

Visibilidad económica para los agricultores que abastecen las *cadena de suministro*.

Convertimos la voz de un agricultor, la foto de un recibo o una nota de WhatsApp en una imagen clara de lo que cada lote cuesta y produce — y convertimos esa adopción en previsibilidad de cadena de suministro para las marcas.

EMPRESA Campo Digital Colombia S.A.S. · Tunja, Boyacá, Colombia

PROGRAMA 100+ Accelerator · Cohorte 8 · Reto 04 · Agricultura Sostenible

Los pequeños agricultores manejan negocios reales a ciegas — no saben cuánto *cuesta ni produce* cada lote.

- ◆ Los costos viven en cuadernos, recibos sueltos y la memoria: jornales, horas de tractor, gastos pequeños del día, anticipos a trabajadores, peajes, insumos. Nadie los vuelve a leer.
- ◆ Sin costo e ingreso por lote, un agricultor no distingue un cultivo rentable de uno que pierde — por eso las fincas pequeñas siguen pequeñas y se decide por intuición, no por números.
- ◆ **Validado dentro del regulador:** el ICA reporta que la gran mayoría de los agricultores que atiende casi no lleva registros.

La agricultura es la *industria menos digitalizada del planeta* — y el dinero solo no lo ha resuelto.

- ◆ **Industria menos digitalizada de la economía global**, por debajo de construcción y minería (McKinsey Global Institute).
- ◆ Aun en el mercado agrícola más capitalizado del mundo, **solo ~50% de los agricultores de EE. UU.** adoptó hardware de agricultura de precisión — y **~30% en el resto** (McKinsey, 2025).
- ◆ El capital de riesgo agrifood-tech está **-70% frente a su pico de 2021** — el sector necesita modelos de menor fricción y más pacientes, no VC tradicional (McKinsey, 2025).
- ◆ **80% de los productores de América Latina son pequeños**, pero casi todo el AgTech se diseñó para el grande (BID Lab). **≤17% de los rurales de la región** tiene habilidades digitales básicas (IICA).

Ninguna herramienta resolvió la *adopción* — y la aritmética obliga a la masividad.

- ◆ Las herramientas existentes se diseñan para el comprador o el Estado: el dato sube, el valor nunca baja — así que el agricultor deja de usarlas, con razón.
- ◆ La herramienta gratuita del Estado registra las aplicaciones del cultivo pero **ningún costo** ("los precios varían mucho por zona"). La capa económica es tierra de nadie.
- ◆ **La geometría de la tierra vuelve la masividad innegociable:** las fincas de menos de 5 ha son el **70,4% de los productores pero ocupan solo el 2,0% del área**; el 0,4% de las unidades concentra el 77,3% (censo DANE 2014). Empezar por el gran productor deja fuera, por diseño, a **7 de cada 10**.

Captura sin fricción. Confirmar antes de guardar. *Ver la utilidad por lote.*

- ◆ **Captura multimodal:** háblalo, fotografía el recibo, reenvía una nota de voz de WhatsApp o escríbelo. La IA lo estructura en costos, mano de obra y eventos del cultivo.
- ◆ **Confirmar antes de guardar:** cada extracción de la IA se muestra a la persona para una confirmación de un toque antes de escribir nada. La confianza es un principio de producto, no una función.
- ◆ **Integración económico-agronómica** — el núcleo defendible: costos, agronomía y mano de obra en un solo hilo, que termina en una respuesta clara: *¿estoy ganando o perdiendo en este lote?*

De una frase hablada a una decisión, *en una pantalla.*

- ◆ **Capturar** → "Le pagué a dos trabajadores 60.000 pesos a cada uno y 40.000 en diésel hoy."
- ◆ **Confirmar** → la app propone los registros estructurados; el agricultor toca para aceptar o corregir.
- ◆ **Ver** → un gráfico de gasto contra el ciclo del cultivo, más cosecha estimada vs. real y utilidad en curso.
- ◆ Los usuarios objetivo entendieron el gráfico al instante, sin explicación — comprime años de experiencia en una sola imagen.

