásticas	$ 50.000,00	5	$ 250.000,00
Guantes	$ 18.000,00	5	$ 90.000,00
Protectores auditivos	$ 13.000,00	5	$ 65.000,00
Costales de 30 kilos	$ 1.045,00	100	$ 104.500,00
			$ 3.809.500,00

Tabla 14 servicios

Tabla 13 utensilios

Salarios		
Cargo	**Sueldo mensual**	**Total, anual**
Triturador	$ 1.600.000,00	$ 19.200.000,00
Empacador 1	$ 1.300.000,00	$ 15.600.000,00
Empacador 2	$ 1.300.000,00	$ 15.600.000,00
Operador maquina trituradora	$ 1.600.000,00	$ 19.200.000,00
Total	$ 5.800.000,00	$ 69.600.000,00

Tabla 15 salarios

Parámetros técnicos especiales

1. **Registro mercantil y licencia de funcionamiento**

Entidad responsable: cámara de comercio de Valledupar

- **Descripción**: es esencial inscribir la empresa en la cámara de comercio para obtener el registro mercantil, el documento que formaliza y da respaldo legal a su actividad comercial. Además, es necesario gestionar la licencia de funcionamiento, un documento esencial que permite llevar a cabo actividades económicas dentro de la jurisdicción municipal.

2. **Licencia ambiental**

Entidad responsable: **Corpocesar** (corporación autónoma regional del cesar)

- **Descripción:** este tipo de licencia se torna esencial cuando el proyecto puede afectar al medio ambiente, abarcando también la utilización de recursos naturales como el corozo. Es fundamental elaborar un estudio de impacto ambiental que evalúe la recolección del corozo y su posterior procesamiento, garantizando así que esta actividad se realice de manera sostenible y responsable con el entorno.

3. Permiso sanitario

Entidad responsable: **Invima** (instituto nacional de vigilancia de medicamentos y alimentos)

- **Descripción**: el Invima tiene la responsabilidad de otorgar el registro sanitario a los productos alimenticios, asegurando que el innovador alimento alternativo a base de corozo cumpla con los estándares de seguridad e calidad necesarios para su venta y consumo en el ámbito agropecuario.

4. Registro de marca y propiedad intelectual

Entidad responsable: **superintendencia de industria y comercio (sic)**

- **Descripción:** es imprescindible registrar en la sic el nombre comercial, logotipo y patentes vinculadas al proceso productivo del alimento alternativo, con el fin de salvaguardar la marca y cualquier innovación en la producción. De esta manera, se obtienen derechos exclusivos sobre la marca y el producto en el mercado.

5. Permisos de uso de suelo

Entidad responsable: **alcaldía municipal de san martín, cesar**

- **Descripción**: el sitio donde se preparará la comida debe contar con la autorización correspondiente para llevar a cabo actividades agroindustriales. Es necesario contar con un permiso de zonificación que garantice que el lugar es adecuado para llevar a cabo la actividad económica deseada.

Estrategias de innovación y desarrollo.

- **Impacto nutricional**: el corozo, con su abundante fibra y antioxidantes, aporta beneficios extra para la salud digestiva y metabólica del ganado, que no se encuentran en otros alimentos convencionales.
- **innovación radical**: en la región de san martín, la propuesta revolucionaria de incorporar el corozo en la alimentación del ganado bovino busca romper con las fórmulas convencionales que no aprovechan este recurso local.
- **venta directa a productores locales y cooperativas**: a diferencia de otros competidores, este proyecto se centra en establecer relaciones directas con los ganaderos y cooperativas locales en

lugar de depender de intermediarios y distribuidores nacionales. Esta estrategia facilita ofrecer precios más competitivos y una mayor flexibilidad en la comercialización.

- **plataforma digital para pedidos**: se planea desarrollar una plataforma en línea fácil de usar que permitirá a los productores locales realizar pedidos directamente, agilizando así el proceso de compra y entrega. Esto facilitará una gestión más eficiente y un control de inventario en tiempo real.

Cronograma de desarrollos y acciones.

	A	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1		CRONOGRAMA										
2	ACTIVIDAD	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE
3	TEMA A INVESTIGAR											
4	TITULO											
5	PROBLEMA DE INVESTIGACION											
6	FORMULACION DEL PROBLEMA											
7	JUSTIFICACION											
8	OBJETIVOS											
9	ANALISIS DE LA INDUSTRIA											
10	PRODUCTO O SERVICIO											
11	ESTRATEGIAS											
12	PRESUSPUESTOS											
13	RECURSOS HUMANOS											
14	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL											
15	PLAN ECONOMICO											
16	APROBACION Y FINALIZACION DEL PROYECTO											
17	SUSTENTACION											

Tabla 16 cronograma y acciones

21. Fase 5. Plan de gestión de los recursos humanos.

Identificación del equipo de rrhh de la edt por perfil y competencias centrales.

Cargo	**Triturador**
Descripción del cargo	El triturador es responsable de procesar el corozo, realizando el triturado de la materia prima antes de ser mezclada o convertida en alimento para ganado. Este cargo asegura que el proceso de triturado se realice con precisión, siguiendo los estándares de calidad establecidos para garantizar la efectividad del producto final.
Perfil	• **Formación académica**: bachillerato o formación técnica relacionada con maquinaria industrial o agroindustrial. • **Experiencia**: experiencia mínima de 1 año en operaciones industriales, preferiblemente en el manejo de maquinaria de trituración o procesamiento de alimentos. • **Conocimientos técnicos**: conocimiento básico del funcionamiento de máquinas trituradoras, mantenimiento preventivo y resolución de problemas técnicos simples.
Competencias	• **Habilidad técnica**: capacidad para operar, ajustar y supervisar el funcionamiento de la trituradora. • **Atención al detalle**: precisión en la operación para asegurar que el producto triturado cumpla con las especificaciones. • **Capacidad para trabajar bajo presión**: manejo adecuado del tiempo para cumplir con los volúmenes de producción.
Responsabilidades	• Operar y ajustar la trituradora según los estándares de producción. • Verificar la calidad del material triturado. • Realizar mantenimiento preventivo y correctivo básico a la trituradora.

