

Evaluar la viabilidad financiera y de mercado para la creación de un supermercado agropecuario  
en el suroeste antioqueño

Trabajo de grado para optar por el título de Médico Veterinario

Juan Guillermo Silva  
Nicolás Hencker

Asesora: Alejandra Lujan

Corporación Universitaria Lasallista  
Facultad de ciencias administrativas y agropecuarias  
Medicina Veterinaria  
Caldas, Antioquia  
2014

## Tabla de contenido

Lista de tablas.....	7
Lista de imágenes.....	9
1. Resumen ejecutivo.....	10
1.1. Nombre comercial.....	10
1.2. Localización/ ubicación de la empresa .....	10
1.2.1. Municipios sobresalientes del suroeste antioqueño: .....	11
1.3. Objetivos del proyecto .....	12
1.3.1 General.....	12
1.3.2 Específicos.....	13
1.4. Presentación del equipo emprendedor .....	13
1.4.1. Juan Guillermo Silva Vergara .....	13
1.4.2. Nicolás Hencker Escobar.....	13
1.5. Potencial de mercado en cifras.....	14
1.5.1. Potencial de mercado comercio minorista en Colombia.....	14
1.5.2. Potencial mercado agropecuario en Colombia.....	15
1.5.3. Potencial mercado farmacéutico en Colombia.....	16
1.5.4. Potencial del mercado mascotas .....	19
1.6. Ventaja competitiva y propuesta de valor.....	21
1.6.1. AGROSUR S.A.S. tendrá los precios más bajos del mercado: .....	21
1.6.2. Educación agropecuaria:.....	21
1.6.3. Cumplimiento en las entregas o devolución del dinero: .....	22
1.6.4. Visitas periódicas gratuitas a los predios de nuestros clientes:.....	22

1.6.5. Equipo profesional altamente calificado: .....	22
1.6.6. Crédito agropecuario: .....	23
1.7. Inversiones requeridas.....	23
1.8. Conclusiones y evaluación de viabilidad .....	24
2. Investigación de mercados .....	27
2.1. Análisis del Sector: .....	27
2.1.1. La producción pecuaria en el Municipio de tarso .....	29
2.1.2. Explotación ganadera del municipio:.....	29
2.1.3. Planes y políticas para el desarrollo agropecuario de tarso .....	33
2.2. Clientes potenciales: .....	34
2.3. Análisis del mercado:.....	34
2.4. Estimación del segmento .....	36
2.5. Análisis del Consumidor / Cliente: .....	37
2.6. Análisis de la competencia:.....	37
3. Plataforma estratégica .....	39
3.1. Concepto de negocio .....	39
3.1.1. Agro-Producción: .....	39
3.1.2. Agro-Mascotas: .....	39
3.1.3. Agro-Farma: .....	39
3.1.4. Agro-cultivos: .....	40
3.1.5. Agro-Rancho.....	40
3.2. Análisis MECA .....	40
3.3. Visión: .....	41
3.4. Misión: .....	42
4. Estrategia de mercadeo .....	43

4.1. Agro-Producción:.....	43
4.1.1. Educación agropecuaria:.....	43
4.1.2. Cumplimiento en las entregas o devolución del dinero: .....	43
4.1.3. Visitas periódicas gratuitas a nuestros clientes por un equipo profesional altamente calificado: .....	43
4.1.4. Crédito agropecuario: .....	44
4.1.5. Precios más bajos del mercado sin disminuir en la calidad del producto. ....	44
4.2. Agro-Mascotas .....	44
4.2.1. Educación agropecuaria:.....	44
4.2.2. Cumplimiento en las entregas: .....	44
4.3. Agro-Farma:.....	45
4.3.1. Educación agropecuaria:.....	45
4.3.2. Crédito agropecuario: .....	45
4.4. Agro-Cultivos: .....	45
4.4.1. Educación agropecuaria:.....	45
4.4.2. Crédito agropecuario: .....	45
4.5. Agro-Rancho .....	45
5. Análisis técnico - operativo.....	47
5.1. Ficha técnica .....	47
5.1.1. Agro-Farma: .....	47
5.1.2. Agro-Mascotas: .....	47
5.1.3. Agro- Producción: .....	47
5.1.4. Agro Rancho:.....	48
5.2. Innovación.....	48
5.3. Necesidades y requerimientos.....	49
5.4. Análisis de costos de producción .....	50
5.5. Proveedores .....	50

5.5.1. Control de calidad .....	51
6. Análisis administrativo y organizacional .....	52
6.1. Grupo emprendedor .....	52
6.1.1. Juan Guillermo Silva Vergara .....	52
6.1.2. Nicolás Hencker Escobar .....	52
6.2. Estructura organizacional:.....	53
6.3. Gastos de administración y nomina .....	53
6.4. Constitución de una sociedad por acciones simplificada S.A.S .....	54
6.5. Logo .....	55
6.6. Visión: .....	56
6.7. Misión: .....	56
6.8. Principios corporativos .....	56
7. Impacto del proyecto.....	57
8. Registros licencias y leyes regulatorias .....	58
8.1. Ley 1252 de 2008.....	58
8.2. Resolución 187 de 2006.....	58
8.3. Decreto 4003 de 2004 .....	58
8.4. Ley 822 de 2003.....	58
8.5. Decreto 459 de 2000 .....	58
8.6. Ley 427 de 1998.....	59
8.7. Resolución 5339.....	59
8.8. Resolución 2508 de 2008.....	59
8.9. Resolución 386 de 2012.....	59

8.10. Resolución 4754 de 2011 .....	59
8.11. Resolución 2457.....	60
8.12. Resolución 970.....	60
8.13. Resolución 3761.....	60
8.14. Resolución 3180.....	60
8.15. Resolución 3626.....	60
8.16. Resolución 1056 de 1996.....	61
8.17. Decreto 1840 de 1994 .....	61
8.18. Resolución 1167 de 2010.....	61
9. Modulo financiero.....	62
Referencias.....	70

## Lista de tablas

Tabla 1 Uso del suelo en Colombia .....	15
Tabla 2 Productos veterinarios, evolución participación en el mercado.....	18
Tabla 3 Estructura del mercado de medicamentos veterinarios. Año 2010.....	18
Tabla 4 Subclases terapéuticas que conforman la clase “otros productos veterinarios”...	19
<b>Tabla 5 Inversiones requeridas.....</b>	<b>23</b>
<b>Tabla 6 Proyecciones de ventas y rentabilidad .....</b>	<b>24</b>
<b>Tabla 7 Evolución de la Producción Agrícola en el municipio de tarso.....</b>	<b>27</b>
<b>Tabla 8 Composición del hato en el municipio de tarso, año 2007 .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabla 9 Inventario de aves de corral en tarso, año 2007 .....</b>	<b>32</b>
<b>Tabla 10 Inventario de estanques para piscicultura en tarso, año 2007 .....</b>	<b>32</b>
<b>Tabla 11 Inventario de peces en tarso, año 2007.....</b>	<b>32</b>
<b>Tabla 12 Inventario ganado porcino en tarso, año 2007 .....</b>	<b>33</b>
<b>Tabla 13 Inventario de equinos en Tarso, año 2007 .....</b>	<b>33</b>
<b>Tabla 14. Población en el suroeste antioqueño.....</b>	<b>36</b>
<b>Tabla 15 Análisis MECA .....</b>	<b>40</b>
<b>Tabla 16 Costos y gastos operativos de AGROSUR .....</b>	<b>50</b>
<b>Tabla 17 Proveedores de AGROSUR.....</b>	<b>50</b>
<b>Tabla 19 Gastos de nomina de AGROSUR .....</b>	<b>53</b>
Tabla 18 Organigrama de AGROSUR.....	53
<b>Tabla 20 Seguridad social y parafiscales vigencia 2014 .....</b>	<b>54</b>

<b>Tabla 21 Costos de inversión AGROSUR.....</b>	<b>62</b>
<b>Tabla 22 Ingresos proyectados de AGROSUR.....</b>	<b>62</b>
<b>Tabla 23 Costos de la estrategia de mercadeo AGROSUR.....</b>	<b>63</b>
<b>Tabla 24 Costos operativos de AGROSUR.....</b>	<b>63</b>
<b>Tabla 25 Gastos operativos de AGROSUR .....</b>	<b>64</b>
<b>Tabla 26 Costos activos fijos de AGROSUR .....</b>	<b>64</b>
<b>Tabla 27 Costos de nomina AGROSUR .....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 28 Otra información financiera de AGROSUR .....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 29 Financiamiento de AGROSUR .....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 30 Ingresos proyectados AGROSUR.....</b>	<b>66</b>
<b>Tabla 31 Egresos proyectados AGROSUR.....</b>	<b>66</b>
<b>Tabla 32 Punto de equilibrio en el primer año de AGROSUR.....</b>	<b>67</b>
<b>Tabla 33 Flujo de caja del proyecto AGROSUR .....</b>	<b>67</b>

## Lista de imágenes

Ilustración 1 Logotipo de AGROSUR .....	55
Ilustración 2 Plano arquitectónico del supermercado agropecuario AGROSUR .....	68

## **1. Resumen ejecutivo**

### **1.1. Nombre comercial**

AGROSUR S.A.S. (sociedad por acciones simplificada)

### **1.2. Localización/ ubicación de la empresa**

El Suroeste antioqueño cuenta con una superficie total de 6.513 kilómetros cuadrados, en los cuales habitan un total de 371.495 personas, para un total de 57.2 habitantes por kilómetro cuadrado. En esta región del departamento hay un total de 23 municipios. Cuenta con una gran variedad de tierras privilegiadas de diversos tipos térmicos. Como principales actividades económicas de la región tenemos la caficultura, minería de carbón, turismo, producción de plátano, caña panelera, frutales, fríjol, hortalizas, yuca, papa y maíz; la ganadería, la industria maderera. (Gobernacion de Antioquia, 2012)

Vemos una gran oportunidad para nuestra empresa el suroeste antioqueño, teniendo como centro de operación la zona entre el municipio de Bolombolo y el municipio de Puente Iglesias, más específicamente Cauca Viejo. Las razones por las cuales tenemos en cuenta esta región de nuestro departamento son varias. La primera y la que creemos puede ser la más importante es la ubicación estratégica que vamos a tener en esta región del departamento, ya que estaremos en íntima cercanía con municipios fuertemente ganaderos como son La Pintada, Jericó, Venecia, Fredonia, Tarso, Puente Iglesias, Bolombolo, Ciudad Bolívar, entre otros.

La región de Cauca Viejo cuenta además con excelentes vías de acceso con una alta inversión, tanto del departamento como del estado, para incentivar el turismo en la región, lo cual es visto con buenos ojos por los productores de la zona para aumentar su presupuesto de inversión.

Como punto a tener en cuenta en la selección del local, es que contamos con un vecino estratégico, subasta ganadera del suroeste "SUGASUR", ubicada a menos de 100 metros de la empresa, está realiza subastas ganaderas los días sábados cada 15 días, con un promedio de 500 animales por subasta, este punto lo vemos fundamental para nuestra empresa, ya que se podrían tener en cuenta futuros convenios, no solo con la subasta, sino con los ganaderos que a ella asisten.

