BIO ORGANIC

LAURA BERRIO
MARIANA GUERRERO
ALEJANDRO ORTIZ

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE "SENA"
INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JOSE DE CIRCASIA
PROGRAMA DE ARTICULACIÓN CON LA MEDIA
TÉCNICO EN ASISTENCIA ADMINISTRATICA COMERCIALES Y FINANCIERAS
CIRCASIA, QUINDÍO
NOVIEMBRE 2022

BIO ORGANIC

LAURA BERRIO
MARIANA GUERRERO
ALEJANDRO ORTIZ

Trabajo presentado para la muestra empresarial

DIANA ISABEL PERDOMO PIZO

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE "SENA"
INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JOSE DE CIRCASIA
PROGRAMA DE ARTICULACIÓN CON LA MEDIA
TÉCNICO EN ASISTENCIA ADMINISTRATICA
COMERCIALES Y FINANCIERAS
CIRCASIA, QUINDÍO
NOVIEMBRE 2022

Nota de Aceptación:

_____

_____

_____

_____

Firma de Jurado

_____

_____

_____

CIRCASIA, 2022

DEDICATORIA:

Dedicamos este trabajo a las personas que quieren cambiar su habito alimenticio, nos inspiro hacer esta empresa ya que debemos cuidar nuestro medio ambiente y nosotros mismos

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios y a nuestras familias. instructores que nos han ayudado y guiado en este proceso formativo, lo cual nos lleva hasta este punto del proyecto, el apoyo que nos han brindado con la elaboracion del mismo

TABLA DE CONTENIDO

1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL 9
1.4 MISIÓN 9
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 12
3. OBJETIVOS 13
4. MARCO DE REFERENCIA 14
5. DISEÑO METODOLÓGICO 14
6. DESARROLLO DEL PROYECTO 15
7. ESTUDIO DE MERCADO 16
8. ESTUDIO LEGAL 20
9. CRONOGRAMA DEL PROYECTO 22
10. ESTUDIO FINANCIERO 24
11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 25
12. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA 26

INTRODUCCIÓN

Desde hace muchos años el mercado se ha movido con el objetivo de satisfacer y crear productos costosos, por esta razon a lo largo de este trabajo expone el punto de vista de poblacion, el cual es un consumidor que por mucho tiempo ha sido olvidado y ha tenido que mantenerse con productos y servicios enfocados en la cotidianidad, nosotros promovemos requisitos nutricionales para los seres humanos considerando aspectos como edad, peso, estatura, actividad fisica, condiciones geneticas y metabolicas, la cual ha conducido a modificaciones en la ngesta nutricional y cambios conductales con respeto al tipo de alimentos a comer o evita, para proteger o mejorar la salud

GLOSARIO

HERBICIDAS: Es un producto químico utilizado para eliminar plantas indeseadas.

CONTRASTADA: Mostrar notable diferencia, o condiciones opuestas, con otra, cuando se comparan ambas

La ingestión excesiva de comida: es un trastorno caracterizado por el consumo exagerado de alimento

INSECTICIDAS: Que mata insectos.

FUNGICIDAS: Que sirve para destruir los hongos parásitos que causan enfermedades o daños.

1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

1.1 Título de la Empresa

BIO ORGANIC: BIO por vida y orgánico por productos que ayudan al medio ambiente.

1.2 Logo de la Empresa



1.3 Eslogan

" HORA DE EMPEZAR UNA VIDA SALUDABLE"

1.4 MISIÓN

Comercializar productos orgánicos en el municipio de Circasia -Quindío, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, produciendo exclusivamente productos orgánicos certificados, Bio Organic tiene como objetivo ofrecer e impulsar productos de alta calidad y sanos, promoviendo el cuidado el medio ambiente y de salud

1.5 VISIÓN

Bio Organic como organización innovadora y contará con un crecimiento a nivel nacional por brindar calidad en nuestros productos lo que nos resalta es por contar con distintos valores y actitudes como autenticidad, el escucha e innovación permitiendo que todas los clientes se sientan a gusto con nuestros producto.