Tabla 17 cargos

Cargo	Empacadores
Descripción del cargo	Son responsables de realizar el empaque del alimento alternativo a base de corozo, asegurándose de que el producto final sea almacenado adecuadamente y listo para su distribución. Este cargo involucra la supervisión del producto a medida que sale de la línea de producción y su correcto envasado.
Perfil	• **Formación académica**: bachillerato o experiencia equivalente en el área de producción o empaque. • **Experiencia**: mínimo 6 meses de experiencia en tareas de empaque, manipulación de productos o logística.
Competencias	• **Destreza manual**: habilidad para manipular productos y maquinaria de empaque con precisión y rapidez. • **Trabajo en equipo**: capacidad para coordinarse eficientemente con otros operarios en la línea de producción. • **Atención al detalle**: precisión en el conteo, peso y sellado de los paquetes de producto. **Conocimiento de normas de calidad**: familiaridad con las normas de empaque y almacenamiento en la industria agroalimentaria.

Responsabilidades	• Realizar el empaque del alimento en las cantidades adecuadas. • Asegurarse de que los sacos o envases estén correctamente etiquetados y sellados. • Verificar que los productos empacados cumplan con los estándares de calidad establecidos. • Mantener el área de trabajo limpia y organizada.

Cargo	**Operador de máquina batidora**
Descripción del cargo	El operador de la máquina batidora se encarga de supervisar y operar los equipos industriales responsables de batir el corozo con los demás ingredientes. Además, debe realizar ajustes técnicos para maximizar la eficiencia del proceso y garantizar que la calidad del triturado cumpla con los estándares.
Perfil	• **Formación académica**: técnico o tecnólogo en maquinaria industrial, agroindustria o afines. • **Experiencia**: 2 años de experiencia en manejo de maquinaria industrial, preferiblemente en el sector de procesamiento de alimentos o productos agrícolas.
Competencias	• **Habilidad técnica avanzada**: conocimiento profundo del funcionamiento de la maquinaria y capacidad para realizar ajustes y reparaciones menores. • **Resolución de problemas**: capacidad para identificar y corregir fallas técnicas de manera rápida y eficiente. • **Responsabilidad**: capacidad para cumplir con los volúmenes de producción esperados y los estándares de calidad.

Responsabilidades	• Operar y monitorear la máquina trituradora durante todo el proceso de producción. • Realizar ajustes técnicos para asegurar la eficiencia del proceso. • Verificar que el producto triturado cumpla con las especificaciones de calidad. • Llevar a cabo el mantenimiento preventivo de la maquinaria y coordinar reparaciones cuando sea necesario.

Mecanismos para lograr el desarrollo de los rrhh de la edt.

Empezaremos con una introducción general que explicará el enfoque del proceso productivo y las directrices fundamentales de nuestra organización.

Seguidamente, procederemos a brindarte una explicación más exhaustiva sobre los puntos fundamentales de tu trabajo, abordando los posibles riesgos a los que podrías estar expuesto, las normas de seguridad que debes cumplir, los implementos de protección personal requeridos, así como los criterios de calidad, gastos y rendimiento que son cruciales para tu labor.

En la tercera fase se llevará a cabo un análisis exhaustivo del proceso anterior.

Inducción general

En la introducción general, se ofrece una perspectiva completa de la organización, considerándola como un sistema interrelacionado y en constante cambio. Este documento expone los componentes esenciales de la empresa: el organigrama, junto con su visión, misión y metas que orientan su trayectoria.

• Compromiso y orientación de la gerencia hacia la seguridad y el bienestar en el trabajo.

• Los lineamientos fundamentales para conservar un saneamiento óptimo.

• Las variables asociadas a la dinámica del contrato de trabajo.

• Actividades orientadas al desarrollo y fortalecimiento del equipo.

• Bases fundamentales para la seguridad social.

• Los sistemas de retribución, reglamentos, código de comportamiento y otros componentes pertinentes para la institución que se adecuen al contexto en cuestión.

Método de selección estratégico:

Captación de talento: elaborar estrategias innovadoras que atraigan a los aspirantes con las competencias óptimas, utilizando diversos medios de reclutamiento, tales como redes sociales, portales de trabajo y sugerencias personales, entre otros.

Valoración holística de aspirantes: aplicar diferentes métodos de evaluación, tales como exámenes psicotécnicos, entrevistas basadas en habilidades y actividades de grupo, para reconocer a los aspirantes con mayor capacidad.

Programa de formación constante:

Detección de oportunidades de aprendizaje: realizar evaluaciones periódicas para determinar las áreas donde los empleados pueden mejorar sus competencias y desarrollarse profesionalmente.

Elaboración de iniciativas formativas: desarrollar experiencias educativas singulares que se adapten a las necesidades particulares de cada colaborador y grupo, promoviendo de esta manera un desarrollo completo y personalizado.

Desarrollo de estrategias para el manejo de los rrhh de la edt.

Cargas laborales

Tarea	Responsable	Tiempo estimado	Entregable
Recepción y almacenamiento del corozo	Operador de la trituradora	4 horas / día	Corozo limpio y triturado
Procesamiento del corozo	Operador de batidora	3 horas/ día	Pulpa de corozo procesada y combinada con los demás ingredientes
Formulación del alimento	Empacadores	2 horas /día	Llenar los sacos, tanques, y envolturas.

Tabla 18 cargas laborales

Cronograma de vinculación

Fase del proyecto	**Actividades**	**Mes 1**	**Mes 2**	**Mes 3**	**Mes 4**	**Mes 5**
Planificación	Definición de perfiles	X				
	Publicación de ofertas		X			
	Recepción de hojas de vida		X			
Selección	Entrevistas		X			

	Pruebas técnicas		X			
	Selección final		X			
Vinculacion	Oferta de empleo		X			
	Firma de contratos		X			
	Inducción general		X			
Capacitacion	Capacitación técnica			X	X	
	Capacitación en seguridad industrial			X		
Inicio de operaciones	Producción piloto				X	X
	Comercialización inicial					X

Tabla 19 vinculaciones

Estimación de los costos de operación de los rrhh de la edt.

