MODELO DE NEGOCIO

NOMBRE DEL EMPRENDEDOR(A)	ALDINEDER BETANCOURT GONZALEZ
NOMBRE DEL PROYECTO	CARNE Y LECHE LA PALMA
SECTOR ECONÓMICO	Sección A Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca
ACTIVIDAD ECONÓMICA	CRIA DE GANADO BOVINO

1- ¿QUIEN ES EL EMPRENDEDOR?

Soy un hombre proveniente de familia de tradición ganadera, en el corregimiento de Herrera, municipio de Rioblanco - Tolima, campesino, rural, he venido ejerciendo la actividad ganadera doble proposito en esta region en un predio alquilado, bajo practicas tradicionales de la zona, con rendimientos de produccion y economicos que estan dentro de los parametros de la region, sin embargo soy conciente de que hay formas de ejercer esta actividad con mejores tecnicas, que permitan mas productividad, mejores rendimientos, alta calidad y un menor impacto ambiental, y he venido emprendiendo entonces en la implemnetacion de tecnicas que asi lo permitan, como mejorar geneticamente algunas hembras, establecimiento de potreros con pastos optimos para el ganado, rotacion de ganado en algunos pocos potreros, pero lo anterior demanda no solo conocimietos tecnicos, sino tambien economicos, por lo que el avance de esta transicion, lo he estado haciendo conforme lo permita mi capacidad economica, pues mi profesion como técnico en manejo empresarial de la finca, me motivan a pensar como empresario ganadero y mejorar procesos que marquen la deiferencia entre lo tradicional y una ganaderia rentable, de calidad y sostenible

2- ¿CUÁL ES EL PROBLEMA O NECESIDAD?

hace 3 años atras, escuchaba las quejas de los consumidores en herrera, donde mencionaban la mala calidad de carne (dura, de mal color, poca pulpa, entre otras), asi como escuchar a los queseros decir que debido a la baja calidad de la leche y el bajo contenido graso, para obtener un kg. tenian que usar una mayor cantidad de leche de lo habitual; es en ese momento donde refelxiono y emprendo o nace este proyecto, la necesidad de producir mejor calidad de carne y leche, pero para ello habia que resolver las preguntas de, ¿que voy a hacer?, ¿como lo voy a hacer?, ¿que recursos necesitare?, y decidi emprender este camino de emprender y transormar la forma de producir carne y leche en mi zona, y de esta menera brindarle soluciones a mis clientes con prodcutos de optima calidad, en cuanto a produccion de carne y leche. No puedo dejar de mencionar que un gran problema es el impacto ambiental que genera la ganaderia, pero con inovadoras tecnicas de produccion para mejorar calidad y aumentar produccion, pues se mitiga en gran manera el impacto ambiental. Al tener productos de alta calidad se contribuye a la buena alimentacion de mis clientes, tengo clietes satisfechos y en comparacion a los demas ganaderos contribuye a la disminucion del impacto ambiental

3- ¿QUIEN ES EL PROTAGONISTA?

El producto está destinado a comercializadores minoristas (carnicerias, comercializadores de leche y productores de derivados lacteos) y a comercializadores mayoristas (empresas dedicadas a la faenación de ganado), estos ofertan y venden el producto al consumidor final, que en nuestra zona son personas naturales con edad mayor de 4 años, siendo las edades de mas consumo entre los 9 y los 70 años, estas pérsonas devengan ingresos en un 70% de la actividad agropecuaria y un 30% de actividades mercantiles, de todos los estatos socioeconomicos, pues el estrato mas alto en nuestra zona es el 3.

- Comercializadores minoristas: Son personas naturales, residentes en el municipio de Rioblanco, comerciantes, mayores de edad, cuyos ingresos provienen directamente de la actividad de venta de carne, venta de leche y sus derivados y encargados de distribuir el producto a los habitantes del municipio, algunos de ellos son, fama rebaño, fama nelson, tienda 1A, establecimiento de tradicion en la zona. -

Comercializadores mayoristas: En su mayoria personas juridicas y algunas naturales dedicados a la faenación masiva de ganado para comerciliación y distribución a grandes cadenas de mercado, residentes de municipios aledaños como Chaparral, Espinal, Ibagué y otros. Estos comercializadores hacen aprovechamiento total del animal (carne para consumo, venta a

