

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE PROFESIONAL EN
MERCADERO Y PUBLICIDAD
MODALIDAD CREACIÓN DE EMPRESA
PLAN DE NEGOCIO**

Autores:

Sebastian Casallas Bondoni

Vivian Gizeth Herrera Lesmes

Cindy Paola Salgado Cardona

Docente asesor (coautor):

Gino Humberto Arévalo Acosta

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
PROGRAMA DE MERCADERO Y PUBLICIDAD
BOGOTÁ
2022**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE PROFESIONAL EN
MERCADERO Y PUBLICIDAD
MODALIDAD CREACIÓN DE EMPRESA
PLAN DE NEGOCIO**

Autores:

**Sebastian Casallas Bondoni
Vivian Gizeth Herrera Lesmes
Cindy Paola Salgado Cardona**

Docente asesor (coautor):

Gino Humberto Arévalo Acosta

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
PROGRAMA DE MERCADERO Y PUBLICIDAD
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA
AUTORIDADES ACADÉMICAS**

Rector

Dr. José Leonardo Valencia Molano.

Vicerrectora Académica

Dra. Martha Patricia Castellanos Saavedra

Decano Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Financieras

Dr. Fernando Téllez.

Secretaria Académica

Dra. Adriana Díaz Granados.

Directora del Programa

Dra. Diana Luque Mantilla.

Coordinadora del programa

Adriana López Gómez

Asesor

Gino Humberto Arévalo Acosta

NOTA DE ACEPTACIÓN

JURADO 1

JURADO 2

Ciudad _____ **Día** _____ **Mes** _____ **Año** _____

AGRADECIMIENTOS

Principalmente, a nuestras familias por su apoyo económico y moral incondicional durante nuestro proceso de formación a través de estos años de estudio, además a nuestros amigos y amigas que han hecho parte directa e indirectamente de la construcción de este proyecto.

A los y las docentes que a través de sus conocimientos y experiencias nos brindaron las herramientas cognitivas necesarias para el desarrollo de este proyecto desde los inicios de nuestra formación como profesionales.

A la Fundación Universitaria del Área Andina por brindar los espacios y las herramientas para formarnos académicamente y así, afrontar el mundo laboral con las mejores capacidades humanas y éticas que requiere un profesional areandino en Mercadeo y Publicidad.

DEDICATORIA

A nuestras madres y padres, ya que este proyecto es fruto también de su esfuerzo y acompañamiento con cada uno de nosotros.

A nuestros amigos y amigas que conocimos durante nuestros años universitarios, de los que aprendimos el valor de la perseverancia y honramos ahora que ya no están con nosotros.

A los y las docentes que nos acompañaron profundamente y marcaron en nosotros una huella de inspiración como futuros profesionales y como personas con empatía, ética y humanidad.

A la fe que cada uno profesa en su interior, de la cual encontró un apoyo espiritual para ser resilientes durante los momentos más felices y complejos que afrontamos estos años universitarios.

Contenido

DEFINICIÓN DEL PROYECTO:	11
Resumen ejecutivo	11
Descripción de la idea de negocio	12
Origen de la idea de negocio	13
Diagnóstico del sector económico	14
Factores clave de éxito	16
Factores clave del mercado	17
Factores diferenciadores y propuesta de valor	17
ESTUDIO DE MERCADOS	18
Análisis de competencia	18
Competencia indirecta	18
Competencia directa	18
Análisis de la demanda	22
Demanda potencial	23
Demanda efectiva grupo efectivo	24
Cuantificación de la demanda DANE	26
Segmentación del mercado	29
Análisis comparativo del producto y su ventaja competitiva	29
Estrategias de mercado	29
Estrategias de producto	30
Estrategias de precio	33

Estrategias de distribución	34
Estrategias de promoción	40
Estrategias de comunicación	43
Conclusiones y recomendaciones del estudio de mercados	51
Estudio técnico	52
Características de la localización	52
Características de las áreas de producción	53
Especificaciones técnicas de la planta y las maquinarias	53
Características técnicas del producto	54
Descripción del proceso de producción	62
Descripción de la materia prima y los materiales	64
Características de la cadena de suministros	72
Descripción de proveedores	72
Personal en la producción	76
Perfiles de los puestos de trabajo	76
Funciones y responsabilidades	77
Conclusiones y recomendaciones del estudio técnico	77
Estudio Administrativo	78
Descripción general de la estructura de la empresa	78
Organigrama	78
Legalización	81
Misión	85

Visión	85
Objetivos y valores	85
Socios estratégicos	86
Políticas generales	87
Proveedores	87
Clientes	88
Conclusiones y recomendaciones del estudio administrativo	91
ESTUDIO ECONÓMICO Y SOCIAL	92
Impacto social	92
Beneficiarios directos del proyecto	92
Beneficiarios indirectos	92
Coherencia con el plan de desarrollo nacional	93
Impacto ambiental	94
Matriz de riesgos ambientales	94
Plan de mitigación del impacto ambiental	94
Conclusiones y recomendaciones del estudio económico social	95
Estudio financiero	95
Proyecciones	95
Inversión inicial	96
Financiación y fuentes de financiación	96
Proyección de ventas	96
Proyección de costos y gastos	98

Flujo de caja proyectado	99
Indicadores de evaluación del proyecto	100
Análisis de los indicadores.	100
Conclusiones y recomendaciones del estudio financiero.	101
Conclusiones generales	101
Presentación del proyecto en modelo canvas	104
Recomendaciones generales	104
Listado de tablas	105
Listado de Imágenes.	105
Listado de anexos	108
Anexos	

Definición del proyecto

Resumen Ejecutivo

VIRENS se fundamenta como un proyecto con perspectiva ambiental y social que pretende impactar y generar valor en la vida de los consumidores que puedan disfrutar de esta huerta. Entendiendo que no solo implica un consumo sostenible, sino también la facilidad de siembra y alimentación saludable.

Teniendo en cuenta todos los factores administrativos, legales, económicos y de producción que implican la construcción de un negocio como VIRENS, se evidencia el impacto positivo que nuestro proyecto aporta a la economía de nuestro país, ya que generamos empleo a la par que implementamos innovación comercial en el sector económico y ambiental en pro de la sociedad colombiana.

VIRENS participará estratégicamente en el mercado, aportando nuevas dinámicas de producción y consumo en una nueva línea de productos sustentables; encaminados en dirección a la unión hacia un futuro en el que las tecnologías eco-amigables sean nuestra bandera, dando cabida al inicio del balance entre la facilidad de siembra urbana y la sostenibilidad que tanto necesita una sociedad del siglo XXI.

Este proyecto además abarca las nuevas tendencias de consumo de alimentos y de productos que, en su mayoría, se vieron impulsados a partir de la

coyuntura generada por la pandemia del Covid-19, donde se evidenció una tendencia enfocada a todas aquellas actividades que faciliten la vida desde la comodidad de los hogares, aprovechando los espacios disponibles de las familias modernas.

Descripción de la idea de negocio

VIRENS es una huerta tecnificada casera con adaptabilidad y versatilidad a cualquier espacio disponible del hogar, espacios que fácilmente el cliente quiera llenar con vida, convirtiéndolos en zonas verdes y sustentables a través de tecnología que facilita el cuidado de las plantas sin requerir de mucho tiempo y esfuerzo diario, además de un espacio funcional para la producción casera de alimentos que permitan asegurar una alimentación mucho más saludable, libre de agentes que afecten la salud como pesticidas o fertilizantes artificiales.

VIRENS se diferencia especialmente por su adaptabilidad al espacio disponible del consumidor, además que la tecnificación de la huerta se sigue conservando en dicha adaptabilidad, por lo que la versatilidad es una de las más grandes virtudes que posee nuestro producto.

También cuenta con una página web donde se encuentran diversos consejos útiles acerca de cómo plantar y asimismo saber cómo cuidarlas, la página también cuenta con diversos productos relacionados con las huertas.

Por todo lo anteriormente mencionado, VIRENS pretende atacar la necesidad que tiene nuestro grupo objetivo en cuando a la falta de tiempo para cuidar de sus plantas y huertos, lo cual también responde a las crecientes y nuevas prácticas de

consumo eco-amigable, por lo que a partir de esto se evidenció esta oportunidad de mercado.

Origen de la idea de negocio

VIRENS surge en un inicio durante nuestro primer semestre como un trabajo para la materia de Fundamentos de Mercadeo, en el que evidenciamos una tendencia de las nuevas generaciones por consumir productos orgánicos desde la comodidad de sus hogares; siendo los mismo consumidores testigos del crecimiento natural de los productos sembrados sin la intervención de agentes nocivos para la salud como fertilizantes y pesticidas industriales. Todo esto mediante el aprovechamiento de la tecnología.

Nuestra motivación de plan negocio también nace a partir de la necesidad de sembrar plantas y tener éxito en ello, ya que esta actividad representa un reto para cada persona que lo hace y lo intenta, además que el tiempo disponible también se considera como factor de riesgo o fracaso.

Por otro lado, atacamos la problemática de cambiar la forma en que nos alimentamos, generando un nuevo ritual de consumo enfocado en la vida saludable y sustentable con el fácil aprovechamiento de la tecnología.

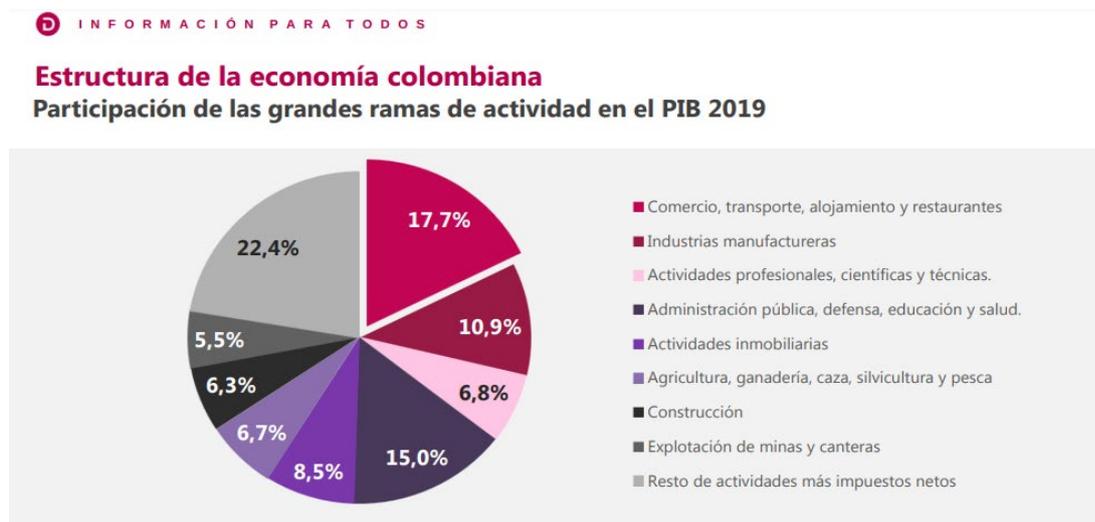
Diagnóstico del sector económico

Imagen No 1 Matriz PESTEL

P	E	S	T	E	L
<p>Durante el periodo de gobierno del exalcalde de Bogotá Luis Eduardo Garzón a través del proyecto 319 "Bogotá Sin Hambre", entre otras cosas, se impulsó la agricultura urbana, el cual en compañía del Jardín Botánico de Bogotá y otras entidades públicas como las secretarías distritales de salud y educación, se impulsan proyectos de con fines agrícolas urbanos, estrechar lazos entre la comunidad e incentivar la educación ambiental.</p>	<p>El sector económico al que pertenece VIRENS se encuentra en la Agroindustria/Software y TI, enfocados en el impacto ambiental, y los nuevos rituales de consumo más amigables con el medio ambiente.</p> <p>Desde la pandemia, la noción de plantar y obtener cosechas de verduras limpias, frutas y especias, se volvió un consumo y ritual eco ambiental, en donde no solo se da en casas como idea rústica, sino también por parte y apoyo gubernamental, donde se vuelve un ideal de vidas.</p>	<p>"Desde la década de 1980 los huertos urbanos han ido ganando importancia y adquirido nuevas características relacionadas tanto con la seguridad alimentaria, la calidad de los productos y la generación de empleo, como con la mejora de la calidad de vida, la educación ambiental, las relaciones sociales y la regeneración urbana" (Hermi, 2011). Edad de la población: El producto está pensado para el uso de la población adulta y adolescente interesada en hábitos de consumo más sanos y amigables con el medio ambiente.</p>	<p>La irrupción de nuevas tecnologías podría ayudar a un nuevo impulso en todo el sector. Esto es lo que crea la tecnología IBM., Esta tecnología capta y digitaliza todos los aspectos, desde la calidad del suelo hasta las habilidades del conductor o el precio de los alimentos. Así, la inteligencia artificial usa esos datos para pronosticar los rendimientos y le dará a las instituciones la información necesaria para otorgar créditos que ayuden al campo a expandirse.</p>	<p>En la agricultura urbana son destinados a consumo propio, es importante resaltar que: La agricultura urbana puede contribuir de forma clara a la seguridad alimentaria de distintas maneras. No solo se trata de una actividad que aumenta la cantidad de alimentos disponibles para los pobres de las zonas urbanas y aumenta el grado de frescura de los alimentos. (Hernández, 2006, p. 3).</p> <p>En países desarrollados, la tierra que se deja de cultivar de manera permanente puede fijar grandes cantidades de carbono si se deja sin trabajar.</p>	<p>Acuerdo 489, Artículo 15, Año 2012 por el cual se adopta el Plan de Desarrollo Económico, Social, Ambiental y de Obras Públicas para Bogotá D.C. 2012-2016 Bogotá Humana: "Fortalecer las redes de agricultores urbanos y las Unidades Integrales Comunitarias de Agricultura Urbana y Periurbana, liderado por la Secretaría de Desarrollo Económico; articulado con las Secretarías de Educación Distrital y de Ambiente y el Jardín Botánico de Bogotá".</p>

Fuente: Creación propia.

Imagen No. 2 Estructura de la economía colombiana.



Fuente: Tomada de: <https://investincolombia.com.co/es/sectores/tecnologia-de-la-informacion-e-industrias-creativas/software-y-servicios-de-ti>

Comportamiento del sector:

De acuerdo con el DANE (2020), en Colombia las empresas pertenecientes al sector económico terciario, de prestación de servicios y por mono-actividad representan un total de 1.861.827.

Imagen No. 3 Empresas del sector terciario en Colombia en 2020

Empresas	Clasificación		Total de empresas
	Persona natural	Persona jurídica	
Servicios	1.539.204	322.623	1.861.827
Comercio	353.646	85.380	439.026
Industria	83.070	44.376	127.446
Construcción	36.082	55.175	91.257
Agricultura	32.347	20.841	53.188
Sin información	159.418	2.693	162.111
Total de empresas	2.203.767	531.088	2.734.855

Fuente: Tomada de

<https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/fichas/industria/DSO-EAM-MET001.pdf>

Dada la importancia de la agricultura, el Estado en una economía centralmente planificada no puede sustraerse a la responsabilidad directa de planificar, controlar y dirigir el sector agrícola del país.

En la actualidad, los gobiernos y el sector público están comprometidos a implementar una transición sin problemas y orientada a la práctica hacia una economía de mercado. Deben gestionar el cambio y utilizar los recursos limitados disponibles mientras continúan planificando y realizando actividades que no han sido privatizadas.