Proceso de reclutamiento

Concepto	**Descripción**	**Costo ($)**
Reclutamiento		
Publicidad	Anuncios en periódicos, portales de empleo, redes sociales	$300.000
Entrevistas		
Gastos de viajes(entrevistas)	Pasajes, viáticos	$100.000
Selección		
Pruebas psicométricas	Aplicación de pruebas	$300.000
Verificación de referencias	Llamadas telefónicas, consultas a bases de datos	$50.000
Capacitación		

Diseño de programas de capacitación	Elaboración de material didáctico, contratación de expertos	$250.000
Impartición de cursos	Honorarios de instructores, alquiler de salones	$400.000
Materiales didácticos	Libros, manuales, equipos	$100.000
Otros costos		
Gastos administrativos	Papelería, llamadas telefónicas, etc.	$230.000
Total		$1.730.000

Tabla 20 reclutamiento

Salarios		
Cargo	**Sueldo mensual**	**Total, anual**
Triturador	$ 1.600.000,00	$ 19.200.000,00
Empacador 1	$ 1.300.000,00	$ 15.600.000,00
Empacador 2	$ 1.300.000,00	$ 15.600.000,00
Operador maquina trituradora	$ 1.600.000,00	$ 19.200.000,00
Total	$ 5.800.000,00	$ 69.600.000,00

Tabla 21 salarios

Fase 6. Plan de gestión de riesgos**.**

Planificación de la gestión de riesgos.

Riesgo	Probabilidad (1-5)	Impacto	Nivel de riesgo	Acción
Falta de experiencia en la producción	**3**	**4**	**12**	Capacitación del personal en producción y mejorar continuamente en el proceso.
Fallas en las maquinarias	**2**	**5**	**10**	Mantenimiento preventivo y tener repuestos disponibles.
Baja demanda del producto	**4**	**4**	**16**	Realizar estudios de mercado y campañas para informar a los ganaderos de los beneficios en la aplicación del producto.
Incremento en costos de insumos o transporte	**3**	**3**	**9**	Negociar contratos con precios fijos y buscar alternativas logísticas.
Competencia con otros proveedores	**3**	**4**	**12**	Valor diferencial del producto y desarrollo de propuestas de valor.
Condiciones climáticas adveras	**4**	**3**	**12**	Obtención de materias primas asegurando proveedores cercanos en tiempos de poca producción.

Problemas regulatorios o cambios en la normatividad	**2**	**5**	**10**	Asesoría legal y cumplimiento constante de la normatividad
Problemas de almacenamiento o deterioro del producto	**3**	**4**	**12**	Implementar controles de calidad y mejores condiciones de almacenamiento

Interpretación del nivel de riesgo

- **(1-5: bajo):** no se requiere acción inmediata, pero se deben monitorear.

Tabla 22 gestión de riesgos

- **(6-10: moderado):** se deben tomar medidas de mitigación, pero no es crítico.
- **(11-15: alto):** necesita atención prioritaria y medidas de mitigación inmediatas.
- **(16-25: crítico):** riesgo que debe abordarse de inmediato para evitar impactos significativos en el proyecto.

CRONOGRAMA DEACTIVIDADES PARA LA IMPLEMENTACION DEL PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE UNA ALIMENTACION ALTERNATIVA A BASE DE FRUTO DE PALMA EN EL MUNICIPIO DE SAN MARTIN CESAR. AÑO (2025)

ACTIVIDADES GENERALES	tiempo (DIAZ)	SEMANA 1							SEMANA 2							SEMANA 3							SEMANA 4								RESPONSABLE
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
ADECUACION PLANTA	7																															MARIA ALEXANDRA
DOTACION DEL PERSONAL Y PROFESIONALES	7																															MARIA ALEXANDRA
DOTACION DE EQUIPOS,MUEBLES Y	14																															MIGUEL LARA
MATERIAL PUBLICITARIO	11																															MIGUEL LARA
PAGINA WEB	25																															MARIA ALEXANDRA
MATERIAL ADMINISTRATIVO	11																															MARIA ALEXANDRA
FORMALIZACION DEL NEGOCIO	21																															MARIA ALEXANDRA
SISTEMA DE PRODUCCION	21																															MIGUEL LARA
SEGURIDAD	13																															MIGUEL LARA
ORGANIZACIÓN Y PUESTA A PUNTO DE NEGOCIO	10																															MARIA ALEXANDRA
APERTURA	1																															MIGUEL Y MARIA

Ilustración 2 cronograma

Identificación de los riesgos que afectan la competitividad y la sustentabilidad de la edt

- La presencia de productos similares o competidores con precios más bajos o características superiores puede reducir la participación en el mercado y impactar los beneficios de la empresa.
- Los productores pueden tardar en aceptar un nuevo alimento para ganado debido a su naturaleza conservadora. Necesitan pruebas y información sólidas antes de modificar la dieta de sus animales.
- La existencia de alternativas semejantes o competidores que ofrezcan precios más atractivos o ventajas destacadas puede disminuir la cuota de mercado y afectar negativamente las ganancias de la empresa.
- Los agricultores a menudo son cautelosos al incorporar un nuevo tipo de alimento para su ganado, ya que su enfoque conservador los lleva a tomarse su tiempo para evaluar los cambios. Requieren contar con evidencias contundentes y datos fiables antes de realizar cualquier ajuste en la alimentación de sus animales.

Planificación de la respuesta a los riesgos.

- **Ampliación de la red de proveedores**: forjar alianzas con diversos proveedores de fruta de palma para minimizar la dependencia de una única fuente y garantizar así una producción constante y sin interrupciones.
- **Innovación en productos:** investigar la viabilidad de transformar diversos subproductos de la palma con el fin de enriquecer nuestra gama de opciones y disminuir la dependencia de un único sector.
- **Exploración e innovación**: destinar recursos a la investigación para perfeccionar los métodos de producción, crear productos innovadores y refinar la composición de los alimentos.
- **Desarrollo del equipo**: garantizar que cada miembro del personal posea las competencias y el saber necesario para desempeñarse con eficacia y seguridad en sus labores.

Realización del plan de mitigación de riesgos en términos sociales y ambientales con su respectivo costeo.

No se logran determinar riesgos.

Fase 7. Plan organizacional y creación de la edt.