### **1.2.1. Municipios sobresalientes del suroeste antioqueño:**

- Andes: Municipio con la mayor población de la región, su economía se basa básicamente en el café y la ganadería.
- Betania: Municipio relativamente pequeño, pero que es de gran importancia en la región por su industria cafetera, además de esto también son grandes productores de aguacate y plátano.
- Ciudad Bolívar: Gran vocación ganadera y cafetera.
- Caramanta: Además de ser grandes productores de café, también cuentan con una gran población agropecuaria, en la cual encontramos bovinos y ovinos en su mayoría.

- Fredonia: De gran aporte a la ganadería de la región, además de esto cuenta con grandes cultivos de cítricos como naranja y mandarina.
- Jardín: Gran destino turístico del sector, además de esto cuenta con producciones cafeteras, y piscícolas.
- Jericó: Gran aporte a la población bovina del suroeste.
- La Pintada: Municipio de gran importancia en la región, ya que es uno de los más importantes en las producciones bovinas, cuenta con una gran cantidad de fincas ganaderas.
- Salgar: Teniendo en el café su mayor fortaleza, pero que también aporta un gran porcentaje de su suelo a las explotaciones pecuarias, ganadería y porcicultura.
- Urrao: Llamado la capital del suroeste antioqueño  
(Gobernacion de Antioquia, 2012)

### **1.3. Objetivos del proyecto**

#### **1.3.1 General**

- Evaluar la viabilidad financiera y de mercado para la creación de un supermercado agropecuario en el suroeste antioqueño
- Optar por el título de Médico Veterinario.

### **1.3.2 Específicos**

- Evaluar la situación del mercado actual de los supermercados agropecuarios en Colombia.
- Definir las propuestas de valor de AGROSUR.SA.S.
- Describir las inversiones requeridas para AGROSUR S.A.S.
- Hacer un estudio financiero sobre la viabilidad de AGROSUR.S.A.S.

## **1.4. Presentación del equipo emprendedor**

### **1.4.1. Juan Guillermo Silva Vergara**

Estudiante de medicina veterinaria de la Corporación Universitaria Lasallista en convenio con la Universidad La Salle, Bogotá. Actualmente cursa decimo semestre. Edad: 25 años. Experiencia: Representante legal de la empresa Codornices la Granja S.A.S (2010- Julio 2013).

### **1.4.2. Nicolás Hencker Escobar**

Estudiante de noveno semestre de medicina veterinaria de la Corporación Universitaria Lasallista en convenio con la Universidad La Salle, Bogotá. 27 años de edad, con experiencia en el sector agropecuario en la comercialización de ganado, compra y venta de ganado en diferentes subastas ganaderas de la región. Actualmente representante legal del restaurante OLIVENZA.

## **1.5. Potencial de mercado en cifras**

### **1.5.1. Potencial de mercado comercio minorista en Colombia**

El sector de comercio minorista en Colombia ha presentado una importante evolución en los últimos cinco años. Las ventas han presentado un buen comportamiento debido a una mejora general en la economía del país y a un incremento en la confianza de los colombianos. Los agresivos planes de expansión de las diferentes cadenas existentes así como la entrada al país de nuevos jugadores como Falabella y Cencosud así lo demuestran. Así mismo, la infraestructura de almacenes y puntos de venta ha tenido un desarrollo significativo. Se han visto además mejoras sustanciales en la variedad, selección y presentación de productos, distribución de los establecimientos, y servicio al cliente. Los grandes almacenes ofrecen más espacio para movilización y tránsito de sus clientes y una mayor variedad en la cantidad de productos que se pueden adquirir. También hay desarrollos importantes en los espacios de parqueo, sistemas de transporte, avenidas y andenes que hacen más amable y grata la utilización de estos establecimientos así como mejoras sustanciales en los procesos de logística y distribución y en las oportunidades de crédito para los consumidores. La entrada de importantes jugadores internacionales ha contribuido ampliamente a las mejoras anteriormente mencionadas y evidencian el potencial de crecimiento que presenta el sector. (Estrategias inmobiliarias, 2007)

## 1.5.2. Potencial mercado agropecuario en Colombia

### 1.5.2.1. Uso del suelo en Colombia

Colombia posee una superficie de 114'174.800 hectáreas de las cuales 51'008.326 hectáreas son superficie dedicada al sector agropecuario (44.68%). En el 2003 el sector pecuario contribuyó con el 3.5% del PIB total nacional. (Oficina económica y comercial de la embajada de España en Bogotá, 2005)

Tabla 1 Uso del suelo en Colombia

<b>Pecuario</b>	77% (39.150.220)	Pastos	80% (31.235.778)
		Malezas y rastrojos	20% (7.914.441)
<b>Bosques</b>	14% (7.148.612)	Naturales	94% (6.735.210)
		Plantados	6% (413.401)
<b>Agrícola</b>	7% (3.353.058)	Permanentes	59% (1.992.632)
		Transitorios	37% (1.248.370)
		Descanso	3% (112.055)
<b>Otros usos</b>	2% (1.055.739)		

Fuente: DANE Y MADR. Encuesta nacional agropecuaria 2010

### 1.5.2.2. Uso del suelo en Antioquia

6'335.287 hectáreas tiene Antioquia, de las cuales están dedicadas al sector agropecuario 4'047.256 (63.9%). Dentro del PIB agropecuario Departamental reportado para el año 2001 el subsector agropecuario aporta el 12.11% del total departamental.1

### ***1.5.2.3. Población pecuaria en Colombia***

Colombia cuenta con 23.008.253 cabezas de bovinos. Se reportó que un 49,6% se enfoca en carne, el 38,5% se dedica a doble propósito y el 11,9% a producción de leche. El departamento con mayor participación en ganado vacuno fue Antioquia, que contabilizó el 11,1% del total nacional. 33920.148 porcinos. 156.038.909 aves. 1.177.944 ovinos. 188.079 búfalos. 1.533.432 equinos. De estas cifras tenemos ubicado en Antioquia 2.571.478 bovinos. 1.379.875 porcinos. 10.355.899 aves. 15.396 ovinos. 35,877 búfalos y 127,674 equinos.

### **1.5.3. Potencial mercado farmacéutico en Colombia**

El sector Farmacéutico forma parte del conglomerado empresarial con un aporte del 3% al sector de Manufactura Industrial, que participa con el 16% del Producto Interno Bruto. En el año 2003 los 138 laboratorios Farmacéuticos (multinacionales y nacionales) presentes en Colombia, registraron ventas por US\$ 1.754 millones mostrando un aumento del 0.098% respecto al año 2002 con ventas por US\$ 1.597 millones.

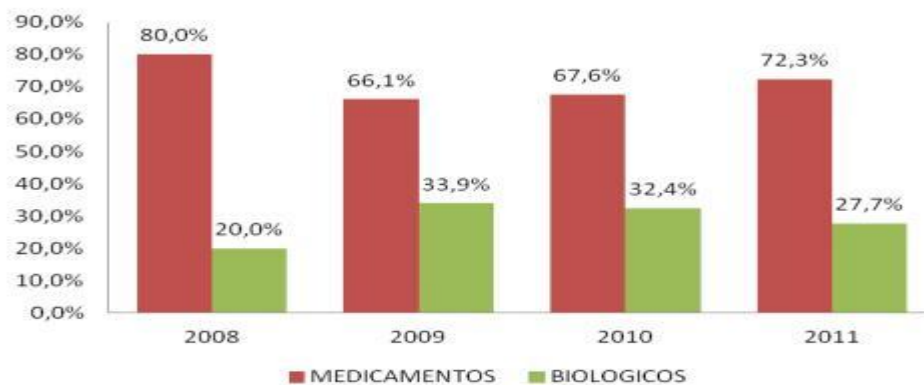
El sector emplea aproximadamente a 17.300 personas aportando 3.6% del empleo industrial. El sector de productos farmacéuticos mantiene una participación importante en la generación de empleos en la industria, aunque ha venido reduciendo lentamente sus niveles de empleo (0.8% anual en los últimos cinco años). Según los resultados de los principales indicadores laborales para los años 2001 y 2002 publicados en la encuesta anual manufacturera del DANE, la Industria Farmacéutica tuvo un comportamiento favorable.

La industria veterinaria es un sector altamente competido, donde concurren más de 200 empresas productoras y/o comercializadoras (sin incluir los productores por contrato), con niveles de facturación cercanos a los 296 mil millones de pesos al año.

Constantemente ingresan nuevos competidores al mercado y al no tener ventajas por diferenciación de producto y posesión de patentes, la competencia por precio juega un papel importante, lo cual conlleva a sacrificar márgenes de rentabilidad de manera significativa y que dentro de la estructura de mercado, benefician principalmente a los grandes almacenes y distribuidores (que tienen capacidad de negociación por su poder económico para comercializar grandes volúmenes de producto) y en la mayoría de los casos no se ve reflejada esta situación en una disminución de los precios al productor, que pueda contribuir de manera significativa a mejorar la productividad de las explotaciones pecuarias. (Oficina económica y comercial de la embajada de España en Bogotá, 2005)

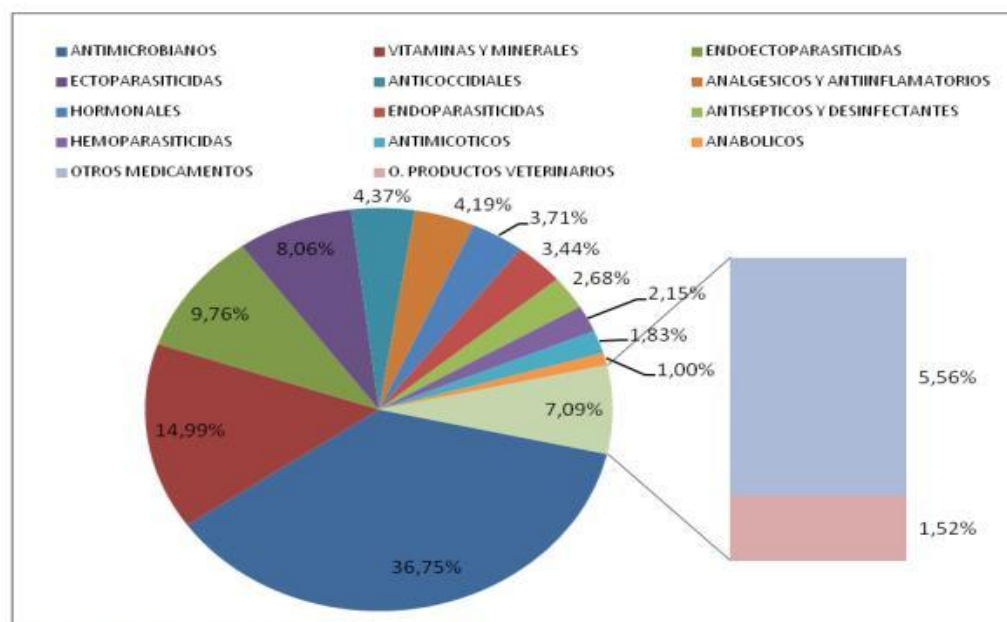
En la tabla 2 podemos observar la participación de los medicamentos farmacéuticos y biológicos en el mercado de productos veterinarios. Los fármacos veterinarios participan con un 71% en el valor de las ventas totales y los biológicos participan con el 28,5%.(7)

Tabla 2 Productos veterinarios, evolución participación en el mercado



Fuente: MADR, cálculos CID-UNAL

Tabla 3 Estructura del mercado de medicamentos veterinarios. Año 2010



Fuente: MADR, Cálculos CID - UNAL.