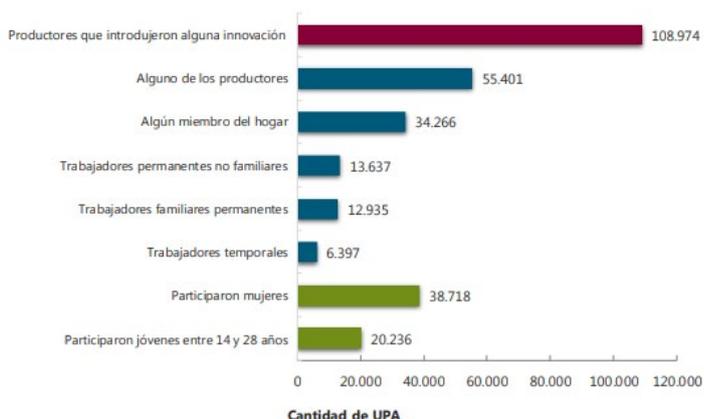
Todos reconocen la importancia de la agricultura en la economía y asignan a la seguridad alimentaria una alta prioridad en los planes de políticas nacionales, la reforma económica y el desarrollo agrícola sostenible. La transición ha requerido

programas de ajuste estructural basados en nuevo apoyo legislativo e institucional, objetivos de liberalización económica y reformas orientadas al mercado.

Imagen No. 4 Encuesta Nacional de Agricultura DANE

D INFORMACIÓN PARA TODOS

Participación en la implementación de los cambios o mejoras significativas en los productos, procesos productivos, comercialización o administración en la actividad productiva 2019



Fuente: Tomada de <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/agropecuario/encuesta-nacional-agropecuaria-ena>

Factores clave de éxito

Planeación asertiva enfocada a resultados reales y alcanzables dentro del mercado.

Revisión y autogestión de procesos internos para el cumplimiento del proyecto.

Introducción al mercado atractiva para consumidores indirectos que encuentren en VIRENS una opción más accesible.

Perfil profesional del equipo del proyecto enfocado en el estímulo del trabajo para el cumplimiento de las metas.

Implementación y potencialización de materias primas ecológicas que van alineadas con los objetivos de desarrollo sostenible.

Factores clave del mercado

Las nuevas tendencias de consumo hacia alternativas más eco-amigables y orgánicas.

La tecnificación a partir del llamado “internet de las cosas” que se enfoca en hacer más fácil la vida de los consumidores entendiendo sus hábitos de consumo.

Factores diferenciadores y propuesta de valor

VIRENS se diferencia especialmente por su adaptabilidad al espacio disponible del consumidor, además que la tecnificación de la huerta se sigue conservando en dicha adaptabilidad, por lo que la versatilidad es una de las más grandes virtudes que posee nuestro proyecto.

Por lo que nuestra propuesta de valor versatilidad a distintos espacios de tu hogar, convirtiéndolos en zonas verdes y sustentables.

Características de innovación y diferenciación:

Principalmente por su tecnificación, además del aprovechamiento del espacio del hogar, teniendo en cuenta las condiciones en que hoy en día se habita en las zonas urbanas.

ESTUDIO DE MERCADO

Análisis de competencia

Teniendo conocimiento de nuestro sector de mercado y las especificaciones de nuestras huertas, en Colombia no hay establecida una marca que ofrezca facilidad de siembra, cuidado y cosecha a través de huertas tecnificadas. Sin embargo, en el exterior hay marcas como Click And Grow y Aéreo Garden.

Competencia indirecta

Imagen No. 5 Logo de Sustentable



Fuente: Tomada de <https://www.instagram.com/sustentablehuertascaseras/>

Sustentable: Es un emprendimiento dirigido a todas las personas que deseen cultivar sus propias plantas de manera casera y sustentable al utilizar materiales reciclados como las cubetas de huevo o plásticos de un solo uso, además que brinda información sobre cómo plantar mantener sanos los cultivos caseros.

Competencia directa

Imagen No. 6 Logo de XUE



Fuente: Tomada de <https://www.instagram.com/xuehuertos/>

Xue: Es un servicio establecido en Facebook donde se diseñan huertas y jardines enfocados para los apartamentos modernos donde el tamaño de la huerta se adecua al espacio del cliente.

Competencia sustituta

GRUPO SEMILLAS COLOMBIA

Imagen No. 7 Logo de Semillas



Fuente: Tomada de <https://www.semillas.org.co/>

Su objetivo es fortalecer comunidades indígenas, afros y campesinas, para defensa y control local de sus territorios y recursos naturales y la promoción de alternativas sostenibles de manejo de los territorios y sistemas productivos sostenibles.

Promover acciones de incidencia y movilización de comunidades y otros sectores sociales frente a las políticas públicas y las normas ambientales y rurales que las afectan. En la huerta hay de todo, hortalizas de todas las clases, pseudo cereales, amaranto negro, blanco y rosado, cebolla puerro, cebolla larga, maíz, quinua, pimentón, ají, tomate cherry, negro y cebra, variedad de plantas aromáticas, canela en hoja, caléndula, pepinos dulces, papa, curuba, fresas, trigo, cubios, lechuga morada, crespita, romana verde y lisa, espinaca, cebollín, cilantro, alfalfa, acelga amarilla, rosada y blanca, habas, alverja y zanahoria. Me gusta hacer los cultivos estilo

chagra, donde se encuentra de todo. Aquí mismo hago los abonos donde tengo la lombriz, hago lombriz compuesto, un trabajo muy completo. Aquí no se bota basura, todos los residuos que salen de la cocina vienen para la lombriz.

SEMBRAMOS AMOR POR LAS PLANTAS

Imagen No. 8 Logo de Sembramos



Fuente: Tomada de <https://sembramos.com.co/>

En Sembramos se encuentran plantas purificadoras de aire, plantas ornamentales, forestales y de flores que contagian a alguien más de vida y de buena energía; plantas aromáticas y frutales que proporcionan alimentos orgánicos. Todas nuestras plantas van sembradas en macetas adecuadas a su tamaño, con sustratos especialmente formulados para cada una de ellas y con una guía de cuidados que encontrarán en cada producto de la página web se aseguran de que las plantas estén en óptimas condiciones en su nuevo hogar por mucho más tiempo.

HUERTAS URBANAS Y CASERAS

Imagen No. 9 Huerta casera



Fuente: Tomada de <https://cutt.ly/eZ0tz6e>

La presencia de las huertas urbanas en Bogotá y su mayor estimación por parte de sus habitantes denotan, entre otras cosas, la necesidad de las sociedades contemporáneas por restablecer los vínculos entre los ciclos de producción y consumo en los ámbitos domésticos. La existencia de estos espacios implica, desde luego, la reintegración, en las maneras de habitar la ciudad, de conocimientos y prácticas asociados a la siembra, tales como los relativos al comportamiento de las aguas, los ciclos lunares y el cuidado de las semillas. Todo ello, además, representa la posibilidad de configurar espacios que garanticen la potestad de la ciudadanía sobre el suelo que ocupa en términos de soberanía alimentaria.

Por supuesto, las áreas de cultivo existían en Bogotá desde antes de su fundación, y permanecieron vigentes en las maneras leer y estar en la ciudad, aunque fueron desapareciendo paulatinamente, hasta la segunda mitad del siglo XX. Con el acelerado proceso de urbanización de la capital y el afianzamiento de un modelo de ordenamiento territorial a su servicio, que desencadenó el progresivo reemplazo de las casas por edificaciones en altura, sumados a la hegemonía de las lógicas económicas de producción y consumo masivos, la producción y obtención de

alimentos provenientes de las huertas caseras se vieron disminuidas a su mínima expresión.

Análisis de la demanda.

Nuestros clientes principales se encuentran ubicados en la ciudad de Bogotá D.C., específicamente 1.856.616 habitantes comprendidos en las localidades de Barrios Unidos, Chapinero, Engativá, Teusaquillo, Usaquén. (Bogotá, 2020)

Principalmente, personas que tengan intereses de renovación de sus espacios con enfoques eco ambientales, todas aquellas personas que cuenten con poco tiempo para todo lo que desean hacer, como tener su propia huerta y que dentro del plan de cosecha salga con éxito.

Posible Demanda

Imagen No 10 Buyer Persona del posible consumidor

 <p>Nombre Cristian Leon</p> <p>Puesto Arquitecto de Software</p> <p>Edad Entre 25 y 34 años</p> <p>Nivel de educación más alto Título profesional</p> <p>Redes sociales</p> <p>f i+ t</p> <p>Industria Tecnología</p> <p>Tamaño de la organización Entre 201 y 500 empleados</p>	<p>Responsabilidades laborales</p> <p>Realizar test de pruebas de herramientas, shadowings de uso de la herramienta y lanzamiento de plan de acción para la creación de nuevas herramientas de software.</p>	<p>Herramientas que necesita para trabajar</p> <ul style="list-style-type: none"> Sistemas de gestión de contenido Servicios de almacenamiento en la nube Software de programación de empleados Programas de procesamiento de texto Software de creación de informes Software de CRM 	<p>Metas u objetivos</p> <p>Realizar herramientas de programación que ayuden al funcionamiento óptimo y práctico de la organización</p>
	<p>Canal favorito de comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> Teléfono Correo electrónico Redes sociales En persona 	<p>Obtiene información a través de</p> <p>Por medio de las capacitaciones y conferencia a las que participa, asimismo de los empleados que usan herramienta en pro de la gestión de la organización</p>	<p>Dificultades principales</p> <ul style="list-style-type: none"> Gestión del cambio Resolución de problemas y toma de decisiones
	<p>Su superior es</p> <p>Director de software</p>	<p>Su trabajo se mide en función de</p> <p>Por medio de la funcionalidad de los programas o acciones hechas para la plataforma de herramienta de uso de otros empleados</p>	<p>Estatus de relacionamiento</p> <p>Tiene pareja y vive con ella y así mismo con su mascota</p>

<p>Pasatiempos e intereses</p> <ul style="list-style-type: none"> -Le encanta realizar mantenimientos y nuevos programas de software para tener su apartamento inteligente. -Le gusta probar convinaciones veganas para las cenas que comparte con su pareja . -Le gusto reiventar y tener siempre lo nuevo y autosustentable en su hogar. 	<p>Marcas más amadas</p> <p>Apple Vegan Ades- Finesse Google Philips</p>
<p>Objetivos personales</p> <ul style="list-style-type: none"> -Tener todo su hogar como un hogar inteligente con energía que ayude al medio ambiente y facilite todas las tareas del hogar. -Tener su propio sistema como proyecto de inteligencia artificial aplicado a la facilidad de tareas . -Tener una vida más saludable y con tendencia veganas. 	<p>Dispositivos Preferibles</p> <p>Teléfono Pc portatil y de mesa Tablet Tv Dispositivos de inteligencia artificial</p>
<p>Diseño del árbol familiar</p> <ul style="list-style-type: none"> -Abuela materna y Abuelo paterno -Madre -Hermana menor 	<p>¿Cómo es su hogar?</p> <p>-No es tan amplio pero muy bien distribuido frente a las necesidades que requieren las tareas del hogar y el espacio, siempre esta en constante modificación en programación que ayuden a facilitar las tareas del hogar desde la cocina hasta las plantas ya que las considera parte importante de un hogar.</p>

Medios de comunicación

- Teléfonos
- Correos
- Redes sociales
- Televisión
- Tiendas de e-commerce y blogs de software

Medios de entretenimiento

- Cine
- Redes sociales especialmente Pinterest, instagram y tik tok
- Plataformas de streaming

Tipo de contenido

- Apps que haya programado y que le sirvan para la programación de otros sistemas de software.
- Gmail es su fuente de información laboral, de reuniones y de como están funcionando los programas o ajustes que deba hacer.
- Ve programas como H&H, animal planet, TNT, Caracol tv.
- Artículos y productos de Software inteligentes

Tipo de contenido

- Películas del nuevo mundo tecnológico, futuristas y ambiental
- Información de programación y tendencias tecnológicas
- Documentales y series



Una vida sencilla no es evitar pasos,
es facilitarlos por medio de la
tecnología

Fuente: Creación propia.

Cuantificación de la demanda.

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) entregó el balance final del Censo Nacional de Población y Vivienda que adelantó durante 2018 y en el que arrojó una cifra estimada final de 48.258.494 colombianos censados.

Bogotá D.C. apareció en el registro del censo que realizó el DANE con 7.181.469 habitantes.

Con relación a los hogares, se observa una variación porcentual positiva del 34,7%, mientras que las viviendas ocupadas con personas presentes se incrementan en 38,4%, lo cual implica una variación promedio anual de 2,5% en esta última variable de análisis censal en el periodo intercensal.

De acuerdo con la más reciente encuesta realizada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, de los 2.548.896 de Unidades Económicas, 914.283 son del sector económico de los servicios, es decir el 40,1%, de las cuales Bogotá representa el 17,7% y Cundinamarca el 5,3%. (DANE, 2021) Y es por esto que nuestra idea de negocio se ubica en el sector económico terciario de prestación de servicios.

Nuestros clientes VIRENS poseen ingresos mensuales de 2 y 3 SMMLV y nuestros clientes potenciales serán 1.113.969, es decir, el 60% de la población antes mencionada que actualmente reside en las localidades de Barrios Unidos, Chapinero, Engativá, Teusaquillo, Usaquén de Bogotá.

Segmentación del mercado

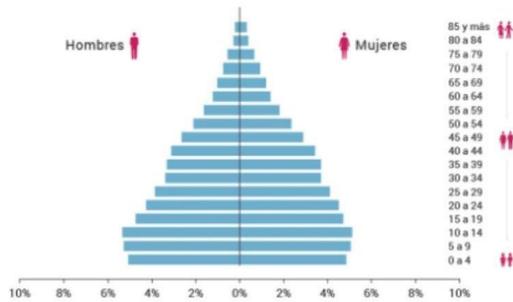
Imagen No. 11 Segmentación del mercado

SEGMENTACIÓN

DEMOGRÁFICA:



Personas con edades comprendidas entre 25 a 34 años, con ingresos mensuales entre 2 y 3 SMMLV, de clase media-alta y alta.

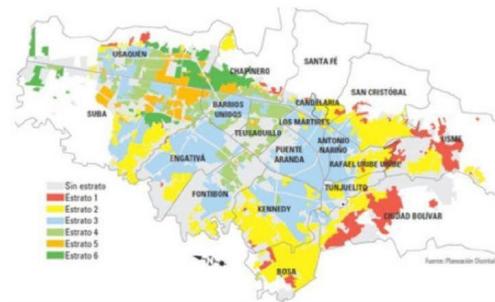


Distribución de la población de sexo y edad

GEOGRÁFICA:



Personas ubicadas en la ciudad de Bogotá en las localidades de Engativá y Usaquén.



Mapa de Bogotá de localidades por estratos socio-económicos

PSICOGRÁFICA



Personas con preferencia por la vida y la alimentación saludable en búsqueda de hábitos de consumo más amigables con el medio ambiente, además de una notable preferencia por el cuidado del medio ambiente.

43%

LA CANASTA DE SALUDABLES REPRESENTA BUENAS OPORTUNIDADES PARA EL DESARROLLO



Productos que ofrecen beneficios nutricionales y en pro de la salud

CONDUCTUAL



Personas que tengan comportamientos de vida saludable y que busquen los beneficios de facilidad de cultivar y comer bien a través de energías renovables que fortalezcan el buen uso de los espacios incrementen su ritual de consumo saludable



LOS HOGARES EN BOGOTÁ Y CARTAGENA, DE NIVEL SOCIOECONÓMICO MEDIO ALTO Y ALTO SON LOS QUE CONSUMEN MÁS ALIMENTOS SALUDABLES.

Alimentarse mejor, parece ser cada vez más prioridad

Fuente: Creación propia.

Buyer Persona

Imagen No 12 Buyer Persona de VIRENS

Jazmín Cárdenas

Canal favorito de comunicación

- Correo electrónico
- Teléfono
- En persona

Herramientas que necesita para trabajar

- Sistemas contables y de finanzas
- Software de CRM
- Gestión de proyectos
- Software de programación de empleados
- Software de creación de informes
- Paneles de inteligencia de negocios
- Software de facturación
- Servicios de almacenamiento en la nube
- Correo electrónico

Responsabilidades laborales

Presentar informes financieros, manejo del personal, control de proceso internos.

Su superior es

CEO, Gerente senior

Puesto
Gerente junior de banca

Edad
Entre 25 y 34 años

Nivel de educación más alto
Licenciatura

Redes sociales

Industria
Bancaria

Tamaño de la organización
Entre 501 y 1.000 empleados

Su trabajo se mide en función de

kps - métricas

Obtiene información a través de

Se capacita en conferencias, cursos cortos o largos, virtuales y presenciales

Metas u objetivos

Ascender, ser gerente senior, emprender en asesoría financiera

Dificultades principales

- Desarrollo profesional
- Gestión del cambio
- Resolución de problemas y toma de decisiones

Desafíos

Manejo del tiempo.
Tiempo de calidad con su familia y pareja.
Toma de decisiones.

