

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE  
LECHE BOVINA EN LA FINCA EL HATO, UBICADA EN SUESCA-  
CUNDINAMARCA.**

**PRESENTADO POR:**

**YEPES MENDEZ LEIDY TATIANA**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA SECCIONAL UBATÉ**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**UBATE CUNDINAMARCA**

**19/11/2021**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE  
LECHE BOVINA EN LA FINCA EL HATO, UBICADA EN SUESCA-  
CUNDINAMARCA.**

**PRESENTADO POR:**

**YEPES MENDEZ LEIDY TATIANA**

**Trabajo de grado para optar por el título de  
Administrador de Empresas**

**PRESENTADO A:**

**LUISA JOHANA LARA RODRIGUEZ**

**Mg. En Educación**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA SECCIONAL UBATÉ**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**UBATE CUNDINAMARCA**

**19/11/2021**

**Nota de aceptación**

---

---

---

---

---

---

---

---

Presidente del Jurado

---

Jurado

---

Jurado

Ubaté día 19 de noviembre de 2021

## DEDICATORIA

*Dedico mi tesis de grado a Dios, a mis padres y a los docentes, principalmente a la profesora Luisa Johana Lara quien fue mi directora, además para quienes han aportado su esfuerzo y dedicación para el desarrollo y cumplimiento de la misma.*

***Leidy Tatiana Yepes Méndez***

## AGRADECIMIENTOS

*A Dios primordialmente le debo mis logros, capacidades y el cumplimiento final de la presentación de mi tesis de grado, a mis padres por el amor y confianza que han depositado en mí, a mis docentes en especial a la docente Luisa Johanna Lara Rodríguez, quien con su esfuerzo y dedicación me apoyo en 100% a llevar a cabo mi tesis y aquellas personas quienes me apoyaron, confiaron en mis capacidades y me incentivaron al cumplimiento y logro de la misma.*

***Leidy Tatiana Yepes Méndez***

## TABLA DE CONTENIDO

TITULO .....	21
ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN .....	21
1. JUSTIFICACIÓN. ....	22
2. OBJETIVOS.....	27
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	27
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	27
3 MARCO DE REFERENCIA.....	28
3.1 MARCO TEÓRICO.....	28
3.1.1. ¿Qué es un plan de negocio? .....	28
3.1.2. Tipos de planes de negocio.....	30
3.1.3. Producción de leche bovina. ....	31
3.1.4. Comercialización. ....	32
3.2. MARCO CONCEPTUAL.....	34
3.2.1 Estudio técnico .....	34
3.2.2. Plan de Marketing.....	35
3.2.3. Plan financiero:.....	36
3.3. MARCO LEGAL.....	38
4. METODOLOGIA. ....	41
4.1. Tipo de investigación .....	41
4.2. Técnicas de Información.....	42
4.3. Población y muestra .....	43
4.4. Instrumentos de recolección de información:.....	44
5. IDEA Y MODELO DE NEGOCIO.....	45
5.1. Descripción de producto. ....	45
5.2. Planteamiento de Oportunidades. ....	46
5.3. Propuesta de valor.....	46
6. ANÁLISIS DE ENTORNO ECONOMICO, SOCIAL, CULTURAL.....	47

6.1. Entorno socio-económico: PESTEL.....	47
7. PLAN DE MARKETING.....	54
7.1. ANALISIS DE MERCADO.....	54
7.2. Concepto de producto: .....	55
7.2.1. Precios: .....	56
8. PLAN DE OPERACIONES.....	65
8.1. Tamaño (capacidad instalada) .....	65
8.1.2 LOCALIZACIÓN: .....	68
8.2. PROCESO TECNICO.....	69
8.2.1. PROCESO PRODUCTIVO.....	73
9. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RRHH.....	78
9. 1. 2. Proceso de recursos humanos. ....	79
9.2. Estructura organizacional. ....	84
10. FORMA JURÍDICA Y PLANIFICACIÓN DE LA PUESTA EN MARCHA.....	86
12. PLANIFICACIÓN ECONÓMICA – FINANCIERA.....	88
13. POSIBLES RIESGOS Y PROBLEMAS. ....	95
14. IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO, CULTURAL Y AMBIENTAL DEL PROYECTO.....	97
15. CONCLUSIONES. ....	98
16. RECOMENDACIONES.....	100
BIBLIOGRAFIA.....	102
ANEXOS.....	109
ANEXO A. Encuesta para realizar el análisis de mercado .....	109

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Análisis Pestel.....	47
Tabla 2 Precios de leche cruda en finca (continuación) 2021 (abril).....	57
Tabla 3 Matriz Dofa.....	62
Tabla 4 Maquinaria y Equipo .....	71
Tabla 5 Proceso Productivo .....	74
Tabla 6 Inversión Inicial .....	87
Tabla 7 Tipo de financiación .....	87
Tabla 8 Variables de entrada .....	91
Tabla 9 Variables de entrada .....	91

## LISTA DE GRAFICOS

Gráfico 1 proyecciones de litros de leche producidos, (fuente; autor del proyecto). .....	66
--	----

## LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Asociación Asolhatogs, (fuente; autor del proyecto).....	60
Ilustración 2 Micro localización .....	68
Ilustración 3 Registros de Inventarios (fuente: autor del proyecto). .....	78
Ilustración 4 Flujo de caja .....	93
Ilustración 5 periodo de recuperación de la inversión .....	94



## **TITULO**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LECHE EN LA FINCA EL HATO, UBICADA EN SUESCA- CUNDINAMARCA.**

## **ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN**

**Área:** Emprendimiento

**Línea:** Sostenibilidad empresarial

Programa Administración de empresas

El tema de investigación se basa en el desarrollo productivo y de emprendimiento, en la creación de una empresa familiar, que busca la producción y comercialización de leche bovina, con los más altos índices de calidad.

## 1. JUSTIFICACIÓN.

Este plan de negocio tiene como objetivo analizar los diferentes aspectos fundamentales para la producción y comercialización de leche bovina en la finca ‘él Hato’ en el municipio de Suesca Cundinamarca; siendo este un municipio basado en el desarrollo económico agropecuario en cuanto a la producción lechera bovina y en el cual se evidencia la importancia de determinar la formulación de un plan de negocio que genere desarrollo y productividad en el sector agropecuario para el municipio.

“En Colombia el sector lácteo es muy importante desde el punto de vista económico porque representa una actividad comercial y por los puestos de trabajo que genera; además de la ocupación pacífica de los territorios donde se desarrolla esa importante labor”<sup>1</sup>.

La actividad ganadera se ha caracterizado por ser un renglón de gran importancia económica en Colombia por su contribución al crecimiento y desarrollo de la población, a la satisfacción continua de la demanda de alimento dado el crecimiento demográfico.

En cuanto a lo establecido por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, dentro de la implementación de políticas para la inversión en el sector agropecuario, hace énfasis en el sector lácteo desde el año 2011 hasta la fecha 2016, invirtió recursos para el desarrollo de la productividad y competitividad por medio de la asignación de dineros para la puesta en marcha de instrumentos como la Asistencia Técnica,

---

<sup>1</sup> AGRONET MINAGRICULTURA. ¿Por qué es importante estar en una asociación lechera? [sitio web]. [consultado: 12 de abril de 2021]. Disponible en: <https://www.agronet.gov.co/Noticias/Paginas/%C2%BFPor-qu%C3%A9-es-importante-estar-en-una-asociaci%C3%B3n-lechera.aspx>.

formación de Técnicos y profesionales del sector, incentivos económicos para el Desarrollo Rural en las actividades productivas del Sector lácteo, entre otros”<sup>2</sup>.

Considerando que, durante los años 2015 y 2016, la producción de leche cayó como consecuencia de las incidencias del clima en la ganadería colombiana, pero en 2017 logró recuperarse con un crecimiento de un 11%, superando los 7.000 millones de litros. En ese mismo año, fueron 7.051 millones de litros producidos en Colombia, siendo el país número 11 en producción de leche en el mundo de 192 países.<sup>3</sup> Por lo cual el ministerio de agricultura apuesta a la mejora y al emprendimiento de sector lácteo en los próximos años.

Según José Félix Lafaurie, presidente de Fedegan, “la producción en buena medida va a depender del clima y en 2018, la producción creció 2,3 %, en el que se produjeron 7.257 millones de litros, pero solamente se acopiaron 3.414 millones de litros, o sea el 47 %”<sup>4</sup>. “para el año 2020 aumento de 2,9% de la producción de leche frente al año anterior, con un total de 7.393 millones de litros así mismo, la ganadería bovina incrementó su PIB en 3%”<sup>5</sup>.

Atendiendo a que el sector agropecuario es uno de los sectores primarios de la economía colombiana, y necesita una reactivación, es importante ver en él, fuentes de producción y comercialización de leche que se conviertan en generadores de competitividad y rentabilidad. Teniendo en cuenta que gracias a la variedad de suelos y de climas que hay en nuestro país, la ganadería siempre ha sido una de

---

<sup>2</sup> Ministerio de Agricultura y desarrollo rural Ministerio de comercio, industria y turismo. Implementación política para mejorar la competitividad del sector lácteo Nacional [en línea]. Marzo de 2016. P13. [consultado: 22 de marzo de 2021]. Disponible en: <https://www.minagricultura.gov.co/ministerio/direcciones/Documents/Informe%20de%20Avance%202017%20CONPES%203675.pdf>

<sup>3</sup> FEDEGAN. Análisis de la Producción láctea en Colombia [sitio web] Bogotá; [consultado: 06 de abril de 2021]. Disponible en: <https://www.fedegan.org.co/noticias/para-el-sector-lechero-en-colombia-el-futuro-es-incierto>

<sup>4</sup> Ibíd. Fedegan.

<sup>5</sup> FEDEGAN. Análisis de la Producción láctea en Colombia [sitio web] Bogotá; [consultado: 06 de agosto de 2021]. Disponible en: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Balance\\_Y\\_Perspectivas\\_NV%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Balance_Y_Perspectivas_NV%20(1).pdf)

las labores más importantes y más desarrolladas en el sector rural. Ésta ha sido una actividad de gran tradición en diferentes regiones del territorio nacional.

Con base en el sector lácteo en Cundinamarca, este se caracteriza por ser un eslabón en la producción primaria y la industria procesadora de productos lácteos. Teniendo en cuenta que posee un elevado nivel de concentración en el acopio de leche fresca y que también se caracteriza por tener un poder de negociación de precios directo con cada uno de los proveedores del departamento.

Según Rodolfo Zea Navarro ministro de agricultura, plantea que, pese a la situación presentada por la pandemia en el sector lácteo pecuario, busca una planificación con una visión al año 2039; “Con el trabajo conjunto entre productores, industriales y toda la institucionalidad, vamos a dar soluciones a un sector tan importante que tiene una participación de 36,7 % en el PIB pecuario nacional y que genera alrededor de 736.000 empleos en Colombia”<sup>6</sup>.

Es muy importante también generar procesos administrativos, alrededor de las unidades empresariales de índole familiar con enfoque pecuario, pues esta necesita una mayor alineación y unas mayores estrategias de tipo administrativo, para potenciar y maximizar todos los recursos en pro de mejorar la productividad.

Esto nos permite ser más competitivos y que finalmente podamos ver en las labores pecuarias, en los saberes locales, saberes ancestrales, en las prácticas modernas de administración una forma de proyecto de vida, que a la vez genere crecimiento económico, social, cultural y ambiental dentro de la región.

Por ende, el sector lácteo se convierte en un proyecto de vida para las familias campesinas del municipio de Suesca y para el departamento, ya que este sector ofrece una reactivación económica para el campo colombiano a través de iniciativas

---

<sup>6</sup> AGRONET. Ministerio de agricultura: “todos ganan” ministerio de agricultura y sector lácteo pasan a la siguiente fase del plan de ordenamiento productivo 2020- 2039 [sitio web] Bogotá; [consultado: 22 de marzo de 2021]. Disponible en: <https://www.agronet.gov.co/Noticias/Paginas/Ministerio-de-Agricultura-y-sector-l%C3%A1cteo-pasan-a-la-siguiente-fase-del-Plan-de-Ordenamiento-Productivo-2020-2039.aspx#>

de mejoramiento genético, capacitaciones sobre las buenas prácticas agropecuarias, certificaciones de las fincas entre otras iniciativas formuladas por la Federación Colombiana de ganaderos (Fedegan).

En cuanto a las perspectivas futuras para el sector lácteo se tiene en cuenta la construcción de una política pública para fortalecer la cadena láctea colombiana.

“Con el objetivo de aumentar la productividad y competitividad del sector lácteo de cara a los compromisos internacionales del país, al igual que buscar equilibrar la oferta y demanda de la leche y apoyar a los productores, el Gobierno Nacional y los miembros del Consejo Nacional Lácteo firmaron un gran acuerdo con el que se va a construir política pública para fortalecer esta cadena”<sup>7</sup>

Por su parte el viceministro de Asuntos Agropecuarios del Ministerio de Agricultura, Juan Gonzalo Botero, indicó que este acuerdo, se da en el marco del actual Plan Nacional de Desarrollo, cuyos pilares buscan mejorar las condiciones de competitividad y productividad de la ganadería de leche y busca juntar esfuerzos para llevar a cabo estrategias y acciones que permitan vincular de manera integral los eslabones de la cadena<sup>8</sup>.

Por esta razón se fundamenta un plan de negocio con el fin de analizar la viabilidad futura pecuaria, que se encargará de producir, recolectar, y comercializar leche

---

<sup>7</sup>Firman pacto para aumentar productividad y competitividad del sector lácteo colombiano [sitio web] [consultado: 06 de abril. de 2021]. Disponible en: <https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/Firman-pacto-para-aumentar-productividad-y-competitividad-del-sector-l%C3%A1cteo-colombiano.aspx/>

<sup>8</sup> Firman pacto para aumentar productividad y competitividad del sector lácteo colombiano [sitio web] [consultado: 06 de abril. de 2021]. Disponible en: <https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/Firman-pacto-para-aumentar-productividad-y-competitividad-del-sector-l%C3%A1cteo-colombiano.aspx/>

bovina en la finca “El Hato del Municipio de Suesca”, departamento de Cundinamarca.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 OBJETIVO GENERAL.**

- Diseñar un plan de negocio para la producción y comercialización de leche bovina en la finca El hato ubicado en el municipio de Suesca- Cundinamarca para el año 2021.

### **2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

- Elaborar un estudio de mercado sobre la producción y comercialización de leche bovina.
- Establecer el plan técnico y operativo que se deben tener en cuenta para la producción y comercialización de leche bovina, en la finca el Hato.
- Definir el estudio legal y organizacional para la constitución de la empresa.
- Determinar un análisis económico y financiero que permita proyectar el negocio a 4 y 6 años para establecer la rentabilidad del negocio.

### 3 MARCO DE REFERENCIA

#### 3.1 MARCO TEÓRICO.

Para la elaboración de un plan de negocios de producción y comercialización de leche bovina se requiere tener en cuenta estudios realizados sobre el plan de negocios ya que mediante este permite realizar una descripción detallada de la idea de negocio que se quiere emprender, mediante una hoja de ruta que aborda obstáculos y oportunidades:

##### 3.1.1. ¿Qué es un plan de negocio?

“El plan de negocio es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina la viabilidad técnica, económica y financiera de la misma, y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarios para convertir la citada oportunidad de negocio en un proyecto empresarial concreto”<sup>9</sup>

Lo anteriormente mencionado por el autor establece las oportunidades que se pueden generar llevando a cabo un proyecto empresarial concreto como es el caso de una unidad productora y comercializadora de leche bovina en la finca el ható. Con la concretización de las ideas, estrategias necesarias y con un respectivo análisis de viabilidad y factibilidad técnica y económica de un plan de negocio, que permita el desarrollo empresarial del mismo.

“En este sentido, el plan de negocios minimiza los riesgos y define las pautas para explotar racionalmente una oportunidad de negocio”<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup> COSIO HURTADO, Joaquin Marcelo. Los proyectos y los planes de negocios PERSPECTIVAS, núm. 27, enero-junio, 2011, pp. 23-45 Universidad Católica Boliviana San Pablo Cochabamba, Bolivia. [consultado: 05 de abril de 2021]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941231003.pdf>.



Por ende, el plan de negocios permite fomentar el emprendimiento y la competitividad empresarial en la región.

Un plan de negocios es un documento en el que se bosqueja la idea básica que fundamenta una empresa y se describen consideraciones relacionadas con su puesta en marcha.

Para el emprendedor que inicia una nueva empresa, un plan de negocios tiene tres objetivos básicos:

1. Identificar la naturaleza y el contexto de la oportunidad de negocios, es decir, ¿por qué existe una oportunidad así?
2. Presentar el método que el emprendedor piensa adoptar para aprovechar dicha oportunidad.
3. Reconocer los factores que determinarán si esta nueva iniciativa de negocios tendrá éxito”<sup>11</sup>.

La base fundamental de un plan de negocio es tener en claro, la idea de negocio, el proceso que se debe llevar a cabo y sus pasos para la elaboración de mismo. De acuerdo a las definiciones dadas por los diferentes autores anteriormente expuesta, es importante plantear objetivos y metas que se deseen llevar a cabo con la idea de negocio y que además ayuden a visualizar la idea de negocio a un tiempo determinado.

---

<sup>10</sup> *Ibíd.*, p.17.

<sup>11</sup> JUSTIN G. Longenecker, Carlos W. Moore J. William Petty, Leslie E. Palich Administración de pequeñas empresas. Lanzamiento y crecimiento de iniciativas emprendedoras, 14a. ed. [en línea] disponible en: [https://www.academia.edu/35744289/Longenecker\\_Moore\\_Petty\\_Palich\\_ADMINISTRACION\\_DE\\_PEQUEÑAS\\_EMPRESAS](https://www.academia.edu/35744289/Longenecker_Moore_Petty_Palich_ADMINISTRACION_DE_PEQUEÑAS_EMPRESAS)

### 3.1.2. Tipos de planes de negocio

“Los planes de negocios sirven, para presentar oportunidades de negocio, brindar información a potenciales inversionistas y además como una guía para la puesta en marcha y el desarrollo de las actividades de una empresa. Sin embargo, hay muchos tipos de planes de negocios que responden a las necesidades particulares de cada empresario o cada tipo de empresa”<sup>12</sup>.

**Plan de negocio para empresa en marcha:** el plan de negocio para una empresa en marcha debe evaluar la nueva unidad de negocio de manera independiente y además deberá distribuir los costos fijos de toda la empresa, entre todas las unidades de negocios, incluida la nueva. Además de esto deberá mostrar las fortalezas y debilidades de la empresa demostrando la capacidad gerencial del grupo empresarial, cosa que una nueva no está en capacidad de hacer.

**Plan de negocios para nuevas empresas:** Para las nuevas empresas, el desarrollo del plan de negocios se convierte en una herramienta de diseño, y parte de una idea inicial a la cual se le va dando forma y estructura para su puesta en marcha. En ella se debe detallar tanto la descripción de la idea en sí misma, como los objetivos a ser alcanzados, las estrategias a ser aplicadas y los planes de acción respectivos para lograr las metas propuestas.

**Plan de negocios para inversionistas:** Es importante que esté perfectamente redactado para poder tener el interés de los inversionistas, por lo que se incorpora toda la información necesaria sobre la idea o la empresa en marcha, mostrando de

---

<sup>12</sup> Tipos de plan de negocio [en línea] Bogotá. [consultado: 21 de septiembre de 2021]. Disponible en: <https://www.nathaninc.com/wp-content/uploads/2017/10/LIBRO-PLAN-DE-NEGOCIOS-2.pdf> pag.34

igual manera el equipo administrativo, resumen ejecutivo, la oportunidad de mercado, el plan operativo o modelo del negocio; mientras más concreto sea, mejor.