La carne, leche y derivados lacteos de ganado vacuno, son unos de los elementos principales de la canasta básica familiar y por ende de alto consumo de la población colombiana. Por su consumo habitual las transacciones de compra y venta se realizan de contado y al ser un producto perecedero su canal de compra es presencial, salvo contadas excepciones. En mi zona, el consumo de carne, leche y sus derivados, en diario, pues por tradicion estos productos forman párte de la dieta de nuestros paisanos, con gustos prefentes por el queso campesino, y carne freca, tierna y joven, pero las entregas se hacen en el caso del queso de hace cada tres dias y en el caso de la carne se hace entrega del animal vivo, cuando este listo para el sacrificio con un peso adecuado, generalmente un bovino macho esta listo para entrega 2 años despues de su nacimiento, y ya luego el faenador, programa las entregas al consumidor

4- ¿CUAL ES LA SOLUCIÓN Y LA PROPUESTA DE VALOR?

Ofrecer ganado en pie y leche de alta calidad para el consumo humano, la cual es garantizada por un proceso de cria, levante y ceba en un terreno con las condiciones adecuadas para la producción de pasturas que se ajusten a la dieta de los bovinos segun las condiciones climaticas de la zona y que permitan la implementación de rotación de potreros y un esquema de alimentación suplementaria, la rotacion de potreros en innovadora en la zona, puesto que no se utiliza y ello permite un mejor aprovechamiento de las pasturas y eficiente recuperacio de la mismas, despues del pastoreo, por lo que el animal no tendra falta de comida en ningun mes del años, asi mismo a alimentacion suplementaria ayuda que los animales no solo refleje volumen, sino peso optimo, lo que se traduce en carne con excelentes propiedades y leche con alto contenido nutricional, lo que mejora producion de queso por litro.

5- COMPETENCIA

Aspectos	CARLOS CAMACHO	OSCAR GUTIERREZ	CHENIER HERNANDEZ
Localización (Ubicación geográfica)	CHENIER HERNANDEZ - finca marabeles, herrera tolima	CARLOS CAMACHO -finca la holanda, herrera tolima	HUGO ARCE - finca la ceiba chaparral tolima
Productos y servicios (Atributos)	Ganado en pie y producción de leche, desarrollado con tecnicas de ganaderia tradicional	Ganado en pie y producción de leche, desarrollado con tecnicas de ganaderia tradicional	Ganado en pie y producción de leche, desarrollado con tecnicas de ganaderia
Precios de venta	Ganado en pie - Kilogramo $7500 Leche cruda - 1 Litro $1.800 Queso - 1 KG $18.000	Ganado en pie - Kilogramo $7500 Leche cruda - 1 Litro $1.800 Queso - 1 KG $18.000	Ganado en pie - Kilogramo $7800 Leche cruda - 1 Litro $1.800 Queso - 1
Logística de distribución (Medios de envío, despacho, embalaje, otros)	Ganado en pie - entrega en finca ganadera Leche cruda - entrega en comercio del vendedor	Ganado en pie - entrega en finca ganadera Leche cruda - entrega en comercio del vendedor	Ganado en pie - entrega en finca ganadera Leche cruda - entrega
Ventajas y desventajas Defina al menos 3 de cada una.	Ventajas 1. Clientela fidelizada 2. Capacidad y oportunidad de apalacamiento Desventajas 1. Uso de tecnicas	Ventajas 1. Mejor ubicación geografica 2. Clientela fidelizada 3. Capacidad y oportunidad de	Ventajas 1. Mejor ubicación geografica 2. Clientela fidelizada