Estatus de relacionamiento

Tiene pareja y vive sola

Pasatiempos e intereses

-Tiene afinidad al mundo de las plantas, ya que le gusta sembrarlas, cuidarlas y que pueda tener un uso de ellas.
-Le gusta cocinar mucho, y utilizar especias para sus recetas.

Medios de comunicación

- Teléfono.
- Correos.
- Redes sociales.
- Blogs.
- Radio.

Tipo de contenido

- Aplicaciones que le ayuden a su trabajo o vida.
- Gmail es su fuente de información y de comunicación por su vida laboral
- Perfiles de decoración de ambientes, maquillaje natural, vida sana, huella ambiental y noticia relevantes
- De campañas ambientales, información relevante de liderazgo en el trabajo, información del proceso laboral
- Emisoras de música, como los 40 principales y radionica.

Medios de entretenimiento

- Cine.
- Sitios web.
- Redes sociales especialmente Instagram y Facebook.
- Televisión.

Tipo de contenido

- Películas de acción, aventuras, fantasía y comedia
- Tiendas de e-commerce
- Comedia, tendencia ambientales para su hogar, influencer ambientales, y de moda eco amigable.
- Canales como H&H, .TNT, Animal Planet, Space, donde ve películas y programas de entretenimiento, como cocina, arquitectura, consumo ambiental entro otros.



"El tiempo que
inviertas hoy
será la ganancia
del mañana "

Fuente: Creación propia.

Análisis comparativo del producto y su ventaja competitiva

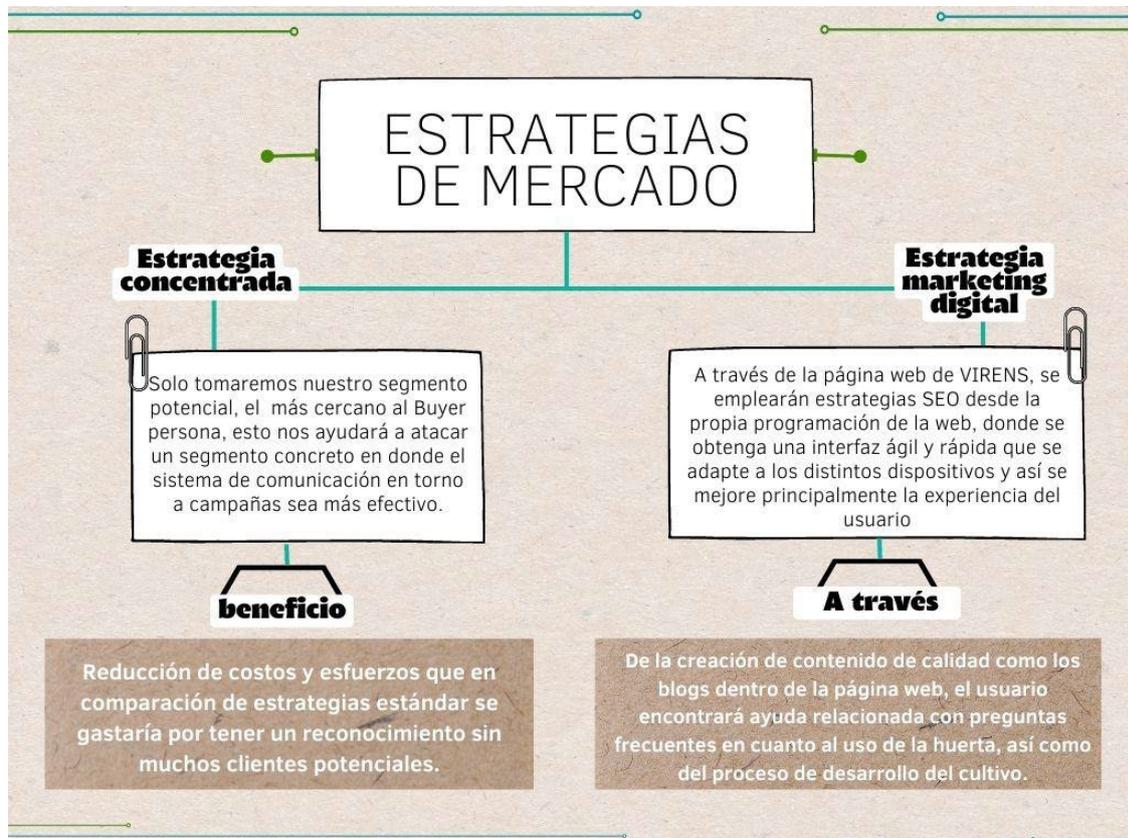
Versatilidad a distintos espacios del hogar, convirtiéndolos en zonas verdes sustentables con tecnología que facilita el cuidado de plantas.

Estrategias de mercado

VIRENS pretende comprender el mercado y planificar estrategias de marketing que atienda mejor a las necesidades y deseos de los clientes, esto también para cumplir los objetivos de mercado, posicionamiento y reconocimiento, donde los resultados no solo sean externos al cliente y como marca, sino internos como lo son la sostenibilidad y crecimiento de VIRENS.

Para esto tendremos en cuentas las siguientes:

Imagen No 13 Estrategias de Mercado



Fuente: Creación propia.

Estrategia de marketing concentrada

Escogeremos únicamente un segmento de mercado, el más cercano al Buyer persona y en el cual los clientes son más potenciales, esto nos ayudará a atacar un segmento concreto en donde el sistema de comunicación en torno a campañas sea más efectivo, además de tomar los resultados de forma más fácil para así reducir costos.

Estrategias de Marketing Digital:

A través de la página web de VIRENS, se emplearán estrategias SEO desde la propia programación de la web, donde se obtenga una interfaz ágil y rápida que se adapte a los distintos dispositivos y así se mejore principalmente la experiencia del usuario, partiendo de la creación de contenido de calidad como los blogs que se podrán encontrar.

Dentro de la página web, el usuario encontrará ayuda relacionada con preguntas frecuentes en cuanto al uso de la huerta, así como del proceso de desarrollo del cultivo. Esto permitirá una conexión más directa con los usuarios, alcanzando objetivos inbound, asimismo se implementará una landing page para que, por medio de la recolección de datos y la generación de leads, se logre incrementar dicha relación a través de e-mail marketing.

Estrategias de producto

Estrategias de precio para nuevos productos:

VIRENS contará con líneas de productos nuevos adicionales de las huertas tecnificadas y personalizadas para los consumidores, estos productos serán de apoyo al cuidado fácil de las plantas y que darán fuerza al producto principal, estos productos son:

1. Tierra: La línea de tierra se dividirá en:
 - Tierra negra
 - Tierra preparada
 - Tierra profesional
 - Tierra de hoja
 - Tierra especial
2. Abono orgánico:
 - Compost
 - Vermicompost
 - Ceniza
3. Pesticida orgánico microbiano.
4. Conjunto de semillas.
5. Kit de jardinería.
6. Regadera de plástico reutilizado.
7. Macetas de barro, barro labrado o plástico reutilizado.

A su vez, estos productos contarán con una estrategia de precio psicológico, esta pretende establecer un precio estándar del mercado en general y así ser más atractivo para los consumidores.

Estrategias de desarrollo de nuevas líneas de producto.

Una vez VIRENS logró una incursión exitosa dentro del mercado, se desarrollarán nuestras líneas de productos que permitan mantener a los usuarios actuales y del mismo modo, sirvan como estrategia de atracción para los consumidores potenciales.

Dichas nuevas líneas de productos tendrán el mismo estilo y énfasis ecológico que poseen las huertas, manejando entonces productos como fertilizantes, pesticidas, herramientas de jardinería, semillas y tierra con los que, teniendo en cuenta la estrategia de fijación de precio de la huerta, estas nuevas líneas de productos manejarán la estrategia de penetración.

Estrategias en función de la estacionalidad.

A partir de esta estrategia, VIRENS pretende realizar mes a mes un análisis histórico de ventas que ayude a identificar visualmente el comportamiento de compra que experimenta el consumidor durante el año a partir de los buscadores y el SEM. Esto con el fin de reconocer cuáles son las temporadas más efectivas que VIRENS tiene en el mercado y por las cuales puede desarrollar estrategias que ayuden a la promoción del producto en las diferentes plataformas en tiempo oportuno.

Por lo cual también es importante tener relación directa con las campañas de marketing y publicidad que nos ayudarán a identificar de manera efectiva los beneficios del producto hacia el consumidor.

Estrategias de precio:

Imagen No 14 Matroz de estrategia de precio/calidad de VIRENS

Estrategia de precio

	Alto	Mediano	Bajo
Alto	<p>ESTRATEGIA SUPERIOR</p> 	<p>ESTRATEGIA DE VALOR</p> 	
Mediano		<p>ESTRATEGIA DE VALOR MEDIO</p> 	<p>ESTRATEGIA DE BUEN VALOR</p> <p>HUERTAS URBANAS Y CASERAS</p> 
Bajo			<p>ESTRATEGIAS DE ECONOMÍA</p> 

CALIDAD

Fuente: Creación propia.

De acuerdo con Musonera, E., & Ndagijimana, U. (2008) “la estrategia de precio descremada se suele utilizar cuando se introduce un nuevo producto en el mercado y tiene una gran demanda. El producto o servicio se cobra caro debido a una ventaja competitiva sustancial”, por lo que teniendo en cuenta el tipo de producto exclusivo que representa VIRENS en cuando a su diferencia, propuesta y elaboración, adoptamos esta estrategia para fijar nuestro precio.

Considerando las características físicas, tecnológicas y de talento humano que posee VIRENS, se determinó que la estrategia de precio superior con una calidad alta y precio alto es la que mejor se adapta a las necesidades de nuestro producto.

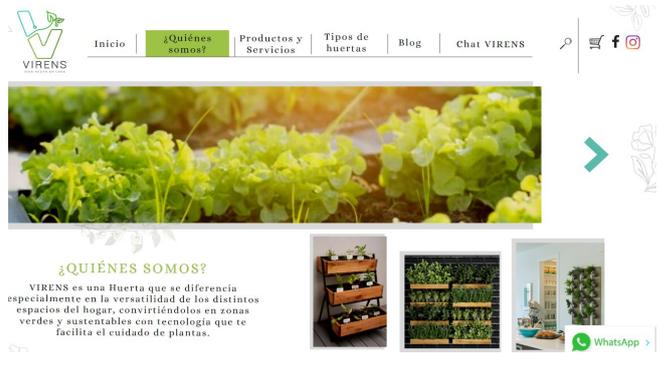
De esta manera, VIRENS puede ser competitiva dentro del mercado en comparación de marcas como XUE y Sembramos que tienen calidad alta y precio mediano, con factores diferenciadores como los lugares de adquisición de estas marcas.

Por otro lado, es importante resaltar que otras marcas sustitutas como Semillas y Huertas Caseras generan estrategias de precio de buen valor, lo cual podría representar una dificultad para VIRENS.

Estrategias de distribución

Determinamos que el canal más adecuado para nuestra distribución será digital a través de una página web propia donde podrán acceder a cotizar, recibir información y además adquirir el producto. Esta la convierte en una estrategia de canal corto, nuestra interacción y venta será directa, sin intermediarios, cumpliendo con nuestra promesa de personalización en la atención hasta en la entrega del producto.

Imagen No 15 Diseño de página web.



Fuente: Creación propia.

Nuestra página web además tendrá el enfoque estratégico que brindan las 5 a's del marketing, así:

Aportar: A través de un blog en la web, VIRENS generará contenido enfocado a la solución de dudas y generación de comunidad con temas relacionados a la vida saludable y amigable con el medio ambiente, donde además los usuarios podrán compartir sus experiencias e interactuar entre ellos mismos.

Por otro lado, a partir de este blog, se generará contenido transmedia que migre a otros medios de comunicación implementados por VIRENS, como lo son las redes sociales y los distintos medios publicitarios.

Imagen No 16 Blog de VIRENS.



Fuente: Creación propia.

Ayudar: Otro de los apartados importantes que se encontrarán en nuestra página web será el Chat VIRENS, en donde se podrá guiar y ayudar a los clientes potenciales en su proceso de adquisición de la huerta, resolviendo las dudas que tengan en cuanto la funcionalidad de esta, así como de la instalación.

De la misma manera, este espacio también servirá como punto de apoyo y comunicación directa con los clientes que ya hayan adquirido una huerta y deseen comunicarse con nuestro experto en botánica para resolver dudas específicas del cultivo.

Imagen No 17 Chat VIRENS.



Fuente: Creación propia.

Anticipar: La página web de VIRENS será programa a partir de Key Words útiles y específicos que permitan mostrar nuestro contenido desde cualquier motor de búsqueda de forma sencilla, no solo a partir del SEO, sino también del SEM para así anticiparnos a las posibles intenciones de búsqueda de los clientes potenciales.

También dentro de la misma página web se recolectará información enfocada al comportamiento y experiencia del usuario para transformar dicha información en herramientas útiles como la sugerencia de productos de compra o el despliegue de tendencias.

Imagen No 18 Página inicial de VIRENS

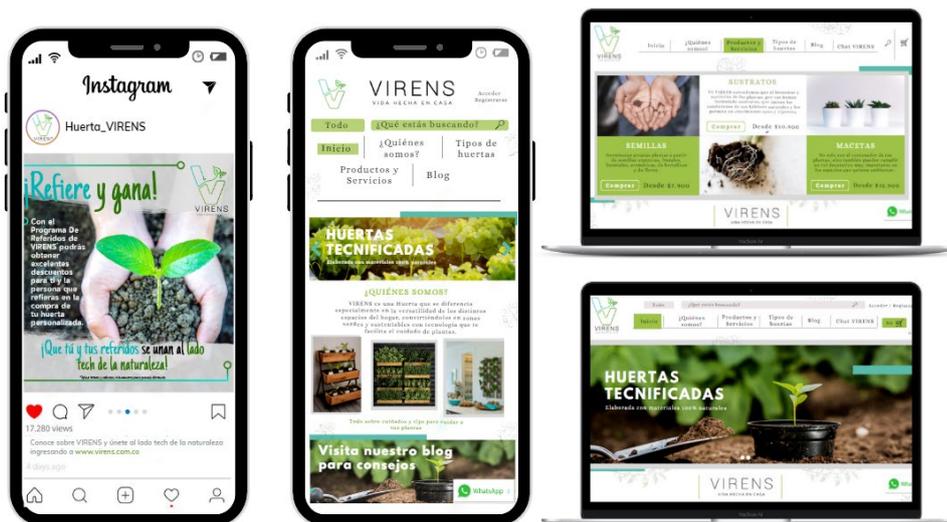


Fuente: Elaboración propia.

Adaptar: Programar la página web para que esta sea Responsive, nos permitirá mejorar la experiencia del usuario cuando este interactúe con nuestra web desde el dispositivo que desee, sea móvil, tablet o computador.

De igual forma y como se mencionó anteriormente, manejaremos un contenido transmedia que nos permita identificar los medios digitales en los que nuestro público objetivo hace presencia, como por ejemplo una red social en específico, para que a partir de allí este medio funcione como canalizador hacia la página web.

Imagen No 19 Diseño responsive de VIRENS.



Fuente: Creación propia.

Automatizar: Uno de los beneficios que VIRENS ofrece es la facilidad con la que el usuario puede bocetear una huerta tecnificada basándose en sus preferencias de medidas y materiales, es por esto que dentro de nuestra página web los clientes podrán ingresar esta información básica para que les sea más sencillo comprender su funcionamiento y posterior adquisición.

Por otro lado, desean agendar directamente una visita a su domicilio para que un operario de VIRENS sea quien sugiera los espacios, las medidas y los materiales que mejor se adapten a los deseos del cliente. Podrán realizar este proceso de agendamiento directamente desde la web.