**Plan de negocios para administradores:** Debe de contener el nivel de detalle necesario para guiar las operaciones de la empresa, mostrando los objetivos, estrategias, políticas, procesos, programas y presupuestos de todas las áreas funcionales de la empresa<sup>13</sup>.

### 3.1.3. Producción de leche bovina.

La Producción de leche en Cundinamarca y en Colombia es la actividad económica con mayor presencia en el campo colombiano, teniendo en cuenta también que la leche es un producto natural y es la base fundamental en la alimentación de los hogares colombianos; este producto es pasteurizado, lo cual genera una mayor calidad en el producto y un mayor consumo. En relación con el acopio formal este indicador mostró un incremento de 5,6% al pasar de 3.170 millones de litros en 2019 a 3.347 millones de litros en 2020<sup>14</sup>.

La leche es un líquido de color blanco, producto de la secreción mamaria de animales de ordeño (vacas), destinada al consumo humano en forma líquida o al procesamiento para la elaboración de productos derivados.<sup>15</sup>

La leche es un producto que se puede obtener mediante el ordeño tradicional, que se da de manera manual y de manera tecnificada mediante equipos de ordeño, por ende, los ganaderos de Cundinamarca son privilegiados por poseer tierras planas en clima frío y templado, condiciones que favorecen la producción lechera. Así

---

<sup>13</sup> Tipos de plan de negocio [en línea] Bogotá. [consultado: 21 de septiembre de 2021]. Disponible en: <https://www.utel.edu.mx/blog/rol-personal/plan-de-negocios/>

<sup>14</sup> Ibíd., p. 5

<sup>15</sup> DANE. Particularidades en la producción de leche de vaca en Colombia [en línea] Bogotá. Febrero 2017. [consultado: 22 de marzo de 2021]. Disponible en: [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/sipsa/Bol\\_Insumos\\_feb\\_2017.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/sipsa/Bol_Insumos_feb_2017.pdf)

mismo, su cercanía con la capital de la República permite que la comercialización láctea en muchos de los casos sea directa. Esta condición también permite llegar a los pequeños y medianos ganaderos de forma más rápida para organizar jornadas de capacitación donde se hace énfasis principalmente en la productividad, la empresa rentable, buenas prácticas de ordeño y buenas prácticas ganaderas.<sup>16</sup>

#### **3.1.4. Comercialización.**

Es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y maneras de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución (Ugarte et al., 2003). Por tanto, comercializar se traduce en el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner en el lugar indicado y el momento preciso una mercancía o servicio logrando que los clientes, que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman.<sup>17</sup>

Según Kotler (1995), el proceso de comercialización incluye cuatro aspectos fundamentales: ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿a quién? y ¿cómo? En el primero, el autor se refiere al momento preciso de llevarlo a efecto; en el segundo aspecto, a la estrategia geográfica; el tercero, a la definición del público objetivo y finalmente, se hace una referencia a la estrategia a seguir para la introducción del producto en el mercado.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Mónica de Greif, Guía de Mejores Prácticas para la Producción Lechera en el Clúster Lácteo de Bogotá – Región. Última edición octubre de 2019 [en línea] disponible en: <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/24325>

<sup>17</sup> La comercialización. Definiciones conceptuales Colombia [sitio web] Bogotá; [consultado: 22 de marzo de 2021]. Disponible en: <https://www.eumed.net/librosgratis/2009a/504/Comercializacion%20y%20la%20Gestion%20Comercial%20a%20traves%20de%20Tiendas.htm>

<sup>18</sup> Kotler (1995) La comercialización. Definiciones conceptuales Colombia [sitio web] Bogotá; [consultado: 22 de marzo de 2021]. Disponible en: <https://www.eumed.net/librosgratis/2009a/504/Comercializacion%20y%20la%20Gestion%20Comercial%20a%20traves%20de%20Tiendas.htm>

### **3.1.5. Comercialización leche bovina.**

Esta se realiza directamente con el proveedor, en Cundinamarca se encuentran formalizadas varias asociaciones lecheras encargadas a la recolección de la leche directamente en los previos ganaderos del departamento para luego ser almacenada en un tanque de enfriamiento y finalmente transportada a las principales empresas transformadoras del este producto como lo son: Alpina, Alquería, Colanta entre otras.

Las empresas transformadoras como Alquería, Alpina, Colanta, realizan un convenio de pago y comercialización de la leche directamente con las Asociaciones que se encuentran en el municipio, dando incentivos de pago por la calidad del producto y por las buenas practicas ganaderas; alguna de ellas se encuentra Ubicada en el municipio de Sopo –Cundinamarca como es el caso de Alquería, Municipio cercano al municipio de Suesca, lo cual facilita el transporte y venta de la leche cruda a esta empresa transformadora, así mismo Colanta otra empresa a la cual las Asociaciones vende su producto, hace que entre las Asociaciones y productores de la zona del municipio de Suesca y sus veredas , como en este caso la vereda Hato Grande, sean competitivos y mejoren la calidad del su producto y la venta de mismo. Debido a que estas empresas ofrecen diferentes incentivos y dan la oportunidad de compra y transformación del producto.

De este modo se lleva a cabo la comercialización de leche Bovina en el municipio de Suesca y en la zona rural del mismo.

## **3.2. MARCO CONCEPTUAL.**

Para la elaboración de un plan de negocio productor y comercializador de leche bovina se requiere la implementación y el desarrollo de diferentes parámetros técnicos como son: lechería especializada y tecnificada a través del mejoramiento genético, buenas prácticas ganaderas, mejoramiento de pasturas entre otras.

Por ende, es fundamental realizar una revisión teórica sobre la definición de diferentes autores sobre un estudio técnico y operativo para un plan de negocio lo cuales se presentan a continuación:

### **3.2.1 Estudio técnico**

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita<sup>19</sup>.

El estudio técnico consiste simplemente en hacer un análisis del proceso de producción de un producto o servicio para la realización de un proyecto de inversión.

“Consiste en resolver las preguntas referentes a dónde, cuándo, cuanto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto

---

<sup>19</sup> EL ESTUDIO TÉCNICO [en línea] Bogotá. [consultado: 22 de marzo de 2021]. Disponible en: [https://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo\\_del\\_Estudio\\_Tecnico.pdf](https://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf)

comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto”<sup>20</sup>.

### 3.2.2. Plan de Marketing

Para la elaboración de un plan de negocio encargado de producir y comercializar leche bovina, se planten algunos conceptos que se tienen de un plan de marketing de diferentes autores, los cuales nos facilitan el desarrollo y la ejecución del mismo en la idea de negocio y que se plantean a continuación:

Según Sanz “El plan de marketing es un documento escrito en el que, de una forma sistemática y estructurada y previos los correspondientes análisis y estudios, se definen los objetivos a conseguir en un periodo de tiempo determinado, así como se desarrollan los programas y los medios de acción que son precisos para alcanzar los objetivos enunciados en el plazo previsto”<sup>21</sup>.

Para Philip Kotler, un plan de marketing es “un documento escrito en el que se recogen los objetivos, las estrategias y los planes de acción relativos a los elementos de Marketing-Mix, que facilitarán y posibilitarán el cumplimiento de la estrategia dictada en el ambiente corporativo, año tras año, paso a paso”<sup>22</sup>.

---

<sup>20</sup> BACA. estudio técnico [en línea] Bogotá. [consultado: 22 de marzo de 2021]. Disponible en: <https://e-tecnico.webnode.es/servicios/>

<sup>21</sup> SANZ DE LA TAJADA, Luis Ángel. Plan de marketing [en línea] Bogotá. [consultado: 05 de abril de 2021]. Disponible en: <https://www.noray.com/blog/el-plan-de-marketing-i/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20la%20definici%C3%B3n%20de%20Philip,ambiente%20corporativo%2C%20a%C3%B1o%20tras%20a%C3%B1o%2C>

<sup>22</sup> Philip Kotler Plan de marketing [en línea] Bogotá. [Consultado: 05 de Abril de 2021]. Disponible en: <https://www.noray.com/blog/el-plan-de-marketing-i/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20la%20definici%C3%B3n%20de%20Philip,ambiente%20corporativo%2C%20a%C3%B1o%20tras%20a%C3%B1o%2C>.

“El marketing es el proceso de: 1) Identificar las necesidades del consumidor, 2) conceptualizar tales necesidades en función de la capacidad de la empresa para producir, 3) comunicar dicha conceptualización a quienes tienen la capacidad de toma de decisiones en la empresa. 4) Conceptualizar la producción obtenida en función de las necesidades previamente identificadas del consumidor y 5) comunicar dicha conceptualización al consumidor”<sup>23</sup>.

Con los conceptos anteriormente mencionados se determina la importancia de la elaboración de un estudio detallado de marketing mix del producto en este caso de la leche bovina, para su recolección, distribución y comercialización de la misma en el municipio de Suesca Cundinamarca. Analizando así cada proceso que se debe realizar para el plan de marketing en la idea de negocio.

Se plantea también en el desarrollo del plan de negocios, apartados y conceptos fundamentales para la elaboración del mismo los cuales son:

**3.2.3. Plan financiero:** en este se determina la viabilidad, las perspectivas y proyecciones económicas que se requieren para llevar a cabo la idea de negocio, conceptuando una revisión teórica de algunos autores que define el plan financiero como:

“La planeación financiera es una técnica que reúne un conjunto de métodos, instrumentos y objetivos con el fin de establecer los pronósticos y las metas económicas y financieras de una empresa, considerando los medios que se tienen y los que se requieren para lograrlo”<sup>24</sup>.

---

<sup>23</sup> A. Howard John, Plan de marketing [en línea] Bogotá. [consultado: 05 de abril de 2021]. Disponible en: <https://academiadeconsultores.com/marketing-estrategico-y-funciones/>

<sup>24</sup> Ortega. Plan financiero [en línea] Bogotá. [consultado: 05 de abril de 2021]. Disponible en: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/487-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2092-2-10-20190515.pdf>.



Los autores (Stephen et al., 1996) definen la planificación financiera como la declaración de lo que se pretende hacer en un futuro, y debe tener en cuenta el crecimiento esperado; las interacciones entre financiación e inversión; opciones sobre inversión y financiación y líneas de negocios; la prevención de sorpresas definiendo lo que puede suceder ante diferentes acontecimientos y la factibilidad ante objetivos y metas<sup>25</sup>.

---

<sup>25</sup> Planeación Financiera. [en línea] Bogotá. [consultado: 05 de abril de 2021]. Disponible en:[https://es.slideshare.net/abrahamvargas5/planeacion-financiera-82087240#:~:text=Los%20autores%20\(SStephen%20et%20al,negocios%3B%20la%20prevenci%C3%B3n%20de%20sorpresas](https://es.slideshare.net/abrahamvargas5/planeacion-financiera-82087240#:~:text=Los%20autores%20(SStephen%20et%20al,negocios%3B%20la%20prevenci%C3%B3n%20de%20sorpresas)

### 3.3. MARCO LEGAL.

A continuación, se presentan algunas de las principales normas y resoluciones que se encuentran vigentes para el análisis de un Plan de negocios en la producción y comercialización de leche bovina.

Teniendo en cuenta que el reglamento técnico señala los requisitos que debe cumplir la leche para el consumo humano ya sea que se obtenga, procese, envase, transporte, comercialice, expendi, Importe o exporte en el país mediante el decreto 616 de 2016, el cual el gobierno nacional modificó parcialmente mediante los siguientes decretos.

- Los Decretos 2838 de 2006, 2964 y 3411 de 2008, con el propósito de cumplir los requisitos allí establecidos, definiendo planes de reconversión como estrategia para sustituir la comercialización de leche cruda y leche cruda enfriada para consumo humano en el territorio nacional, señalando plazos procedimientos para evaluar, aprobar e implementar los citados planes y estableció zonas especiales, en sitios que por sus condiciones de accesibilidad geográfica y disponibilidad no pueden comercializar leche higienizada<sup>26</sup>.
- El CONPES 3375 de 2005, que definió la política nacional de sanidad agropecuaria e inocuidad de alimentos para el sistema de medidas sanitarias y fitosanitarias.

---

<sup>26</sup>COLOMBIA. MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Decreto 2500 (29, diciembre, 2018). Por el cual se crean los requisitos para la comercialización de leche cruda para consumo humano directo en el territorio nacional. [en línea] Santa Fe de Bogotá, D.C.; [consultado: 05 de abril del 2021]. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/decreto-2500-de-2018.pdf>

- El CONPES 3376 de 2005, que definió la política sanitaria y de inocuidad para las cadenas de la carne bovina y de la leche.

Como consecuencia directa de los documentos CONPES, el Gobierno Nacional expidió dos decretos, a saber:

•Decreto 616 de 2006: Por el cual se expide el Reglamento Técnico sobre los requisitos que debe cumplir la leche para el consumo humano que se obtenga, procese, envase, transporte, comercializa, expendi, importe o exporte en el país.

“El Decreto 1880 del 2011, en el capítulo III, artículo 6, establece que la leche cruda para el consumo humano directo debe cumplir con las características físico químicas establecidas en el artículo 16 del Decreto 616 de 2006 (tabla 2), y adicionalmente que “la leche líquida proveniente de animales bovinos debe tener como mínimo 2,9% de proteína”. Si se comparan los requisitos de las tablas 1 y 2, se esperaría que la leche cruda comercializada cumpla con lo exigido por la reglamentación, pues los parámetros exigidos están por debajo del promedio de estos componentes en la leche. Cabe aclarar que lo exigido en la legislación, es para leche bovina”<sup>27</sup>.

Decreto número 1.880, expedido por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, en conjunto con el Ministerio de la protección social, “por el cual se señalan los requisitos para la comercialización de leche cruda para consumo humano directo en el territorio nacional.”

“Resolución 1385 de 2013, Por medio de la cual se establece el plazo para que los predios que proveen a comercializadores de leche cruda para consumo humano directo se certifiquen como predios libres de brucelosis y tuberculosis bovina. Establecer el plazo para que los predios ganaderos que proveen a

---

<sup>27</sup> Perfil Sanitario Nacional de Leche Cruda para Consumo Humano Directo. GMP [en línea] Bogotá. [consultado: 21 de septiembre de 2021]. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/SNA/Perfil-sanitario-nacional-leche-cruda.pdf>; pág., 16.

comercializadores de leche cruda para consumo humano directo se certifiquen ante el ICA como predios libres de brucelosis y tuberculosis bovina<sup>28</sup>.

“La brucelosis y la tuberculosis bovinas son enfermedades zoonóticas que afectan al ser humano, además de ser consideradas como enfermedades de control oficial en el territorio nacional y de declaración obligatoria por el ICA, que se transmiten a través del consumo de productos lácteos crudos. Es deber del Gobierno Nacional proteger la sanidad pecuaria con el fin de evitar pérdidas económicas, perjuicios a la salud humana y restricciones en la comercialización de animales o sus productos y adicional determina que el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) es el responsable de establecer, reglamentar, coordinar, supervisar y evaluar las acciones de prevención, control y erradicación de la brucelosis y la tuberculosis bovina en el territorio nacional.

Las principales regulaciones, respecto de la leche, se tienen sobre dinámicas de precio, medidas sanitarias, alertas mundiales, Colombia no cuenta con regulación expresa respecto de las condiciones técnicas del producto<sup>29</sup>.

**Norma técnica colombiana NTC 399. Productos lácteos:** “Leche cruda. Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC). Cuarta actualización Establece los requisitos voluntarios que debe cumplir la leche cruda como materia prima para su industrialización<sup>30</sup>.

---

<sup>28</sup> Proyecto de caracterización de la leche cruda identificando la presencia del Glicomacropéptido de Caseína c-GMP [en línea] Bogotá. [consultado: 21 de septiembre de 2021]. Disponible en <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-capacita/publicaciones/sectoriales/publicaciones-lacteos/proyecto-de-caracterizacion-de-la-leche-cruda-iden/1-estado-arte>; PAG.48 pdf.

<sup>29</sup> ÍBID;p.28

<sup>30</sup> Norma técnica colombiana NTC 399. Productos lácteos. [en línea] Bogotá. [consultado: 21 de septiembre de 2021]. Disponible en <https://pdfcoffee.com/ntc-399-4-pdf-free.html>

## 4. METODOLOGIA.

En este proceso se pretende visualizar y analizar las técnicas y procesos de recolección de información que se deben tener en cuenta en el desarrollo de la idea de negocio y el aporte que las mismas darán al proyecto.

### 4.1. Tipo de investigación

La investigación de tipo descriptiva puede definirse como “aquel tipo de investigación que busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometida a análisis. Mide o evaluar diversos aspectos, dimensiones o componentes del objetivo de estudio. Desde el punto de vista científico describir es medir. En este, se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellos independientemente para así describir lo que se investiga”<sup>31</sup>.

Según Risquez y Col (2002), expone en cuanto a este mismo tipo de investigación descriptiva “tiene una mayor profundidad, dado que va más allá de la exploración, buscando medir las variables que intervienen en el estudio, de acuerdo con sus características, actitudes, y del comportamiento de las unidades investigadas. Respondiendo a cuenta, a qué medida, cómo y dónde se produce el problema de estudio”<sup>32</sup>.

---

<sup>31</sup>MARCO METODOLOGICO. Investigación descriptiva. [en línea] Bogotá. [consultado: 05 de abril. de 21]. Disponible en: <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0095948/cap03.pdf>

<sup>32</sup> Tipos de investigación. . Investigación descriptiva. [en línea] Bogotá. [consultado: 05 de abril. de 21]. Disponible en: <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0095948/cap03.pdf>

Teniendo en cuenta el tipo de investigación se plantea el análisis del sector pecuario en el departamento de Cundinamarca, verificando el desarrollo económico social y cultural que se implementa en las distintas producciones ganaderas.

#### **4.2. Técnicas de Información**

Para el análisis de la investigación descriptiva se plantean las siguientes técnicas de recolección de información:

##### **Fuentes de información:**

“La fuente de información, es la persona, organización u objeto de los que se obtienen datos para ser analizados; El dato es el valor de una variable o de una constante, proporciona información sobre una situación y sirve de base para el análisis estadístico; los datos pueden ser primarios o secundarios de acuerdo a la información de la que procedan (Santes mases, 2009:75)”<sup>33</sup>. Las fuentes de información son un instrumento para el conocimiento, la búsqueda y el acceso de la información.

Esta información no existe en el momento en que se plantea la necesidad de utilizarla, por lo que se recurre a diversas técnicas para obtenerla tales como: la observación o con métodos experimentales o bien mediante encuestas, que posteriormente serán tratadas con las herramientas estadísticas adecuadas. Ases, 2009:75).

---

<sup>33</sup>Fuentes de información. [en línea] Bogotá. [consultado: 21 de sep. de 21]. Disponible en: [https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/fuentes\\_informacion.html](https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/fuentes_informacion.html)

- Primarias: se realizaron encuestas a los pequeños productores de la región, donde se obtuvo información más detallada de personas conocedoras del tema, la cual ayudara a complementar la idea de negocio.  
Secundarias: se realizó consultas en libros, páginas en web, tesis, trabajos de grado y documentales relacionados con el tema de investigación.

Las técnicas son documentales y de campo, por tanto, se utilizará la técnica multimodal.