La economía que mató la adopción masiva acaba de *invertirse* — y la infraestructura acaba de cruzar la línea.

- ◆ **Inflexión de conectividad:** por primera vez en la historia, **más de la mitad de los hogares rurales colombianos tiene internet (56,9% en 2025, desde 32,2%)** — un salto de ~25 puntos en tres años (MinTIC / DANE).
- ◆ **La IA multimodal se volvió commodity:** la captura por dictado por fin es viable para una base de usuarios mayor y con baja alfabetización digital.
- ◆ **El costo de tokens se desplomó** a fracciones de centavo por interacción — servir a millones de agricultores gratis pasó de riesgo de costo a activo barato de adquisición.
- ◆ El problema de adopción sigue sin resolverse por los incumbentes. La ventana está abierta ahora, y se está cerrando.

Masividad primero; *las marcas pagan después*. Esa secuencia lo ordena todo.

CIMA

"Cuentas árbol" de marca

Una entidad paga por toda su base de productores desde un panel web.
Asociación USD 1.500–4.500/año; Empresa/Marca USD 12.000–30.000/año. Aquí está el ingreso real.

INSTITUCIONAL

Gobierno / reguladores

Entidades que pagan por supervisar la documentación de los productores que regulan.

CANAL

Agrónomos

Distribuidores de confianza que traen los primeros agricultores y pagan un plan recurrente (desde USD 490/año). Resuelven el arranque en frío.

BASE

Agricultores individuales (freemium)

Volumen y prueba de captura — el embudo, no el ingreso. El plan gratis "Semilla" conserva todo el histórico; Plus/Pro de pago (USD 120–340/año) se desbloquean por capacidad de negocio, no por volumen.

Las marcas no compran la contabilidad del agricultor. Compran *previsibilidad y trazabilidad*.

- ◆ Lo que compra una empresa como **Bavaria / AB InBev** es **previsibilidad de cosecha y calidad**, más un **registro limpio de trazabilidad y cumplimiento** en toda su base de proveedores.
- ◆ El dolor está cuantificado y es reciente: la papa blanca **cayó ~46% en 2025** por una sobreoferta que nadie vio venir (Fedepapa, abr. 2026) — porque nadie tiene visibilidad agregada de cuánto se sembró ni cuándo saldrá la cosecha.
- ◆ El precio se cobra por **capacidad, no por volumen** — cobrar por hectáreas o toneladas incentiva el subregistro y envenena justo el dato de producción que la marca compra.
- ◆ **Ciclo de patrocinio:** cuando una marca paga por N productores, ellos reciben la app completa gratis — onboarding de toda una base de proveedores de un solo golpe.

Un mercado global grande, una cuña enfocada, e ingreso que escala *con marcas* — no con agricultores que pagan.

- ◆ **Referencia global (top-down):** el software de gestión agrícola vale **USD 2,8–4,3 mil M en 2025–26**, creciendo 11–17%/año hacia USD 5–13 mil M en 2030–35 (siete firmas). Aun en EE. UU., solo **>55% de los operadores** usó alguna herramienta digital en 2024.
- ◆ **Colombia (bottom-up, conservador — a validar):** **TAM** ≈ 2,7M de unidades / 8,4M ha. **SAM** = fincas tipo negocio, conectadas, alcanzables vía red de agrónomos en Boyacá/Cundinamarca. **SOM (24 meses) = 1.000+ productores activos + 2–3 cuentas árbol + tier Asociación.**
- ◆ **Punto de entrada, cuantificado:** el programa Siembra de Bavaria opera **~2.000 productores en 31 municipios** de nuestra región — el SAM de una sola cuenta ancla.