Imagen No 20 Página de personalización de la huerta.



Fuente: Creación propia.

Estrategias de promoción

Desde el inicio tenemos en cuenta que somos un producto nuevo en el mercado en donde nuestra estrategia de promoción no solo debe generar impacto, sino recordación. El objetivo de informar y persuadir dentro del inicio del ciclo de vida de la huerta VIRENS será fundamental para un posicionamiento y un alcance de metas para nuestro objetivo de mercado, tanto en estrategias de cliente interno (vendedores) como estrategias para cliente externo (consumidor final) cumpliendo con tres etapas.

Influir

Estrategia de atracción: VIRENS contará con la participación, en alianza con el jardín botánico, en los eventos de emprendimiento jardín de noche, donde se planea tener un estand muy orgánico. El incentivo de invitación serán pequeñas suculentas de obsequio, cada una de ellas tendrá un código QR, promocional de ingreso de la página con más beneficios.

Imagen No 21 Invitaciones Jardín de Noche



Fuente: Creación propia.

Persuadir:

Estrategia de retención

Cuando el consumidor genere compra en VIRENS se le otorgara un nivel, para que el usuario adquiera las ventajas de cada nivel se le darán puntos que se acumulan por la compra de nuestros productos.

Imagen No 22 Niveles VIRENS

Todo

Flor Hernández

Inicio | ¿Quiénes somos? | Productos y Servicios | Tipos de huertas | Blog | Chat VIRENS

Tu zona | Tus plantas | Puntos | **Niveles Virens**

132 Puntos
Nivel semilla

Niveles Virens

Acumula puntos con tus compras para ir subiendo de nivel y recibir mejores cosas con Virens

Nivel	Ecopuntos	Beneficios
Nivel semilla	150 Ecopuntos	<ul style="list-style-type: none">Descuentos del 5% en envíos.Envíos gratis por compras superiores a \$200.000.
Nivel germina	270 Ecopuntos	<ul style="list-style-type: none">Descuentos del 10% en envíos.Envíos gratis por compras superiores a \$150.000.Compra protegida por 30 días.
Nivel retoño	390 Ecopuntos	<ul style="list-style-type: none">Descuentos del 15% en envíos.Envíos gratis por compras superiores a \$120.000.Compra protegida por 30 días.Acceso a ofertas exclusivas.

132 Puntos
Tu nivel
Nivel semilla

WhatsApp >

Fuente: Creación propia

Recordar

Estrategia de fidelización por contacto

VIRENS contará con una estrategia de referidos con aquellos usuarios nuevos o antiguos que refieran a 5 personas en la página oficial de VIRENS, por cada uno de estos usuarios podrán obtener descuentos o puntos acumulables al momento de realizar su compra, así como también los referidos, obtendrán regalos y descuentos en su primera compra.

Imagen No 23 Pieza publicitaria



Fuente: Creación propia.

Estrategias de comunicación

Imagen Corporativa.

A continuación, se mostrará el manual de imagen corporativa de VIRENS, el cual también podrá ser encontrado en los anexos.

Imagen No 24. Manual de imagen corporativa.



MANUAL DE MARCA NACIMIENTO-COLORES-TIPOGRAFÍA Y USOS

CONCEPTUALIZACIÓN

DESDE EL PRINCIPIO SE BUSCÓ LA UNIÓN DE 3 IDEAS BÁSICAS PARA LA MARCA, TECNOLOGÍA, NATURALEZA Y FACILIDAD, ESTO AYUDO A UNIFICAR NO SOLO EL CONCEPTO VISUAL SINO TODO LO QUE REFLEJA EL VALOR AGREGADO PARA VIRENS.

ES POR ESO QUE LA CONSTRUCCIÓN TUVO COMO BASE INSPIRATORIA 2 CORRIENTES QUE PERMITÍAN UNIR LOS TRES ELEMENTOS ANTERIORES, EL ARTE EN TENDENCIA MINIMALISTA, Y EL ARTE TIPOGRÁFICO, ASI MISMO EL USO DE COLORES SIGNIFICATIVOS DENTRO DEL VALOR DE MARCA.



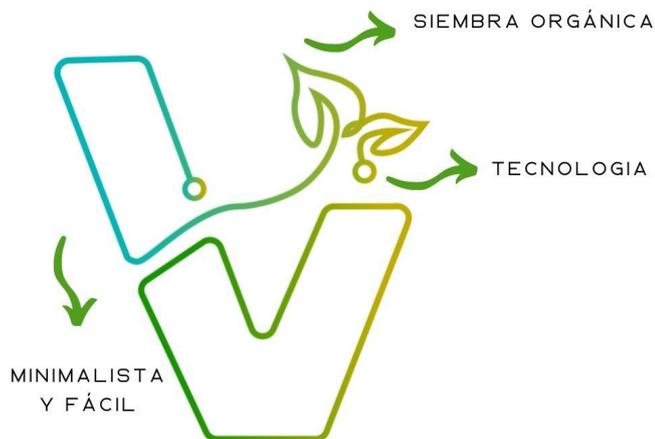
IDENTIDAD

VIRENS ES UNA MARCA ORGÁNICA Y ADAPTABLE A LA TECNOLOGÍA, CREE EN EL CAMBIO Y LA FACILIDAD DE ADAPTACIÓN, ES POR ESO QUE SIEMPRE ESTA EN TENDENCIA AMBIENTALISTA Y EN PRO AL CUIDADO DE LA ALIMENTACIÓN.

SU LIBERTAD Y FLEXIBILIDAD LE PERMITE SER PARTE DE CUALQUIER OLA Y CONSTRUIRSE A SI MISMA PARA SER PARTE DE LA HISTORIA QUE SE ESTÉ CONTANDO. LE FASCINA LOS MENSAJES CONTUNDENTES Y QUE AYUDEN A REFLEJAR UN CAMBIO DE ESTILO EN UNA VIDA FÁCIL Y SALUDABLE.



ICONOGRAFÍA



PARA LA CREACIÓN DEL ICONO DISTINTIVO DE LA MARCA SE BUSCÓ QUE LA TIPOGRAFÍA PERMITIERA REPRESENTAR EL MISMO PRODUCTO DE LA MARCA (LA TECNOLOGÍA Y LA PLANTAS) SIN QUE SE PERDIERA EL SENTIDO DEL INICIO DE NUESTRA MARCA VIRENS ENGLOBANDO UNA IMAGEN RESPONSIVE MANEJABLE EN TODOS LOS TAMAÑOS Y PRESENTACIONES



ELEMENTOS GRÁFICOS

¿QUÉ COMPONE EL LOGOTIPO?

TIPOGRAFÍA

ABLATION

LIGHT

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
0123456789
: ; , . ¿ ? ! ! () / % \$ " "

EXTRA BOLD

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
0123456789
: ; , . ¿ ? ! ! () / % \$ " "

BOLD

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
0123456789
: ; , . ¿ ? ! ! () / % \$ " "

VIRENS
VIDA HECHA EN CASA

CONSTRUCCIÓN



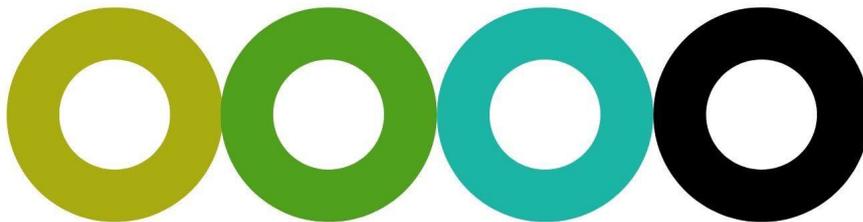
ÁREA DE
SEGURIDAD

PARA QUE LA MARCA FUNCIONE DE FORMA CORRECTA ES NECESARIO RESPETAR UNOS ESPACIOS MÍNIMOS, PARA QUE NO SE VEA CONTAMINADA POR OTROS ELEMENTOS.

EL ÁREA DE SEGURIDAD CUMPLE LA FUNCIÓN DE PROTEGER LA MARCA Y DARLE UN AIRE EN EL CUAL PUEDA EXPRESARSE LIBREMENTE.



COLORES



A8AC10

51A01D

1CB4A5

000000





APLICACIONES ¡ASÍ SÍ!



APLICACIÓN



APLICACIÓN



VIRENS
VIDA HECHA EN CASA



VIRENS
VIDA HECHA EN CASA

APLICACIONES
PROHIBIDAS

¡ASÍ NO!



APLICACIÓN
PROHIBIDA



VIRENS



Fuente: Creación propia.

Las estrategias de comunicación, el asertividad y la intención son la clave dentro de la planeación y la finalización de las campañas a realizar; por eso para VIRENS es importante establecer dos tipos de estrategias que serán fundamentales para el análisis de resultados que permitan implementar un plan de trabajo en caminado al cumplimiento de objetivos.

Estrategia de lanzamiento

La expectativa a un producto nuevo en el mercado y para el hogar genera un recibimiento positivo por parte de nuestros consumidores, sin olvidar que un producto en el que prima la innovación facilita que sea tendencia, por eso VIRENS implementará esta estrategia pensando en la innovación y el nuevo producto único en Colombia que hará la diferencia en los hogares.

Esta campaña servirá para comunicar información leve, pero sustancial de la marca, de las huertas y de las funcionales de servicios que tenemos para los consumidores, sin dar aún un vistazo final a las huertas, lo que nos ayudará a generar más consumidores potenciales o cercanos a nuestra marca a través de la expectativa.

Esto se dará también a los nuevos productos que se agreguen a línea de producto de VIRENS

Estrategia de visibilidad

La visibilidad de VIRENS es igual de importante como la confianza o el posicionamiento que puede adquirir, por eso a partir de la responsabilidad social implementará estrategias a través de sus empaques donde sus envolturas sean de materiales biodegradables y/o reciclables, esto con el fin de mantener el diferencial de la marca e innovación en el producto, con el objetivo de comunicar una buena percepción de la marca y, desde el primer momento, generar una conexión.

Conclusiones y recomendaciones del estudio de mercados

Teniendo en cuenta la ventaja diferencial que representará VIRENS para la vida diaria de los consumidores, entendemos a este producto como una gran oportunidad de mercado gracias al aprovechamiento de la tecnología, la agricultura y las marcadas tendencias de consumo enfocadas al cuidado del medio ambiente.

Dicho cuidado por el medio ambiente, VIRENS lo aprovecha desde su estado primario, su construcción y ensamblaje, llevándolo así hasta la cotidianidad del consumidor, que obtiene un múltiple beneficio como la satisfacción personal por el

autocuidado desde la alimentación, así como del cuidado ambiental con las prácticas amigables que disminuyan el impacto causado por el ser humano.

Por otro lado, descubrimos en VIRENS una gran oportunidad, ya que al menos en Colombia, aún no existe otro producto con este tipo de características singulares y atractivas que aprovechan distintos factores como tiempo, espacios y hábitos, para transformarlas en bienestar emocional, físico y ambiental.

Estudio técnico

Características de la localización:

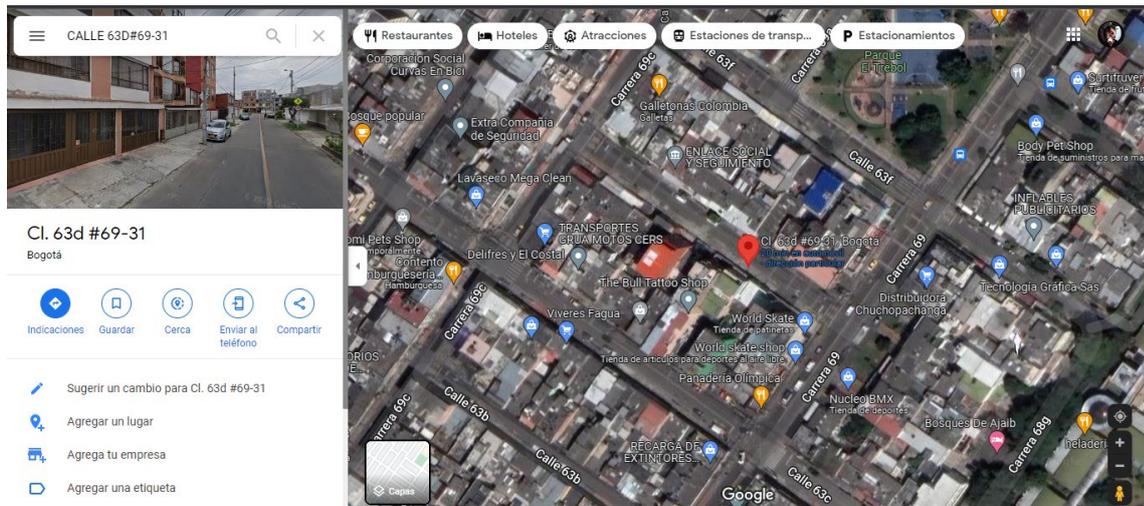
El punto de funcionamiento operativo y administrativo principal de VIRENS estará ubicado en el barrio de Bosque Popular, en la localidad de Engativá en la ciudad de Bogotá. Se eligió este lugar como punto estratégico por su cercanía a lugares como el Jardín Botánico o el Parque Simón Bolívar, bastiones de la representación simbólica de la vida saludable, además porque este sector cuenta con vías principales de acceso como la Avenida Boyacá, Avenida Rojas, Avenida Mutis y la Avenida 68.

Imagen No 25 Bodega de VIRENS



Fuente: Tomada de <https://www.fincaraiz.com.co/inmueble/bodega-en-venta/bosque-popular/bogota/4833704>

Imagen No 26 Ubicación de VIRENS en Google Maps



Fuente: Elaboración Propia

Características de las áreas de producción:

Especificaciones técnicas de la planta y las maquinarias

Rendimiento de la planta:

La planta es una Línea de Producción Continua, dependiendo la demanda obtenida su rendimiento debe ser mayor.

Los equipos están diseñados para un trabajo continuo de 8 horas por día.

La planta en condiciones normales de funcionamiento debe tener un rendimiento no menor al 80% en promedio, considerando tiempos para mantenimiento preventivo, limpieza de equipos, en cambio, de lotes, reemplazo de materiales consumibles. No se considera en este rendimiento retrasos por motivos externos como falta de energía, problemas con materia prima, personal no entrenado en operación de los equipos.