6- CANALES

Estrategia de promoción	Canal a utilizar	Actividades a realizar	Costo
TAT (Tienda a tienda) presencial y virtual	Presencial	Conversación con los potenciales clientes	$ 0
Promoción virtual	Celular, correo electronico, whatsapp	Conversación con los potenciales clientes	$ 50.000
Estrategia de comunicación	**Canal a utilizar**	**Actividades a realizar**	**Costo**
TAT (Tienda a tienda) presencial y virtual	Presencial	Contacto directo con clientes	$ 0
Promoción virtual	Celular, correo electronico, whatsapp	Contacto directo con clientes	$ 0
Estrategia de distribución	**Canal a utilizar**	**Actividades a realizar**	**Costo**
Punto de venta - Retail	Presencial	Contacto directo con clientes	$ 0
Ventas al por mayor	Presencial, celular, whatsapp, teams , google meet…	Reuniones virtuales y presenciales	$ 0
Estrategia de precio	**Canal a utilizar**	**Actividades a realizar**	**Costo**
Precios competitivos	Presencial, celular, whatsapp, teams , google meet…	Hacer sondeos de los precios del mercado	$ 0
Precios Premium	Presencial, celular, whatsapp, teams , google meet…	Certificar la calidad de los productos ante los entes de control, para vender con mejores precio a almacenes de cadena	$ 0

8- OPORTUNIDAD COMERCIAL

Tendencias a nivel mundial - Internacional
America Latina es la tercer región del mundo que mas consume carne bovina despues de America del Norte y Oceania
"Se estima que el consumo global de carne aumente un 14% hasta 2030, en comparación con los niveles medios de 2018 a 2020, según el informe de las Naciones Unidas "Riesgos climáticos en el sector agrario". El crecimiento del consumo se verá impulsado principalmente por el aumento de la renta y la población"
Fuente:Consumo de carne per cápita (expresado en peso al por menor) . Fuente: OECD-FAO (2021). asi mismo el pércapota de consumo se proyecta en crecimiento estimado de 28kg por persona anual a nivel mundial. fuente: https://es.statista.com/estadisticas/1330306/consumo-per-capita-de-carne-a-nivel-mundial/#:~:text=Consumo%20estimado%20per%20c%C3%A1pita%20de%20carne%20a%20nivel%20mundial%202022%2D2032&text=En%202022%2C%20el%20consumo%20esti

Tendencias a nivel país o Latinoamérica
De acuerdo con cifras de la Federación Nacional de Ganaderos, el consumo de carne de res se ha mantenido constante durante 9 años, siendo de aproximadamente 18KG por persona en el año 2023. En el caso de la leche el 2023 cerró con aproximadamente 147 litros por habitante. Adicional
Fuente: https://www.fedegan.org.co/estadisticas/consumo-0

Tendencias a nivel local (Ciudad, Municipio, Región)
Hoy en la zona locla, la carne, leche y sus derivados forman parte de los productos que mas se consumen, pues es lA principal fuente de prroteina adoptada por los residentes en nuetra region, que al hacer parte de colombi participan en la ponderacion de consumo y se observaa como el copnsumo viene incrementandose en los ultimos años segun datos de fedegan: https://www.fedegan.org.co/estadisticas/consumo-0

9- VALIDACIÓN

1. Qué herramientas empleaste para realizar la validación de tu producto o servicio? (Encuesta, Focus Group, Tarjeta Persona) Explica
encuesta. Debido a la gran cantidd de derivados que se pueden obtener de la leche, realice una encuenta entre consumidores que me permitiera detectar que derivado producir y faciliatr su venta, asi mismo en la encusta agrugue preguntas para averiguar que tanta satisfacion hay con la carne que consumen y las probabilidades de seguir consumiendo carne de res.

2. Cuántas veces utilizaste la herramienta? Explica
la herramienta la utilice 1 sola vez, pues la encontre suficiente para garantizar un amplio mercado y clientes potenciles

3. Describe los resultados de validación evidenciados con las herramientas utilizadas (cualitativos y cuantitativos)
total personas encuestadas: 40
mujeres: 20
Hombres: 20
veredas: 6
RESULTADOS:
1- del total de encuestados, encontre que 38 personas consumen actualmente la carne de res como pricipal fuente de proteina, lo que corresponde a un 95%. 2- de las opciones, yogurt