### **4.3. Población y muestra**

Directamente se recolecta la información en un estudio de campo a los productores y comercializadores de leche, a las asociaciones y a los empresarios de la región para efectos de estudio técnico y operativo que requiere el proyecto en el municipio de Suesca. Para efectos de estudio de mercado se realizarán al segmento de clientes potenciales para el proyecto. Se realizará un presupuesto de inversión y la proyección de flujo de caja.

Población: se realizó una encuesta a productores de leche de Suesca Cundinamarca, en la vereda Hato Grande a un No. de 150, de los cuales 100 pertenecen a la Asociación Asolhatogs y 50 que no pertenecen a la Asociación.

Para este estudio se tendrán en cuenta aquellos productores que estén Asociados específicamente, debido a que la Asociación es la encargada de la comercialización directa de la leche a la planta transformadora Alquería.

Alquería nos ofrece incentivos de precios por calidad y buenas prácticas ganaderas; las cuales les garantizan a los productores el mercadeo de su producto, obteniendo una mayor utilidad.

**Tamaño de la muestra** se aplicará una encuesta a 32 productores y ganaderos de la vereda Hato Grande Suesca, con el fin de determinar el mercadeo de la producción y comercialización de leche bovina en la zona.

**Técnicas o métodos de recolección de datos:** Se realizará por medio de una encuesta para la determinación del mercado lácteo en la zona rural del municipio de Suesca, análisis de evaluación financiera del proyecto y fuentes secundarias documentadas.

#### **4.4. Instrumentos de recolección de información:**

Se formuló como instrumento de información una encuesta diseñada para identificar y determinar el mercadeo de la producción y comercialización de leche bovina en el municipio de Suesca, vereda Hato Grande.

**Muestra:** se recolectó la información en un tipo de muestreo aleatorio simple, el cual consiste en tomar una pequeña muestra de la población total y así aplicar la encuesta ya formulada.



## 5. IDEA Y MODELO DE NEGOCIO.

La idea de negocio se basa en la implementación de una unidad económica familiar productora y comercializadora de leche principalmente, para el sostenimiento y emprendimiento de una familia campesina.

En esta forma, se pretende proponer un programa donde intervengan los miembros de una familia, que mejore las circunstancias laborales y la unidad familiar, facilitando el aprovechamiento de los recursos que facilita el estado para el sector campesino.

De esta manera y con los recursos técnicos, financieros y humanos se podrán obtener estándares de calidad requeridos, para proyectos sustentables pecuarios para la región y el departamento.

### 5.1. Descripción de producto.

El producto se basa principalmente en la producción y comercialización de leche bovina, en la finca ‘él ható’, ubicada en la vereda de Hato Grande Municipio de Suesca Cundinamarca.

“Según la definición adoptada por el I Congreso Internacional para la Represión de los Fraudes en los Alimentos (Ginebra, 1908), la leche se define como "el producto íntegro del ordeño completo e ininterrumpido de una hembra lechera sana, bien alimentada y no fatigada, que debe ser recogida higiénicamente y que no debe contener calostro" (Veisseyre, 1988)”<sup>34</sup>.

---

<sup>34</sup> Definición leche bovina [sitio web] Bogotá; [consultado el día 07 de sep. de 21]. Disponible en: [http://www.uco.es/zootecniaygestion/img/pictorex/02\\_17\\_37\\_10a\\_leche.pdf](http://www.uco.es/zootecniaygestion/img/pictorex/02_17_37_10a_leche.pdf)

Leche producida con los más estándares de calidad y productividad, lo que hace que el producto sea reconocido en el mercado en el momento de comercializarlo y adquirirlo.

## **5.2. Planteamiento de Oportunidades.**

El campo colombiano es reconocido a nivel nacional, como la fuente principal primaria para desarrollo del país, si bien “si el campo no produce la ciudad no tiene que consumir”, por lo cual se visualiza la oportunidad del aprovechamiento de terrenos improductivos, capaces de ser aprovechados y utilizados para volverlos productivos y rentables. Surge la idea de negocio de producir y comercializar leche bovina, obteniendo una unidad productiva económica de 15 vacas lecheras en producción, convirtiendo estos terrenos sostenibles y productivos para la misma y por ende mejorando las condiciones de vida de los productores de la zona rural del municipio de Suesca.

## **5.3. Propuesta de valor.**

Producir y comercializar leche bovina con los más altos índices de calidad y productividad, llevando a cabo propuestas de mejoramiento genético, productivo, técnico y administrativo, para la finca el Hato y para los pequeños productores ganaderos de la zona rural del municipio de Suesca.

Generando también un sistema de competitividad entre las diferentes fincas dedicadas a este sistema de producción ganadero, para obtener una mejor calidad, productividad y gestión administrativa del producto.

## 6. ANALISIS DE ENTORNO ECONOMICO, SOCIAL, CULTURAL.

### 6.1. Entorno socio-económico: PESTEL

Para la elaboración de un plan de negocio para la producción y comercialización de leche bovina, se llevará a cabo la elaboración de la matriz PESTEL para el respectivo análisis de entorno de la idea de negocio la cual se presenta a continuación:

*Tabla 1 Análisis Pestel*

El Análisis PESTEL es una herramienta de gran utilidad para comprender el crecimiento o declive de un mercado y, en consecuencia, la posición, potencial y dirección de un negocio. Es una herramienta de medición de negocios. Se denomina

Análisis Pestel para el plan de negocio producción y comercialización de leche bovina en la finca el Hato.	
FACTOR	ANÁLISIS
Político	En cuanto al entorno político en Colombia resalta un pequeño, pero constante empeño por parte del gobierno para fortalecer y favorecer el sector lechero, el sector ha ganado fuerza de forma gradual; se ha visto inmersa la participación del gobierno siendo consciente de la problemática del sector lácteo, especialmente en la producción y la comercialización de la leche, asignó \$175 mil millones adicionales para subsidiar asistencia técnica, creó un Fondo Tripartita, implementó laboratorios de referencia y generó recursos para incentivar la capitalización rural. Por otra parte, el gobierno está determinando tomar

	las mejores acciones políticas que puedan favorecer al sector en el corto, mediano y largo plazo, por tal razón, “se dispuso una partida de \$80 millones para subsidiar el 50% del costo de la asistencia técnica que requieren los productores de leche en buenas prácticas ganaderas, mejoramiento de praderas, sistemas silvopastoriles, alternativas nutricionales, transferencia de embriones, asociatividad y bancarización <sup>35</sup> .”
--	---

PESTEL, porque el término proviene de las siglas inglesas, porque refleja los componentes políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales<sup>36</sup>.

---

<sup>35</sup>Fortalecimiento para el sector lechero. [en línea] Bogotá. [consultado: 15 de mayo de 2021]. Disponible en : <https://www.agronet.gov.co/Noticias/Paginas/Noticia1449.aspx>

<sup>36</sup> Serna y Díaz, 2015 Análisis pestel [sitio web] Bogotá; [consultado el día 07 de abril. de 21]. Disponible en: [https://www.fumc.edu.co/documentos/elibros/Diagnostico\\_estrategico.pdf](https://www.fumc.edu.co/documentos/elibros/Diagnostico_estrategico.pdf)

Económico	<p>La economía es la base fundamental para el desarrollo social de la población y el mejoramiento de la calidad de vida de la familia campesina, es por este motivo que Cundinamarca es un departamento competitivo basado en la actividad económica en agrícola, pecuaria y minera, que puede generar los resultados esperados.</p> <p>En el sector pecuario del municipio de Suesca, la actividad económica está basada en la producción y distribución de leche de ganado bovino, es comercializada directamente a las procesadoras de leche, ya que se cuentan con centros de acopio para enfriamiento.</p> <p>Se busca implementar en este sector las principales razas lecheras que son: Holstein Friesian, Ayrshire, Brown Swiss, Guernsey y Jersey, las cuales serán la base principal del proyecto y la implementación del mismo; conocidas por sus múltiples características las cuales son: adaptabilidad, rusticidad, eficiente conversión alimenticia, además son las más reconocidas y sobresalientes razas en producción de leche de calidad y cantidad.</p>
Socio-Cultural	<p>Socialmente el factor lechero es una fuente de ingreso sumamente importante para el país, pues brinda una gran contribución al sector económico, además que es un generador de empleo directo y de medio de subsistencia para millones de familias que residen en los campos colombianos y se dedican con todo el amor a estas actividades que muchas veces suelen ser sacrificantes y retribuidas de manera incorrecta. También genera empleo de manera indirecta, con los empleos vinculados a las demás actividades que involucra la cadena de valor, convirtiéndose en una posibilidad factible para la ocupación permanente y lícita del campo colombiano. De igual manera el sector lechero ha contribuido como herramienta útil para reducir la pobreza, mitigar la violencia y ayudar a los campesinos a usar sus tierras de</p>

	<p>manera lícita y con altas productividades, generando fuente de ingresos y medios de subsistencia para mejorar sus índices de calidad de vida.</p>
Tecnológico	<p>El sector lechero colombiano se encuentra en un estado precario por el atraso tecnológico que evidencia. “Conocedores del tema aseguran que más del 60% de la leche que se produce, se comercializa cruda debido a que Colombia no es un país tecnificado y en parte se deriva a los problemas de infraestructura vial, pues esto incide directamente en la calidad de la leche y sus costos de producción”<sup>37</sup>. Se concluye que hay que dar prontas soluciones a estos inconvenientes de manera grupal (gobierno, productores, ganaderos) para mejorar e incrementar los resultados productivos del sector y lograr ser altamente competitivos en los mercados internacionales.</p> <p>El clima en cuanto a lo tecnológico no es el más favorable para el sector, sin embargo, los TLC brindan un respaldo que garantiza la mejora continua tecnológica de la productividad lechera. Esto a su vez permite que el marco tecnológico, aunque necesite de altos recursos económicos, ejercerá una mejora continua, efectiva y eficaz.</p>

<sup>37</sup> Falta de tecnología para el sector lácteo. [en línea] Bogotá. [consultado: 15 de mayo de 2021]. Disponible en: <https://www.contextoganadero.com/ganaderia-sostenible/falta-de-tecnologia-afecta-al-sector-lechero-colombiano>.

Ecológico	<p>El sector lechero desde el punto ecológico siempre ha sido muy sensible a cualquier cambio particular en el clima, pues por pequeño que sea el cambio golpea de manera directa y afecta en muy poco tiempo la productividad del sector; por ende, “se busca un acercamiento eficaz y estable entre el IDEAM y el ministerio de agricultura”<sup>38</sup>. Por otro lado, se ha buscado que la producción se lleve de manera idónea y bajo la sustentabilidad para brindar beneficios al medio ambiente y al crecimiento progresivo de la sociedad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplir con las demandas de la sociedad: los consumidores están discriminando crecientemente acerca de los alimentos que consumen y las condiciones bajo las cuales se producen. Su principal preocupación es la inocuidad, la protección del ambiente y las condiciones de conservación.</li> <li>- Manejo de un negocio agropecuario viable: los productores deben permanecer en el negocio para producir alimentos y cuidar del entorno rural. Es condición ineludible balancear un sano negocio agropecuario y cumplimentar con los límites impuestos por prácticas social y ambientalmente responsables.</li> <li>- Cuidado del medio ambiente: las prácticas agrícolas deben mejorar los aspectos positivos y minimizar los negativos, de tal forma de preservar la biodiversidad y el paisaje.</li> <li>- Conservar los recursos naturales: es fundamental para las generaciones futuras asegurar la fertilidad del suelo, proteger los</li> </ul>
-----------	--

<sup>38</sup> Implementación política de competitividad para el sector lechero. [en línea] Bogotá. [consultado: 15 de mayo de 2021]. Disponible en: <https://www.minagricultura.gov.co/ministerio/direcciones/Documents/d.angie/Implementaci%C3%B3n%20Politica.pdf>

	<p>recursos hídricos y la calidad del aire, mediante prácticas que disminuyan los impactos ambientales negativos.</p>
Legal	<p>La legislación en el sector lechero es amplia y suficiente. En el Documento CONPES 3675 del año 2010 se describe puntualmente la política que el Gobierno ha venido manejando para favorecer la competitividad del sector, reducir los costos en todas las tareas productivas y a su vez poder optimizar la productividad tanto a nivel nacional cómo en calidad de exportadores.</p> <p>En el mismo documento se hace hincapié en la Ley 1151 de 2007, que junto con el PND de turno permitió “el desarrollo de la estrategia de crecimiento y mejoramiento de la competitividad del sector agropecuario. Establece entre sus objetivos: i) Proteger los ingresos de los productores y mejorar la competitividad de la producción; ii) Racionalizar los costos de producción; iii) Ampliar la disponibilidad, el acceso y mejorar el uso de los factores productivos básicos (suelo, agua y recursos genéticos); iv) Impulsar la investigación, la transferencia y la innovación tecnológica;</p> <p>v) Mejorar el estatus sanitario; vi) Abrir nuevos mercados; vii) Mejorar la información sectorial y; vi) fortalecer el financiamiento del sector” (CONPES 3675, 2010)</p>

Fuente. (Autor del proyecto.)

Se determinó en la tabla anterior PESTEL que unos de los aspectos más importantes de entorno de la idea de negocio, es el económico debido a que en su gran mayoría la zona rural del municipio de Suesca, establece como actividad



económica la producción y comercialización de leche bovina, la cual impacta positivamente en la misma, debido a que se facilitan los procesos productivos y técnicos que se deben desarrollar para esta actividad, además que facilita el sostenimiento económico familiar.

De igual manera la dimensión que genera mayor riesgo o impacto para la idea de negocio, es la ecológica debido a los bruscos repentinos cambios climáticos, que afectan directamente la producción y que para ello se debe genera conciencia de la conservación y cuidado del medio ambiente.

## **7. PLAN DE MARKETING.**

### **7.1. ANALISIS DE MERCADO.**

“ La producción de leche en Colombia ha aumentado constantemente a lo largo de los años; mientras en 1980 se producían 2.000 millones de litros al año, hoy en día se producen casi 7.000 millones de litros, con una tasa de crecimiento promedio del 3,5%. Sin embargo, el problema en el país no se centra en la producción sino en el procesamiento de leche. Se calcula que solo el 50% de la leche producida es procesada, por lo cual el 50% restante es vendido a precios bajísimos en mercados informales. Así las cosas, si el país logra un avance en centros de procesamiento y tecnología, éstos 7.000 litros de leche producida podrían ser procesados para competir a nivel internacional”.

Así mismo su precios también han variado durante los últimos años, teniendo en cuenta que en el departamento existen empresas dedicadas a procesamiento de la leche, las cuales ha venido avanzado en sus procesos técnicos para general al productor una mejora en el precio de la misma en alianza con las principales asociaciones del departamento, en busca de proyectos sostenibles para el crecimiento del campo colombiano.

En base a lo expuesto anteriormente para el plan de negocio se busca llegar a hacer un proyecto sostenible. Que mejore las condiciones de vida de una familia campesina y crecimiento de la misma.

## 7.2. Concepto de producto:

Al llevar el plan de negocio a cabo se pretende dar una definición concisa del producto la leche bovina, la cual nos aporta gran variedad de nutrientes, la oportunidad de pasteurizarla, comercializarla y así mismo tener en cuenta que es la base principal de la idea del negocio.

‘La leche de vaca cruda es un líquido de color blanco amarillento que ha adquirido gran importancia en la alimentación humana. Al hablar de leche se entiende única y exclusivamente la natural de vaca’<sup>39</sup>.

“La leche es el fluido biológico que segregan las hembras de los mamíferos y cuyo papel es aportar los nutrientes y la energía necesarios para el crecimiento y el desarrollo de las crías durante los primeros meses de vida. Con la denominación “leche” se entiende, en general, “leche de vaca”; para designar la leche de otras especies también consumida por humanos se suele especificar el nombre de dicha especie, es decir, leche de oveja, de cabra, etcétera”<sup>40</sup>.

### **Composición:**

La leche se considera un alimento básico y equilibrado por su elevado contenido en nutrientes en relación a su contenido calórico; tiene por esto una excelente densidad nutricional.

“Es una importante fuente de energía (una ración media de 200 mililitros aporta 130 kcal, 6,2 gramos de proteínas y 7,6 gramos de grasas). Su principal componente es

---

<sup>39</sup> concepto y definición de la leche. [en línea] Bogotá. [consultado: 15 de mayo de 2021]. Disponible en: <https://www.consumer.es/alimentacion/la-leche-de-vaca.html>

<sup>40</sup> Composición de la leche. [en línea] Bogotá. [consultado: 15 de mayo de 2021]. Disponible en: <https://cuidateplus.marca.com/alimentacion/diccionario/leche.html>

el agua, entre un 68 y un 91 por ciento. La leche aporta proteínas de alto valor biológico e hidratos de carbono, fundamentalmente en forma de lactosa, además de grasas y minerales como calcio, magnesio, fósforo y zinc, así como vitamina D, A y del complejo B, especialmente la vitamina B12 y la riboflavina. Sin embargo, al igual que los demás alimentos de la dieta habitual, la leche no es un alimento totalmente completo ya que presenta déficits de hierro y vitamina C, entre otros nutrientes importantes”<sup>41</sup>.

### **Estrategias del producto:**

- Incentivar, capacitar y establecer una mejora constante en la producción láctea con los más altos estándares de calidad del producto.
- Capacitar a los pequeños y medianos productores ganaderos en el mejoramiento productivo de sus fincas en cuanto a forrajes, alimentación y bienestar animal.
- Incentivar a los productores ganaderos a llevar a cabo en sus fincas procesos administrativos que les permitan mejorar sus condiciones económicas.

### **7.2.1. Precios:**

En el mes de abril de presente año se visualizó que “en Cundinamarca las cotizaciones de la leche permanecieron estables en veinticuatro de los veintisiete municipios visitados, en dos aumentaron y en uno disminuyeron. Las comerciantes manifestaron que durante las dos primeras semanas del mes predominó el clima seco y que posteriormente se comenzaron a presentar precipitaciones que aumentaron de intensidad durante la última semana del mes”<sup>42</sup>.

---

<sup>41</sup> IBID, p.32.

<sup>42</sup> Comportamiento del precio de la leche cruda en finca 2021 (Marzo – abril). [en línea] Bogotá. [consultado: 15 de mayo de 2021]. Disponible en: [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/sipsa/BolSipsaLeche\\_abr\\_2021.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/sipsa/BolSipsaLeche_abr_2021.pdf)

Como se evidencia en la siguiente gráfica, el comportamiento del precio en los departamentos de Cundinamarca y Boyacá se mantuvieron estables y así mismo en la tabla se evidencia el promedio general por municipio en el cual se encuentra el pago por litro de leche producida en cada una de las fincas del departamento.

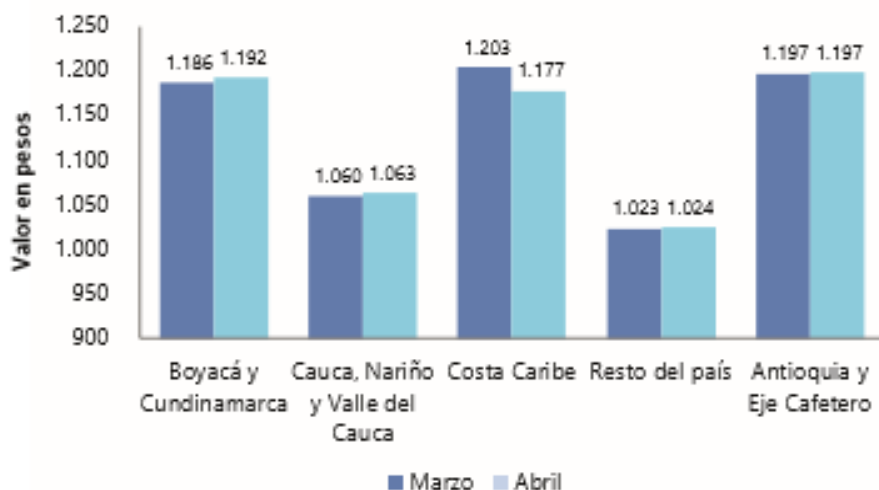


Gráfico 1 Comportamiento del precio de la leche cruda en finca 2021 (Marzo – abril)

Tabla 2 Precios de leche cruda en finca (continuación) 2021 (abril).