VALORES DE LA EMPRESA

Autenticidad: Es la persona que dice la verdad y acepta sus responsabilidades es sincera y coherente consigo misma

Honestidad: Es la conducta recta y honrada que debe observar normas y compromisos, así como actuar con la verdad

Compromiso: Es pasión por el trabajo y esfuerzo por realizar sus tareas
Calidad: Genera productos y servicios mejorados, es el nivel de perfección de un proceso entregado por nuestra empresa

Confianza: Trabajar de manera óptima, conjunta y eficiente se ayudan mutuamente y se comunica de manera abierta y sincera

Organización: Consiste en poner en orden los recursos de la compañía.

POLÍTICAS EMPRESARIALES

- Brindar apoyos a la comunidad en términos de donaciones a proyectos sociales.
- Capacitación mensual a los clientes internos de la entidad para mejorar procesos internos.
- Brindar un entorno amigable, solidario y positivo para los empleados.
- Dar días compensatorios por su desempeño a los clientes internos.
- Respetar y acatar el manual interno de la empresa todos los colaboradores internos.

INTEGRANTES DE LA EMPRESA

Nombres y Apellidos	Tipo Doc.		# Doc.	Celular	Correo Electrónico
	C.C	T.I			
Laura Berrio Ruiz	X		1005317265	3128984305	lasoberu@gmail.com
Mariana Guerrero		X	1092851869	3187064138	Marianagt168@gmail.com

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Justificación

Desde el tecnico de asistencia administrativa nosotros como aprendices desarrollamos estre proyecto productivo el cual fue pensado para aquellas personas que quieran mejorar su calidad de salud y detener danos al medio ambiente; nuestros productos tambien rescatan y promueven la biodiversidad ya que los metodos de produccion utilizados no generan problemas ecologicos, adema son productos que abarcan varias propiedades para los ninos y consumidores con requerimientos dietarios o intolerantes a algunos ingredientes; a partir de nuestra empresa queremos ofrecer satisfaccion a nuestros clientes cubriendo sus necesidades y ofreciendoles precios justos

2.2 Alcance

Nuestros clientes Bio Organic presentamos un producto que maneja habitos saludables y están en un rango de edad entre 5 a 60 años tanto hombres, mujeres y niños , nuestra empresa se encuentra ubicada en el Quindio, además somos conscientes por la preocupación por mejorar la salud y cultivar hábitos alimenticios más saludables. Ya que en Colombia existe un porcentaje de 37,7 de sobrepeso y otro de 18,7 de obesidad por ende queremos ofrecer buenos precios para nuestros clientes y así controlar este problema

3. OBJETIVOS

- **General**

Orientar y fortalecer hábitos saludables a través del consumo diario de nuestros productos y reconocer la importancia de mantener una dieta rica, variada y saludable; partiendo de las propiedades y beneficios que reporta el consumo de estos alimentos para la salud

3.2 Específicos

• Desarrollar actitudes y hábitos de salud e higiene relacionados con las comidas
• Hacer campañas de sensibilización a la sociedad de consumir productos saludables
• Desarrollar competencias para la elaboración de menús saludables de refrigerio escolar
• Ofrecer productos de alta calidad y sanos , promoviendo el cuidado del medio ambiente

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 Marco Teórico o Conceptual

En territorio local, nos comunicamos con la alcaldía y preguntamos por información sobre si existe emprendimientos sobre productos orgánicos y nos informaron que no existe ninguno, nacionalmente existen varios como los son: Ecosur, colegenil, la tierrica bio, estos emprendimientos sobre productos orgánicos ya que promueve la producción agrícola

5. DISEÑO METODOLÓGICO

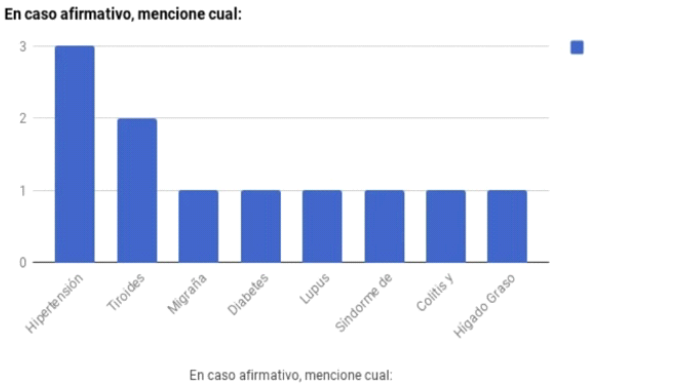
Para esta idea de negocio se define para la organización en el desarrollo metodológico una investigación de tipo método cualitativo la cual consiste en hacer una descripción detallada con el instrumento de la entrevista. seguidamente se aplica un método cuantativo que permite la recopilación de datos a través de la herramienta de una encuesta. Los resultados son depurados y presentados en gráficos con el fin de tomar decisiones o realizar planes de mejoramiento para la aceptación de producto.