Tabla 4 Subclases terapéuticas que conforman la clase “otros productos veterinarios”

OTROS PRODUCTOS VETERINARIOS	2007	2008	2009	2010	2011
INSECTICIDAS INSTALACIONES	0,45%	0,33%	0,50%	0,61%	0,45%
DESINFECTANTES INSTALACIONES	0,30%	5,82%	0,38%	0,38%	0,26%
COSMETICOS	0,14%	0,14%	0,21%	0,21%	0,17%
NEUTRALIZANTES	0,04%	0,04%	0,17%	0,18%	0,12%
RODENTICIDAS	0,08%	0,06%	0,10%	0,11%	0,07%
PRUEBAS DIAGNOSTICAS	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%
DILUYENTES	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%
HIGIENIZANTES	0,00%	0,00%	0,00%	0,01%	0,00%
<b>Total</b>	<b>1,02%</b>	<b>6,41%</b>	<b>1,39%</b>	<b>1,52%</b>	<b>1,09%</b>

Fuente: MADR, Cálculos CID - UNAL.

Tabla 4 “Otros Productos Veterinarios”. En esta categoría que comprende el 1,52% del mercado de medicamentos veterinarios se agrupan aquellos productos que si bien no ejercen una acción farmacológica directa sobre los animales productivos, contribuyen al mantenimiento de la salubridad del entorno en el que se encuentran.

#### 1.5.4. Potencial del mercado mascotas

El mercado de las mascotas en Estados Unidos mueve alrededor de 40 mil millones de dólares donde hay 74 millones de perros. Colombia es un país emergente y en crecimiento donde según datos de Fenalco indica que la industria que rodea el cuidado de mascotas está creciendo a un ritmo de 13 por ciento anual, animado por una tendencia conocida como el ‘síndrome del nido vacío’, aplicable a las parejas jóvenes que se niegan a procrear y llenan la necesidad de dar afecto y protección con un perro, un gato u otro animal doméstico.

Un estudio reciente de Fenalco dice que la tercera parte de los hogares colombianos posee una mascota y de esta la preferida son los caninos con un 69%. Le siguen las aves con un 14% y los gatos con un 13%. En dicho estudio se encontró que la mayoría de la gente, el 47 por ciento, compra el alimento en los

súper e hipermercados. Sólo el 3 por ciento alimenta a sus animales domésticos con sobras o comida casera. El análisis también evidencia que en las familias de clase alta es donde más se tienen este tipo de animales. Aquí el porcentaje en los hogares alcanza el 44, mientras que en los estratos más bajos éste es de 33%.

Los gastos para la manutención, los servicios de salud y el entrenamiento de las pequeñas mascotas es un tema que va en aumento, pero también es un hecho que se ha convertido en parte de la canasta familiar y por ello no es raro que dentro de los productos de la misma se incluyan estos elementos para estos integrantes de la familia.

Es tan movido este negocio que cada vez aparecen en las ciudades más almacenes especializados en la venta de estos productos. Lo que se evidencia con esto son las grandes posibilidades que surgen alrededor de las mascotas, es un mercado de gran tamaño y con altas posibilidades de segmentación. Son tan importantes estos consumidores que ha hasta tienen su propio canal de televisión (López, 2013)

## **1.6. Ventaja competitiva y propuesta de valor**

### **1.6.1. AGROSUR S.A.S. tendrá los precios más bajos del mercado:**

La idea de AGROSUR S.A.S nace de la necesidad de un supermercado agropecuario de precios más económicos que los que hay en la actualidad. Un ejemplo para esto es que en el valle de aburra tenemos algunos supermercados agropecuarios como Tierragro, Mas finca y la casa del granjero; todos estos supermercados venden los productos a unos precios que van desde un rango medio hasta uno alto. Haciendo una analogía con los supermercados humanos en Antioquia es como si en el valle de aburra solo estuvieran Consumo, olímpica, éxito y Carulla que son supermercados de precios más elevados que euro, mercados guayabal, boom, etc. AGROSUR S.A.S será un supermercado agropecuario de precios bajos, sin disminuir calidad en los productos.

### **1.6.2. Educación agropecuaria:**

AGROSUR.S.A.S cree firmemente en el potencial que tiene el campo Colombiano, pero también es consciente que para que este potencial sea explotado de manera apropiada se necesita de educación agropecuaria. AGROSUR.S.A.S brindara periódicamente conferencias, paneles, talleres, sobre diferentes temas de actualidad agropecuaria y de importancia para la región. Se tendrá muy en cuenta a la comunidad preguntándole cuales son los temas de mayor interés. Se buscara crear convenios con universidades, instituciones gubernamentales.

### **1.6.3. Cumplimiento en las entregas o devolución del dinero:**

Una gran falencia que presentan las tiendas agropecuarias es el incumplimiento para llevar algunos productos a su cliente final. AGROSUR S.A.S esta consiente que solo unas cuantas horas que un animal se quede sin comida o sin el medicamento necesario son decisivos para disminuir productividad o incluso puede generar la muerte del animal.

### **1.6.4. Visitas periódicas gratuitas a los predios de nuestros clientes:**

Se realizara visitas periódicas a los predios de los clientes que nos compren los concentrados y demás implementos para su producción. Para ello se contara con un equipo interdisciplinario conformado por veterinarios y zootecnistas especializados en producción dispuestos a colaborar a nuestros clientes a ser lo más eficaces posibles en su producción. Las visitas serán mensuales y se llevara un software donde quedara registrado día de visita, persona que visita el predio, indicaciones y conclusiones. Estos datos se le enviaran por correo electrónico al propietario (si no posee correo se entregara físico) y serán evaluados por nuestro equipo para mirar en que se puede mejorar. El acompañamiento dependerá de la disponibilidad del cliente

### **1.6.5. Equipo profesional altamente calificado:**

AGROSUR.S.A.S creara empleos estables y de alta calidad, porque sabemos que nuestro personal humano será el reflejo de nuestra marca en el cliente final.

### 1.6.6. Crédito agropecuario:

Se manejarán convenios especiales con Cooperativas financieras para que nuestro cliente obtenga una tarjeta de crédito exclusiva para realizar compras en nuestros almacenes, acumular puntos y adicionalmente acceder a descuentos con nuestras empresas aliadas.

### 1.7. Inversiones requeridas

**Tabla 5 Inversiones requeridas**

ADECUACION Y DOTACION DE AGROSUR	\$	40.000.000
EQUIPOS DE FACTURACION, SOFTWARE	\$	3.000.000
ESCRITORIO, OFICINA, TELEFAX, PAPELERIA, REGISTRADORA	\$	800.000
VITRINA REFRIGERADA PARA PRODUCTOS FRIOS	\$	900.000
ESTANTERIAS Y VITRINAS PARA EXHIBICION DE PRODUCTO	\$	1.500.000
MESAS Y SILLAS PARA AGRORANCHO	\$	800.000
ESTIBAS Y ESTANTERIA BODEGA	\$	2.500.000
ADECUACION Y DOTACION AGRORANCHO	\$	10.000.000

**Tabla 6 Proyecciones de ventas y rentabilidad**

Concepto	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas	857.000.000	911.231.232	969.576.585	1.033.348.364	1.103.124.397
Costos	663.334.000	700.990.145	741.501.767	785.113.935	832.095.153
Gastos operativos	105.243.576	118.996.766	124.782.472	130.071.674	136.679.768
<b>Utilidad operativa</b>	<b>88.422.424</b>	<b>91.244.321</b>	<b>103.292.345</b>	<b>118.162.755</b>	<b>134.349.477</b>
Impuesto de renta operativo	29.179.400	30.110.626	34.086.474	38.993.709	44.335.327
Beneficio fiscal financiero	-1.839.728	-1.546.815	-1.199.303	-787.015	-297.877
<b>Utilidad operativa despues de impuestos</b>	<b>61.082.752</b>	<b>62.680.510</b>	<b>70.405.174</b>	<b>79.956.061</b>	<b>90.312.027</b>
Depreciación y amortización	11.900.000	11.900.000	11.900.000	11.900.000	11.900.000
<b>Flujo de caja bruto operativo</b>	<b>72.982.752</b>	<b>74.580.510</b>	<b>82.305.174</b>	<b>91.856.061</b>	<b>102.212.027</b>

### 1.8. Conclusiones y evaluación de viabilidad

- ✓ Según el estudio financiero que se realizo para el proyecto de AGROSUR S.A.S el promedio de rentabilidad bruta que se tendrá será del 13%
- ✓ AGROSUR S.A.S será una empresa rentable, ya que será un supermercado agropecuario único en la región, garantizando siempre una gran variedad de productos para facilitar los procesos de los clientes finales en sus explotaciones.
- ✓ AGROSUR S.A.S tendrá alianzas estratégicas que ayudaran a lograr los objetivos a corto plazo, teniendo en cuenta la afinidad de los futuros socios con el sector agropecuario de la región, lo que harámás fácil la relación de la empresa con la comunidad.

- ✓ AGROSUR S.A.S cuenta con muy buenas facilidades de transporte, desde Medellín, donde se encuentran nuestros principales proveedores hasta la empresa, y desde la empresa hasta los diferentes sectores de la región, lo que le garantizara siempre al consumidor final la rápida entrega del producto solicitado, generando así la confianza que AGROSUR S.A.S necesita como empresa por parte de sus clientes.
- ✓ AGROSUR S.A.S contara con un personal completamente capacitado, garantizando así la satisfacción del cliente en la asesoría prestada, teniendo como prioridad un excelente servicio, generando con esto un alto índice de satisfacción en nuestros consumidores, una gran expectativa y confianza, con esto logramos clientes felices, que seguramente volverán a nuestra empresa.
- ✓ El tener diversas líneas de negocio, hará que AGROSUR.S.A.S no solamente sea visto como la solución inmediata a los problemas, por el contrario, teniendo una línea de negocio llamada AGRORANCHO, la empresa será una parada obligada, no solo de los empresarios y productores de la región, sino también de turistas y habitantes de la zona, donde podrán disfrutar de un excelente rato bien acompañado.
- ✓ AGROSUR S.A.S no será una empresa solamente dedicada a la comercialización de productos, también será una empresa con una gran visión humana y con ganas de trabajar en el sector rural, brindando capacitaciones, conferencias, actividades y ayudas a las comunidades de la región, teniendo en cuenta niños, jóvenes y adultos, buscando crecer todos de la mano, haciendo del suroeste, una región emprendedora y de gran fortaleza en el área agropecuaria.

- ✓ Por estas razones, se ve AGROSUR S.A.S como una empresa rentable y perdurable en el tiempo, claro está, con un buen manejo, buenas estrategias de mercado, garantizando el éxito de la empresa.

## 2. Investigación de mercados

### 2.1. Análisis del Sector:

En el aspecto económico y político, El PIB para el sector agropecuario muestra un crecimiento constante promedio del 5,79% en los últimos 3 años, según los últimos datos del Ministerio de Agricultura y el DANE, confirmando la efectividad de la política de recuperación del campo y seguridad democrática adelantada por el gobierno actual, donde se demuestra la voluntad para invertir en el campo y creer que éste es uno de los sectores más importantes de la economía colombiana, lo que garantiza de manera indirecta la viabilidad de proyectos relacionados con la actividad agropecuaria. A continuación veremos una reseña sobre cómo está la situación agropecuaria del Municipio de tarso.