CUNDINAMARCA	PRECIOS			
	MUNICIPIO	MINIMO	MAXIMO	PROMEDIO
	Cajicá	900	1224	1312
	Cogua	1000	1226	1300

Cota	900	1174	1300
El rosal	960	1213	1450
Facatativá	1000	1168	1300
Funza	1000	1247	1340
Fúquene	1000	1176	1210
Gachancipá	1000	1246	1386
Guachetá	1000	1220	1300
Guasca	1000	1122	1400
La calera	900	1142	1300
Lenguazaque	850	1210	1350
Madrid	900	1239	1200
Mosquera	1000	1143	1371
Nemocon	1000	1130	1300
Sesquile	1000	1235	1300
Sibate	900	1207	1300
Simijaca	950	1208	1300
Sopó	900	1179	1280
Subachoque	980	1171	1470
Susa	900	1130	1200
Tabio	950	1178	1260
Tenjo	950	1188	1350
Tocancipá	890	1244	1360
Ubaté	1000	1205	1270
Villapinzón	1000	1260	1135
Zipaquirá	950	1280	1165

<sup>43</sup> Tabla comportamiento de precios de leche.

<sup>43</sup> Tabla de Comportamiento del precio de la leche cruda en finca 2021 (Marzo – abril). [en línea] Bogotá. [consultado: 15 de mayo de 2021]. Disponible en: [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/sipsa/BolSipsaLeche\\_abr\\_2021.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/sipsa/BolSipsaLeche_abr_2021.pdf).

En la tabla anterior se evidencia las constantes variaciones de precios pagados por litro de leche producido, en los diferentes municipios de Cundinamarca y los cuales son pagados a los pequeños productores del departamento.

### **Estrategias de Precios:**

- Gestionar recursos económicos para las pequeñas asociaciones ya establecidas en la vereda de Hato Grande municipio de Suesca, para la compra de maquinaria y tecnología de punta necesaria, para llevar a cabo los procesos de transformación de la leche y así mismo mejorar el pago del producto a los productores de la vereda.
- Establecer parámetros de calidad y cantidad de la producción de leche bovina, para disminuir la importación de este de producto y general un mejor pago por litro de leche a los productores de la región.
- Establecer en las asociaciones un sistema administrativo, que incorpore estrategias de mercado competitivas, para mejorar el pago por litro de leche.

### **7.2.2 comunicación.**

En el plan de negocio la leche producida se vende directamente a una de las asociaciones ya establecidas legalmente en la vereda, esta Asociación cuenta con un aviso que está ubicado en la entrada de la planta donde indica su nombre y la ilustración del logo, representado de una manera llamativa para la comunidad y visitantes que pasan por esta vereda.



*Ilustración 1 Asociación Asolhatogs, (fuente; autor del proyecto).*

### **Estrategias de Comunicación.**

Las estrategias comunicación son las siguientes:

- Estrategias publicitarias para darse conocer en el mercado.
- Estrategias de implementación de promoción y venta del producto “leche”.
- Estrategias para logro de patrocinios para la Asociación “ASOLHATOVS”.

### **7.2.3. Punto de Venta.**



*Ilustración 2 Asociación Asolhatogs, (fuente; autor del proyecto).*



El producto se ofrece directamente en la Asociación ASOLHATOGS. Debido a que la asociación es la encargada directamente de la comercialización de la leche y la recolección de la misma en cada una de las fincas de la vereda.

### **Estrategias de venta.**

Dentro de las estrategias de venta se requieren:

- Estrategias para mejorar la calidad de la leche, buscando mejores precios.
- Apoyos a los productores para mejorar el rendimiento y calidad del producto.

### **Matriz Dofa:**

“Según Dyson (2004), el análisis FODA (también conocida como DOFA, FODA, MAFE en español y SWOT en inglés) es una de las técnicas más empleadas en la planeación estratégica, en especial para la determinación de la posición estratégica de la empresa (Hill, 1997). Por lo demás, es una importante herramienta de apoyo para la toma de decisiones generalmente usada para analizar sistemáticamente los ambientes interno y externo de una organización (Kangas et al., 2003; Kotler, 2000; Stewart et al., 2002) <sup>44</sup>.

---

<sup>44</sup> Definición matriz dofa. [en línea] Bogotá. [consultado: 15 de septiembre de 2021]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>

Tabla 3 Matriz Dofa

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Falta de tecnología de punta para transformar el producto.</li> <li>➤ Precios bajos en el pago del producto.</li> <li>➤ Enfermedades e imprevistos que se presenta en los bovinos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mejoramiento de praderas.</li> <li>➤ Capacitaciones ofrecidas por las asociaciones.</li> <li>➤ progreso para el campo colombiano.</li> <li>➤ Generación de empleos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Producto de buena calidad.</li> <li>➤ Mejoras genéticas.</li> <li>➤ Estabilidad y sostenimiento económico familiar.</li> <li>➤ Mejoramiento de suelos y praderas.</li> <li>➤ Seguridad alimentaria.</li> <li>➤ Amor por el trabajo, aprendizaje constante en labores del campo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Importaciones por partes de otros países.</li> <li>➤ Bruscos repentinos cambios climáticos.</li> <li>➤ Competencia directa plantas transformadoras y procesadoras.</li> </ul>
ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DA

<p>➤ Establecer alianzas productivas y comercializadoras con las empresas procesadoras del producto para mejoramiento del precio del producto.</p>	<p>Se establece como estrategias capacitaciones constantes por parte de las diferentes asociaciones para el mejoramiento productivo y de calidad para el producto.</p> <p>Aumento de capacidad bovina para sostenimiento en calidad y cantidad de la leche y sus derivados para disminuir la importación de estos productos.</p> <p>Establecer en la finca el "Hato" un sistema de siembras de árboles nativos y el cuidado del medio ambiente para afrontar los bruscos cambios climáticos.</p>	<p>Formación e incentivación a las nuevas generaciones para el crecimiento y desarrollo del campo colombiano y así general más empleos directos.</p>	<p>Formular y gestionar programas ambientales para afrontar los repentinos cambios climáticos que afecta la producción láctea.</p> <p>Gestionar procesos productivos, administrativos y técnicos para disminuir las importaciones y que nuestro producto sea reconocido a nivel nacional.</p>
--	--	--	---

Fuente. (Autor del proyecto.)

En la tabla anteriormente mencionada se establece la necesidad de realizar un análisis Dofa de la situación actual de la idea de negocio producción y comercialización de leche bovina, con la cual se determinará estrategias para el producto y para el Marketing de la misma.

## 8. PLAN DE OPERACIONES.

En este apartado se pretende visualizar los aspectos técnicos operativos del plan de negocio, los cuales se mencionarán a continuación:

### 8.1. Tamaño (capacidad instalada)

Dada la naturaleza del proyecto, la finca el Hato cuenta con una extensión de 4 hectáreas siendo estas destinadas para pastoreo de los animales en producción, teniendo en cuenta que por hectárea de terreno el máximo de animales que se pueden tener es de 4, por lo cual en las 4 hectáreas se pretende tener 15 animales, de los cuales 4 de ellos se encuentran en estado de preñez, secado y preparación para proceso de criar y producir leche, mientras las otras 11 se encuentran en proceso de producción. Este proceso son los primeros 4 meses, donde el animal produce el máximo producido de leche los otros 3 meses mantiene un promedio de producción, los siguientes 2 meses entran en proceso de secado y preparación para criar.

Teniendo en cuenta que en la finca el Hato se debe tener procesos de rotación de praderas, mejoramiento de pasturas y conservación de las misma, para así logra tener la capacidad instalada de 15 animales en el predio.

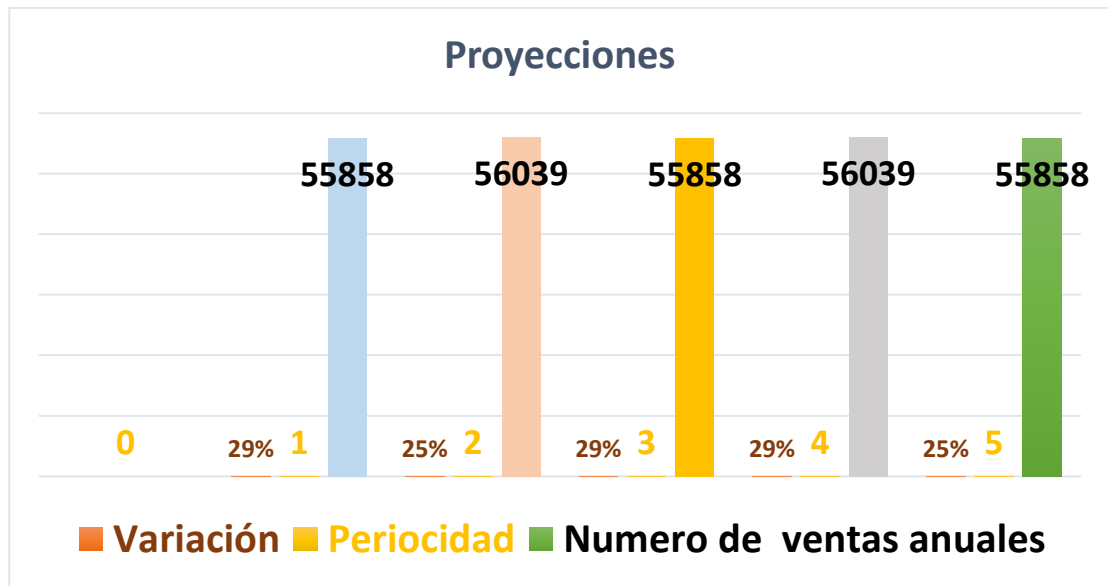


Gráfico 1 proyecciones de litros de leche producidos, (fuente; autor del proyecto).

En el grafico anterior se evidencia las proyecciones obtenidos en el proceso de producción de litro de leche anualmente, donde se muestran algunos porcentajes de variación del mismo, que se tienen en cuenta de acuerdo al reemplazo de los animales que se requieren, cada año basados en el proceso de producción.

Para el año 1 se obtiene una venta de 55858 litros de leche, con un porcentaje de variación del 29% lo que representa un aumento de producción en este año, en el año 2 disminuye la variación debido a que en un sistema de producción ganadero la producción de leche no es constante y depende de varios factores tanto ambientales, técnicos y productivos.

#### Aspectos técnicos relacionados con la calidad de leche:

“La leche cruda de buena calidad no debe contener residuos ni sedimentos; no debe ser insípida ni tener color y olor anormales; debe tener un contenido de bacterias

bajo; no debe contener sustancias químicas (por ejemplo, antibióticos y detergentes), y debe tener una composición y acidez normales<sup>45</sup>.

Por ende la implementación de buenas prácticas de ordeño debe cumplir con unos requisitos mínimos para la obtención de leche apta para el consumo humano y para luego ser procesada adecuadamente para la elaboración de productos lácteos.

En el plan de negocio la leche producida es vendida a la Asociación Asohatogs, quien es la encargada de realizar las pertinentes pruebas de calidad de la misma las cuales consisten en:

- Cantidad, medida en volumen o peso.
- Características organolépticas, aspecto, sabor y olor.
- Características de composición, especialmente contenido de materia grasa, de materia sólida y de proteínas.
- Características físicas y químicas.
- Características higiénicas, condiciones higiénicas, limpieza y calidad.
- Adulteración, con agua, conservantes, sólidos añadidos, entre otros; residuos de medicamentos.

Las pruebas realizadas anteriormente mencionadas, se efectúan en la planta de enfriamiento de la Asociación, mientras que en el predio se deben llevar a cabo parámetros técnicos de buenas prácticas ganaderas como lo son: una adecuada alimentación, cuidado del animal, lavado y secado del ubre del animal, sellado y despunte en el proceso de ordeño, filtrado de la leche y finalmente el empaque en cantina y la venta de la misma; con los anteriores parámetros ya efectuados la asociación determina el pago de leche por calidad de la misma.

---

<sup>45</sup>Calidad y evaluación de la leche. [en línea] Bogotá. [consultado: 15 de noviembre de 2021]. Disponible en: <https://www.fao.org/dairy-production-products/products/calidad-y-evaluacion/es/>

## 8.1.2 LOCALIZACIÓN:

**Macro- localización:** La empresa se encuentra ubicada en el sector agropecuario de los departamentos de Cundinamarca y Boyacá.

### **Micro- localización:**

Geográficos:

La idea de negocio está ubicada en la vereda Hato Grande, Municipio de Suesca departamento de Cundinamarca en la finca el Hato.



*Ilustración 2 Micro localización*

46

---

<sup>46</sup> Ubicación predio el Hato. [en línea] Bogotá. [consultado: 15 de septiembre de 2021]. Disponible en: <https://www.google.com/intl/es/earth/>



## 8.2. PROCESO TECNICO:

Para llevar a cabo la idea de negocio se requiere determinar un proceso técnico de la maquinaria y equipo necesarios para la producción y comercialización de leche bovina, teniendo como base que la materia prima principal para la misma es la adquisición de 15 vacas de razas especializadas en la producción de leche. A continuación, en la siguiente tabla se hace una descripción detallada de los principales parámetros y equipos necesarios para la producción de leche bovina.

También se evidencian algunas ilustraciones que determinan en el proceso técnico.



*Ilustración 3 Principales Razas Bovinas para la producción de leche, (fuente; autor del proyecto).*



*Ilustración 3 Proceso Técnico, con equipo de ordeño (fuente; autor del proyecto)*

Tabla 4 Maquinaria y Equipo

EQUIPO	CANTIDAD	CARACTERISTICAS	USO
CANTINAS	6	Capacidad de 40 litros, en aluminio con tapa de caucho.	Almacenamiento y transporte de leche.
CERCAS	3mts	Alambre liso calibre 12, 250 postes de madera de 1.5 mts.	División de potreros y alineamiento.
ESTABLO DE ORDEÑO	1	Capacidad para quince animales, con ordeño manual o mecánico.	Ordeño y uso veterinario.
EQUIPO	1	bomba de vacío, tanque de reserva de vacío, regulador de vacío, medidor de vacío, línea para vacío y pulsación, trampa sanitaria, el pulsador, recibidor y bomba para leche.	Ordeño.
MOTOBOMBA	1	6.5 caballos de potencia con capacidad de	Riego en potrero.

		succión de 3" y de entrega 2".	
MANGUERAS	2	1 manguera de 40 metros de 3 pulgadas, 2 aspersores.	Suministro de agua a los potreros en época de verano.
BOMBA FUMIGADORA	1	Capacidad para 20 Lts.	Aplicación de insecticidas fungicidas herbicidas.
BEBEDEROS	4	Capacidad de 200 ml.	Almacenamiento de agua para los animales.
COMEDEROS	4	Elaborados en material de caucho y tabla.	Recipiente en donde se vierte la comida para los animales durante el ordeño.
VARILLA	1	Elaborada en material metálico con capacidad De medición de 40 lts.	Para medir leche.
VALDE	3	Elaborado en material metálico con capacidad de 20 lts.	Almacenamiento de leche.
FILTRO	3	Elaborado con material plástico y maya.	Filtrar la leche.

Fuente (autor del proyecto)



En la tabla anterior se evidencia los principales parámetros técnicos que se requiere para la idea de negocio en cuanto a maquinaria y equipo para el desarrollo del mismo.

### **8.2.1. PROCESO PRODUCTIVO:**

En este apartado se busca determinar los principales parámetros que se requieren para el sostenimiento y desarrollo de la idea de negocio, con su materia prima principal que son las vacas las cuales proporcionan el crecimiento y desarrollo del plan de negocio.

Además, en las siguientes ilustraciones se evidencian los procesos productivos que se realizan en diario vivir en la producción y comercialización de leche bovina en la finca el ható:

*Ilustración 4 Fertilización de las Pasturas con abono orgánico (fuente; autor del proyecto)*





*Ilustración 5 Sistemas de Riego en época de verano y manejo de pastura (fuente: autor del proyecto)*

*Tabla 5 Proceso Productivo*

INSUMO	CANTIDAD	CARACTERISTICAS	USO
PASTOS Y FORRAJES	4ha	Plantación y mantenimiento de pastos Kikuyo, Ray Grass Belfort.	Alimentación de vacas lecheras.
VACAS	15	Razas especializadas en la producción de leche.	Producción de leche.
CONCENTRADO	8 bultos de 40 kg	Con proteínas ajustado a edades y ciclos de desarrollo del animal, con más énfasis en vacas preparto y producción.	Alimentación complementaria al pastoreo en los requerimientos nutricionales.

VACUNAS	Brucelosis y aftosa	Cada 6 meses en animales en producción y terneras menores de 9 meses una anual.	Prevención en enfermedades.
PURGAS	Vermisol Albendazol Ivermectina	Se alternan en cada tratamiento de acuerdo a la enfermedad.	En ganado según sus edades.
SAL MINERAL	1 bulto de 40 kg	Animales mayores de un año con 12% de mineral.	Suplementos minerales.
PAPA	30 bultos de 40 kg	Suplementos para animales en producción.	Alimentación complementaria.
FERTILIZANTES	100 bultos	Gallinaza, cal viva.	Fertilización a las praderas mejoramiento en pastos.
PAJILLAS	2	Semen de razas lecheras: holstein arshire jersey jerhol.	Mejoramiento genético.

Fuente (Autor del proyecto)

En la tabla anterior se visualiza una descripción detallada de los procesos productivos, que se deben llevar a cabo para el desarrollo de la idea de negocio.

**Costos de producción:** Para la idea de negocio se tiene proyectado un costo de inversión inicial el cual se ilustra en la siguiente tabla, donde se evidencia que el costo para producir un litro de leche es de \$734,95 pesos el cual se vende en \$1.130 pesos, lo que genera un 40% del 100% total de la venta del mismo.

Lo cual indica que se deber plantear un equilibrio entre el costo de producción y el costo de venta de un litro de leche.