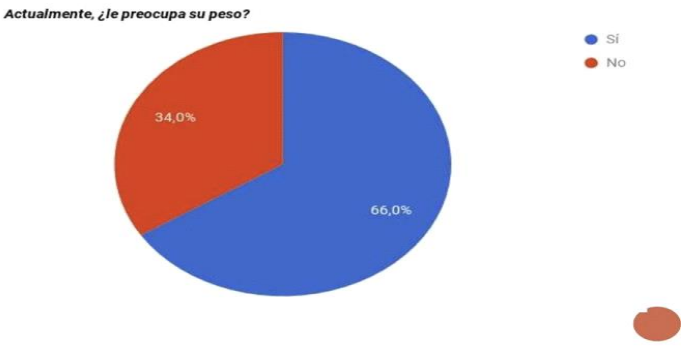
6. DESARROLLO DEL PROYECTO

Encuestas



Según el grafico podemos ver que en su mayoría las personas acostumbran a comer verduras del 100% un 47,7% las consumen todos los días, igualmente ninguna de las personas encuestadas manifestó no comerlas.





7. ESTUDIO DE MERCADO

7.1 Matriz Dofa

Matriz Dofa

Debilidades • La empresa no tiene exportaciones internacionales • Grandes extensiones del cultivo en el departamento • Exportación de los productos Que no se cultivan en la empresa	**Oportunidades** • Mayor maquinaria tecnológica para la elaboración de productos bio • Inclinación del consumo de productos saludables • Calidad de producto contrastada, y buena imagen en el mercado nacional
Fortalezas • Contamos con zonas geograficas con el clima Apropiado para el cultivo • Alto valor nutritivo • Producido sin el uso de substancias químicas de síntesis: pesticidas, fertilizantes y medicamentos	**Amenazas** • Perdida de recursos naturales • Competencia de países emergentes • Posibles epidemias que afecta el cultivo

7.2 Estrategias del Mix de Mercado

ESTRATEGÍA 1: Garantizar un excelente producto con características particulares

ESTRATEGÍA 2: Diseñar un producto con empaque ecológico y llamativo

ESTRATEGÍA 3: Ofrecer un producto que sirva para cambiar su hábito alimenticio y complementar sus comidas diarias

ESTRATEGIAS DE PRECIO

ESTRATEGÍA 1: determinar tomando consideración de la zona para así variar el precio

ESTRATEGÍA 2: comparar en el mercado el producto para determinar el precio

ESTRATEGÍA 3: Al ser un producto llamativo e innovador se determina el precio

ESTRATEGIAS DE PLAZA

ESTRATEGÍA 1: Solicitar un crédito al banco para llevar acabo la empresa

ESTRATEGÍA 2: Establecer un espacio adaptado que no afecte la materia prima como la humedad

ESTRATEGÍA 3: hacer una alianza con una empresa de transporte

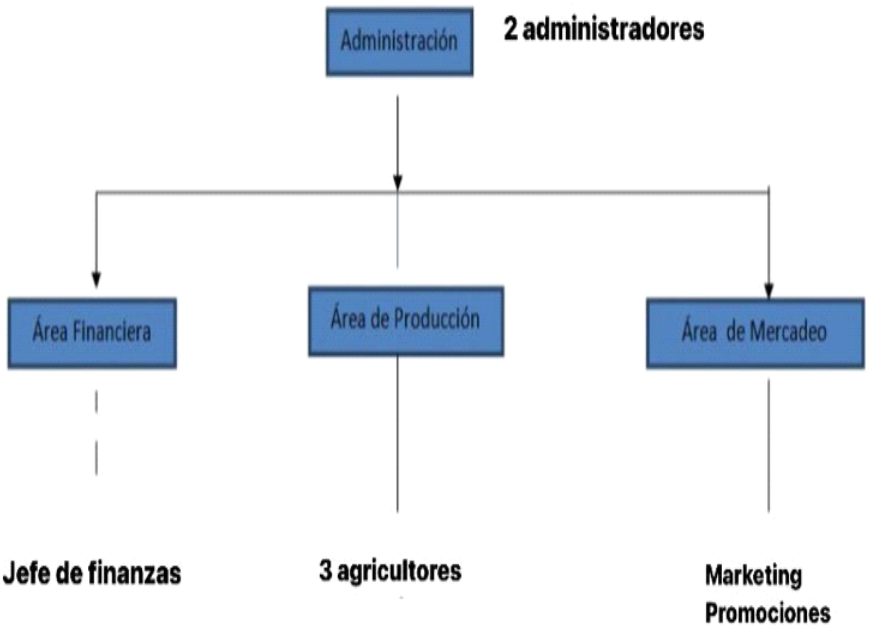
ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