Especificaciones de maquinarias y equipos en planta

La planta cuenta con los siguientes equipos:

Tabla No 1 Maquinaria requerida

Especificaciones	Taladro inalámbrico 1/2" 20 V, profesional, Truper	
<p>Imagen No 27 Taladro Inalámbrico</p>  <p>Fuente: Tomada de https://cutt.ly/XZOrVO0</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Batería de mayor capacidad 2 Ah • Doble engranaje con selector de 2 velocidades, botón de dirección de giro y bloqueo del interruptor. • Broquero de cambio rápido con seguro de retención. • LED para iluminar el área de trabajo. • Indicador de nivel de carga de batería. 	
	Broquero	1/2"
	Torque máximo	20 Nm con 15 configuraciones
	Velocidades (2)	0 - 350 / 0 - 1,400 rpm
	Ø Perforación máxima en metal:	1/2" (13 mm)
	Ø Perforación máxima en madera:	1" (25 mm)
Peso 1.3 kg	Tiempo de recarga	1 hora 30 minutos

Especificaciones	Sierra circular	
<p>Imagen No 28 Sierra Circular</p>  <p>Fuente: Tomada de https://cutt.ly/dZOty2h</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La sierra circular portátil es una de las herramientas portátiles más peligrosas. Se utiliza fundamentalmente para realizar cortes en madera y derivados. • Balero de bolas, que prolongan la vida útil de la máquina. • Zapata de aluminio. • Diseño ergonómico de 2 mangos para mayor comodidad y control. • Guarda retráctil para protección del disco y del operador. • Guía láser, para realizar cortes exactos. • Presenta seguro de bloqueo para facilitar el reemplazo del disco. 	
Potencia	1 600 W	
Tensión	120 V	
Frecuencia	60 Hz	
Velocidad	5,000 rpm	
Ø Perforación máxima en madera: Capacidad de corte a 90°	60 mm	

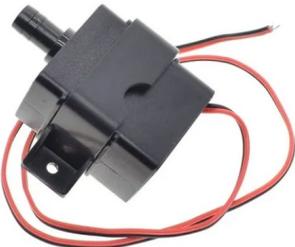
Ø Máximo de sierra 7 1/4" (184 mm)	Capacidad de corte a 45°	43 mm
Diámetro interno del disco 5/8" (16 mm)	Capacidad de biselados	0° - 45°

Especificaciones	Clavadora neumática profesional, calibre 16, Truper	
<p>Imagen No 29</p> <p>Clavadora neumática</p>  <p>Fuente: Tomada de https://cutt.ly/LZOtsgs</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Sistema de liberación de cambio rápido ● Utiliza clavos de 1", 1 3/16", 1 1/4", 1 1/2", 1 5/8", 1 3/4", 2", 2 1/2" ● Presión de trabajo Capacidad de cartucho 75 - 110 psi ● Válvula móvil para direccionar la salida de aire ● Carcasa de aluminio y mango ergonómico para mayor comodidad del operador 	
	Presión de trabajo	75 - 110 psi
	Consumo nominal	6.4 CFM @ 90 psi
	Entrada de aire	1/4" NPT
	Diámetro interno de manguera	3/8" (9.5 mm)
	Largo de clavos	1" (25 mm), 1 3/16" (30 mm), 1 1/4" (32 mm), 1 1/2" (38 mm), 1 5/8" (40 mm), 1 3/4" (45 mm), 2" (50 mm), 2 1/2" (64 mm)
	Espesor de clavo	Calibre 16 (1.6 mm)
Peso 2.2 kg	Capacidad de cartucho	100 clavos

Características técnicas del producto:

Sistema de riego automático:

Tabla No 2 Sistema de riego automático

Especificaciones	Bomba de agua sumergible sin escobillas.	
<p>Imagen No 30</p> <p>Bomba de agua.</p>  <p>Fuente: Tomada de https://n9.cl/asb8q</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Material de la bomba: ABS. ● Rotor magnético permanente sin escobillas para una durabilidad de 20000 horas. ● Ruido: <40dB (la mayoría de 35dB) ● Clase a prueba de agua: IP68 (puede ser sumergible instalado). ● Fuente de alimentación: panel solar, fuente de corriente continua, batería. ● Longitud del cable: 45 cm. 	
	Temperatura de trabajo	0 ~ 75 grados
	Consumo de energía	4.8W
	Tensión nominal	12V DC
	Corriente nominal máxima	400 mA
	Caudal máximo	240L / H.
	Max Head (altura de elevación)	3M
	Tamaño	5.5cm x 3.4cm x 4.1cm

Sistema de energía independiente:

Tabla No 3 Panel Solar

Especificaciones	Panel Solar		
<p data-bbox="121 510 430 618">Imagen No 31 Panel Solar</p>  <p data-bbox="156 842 213 920"></p> <p data-bbox="121 954 430 1061">Fuente: Tomada de https://n9.cl/51ktm</p>	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="523 510 1356 696">● Panel solar de alta eficiencia, compatible con cualquier dispositivo que sea recargable a 5V como celulares, tablets, cámaras, y distintas fuentes de alimentación.	Voltaje	6V
		Consumo de energía	8W
	Tamaño	27.4 x 18.1 x 1.8 cm	
	Conexión	USB de 5V	

Sensor de temperatura y humedad:

Tabla No 4 Sensor de temperatura y humedad

Especificaciones	Sensor de temperatura y humedad	
<p>Imagen No 32</p> <p>Sensor de temperatura y humedad.</p>  <p>Fuente: Tomada de https://n9.cl/h7imc</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se utiliza un sensor de humedad capacitivo y un termistor para medir el aire circundante, y envía una señal digital en el pin de datos. • Este sensor es más preciso, más exacto y funciona en un rango más amplio de temperatura/humedad. 	
	Tipo de cable	DHT21
	Alimentación	3.3Vdc = Vcc = 5.5Vdc
	Corriente	1-1.5mA
	Rango de medición de temperatura	-40°C a 80 °C
	Precisión de medición de temperatura	<±0.5 °C
	Rango de medición de humedad	De 0 a 100% RH
	Precisión de medición de humedad	3% RH

Luz Artificial:

Tabla No 5 Luz Artificial

Especificaciones	Luz artificial especial para huertos	
<p data-bbox="140 510 416 613">Imagen No 33 Luz Artificial</p>  <p data-bbox="140 1021 437 1128">Fuente: Tomada de https://n9.cl/n6zdm</p>	<p data-bbox="475 510 1182 544">Este bombillo de luz artificial se puede aplicar en:</p> <ul data-bbox="523 584 1366 913" style="list-style-type: none"> • Hidroponía, Horticultura, Invernaderos, Jardines Indoor. • Apto Para Germinación, Crecimiento, Florecimiento Y Fructificación • Apto Para Cualquier Tipo De Plantas, Tomates, Lechugas, Hierbas Y Demás. 	
	Poder	28w
	Chip Led	Smd 5730
	Corriente	Ac 85v – 265v
	Ángulo De Luz	180 grados
	Temperatura Del Cuerpo	<60° C
	Tiempo De Vida	>50.000 Horas
	Longitud De Onda	Rojo 660nm – Azul 554nm

Descripción del proceso de producción:

Todo cliente que desee una huerta única de VIRENS deberá ingresar a nuestra página web (www.VIRENShechaencasa.com.co) en donde podrá cotizar el costo de la huerta eligiendo los materiales y las características que se adecúen mejor a su necesidad.

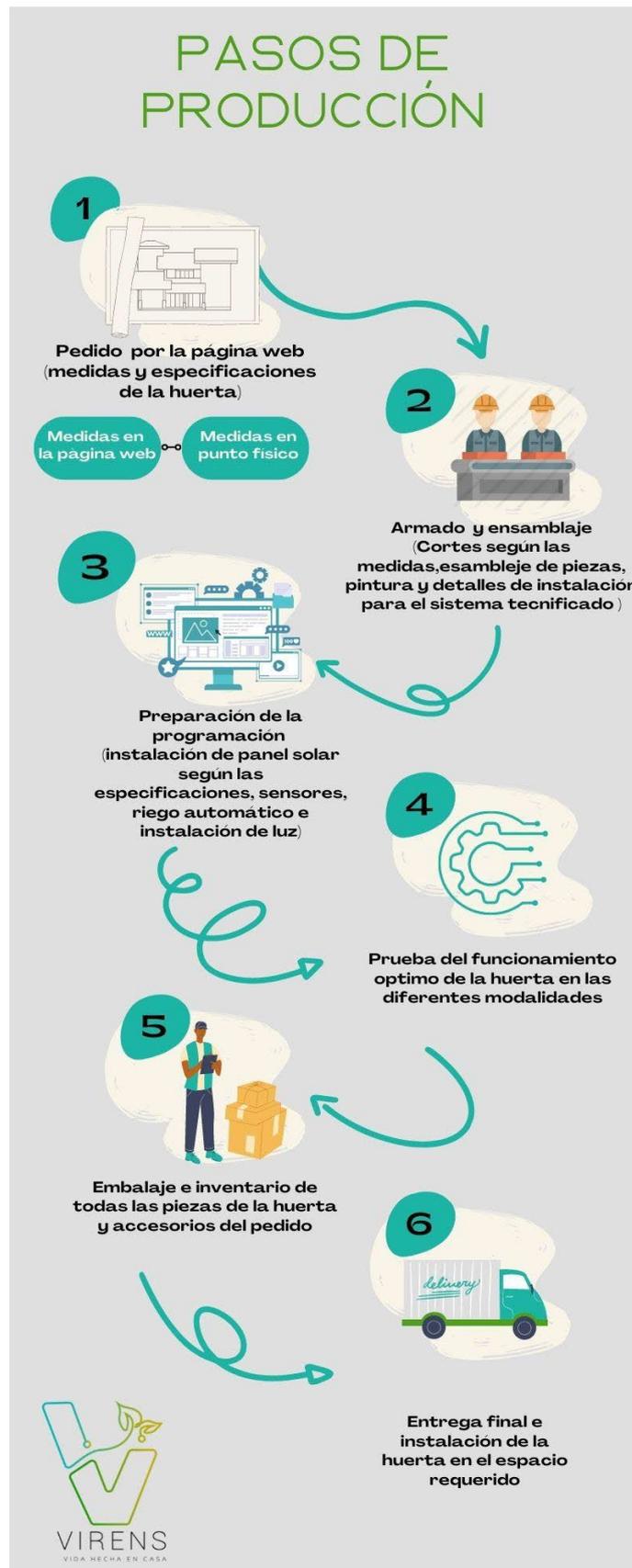
Por otro lado, también encontrarán la opción de agendar una cita domiciliaria para que uno de nuestros operarios tome las medidas del espacio disponible y así el cliente pueda elegir la opción que mejor le convenga.

Una vez se tienen las medidas y el estilo de la huerta verificados, comienza el proceso de producción, el cual incluye el corte y lijado de las láminas o varillas de bambú, la tecnificación de los distintos aparatos de medición.

Luego de esto, la huerta se somete a un proceso de calidad en el que se calibra y programa el correcto funcionamiento de los aparatos técnicos de la huerta para luego pasar finalmente el embalaje.

Cuando la huerta está lista para ser enviada, se acuerda con el cliente la fecha de entrega e instalación de la huerta en el lugar que este elija.

Imagen No 34 Pasos de producción



Fuente: Creación propia.

Descripción de la materia prima y los materiales

Entre sus elementos de tecnificación se incluye:

- **Sistema de riego automático:**

El sistema funciona en ciertos periodos de tiempo, cuando es tiempo de regar las plantas, una válvula de paso o mariposa, un filtro de sólidos suspendidos, una electroválvula maestra, una serie de válvulas para un controlador de riego.

- **Sensor de humedad relativa y temperatura:**

El sensor es un aparato de lectura utilizado en espacios interiores para controlar la humedad del aire y la temperatura. Las magnitudes medidas por el sensor de humedad se transforman en una señal eléctrica normalizada, cuya intensidad suele estar comprendida entre 4 y 20 mA.

- **Sensor de intensidad lumínica:**

El sensor de luz se usa para detectar el nivel de luz adecuado para el cultivo de lo que el cliente desee plantar y producir una señal de salida representativa respecto a la cantidad de luz detectada.

- **Paneles solares:**

Los paneles solares les darán energía a todos los sistemas eléctricos de la huerta mencionados anteriormente, los paneles pueden convertir la energía del sol en energía eléctrica por medio de corriente continua durante las horas del día.

La energía de corriente se envía desde un tablero eléctrico (caja de interruptores) para accionar las luces y los aparatos con energía solar.

En noche o en días nublados los paneles solares son capaces de utilizar la luz indirecta, aunque se mantengan en funcionamiento en esos días su rendimiento está entre el 10% y el 25%.

Materias Primas

Tabla No 6 Materias primas

Especificaciones	Bambú laminado Vertical
<p>Imagen No 35 Lámina de Bambú.</p>  <p>Fuente: Tomada de https://cutt.ly/6ZSm550</p> <p>Natural: Color natural del Bambú. Coffee: Color ámbar carbonizado (café) a 1 cm de ancho.</p>	<p>Las tablillas están verticalmente lo que genera una apariencia “lineal” con nudos menores. Las tablillas están verticalmente lo que genera una apariencia “lineal” con nudos menores a 1 cm de ancho</p> <p>Tamaño y embalaje</p> <p>1. Para Pisos Tradicionales de Bambú (Vertical y Horizontal):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tabla Clásica: 960 x 96 x 15 mm (Embalaje: 22 piezas por caja) <p>2. Para Pisos de Fibras de Bambú (WSB):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tabla Clásica: 960 x 96 x 14 mm (Embalaje: 22 piezas por caja) • Tabla Ancha: 1830 x 142 x 14 mm (Embalaje: 8 piezas por caja)

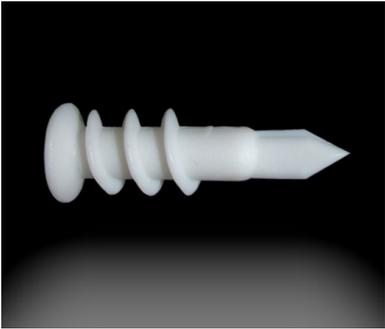
	<ul style="list-style-type: none"> • Material de Cubierta (Exterior - Deck): 1860x 100x 20 mm (Embalaje: 5 piezas por caja)
--	--

Especificaciones	Bambú laminado Vertical
<p>Imagen No 36 Varilla bambú</p>  <p>Fuente: Tomada de https://cutt.ly/6ZSm550</p>	<p>Guadua rolliza es madura, lavada, inmunizada y seca. La inmunización por inmersión se realiza con sales de bórax y ácido bórico. Este es un producto que se puede utilizar en la construcción, logrando ser un artículo de alta calidad.</p> <p>Longitudes de 1 a 6 metros lineales.</p> <p>Capacidad de carga</p> <p>Su extraordinaria capacidad de carga (MOE 17,859 N / mm²) lo convierte en el bambú preferido # 1 Guadua Inmunizada 50 unidades de 6 metros.</p>

Especificaciones	Tierra x 40 Kg
<p data-bbox="201 331 512 367">Imagen No 37 Tierra</p>  <p data-bbox="201 759 571 869">Fuente: Tomada de: https://cutt.ly/dZSQQYD</p>	<p data-bbox="708 331 1422 517">Tierra abonada con cascarilla, seleccionada de calidad superior rica en microelementos y materia orgánica.</p> <p data-bbox="708 624 1107 660">SUSTRATOS TUMATERA.</p> <p data-bbox="708 698 1406 1176">La tierra abonada es un sustrato 100% orgánico. Ayuda a mejorar las características físicas y químicas de los suelos, mejora el desarrollo de la raíz, libera los nutrientes y micronutrientes en forma disponible para las plantas, mejora la infiltración de agua y reduce las pérdidas por evaporación.</p>

Especificaciones	Tornillos para madera x Caja 100
<p data-bbox="272 1471 612 1507">Imagen No 38 Tornillo</p> 	<p data-bbox="708 1471 1430 1507">* 72 mm de longitud de rosca para el TPTO50120</p> <p data-bbox="708 1545 1294 1655">** 72 mm de longitud de rosca a partir de TPTO60110</p> <p data-bbox="708 1693 1086 1729">Acabado en bicromatado.</p> <p data-bbox="708 1767 1422 1877">Cabeza avellanada 90°, rosca madera 40°, punta S que permite la perforación directa de la madera.</p>

<p>Fuente: Tomada de https://cutt.ly/EZSWiQA</p>	<p>Huella hexalobular ISO 10664 (Tx), que permite mayor esfuerzo que la Pz.</p> <p>Empleo:</p> <p>o Fijación de herrajes metálicos con taladro previo sobre madera.</p> <p>o Fijación de refuerzos metálicos con taladro previo sobre madera.</p> <p>o Unión de maderas duras entre sí. Tierra abonada con cascarilla, seleccionada de calidad superior rica en microelementos y materia orgánica.</p>
--	---

Especificaciones	Chazos para madera x Caja 100
<p>Imagen No 39 Chazos</p>  <p>Fuente: Tomada de https://cutt.ly/3ZSWF20</p>	<p>El chazo expansivo cola de marrano está diseñado especialmente para fijación de objetos decorativos, cuadros, lámparas, interruptores eléctricos repisas y otros accesorios en placas de panel yeso, brindando un agarre eficaz y de muy fácil instalación. Está diseñado para uso de tornillos para panel yeso desde 3/8" a 1" EZ # 6 Nilón - 1/4.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● DIMENSIONES

	<p>12mm Ancho X 40mm Longitud Diámetro Broca: 3/8"</p> <ul style="list-style-type: none"> ● PRESENTACIÓN <p>Individual - Bolsa X 25 Unidades</p>
--	--