La captura se vuelve commodity. *La integración, la red de agrónomos y los datos no.*

- ◆ **El foso:** (1) integración económico-agronómico-laboral en un solo modelo de datos; (2) una red de distribución de agrónomos de confianza que no se clona con código; (3) efectos de red de datos que mejoran a medida que crece la base.
- ◆ **Posición frente al incumbente:** donde una marca ya opera una herramienta agronómica empresarial, Campo Digital es la **capa de adopción del agricultor y visibilidad económica que ese incumbente nunca resolvió** — complementaria, no competidora.
- ◆ La carrera que importa: **quién llega primero a la marca, con prueba de adopción real.**

Constituida, construida y validada — *lista para piloto, no en espera de piloto.*

- ◆ **Constituida legalmente** (Campo Digital Colombia S.A.S., Cámara de Comercio de Tunja) — cumple el requisito de entidad registrada del programa.
- ◆ **Producto construido:** flujos de captura funcionando, una base de conocimiento agronómico/normativo colombiano y un stack moderno mobile-first.
- ◆ **10 entrevistas estructuradas de descubrimiento** con agrónomos, productores, un regulador (ICA) y el competidor estatal — problema y disposición a pagar confirmados.
- ◆ **Distribución lista:** una red de agrónomos en Boyacá/Cundinamarca lista para sembrar la primera cohorte, incluida una agrónoma que estuvo en Siembra de Bavaria.

La claridad económica es la palanca para una agricultura *regenerativa, resiliente y lista para el mercado.*

- ◆ **Menos pérdida en el origen:** >60% de la pérdida de alimentos en Colombia ocurre en producción y poscosecha — justo las etapas que Campo Digital captura (DNP). (ODS 2, ODS 12)
- ◆ **Optimización de insumos:** la presión de costos hecha visible desincentiva la sobreaplicación de agroquímicos — más barato para el agricultor, mejor para el suelo y el agua (ODS 12).
- ◆ **Resiliencia financiera:** solo **50% de los pequeños productores accede a crédito** y el aseguramiento agrícola es del **5,2%** — porque no hay registro verificable para tasar el riesgo. Ese insumo lo damos nosotros (ODS 1, ODS 8).
- ◆ **Acceso a mercado con EUDR:** Europa ya exige trazabilidad hasta la parcela; sin ella, el café colombiano — **>USD 3.000M/año en exportaciones expuestas** — no entra a la UE. Nuestros registros son esa capa de cumplimiento.

Un piloto de cebada de una temporada en Boyacá que prueba *adopción, utilidad y previsibilidad de cosecha.*

- ◆ **Dónde:** el programa de cebada Siembra de Bavaria en Boyacá/Cundinamarca — una cohorte de productores en la región de Campo Digital. Encaje geográfico y temático casi perfecto.
- ◆ **Qué probamos en un ciclo de cultivo:** (1) adopción sostenida de captura semanal — la métrica que ningún incumbente tiene; (2) visibilidad de costo y utilidad por productor; (3) previsibilidad de cosecha y calidad + un registro de trazabilidad para el comprador.
- ◆ **Presupuesto:** diseñado para correr en **USD 50–100k**, acotado pequeño y escalable según la guía del programa.
- ◆ **Independiente de cualquier cultivo o comprador:** la misma plataforma sirve para papa, café y aguacate de exportación. La cebada es la cuña de corto plazo, no toda la tesis.

Un constructor técnico y una agrónoma con la red — *y una solicitud clara.*

Cristian Niño

COFUNDADOR TÉCNICO Y REPRESENTANTE LEGAL

Líder de producto, 12+ años construyendo tecnología en Latinoamérica (Merqueo, Bunny Studio, UBITS). Piloto profesional de RPAS. Construye el producto y la arquitectura de IA/datos.

Mónica Barahona

COFUNDADORA Y LÍDER AGRONÓMICA

Magíster en Regeneración y Desarrollo Sostenible (Universidad de los Andes). Experiencia en papa para industria y cadenas agroindustriales (incl. PepsiCo). Redes de campo en Boyacá/Cundinamarca.

Motor de distribución: una cohorte creciente de agrónomos aliados que actúan como evangelizadores y canal.

La solicitud: un piloto 100+ acotado con AB InBev / Bavaria para probar adopción y valor económico en cebada colombiana real, y luego escalar por cultivos y por la red de socios.

Cristian Niño · campodigital.com · linkedin.com/company/campo-digital-app