**Tabla 7 Evolución de la Producción Agrícola en el municipio de tarso**

AÑO CULTIVO Y DINAMICA DE PRODUCCION	2000	2005
<b>CAFÉ</b>		
AREA SEMBRADA	1,304	1,359
AREA COSECHADA	1,135	1,144
PRODUCCION X ha (ton/ha)	1,40	150
PRODUCCION TOTAL (TON)	1,589	1,716
<b>CAÑA</b>		
AREA SEMBRADA	139,5	140
AREA COSECHADA	139,5	140
PRODUCCION	4,2	4,2

X ha (ton/ha)		
PRODUCCION	585,9	585,9
TOTAL (TON)		
PLATANO ASOCIADO		
AREA SEMBRADA	102	116
AREA COSECHADA	97	116
PRODUCCION X ha (ton/ha)	2,5	3,9
PRODUCCION TOTAL (TON)	242,5	452,4
NARANJA TANJELO ORLANDO		
AREA SEMBRADA	0	4.2
NARANJA VALENCIA		
AREA SEMBRADA	0	77,6
MANDARINA ONECO		
AREA SEMBRADA	0	20,0
LIMON PAJARITO		
AREA SEMBRADA	0	1,4
LIMON TAHITI		
AREA SEMBRADA	0	14,0
YUCA		
AREA SEMBRADA	7	25
AREA COSECHADA	7	23
PRODUCCION X ha (ton/ha)	12,5	12,5
PRODUCCION TOTAL (TON)	87,5	287,5
MAIZ		
AREA SEMBRADA	25	38
AREA COSECHADA	23	35

PRODUCCION X ha (ton/ha)	1,40	1,62
PRODUCCION TOTAL (TON)	32,2	56,90
FRIJOL		
AREA SEMBRADA	47	39
AREA COSECHADA	42	36
PRODUCCION X ha (ton/ha)	0,6	0,9
PRODUCCION TOTAL (TON)	25,2	32,4
AREA TOTAL AGRICOLA		
CULTIVO PERMANENTE	1,545,6	1732,2
CULTIVOS ANUALES	7	25
CULTIVOS TRANSITORIOS	72	77
TOTAL CULTIVOS	1,624,5	1,834,2

(Alcaldía de Tarso, 2010)

### **2.1.1. La producción pecuaria en el Municipio de tarso**

La ganadería es un renglón económico de aprovechamiento predial semi intensivo y extensivo en Tarso y las especies menores no pesan lo suficiente como para resolver la mínima subsistencia campesina.

### **2.1.2. Explotación ganadera del municipio:**

Tarso cuenta con un hato ganadero de 10.526 cabezas bovinas, tipo carne el 90%, doble propósito 7% y tipo leche 3%. Su base genética es Cebú en el ganado

de carne, cruces de cebú con razas lecheras en el doble propósito, y la lechería dispone de un mestizaje alto Holstein por Cebú. (Alcaldía de Tarso, 2010)

La composición del hato reportado por la UMATA para el año 2007, según lo determinado en el ciclo de vacunación anti aftosa, es:

**Tabla 8 Composición del hato en el municipio de tarso, año 2007**

COMPOSICION DEL HATO BOVINO	NUMERO DE ANIMALES
VACAS PARIDAS	1659
VACAS HORAS	415
NOVILLAS VIENTRE	860
NOVILLAS DE LEVANTE	1927
NOVILLOS LEVANTE	2258
NOVILLOS CEBA	2100
CRIAS H	626
CRIAS M	620
TOROS	61
TOTAL BOVINOS	10526

(Alcaldía de Tarso, 2010)

*Producción de leche:* La relación de la producción lechera de Tarso muestra que seis veredas cuentan con quince fincas que ordeñan 185 vacas y obtienen 1.149 litros de leche diarios. Los predios con producciones diarias mayores son Santana, Damasco y Gualanday. El destino de la leche es para abastecer a la empresa Parmalak, con precios al productor de 560 pesos por litro *Sacrificio bovino:* Se sacrificaron 298 machos y 134 hembras, para un total de 432 cabezas durante el año 2006. *Disponibilidad de pastos para el hato ganadero:* La UMATA expresa que los pastos de Tarso ocupan 8.900 hectáreas, de las cuales

850 con Bachiaria y Estrella mejoradas, 60 con Maralfalfa e Imperial para corte y 7.990. (Alcaldía de Tarso, 2010)

**Tabla 9 Inventario de aves de corral en tarso, año 2007**

N° AVES POSTURA	1600
N° AVES ENGORDE	900

(Alcaldía de Tarso, 2010)

**Tabla 10 Inventario de estanques para piscicultura en tarso, año 2007**

N° DE ESTANQUES	32
AREA PROMEDIO X ESTANQUE (M2)	28
NUMERO ESTANQUES EN PRODUCCION	18
AREA DE ESTANQUES EN PRODUCCION (M2)	896
PRODUCCION TOTAL/AÑO (KGR)	7650
N° DE ESTANQUES ABONDADOS	14
AREA DE ESTANQUES ABONDADOS(M2)	392

(Alcaldía de Tarso, 2010)

**Tabla 11 Inventario de peces en tarso, año 2007**

TILAPIA	N° ALEVINOS SEMBRADOS	26880
	N° ALEVINOS COSECHADOS	24000
	PESO PROMEDIO INDIVIDUO (GR)	300
CACHAMA	N° ANIMALES SEMBRADOS	2000
	N° ANIMALES COSECHADOS	900
	PESO PROMEDIO INDIVIDUO (GR)	500

(Alcaldía de Tarso, 2010)

**Tabla 12 Inventario ganado porcino en tarso, año 2007**

LECHONES	360
PRELEVANTE	210
LEVANTE	150
CEBA	200
MACHO REPRODUCTOR	6
HEMBRA CRIA	120
HEMBRA DE REEMPLAZO	36

(Alcaldía de Tarso, 2010)

**Tabla 13 Inventario de equinos en Tarso, año 2007**

CABALLAR	Nº ANIMALES	800
MULAR	Nº ANIMALES	400
TOTAL EQUINOS		1200

(Alcaldía de Tarso, 2010)

### 2.1.3. Planes y políticas para el desarrollo agropecuario de tarso

El plan de desarrollo Municipal y plan de Gobierno municipal tiene cinco ejes fundamentales:

- ✓ Generación de empleo
- ✓ Productividad
- ✓ Medio ambiente
- ✓ Educación
- ✓ Vigilancia epidemiológica

(Alcaldía de Tarso, 2010)

En materia agropecuaria cuenta con los siguientes programas: capacitación y asesoría en proyectos productivos, programa de organización comunitaria y conformación de grupos

productivos, Tecnificación de la caficultura en Tarso, mejoramiento de pasturas, diversificación de cultivos, con énfasis en producción limpia (caña-panela) y programa para la tecnificación de los procesos de producción. Según los datos anteriores podemos ver que el municipio de tarso tiene como uno de sus motores de desarrollo el renglón agropecuario. Prueba de ello vemos plasmado en el plan de desarrollo 2008-2011 un gran esfuerzo por parte de la alcaldía de tarso y de la gobernación de Antioquia para fortalecer la productividad agrícola y pecuaria de la región por medio de programas y políticas estables. Además en los cuadros anteriores se puede evidenciar el crecimiento que a tenido las producciones año tras año lo cual hace aun más llamativo este proyecto.

## **2.2. Clientes potenciales:**

- ✓ Agricultores de café, caña, maíz, plátano, yuca y cítricos
- ✓ Productores pecuarios: ganaderos, porcicultores, avicultores, piscicultores y caballistas
- ✓ Persona naturales poseedoras de fincas de recreo

Según lo establecido en el plan de desarrollo para el municipio de tarso AGROSUR sería un gran aliado para lograr cumplir los objetivos gubernamentales ya que los objetivos confluyen en mejorar la competitividad agropecuaria de la zona

## **2.3. Análisis del mercado:**

Hombres y mujeres desde los 20 años, con ingresos económicos suficientes para adquirir cualquier producto y con alguna necesidad agropecuaria que AGROSUR pueda suplir. Al contar

con varias líneas de mercado, el proyecto tiene la capacidad de ofrecer productos que suplan las necesidades de muchos mercados. Desde las personas que tienen mascotas y están por el sector hasta grandes productores agropecuarios.

No existe hasta ahora ningún proyecto similar al nuestro por el sector, por esto la necesidad que tienen las personas del suroeste en general para adquirir productos más fáciles y rápidamente, al mismo precio que en Medellín es muy alta.

## 2.4. Estimación del segmento

**Tabla 14. Población en el suroeste antioqueño**

SUBREGIONES	2003			2004			2005		
MUNICIPIOS	Total	Cabecera	Resto	Total	Cabecera	Resto	Total	Cabecera	Resto
SUROESTE	398.856	165.020	233.836	398.744	166.173	232.571	398.342	167.193	231.149
Amagá	27.157	11.839	15.318	27.347	12.004	15.343	27.524	12.164	15.360
Andes	38.511	16.420	22.091	38.112	16.366	21.746	37.656	16.284	21.372
Angelópolis	6.601	1.862	4.739	6.612	1.889	4.723	6.620	1.915	4.705
Betania	10.998	3.809	7.189	10.851	3.795	7.056	10.692	3.775	6.917
Betulia	17.280	5.060	12.220	17.324	5.135	12.189	17.359	5.207	12.152
Caramanta	7.716	3.036	4.680	7.655	3.037	4.618	7.587	3.034	4.553
Ciudad Bolívar	28.205	16.340	11.865	27.907	16.235	11.672	27.572	16.107	11.465
Concordia	25.370	9.043	16.327	25.519	9.181	16.338	25.656	9.315	16.341
Fredonia	22.696	8.931	13.765	22.487	8.920	13.567	22.253	8.897	13.356
Hispania	4.513	2.485	2.028	4.469	2.472	1.997	4.421	2.457	1.964
Jardín	16.990	7.521	9.469	17.137	7.637	9.500	17.278	7.751	9.527
Jericó	17.806	7.599	10.207	17.850	7.672	10.178	17.884	7.741	10.143
La Pintada	10.935	5.191	5.744	11.029	5.267	5.762	11.118	5.341	5.777
Montebello	9.335	1.959	7.376	9.256	1.979	7.277	9.170	1.996	7.174
Pueblorrico	10.782	5.233	5.549	10.818	5.281	5.537	10.849	5.327	5.522
Salgar	17.904	6.440	11.464	17.678	6.417	11.261	17.432	6.385	11.047
Santa Bárbara	25.779	12.438	13.341	26.000	12.592	13.408	26.210	12.741	13.469
Támesis	17.142	6.430	10.712	16.917	6.401	10.516	16.673	6.362	10.311
Tarso	6.894	2.694	4.200	6.835	2.693	4.142	6.770	2.689	4.081
Titiribí	11.112	3.798	7.314	10.956	3.782	7.174	10.790	3.760	7.030
Urao	43.027	17.944	25.083	43.804	18.403	25.401	44.579	18.866	25.713
Valparaíso	8.107	3.588	4.519	8.176	3.607	4.569	8.242	3.625	4.617
Venecia	13.996	5.360	8.636	14.005	5.408	8.597	14.007	5.454	8.553

Fuente: DANE - Dirección Técnica de Censos, Grupo de Proyecciones de Población.