*Ilustración 6 Costo de Producción*

	A	B	C	D	E
1	PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LECHE BOVINA ( EL HATO) proyectado para 5 años				
2					
3	<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	<b>PRECIOS</b>			
4	equipo de ordeño de 2 puesto y con motor electrico y a gasoli	\$ 6.000.000,00			
5	6 cantinas de 40lts cada una	\$ 3.000.000,00			
6	accesorios de equipo de ordeño	\$ 51.500,00			
7	valdes de aluminio	\$ 300.000,00			
8	15 vacas de leche valor por cada una \$3000000	\$45.000.000,00			
9	comederos y bebederos	\$ 2.000.000,00			
10	instalaciones de ordeño	\$ 5.000.000,00			
11	equipo de riego, motobomba y manguelas de riego(epoca de	\$ 3.000.000,00			
12	siembra de pastos y abonos para 2 años	\$ 2.000.000,00			
13	maquina electrica y cerca electrica	\$ 300.000,00			
14	<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$66.651.500,00</b>			
15	Total costo mensuales e inversion inicial	<b>\$69.826.500,00</b>			
16					
17	<b>ISUMOS mesualmente</b>				
18	Concentrados renta leche, verano,papa y sal	\$ 600.000,00			
19	agua	\$ 25.000,00			
20	luz	\$ 50.000,00			
21	gasolina	\$ 20.000,00			
22	inprevistos mensuales	\$ 50.000,00			
23	aceites hidraulitos para el equipo	\$ 50.000,00			
24	acidos y jabones para lavado del equipo	\$ 40.000,00			
25	sellantes para ordeño	\$ 20.000,00			



25	Comandos para el sistema				
26	Arriendo para pastulas mensuales	\$ 200.000,00			
27	Pajilla inseminación artificial	\$100.000			
28	filtros	\$ 20.000,00			
29	matenimiento de praderas, cercas y ordeños	\$ 1.000.000,00			
30	mano de obra	\$ 1.000.000,00			
31	<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>\$ 3.175.000,00</b>			
32	<b>COSTOS PARA PRODUCIR UN LITRO DE LECHE</b>	<b>\$ 734,95</b>	Se divide el total de costo en 30 días del mes, luego en la cantidad de animales en este caso 12 y en la cantidad de leche diaria que seria 12 litros por vaca teniendo en cuenta que la producción nos es constante.		
33	<b>COSTOS ANUALES</b>				
34	pulgas y consultas veterinarias en el año	\$ 500.000,00			
35	Inprevistos durante el año	\$ 1.000.000,00			
36	vacunas 2 veces años	\$ 50.000,00			
37		\$ 1.550.000,00			
38					
39	<b>TOTAL DE COSTOS DE INVERSIÓN</b>	<b>\$ 71.376.500,00</b>			
40					

Fuente (autor del proyecto)

### 8.3. PRINCIPALES RAZAS LECHERAS:

En el plan de negocio se van a implementar 3 razas principales de leche las cuales son: Holstein, Jersey, Ayrshire, las cuales se caracterizan por ser de estructura corporal angulosa y triangular, altas producciones diarias de leche, buena conformación de ubre, leche con mayor contenido proteico y grasa.

## 9. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RRHH.

### 9.1. PROCESO ADMINISTRATIVO:

En este apartado se determinan los procesos administrativos que se deben llevar en un plan de negocio, tales como registros de inventarios, insumos, medicamentos, manejo de praderas, control reproductivo, contratación del personal a trabajar, manejo contable entre otras actividades necesarias para llevar a cabo el plan de negocio.

Además, en las siguientes ilustraciones se evidencian los procesos Administrativos que se realizan en diario vivir en la producción y comercialización de leche bovina en la finca el hato:

ASOLHATOGS						INVENTARIO DE ALIMENTO					
FINCA		EL HATO				MUNICIPIO		SUESCA			
PROPIETARIO		JULIO CESAR SALGADO ALVARADO				VEREDA		HATO GRANDE			
FECHA DE ENTRADA	PRODUCTO	#LOTE	CANTIDAD DE BULTO	FECHA DE SALIDA	RESPONSABLE						
17-sep-21	Concentrado Hato1 leche	8	4	18-sep-21	Distribuidora Contrigran						
17-sep-21	concentrado preparto	4	2	18-sep-21	Distribuidora Contrigran						
18-sep-21	compra papa riche	15	20	19-sep-21	julio cesar salgado						

ASOLHATOGS						CONTROL INDIVIDUAL DE HEMBRAS BOVINAS					
FINCA		EL HATO				MUNICIPIO		SUESCA			
PROPIETARIO		JULIO CESAR SALGADO ALVARADO				VEREDA		HATO GRANDE			
SERVICIO			PARTO			OBSERVACIONES					
INSEMINACIÓN ARTIFICIAL	FECHA	MONTA	FECHA Y NOMBRE	FECHA	# DE PARTO	FECHA	IMACHO	HEMBRA			
TORO BUCKY-E	NINGUNO			11/04/2019	1	15-01-2020		TERNERA			
TORO BUCKY-E	NINGUNO			03-oct-20	2	07-jul-21		TERNERA			

Ilustración 3 Registros de Inventarios (fuente: autor del proyecto).

### 9. 1. 2. Proceso de recursos humanos.

Para la conformación del plan de negocios de producción y comercialización de leche bovina es necesario contar un plan de recursos humano que va a estar enfocado en las principales funciones, habilidades y conocimientos que se requieren en cada uno de los cargos, definiendo las tareas a cumplir por cada uno de ellos, el presupuesto que maneja la compañía para el área de recurso humanos y las políticas. Para ello se muestra el organigrama que manejará la empresa con su respectiva área.

*Ilustración 9 Organigrama del plan de negocios*



Fuente. (Autor del proyecto)

## **Funciones a desempeñar:**

### **Gerente.**

El gerente se encargará de hacer cumplir los planes de desarrollo y ejecución del plan de negocios producción y comercialización de leche bovina en la finca el Hato.

Líneas de autoridad y responsabilidad

a. Tiene mando directo sobre todos los cargos específicos del área administrativa

### **Funciones:**

a) Realizar gestiones asociadas a la compra y a la venta de productos y servicios.

b) Planificar y coordinar procedimientos y sistemas administrativos, así como idear modos de optimizar procesos

c) Contratar y formar personal, así como asignar responsabilidades y espacio en la oficina.

d) Valorar el rendimiento de la plantilla y ofrecer asesoramiento y orientación para garantizar la máxima eficiencia

### **Auxiliar administrativa.**

En el área administrativa se basa en cumplimiento de los objetivos y metas establecida por el área gerencia que se requieren para un alto un funcionamiento de la compañía.

### **Líneas de autoridad y responsabilidad.**

a. Depende directamente de gerencia.

b. Tiene mando sobre los operarios.

**Funciones:**

- A) Gestionar la comunicación de la empresa con proveedores y clientes.
- c) Desarrollar y actualizar al día las finanzas y contabilidad de la empresa.
- d) Gestionar el calendario administrativo para gestiones como impuestos, pedidos, pagos y demás reuniones o presentaciones de la empresa.
- e) Tramitar gestiones y prestar apoyo en el área de recursos humanos.
- f) Gestionar y tramitar documentación solicitada por los diferentes entes gubernamentales o empresas que así lo requieran.
- g) Supervisar el buen manejo de las políticas de la empresa y motivar al cumplimiento de las labores. h) Identificar y asignar recursos que necesita la empresa para el cumplimiento de sus metas.
- i) Elaborar planes estratégicos para abarcar mercados a futuro.
- j) Brindar soluciones adecuadas para la toma de decisiones adecuada de la empresa

**OPERARIOS**

En el área de producción se establece el desarrollo y funcionamiento de la actividad principal.

**Líneas de autoridad y responsabilidad.**

- a. Depende directamente de gerencia y del área administrativa.

**Funciones:**

- a. Encargado del ordeño y del bienestar animal.
- b. Conservación y cuidado de las praderas y de las cercas.

Proceso de reclutamiento, selección y contratación del personal.

- a. Analizar la vacante disponible.
- b. Determina las funciones que se deben cumplir en el cargo
- c. Realizar una descripción del perfil necesario para que supla las necesidades del área.
- d. Publicar la vacante de manera interna y externa.
- e. Realizar pruebas conocimiento, pruebas psicotécnicas.
- f. Realizar visita domiciliaria.
- g. Realizar Exámenes de ingresos.
- h. Realizar la contratación.

**Proceso de inducción, capacitación y evaluación del personal:**

- a) El trabajador será inducido por la empresa conociendo el ambiente organizacional en cuanto a misión, visión, políticas, valores y actividad económica a la que se dedica.
- b) Se le serán enseñadas las funciones, responsabilidades, derechos, deberes, obligaciones que deberá cumplir en su área de trabajo.
- c) Se le mostrará su área de trabajo, horarios, formas y medios de pago, y presentación al equipo de trabajo.
- d) El trabajador ya estado vinculado se le dará una capacitación específica para que desde el principio este familiarizado y tenga un óptimo rendimiento en la empresa.

e) Se le brindará la información de las capacitaciones que tendrá mientras esté vinculado con la empresa.

f) Cumpliendo con estos procesos se dará inicio a la etapa de evaluación en la cual estará involucrado el jefe inmediato supervisando y aplicando las medidas correctivas cuando corresponda.

g) Determinar si el personal reclutado cumple con las capacidades y funciones requeridas por la empresa para su debido avance o terminación.

**Estrategias de motivación y desarrollo del personal:**

a) Brindar capacitaciones a los trabajadores para fortalecer conocimientos y actitudes laborales y personales.

b) Ofrecer estabilidad y crecimiento laboral para causar expectativas de superación personal. c) Crear espacios de integración para el dialogo y solución de problemáticas presentadas por cada uno de los colaboradores.

d) Generar incentivos para quienes establezcan aportes y contribuciones que signifiquen una mejora en la gestión y el desarrollo de nuevas ideas.

e) Felicitar a los trabajadores con mejor rendimiento dentro de la compañía proporcionando un espacio por destacar dentro de la organización.

f) Elaborar mecanismos de flexibilidad para que los colaboradores tengan un equilibrio con su vida personal y laboral.

**Políticas de remuneraciones y compensaciones:**

a) Los pagos de la nómina se realizarán de manera puntual los días 30 de cada mes

b) Se pagarán todas las obligaciones exigidas por la ley a cada uno de los empleados en las fechas estipuladas.

c) Cuando un trabajador cumpla las metas establecidas tendrá en su sueldo una remuneración monetaria en su sueldo.

## **9.2. Estructura organizacional.**

### **MISION:**

La empresa Hato Milk busca ser líder en la venta y comercialización de leche en crudo para el municipio de Suesca y sus alrededores, cumpliendo los estándares de calidad establecidos por el ministerio de agricultura y comercio.

### **VISION:**

Para el año 2025 la empresa Hato Milk busca ser reconocida por la venta y comercialización de leche en crudo en el municipio de Suesca y sus alrededores fortaleciendo el desarrollo y el crecimiento para el campo colombiano.

### **Valores Corporativos:**

- Honestidad: La empresa Hato Milk, inculca en sus trabajadores el trabajo bajo sinceridad y confiabilidad de los estándares establecidos en el reglamento interno.
- Responsabilidad: Los trabajadores de Hato Milk deberán cumplir con las metas establecidas, horarios y contratos firmados
- Respeto: Se busca que los trabajadores de la organización siempre se sientan respetados y de igual manera brinde este valor a sus compañeros y jefes.
- Confianza: Cumplimos con lo prometido al ofrecer los mejores productos y servicios a un precio justo y razonable.
- Efectividad: Nuestra excelencia para desarrollar oportunamente los procesos, teniendo en cuenta un beneficio mutuo con nuestros clientes.



- Trabajo en equipo: Gracias a la excelencia en el trabajo de nuestro equipo logramos entregar a nuestros clientes un servicio con altos estándares de calidad.
- Amabilidad: Siempre tenemos una actitud cálida y colaboradora con nuestros clientes y proveedores siendo esta nuestra premisa.

## **10. FORMA JURÍDICA Y PLANIFICACIÓN DE LA PUESTA EN MARCHA.**

Se constituirá una sociedad anónima por acciones simplificadas (S.A.S), como persona jurídica que ira constituida por un accionista principal, su razón social

### **HATO MILK SAS.**

Los beneficios de la sociedad anónima simplificada son: que se usa las abreviaturas SAS, no necesita escritura pública, puede constituirse con un único socio y puede establecer un objeto social indeterminado. Debido a este último aspecto, un segundo beneficio es que puede participar sin problemas en cualquier tipo de negocio.<sup>47</sup>

### **Domicilio.**

La sociedad se llevará a cabo en el municipio de Suesca, en la vereda de Hato Grande del departamento de Cundinamarca.

### **Objeto social.**

La sociedad tendrá como objetivo social producción y comercialización de leche bovina.

### **Socios.**

**JULIO CESAR SALGADO ALVARADO**, participación del **70%**.

**LEIDY TATIANA YEPES MENDEZ**, participación del **30%**.

**DURACION:** La sociedad se constituye por término indefinido.

---

<sup>47</sup> Forma jurídica de un plan de negocio.[en línea](consultado el 21 de junio 2021) disponible en: <https://www.asuntoslegales.com.co/actualidad/los-beneficios-de-las-sas-para-el-desarrollo-de-empresas-nacionales-2793745>

## INVERSIÓN INICIAL

Para el plan de negociación de Hato Milk S.A.S se tiene estimando un monto por \$ 72.541.500, cual está distribuido de la siguiente manera para maquinaria y equipo se tiene proyectado una inversión de \$ 66.651.500, para la inscripción \$ 1.000.000, para la mano de obra e insumos se tiene estimando un costo de \$ 3.175.000.

*Tabla 6 Inversión Inicial*

ITEM	COSTO
MAQUINARIA EQUIPO	\$ 66.651.500
Inscripción ante la cámara de comercio.	\$ 1.000.000
MANO DE OBRA, INSUMOS	\$ 3.175.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 71.246.500</b>

Fuente. (Autor de proyecto.)

## Tipo de financiación.

Los recursos para la financiación serán propios y financiados, los financiados se determinaron con un préstamo con entidad del Banco Agrario, como se muestra a continuación:

*Tabla 7 Tipo de financiación*

SOCIO	VALOR APORTADO
Julio Cesar Salgado Alvarado (70%)	
Recursos propios.	\$ 50.779.050,00
Leidy Tatiana Yepes Méndez (30%)	
Financiado, entidad Banco Agrario.	\$ 21.762.450,00

Fuente. (Autor de proyecto.)

## **12. PLANIFICACIÓN ECONÓMICA – FINANCIERA.**

Para el plan de negocios Hato Milk se cuenta con un estado de resultado el cual nos proyecta las utilidades brutas por \$ 41.143.800 y unas utilidades netas por \$ 16.543.800 para diciembre del 2020, lo cual nos indica que para el primer año donde se efectúan la inversión inicial y el planteamiento de la idea de negocio, no se obtiene todavía la utilidad esperada debido a que este se proyecta a 5 años, iniciando con una inversión inicial \$71.246,500, la cual se espera su recuperación para el año 4 como nos indica en el flujo de caja expuesto en la idea de negocio.

Ilustración 10 Estado de Resultados

<b>HATO MILK S.A.S</b>		
<b>Estado de Resultados</b>		
<b>31 de diciembre de 2020</b>		
<b>INGRESOS</b>		
Ventas totales	\$ 61.443.800	
otros ingresos	\$ 3.500.000	
Total ingresos		\$ 64.943.800
<b>COSTOS</b>		
costo de producción	\$ 22.800.000	
costo de inscripción	\$ 1.000.000	
Total costos		\$ 23.800.000
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>\$ 41.143.800</b>
<b>GASTOS</b>		
Gastos de administración	\$ 24.000.000	
otros gastos	\$ 600.000	
Total de gasto		\$ 24.600.000
<b>Utilidades</b>		<b>\$ 16.543.800</b>

Fuente. (Autor del proyecto.)

Para la inversión inicial se realizó con el uso de recursos propios en un 70% y el 30% financiado (\$ 21.178.950), con la entidad financiera del banco Agrario en un periodicidad de pago semestral con cuota fija de \$ 1.403.105, la tasa que se obtuvo para el descuento de flujo de fondos del activo y para el proyecto de financiamiento fue de 9,89% representa la fuente de fondos de financiamiento los cuales son representados en aportes directos de los socios en forma de capital, con el fin de llevar a cabo las primeras inversiones que se requieren para el plan de negocios y que darían el inicio del mismo, teniendo en cuenta que la recuperación de la inversión inicial se efectúa en el 4 año debido a que la idea de negocio se proyecta para 5 años y que la mayor utilidad de la misma se presenta en el cuarto año lo que indica la factibilidad de la misma y la generación de utilidades netas a partir de este año.

Dentro de los parámetros financieros se en cuenta algunas variables de vital importancia para la idea de negocio las cuales son la base del mismo y las cuales son:

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 6</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2021-09-14</b>
		<b>PAGINA: 91 de 140</b>

### Variables de entrada.

Se cuenta con unas variables de entrada como lo son los días trabajados que consta de domingo a domingo que equivalen a 30 días laborados, la producción que se realizara diaria será de 152 litros de leche mensual equivalen a 4.560, anual se realizara una producción de 55.858 de igual manera se tiene en cuenta el precio de venta que está consolidado por \$ 1.130

*Tabla 8 Variables de entrada*

<b>VARIABLES DE ENTRADA</b>	
Dias trabajados	30
Producción diaria	152
Producción mensual	4560
Precio de venta 1 litro	\$ 1.130

Fuente. (Autor de proyecto.)

De igual manera se encuentra la inversión inicial y sus diferentes ítems que los conforman como lo son: Maquinaria equipo, inscripción y mano de obra e insumos valorada la inversión inicial por \$ **71.846.500**

*Tabla 9 Variables de entrada*

<b>ITEM</b>	<b>COSTO</b>
<b>Maquinaria equipo</b>	\$ 66.651.500
<b>Inscripción</b>	\$ 1.000.000
<b>Mano de obra, insumos</b>	\$ 3.175.000

<b>TOTAL</b>	<b>\$ 71.846.500</b>
--------------	----------------------

Fuente. (Autor de proyecto.)

## **FLUJO DE CAJA.**


La empresa Hato Milk S.AS. Cuenta con una acumulación neta de activo líquidos en el periodo de 5 años consiste en la variación que se ve reflejada los diferentes porcentajes los cuales son: para el año uno se tiene un porcentaje de 18% el cual expresa ventas de **55.538** litros de leche obteniendo unos ingresos de \$ 64.591.800, contando con egreso de \$ 47.400.00 los cuales incurren en pago de empleados, inversión inicial, materia prima, pago de servicios públicos. Para este periodo se obtiene un flujo de caja neto de **\$ 17.191.800**. Para el año 2 se genera unos ingresos por **\$ 65.642.900**, y unos egresos por **\$ 47.400.00**, para obtener un flujo por **\$ 18.442.900** de igual manera se obtiene para el periodo 3 un flujo de caja por **\$ 18.695.800** el cual está conformado por un total de ingresos por **\$61.894.800**, para el periodo 4 se cuenta con un total de egresos por \$47.400.00 y un flujo de caja por **\$ 18.141.500** para el periodo 5 se cuenta con un flujo de caja de **\$ 18.343.900**.



Ilustración 4 Flujo de caja

PROCESO							
			29%	25%	29%	29%	25%
AÑO		0	1	2	3	4	5
Numero de ventas anuales			55858	56039	55858	56039	55858
ingresos anuales			\$ 61.443.800	\$ 61.642.900	\$ 61.443.800	61642900	61443800
			0	0	0	0	0
FLUJO DE CAJA NETO							
INGRESOS		0	1	2	3	4	5
			0	0	0	0	0
Otros ingresos			\$ 3.500.000	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000	4200000	4200000
ingresos anuales			\$ 61.443.800	\$ 61.642.900	\$ 61.443.800	61642900	61443800
<b>TOTAL INGRESO</b>			\$ 64.943.800	\$ 65.842.900	<b>\$ 65.643.800</b>	\$ 65.842.900	\$ 65.643.800
EGRESOS		0	1	2	3	4	5
Inversión inicial		\$ 70.596.500	0	0	0	0	0
Pago empleado			\$ 24.000.000	\$ 24.000.000	\$ 24.000.000	\$ 24.000.000	24000000
Materia Prima			\$ 22.800.000	\$ 22.800.000	\$ 22.800.000	\$ 22.800.000	22800000
pago de servicios publicos			\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	600000
<b>TOTAL EGRESO</b>		<b>\$ 70.596.500</b>	<b>\$ 47.400.000</b>	<b>\$ 47.400.000</b>	<b>\$ 47.400.000</b>	<b>\$ 47.400.000</b>	<b>\$ 47.400.000</b>
<b>SALIDA</b>							
<b>FLUJO DE CAJA NETO (FCN)</b>		<b>(70.596.500)</b>	<b>\$ 17.543.800</b>	<b>\$ 18.442.900</b>	18.243.800	<b>\$ 18.442.900</b>	<b>\$ 18.243.800</b>

Fuente. (Autor del proyecto.)