ESTRATEGÍA 1: Brindar un 2x1 en fechas especiales

ESTRATEGÍA 2: Al ser cliente frecuente daremos el 20% de descuento

ESTRATEGÍA 3: ofrecer crédito para facilitar la compra en nuestros clientes

ORGANIGRAMA

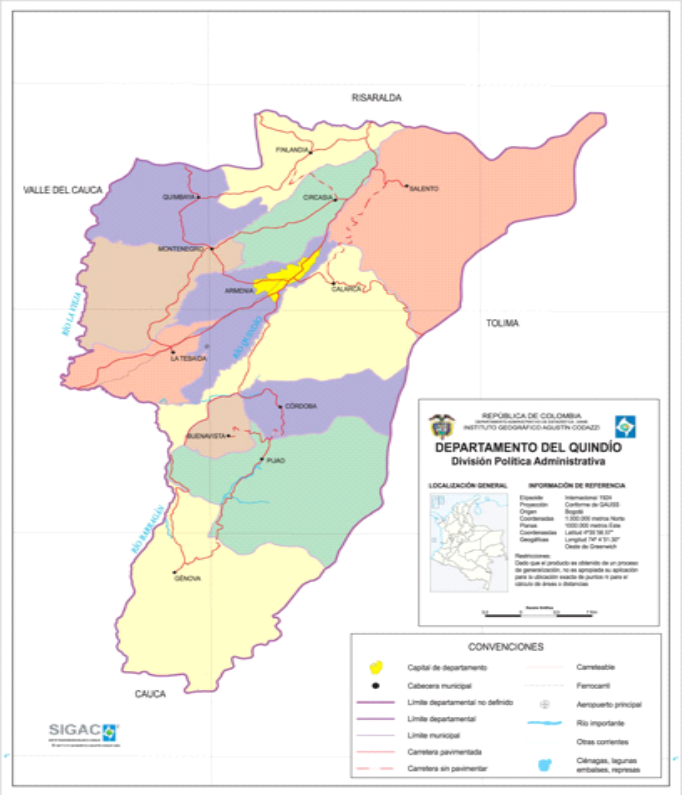


7.3 Catalogo del producto



ESTUDIO TÉCNICO

8.1 Mapa de Circasia



8.2 Localización



8. ESTUDIO LEGAL

8.1 Modalidad Jurídica

La empresa se constituirá bajo la figura jurídica de SOCIEDADES POR ACCIONES SIMPLIFICADAS, conformada por 3 accionistas quienes han determinado establecerla bajo el nombre de "Bio Organic"

Cada uno de los accionistas aportará en partes iguales, una parte aportará el lote de terreno, la otra aportará los aspectos técnicos necesarios para la conformación, entendiéndose como la dirección y administración del proyecto, en este orden de ideas, cada socio participará en un porcentaje del 50% a la conformación de la empresa.

Personalidad Jurídica: Teniendo en cuenta que es una sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta a sus accionistas.

Esta es una sociedad de capitales y su naturaleza siempre será comercial, independientemente de las actividades previstas en su objetivo social; La empresa estará representada legalmente por el gerente. Que de conformidad por las partes se ha determinado que la gerencia esté a cargo de una de las accionistas, lo cual quedará establecido en el documento de constitución debidamente autenticado ante la notaría.

La sociedad por acciones simplificada se constituirá mediante contrato o acto unilateral del documento privado, que será inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio y en el cual se estipulan los siguientes lineamientos a seguir:

Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas;

Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras "sociedad por acciones simplificada/; o de las letras S.A.S.

El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución;

El término de duración, si éste no fuere definido, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.

Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse;

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

9. CRONOGRAMA DEL PROYECTO

Un cronograma de gestión de proyectos es una **programación detallada de tu proyecto**. En él se detallan todas las tareas implicadas y un plazo para cada una de ellas para que todo el equipo pueda ver cuándo se llevará a cabo cada paso y cuándo finalizará el proyecto.

Actividades	Semana No. 1	Semana No. 2	Semana No. 3	Semana No. 4	Semana No. 5	Semana No.6	Semana No. 7	Semana No. 8	Semana No. 9	Semana No. 10	Semana No. 11	Semana No. 12	Semana No. 13	Semana No.14	Semana No.15	Semana No.16	Semana No.17	semana No.18
1. Definir el direccionamiento estratégico de la empresa. (misión, visión, valores y políticas empresariales)	X	X	X															
2. Realizar logan y slogan de la idea de negocio				X														
3. Realizar Glosario del plan de negocio					X													
4. Definición de objetivos organizacionales					X													
5. Planteamiento del Problema						X												
6. Definición de Alcance							X											
7. Estructura del Marco de antecedentes y conceptual							X	X	X									
8. Formular la matriz Dofa									X									
9. Desarrollo del Diseño metodológico - Encuesta										X	X	X	X					

10. Realización del Estudio de Mercado (Mix de Mercado)													x	x	x	x		
11. Desarrollo del plan administrativo - Organigrama												x						
12. Realizar presupuesto de los recursos necesarios para implementar la idea de negocio																x	x	
13. Realizar Conclusiones y Recomendaciones																	x	
14. Realizar Bibliografía																		x

10. ESTUDIO FINANCIERO

Presupuesto mano de obra						
Cargos	# de operaciones	Salario	Prestaciones sociales	Total mensual		Total anual
Asesor de ventas	1	1.300.000	50%			23.400.000
Auxiliar de mercadeo	2	1.100.000	50%	1.650.000		19.800.000
coordinador de distribucion	1	800	50%	1.200.000		14.400.000

Cargos	# de cargos	Salarios	Prestaciones sociales	Total
Jefe de marketing	1	2.300.00	50%	3.450.000
Agricultores	5	1.800.000	50%	2.700.000
Ejecutiva de ventas	1	1.400.00	50%	2.100.000

	Gastos de ventas		
Detalle	Detalle	Detalle	Detalle
Marketing virtual	10	1000	1000000
Volantes	2000	350	700000

	ventas proyectadas		
Producto	# referencia ano	Precio de venta unitario	Valor total ano
why not pancakes	110	15000	19,800,000
Yogurt griego	100	12000	14,400.00
Proteina de chocolate	97	20000	23,280,000
Pan integral con ajo	78	25000	23,400,000
Pan integral cocoa	105	25000	31,500,000
Compuestos bioactivos	80	13000	12,480,000
Yogurt de coco natural	60	12000	8,640,000
Granola coco manzana	78	18000	16,848,000
Granola coco mora	76	18000	16,416,000
Aceite de coco	110	14000	16,480,000

proyeccion de ventas	
2 años	2997000
3 años	3326670
4 años	3692603

11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Según el Marco de Referencia, nos damos cuenta de que este mercado de productos orgánicos es muy nuevo, por consiguiente, tiene una gran acogida y poca competencia
- El Marco de Antecedentes nos confirma lo dicho en el Marco de Referencias, además de darnos una visión más amplia del mercado y mostrarnos los aspectos en los cuales podemos mejorar nuestro servicio y nuestras instalaciones
- El Diseño Metodológico nos señala la buena rentabilidad y la poca competencia que podemos llegar a tener en el municipio además de algunas de nuestras amenazas como son la falta del hábito lector en la población
- En la Matriz F.O.D.A. logramos percatarnos de nuestras amenazas, debilidades, oportunidades y fortalezas
- En el Estudio de mercado logramos estructuras cuales serían las estrategias de mercado a seguir para nuestro proyecto
- En el Estudio Legal ubicamos cuales serían las figuras jurídicas y el tipo de sociedad a la cual pertenece nuestra empresa
- En el Estudio Técnico confirmamos nuestra ubicación dentro del departamento del Quindío
- En el Estudio Financiero logramos evidenciar la rentabilidad de nuestra empresa

12. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

https://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq2/es/

https://www.bialarblog.com/productos-organicos-ecologico/