## **2.5. Análisis del Consumidor / Cliente:**

Un consumidor frecuente y característico de AGROSUR es una persona que tiene finca o vive cerca de Cauca Viejo. Tienen necesidades personales primarias y también debe mantener la producción. Es una persona que poco se fija en la marca si no más en la experiencia con el producto, su efectividad y rentabilidad. Tiene en su cabeza las necesidades claras al momento de la compra, su decisión al elegir un producto o el lugar de compra esta dado por la localización del punto de venta, el precio del producto y lo que sabe, ha oído o ha experimentado con el mismo. Hay una facilidad muy grande para adquirir productos que se requieran con urgencia sin la necesidad de esperar o pagar mas para tenerlo, pero la falta de algunas marcas que ya se usen por los consumidores, que no sean de primera necesidad como por ejemplo abonos, representa una venta perdida pues las personas prefieren esperar para tener el producto que quieren que llegue desde Medellín.

## **2.6. Análisis de la competencia:**

Analizando el sector y los productos que tendremos disponibles para la venta hemos identificado estos competidores potenciales: Bodegas de productos agrícolas o pecuarios que ofrezcan un bajo precio en sus productos. Cooperativas que le faciliten a los consumidores los productos con entregas a domicilio o a crédito. Almacenes agropecuarios especializados en pueblos de la región. Almacenes agropecuarios en la ciudad de Medellín, donde los consumidores encuentren los productos y ellos mismos los transporten. Tiendas de pueblos donde se comercialicen productos para mascotas, o de charcutería, o de cualquier otro tipo de producto que se venda en AGROSUR.

Hemos investigado la competencia en la región y en regiones que puedan afectar nuestras ventas. Mas que competir con precios se competirá con el fácil acceso a los productos, con la afectividad en la satisfacción de una necesidad relacionada y con la solución a varios problemas en un mismo tiempo y espacio. Una parte de la competencia cuenta con productos muy especializados y seleccionados pero no cuentan con todo el portafolio para resolver varias necesidades, otros tienen problemas de abastecimiento lo cual es una de las partes en las que nos vamos a enfocar mas, y aunque nuestro precio no es el más bajo del mercado, si esta en un rango normal lo cual competirá con las tiendas o almacenes agropecuarios que tienen precios elevados debido al transporte del producto hasta el almacén.

Por ser el primer supermercado agropecuario integral de la región es más fácil crear barreras y posicionamiento. Además en la sección del Agro-Rancho se les da la posibilidad a pequeños empresarios de la región a ser reconocidos y a comercializar sus productos lo cual crea una fidelidad de marca. Las personas van a ver el apoyo que se le da a la región y van a preferir AGROSUR.

### **3. Plataforma estratégica**

#### **3.1. Concepto de negocio**

AGROSUR S.A.S es un supermercado para el sector agropecuario el cual contara con las siguientes líneas:

##### **3.1.1. Agro-Producción:**

Concentrados para las diferentes producciones pecuarias en Colombia: porcicultura, ganadería, piscicultura, avicultura, coturnicultura. Esta línea tendrá un enfoque muy fuerte porque en AGROSUR S.A.S estamos convencidos de la importancia de una buena alimentación como base para unas producciones altamente eficaces. La línea de concentrados para producciones pecuarias no tiene la fuerza suficiente en nuestra competencia. En esta línea manejaremos los siguientes productos: sales mineralizadas, bloques nutricionales, suplementos vitamínicos, melaza, heno, ferretería agropecuaria, servicio veterinario

##### **3.1.2. Agro-Mascotas:**

Concentrados de diferentes marcas desde sencillos hasta Premium  
Snack (huesos naturales y sintéticos, galletas, alimentos húmedos, galletas, cábanos).Accesorios (tradillas, comederos, camas, ropa, juguetes, placas nombre).Elementos aseo (Shampoo, jabones, baño seco, toallas húmedas, cortaúñas, cepillos). Servicio de peluquería y grooming. Servicio de Medicina veterinaria

##### **3.1.3. Agro-Farma:**

Farmacia veterinaria donde se encontrara medicamentos para mascotas y para grandes especies. Dentro de nuestro portafolio de medicamentos tendremos: Analgésicos, anestésicos, antibacterianos,antibióticos, antidiarreico, antídotos, antihistamínicos,

antinflamatorios, antimicóticos, antiparasitarios, antipiréticos, antiespasmódicos, antisépticos, desinfectantes, cardiotónicos, cicatrizantes, coleréticos, diuréticos, hemoparasiticidas, hemostáticos, laxantes, electrolitos, vacunas, vitaminas y minerales

#### **3.1.4. Agro-cultivos:**

Fertilizantes, agroquímicos, agro biológicos, abonos, semillas, maquinaria para cultivos, insecticidas y jardinería

#### **3.1.5. Agro-Rancho**

Charcutería, Parrilla (alianzas estratégicas con carnicerías de la región), Vinos y licores, Comida orgánica (alianzas estratégicas con empresas que participan en concursos de la gobernación de Antioquia)

### **3.2. Análisis MECA**

**Tabla 15 Análisis MECA**

<p>Explotar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Contar con dos veterinarios que ya han empezado a moverse en el medio, conociendo las necesidades del mercado.</li> <li>✓ Tener contactos de proveedores aliados y ya con posibles clientes en el sector.</li> <li>✓ Estar ubicados en una zona altamente agropecuaria.</li> <li>✓ Tener la posibilidad de realizar alianzas estratégicas con vecinos como la subasta ganadera del suroeste SUGASUR.</li> <li>✓ No tener competencia directa cercana y contar con muchas</li> </ul>	<p>Corregir:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Falta de recursos para la implementación de nuevos proyectos.</li> <li>✓ No contar con vehículos para realizar ventas a domicilio.</li> </ul>
---	---

fincas productoras cercanas con necesidades.	
<p>Mantener:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Variedad de productos a muy buen precio con beneficios para las producciones sin tener mucho impacto ambiental negativo.</li> <li>✓ Mantener un crecimiento constante de consumidores, ampliando la cartera de productos y los beneficios para ellos.</li> <li>✓ La existencia de fincas productoras y de recreo en el sector.</li> </ul>	<p>Afrontar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La decisión de compra del mercado objetivo esta dada por la experiencia y la rentabilidad. Tener todo los productos para satisfacer a todo el mercado es muy difícil.</li> <li>✓ Dificultades constantes en vías de acceso por fallas geológicas.</li> </ul>

Se empezará informando al mercado objetivo de la llegada del supermercado agropecuario con una campaña de expectativa, por medio de vallas, pasa-calles, volantes entregados en fincas cercanas y en la subasta ganadera del suroeste. Existirá para los productores y finqueros y habitantes de la región un programa de fidelización con puntos, con el cual podrán disfrutar de descuentos en temporadas específicas y capacitaciones y charlas de temas agropecuarios de interés.

### 3.3. Visión:

En el año 2020, AGROSUR será el supermercado agropecuario líder en el suroeste antioqueño, con una alta rentabilidad y contando con productos suficientes para que el sector agropecuario reconozca nuestra empresa como su principal abastecedor.

**3.4. Misión:**

AGROSUR ofrece a sus clientes productos y servicios de la mejor calidad, siendo responsables y objetivos. Garantizamos a nuestros clientes rentabilidad, bienestar y cumplimiento, trabajando siempre en beneficio al medio ambiente.

## **4. Estrategia de mercadeo**

### **4.1. Agro-Producción:**

#### **4.1.1. Educación agropecuaria:**

Con la entrada de la era de la información los negocios cada vez necesitan ser más eficientes para ser más competitivos. En AGROSUR estamos consientes de eso, y queremos que nuestros clientes optimicen sus recursos económicos por medio de la educación.

#### **4.1.2. Cumplimiento en las entregas o devolución del dinero:**

Esta es una estrategia que se requiere en el medio ya que según nuestro estudio de mercadeo conocimos la inconformidad que sienten los propietarios de fincas, agricultores y personas de a pie con las diferentes agropecuarias de la región en materia de cumplimiento.

#### **4.1.3. Visitas periódicas gratuitas a nuestros clientes por un equipo profesional altamente calificado:**

Con esta estrategia buscamos crear lazos entre cliente y proveedor y fuera eso conocer las diferentes producciones de nuestros cliente e intentar optimizar algunos aspectos productivos; Pero para llevar a cabo esto necesitamos de la voluntad al 100% del dueño de la producción pecuaria.

#### **4.1.4. Crédito agropecuario:**

Se manejaran convenios especiales con Cooperativas financieras para que nuestro cliente obtenga una tarjeta de crédito exclusiva para realizar compras en nuestros almacenes, acumular puntos y adicionalmente acceder a descuentos con nuestras empresas aliadas

#### **4.1.5. Precios más bajos del mercado sin disminuir en la calidad del producto.**

Se buscara obtener precios más económicos con nuestros proveedores debido a la cantidad de volumen que se manejara y por ende podemos comercializarlo a un precio más bajo

### **4.2. Agro-Mascotas**

#### **4.2.1. Educación agropecuaria:**

Se ofrecerán conferencias mensuales con temas variados, relacionados con el cuidado de las mascotas, la nutrición, la salud de la mascota.

#### **4.2.2. Cumplimiento en las entregas:**

Para esta línea se tiene pensado crear rutas en la zona para los pedidos a domicilio, se brindara dicho servicio para compras mayores a 20.000 mil pesos y se cobrara un valor de 2000 por domicilio.

### **4.3. Agro-Farma:**

#### **4.3.1. Educación agropecuaria:**

Tendremos conferencias que serán patrocinadas por casas comerciales farmacéuticas. Los temas para estas conferencias se realizaran de acuerdo a los medicamentos de mayor demanda.

#### **4.3.2. Crédito agropecuario:**

Aplicara para compras mayores a 30.000 debido a que es el monto mínimo que nos exige la cooperativa con la cual tendremos el convenio.

### **4.4. Agro-Cultivos:**

#### **4.4.1. Educación agropecuaria:**

Tendremos conferencias que serán patrocinadas por casas comerciales agropecuarias. Los temas para estas conferencias se realizaran de acuerdo a los productos de mayor demanda.

#### **4.4.2. Crédito agropecuario:**

Aplicara para compras mayores a 30.000 debido a que es el monto mínimo que nos exige la cooperativa con la cual tendremos el convenio.

### **4.5. Agro-Rancho**

AGROSUR quiere convertirse en un punto de referencia en el suroeste antioqueño. Queremos que agro rancho se convierta en un parada obligatoria de nuestros clientes cuando se

dirigen hacia sus fincas, casas o lugares de producción. Tendremos a disposición una variada carta de comidas y licores a unos precios razonables para la zona.

## **5. Análisis técnico - operativo**

### **5.1. Ficha técnica**

#### **5.1.1. Agro-Farma:**

Manejaremos medicamentos altamente competentes, tanto en calidad como en precio, haremos alianzas estratégicas con laboratorios que diariamente se estén actualizando y utilicen toda la tecnología disponible para ofrecer un mejor producto y así garantizaremos a nuestros clientes que los fármacos que encontraran en AGROSUR serán de última generación y tendrán siempre la garantía de adquirir medicamentos con una fecha de vencimiento prolongada, lo que hará más seguro su uso.

#### **5.1.2. Agro-Mascotas:**

Tendremos productos de última tecnología garantizando así un mayor bienestar y una mayor diversión para sus mascotas. Buscaremos también proveedores de la zona, que con sus productos artesanales pensados en mascotas podremos satisfacer sus necesidades. Tendremos una tienda de mascotas a la altura de cualquier otra tienda ubicada en la ciudad, con la garantía de tener siempre disponible lo que los clientes necesiten para sus mascotas.