 <b>UDEC</b> UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAr113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 6</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2021-09-14</b>
		<b>PAGINA: 94 de 140</b>


## PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

Al analizar los indicadores de TIR, ROI, VPN Y PRI, se determinó que la empresa Hato Milk cuenta con una recuperación de su inversión en el periodo 4 contando con una utilidad inicial de \$ 1.510.503, lo que indica que el plan de negocios es factible.

*Ilustración 5 periodo de recuperación de la inversión*

Tasa de descuento		0,2%	Periodico mensual vencida					
VPN (VALOR PRESENTE NETO)		\$ 19.774.948						
TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)		9%						
PRI ó PAYBACK (Periodo de recuperacion de la inversio)			(53.087.718)	(34.718.368)	(16.583.595)	1.712.497	19.774.948	
		4				4	5	
ROI		28%						
B/C (Beneficios/Costo)		1,280						

Fuente. (Autor de proyecto.)

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAr113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 6</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2021-09-14</b>
		<b>PAGINA: 95 de 140</b>

### **13. POSIBLES RIESGOS Y PROBLEMAS.**

Para todo plan de negocios surgen algunas incertidumbres, riesgo y problemas, que se convierten muchas veces en oportunidades, para surgir y seguir adelante con la misma idea de negocio mejorando y proyectando soluciones inmediatas. Para el plan de negocio Hato Milk se contemplan los siguientes riesgos y problemas:

#### **Riesgos Financieros y económicos:**

- Constante variación de precios en el pago por litro de leche.
- Fuertes alzas y aumento de precios de la materia prima y de los insumos que se requieren para la producción de leche.
- Capacidad mínima de endeudamiento.
- Variación e incrementación del dólar, lo cual afecta el precio de los insumos y materia prima de la idea de negocio.

#### **Riesgos Ambientales:**

- Bruscos cambios climáticos que afectan las pasturas y la producción lechera bovina.
- Enfermedades y virus producidos por la contaminación de medio ambiente, que afectan a los bovinos en tiempo de invierno o verano.

### **Riesgos Políticos:**

- Tratados de libre comercio y acuerdos comerciales que afectan al sector primario de la economía.
- Alzas y aumento del precio del dólar

### **Riesgos operativos:**

- Muerte por enfermedad y natural de un bovino.
- Costos elevados de materia prima.
- Protesta y paros nacionales que afecta el transporte y comercialización del producto.
- Renuncia imprevista de los operarios.

## 14. IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO, CULTURAL Y AMBIENTAL DEL PROYECTO.

**Impacto Social y Cultural:** Permite y genera oportunidades laborales para los pequeños productores de la zona rural, además incentiva a los productores al mejoramiento de sus predios, su producción láctea, mejoramiento genético y reproductivo del mismo al realizar procesos administrativos necesarios para sus actividades económicas.

La idea de negocio busca el sostenimiento y emprendimiento de los pequeños productores en la vereda Hato Grande, basándose en el crecimiento y desarrollo del campo colombiano a través de actividades económicas como la ganadería y agricultura sostenible, siendo esto la base de desarrollo económico, cultural y social para las nuevas generaciones y para el futuro del campo colombiano.

**Impacto Ambiental:** La ganadería es una actividad económica importante en el campo colombiano, la cual permite el mejoramiento de suelos y praderas muchas veces improductivas que manejándolas adecuadamente y concientizando a las personas el cuidado de las mismas ayudan a evitar pérdidas de suelos y contaminación de los mismos.

Para la idea de negocio esencialmente para el manejo de los bovinos es necesario la siembra de árboles nativos como cercas vivas, para que los animales en tiempo de verano conserven una sombra que les permita descansar de la luz solar y así evitar el estrés calórico que se produce con los constantes cambios bruscos de temperatura. También se implementa el uso y aprovechamiento de los abonos orgánicos producidos por los bovinos como fertilizantes para las praderas y predios de la zona disminuyendo o anulando así el uso de fertilizantes químicos que afectan el medio ambiente, en estos apartados se basa el impacto ambiental de la idea de negocio.

## 15. CONCLUSIONES.

- La consolidación y desarrollo del plan de negocio Hato Milk logrará dar un aporte al desarrollo del emprendimiento en el entorno en que se desempeñará, demostrando así un nuevo horizonte de oportunidad en la creación de nuevas ideas de negocio.
- Toda idea de negocio es una iniciativa de progreso y productividad para determinada actividad económica, pretendiendo mejorar el progreso de los pequeños productores ganaderos de la zona rural del Municipio de Suesca.
- Con la idea de negocio se analizó y planteo las mejoras en cuanto a la gestión económica, administrativa y técnica de la creación de pequeñas unidades productivas en el campo colombiano.
- Con la idea de negocio se determinó y se llevaron a cabo los procesos legales y organizacionales que se requiere para el desarrollo de la misma.
- Al hacer el análisis económico se pudo determinar que el retorno a la inversión del mismo se logra en el cuarto año, lo que significa que la idea de negocio si es rentable.
- Se determinó en el desarrollo de plan de marketing, que se encuentra ya establecido un proceso de venta y comercialización de leche en la vereda Hato Grande, por ende es factible la producción y venta de la misma.

- Se definieron y se llevaron a cabo los procesos técnicos y productivos necesarios para el desarrollo de la idea de negocio ya puesta en marcha.

## 16. RECOMENDACIONES.

- Implementación de capacitaciones agrarias con asistencia técnica intermedia para los pequeños y medianos productores ganaderos del campo colombiano.
- Es necesario implementar acciones de progreso y productividad para el campo colombiano, por ende debemos incentivar a las nuevas generaciones a trabajar, cultivar y conservar los mismo.
- Incentivar a las nuevas generaciones a desarrollo y crecimiento del campo colombiano a través de oportunidades de estudio, empleo y mejoras del mismo.
- Incentivar a la mejora y cuidado del medio ambiente a través de siembras de árboles nativos, cuidado de los yacimientos naturales que se encuentran en la zona los cuales disminuye los posibles riesgos que se determinan en la idea de negocio.
- Gestionar a través de las Asociaciones ya formalizadas en la zona rural, procesos Administrativos en los predios de los productores ganaderos, para el mejoramiento económico del producto.
- Establecer en las Asociaciones ya formalizados procesos técnicos de transformación del producto en la misma, para solventar crisis como paros nacionales y bloqueos que se dan con frecuencia en el país.



- Gestionar programas de aprovechamiento de residuos sólidos orgánicos, en la zona rural para la obtención de abonos agrícolas.
- Mejoramiento de la red terciaria vial, para la recolección, comercialización, aprovisionamiento de los insumos pecuarios necesarios para los productores ganaderos.

## BIBLIOGRAFIA.

AGRONET MINAGRICULTURA. ¿Por qué es importante estar en una asociación lechera? [Sitio web]. [Consultado: 12 de abril. de 2021]. Disponible en: <https://www.agronet.gov.co/Noticias/Paginas/%C2%BFPor-qu%C3%A9-es-importante-estar-en-una-asociaci%C3%B3n-lechera.aspx>.

AGRONET. Ministerio de agricultura: “todos ganan” ministerio de agricultura y sector lácteo pasan a la siguiente fase del plan de ordenamiento productivo 2020- 2039 [sitio web] Bogotá; [consultado: 22 de marzo de 2021]. Disponible en: <https://www.agronet.gov.co/Noticias/Paginas/Ministerio-de-Agricultura-y-sector-l%C3%A1cteo-pasan-a-la-siguiente-fase-del-Plan-de-Ordenamiento-Productivo-2020-2039.aspx#>

Análisis de mercado para el sector lechero. [En línea] Bogotá. [Consultado: 6 de agosto de 2021]. Disponible en: <https://agronegocios.uniandes.edu.co/2017/09/22/sector-lechero-en-colombia-potencial-desperdiciado/>.

BACA. Estudio técnico [en línea] Bogotá. [Consultado: 22 de marzo de 2021]. Disponible en: <https://e-tecnico.webnode.es/servicios/>

Boliviana San Pablo Cochabamba, Bolivia. [Consultado: 05 de abril de 2021]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941231003.pdf>.

COLOMBIA. MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Decreto 2500 (29, diciembre, 2018). Por el cual se crean los requisitos para la comercialización de leche cruda para consumo humano directo en el territorio nacional. [En línea] Santa Fe de Bogotá, D.C.; [consultado: 05 de abril del 2021]. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/decreto-2500-de-2018.pdf>

Composición de la leche. [En línea] Bogotá. [Consultado: 15 de mayo de 2021]. Disponible en: <https://cuidateplus.marca.com/alimentacion/diccionario/leche.html>

Comportamiento del precio de la leche cruda en finca 2021 (Marzo – abril). [En línea] Bogotá. [Consultado: 15 de mayo de 2021]. Disponible en: [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/sipsa/BolSipsaLeche\\_abr\\_2021.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/sipsa/BolSipsaLeche_abr_2021.pdf)

Comportamiento del precio de la leche cruda en finca 2021 (Marzo – abril). [En línea] Bogotá. [Consultado: 15 de mayo de 2021]. Disponible en: [file:///D:/Documents/BALONCESTO/BolSipsaLeche\\_abr\\_2021.pdf](file:///D:/Documents/BALONCESTO/BolSipsaLeche_abr_2021.pdf)

Concepto y definición de la leche. [En línea] Bogotá. [Consultado: 15 de mayo de 2021]. Disponible en: <https://www.consumer.es/alimentacion/la-leche-de-vaca.html>

Calidad y evaluación de la leche. [En línea] Bogotá. [Consultado: 15 de noviembre de 2021]. Disponible en: <https://www.fao.org/dairy-production-products/products/calidad-y-evaluacion/es/>

COSIO HURTADO, Joaquin Marcelo. Los proyectos y los planes de negocios PERSPECTIVAS, núm. 27, enero-junio, 2011, pp. 23-45 Universidad Católica.

DANE. Particularidades en la producción de leche de vaca en Colombia [en línea] Bogotá. Febrero 2017. [Consultado: 22 de marzo de 2021]. Disponible en: [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/sipsa/Bol\\_Insumos\\_feb\\_2017.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/sipsa/Bol_Insumos_feb_2017.pdf)

EL ESTUDIO TÉCNICO [en línea] Bogotá. [Consultado: 22 de marzo de 2021]. Disponible en: <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo del Estudio Tecnico.pdf>

Falta de tecnología para el sector lácteo. [En línea] Bogotá. [Consultado: 15 de mayo de 2021]. Disponible en: <https://www.contextoganadero.com/ganaderia-sostenible/falta-de-tecnologia-afecta-al-sector-lechero-colombiano>.

FEDEGAN. Análisis de la Producción láctea en Colombia [sitio web] Bogotá; [consultado: 06 de abril de 2021]. Disponible en: <https://www.fedegan.org.co/noticias/para-el-sector-lechero-en-colombia-el-futuro-es-incierto>

FEDEGAN. Análisis de la Producción láctea en Colombia [sitio web] Bogotá; [consultado: 06 de agosto de 2021]. Disponible en: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Balance Y Perspectivas NV%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Balance Y Perspectivas NV%20(1).pdf)

Firman pacto para aumentar productividad y competitividad del sector lácteo colombiano [sitio web] [consultado: 06 de abril. de 2021]. Disponible en: <https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/Firman-pacto-para-aumentar-productividad-y-competitividad-del-sector-l%C3%A1cteo-colombiano.aspx/>

Fortalecimiento para el sector lechero. [En línea] Bogotá. [Consultado: 15 de mayo de 2021]. Disponible en: <https://www.agronet.gov.co/Noticias/Paginas/Noticia1449.aspx>

Forma jurídica de un plan de negocio. [En línea](Consultado el 21 de junio 2021) disponible en: <https://www.asuntoslegales.com.co/actualidad/los-beneficios-de-las-sas-para-el-desarrollo-de-empresas-nacionales-2793745>

Fuentes de información. [En línea] Bogotá. [Consultado: 21 de sep. de 21]. Disponible en: [https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/fuentes\\_informacion.html](https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/fuentes_informacion.html)

Howard John, Plan de marketing [en línea] Bogotá. [Consultado: 05 de abril de 2021]. Disponible en: <https://academiadeconsultores.com/marketing-estrategico-y-funciones/>

Implementación política de competitividad para el sector lechero. [En línea] Bogotá. [Consultado: 15 de mayo de 2021]. Disponible en: <https://www.minagricultura.gov.co/ministerio/direcciones/Documents/d.angie/Implementaci%C3%B3n%20Politica.pdf>

JUSTIN G. Longenecker, Carlos W. Moore J. William Petty, Leslie E. Palich  
Administración de pequeñas empresas. Lanzamiento y crecimiento de iniciativas  
emprendedoras, 14a. ed. [en línea] disponible en:  
[https://www.academia.edu/35744289/Longenecker Moore Petty Palich ADMINIS  
TRACION DE PEQUEÑAS EMPRESAS](https://www.academia.edu/35744289/Longenecker_Moore_Petty_Palich_ADMINISTRACION_DE_PEQUEÑAS_EMPRESAS)

La comercialización. Definiciones conceptuales Colombia [sitio web] Bogotá;  
[consultado: 22 de marzo de 2021]. Disponible en:  
[https://www.eumed.net/librosgratis/2009a/504/Comercializacion%20y%20la%20Ge  
stion%20Comercial%20a%20traves%20de%20Tiendas.htm](https://www.eumed.net/librosgratis/2009a/504/Comercializacion%20y%20la%20Gestion%20Comercial%20a%20traves%20de%20Tiendas.htm)

MARCO METODOLOGICO. Investigación descriptiva. [En línea] Bogotá.  
[Consultado: 05 de abril de 21]. Disponible en:  
<http://virtual.urbe.edu/tesispub/0095948/cap03.pdf>

Ministerio de Agricultura y desarrollo rural Ministerio de comercio, industria y  
turismo. Implementación política para mejorar la competitividad del sector lácteo  
Nacional [en línea]. Marzo de 2016. P13. [Consultado: 22 de marzo de 2021].  
Disponible en:  
[https://www.minagricultura.gov.co/ministerio/direcciones/Documents/Informe%20d  
e%20Avance%202017%20CONPES%203675.pdf](https://www.minagricultura.gov.co/ministerio/direcciones/Documents/Informe%20de%20Avance%202017%20CONPES%203675.pdf)

Mónica de Greif, Guía de Mejores Prácticas para la Producción Lechera en el  
Clúster Lácteo de Bogotá – Región. Última edición octubre de 2019 [en línea]  
disponible en: <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/24325>

Norma técnica colombiana NTC 399. Productos lácteos. [En línea] Bogotá. [Consultado: 21 de septiembre de 2021]. Disponible en <https://pdfcoffee.com/ntc-399-4-pdf-free.html>

Ortega. Plan financiero [en línea] Bogotá. [Consultado: 05 de abril de 2021]. Disponible en: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/487-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2092-2-10-20190515.pdf>.

Planeación Financiera. [En línea] Bogotá. [Consultado: 05 de abril de 2021]. Disponible en: [https://es.slideshare.net/abrahamvargas5/planeacion-financiera-82087240#:~:text=Los%20autores%20\(Stephen%20et%20al,negocios%3B%20la%20prevenci%C3%B3n%20de%20sorpresas](https://es.slideshare.net/abrahamvargas5/planeacion-financiera-82087240#:~:text=Los%20autores%20(Stephen%20et%20al,negocios%3B%20la%20prevenci%C3%B3n%20de%20sorpresas)

Perfil Sanitario Nacional de Leche Cruda para Consumo Humano Directo. GMP [en línea] Bogotá. [Consultado: 21 de septiembre de 2021]. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/SNA/PerfiI-sanitario-nacional-leche-cruda>. Pdf; pág., 16.

Proyecto de caracterización de la leche cruda identificando la presencia del Glicomacropéptido de Caseína c-GMP [en línea] Bogotá. [Consultado: 21 de septiembre de 2021]. Disponible en <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-capacita/publicaciones/sectoriales/publicaciones-lacteos/proyecto-de-caracterizacion-de-la-leche-cruda-iden/1-estado-arte>; PAG.48 pdf.

SANZ DE LA TAJADA, Luis Ángel. Plan de marketing [en línea] Bogotá. [Consultado: 05 de abril de 2021]. Disponible en: <https://www.noray.com/blog/el->





## ANEXOS.

### ANEXO A. Encuesta para realizar el análisis de mercado

ENCUESTA DISEÑADA PARA IDENTIFICAR Y DETERMINAR EL MERCADEO DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LECHE BOVINA EN EL MUNICIPIO DE SUESCA, VEREDA HATO GRANDE.

La presente encuesta se realiza con fines académicos bajo la ley 1581 de 2012, por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales; su propósito es el de elaborar un estudio de mercado sobre la producción láctea.

Objetivo: Elaborar un estudio de mercado sobre la producción y comercialización de leche bovina.

De antemano agradecemos su tiempo y disposición para diligenciar esta encuesta.

Nombre: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

1. ¿Qué actividad (es) económica desempeña actualmente?

a) Agricultura

b) Ganadería

c) Minería.

d) Otra ¿Cuál? \_\_\_\_\_

2. ¿Maneja usted en su finca o terreno algún sistema de producción?

a. Si

b. No

c. Otro----- ¿Cuál? -----

3. ¿Usted tiene especies bovinas en su finca?

a. Si

b. No

4. ¿Cuántas de estas son de ordeño?

a. Entre 1 a 10

b. Entre 10 a 20

c. Entre 25 a 30

d. Actualmente no tengo ganado en ordeño

e. Otra ¿Cuál? -----

5. ¿Cuál es el objetivo principal del sistema de producción láctea del predio?

a. Calidad

b. Cantidad

c. Precio

d. Todas las anteriores

6. ¿Cuál es el promedio de la producción diaria láctea en su finca?

a. 0 a 10lts

b. 10 a 20lts

c. 20 a 30lts

d. Más 30 lts

e. Otra ¿Cuál? -----

7. ¿A quién le vende la leche producida?

a. Carros recolectores

b. Asociaciones lecheras

c. Plantas transformadoras

d. Otra ¿Cuál? -----

8. ¿Aproximadamente a qué precio le pagan el litro de leche?

a. \$900 a \$1000

b. \$1000 a \$1100

- c. \$1100 a \$ 1200
- d. Otro valor -----

9. Generalmente el precio de la leche, se fija de acuerdo a:

- a. Cantidad
- b. Calidad
- c. Composición
- d. Fijada por el comprador
- e. Otro; ¿Cuál? -----

10. Generalmente, ¿Cómo realiza la venta de la leche?

- a. En cantina (Recién ordeñada – caliente)
- b. En cantina fría
- c. En tanque de enfriamiento
- d. Otro ¿Cuál? -----

11. ¿Existen Asociaciones lecheras en el Municipio de Suesca Vereda Hato Grande?