1- del total de encuestados, encontre que 30 personas consumen actualmente la carne de res como principal fuente de proteina, lo que corresponde a un 93%. 2- de las opciones, yogurt, cuajada, cumis, queso campesino y arequipe, 34 personas prefieren el queso campesino como alimento habitual en sus comidas lo que corresponde a un 85%. 3- de los 7 dias de la semana, encontre que 23 personas consumen carne de res 6 dias a la semana, 9 personas consumen 4 dias a la semana y 8 personas consumen 3 dias a la semana, del mismo modo me permite detallar que de los 7 dias de la semana 18 personas consumen queso campesino 4 dias a la semana ,16 personas consumen queso campesino 3 dias a la semana y 6 personas consumen queso campesino menos de 3 dias a la semana. 4- el 100% de los encuestados pagan la carne y el queso de contado. 5- del 100% de los encuestados el 82,5% no encuentra otro prodcuto atractivo para reemplazar la carne y el queso, asi mismo el otro 17,5% si encuentra atractivo otro productopara reemplazar su consumo de carne de res y queso. 6- el 87,5% de los enuestados no esta satisfceho con la calidad de los productos actuales y este mismo procentaje le gustaria que ubiera un proveedor con mejores porductos como la carne y el queso. Lo anterior me permitio deducir que es viable tecnica, y financieramente, producir carne y queso, pues es lo mas apetecido por los consumidores, ademas que es un

4. Menciona las oportunidades de mejora del producto o servicio evidenciadas con las herramientas de validación utilizadas.
debido a la produccion tradicional de carne y leche, observe una gran oportunidad de que al mejorar la calidad de estos productos con mejores practicas de campo, habra un amplio mercado para ofertar y vender mis productos.

5. Menciona el precio de venta estimado de cada uno de tus productos o servicios
ganado o carne en pie o en peso vivo: $7,800
queso campesino: $18.000 kg

6. Cuál es el avance técnico, comercial y legal a la fecha, de tu modelo de negocio
el avance tecnico con la experiencia actual en la renovacion de algunas pasturas, implementacion de cercas vivas, alimento suplementario, acorde a mi capacidad financiera, me permiten tener la seguridad de implementar el proyecto a una mayor escala.ebn cuato a lo comercial la gran demanda de carne y queso hacen que mis ventas sean casi 100% seguras semanalmente en cuanto al queso y trimestralmente en cuanto a la venta de ganado en pie para carne. en cuanto a lo legal, cuento con mi predio y marca registrado ante el ICA, para hacer la vacunacion semestral contra fiebre aftosa y brucelosis.

10- LAS CIFRAS

INVERSIONES FIJAS

Categoría (Elige de la lista desplegable)	Elemento (Especificar el elemento)	Valor unitario	Cantidad	Valor Total	Aportado por (Colocar Fondo Emprender cuando sea el caso)
Cultivo permanentes	Semillas + siembra	$ 4.100.000	7	$ 28.700.000	Fondo Emprender
Muebles y Enseres	Infraestructura (Co	$ 13.800.000	1	$ 13.800.000	Fondo Emprender
Semovientes	Vientres bovinos co	$ 4.200.000	10	$ 42.000.000	Fondo Emprender
Semovientes	Toro genetica bovir	$ 6.000.000	1	$ 6.000.000	Aporte Emprendedor
Equipos Comunicacior	portatil	$ 1.800.000	1	$ 1.800.000	Aporte Emprendedor
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
				$ 92.300.000	

INVERSIONES DIFERIDAS

Categoría (Elige de la lista desplegable)	Elemento (Especificar el elemento)	Valor unitario	Cantidad	Valor Total	Aportado por (Colocar Fondo Emprender cuando sea el caso)
0	0	$ 0	0	$ 0	0
Servicios Públicos	Energia	$ 30.000	6	$ 180.000	Aporte Emprendedor
SGSST	Señaletica + avisos	$ 500.000	1	$ 500.000	Aporte Emprendedor
Dotaciones	Dotación operario	$ 350.000	1	$ 350.000	Aporte Emprendedor
Arrendamientos	Terreno	$ 1.000.000	12	$ 12.000.000	Aporte Emprendedor
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
				$ 13.030.000	

VALOR TOTAL PROYECTO	**$ 105.330.000**

TIR
37%

11- EQUIPO DE TRABAJO

Cargo 1:	EIBER GARZON
Cargo 2:	IVAN ANDRES MOLANO
Cargo 3:	Empleado 3
Cargo 4:	Empleado 4

Elaborado por : Equipo Técnico Canal Virtual Emprendimiento 2023
Coordinación Nacional de Emprendimiento