#### **5.1.3. Agro- Producción:**

Como prioridad de esta línea de AGROSUR tendremos el cuidado del medio ambiente, por esto buscaremos ofrecer productos naturales y con cero grado de toxicidad para el medio

ambiente, pero de igual manera que sean productos altamente efectivos para el manejo de cultivos.

#### **5.1.4. Agro Rancho:**

Nuestro objetivo será ofrecer siempre un producto fresco y de la mejor calidad, por esto buscaremos manejar bajos volúmenes de inventario y realizar por lo menos pedidos a nuestros proveedores 2 veces por semana, con lo que garantizaremos siempre una buena rotación de nuestros productos y la frescura de los mismos. Para los productos artesanales de la región, les exigiremos siempre a los productores campesinos unos estándares mínimos de calidad para poder entrar en nuestras vitrinas y así garantizamos siempre al consumidor final un producto de excelente calidad.

### **5.2. Innovación**

En AGROSUR siempre buscaremos productos con la última tecnología en el desarrollo. Buscaremos sistemas para agilizar y optimizar la distribución, el abastecimiento de los productos para no tener nunca falta de inventario. Usaremos el canal de distribución mayorista, tendremos proveedores que nos abastezcan el almacén constantemente. Estaremos siempre buscando la mejor calidad de los productos, teniendo contactos internacionales que nos puedan dar lo último en avances.

*Tecnología principal del proyecto:* la principal tecnología de AGROSUR estará centrada en desarrollos logísticos. La logística es un campo fértil para la incorporación de nuevas tecnologías que permiten, principalmente, mejorar la productividad y hacer más eficientes los procesos en toda la cadena de abastecimiento. La administración de bodegas, el manejo de flotas,

la generación de órdenes y el transporte de los artículos son algunas de las áreas en las cuales, la tecnología bien aplicada, puede hacer la diferencia respecto de la competencia.

Una tecnología que se piensa implementar en AGROSUR será “VoicePicking la cual permite mejorar los tiempos de preparación de pedidos en las bodegas, haciendo que el preparador reciba instrucciones en forma oral, por medio de un auricular y micrófono (headset) y así dejar sus manos libres para contar con una mayor libertad de movimiento y poder mejorar la productividad. A su vez el personal puede confirmar la realización de la acción, también en forma verbal. AGROSUR implementara software de última tecnología para el manejo de inventario el cual se convierte en una de los factores riesgo del proyecto debido a que siempre debemos tener existencias de los productos requeridos por nuestros clientes para generarles confianza, también es muy importante para minimizar perdidas de mercancía por robos o abigeatos

### **5.3. Necesidades y requerimientos**

Para empezar las labores del supermercado es necesario todo el personal requerido para el proyecto (cajeros, hombres en bodega, personas de aseo, abastecedores, profesionales). Debe estar acondicionado el local según los planos, con las góndolas, pasillos, estibas, vitrinas y cajas. El sistema software debe estar actualizado y funcionando perfectamente habiendo realizado pruebas suficientes para garantizar la finalización de la compra. Necesitamos todo el producto en almacén y bodega, previamente codificado y además dando una capacitación completa al personal para que este tenga el conocimiento necesario para vender y atender al consumidor.

## 5.4. Análisis de costos de producción

**Tabla 16 Costos y gastos operativos de AGROSUR**

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Costos operativos		690.972.887	674.920.234	713.981.829	756.035.202	801.339.623
Gastos operativos		105.243.576	118.996.766	124.782.472	130.071.674	136.679.768

## 5.5. Proveedores

**Tabla 17 Proveedores de AGROSUR**

Proveedor	Dirección	Teléfono	Productos	Frecuencia	Forma de pago
Solla	cr 49 a 24 a-34	4548000	concentrados	semanal	contado
Italcol	autopista norte, km 20	2898989	concentrados	semanal	contado
Somex	cr46 39-03	4442809	concentrados	semanal	contado
Contegral	cr 48 27 a s-89	4035030	concentrados	semanal	contado
Agropets	cl 40 s 30-59	3313093	artículos para mascota	quincenal	crédito - 30 días
La tienda delas mscotas	cl 30 a 71-64	5827354	artículos para mascota	quincenal	crédito - 30 días
Ivanagro	cr 43 a 11 b 145	3167700	farmacéutica veterinaria	semanal	crédito - 30 días
Comercializado ra de insumos agropecuarios	cl 85 45-01 b-5	2856461	materias primas, semillas, abonos, fertilizantes	semanal	contado
Mas finca	cl 85 48-01 b-30	4448191	carnes	semanal	crédito - 30 días
Corpaul	cr 52 a 39-80	4480550	insumos de farmacia	semanal	crédito - 30 días
Agro gecolsa	cr 48 55 sur 56	4485200	implementos y maquinaria agrícola	mensual	Consignación
Casa toro	cr 46 # 18-110	4446747	implementos y maquinaria agrícola	mensual	consignación

Disglobal	cl 10b sur 51-89	3610082	vinos, cervezas y licores	quincenal	crédito - 30 días
Dislicores	cr 43 a 25 a - 45	2323060	licores y productos de charcutería	quincenal	crédito - 30 días
Coca cola	dg 64 e 67 - 180	4308000	bebidas gaseosas	semanal	contado
cervecería unión	cr 50 a 38-39	3722400	cervezas	semanal	Contado
Casa blanca	cl 72 64-147	4416788	quesos madurados y embutidos	semanal	Contado

### 5.5.1. Control de calidad

Cada producto que llegue a AGROSUR pasará por unos controles establecidos de calidad para cada línea. Tendrán que ser firmadas unas planillas para garantizar que el producto entrante esté en óptimas condiciones, de no ser así será devuelto al proveedor. En la parte de Agro-rancho, productos de consumo humano deberán tener suficiente tiempo antes de la fecha de vencimiento para poder ser exhibidos en nuestras vitrinas

## **6. Análisis administrativo y organizacional**

### **6.1. Grupo emprendedor**

#### **6.1.1. Juan Guillermo Silva Vergara**

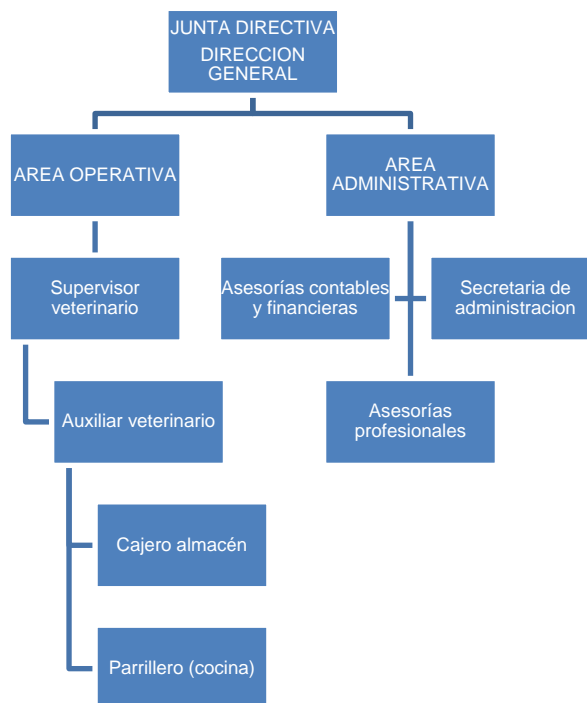
Estudiante de medicina veterinaria de la Corporación Universitaria Lasallista en convenio con la Universidad La Salle, Bogotá. Actualmente cursa noveno semestre. Edad: 24 años. Experiencia: Representante legal de la empresa Codornices la Granja S.A.S (2010- Julio 2013)

#### **6.1.2. Nicolás Hencker Escobar**

Estudiante de noveno semestre de medicina veterinaria de la Corporación Universitaria Lasallista en convenio con la Universidad de La Salle, Bogotá. 27 años de edad, con experiencia en el sector agropecuario en la comercialización de ganado, compra y venta de ganado en diferentes subastas ganaderas de la región. Actualmente representante legal del restaurante OLIVENZA

## 6.2. Estructura organizacional:

Tabla 18 Organigrama de AGROSUR



## 6.3. Gastos de administración y nomina

Tabla 19 Gastos de nomina de AGROSUR

EMPLEADOS	SALARIO
1.Cajero del almacen	\$ 670.000,00
2.auxiliar operativo almacen	\$ 700.000,00
3.Medico veterinario almacen	\$ 1.000.000,00
4.Parrillero agrorancho	\$ 900.000,00
5.Secretaria administracion	\$ 800.000,00
6.Asesorias profesionales	\$ 1.100.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.170.000,00</b>

Tabla 20 Seguridad social y parafiscales vigencia 2014

auxilio transporte x mes	\$ 72.000,00
Vacaciones x mes	\$ 25.667,00
cesantias	\$ 57.333,00
Intereses cesantias	\$ 6.880,00
prima	\$ 57.333,00
Salud	\$ 52.400,00
pension	\$ 98.600,00
Riesgos profesionales II	\$ 6.400,00
Parafiscales	\$ 55.400,00
<b>total</b>	<b>\$ 376.613,00</b>

#### 6.4. Constitución de una sociedad por acciones simplificada S.A.S

El artículo 5 de la ley 1258 de 2008 indica que el documento de constitución deberá contener por lo menos los siguientes requisitos: 1. Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen). 2. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S. 3. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución. 4. El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido. 5. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita. 6. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán

pagarse. 7. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

La falta de uno o más requisitos en el documento de constitución, impide la inscripción de la constitución y ocasiona la devolución de todos los documentos por parte de la Cámara de Comercio. El documento privado de constitución será objeto de autenticación ante notario de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por los constituyentes. (Camara de comercio de Cali, 2009)

## 6.5. Logo

**Ilustración 1 Logotipo de AGROSUR**



El logotipo de AGROSUR es mixto y está compuesto de imágenes y letras. En la imagen se observa una montaña signo de la idiosincrasia paisa, también encontramos la sombra de una

vaca y un caballo como los representantes pecuarios por excelencia en la región. La finalidad de este logotipo es indicar calidad y valor en nuestros productos.

#### **6.6. Visión:**

En el año 2020, AGROSUR será el supermercado agropecuario líder en el suroeste antioqueño, con una alta rentabilidad y contando con productos suficientes para que el sector agropecuario reconozca nuestra empresa como su principal abastecedor.

#### **6.7. Misión:**

AGROSUR ofrece a sus clientes productos y servicios de la mejor calidad, siendo responsables y objetivos. Garantizamos a nuestros clientes rentabilidad, bienestar y cumplimiento, trabajando siempre en beneficio al medio ambiente.

#### **6.8. Principios corporativos**

- Amor por la tierra y los animales
- Responsabilidad
- Compromiso
- Honestidad
- Calidad

## **7. Impacto del proyecto**

AGROSUR causara un gran impacto socioeconómico positivo en la región, ya que tendremos como prioridad fortalecer la calidad de vida de las familias campesinas del suroeste antioqueño con oportunidades laborales. Buscaremos madres cabezas de familia para labores operativas del local, como son aseo y adecuación diaria del negocio. Para labores de bodegas y trabajos pesados buscaremos campesinos de la región, los cuales capacitaremos y fortaleceremos en ese tipo de labores. En Agrorrancho tendremos una sección especial dedicada solamente a los proyectos de iniciativa campesina, donde exhibiremos sus productos gastronómicos y artesanales, fomentando de esta manera el instinto emprendedor del campesino, de ser así lograremos un aumento en sus ingresos, impactando positivamente la calidad de vida de las familias de la región. Daremos frecuentemente capacitaciones y charlas en AGROSUR sobre temas de actualidad agropecuaria donde estarán las puertas abiertas para los habitantes de la región y no solo para los productores, dándoles así la oportunidad de aprender cosas nuevas y aumentando sus posibilidades de empleo.