- a. Si
- b. No
- c. ¿Cuántas? -----

12. ¿Usted actualmente es Asociado en alguna Asociación lechera?

a. Si

b. No

c. ¿Cuál? -----

13. ¿La Asociación le ofrece a usted incentivos y capacitaciones?

a. Si

b. No

14. ¿Qué tipo de incentivos le ofrece la Asociación?

a. Apoyos económicos y préstamos

b. Ventas de insumos pecuarios a precios cómodos

c. Apoyo para siembra de pasturas

d. Ninguna

e. Otros ¿Cuáles? -----

15. ¿Qué tipo de capacitación ofrecen las Asociaciones?

a. Manejo de praderas y sanidad animal.

b. Calidad y productividad en la producción láctea.

c. Manejo reproductivo y mejora de genética

d. Otro ¿Cuál? -----

16. ¿Cuál es la frecuencia de pagos de la leche por parte de la Asociación o de sus clientes?

a. Diario

b. Semanal

c. Quincenal

d. Mensual

e. Otra ¿Cuál? -----

17. ¿La Asociación utiliza algún medio de promoción para sus productos?

a. Si

b. No

\*Si su respuesta es afirmativa, indique ¿Cuál? -----

18. ¿Cuál considera que es su competencia directa?

-----  
-----  
-----

19. Al comercializar sus productos, ¿la Asociación cuenta con el diseño de logos y etiqueta?

a. Si

b. No

c. ¿Cuál?

20. ¿Cuál es el destino/localización dónde la Asociación envían la producción de la leche?

a. Empresas procesadoras y comercializadoras como Alpina, Colanta entre otras.

b. Fabricas Queseras

C. Otra. ¿Cuál?

21. ¿Cuáles son las principales dificultades que se le presentan en la comercialización de la leche?

-----  
-----  
-----  
-----

22. ¿Cuál considera que es su mayor motivación a continuar con la producción y comercialización de leche?

-----  
-----  
-----

23. ¿Qué ventajas, fortalezas, beneficios encuentra en la producción y comercialización de leche?

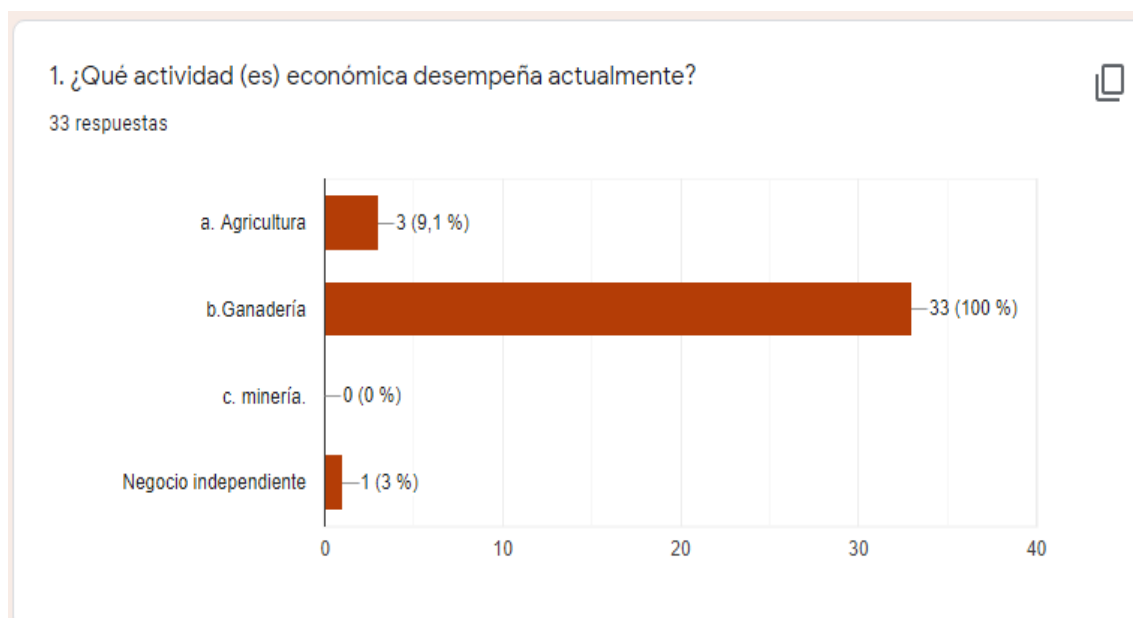
-----  
-----  
-----

Agradecemos su tiempo y disposición para la realización de esta encuesta.

## ANEXOS 2 Análisis e interpretación de la información

1. ¿Qué actividad (es) económica desempeña actualmente?		Porcentaje total:
a. Agricultura	3	9,1%
b. Ganadería	33	100%
c. Minería	0	
d. Negocio independiente	1	3%

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

### Análisis e interpretación:

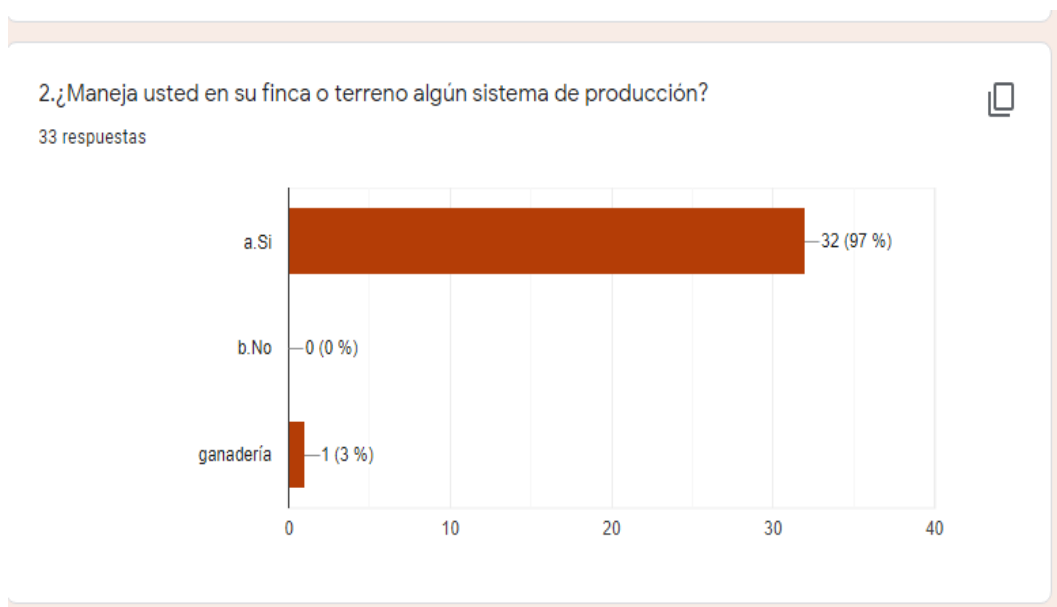
De gráfico anterior se deduce que en la vereda de Hato Grande Municipio de Suesca, la actividad económica que más se desarrolla es la Ganadería, teniendo en cuenta que del 100% de los encuestados representa la muestra tomada la cual fue



de 33 personas, quienes desempeñan y desarrollan su actividad económica basada en la Ganadería, como la base fundamental para su sostenimiento familiar.

2. ¿Maneja usted en su finca o terreno algún sistema de producción?		Porcentaje total:
a. Si	32	99%
b. No	0	
c. Otro--- ¿Cuál?	1 Ganadería.	1%

Fuente: Elaboración propia.



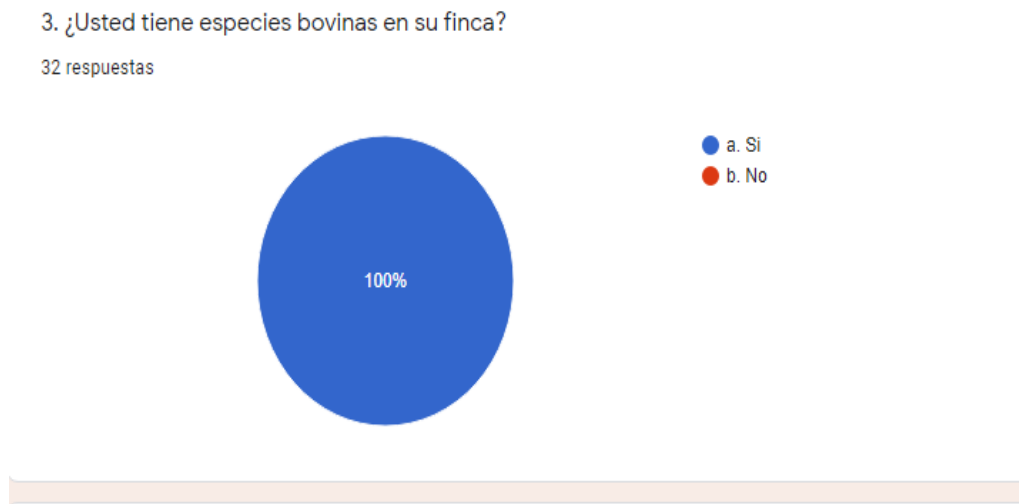
Fuente: Elaboración propia.

**Análisis e interpretación:**

Del anterior grafico se deduce, que las personas encuestadas en su mayoría si manejan un sistema de producción enfocado a la ganadería y de las cuales representan un 97% del total de la muestra. Lo que representa que sus terrenos y fincas se encuentran adecuados para un sistema de producción que genere estabilidad económica para el mismo.

3. ¿Usted tiene especies bovinas en su finca?		Porcentaje total:
a. Si	32	100%
b. No	0	0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

**Análisis e interpretación:**

El grafico anterior representa que el 100% de los encuestados si tienen especies bovinas en sus fincas, las cuales hacen parte de las actividades económicas de la

zona rural del Municipio de Suesca, lo cual demuestra que esta zona está capacitada para esta actividad ancestralmente.

4. ¿Cuántas de estas son de ordeño?		Porcentaje total:
a. Entre 1 a 10	20	60,6%
b. Entre 10 a 20	7	21,2%
c. Entre 25 a 30	5	15,2%
d. Actualmente no tengo ganado en ordeño	1	3%

Fuente: Elaboración propia.



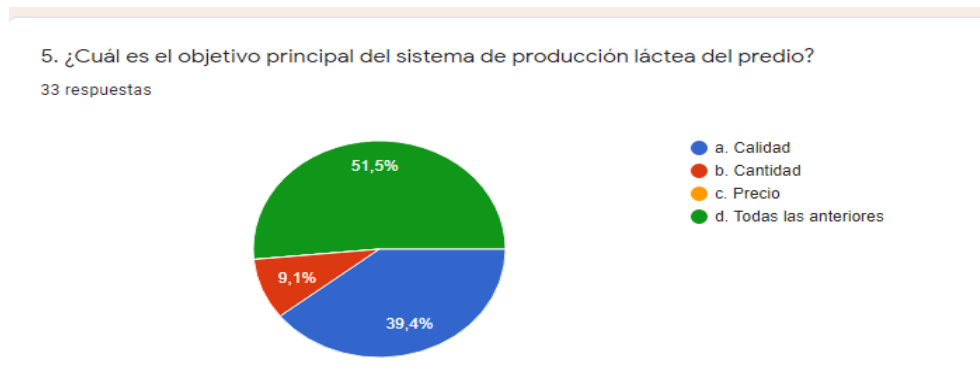
Fuente: Elaboración propia.

**Análisis e interpretación:**

En el grafico anterior se demuestra, que 60,6% de los encuestados de la muestra total poseen entre 1 y 10 animales de ordeño, lo que demuestra que en su mayoría tienen una capacidad mínima de producción siendo este un sistema de producción familiar para el sostenimiento de la misma.

5. ¿Cuál es el objetivo principal del sistema de producción láctea del predio?		Porcentaje total:
a. Calidad	13	39,4%
b. Cantidad	3	9,1%
c. Precio	0	
d. Todas las anteriores	17	51,5%

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

### Análisis e interpretación:

Se demuestra en el grafico anterior que 51,5% de los encuestados consideran como objetivo principal para su sistema de producción láctea en su predio, que tanto la calidad, cantidad y precio, son importantes y necesarios para un sistema de

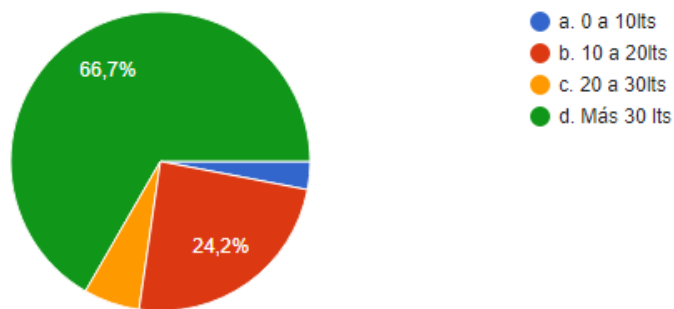
producción, mientras que el 39,4% consideran que la calidad del producto es la base fundamental del mismo y el otro 9,1% tienen en cuenta más la cantidad del producto. En conclusión en todo producto es necesario y fundamental considerar los 3 aspectos importantes en un sistema de producción tales como: la cantidad, calidad y precio de un producto lácteo o determinado.

6. ¿Cuál es el promedio de la producción diaria láctea en su finca?		Porcentaje total:
a. 0 a 10lts	1	3%
b. 10 a 20lts	8	24,2%
c. 20 a 30lts	2	6,1%
d. Más de 30lts	22	66,7%

Fuente: Elaboración propia.

6. ¿Cuál es el promedio de la producción diaria láctea en su finca?

33 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

**Análisis e interpretación:**

En el anterior grafico se puede evidenciar que el promedio de la producción diaria láctea en las fincas de los productores ganaderos es de más de 30lts lo que representa un 66,7% del total de la muestra encuestada y lo que significa que los productores tienen una capacidad mediana de producción para su sostenimiento familiar y económico.

7. ¿A quién le vende la leche producida?		Porcentaje total:
a. Carros recolectores	3	9,1%
b. Asociaciones lecheras	29	87,9%
c. Plantas transformadoras	1	3%

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis e interpretación:**

El grafico anterior evidencia que los productores ganaderos en su mayoría le venden la leche producida a Asociaciones lecheras de la zona ya conformadas; las

cuales ya tiene destinada la empresa a la cual le van a vender el producto, esto representa un 87,9% de los encuestados del total de la muestra.

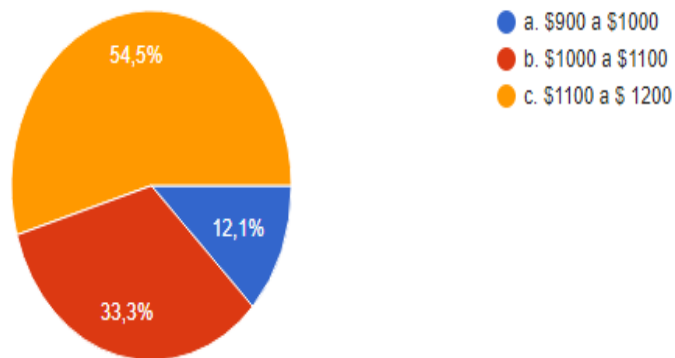
8. ¿Aproximadamente a qué precio le pagan el litro de leche?		Porcentaje total:
a. \$900 a \$ 1000	4	12,1%
b. \$1000 a \$ 1100	11	33,3%
c. \$1100 a \$ 1200	18	54,5%

Fuente: Elaboración propia.

---

8. ¿Aproximadamente a qué precio le pagan el litro de leche?

33 respuestas



---

Fuente: Elaboración propia.

**Análisis e interpretación:**

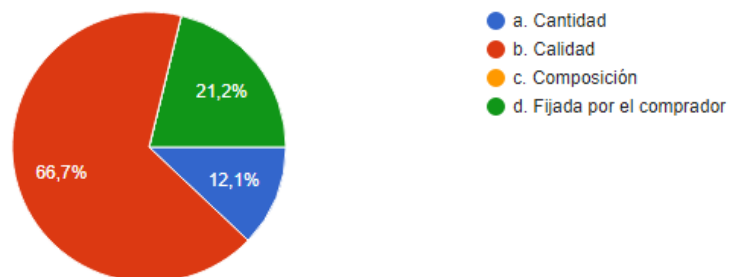
Se evidencia en el grafico anterior que el pago por litro de leche esta entre \$1100 a \$1200 lo que representa el 54,5% del total de la muestra, lo cual genera un poco de desconcierto para los productores, ya que producir un litro de leche genera bastantes gastos e inversiones y no son considerados por el mercado nacional, para el aumento y mejora del precio del producto.

9. Generalmente el precio de la leche, se fija de acuerdo a:		Porcentaje total:
a. Cantidad	4	12,1%
b. Calidad	22	66,7%
c. Composición	0	0
d. Fijada por el comprador	7	21,2%

Fuente: Elaboración propia.

9. Generalmente el precio de la leche, se fija de acuerdo a:

33 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

**Análisis e interpretación:**



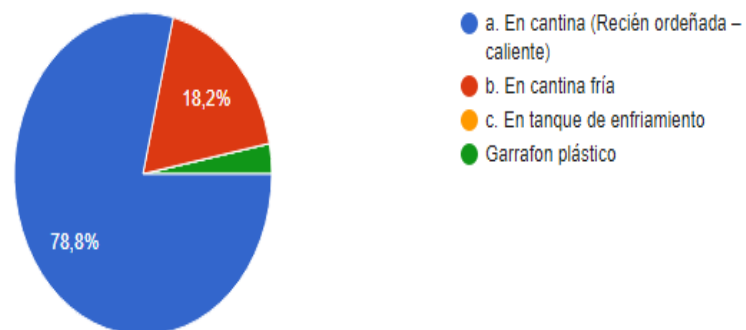
En el anterior grafico se muestra que la población encuestada representada en un 66,7% del total de la misma, indica que el precio de la leche se fija en la calidad de la misma ya que para las empresas procesadoras y transformadoras la calidad del producto es la base fundamental del mismo para así mismo fijar su precio.

10. Generalmente, ¿Cómo realiza la venta de la leche?		Porcentaje total:
a. En cantina( Recién ordeño-caliente)	26	78,8%
b. En cantina fría	6	18,2%
c. En tanque de enfriamiento	0	0
d. Garrafón plástico	1	3%

Fuente: Elaboración propia.

10. Generalmente, ¿Cómo realiza la venta de la leche?

33 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

**Análisis e interpretación:**

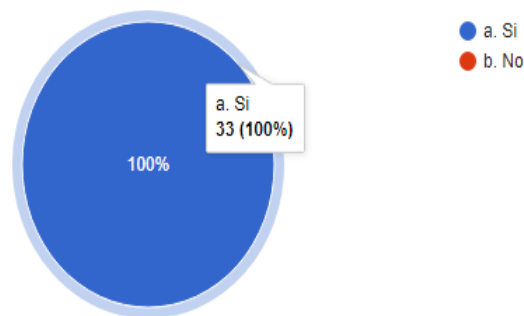
En el anterior grafico se evidencia que los productores ganaderos en su mayoría venden su producto en cantina (recién ordeñada- caliente), lo que representa el 78,8% de la muestra total, lo realizan de esta manera para conserva la calidad de su producto y la conservación del mismo.

11. ¿Existen Asociaciones lecheras en el Municipio de Suesca Vereda Hato Grande?		Porcentaje total:
a. Si	33	100%
b. No	0	0

Fuente: Elaboración propia.

11. ¿Existen Asociaciones lecheras en el Municipio de Suesca Vereda Hato Grande?