Especificaciones	Laca x Lata 300ml
<p>Imagen No 40 Laca</p>  <p>Fuente: Tomada de https://cutt.ly/zZSW42h</p>	<p>Pintura en aerosol ideal para superficies de madera que deben ser restauradas, protegidas y/o decoradas. Acabado parejo y uniforme, de mayor resistencia.</p> <p>Alto cubrimiento, alto rendimiento, con filtro UV para mayor duración y un secamiento ultra rápido. Para uso en interiores y exteriores.</p> <p>Contenido: 300 mililitros</p> <p>Peso: 300 gr</p>

Especificaciones	Sistema de riego x Metro
<p data-bbox="209 331 687 371">Imagen No 41 Sistema de riego</p>  <p data-bbox="268 846 632 958">Fuente: Tomada de https://cutt.ly/KZSRRqb</p>	<p data-bbox="719 331 1433 517">Se puede ajustar la potencia y la orientación, lo que permite una mayor precisión y abarcar mayor área de riego.</p> <p data-bbox="719 555 1433 667">Esto, unido a la baja presión del agua, contribuye a que las plantas no sufran ningún daño.</p> <p data-bbox="719 705 1433 817">Supone un ahorro del consumo de agua frente a otros tipos de sistema de riego.</p> <p data-bbox="719 922 1433 1108">Presión media: en este caso la presión oscila entre 1,5 y 4,5. La distancia aumenta hasta 25 metros.</p>

Especificaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="770 1272 1107 1312">● Semillas x paquete
<p data-bbox="272 1400 624 1440">Imagen No 42 Semillas</p> 	<p data-bbox="719 1400 1433 1585">La Lavanda se adapta a todos los climas, aunque su desarrollo óptimo se da en ambientes de climas templados y cálidos</p> <p data-bbox="719 1624 1433 1809">Es una planta ornamental de gran belleza. Ideal para adornar ambientes exteriores con condiciones de luz directa.</p> <p data-bbox="719 1848 1433 1960">Sus flores producen un néctar dulce que atrae a una gran diversidad de abejas.</p>

<p>Fuente: Tomada de https://cutt.ly/OZSTayV</p>	<p>ESPACIO ENTRE PLANTAS: 60 cm</p> <p>SUSTRATO DE SIEMBRA: Sustrato para Germinación</p> <p>LUZ: La lavanda es una planta que requiere luz solar directa durante al menos 7 horas diarias.</p> <p>CLIMA: Crece a altitudes entre los 700 y los 2600 metros de altitud. Se desarrolla en todos los climas a temperaturas entre 10 y 30 grados centígrados.</p>
<p>Especificaciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Pegamento de madera x Galón
<p>Imagen No 43 Pegamento</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Fuente: Tomada de https://cutt.ly/vZSTE0f</p>	<p>Carpincol Profesional es un adhesivo base poliacetato de vinilo (PVA) para madera. Secado rápido, Alta viscosidad, Buena adherencia en maderas con un porcentaje, De humedad hasta el 18%, Alta resistencia al calor Se necesita estar prensado para obtener un mejor secado.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Especialmente formulado para madera con humedad hasta el 15%. ● Volumen de la unidad: 1 gal ● Tipo de pegamento: Líquido ● Superficies aptas: Cartulina, Madera, Papel, Tela

Fuente: Creación propia.

Características de la cadena de suministros

Descripción de proveedores

Guadua Bamboo

Imagen No 44 Logo Guadua Bamboo



Fuente: Tomada de <https://cutt.ly/HZOtYGK>

Guadua Bamboo está especializado en el bambú más grande, fuerte y económicamente más importante de América: Guadua angustifolia. El bambú Guadua se utiliza en todo tipo de aplicaciones de construcción y se considera el bambú más fuerte del mundo.

En Colombia es ampliamente utilizado en construcción o paneles laminados. Guadua bamboo nace gracias a la pasión del experto Belga Stéphane Schröder en el año 2007, Costa Rica, teniendo así una larga trayectoria y experiencia; Durante algunos años Guadua Bamboo viajó por Latinoamérica buscando la mejor calidad natural, de este modo migró en el año 2013 a Colombia (Valle del Cauca) encontrando plantaciones naturales las cuales superan las expectativas esperadas en calidad, belleza y fuerza de la planta.

Guadua Bamboo SAS está ubicado en la vereda Bajo Sabaletas, Dagua, Valle del Cauca a 150 metros de la autopista Buga-Buenaventura. Con excelente acceso hasta las instalaciones.

Ofrecen:

- Plantas de Bambú

Tienen plantas de bambú únicas para jardines, fincas y proyectos de reforestación.

- Materias Primas de Bambú

Ofrecen materias primas inmunizadas con la más alta calidad para la construcción.

- Reforestación con Bambú

Plantan Guadua en terrenos degradados para restaurar los suelos y la biodiversidad.

TRUPER

Imagen No 45 Logo Truper



Fuente: Tomada de <https://www.truper.com/>

Es una de las empresas más reconocida en Latinoamérica en manufactura, distribución y comercialización de herramientas y productos para todos los segmentos de la industria ferretera. Su catálogo está en constante crecimiento, incluye más de 12,000 productos. El buen desempeño de estos está garantizado por el Centro de Calidad Avanzada Truper CCAT, el laboratorio de calidad más avanzado del mundo en el sector ferretero.

Cuentan con 7 marcas especializadas por segmento y Herramientas con la mejor relación calidad-precio.

De acuerdo con Truper Colombia (s.f) esta es la misión y visión que rige la compañía:

- **Visión**

Mantenernos como el proveedor más importante y relevante del mercado ferretero en México y América Latina, asegurando la estabilidad de la empresa en el largo plazo a través de un crecimiento y rentabilidad congruentes con el entorno, promoviendo así, el desarrollo de nuestros colaboradores y de México.

- **Misión**

Mantener una mejora continua y acelerada para maximizar la satisfacción de nuestros clientes a través de la excelencia en la calidad de nuestros productos y servicios.

LABBER

Imagen No 46 Logo Labber



Fuente: Tomada de <https://cutt.ly/JZOtSwt>

Los fertilizantes son básicos en la agroindustria en Colombia, puesto que los suelos del país son ácidos y es uno de los países del mundo que más cantidad de fertilizantes usa por cada hectárea cultivada.

Según datos del Banco Mundial, en el país se usan 499 kilogramos de fertilizantes por hectárea cultivable, es por esto por lo que seleccionar una de las mejores empresas de fertilizantes en Colombia es clave.

De acuerdo con Labber (s.f) cuenta con una línea de fertilizantes con una base orgánica de alta tecnología e innovación que permite una acción permanente de los fertilizantes a través del tiempo. Logrando disminuir las pérdidas de los nutrientes por los diferentes procesos que se presentan en el suelo. Nuestra empresa de fertilizantes en Colombia crea productos con una formulación innovadora y única en el mercado de fertilizantes, y llevamos más de 15 años desarrollando productos especializados en la nutrición celular humana.⁷

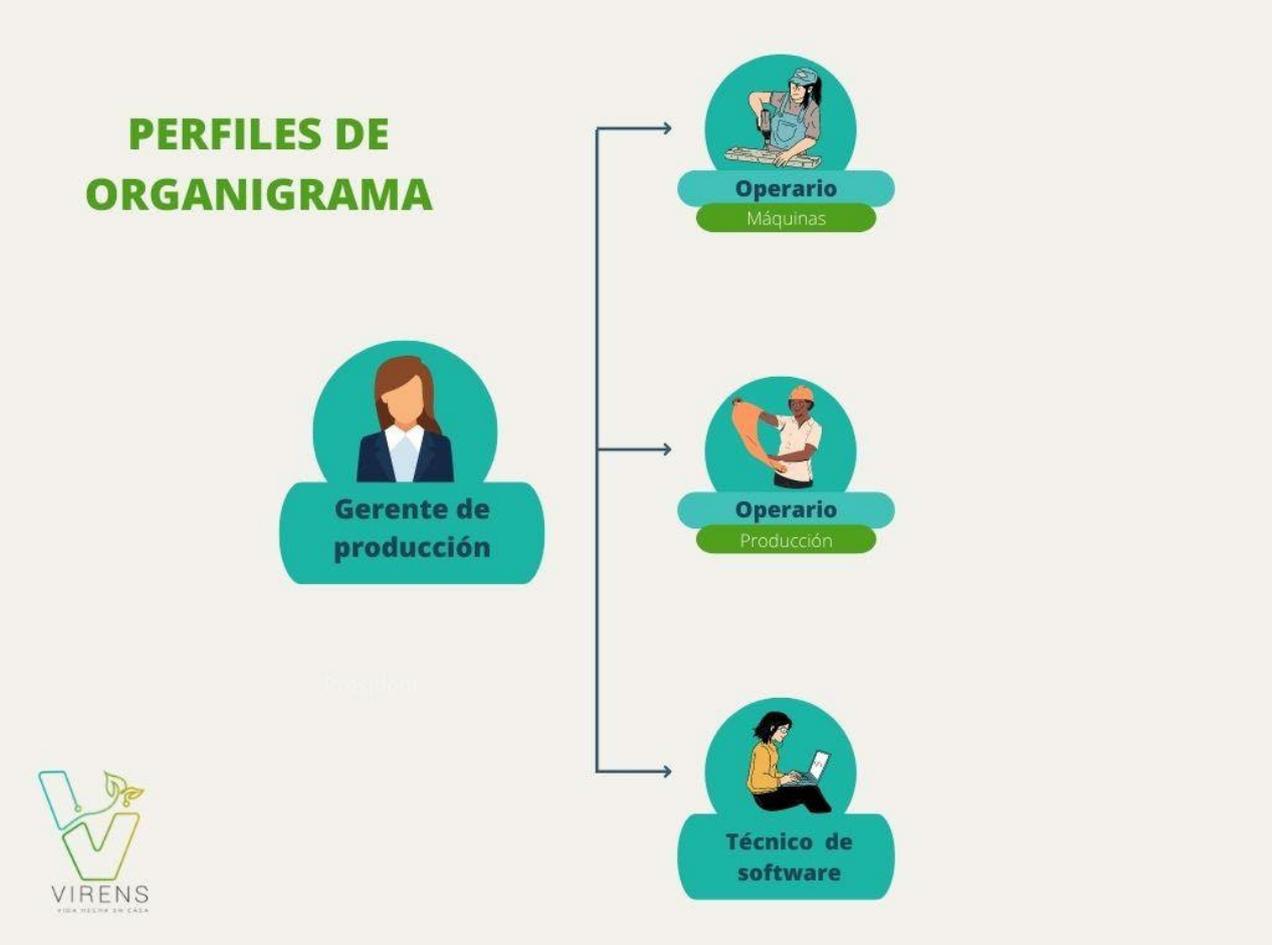
En Inversiones Labber S.A.S. Se encuentran los abonos para aumentar los nutrientes en el suelo, en específico del nitrógeno, debido a su fijación biológica. Las empresas de fertilizantes orgánicos nos encargamos de tener la mejor calidad para cada uno de los cultivos.

Este tipo de abonos protegerá tus suelos contra la erosión superficial, ya que mejora la estructura del suelo para que se mantenga fuerte y resistente contra cualquier cambio que se presente.

Personal en la producción

Perfiles de los puestos de trabajo

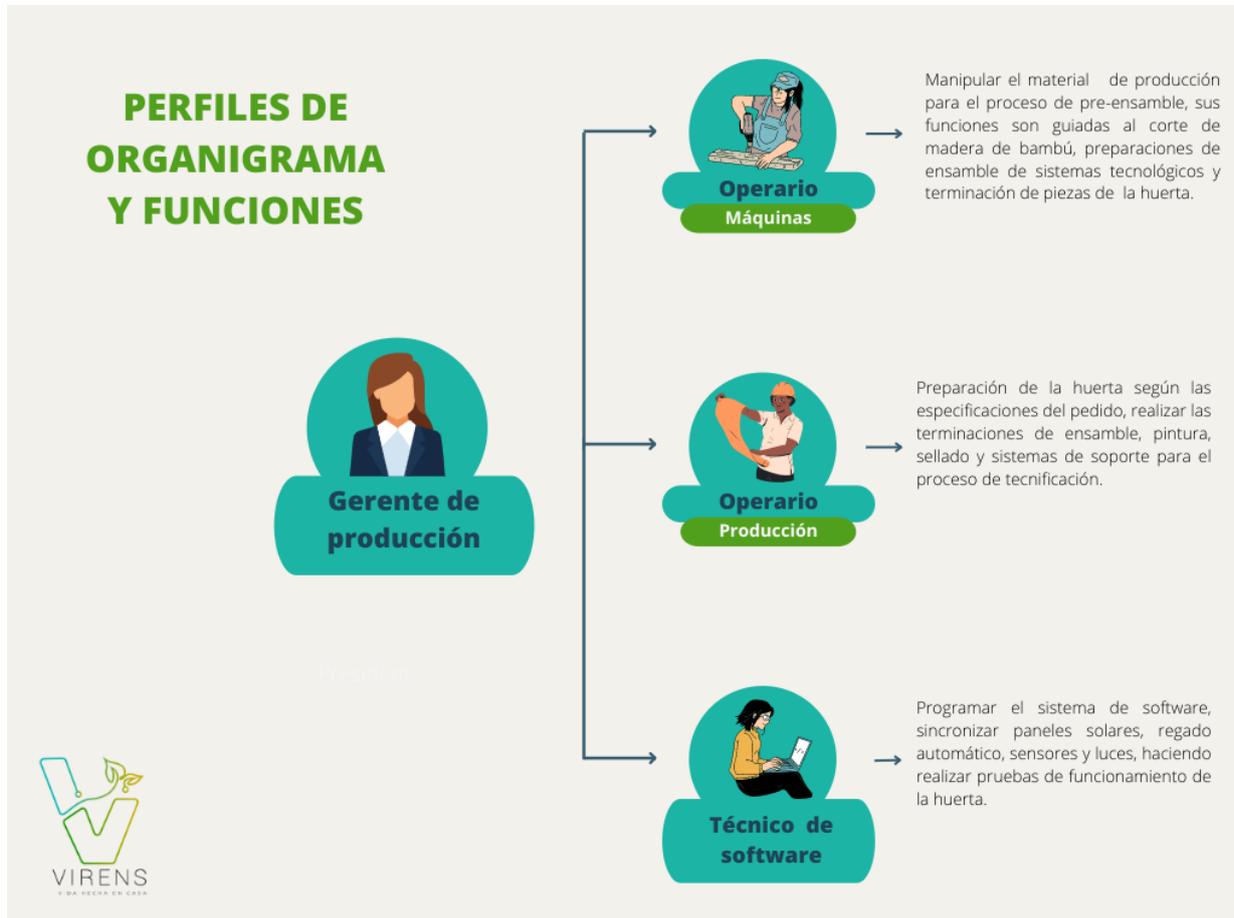
Imagen No 47 Perfiles de organigrama.



Fuente: Creación propia.

Funciones y responsabilidades

Imagen No 48 Perfiles de organigrama y funciones.



Fuente: Creación propia.

Conclusiones y recomendaciones del estudio técnico

En conclusión, VIRENS necesita una cantidad importante de herramientas tecnológicas para garantizar su funcionamiento y la calidad misma de la huerta, además que gracias a los proveedores y las diferentes fuentes de información, la variedad y calidad de los insumos tecnológicos necesarios se puede garantizar.

Además, es de vital importancia seleccionar los perfiles adecuados para que se cumplan a cabalidad con los distintos procesos de producción que involucra

VIRENS y se trabaje mancomunadamente en pro del éxito de la empresa, entendiendo además que la elección de nuestros proveedores puede influir en gran medida en la calidad final que ofrecemos con nuestra huerta.

Para VIRENS, su estructura organizacional de operación y producción juega el papel fundamental, ya que esta misma desglosará las futuras competencias frente a nuestro producto innovador, asimismo, como la disponibilidad del producto terminado en buena gestión, entregándolo de forma óptima, con los materiales requeridos y de calidad que ofrecen los agentes de producción.

Esto también determinará la cantidad de producción y nuestra capacidad de crecimiento frente a la demanda, tener estrategias y aspectos claves para esta estructura nos garantiza la extensión de VIRENS, su alcance y sus resultados de satisfacción.