Estructura organizacional de la edt

Nombre	Funciones principales	Perfil requerido	Experiencia (años)	Tipo de Contratación	Tiempo Laboral	Unidad (cargo)	Valor
Gerente	Orientar y representar a la empresa legalmente. Organizar y controlar los procesos.	Administrador de empresas, ingeniero industrial	2	Nomina	Tiempo Completo	1	$4,000,000
Contador	Elaborar balances financieros, responsable de los egresos e ingresos de la empresa.	Contador publico	1	Prestación de servicios	Tiempo parcial	1	$2,500,000
Operario 1	Encargado de la correcta operatividad de la maquina trituradora	Operario 1	1	Prestación de servicios	Tiempo completo	1	$1,600,000
Operario 2	Encargado de la correcta operatividad del molino y maquina mezcladora.	Operario 2	1	Prestación de servicios	Tiempo completo	1	$1,600,000

Conductor	Encargado transportar los pedidos salvaguardando la mercancía.	Bachiller	1	Nomina	Tiempo completo	1	$1,300,000
Empacador	Encargado de llevar inventario de los productos.	Bodeguero	1	Nomina	Tiempo completo	1	$1,300,000

Tabla 23 estructura organizacional

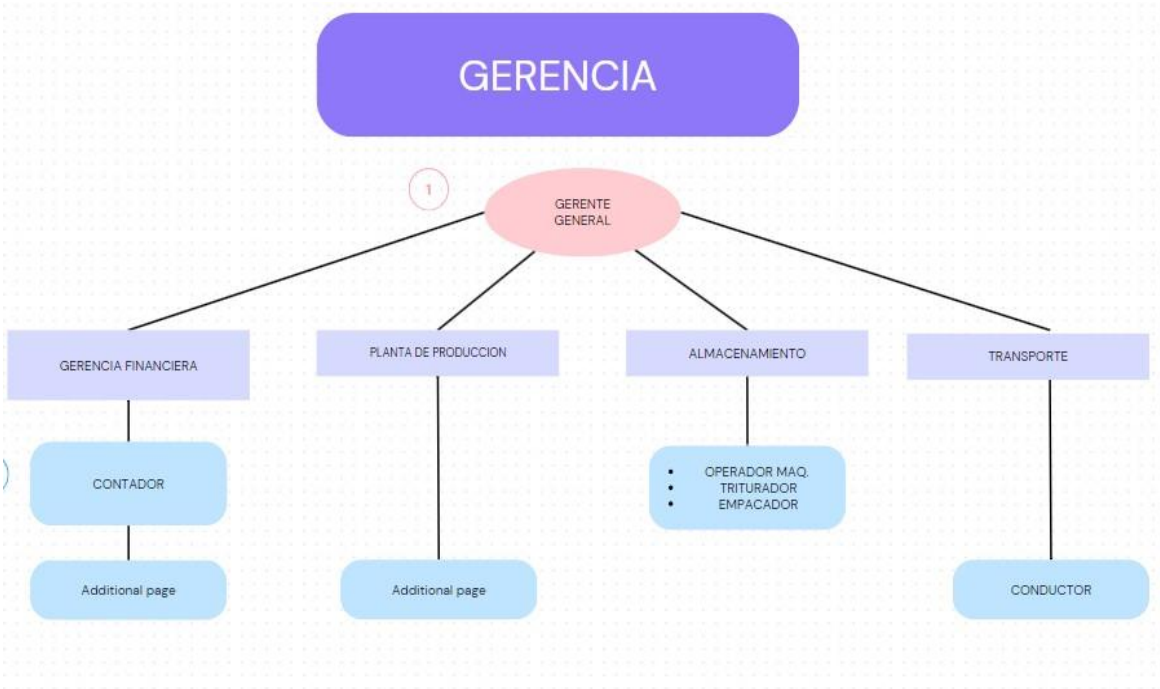


Ilustración 3 FLUJOGRAMA ORGANIZACIÓN

Organismos de apoyo que hacen operativa a la edt.

- Palmas del cesar (proveedor)
- Unión agra (distribuidor)
- Casa del ganadero (distribuidor)
- Pequeños cultivadores de palma de aceite.

Aspectos asociados a la constitución del emprendimiento

Misión

Contribuir al desarrollo de las comunidades rurales mediante la valorización del corozo y la fabricación de un suplemento alimenticio que mejore la calidad de vida de los ganaderos y sus familias.

Visión

Convertirnos en el proveedor preferido de los productores de ganado bovino, ofreciendo un suplemento de corozo que supere las expectativas de nuestros clientes en términos de calidad, eficacia y servicio.

Valores

· **sostenibilidad:** destacar el compromiso con el medio ambiente y la producción sostenible, utilizando un recurso local como el corozo y promoviendo prácticas agrícolas responsables.

· **innovación:** enfatizar la búsqueda constante de soluciones innovadoras en la alimentación animal, aprovechando las propiedades del corozo para mejorar la nutrición y el bienestar del ganado.

· **calidad:** garantizar la máxima calidad en la producción y comercialización del alimento, cumpliendo con los estándares más exigentes y ofreciendo un producto seguro y eficaz.

· **bienestar animal:** demostrar un profundo respeto por el bienestar animal, fomentando prácticas de alimentación que mejoren la salud y el rendimiento del ganado.

costos y gastos de personal

Gastos anuales de administración.

CARGO EMPELEADOS	N° DE	SUELDO	SALUD	PENSION	PARAFISCALES		Total. Mens	Total. Gas. Anual
			8,50%	12%	9%	ARL 0,52%		12
Gerente	1	$ 4.000.000	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 4.000.000,00	$ 48.000.000,00
Contador	1	$ 2.500.000	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 2.500.000,00	$ 30.000.000,00
Conductor	1	$ 1.300.000	$ 110.500,00	$ 156.000	$ 156.000	$ 117.000	$ 1.839.500,00	$ 22.074.000,00
Triturador	1	$ 1.600.000	$ 136.000,00	$ 192.000	$ 192.000	$ 144.000	$ 2.264.000,00	$ 27.168.000,00

Tabla 24 costos y gastos de personal								
Empacador	1	$ 1.300.000	$ 110.500,00	$ 156.000	$ 156.000	$ 117.000	$ 1.839.500,00	$ 22.074.000
Oper. Maq. 2	1	$ 1.600.000	$ 136.000,00	$ 192.000	$ 192.000	$ 144.000	$ 2.264.000,00	$ 27.168.000,00