33 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis e interpretación:**

El grafico anterior demuestra que en el Municipio de Suesca Vereda Hato Grande si hay Asociaciones lecheras con un 100% de total de la muestra encuestada, en lo que se deduce que el producto tiene bastante acogida para su comercialización por parte de las diferentes asociaciones de la zona rural del municipio. En la verdad

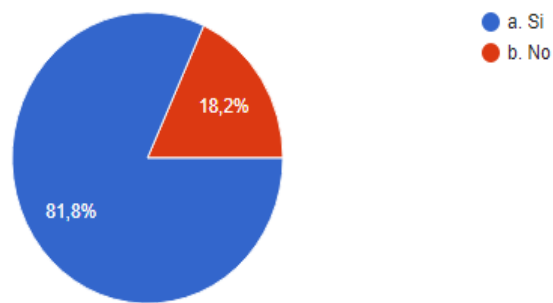
actualmente existen 4 Asociaciones lecheras quien son las encargadas directamente de la comercialización y venta del producto. Por ende, para los productores se les facilita la venta del mismo.

12. ¿Usted actualmente es Asociado en alguna Asociación lechera?		Porcentaje total:
a. Si	27	81,8%
b. No	6	18,2%

Fuente: Elaboración propia.

12. ¿Usted actualmente es Asociado en alguna Asociación lechera?

33 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis e interpretación:**

En la gráfica anterior se muestra que la mayoría de los productores ganaderos se encuentra asociados a una Asociación lechera, con un 81,8% del total de la muestra, por ende, se demuestra que para los productores tener la facilidad de comercializar y vender su producto a través de las asociaciones les permite mejorar

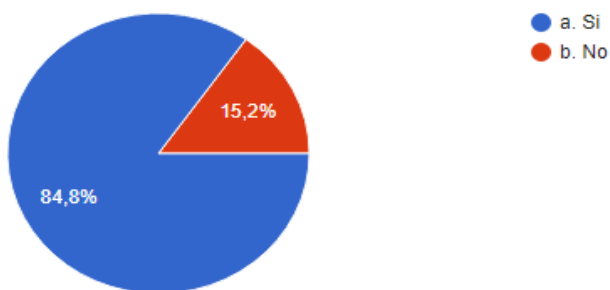
sus condiciones económicas en cuanto a gastos de comercialización y transporte del producto.

13. ¿La Asociación le ofrece a usted incentivos y capacitaciones?		Porcentaje total:
a. Si	28	84,8%
b. No	5	15,2%

Fuente: Elaboración propia.

13. ¿La Asociación le ofrece a usted incentivos y capacitaciones?

33 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis e interpretación:**

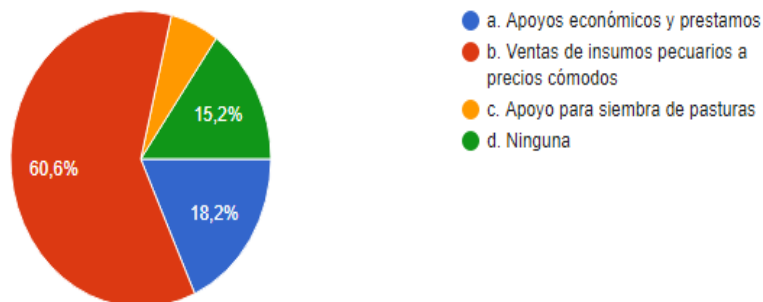
En el gráfico anterior se evidencia que el 84,8% de los encuestados afirman que efectivamente las Asociaciones ofrecen incentivos y capacitaciones a sus productores en mejora y productividad de su producto, donde se muestra un mutuo acuerdo entre el asociado y la asociación de sacar al mercado un producto de calidad, con el objetivo de mejora del pago del mismo.

14. ¿Qué tipo de incentivos le ofrece la Asociación?		Porcentaje total:
a. Apoyos económicos y prestamos	6	18,2%
b. Ventas de insumos pecuarios a precios cómodos.	20	60,6%
c. Apoyo para siembra de pasturas.	2	6,1%
d. Ninguna	5	15,2%

Fuente: Elaboración propia.

14. ¿Qué tipo de incentivos le ofrece la Asociación?

33 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis e interpretación:**

En el anterior gráfico se evidencia que el tipo de incentivos que ofrece la asociación es la venta de insumos pecuarios a precios cómodos lo que representa el 60,6% de los encuestados, por lo cual le facilita al asociado o productor la compra del mismo sin necesidad de transportarse o de comprar el producto en otro municipio.

15. ¿Qué tipo de capacitación ofrecen las Asociaciones?		Porcentaje total:
a. Manejo de praderas y sanidad animal.	6	24,2%
b. Calidad y productividad en la producción láctea.	18	54,5%
c. Manejo reproductivo y mejora de genética.	1	3%
d. Ninguna de las anteriores	4	12,2%
e. Todas las anteriores	2	6.1%

Fuente: Elaboración propia.

15. ¿Qué tipo de capacitación ofrecen las Asociaciones?

33 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis e interpretación:**

En la gráfica anterior se evidencia que el tipo de capacitación que ofrece la Asociación es la calidad y productividad en la producción láctea, la cual representa el 54,5% de los encuestados del total de la muestra. Lo que demuestra que para las

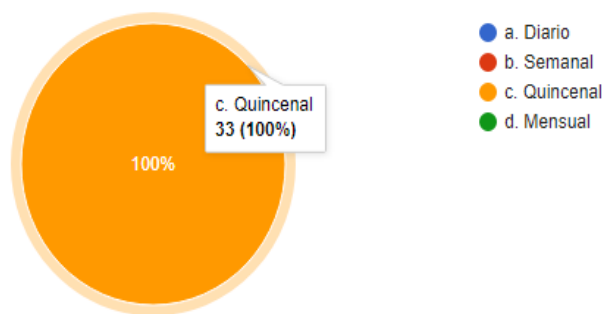
asociaciones es fundamental e importante que los productores manejen un adecuado sistema de producción en cuanto a calidad y productividad del producto.

16. ¿Cuál es la frecuencia de pagos de la leche por parte de la Asociación o de sus clientes?		Porcentaje total:
a. Diario	0	0
b. Semanal	0	0
c. Quincenal	33	100%
d. Mensual	0	0

Fuente: Elaboración propia.

16. ¿Cuál es la frecuencia de pagos de la leche por parte de la Asociación o de sus clientes?

33 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

### Análisis e interpretación:

En la gráfica se demuestra que la frecuencia de pagos de la leche por parte de la Asociación o de sus clientes es quincenalmente, representado en un 100% total de la muestra. Lo que significa que para los productores es más factible recibir su pago

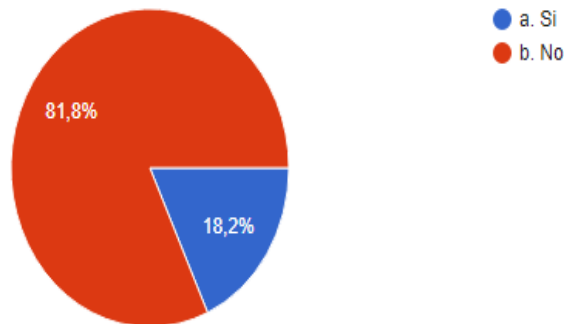
por su producto quincenalmente, para sus gastos e inversiones en sus sistemas de producción.

17. ¿La Asociación utiliza algún medio de promoción para sus productos?		Porcentaje total:
a. Si	27	18,2%
b. No	6	81,2%

Fuente: Elaboración propia.

17. ¿La Asociación utiliza algún medio de promoción para sus productos?

33 respuestas

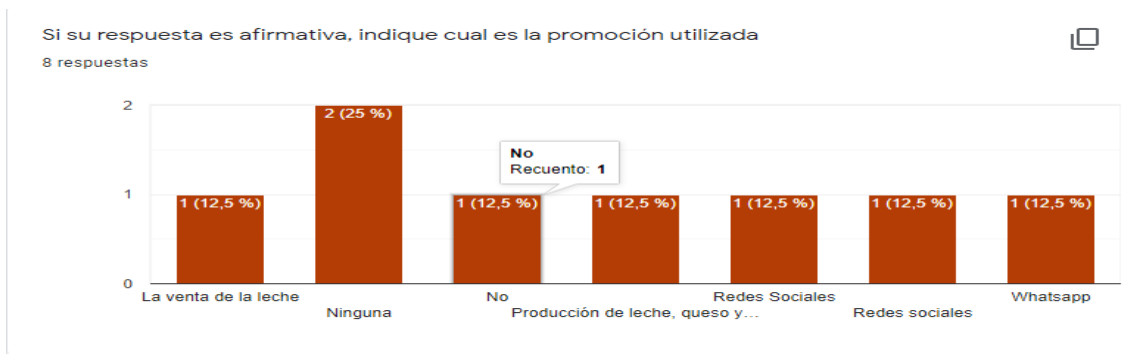


Fuente: Elaboración propia.

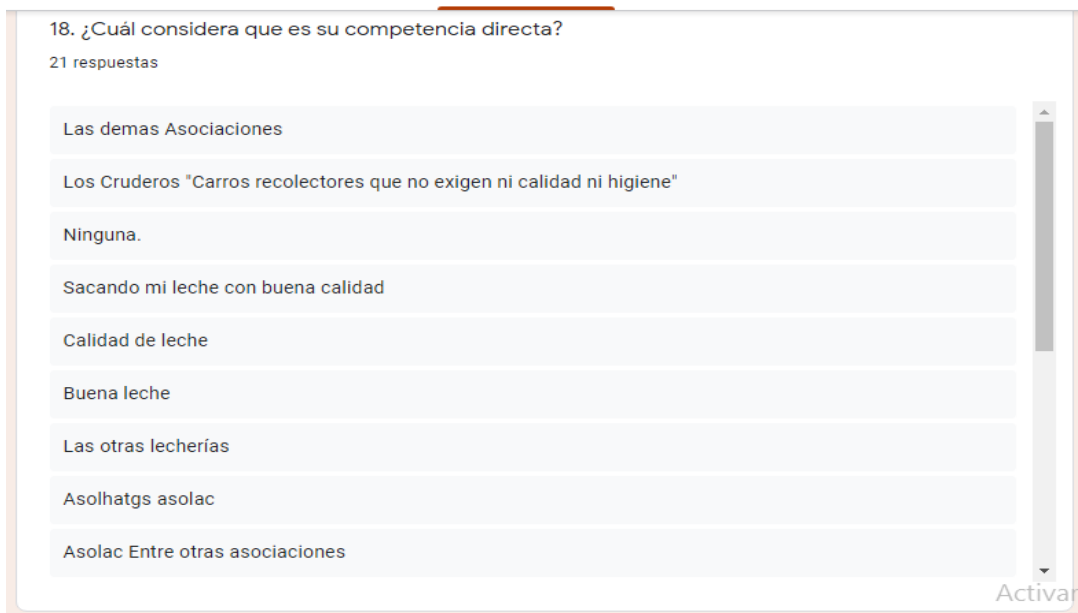
### **Análisis e interpretación:**

En el gráfico anterior se evidencia que la Asociación no utiliza algún medio de promoción para sus productos, representado en un 81.8% del total de la muestra. Por ende los resultados muestran una debilidad por parte de la Asociación ya que no promociona sus productos ni se da a conocer en el mercado; Lo que genera una oportunidad de mejora para la misma.





Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

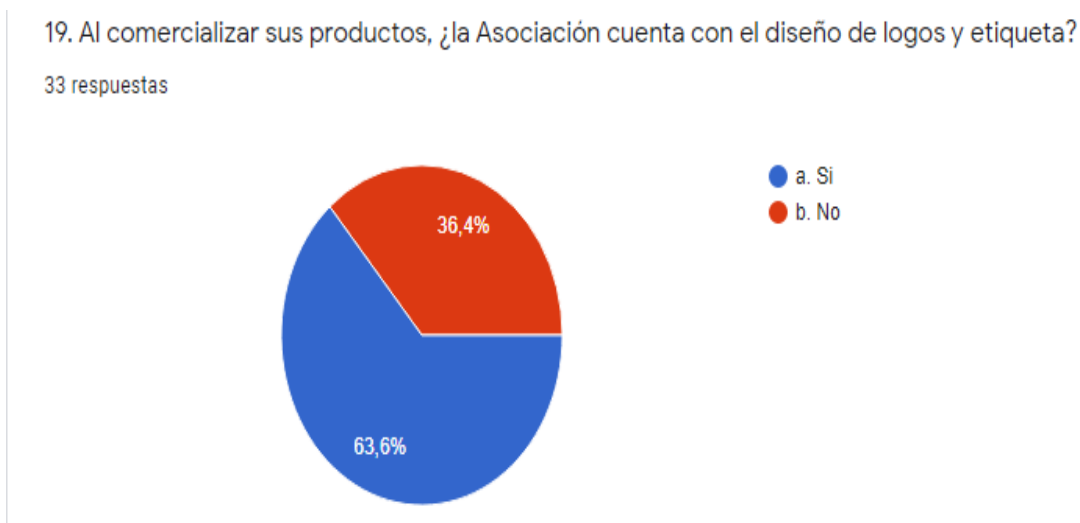
### Análisis e interpretación:

Dentro de la repuesta dada por los productores se evidencia que para ellos la competencia directa, son las demás Asociaciones formalizadas en el vereda de Hato Grande Municipio de Suesca, de las cuales a una de ellas se encuentra

asociados o afiliados y consideran a las demás como competencia, pero en si la competencia directa son las fabricas procesadoras de los derivados de la leche , que no están formalizadas directamente, ni cuentan con los parámetros necesarios para este actividad, pero le generan incertidumbres y dudas a los productores.

19. Al comercializar sus productos, ¿la Asociación cuenta con el diseño de logos y etiqueta?		Porcentaje total:
a. Si	21	63,6%
b. No	12	36,4%

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis e interpretación:**

En la gráfica anterior se evidencia que la Asociación si cuenta con el diseño de logos y etiqueta a comercializar sus productos con una representación del 63,6% de los encuestados de la muestra total. Lo que quiere decir que en el momento de

comercializar sus productos la Asociación es reconocida por sus productores y por las empresas transformadoras del producto.

20. ¿Cuál es el destino/localización dónde la Asociación envían la producción de la leche?		Porcentaje total:
a. Empresas procesadoras y comercializadoras como Alpina, Colanta entre otras.	29	87,9%
b. Fabricas Queseras.	4	12,1%
c. Otro--- ¿cuál?	0	0

Fuente: Elaboración propia.

20. ¿Cuál es el destino/localización dónde la Asociación envían la producción de la leche?

33 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

### Análisis e interpretación:

Se evidencia en el grafico anterior que el destino/localización donde la Asociación envían la producción de leche es: a las Empresas procesadoras y Comercializadoras como Alpina, Colanta entre otras, representadas en un 87,9% de los encuestados de total de la muestra. Se deduce que las Asociaciones que se encuentran en el municipio no cuentan con los recursos técnicos y económicos

necesarios para procesar y comercializar sus productos directamente, debido a esto venden sus productos a las diferentes Empresas procesadoras y transformadoras del producto.



Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis e interpretación:**

En el gráfico anterior se evidencia las diferentes respuestas dadas por los productores, en cuanto a cuáles son las principales dificultades que se presentan en la comercialización de la leche, dichas respuestas concuerdan con la calidad del producto ; en cuanto a la higiene, las bacterias que posee el producto, acidez, enfriamiento de la leche entre otras. Estas dificultades hacen que los productores se esfuercen en mejorar su productividad y calidad del producto ya que de esto depende el pago y precios de su producto.

Por otra parte otra de las dificultades son cuando en el país se realizan paros y protestas Nacionales, que no permite el Comercio y transporte de los productos viéndose afectados los pequeños productores Colombianos.

22. ¿Cuál considera que es su mayor motivación a continuar con la producción y comercialización de leche?

27 respuestas

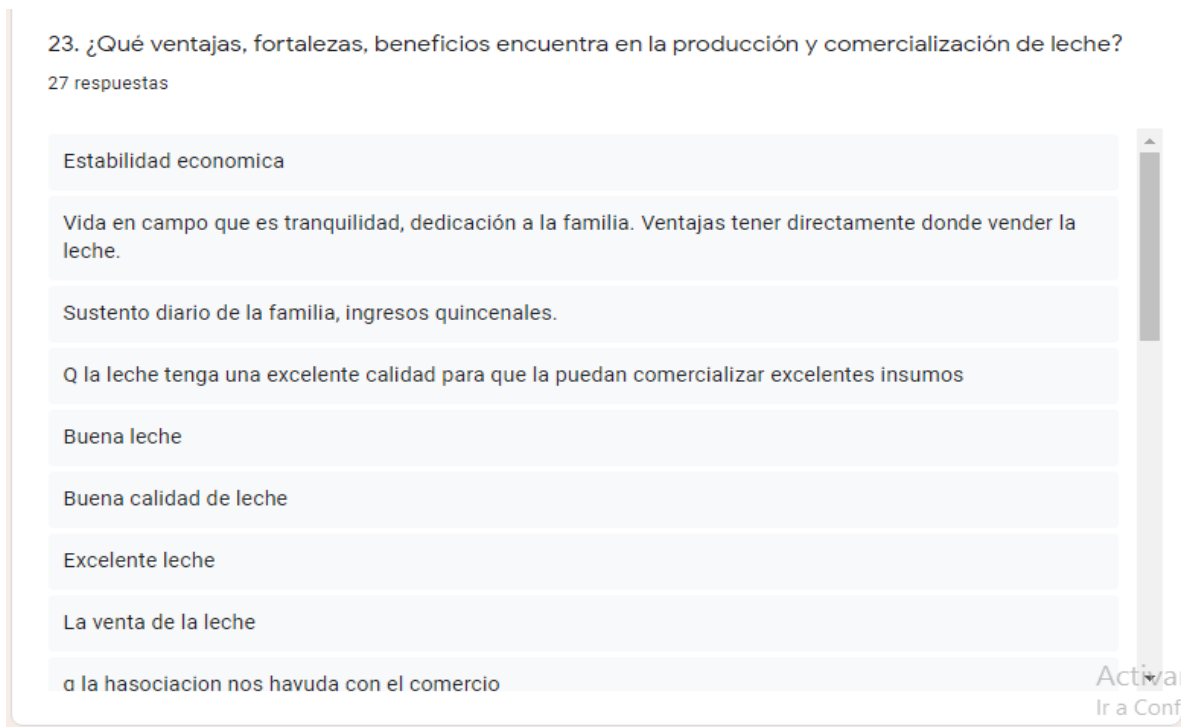


Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis e interpretación:**

Se puede evidenciar en el gráfico anterior que para los productores sus mayores motivaciones a continuar con la producción y comercialización de la leche son: estabilidad económica, bienestar y calidad de vida para la familia, amor por trabajo desempeñado, progreso para el campo colombiano, mejoras en la productividad de su producto entre otras respuestas dadas por los encuestados.

Se deduce que esta actividad económica de la Ganadería es una motivación para el progreso y sostenimiento del campo colombiano así lo hace saber y ver los pequeños productores encuestados; lo ideal es seguir incentivando a estos pequeños productores a trabajar por sus ideales y metas propuestas para el campo colombiano.



Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis e interpretación:**

En el anterior gráfico se evidencia algunas respuestas dadas por los productores en cuanto a que ventajas, fortalezas, beneficios encuentran en la producción y comercialización de leche de las cuales respondieron: estabilidad económica, sustento diario para la familia, ingresos quincenales, buena calidad de leche, la venta de la misma, vivir en el campo genera tranquilidad, dedicación a la familia, ventajas de tener directamente donde vender la leche, entre otras respuesta dadas que como conclusión generan expectativas de vida y progreso para el campo colombiano y que tan solo busca apoyos económicos, técnicos para la venta de su producto por parte del gobierno nacional.