Estudio Administrativo

Descripción general de la estructura de la empresa

Organigrama

VIRENS tendrá un organigrama de personal segmentado por tres áreas para una mayor gestión de cada proceso

Área administrativa

- **Subgerente de mercadeo y administración**
 - **Contador**
 - **Administrador**

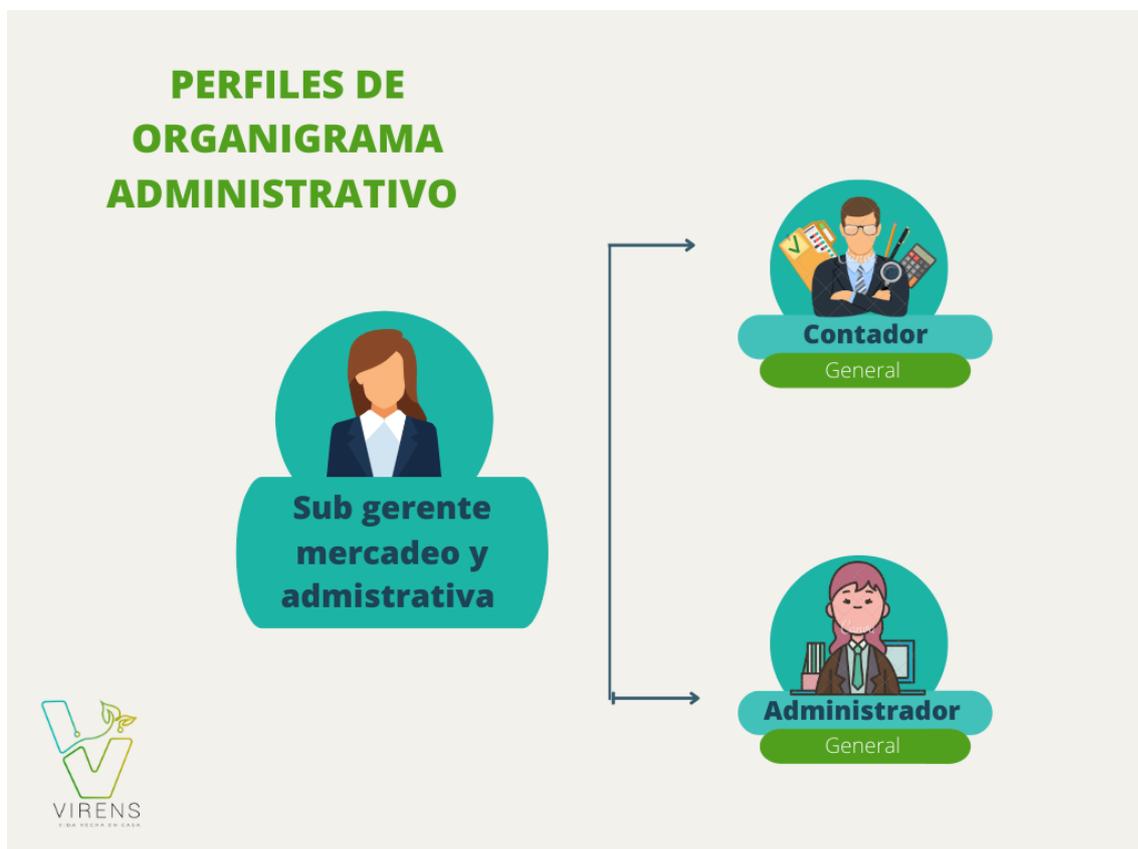
Gerente de mercadeo y producción

- Representante de atención al cliente y ventas
- Representante experto en botánica

Gerente de publicidad

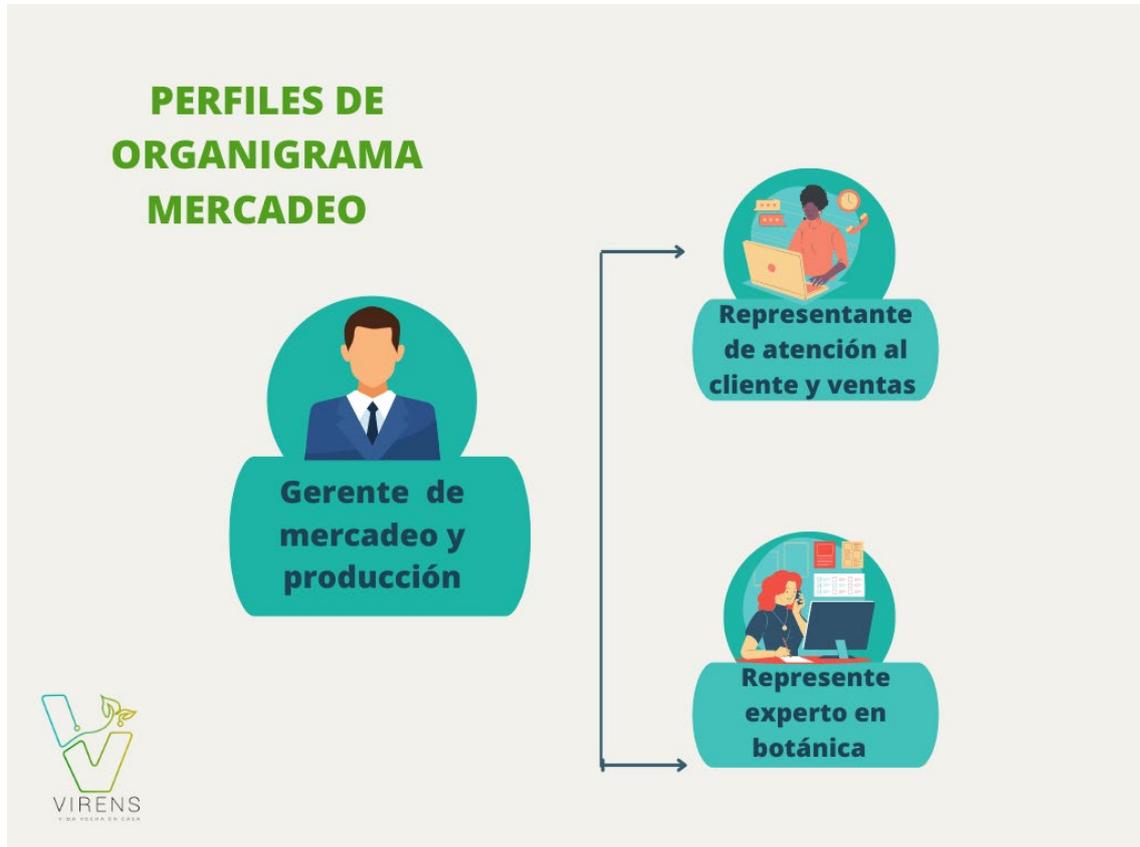
- Diseñador gráfico

Imagen No 49 Perfiles de organigrama administrativo



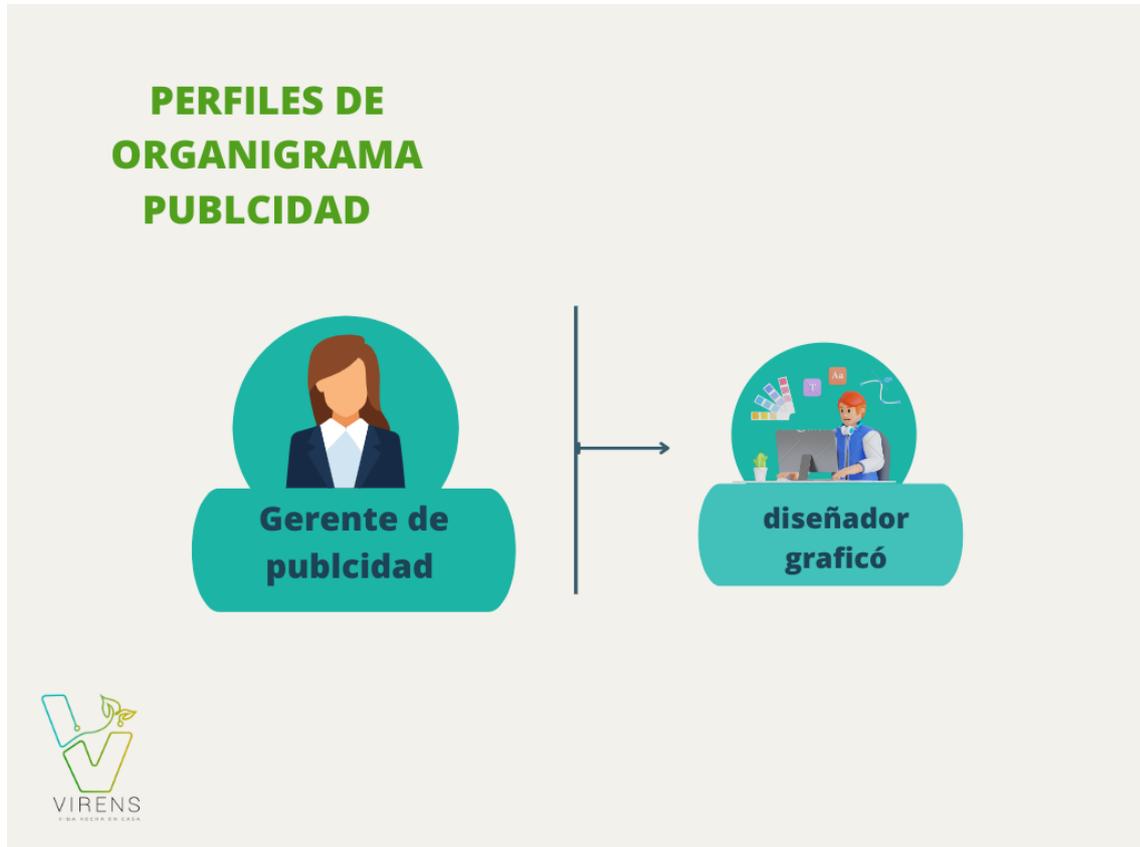
Fuente: Creación propia

Imagen No 50 Perfiles de organigrama de mercadeo



Fuente: Creación propia

Imagen No 51 Perfiles de organigrama de publicidad.



Fuente: Creación propia

Legalización

- Homonimia en Cámara de Comercio.
- RUT
- RUE

Imagen No 53 Consulta homonimia Cámara y comercio

TUULUPE

Servicios en Línea

Soporte y ayuda en Línea: | Línea de Respuesta Inmediata 3830330 Chat Llamada virtual Ayuda

Registro Mercantil - Homonimia nacional

Por identificación

Clase: No. -

Por nombre o razón social*

Escriba los primeros caracteres del nombre

Búsqueda por palabra clave

Por palabra clave

Registro mercantil

Digite el número de matrícula

Cámara de Comercio	Matrícula	Razón Social	Organización Jurídica	Ultimo año renovado	Estado
BOGOTA	0002702545	VIRENSIS S.A. SUCURSAL EN COLOMBIA	SOCIEDAD DE PERSONA JURIDICA PRINCIPAL @ ESAL	2018	ACTIVA

1

Fuente: Creación propia.

Imagen No 54 Formato RUT

		Formulario del Registro Único Tributario		001	
2. Concepto <input type="text" value="02"/> Actualización		4. Número de formulario 14781096836			
				 (415)7707212489984(8020) 000001478109683 6	
5. Número de Identificación Tributaria (NIT) 9 0 0 4 7 4 8 6 7		6. DV <input type="text" value="7"/>		12. Dirección seccional Impuestos y Aduanas de Neiva	
				14. Buzón electrónico <input type="text" value="13"/>	
IDENTIFICACIÓN					
24. Tipo de contribuyente Persona jurídica		25. Tipo de documento <input type="text" value="1"/>		26. Número de identificación	
27. Fecha expedición		28. País		29. Departamento	
30. Ciudad/Municipio		31. Primer apellido		32. Segundo apellido	
33. Primer nombre		34. Otros nombres		35. Razón social VIRENS Ltda.	
36. Nombre comercial		37. Sigla		UBICACIÓN	
38. País COLOMBIA		39. Departamento BOGOTÁ D.C.		40. Ciudad/Municipio BOGOTÁ D.C.	
41. Dirección principal CR 11 3 32					
42. Correo electrónico infocontacto@virens.com					
43. Código postal		44. Teléfono 1		45. Teléfono 2	
CLASIFICACIÓN					
Actividad económica					
46. Código		47. Fecha inicio actividad		48. Código	
49. Fecha inicio actividad		50. Código 1		50. Código 2	
51. Código		52. Número establecimientos		Ocupación	
Responsabilidades, Calidades y Atributos					
53. Código <input type="text" value="571014424852"/>					
05- Impto. renta y compl. régimen ordinario					
07- Retención en la fuente a título de renta					
10- Obligado aduanero					
14- Informante de exogena					
42- Obligado a llevar contabilidad					
48 - Impuesto sobre las ventas - IVA					
52 - Facturador electrónico					
54. Código <input type="text" value="23"/>			55. Forma		
56. Tipo			Servicio 1 2 3		
57. Modo			58. CPC		
IMPORTANTE: Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario -RUT-, tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación					
Para uso exclusivo de la DIAN					
59. Anexos SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		60. No. de Folios: <input type="text" value="0"/>		61. Fecha: <input type="text" value="2021-08-23 / 15:55:57"/>	
La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser exacta y veraz; en caso de constatar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantarán los procedimientos administrativos sancionatorios o de suspensión, según el caso.			Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice.		
Parágrafo del artículo 1.6.1.2.20 del Decreto 1625 de 2016			Firma autorizada:		
Firma del solicitante:			984. Nombre		
			985. Cargo		

Fecha generación documento PDF: 23-08-2021 03:59:24PM

Fuente: Creación propia.

Misión

Nuestra misión en VIRENS es ser una marca que inspire el éxito a través de la satisfacción que nuestros productos generan en nuestros clientes, cumpliendo con los más altos estándares de calidad y compromiso en cada huerta que hacemos, llevando a nuestros clientes a una vida más saludable y amigable con el medio ambiente facilitándoles el proceso de cuidado y producción de sus propios cultivos.

Visión

Seremos una de las empresas líderes en el sector de agricultura ecológica y urbana, implementando tecnologías de la más alta calidad con enfoque social donde logremos llegar a los hogares colombianos idóneos, mejorando la calidad de vida de todos nuestros clientes.

Objetivos

- Facilitar la experiencia de los consumidores al momento de cultivar sus propios alimentos a través del uso de huertas tecnificadas VIRENS donde se mejore la calidad de vida del usuario en relación con la salud y el medio ambiente.

Objetivos Específicos

- Adaptar estratégicamente los diseños de la huerta para que sea apta a cualquier espacio disponible y se asegure su disponibilidad.
- Implementar tecnología precisa que posibilite el práctico uso de las huertas.
- Acompañar al usuario durante el proceso de adquisición de la huerta, así como en el proceso de familiarización con la misma desde casa.

Valores

- **Adaptabilidad.**
- **Disponibilidad.**
- **Empatía.**
- **Apoyo.**
- **Seguridad.**
- **Diferenciación.**

Socios estratégicos

Socios Clave:

- Jardín botánico-alcaldía de Bogotá

El Jardín Botánico en compañía de la Alcaldía de Bogotá se convierte en un socio clave debido a que, con frecuencia, en el Jardín Botánico se organizan ferias empresariales aptas para nuestro producto y su vez para la asistencia de personas que cumplen el perfil de nuestro público objetivo. Dentro de las ferias que se realizan está “El Jardín de Noche” o “Feria de Emprendimiento” enfocada a emprendimientos de tipo ecológico.

La agenda cultural y académica del Jardín Botánico de Bogotá, promueve eventos culturales, artísticos y académicos con distintos formatos y dirigidos a distintos actores, siempre inscritos en procesos y/o agendas temáticas estratégicas.

- Invernaderos campesinos de las afueras de Bogotá:

La zona metropolitana de Bogotá cuenta con una amplia variedad de invernaderos de los cuales podemos crear una alianza estratégica de provisión de materia prima orgánica (tierra, semillas, abono, pesticidas, etc) tales como Vivero Naturante en Buenavista, Vivero el Edén en el sector del puente de guadua por la avenida 80, entre otros.