Servicio	**Valor mensual**	**Valor anual**
Energía	$ 1.600.000,00	$ 19.200.000,00
Agua	$ 20.000,00	$ 240.000,00
	$ 1.620.000,00	$ 19.440.000,00

Materia prima	**$ 19.382.400,00**		
Gastos	$ 259.500,00	120	
Servicios	$ 1.620.000,00		
Salarios	$ 5.800.000,00		
	$ 27.061.900,00	$ 225.515,83	Costo por caneca
Costos fijos	$ 7.679.500,00	30%	Margen de ganancia
		$ 322.165,48	Valor producto

Gastos de la puesta en marcha gastos

de la puesta en marcha:

	A	B	C	D
1	**Descripcion PLANTA 1**	**Total de unidades**	**Valor de unidades**	**TOTAL**
2	Cemento ARGOS	65	$ 31.000,00	$ 2.015.000,00
3	Pintura GALONES VINITEX	4	$ 450.000,00	$ 1.800.000,00
4	Arena	0	0	0
5	Varillas 3/8 * 6m	10	$ 13.400,00	$ 134.000,00
6	Tubo rectangular 8*40	20	$ 140.000,00	$ 2.800.000,00
7	Laminas de zinc 2.438x0.80mt Cal 35 0.17mm	20	$ 11.070,00	$ 221.400,00
8	Cable #12 100m	3	$ 204.000,00	$ 612.000,00
9	Bombillo led 50w	8	$ 25.000,00	$ 200.000,00
10	Taco breaker enchufable monocular	10	$ 25.000,00	$ 250.000,00
11	Caja O Tablero Para 4 Tacos Homologada Certificada	2	$ 52.300,00	$ 104.600,00
12	**TOTAL**			**$ 8.137.000,00**
13				

Nota: descripción de la inversión necesaria para adecuar las plantas de producción.

	A	B	C	D
14	**DESCRIPCION PLANTA 2**			
15	Caja O Tablero Para 4 Tacos Homologada Certificada	4	$ 52.300,00	$ 209.200,00
16	Cemento ARGOS	20	$ 31.000,00	$ 620.000,00
17	Pintura GALONES VINITEX	2	$ 450.000,00	$ 900.000,00
18	Arena	0	$ -	$ -
19	Varillas 3/8 * 6m	3	$ 13.400,00	$ 40.200,00
20	Tubo rectangular 8*40	10	$ 140.000,00	$ 1.400.000,00
21	Laminas de zinc 2.438x0.80mt Cal 35 0.17mm	20	$ 11.070,00	$ 221.400,00
22	Cable #12 100m	2	$ 204.000,00	$ 408.000,00
23	Bombillo led 50w	7	$ 25.000,00	$ 175.000,00
24	Taco breaker enchufable monocular	4	$ 25.000,00	$ 100.000,00
25	Sanitario blanco	1	$ 350.000,00	$ 350.000,00
26	lavamanos	1	$ 250.000,00	$ 250.000,00
27				
28	**TOTAL**			**$ 4.673.800,00**
29				

Según la anterior tabla nos muestra los gastos de adecuamiento de infraestructura de las plantas 1 y 2, en la primera se tiene una estimación en inversión de **$8,137,000**. En la segunda planta se estima una inversión de adecuamiento de **$4,673,800** dándonos en total **$12,810,800**

Producto	**Cantidad**	**Presentación**	**Precio unidad**	**Total, trimestral**	**Total, anual**
Corozo	5	Toneladas	670.000	3.350.000	$ 13.400.000,00
Melaza	30	Bulto x 10 kilos	38.000	1.140.000	$ 4.560.000,00
Sal	11	Bulto x 10 kilos	30.000	330.000	$ 1.320.000,00
Azufre	1	Kilo	7.000	7.000	$ 28.000,00
Urea	2	kilos	9.300	18.600	$ 74.400,00
	Total 754,300		**$**	**$ 4.845.600**	**$ 19.382.400,00**

Nota: productos para la elaboración del concentrado.

La anterior tabla nos da un estimado de la cantidad y precio para la elaboración de la alimentación alternativa en toneladas, este tiene un precio de **$754,300.**

Maquinas	**Precio**
Trituradora	$ 9,550,000
Batidora	$ 7,460,000
Molino	$ 5,400,000
Total	**22.410.000**

Nota: precio de las maquinarias para la elaboración del concentrado.

La anterior tabla representa el costo de la adquisición de maquinaria para el proceso de producción del concentrado, la cual tiene una estimación de **$ 22,410,000.**

Salarios		
Cargo	**Sueldo mensual**	**Total, anual**
Triturador	$ 1.600.000,00	$ 19.200.000,00
Empacador 1	$ 1.300.000,00	$ 15.600.000,00
Empacador 2	$ 1.300.000,00	$ 15.600.000,00
Operador maquina trituradora	$ 1.600.000,00	$ 19.200.000,00
Total	$ 5.800.000,00	$ 69.600.000,00

Nota: total de gastos de personal proyecciones mensual y anual.

Teniendo en cuenta la información de la anterior tabla podemos apreciar un gasto de personal de **$ 5, 880,000**.

Teniendo los siguientes valores:

NOTA: *precios totales de los gastos en general para la puesta en marcha del emprendimiento.*

Podemos confirmar que la puesta en marcha tiene costo aproximado de $ 50.000.000 involucrando los procesos de producción y gastos de personal.

PUESTA EN MARCHA	
GASTOS DE INFRAESTRUCTURA	$ 12.810.800
PRECIOS DE MATERIA PRIMAS Y COMPONENTES	$ 8.899.200
GASTO DE PLANTA Y EQUIPO	$ 22.410.000
GASTO DE PERSONAL	$ 5.880.000
TOTAL	$ 50.000.000

Fase 8. Plan económico y financiero.

Fuentes de financiación del proyecto.

La fuente de financiación es un préstamo con una entidad bancaria Bancolombia, con un préstamo de $50.000.000 de pesos, de dos años para pagar.



Estados financieros básicos.