Buscaremos alianzas estratégicas con bancos como el Banco Agrario y cooperativas del suroeste antioqueño con el fin de darle la oportunidad al campesino que por intermedio de nosotros puedan tener acceso a créditos para financiación de proyectos y vivienda. AGROSUR tendrá mínimas consecuencias en el medio ambiente, ya que nuestras instalaciones serán adecuadas de la mejor manera buscando unas óptimas condiciones ambientales. Se aplicaran las normas del registro ICA de la resolución 1023 de 1997 donde se dictan disposiciones sobre la distribución, comercialización y la venta de insumos agropecuarios, material genético animal y semillas para la siembra.

## **8. Registros licencias y leyes regulatorias**

### **8.1. Ley 1252 de 2008**

Por la cual se dictan normas prohibitivas en materia ambiental, referentes a los residuos y desechos peligrosos y se dictan otras disposiciones

### **8.2. Resolución 187 de 2006**

Por la cual se adopta el reglamento para la producción primaria, procesamiento, empaclado, etiquetado, almacenamiento, certificación, importación, comercialización y se establece el sistema de control de productos agropecuarios ecológicos

### **8.3. Decreto 4003 de 2004**

Por el cual se establece el procedimiento administrativo para la elaboración, adopción y aplicación de reglamentos técnicos, medidas sanitarias y fitosanitarias en el ámbito agroalimentario.

### **8.4. Ley 822 de 2003**

Por la cual se dictan normas relacionadas con los agroquímicos genéricos

### **8.5. Decreto 459 de 2000**

Por el cual se dictan normas relacionadas con los plaguicidas genéricos.

**8.6. Ley 427 de 1998**

Por la cual se reglamentan los títulos genealógicos, las exhibiciones, los espectáculos para los semovientes de razas puras del sector equino y bovino y se crean mecanismos para su protección y propagación

**8.7. Resolución 5339**

Por medio de la cual se establece el procedimiento para la modificación de los registros de venta de plaguicidas químicos de uso agrícola

**8.8. Resolución 2508 de 2008**

Por medio de la cual se actualizan los requisitos para el registro sanitario de predios pecuarios

**8.9. Resolución 386 de 2012**

Por medio de la cual se establece el reglamento técnico para la producción y uso de biológicos autógenos autovacunas con fines veterinarios

**8.10. Resolución 4754 de 2011**

Por medio de la cual se establecen los requisitos para la ampliación de uso de bioinsumos y plaguicidas químicos de uso agrícola en los cultivos menores y se dictan otras disposiciones

**8.11. Resolución 2457**

Por medio de la cual se establecen los requisitos para el registro de las personas que se dediquen a la producción y comercialización de semillas para siembra y plántulas de especies forestales y se dictan otras disposiciones.

**8.12. Resolución 970**

Por medio de la cual se establecen los requisitos para la producción, acondicionamiento, importación, exportación, almacenamiento, comercialización y/o uso de semillas en el país, su control y se dictan otras disposiciones.

**8.13. Resolución 3761**

Por medio de la cual se dictan disposiciones sanitarias y de control para la comercialización a granel de alimentos para perros y gatos.

**8.14. Resolución 3180**

Por medio de la cual se establecen los requisitos y procedimientos para la producción y distribución de material de propagación de frutales en el territorio nacional y se dictan otras disposiciones.

**8.15. Resolución 3626**

Por la cual se establece el registro ante el ica productores-comercializadores y comercializadores de colinos de café, en territorio nacional.

**8.16. Resolución 1056 de 1996**

Registro de productos o licencia de venta de medicamentos veterinarios.

**8.17. Decreto 1840 de 1994**

Por el cual se reglamenta el artículo 65 de la ley 101 de 1993 para la acreditación de empresas que venden insumos agropecuarios y manejen medicamentos veterinarios.

**8.18. Resolución 1167 de 2010**

Por medio de la cual se establecen los requisitos para el registro y control de personas que se dediquen a la comercialización de insumos agropecuarios y/o semillas para siembra a través de establecimientos de comercio

## 9. Modulo financiero

Tabla 21 Costos de inversión AGROSUR

MUEBLES Y ENSERES Y EQUIPO DE OFICINA			
ADECUACION Y DOTACION DE AGROSUR	40.000.000	5	11.900.000
EQUIPOS DE FACTURACION, SOFTWARE	3.000.000		
ESCRITORIO, OFICINA, TELEFAX, PAPEL	800.000		
VITRINA REFRIGERADA PARA PRODUCTOS	900.000		
ESTANTERIAS Y VITRINAS PARA EXHIBICION	1.500.000		
MESAS Y SILLAS PARA AGRORANCHO	800.000		
ESTIBAS Y ESTANTERIA BODEGA	2.500.000		
ADECUACION Y DOTACION AGRORANCHO	10.000.000		
<b>SUBTOTAL</b>	<b>59.500.000</b>		<b>11.900.000</b>

Tabla 22 Ingresos proyectados de AGROSUR

2. INFORMACIÓN PLAN DE MERCADEO						
INGRESOS OPERATIVOS (Producto o servicio)		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		2014	2015	2016	2017	2018
FACTOR CRECIMIENTO UNIDADES		3,00%	3,20%	3,30%	3,40%	3,50%
FACTOR INCREMENTO PRECIOS		2,30%	2,40%	2,40%	2,40%	2,40%
Insumos de Agro-producción	Cantidades	8.000	8.256	8.528	8.818	9.127
	precio venta p1	65.000	67.080	69.294	71.650	74.157
		520.000.000	553.812.480	590.967.205	631.836.134	676.838.662
Insumos de Agro-mascotas	Cantidades	4.500	4.644	4.797	4.960	5.134
	Precio unitario	12.000	12.384	12.793	13.228	13.691
		54.000.000	57.511.296	61.369.671	65.613.752	70.287.092
Insumos de Agro-farma	Cantidades	6.000	6.192	6.396	6.614	6.845
	Precio unitario	17.000	17.544	17.965	18.396	18.838
		102.000.000	108.632.448	114.910.534	121.669.112	128.949.792
Insumos de Agro-cultivos	Cantidades	5.000	5.160	5.330	5.512	5.704
	Precio unitario	13.000	13.312	13.631	13.959	14.294
		65.000.000	68.689.920	72.659.648	76.933.198	81.536.880
Insumos de Agro-rancho	Cantidades	8.000	8.256	8.528	8.818	9.127
	Precio unitario	14.500	14.848	15.204	15.569	15.943
		116.000.000	122.585.088	129.669.525	137.296.168	145.511.971
<b>TOTAL INGRESOS PROYECTADOS</b>		<b>857.000.000</b>	<b>911.231.232</b>	<b>969.576.585</b>	<b>1.033.348.364</b>	<b>1.103.124.397</b>

Tabla 23 Costos de la estrategia de mercadeo AGROSUR

ESTRATEGIAS DE MERCADEO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2014	2015	2016	2017	2018
sitio web					
publicidad viral en la red					
publicidad impresa	6.000.000	9.000.000	12.000.000	14.400.000	18.000.000
VISITAS A EMPRESAS					
<b>TOTAL COSTOS ESTRATEGIAS</b>	<b>6.000.000</b>	<b>9.000.000</b>	<b>12.000.000</b>	<b>14.400.000</b>	<b>18.000.000</b>

Tabla 24 Costos operativos de AGROSUR

3. INFORMACIÓN PLAN OPERATIVO		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS VARIABLES		2014	2015	2016	2017	2018
FACTOR INCREMENTO COSTO VBLE		2,30%	2,40%	2,40%	2,40%	2,40%
Insumos de Agro-producción	Cantidades	8.000	8.256	8.528	8.818	9.127
	Costo unitario	48.000	49.152	50.332	51.540	52.777
		<b>384.000.000</b>	<b>405.798.912</b>	<b>429.250.843</b>	<b>454.497.660</b>	<b>481.694.800</b>
Insumos de Agro-mascotas	Cantidades	4.500	4.644	4.797	4.960	5.134
	Costo unitario	10.500	10.752	11.010	11.274	11.545
		<b>47.250.000</b>	<b>49.932.288</b>	<b>52.817.975</b>	<b>55.924.517</b>	<b>59.271.040</b>
Insumos de Agro-farma	Cantidades	6.000	6.192	6.396	6.614	6.845
	Costo unitario	14.200	14.541	14.890	15.247	15.613
		<b>85.200.000</b>	<b>90.036.634</b>	<b>95.240.031</b>	<b>100.841.668</b>	<b>106.876.034</b>
Insumos de Agro-cultivos	Cantidades	5.000	5.160	5.330	5.512	5.704
	Costo unitario	11.220	11.489	11.765	12.047	12.337
		<b>56.100.000</b>	<b>59.284.685</b>	<b>62.710.865</b>	<b>66.399.268</b>	<b>70.372.600</b>
Insumos de Agro-rancho	Cantidades	8.000	8.256	8.528	8.818	9.127
	Costo unitario	11.348	11.620	11.899	12.185	12.477
		<b>90.784.000</b>	<b>95.937.626</b>	<b>101.482.053</b>	<b>107.450.822</b>	<b>113.880.679</b>
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>		<b>663.334.000</b>	<b>700.990.145</b>	<b>741.501.767</b>	<b>785.113.935</b>	<b>832.095.153</b>



Tabla 27 Costos de nomina AGROSUR

4. PLAN ADMINISTRATIVO						
SALARIOS		2014	2015	2016	2017	2018
FACTOR INCREMENTO SALARIOS	Valor mes	2,30%	2,40%	2,40%	2,40%	2,40%
1.Cajero del almacen	\$ 670.000	\$ 8.040.000	\$ 8.232.960	\$ 8.430.551	\$ 8.632.884	\$ 8.840.073
2.auxiliar operativo almacen	\$ 700.000	\$ 8.400.000	\$ 8.601.600	\$ 8.808.038	\$ 9.019.431	\$ 9.235.898
3.Medico veterinario almacen	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.288.000	\$ 12.582.912	\$ 12.884.902	\$ 13.194.140
4.Parrillero agrorrancho	\$ 900.000	\$ 10.800.000	\$ 11.059.200	\$ 11.324.621	\$ 11.596.412	\$ 11.874.726
5.Secretaria administracion	\$ 800.000	\$ 9.600.000	\$ 9.830.400	\$ 10.066.330	\$ 10.307.922	\$ 10.555.312
6.Asesorias profesionales	\$ 1.100.000	\$ 13.200.000	\$ 13.516.800	\$ 13.841.203	\$ 14.173.392	\$ 14.513.553
Empleado 7	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Empleado 8	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Empleado 9	0	0	0	0	0	0
Empleado 10	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL NOMINA</b>		<b>62.040.000</b>	<b>63.528.960</b>	<b>65.053.655</b>	<b>66.614.943</b>	<b>68.213.701</b>

Tabla 28 Otra información financiera de AGROSUR

5. OTRA INFORMACIÓN FINANCIERA	
CAPITAL DE TRABAJO	2014
Meses de capital de trabajo al inicio	60
Días de existencia de inventarios	30
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	90
TOTAL INVERSIÓN	\$ 59.500.000,00

Tabla 29 Financiamiento de AGROSUR

FINANCIACIÓN	
Recursos propios	25.000.000
Crédito con terceros	34.500.000
Plazo del crédito en meses	60
Tasa de interés proyectada crédito	18,64% 1,435%
Tasa de interés esperada inversión	
Tasa de impuestos	33,00%
Días de cartera	10
Días de inventarios	30
Días de proveedores	15
Saldo mínimo en caja	

Tabla 30 Ingresos proyectados AGROSUR

INGRESOS					
	2014	2015	2016	2017	2018
Insumos de Agro-producción	520.000.000	553.812.480	590.967.205	631.836.134	676.838.662
Insumos de Agro-mascotas	54.000.000	57.511.296	61.369.671	65.613.752	70.287.092
Insumos de Agro-farma	102.000.000	108.632.448	114.910.534	121.669.112	128.949.792
Insumos de Agro-cultivos	65.000.000	68.689.920	72.659.648	76.933.198	81.536.880
Insumos de Agro-rancho	116.000.000	122.585.088	129.669.525	137.296.168	145.511.971
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>857.000.000</b>	<b>911.231.232</b>	<b>969.576.585</b>	<b>1.033.348.364</b>	<b>1.103.124.397</b>
Ingresos financieros	0				
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>857.000.000</b>	<b>911.231.232</b>	<b>969.576.585</b>	<b>1.033.348.364</b>	<b>1.103.124.397</b>

Tabla 31 Egresos proyectados AGROSUR

EGRESOS					
	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Costos variables</b>	<b>663.334.000</b>	<b>700.990.145</b>	<b>741.501.767</b>	<b>785.113.935</b>	<b>832.095.153</b>
<b>Costos fijos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Gasto por depreciación	11.900.000	11.900.000	11.900.000	11.900.000	11.900.000
Gasto por amortización	0				
Gasto por impuestos	2.743.576	11.466.366	12.172.943	12.933.116	13.761.084
Gasto por publicidad	6.000.000	9.000.000	12.000.000	14.400.000	18.000.000
Gasto por salarios	62.040.000	63.528.960	65.053.655	66.614.943	68.213.701
Gasto Distribucion y transporte	0	0	0	0	0
<b>Gastos financieros</b>	<b>5.574.932</b>	<b>4.687.318</b>	<b>3.634.252</b>	<b>2.384.895</b>	<b>902.658</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>110.818.508</b>	<b>123.684.084</b>	<b>128.416.725</b>	<b>132.456.570</b>	<b>137.582.426</b>
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>774.152.508</b>	<b>824.674.229</b>	<b>869.918.492</b>	<b>917.570.505</b>	<b>969.677.579</b>

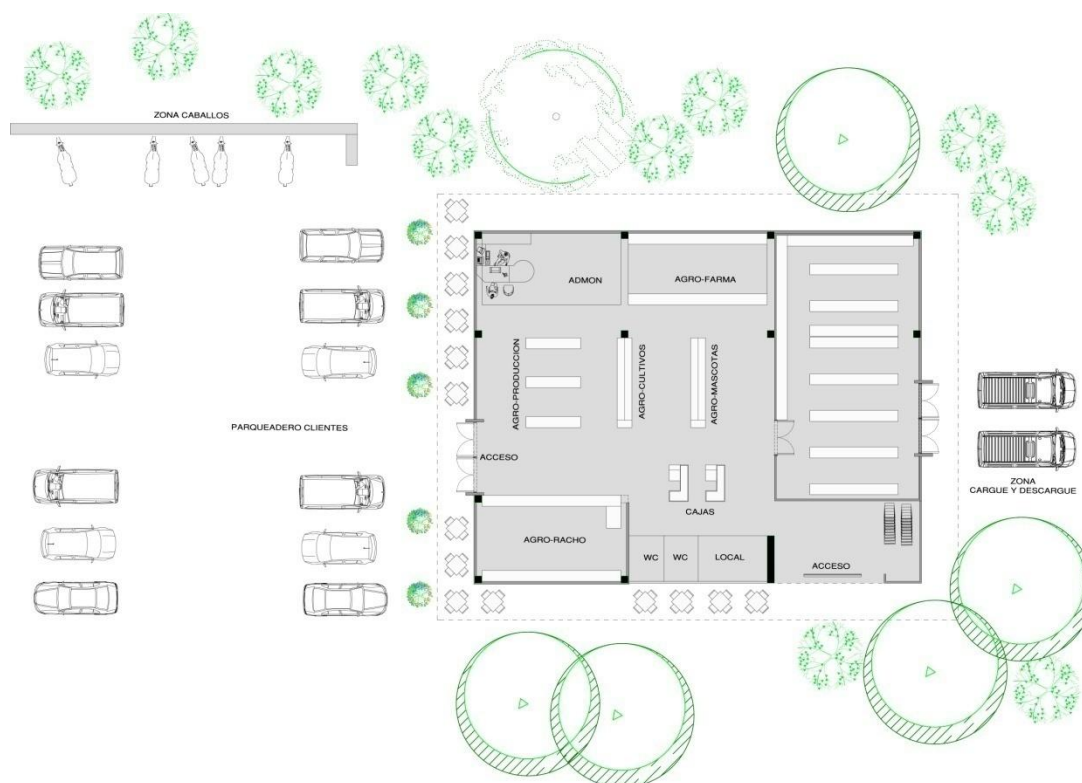
Tabla 32 Punto de equilibrio en el primer año de AGROSUR

PUNTO DE EQUILIBRIO - PRIMER AÑO			
<b>COSTOS FIJOS:</b>	<b>2014</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>2014</b>
Costos fijos	0	Precio de venta promedio	27.206
Gastos operativos	105.243.576	<b>PRECIO DE VENTA UNITARIO</b>	<b>27.206</b>
Gastos financieros	5.574.932	<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>2014</b>
Impuestos	27.339.672	<b>EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - cvu) - ANUAL</b>	<b>22.472</b>
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>138.158.180</b>	<b>EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - cvu) - MENSUAL</b>	<b>1.873</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>2014</b>	<b>EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) - ANUAL</b>	<b>611.369.888</b>
Costo variable promedio	21.058	<b>EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) - MENSUAL</b>	<b>50.947.491</b>
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>21.058</b>		

Tabla 33 Flujo de caja del proyecto AGROSUR

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO					
Concepto	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas	857.000.000	911.231.232	969.576.585	1.033.348.364	1.103.124.397
Costos	663.334.000	700.990.145	741.501.767	785.113.935	832.095.153
Gastos operativos	105.243.576	118.996.766	124.782.472	130.071.674	136.679.768
<b>Utilidad operativa</b>	<b>88.422.424</b>	<b>91.244.321</b>	<b>103.292.345</b>	<b>118.162.755</b>	<b>134.349.477</b>
Impuesto de renta operativo	29.179.400	30.110.626	34.086.474	38.993.709	44.335.327
Beneficio fiscal financiero	-1.839.728	-1.546.815	-1.199.303	-787.015	-297.877
<b>Utilidad operativa despues de impuestos</b>	<b>61.082.752</b>	<b>62.680.510</b>	<b>70.405.174</b>	<b>79.956.061</b>	<b>90.312.027</b>
Depreciación y amortización	11.900.000	11.900.000	11.900.000	11.900.000	11.900.000
<b>Flujo de caja bruto operativo</b>	<b>72.982.752</b>	<b>74.580.510</b>	<b>82.305.174</b>	<b>91.856.061</b>	<b>102.212.027</b>

**Ilustración 2 Plano arquitectónico del supermercado agropecuario AGROSUR**



El área del lote donde se desarrollara el proyecto tiene 3000 metros cuadrados los cuales estarán distribuidos de la siguiente manera:

- Parquaderos de clientes: ocupara una extensión de 1000 metros cuadrados y poseerá una capacidad para 20 carros.
- Zona de caballos: La vocación de AGROSUR es el campo por eso queremos que nuestros clientes nos visiten en sus caballos y ser una parada obligatoria en las cabalgatas que se programen por la zona. Contaremos con un espacio cómodo para los caballos en los cuales estarán en total confort donde se les suministrara agua a disposición, melaza y vitaminas. Superficie 800 metros, los cuales albergaran 30 caballos

- Supermercado Agropecuario: superficie 250mts cuadrados más un mezanini. En el primer piso tendremos ubicados las 5 líneas en las que nos enfocaremos (agro-farma, agro-producción, agro-cultivos y vivero, agro mascotas, agro-rancho) y servicios sanitarios. En el mezanini se encontrara la zona administrativa.
- Bodega: Estará ubicado contigua al supermercado y tiene una superficie de 200 mts cuadrados, la bodega es un punto crucial para el desarrollo de nuestra misión ya que debemos mantener constantemente un stock grande de concentrados de diferentes líneas.
- Zona de cargue y descargue: Ubicado contigua a la bodega, tiene una superficie de 500 metros cuadrados y estará totalmente separada de la entrada de los clientes para no causar problemas logísticos ni molestias a nuestros clientes.
- Zona común: contara con 100 metros cuadrados las cuales estarán arborizadas.

## Referencias

Alcaldia de Tarso. (Diciembre de 2010). *Plan estrategico de desarrollo municipal 2011-2028*. Obtenido de [http://www.tarso-antioquia.gov.co/apc-aa-files/62646335336162623662626430313534/PLAN\\_ESTRAT\\_GICO\\_TARSO.pdf](http://www.tarso-antioquia.gov.co/apc-aa-files/62646335336162623662626430313534/PLAN_ESTRAT_GICO_TARSO.pdf)

Camara de comercio de Cali. (enero de 2009). *Sociedad por acciones simplificada S.A.S*. Obtenido de <http://www.ccc.org.co/servicios/registros-publicos/mercantil/tramites/constituciones-reformas-y-nombramientos/sociedad-por-acciones-simplificada-sas>

Estrategias inmobiliarias. (Noviembre de 2007). *Programa de emision y colocacion de titulos participativos del patrimonio autonomo de estrategias inmobiliarias*. Obtenido de [http://www.bvc.com.co/recursos/emisores/Prospectos/Titulos\\_Participacion/Adenda\\_07\\_Prospecto\\_Estrategias\\_Inmobiliarias\\_2013.pdf](http://www.bvc.com.co/recursos/emisores/Prospectos/Titulos_Participacion/Adenda_07_Prospecto_Estrategias_Inmobiliarias_2013.pdf)

Gobernacion de Antioquia. (2012). *Lineamientos de ordenacion territorial para Antioquia*. Obtenido de [http://www.antioquia.gov.co/PDF2/lota/docs/cartografia/estructura\\_ordenaci%20n\\_territorial\\_Suroeste.pdf](http://www.antioquia.gov.co/PDF2/lota/docs/cartografia/estructura_ordenaci%20n_territorial_Suroeste.pdf)

López, N. A. (19 de Agosto de 2013). *La danza millonaria alrededor de los artículos para mascotas*. Obtenido de <http://www.portafolio.co/portafolio-plus/mercado-articulos-mascotas>

Oficina economica y comercial de la embajada de España en Bogota. (Febrero de 2005). *El sector de productos farmaceuticos para uso humano en Colombia*. Obtenido de <http://bitacorafarmaceutica.files.wordpress.com/2008/08/la-industria-farmaceutica-en-colombia.pdf>