ESTADO DE RESULTADOS

Periodos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	$ 38.659.857,14	$ 44.458.835,71	$ 51.127.661,07	$ 58.796.810,23	$ 67.616.331,77
costo de venta	$ 19.382.400,00	$ 21.320.640,00	$ 23.452.704,00	$ 25.797.974,40	$ 28.377.771,84
Utilidad bruta	**$ 19.277.457,14**	**$ 23.138.195,71**	**$ 27.674.957,07**	**$ 32.998.835,83**	**$ 39.238.559,93**
Costos fijos	$ 7.679.500,00	$ 8.447.450,00	$ 9.292.195,00	$ 10.221.414,50	$ 11.243.555,95
Depreciación	$ 4.482.000,00	$ 4.482.000,00	$ 4.482.000,00	$ 4.482.000,00	$ 4.482.000,00
Utilidad operacional	$ 7.115.957,14	$ 10.208.745,71	$ 13.900.762,07	$ 18.295.421,33	$ 23.513.003,98
Gastos financieros	$ 9.600.000,00	$ 8.407.221,94	$ 6.928.177,14	$ 5.094.161,59	$ 2.819.982,31
Utilidad antes de impuestos	-$ 2.484.042,86	$ 1.801.523,78	$ 6.972.584,93	$ 13.201.259,74	$ 20.693.021,67
Impuesto	-$ 819.734,14	$ 594.502,85	$ 2.300.953,03	$ 4.356.415,71	$ 6.828.697,15
Utilidad neta	-$ 1.664.308,71	$ 1.207.020,93	$ 4.671.631,90	$ 8.844.844,03	$ 13.864.324,52

Tabla 25 estado de resultados

FLUJO DE EFECTIVO

OPERACIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	$ 38.659.857,14	$ 44.458.835,71	$ 51.127.661,07	$ 58.796.810,23	$ 67.616.331,77
COSTO DE VENTA	$ 19.382.400,00	$ 21.320.640,00	$ 23.452.704,00	$ 25.797.974,40	$ 28.377.771,84
COSTOS FIJOS	$ 7.679.500,00	$ 8.447.450,00	$ 9.292.195,00	$ 10.221.414,50	$ 11.243.555,95
IMPUESTO	-$ 819.734,14	$ 594.502,85	$ 2.300.953,03	$ 4.356.415,71	$ 6.828.697,15
TOTAL, OPERACIÓN	**$ 12.417.691,29**	**$ 14.096.242,87**	**$ 16.081.809,04**	**$ 18.421.005,62**	**$ 21.166.306,83**
FINANCIAMIENTO					
GASTOS FINANCIEROS	$ 9.600.000,00	$ 8.407.221,94	$ 6.928.177,14	$ 5.094.161,59	$ 2.819.982,31
ABONO A CAPITAL	$ 4.969.908,60	$ 6.162.686,66	$ 7.641.731,46	$ 9.475.747,01	$ 11.749.926,29
TOTAL, FINANCIAMIENTO	$ 14.569.908,60	$ 14.569.908,60	$ 14.569.908,60	$ 14.569.908,60	$ 14.569.908,60
SALDO DE CAJA	**-$ 2.152.217,31**	**-$ 473.665,73**	**$ 1.511.900,45**	**$ 3.851.097,02**	**$ 6.596.398,23**
SALDO INICIAL DE EFECTIVO	$ 17.590.000,00	$ 15.437.782,69	$ 14.964.116,96	$ 16.476.017,41	$ 20.327.114,43
SALDO FINAL DE EFECTIVO	$ 15.437.782,69	$ 14.964.116,96	$ 16.476.017,41	$ 20.327.114,43	$ 26.923.512,67

Tabla 26 flujo de efectivo

Evaluación financiera

		FNE año 1	FNE año 2	FNE año 3	FNE año 4	FNE año 5
	-$ 40.000.000,00	$ 15.437.782,69	$ 14.964.116,96	$ 16.476.017,41	$ 20.327.114,43	$ 26.923.512,67
TIO	25%					
VPN	$ 7.511.264,63					
TIR	33,04%					

Tabla 27 evaluación financiera

Fase 9. Modelo canvas y propuesta de valor.

Segmentación de mercado.

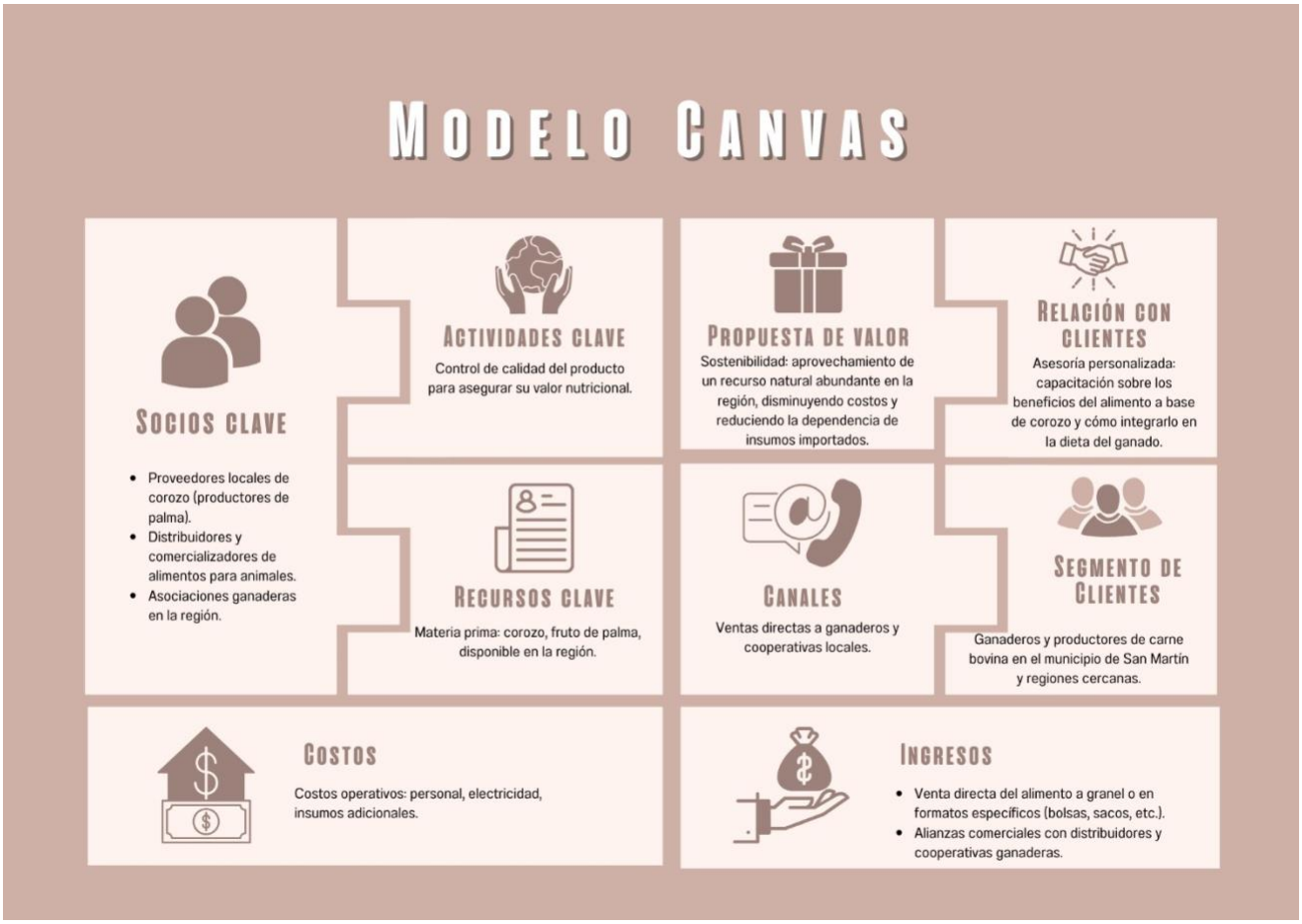


Ilustración 4 modelo canvas

Propuesta de valor.

Innovación mixta: la incorporación del corozo como elemento fundamental representa un avance híbrido, fusionando una práctica sostenible que maximiza el uso de recursos locales con un enriquecimiento significativo en la calidad nutritiva del alimento para el ganado. Este alimento, trae consigo un enfoque innovador que potencia la eficiencia y competitividad en la nutrición animal.

Innovación incremental: ofrecemos asesoramiento técnico a medida para ganaderos, enfocado en la utilización eficiente del alimento elaborado con corozo. Este servicio realza la experiencia del producto al brindar un valor añadido que te destaca frente a aquellos competidores que se limitan a ofrecer solo el alimento, sin el respaldo técnico que te puede hacer sobresalir.

Innovación incremental: establecer una red de distribución regional dedicada a la entrega directa a ganaderos y cooperativas, optimizando así el acceso a productos de manera efectiva y eficiente. Este método elimina a los intermediarios, lo que no solo disminuye los costos, sino que también asegura que el producto llegue al cliente en su máxima frescura y condiciones óptimas, elevando así su valor percibido.

Canales logísticos

1. ***Almacenamiento***

Almacenes de proximidad: crear depósitos estratégicos situados cerca de los núcleos de mayor demanda, como las cooperativas ganaderas, con el fin de disminuir los tiempos de respuesta y optimizar los costos de transporte.

2. ***Despacho***

Automatización de pedidos: crear un sistema de pedidos automatizado que optimice la gestión de las solicitudes de los clientes, garantizando un proceso ágil y eficaz. Imagina un espacio virtual, ya sea un portal en línea o una innovadora aplicación móvil, donde los ganaderos puedan realizar sus pedidos y coordinar entregas adaptadas a sus requerimientos específicos.

3. ***Distribución***

Incorporar transportistas locales que dominen las rutas rurales y cuenten con la habilidad de acceder a las zonas más apartadas de san martín y sus alrededores. Esto también puede generar ahorros al eludir la necesidad de invertir en flotas propias.

4. ***Entrega***

Entrega programada: brindar a nuestros clientes la flexibilidad de agendar sus entregas en los horarios que mejor se adapten a sus necesidades, garantizando así que sus actividades ganaderas transcurran sin contratiempos. Esto se puede lograr mediante una plataforma digital innovadora o a través de un servicio de atención personalizada.

5. ***Estrategias de precios***

Aprovecha nuestras ofertas especiales que premian tus compras en grandes cantidades o la lealtad de aquellos clientes que apuestan por nosotros a largo plazo. Cada compra cuenta y cada relación

se recompensa. Esto no solo optimiza la liquidez, sino que también refuerza los lazos con los ganaderos.

Forma de relacionamiento con clientes

Programas de fidelización

- ***Clientes recurrentes***.
- Crear un innovador programa de recompensa que celebre la lealtad de los ganaderos, brindando atractivos descuentos por compras en grandes cantidades. Además, los clientes podrán acumular puntos en cada transacción, los cuales podrán intercambiar por productos extras o perks especiales en sus futuras adquisiciones.
- **Herramienta crm**: un sistema de gestión de puntos y recompensas dentro del crm que automatice el seguimiento y cálculo de recompensas para clientes frecuentes.

Fuentes de ingresos

A) comercialización directa de sustitutos alimentarios para ganado

Descripción: la principal fuente de ingresos surge de la comercialización de un innovador alimento alternativo elaborado a base de corozo, que se ofrece directamente a ganaderos y cooperativas.

Presentación:

- Venta por volumen: proporcionar opciones de alimentos en diversos formatos para adaptarse a las distintas demandas de los ganaderos, ya sea en grandes cantidades por tonelada o en sacos individuales, garantizando así flexibilidad y conveniencia.
- Tarifas personalizadas por segmento: precios adaptados en función del volumen de adquisición o mediante compromisos a largo plazo.

B) ***comercialización de artículos adicionales***

- Descripción: amplía tus ingresos ofreciendo productos complementarios para la nutrición del ganado. Imagina vender suplementos minerales y vitamínicos que se mezclen

perfectamente con su alimentación, brindando a los animales un impulso adicional en su bienestar y crecimiento.

- Formato: presentar packs de productos que combinen alimento con suplementos, con el fin de elevar el valor de cada compra.

Recursos clave ***Recursos intelectuales***

Usos y aplicaciones:

Exploración y avance: tener acceso a datos concretos sobre el valor nutricional del corozo y su efecto en la salud del ganado puede brindarte una ventaja única en el competitivo mercado.

Creación única: diseñar una fórmula innovadora y patentada que potencie al máximo las propiedades del corozo como un alimento ideal para el ganado.

Cierre: la utilización de recursos intelectuales te brinda la oportunidad de destacar tu producto en el competitivo mercado, añadiendo un valor único que enriquece la experiencia de tus clientes y eleva su grado de satisfacción.

Actividades clave
Sección de estrategias comerciales

- ***Meta:*** diseñar y poner en marcha una innovadora estrategia de marketing mix que potencie la visibilidad y el posicionamiento del alimentador alternativo para ganado en el competitivo mercado.
- ***Tácticas:*** un superalimento para tu ganado que no solo enriquece su dieta con un aporte nutricional excepcional, sino que también proviene de fuentes sostenibles. Este innovador alimento no solo promueve la salud y el bienestar de tus animales, sino que también se traduce en un ahorro significativo en los costos de alimentación. Al elegir corozo, no solo decides lo mejor para tu ganado, sino que también optas por un futuro más verde y económico. Elaborar una variedad de presentaciones que se adapten tanto al tamaño del lote como a los requerimientos específicos de los criadores de ganado.

- ***Precio:*** implementar una estrategia de precios atractivos y asequibles para los pequeños y medianos ganaderos, ofreciendo descuentos por compras en grandes cantidades y opciones de suscripción a largo plazo, que garanticen un ingreso constante y predecible.
- ***Plaza:*** establecer un sistema de distribución ágil y efectivo que garantice que los alimentos se desplacen con rapidez a los puntos de venta clave, a las cooperativas ganaderas y directamente a los productores, optimizando así el acceso y la frescura del producto. Crear una tienda virtual que simplifique el proceso de pedidos.
- ***Impulso:*** llevar a cabo dinámicas educativas que resalten las ventajas del alimento para el ganado bovino, empleando herramientas digitales como redes sociales, plataformas de comercio electrónico y canales de comunicación tradicionales. Involucrarse en ferias agrícolas y seminarios para potenciar la presencia del producto en el mercado.
- ***Estrategia de posicionamiento:*** destacar las ventajas ecológicas y financieras del producto, presentándolo como una opción vanguardista y nutritiva que se distingue claramente de los alimentos tradicionales.

Alianzas clave

Proveedores

Descripción: los proveedores de corozo son esenciales para asegurar un abastecimiento continuo y de alta calidad de esta valiosa materia prima.

- Forjar colaboraciones con cultivadores locales de corozo para garantizar precios atractivos y una constante disponibilidad a lo largo del año.
- Establecer acuerdos a largo plazo para asegurar una provisión constante, eludiendo así las variaciones estacionales.

Estructura de costos

Materia prima	$ 19.382.400,00		
Gastos	$ 259.500,00	120	
Servicios	$ 1.620.000,00		
Salarios	$ 5.800.000,00		

	$ 27.061.900,00	$ 225.515,83	Costo por caneca
Costos fijos	$ 7.679.500,00	30%	Margen de ganancia
		$ 322.165,48	Valor producto

Tabla 28 estructura de costos

Referencias bibliográficas

Mejía, a. G. (2022, may 18). *Corozo de lata*. El palmicultor. Https://elpalmicultor.com/corozo-de-lata/

Vista de revisión bibliográfica la palma corojo, un recurso natural para la producción sostenible de aceite | cultivos tropicales. (2024). Inca.edu.cu. Https://ediciones.inca.edu.cu/index.php/ediciones/article/view/1273/html

Mauricio, h., angulo, r., diana, a., forero, c., paola, h., hormaza, a., leidy, m., moreno, p., rodrigo, c., & romero, r. (n.d.). *Editor científico generalidades sobre la morfología y fenología de la palma de aceite*. Https://repositorio.fedepalma.org/bitstream/handle/123456789/107644/generalidades%20sobre%20la%20morfolog%c3%ada%20y%20fenolog%c3%ada%20de%20la%20palma%20de%20aceite.pdf

Tipos de g ana d o, i., vin, b., diferencias entre, o., ganado, e., para, b., de carne, p., & leche, y. (n.d.). Https://www.jica.go.jp/resource/project/bolivia/3065022e0/04/pdf/4-3-1_05.pdf

Instituto colombiano agropecuario - ica. (2023). Ica.gov.co. Https://www.ica.gov.co/

Fedegán | federación colombiana de ganaderos. (2024). Fedegan.org.co. Https://www.fedegan.org.co/

Jesús cárdenas. (2021, september 24). *Cómo hacer un buen plan de marketing: la guía completa para crear el tuyo*. Rock content - es. Https://rockcontent.com/es/blog/plan-de-marketing/

Macneil, c. (2024, may 27). *Plan de marketing: paso a paso [plantillas + ejemplos] [2024] • asana*. Asana. Https://asana.com/es/resources/marketing-plan

Dosbarras.com. (2022). *La importancia de las proyecciones financieras para tu empresa - prensa - fogaplar*. Fogaplar.com.ar. Https://www.fogaplar.com.ar/prensa/la-importancia-de-lasproyecciones-financieras-para-tuempresa#:~:text=una%20proyecci%c3%b3n%20financiera%20es%20un,utilidades%20o%20p% c3%a9rdidas%20del%20proyecto.

Dobaño, r. (2024, june 3). *Proyección financiera: qué es y cómo hacerla (2024)*. Autónomos, empresas y asesorías. Https://getquipu.com/blog/proyeccion-financiera/

Héctor. (2020, october 20). *25 ideas de publicidad para un negocio para vender más - comunicrece*. Comunicrece. Https://www.comunicrece.es/25-ideas-de-publicidad-para-vendermas/

Cómo hacer publicidad para negocios más efectiva [12 tips claves]. (2018, july 26). Soyfreelancer.com. Https://www.soyfreelancer.com/blog/emprendedurismo/publicidad-paranegocios/

Carne - instituto nacional de vigilancia de medicamentos y alimentos. (2023). Invima.gov.co.

Https://www.invima.gov.co/carne#:~:text=resoluci%c3%b3n%20240%20de%202013%20

%2d%20por,de%20carne%20y%20productos%20c%c3%a1rnicos

Flow chem sas. (2019, february 18). *Decreto 1500 de 2007 y su aplicación en el sector cárnico*.

Flow chem - productos de limpieza y desinfección.

Https://www.flowchem.com.co/decreto-1500-2007-sector-carnico/

Decreto 2278 de 1982 - gestor normativo. (2015, december). Funcionpublica.gov.co. Https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=24295