- Guadua y bambú (<https://guaduabambucolombia.co/>):

Son una compañía dedicada a la producción de guadua y bambú en diferentes cantidades y con diferentes tipos de tratamiento de acuerdo con las necesidades del cliente; siendo que la base primordial de nuestro producto será el bambú en varilla y en tabla, esta empresa se convierte en nuestro principal socio clave.

Políticas generales:

Proveedores

- Impulsar la planificación estratégica mancomunada en pro del impulso económico.
- Satisfacer los estándares de calidad en materia prima y demás implementos necesarios para las actividades productivas de VIRENS.
- Ser eficientes y eficaces con la cantidad de material solicitado en el tiempo solicitado.

- Involucrar y alinear los valores de las partes involucradas, VIRENS y proveedor, para desarrollar una comprensión mutua que cumpla con las expectativas y desafíos del mercado.
- Cumplir a cabalidad con todos los requerimientos y solicitudes de ley para asegurar el sano desarrollo comercial bajo las garantías legales y gubernamentales.
- Implicar a proveedores con compromiso de reducción del impacto medioambiental de todas las actividades de trabajo que llevan a cabo en sus plantas de producción.

Clientes:

Política de devoluciones

- **Devolución por insatisfacción- derecho de retracto**

Si el producto que fue adquirido no enamora al cliente o prefiere otro por cambio de opinión puede cambiarlo sin problema dentro de los siguientes 10 días hábiles a la entrega del producto, este se debe devolver sin uso, con todos sus accesorios, embalajes y sellos originales y con los regalos promocionales que hayan estado asociados a la compra. El uso de derecho de retracto se debe solicitar mediante el correo de VIRENS adjuntando los soportes necesarios de la compra y evidencias de que el producto se encuentra en buen estado y sin uso.

Las devoluciones de dinero solo aplican al ejercer el derecho de retracto para compras efectuadas a través de www.VIRENShechaencasa.com.co y en los eventos y condiciones previstos en la ley 1480 de 2011 Artículo 47, siempre que lo ejerza durante los (10) días hábiles siguientes a la fecha de compra.

En caso de que se cumplan con los requisitos anteriormente mencionados, VIRENS devolverá la suma total que se pagó por el producto, este pago no incluye los gastos de transporte, los cuales deben ser asumidos por el comprador, sin que se hagan descuentos o retenciones. La devolución se hará en un plazo máximo de (10) días calendario, a través de alguna de las siguientes formas:

- Transferencia Electrónica: Dentro de los (10) días hábiles siguientes de recibir el producto.
- Reversión del pago: 30 hábiles o el tiempo estipulado por el banco después de recibir el producto. Se efectúa a la misma cuenta o tarjeta de crédito, desde la cual se realizó la compra.
- Consignación Cuenta Bancaria: Se realizará consignación bancaria a nombre del cliente.

Teniendo en cuenta que los gastos de envío para devolver los productos y ejercer el derecho de retracto, corren por cuenta del comprador.

Garantías legales y beneficios ofrecidos por el fabricante

Se puede hacer uso de la garantía si el producto que compraste:

- NO cumple con la calidad, es decir, no cumple con las características que le son inherentes o las técnicas informadas por VIRENS (desgaste de madera, sistema de riego no funcional y desgaste en los paneles solares).
- NO es idóneo, es decir, no es apto para cumplir el propósito para el cual fue producido.
- Si llegó dañado o incompleto y el servicio de instalación no fue el óptimo para el espacio elegido.

Si el producto llegase a tener defectos de calidad a pesar de su uso adecuado, durante la vigencia de la garantía, o llegase imperfecta, se procederá como se indica a continuación:

Los productos tienen garantía de 6 meses contados a partir de la fecha de facturación y entrega del producto.

Solicitud de garantía.

Para gestionar la solicitud, se debe escribir a través de LINK DE CAMBIOS, GARANTÍAS Y DEVOLUCIONES de nuestra página www.VIRENShechaencasa.com.co y solicitar el cambio, devolución o garantía para que nos pongamos en contacto y gestionar la recolección de la huerta con nuestra transportadora o coordinar para que se haga el envío de los productos, de acuerdo al caso.

Plazo máximo de entrega

Una vez finalizado el proceso de compra y se realice el pago del producto, la transportadora personal de VIRENS tendrá un plazo máximo de (10) días calendario para entregar el producto en la dirección que se haya indicado. Si se vence este plazo se podrá optar por la devolución de dinero.

Conclusiones y recomendaciones del estudio administrativo

El área administrativa de VIRENS cumplirá una función vital para el cumplimiento de objetivos presentes y futuros, ya que se encargará de guiar la empresa, desde el cumplimiento de todo aspecto legal y gubernamental, al liderazgo dentro del mercado.

Asimismo, será la guía de funcionamiento interno, desde los clientes externos (consumidores) como clientes internos (empleados), esta guía de funcionamiento interno nos hará cumplir los objetivos, misión y visión que tiene VIRENS; proyectándonos siempre y consolidándonos en el mercado como empresa de emprendimiento sostenible y, para los consumidores una nueva alternativa de sembrar de forma fácil cuidando el medio ambiente.

La distribución del personal administrativo junto con las estrategias y planteamientos de valores designan a VIRENS el valor de la organización administrativa, cumpliendo con el valor agregado que se asignó desde el planteamiento formal del proyecto.

Las estrategias planteadas para los clientes que cubren al producto y al consumidor fue y será el factor de fidelización y de confianza, estos mismos se designan según la calidad de producción y de personal, como de la buena

organización, cumplimiento, cabalidad de las leyes de retracto, devolución, garantía y condiciones del producto.

ESTUDIO ECONÓMICO Y SOCIAL

Impacto social

Beneficiarios directos del proyecto:

Principalmente, nosotros como fundadores de VIRENS nos veremos beneficiados de este proyecto, puesto que este nos permitirá generar independencia económica, representando nuestra fuente principal de ingresos a través de la generación de empresa, teniendo además la oportunidad de impulsar la economía y la sociedad colombiana a un futuro más amigable con el medio ambiente.

Por otro lado, nuestros clientes también se verán mayormente beneficiados con este proyecto, puesto que VIRENS les brindará una mejor calidad de vida a través de las huertas tecnificadas, ahorrando tiempo y molestias al momento de cultivar sus propios alimentos desde la comodidad de sus hogares.

Finalmente, todos nuestros proveedores se verán beneficiados con VIRENS porque, a través de estrechas relaciones comerciales, seremos impulsores de su economía.

Beneficiarios indirectos

Como beneficiarios indirectos se encuentra principalmente el sector ecológico, puesto que VIRENS a partir de sus materiales implementados para la elaboración de las huertas, permite el uso de diferentes estrategias del cuidado

ambiental como lo es el reciclaje, debido a que varios de los materiales usados son reutilizados, permitiendo el alargamiento de su vida útil y es evitado que se conviertan en basura.

Por otro lado, algunos de nuestros proveedores también son beneficiarios de forma indirecta, como lo es el Jardín Botánico, puesto que, a través de las diferentes estrategias implementadas en el proyecto, permite obtener un interés adicional por conocer el lugar y así hacer uso de este.

Coherencia con el plan de desarrollo nacional

Según el plan de desarrollo nacional vigente del 2022 del gobierno actual planeada por el presidente (2018-2022) Iván Duque, se estableció tres pilares importantes: La equidad, emprendimiento y legibilidad. Para VIRENS y sus valores, es importante tener coherencia con el plan de emprendimiento desde el pacto de transformación empresarial: desarrollo productivo, innovación y adopción tecnológica para la productividad.

Esto presente no solo en el ámbito del desarrollo de VIRENS sino en los acuerdos legales y sociales en los que se enfrentara nuestro proyecto, contribuyendo al desarrollo del mercado como a la sociedad de forma directa e indirecta, a través de nuestros ideales ambientalistas, de renovación y la implementación tecnológica. desde el funcionamiento de la huerta hasta el uso de nuestro e-commerce. Asimismo, se tiene en cuenta el pacto transversal de sostenibilidad del plan de desarrollo nacional que encamina aún más el objetivo social, cultural y económico de VIRENS.

Matriz de riesgos ambientales y plan de mitigación del impacto ambiental:

Imagen No 55 Matriz de riesgos y plan ambiental

Zona/Lugar	Actividades	Aspecto Impacto	Impacto ambiental	Plan de mitigación
Área Administrativa	Uso de equipos de cómputo, dispositivos móviles, impresoras y fotocopadoras.	Consumo de energía y vida útil de los distintos dispositivos.	Agotamiento de los recursos naturales y explotación de los suelos.	Usar la opción "eco" que ofrecen distintos dispositivos, además de desconectarlos cuando estos no requieran ser usados.
	Impresión y fotocopiado de documentos.	Generación de residuos.	Tala de árboles y explotación de los recursos naturales	Implementación de papel reciclado de fibra de caña de azúcar para los documentos que requieran estricta impresión/fotocopiado. Aprovechamiento de medios digitales para el envío de documentos y demás información requerida. Separación correcta de los residuos reciclables y reusables.
	Uso de luces, cargadores y demás aparatos eléctricos.	Consumo de energía.	Agotamiento de los recursos naturales.	Hacer uso de luces con tecnología led que permita el ahorro de consumo con la mejor luminosidad. Mantener luces apagadas cuando no sea necesario su uso.
Área de Producción.	Uso de equipos eléctricos destinados a la producción de huertas (taladros, lijadoras, martillos, soldadoras, etc.)	Consumo de energía y vida útil de los distintos dispositivos.	Agotamiento de los recursos naturales y explotación de los suelos.	Implementación de herramienta actualizada que permita el ahorro de energía. Mantener la herramienta desconectada cuando no sea necesario su uso. Aprovechamiento máximo de los recursos usados en la producción de las huertas.
	Uso de equipos de cómputo para la programación de software y diseño.	Consumo de energía y vida útil de los distintos dispositivos.	Agotamiento de los recursos naturales y explotación de los suelos.	Usar la opción "eco" que ofrecen distintos dispositivos, además de desconectarlos cuando estos no requieran ser usados.
	Uso de luces, cargadores y demás aparatos eléctricos.	Consumo de energía.	Agotamiento de los recursos naturales.	Hacer uso de luces con tecnología led que permita el ahorro de consumo con la mejor luminosidad. Mantener luces apagadas cuando no sea necesario su uso.
Área de Servicios Generales.	Uso de productos de aseo.	Consumo de agua. Uso de plásticos. Generación de residuos peligrosos.	Agotamiento de los recursos naturales. Contaminación del agua.	Uso de implementos de limpieza ecoamigables. Consumo responsable de agua. Separación correcta de los desechos plásticos utilizados para ser reciclados o reusados.
Área de Logística y Distribución.	Uso de automóvil.	Explotación de los recursos naturales. Generación de residuos peligrosos.	Contaminación del aire.	Planeación estratégica de rutas de envío para ahorrar combustible y minimizar la emisión de gases contaminantes. Separación correcta de los desechos plásticos utilizados para ser reciclados.
Áreas comunes	Uso de baño.	Consumo de agua. Consumo de energía. Generación de desechos peligrosos.	Contaminación del suelo. Contaminación del agua. Explotación de los recursos naturales.	Sensibilización al consumo de agua responsable. Usar presentaciones recargables de los productos destinados a la higiene. Consumo responsable de papel de baño. Separación correcta de los desechos plásticos utilizados para ser reciclados o reusados.
	Uso de microondas, neveras y grifería.	Consumo de agua. Consumo de energía. Generación de desechos peligrosos.	Contaminación del suelo. Contaminación del agua. Explotación de los recursos naturales.	Separación correcta de los desechos orgánicos de los reciclables. Sensibilización al consumo de agua responsable. Mantener el microondas desconectado cuando no sea requerido su uso. Verificar que la nevera se encuentre debidamente cerrada para evitar consumo excesivo de energía.

Fuente: Creación propia.

Conclusiones y recomendaciones del estudio económico social

Si bien gran parte de la filosofía de VIRENS está orientada a una vida eco-amigable, es importante destacar nuestro compromiso con esa filosofía desde el primer momento en que se produce cada huerta, incluyendo prácticas ecológicas de los proveedores que permitan articular desde nuestra empresa el uso correcto y responsable de la materia prima durante el proceso de producción involucrando a todas las áreas.

Teniendo en cuenta el plan de desarrollo nacional, que nos da la guía hacia el emprendimiento sostenible a través de la innovación y las nuevas tecnologías, VIRENS aprovechara cada apoyo recibido por los proveedores para así beneficiar al mercado, consumidores, lugares y al medio ambiente.

Cada uno de los requisitos económicos y sociales forman a VIRENS no solo como marca registrada, sino como emprendimiento innovador que apoyará el desarrollo de distintos sectores económicos y productivos en todo el proceso de creación, fidelización y posicionamiento.

Estudio financiero

Proyecciones

El modelo financiero que manejará nuestro proyecto refleja, a partir de las siguientes proyecciones, la forma en que se evaluará la viabilidad financiera del mismo dentro de un periodo de cinco años, demostrando que VIRENS en efecto dejará utilidades, será sostenible y además impactará de forma positiva a la economía del país.

Inversión inicial

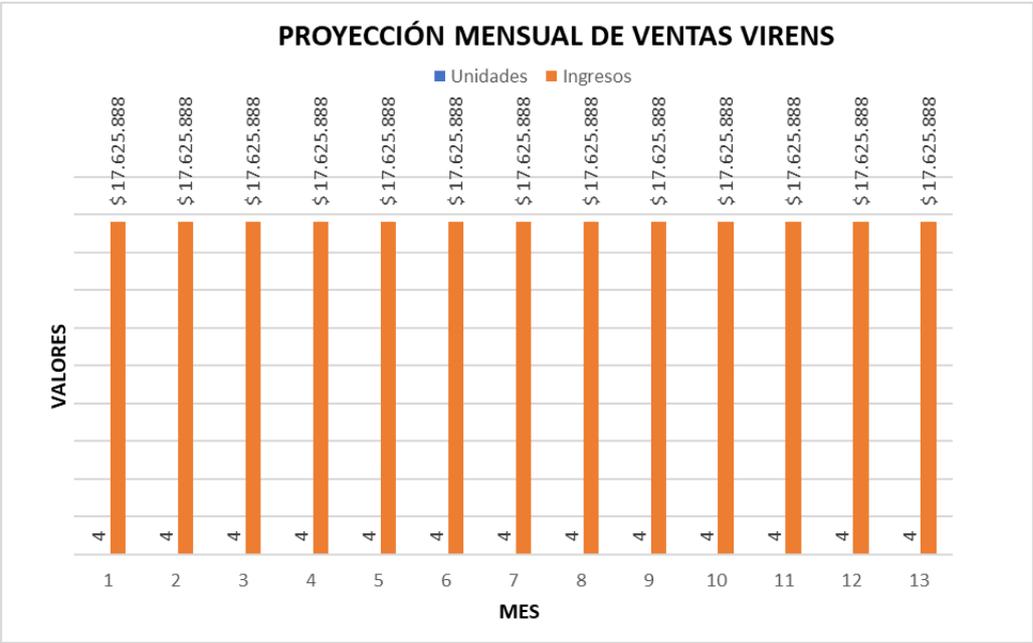
Teniendo en cuenta el estudio financiero realizado, se determina que para dar vida a VIRENS se requerirá de una inversión inicial de \$26.647.796 la cual incluye la adquisición de las maquinarias para la fabricación de las huertas, materia prima y mano de obra, además de toda actividad administrativa inicial.

Financiación y fuentes de financiación

Los tres socios fundadores aportarán una inversión inicial de \$5.000.000 cada uno, para un total de \$15.000.000 representando un 56,29% de la inversión inicial necesaria. El restante 43,71%, es decir, un total de \$11.647.796, serán financiados a través del Banco de Occidente con crédito de libre inversión, el cual cuenta con una tasa de interés actual de 31,77% E.A.

Proyección de ventas.

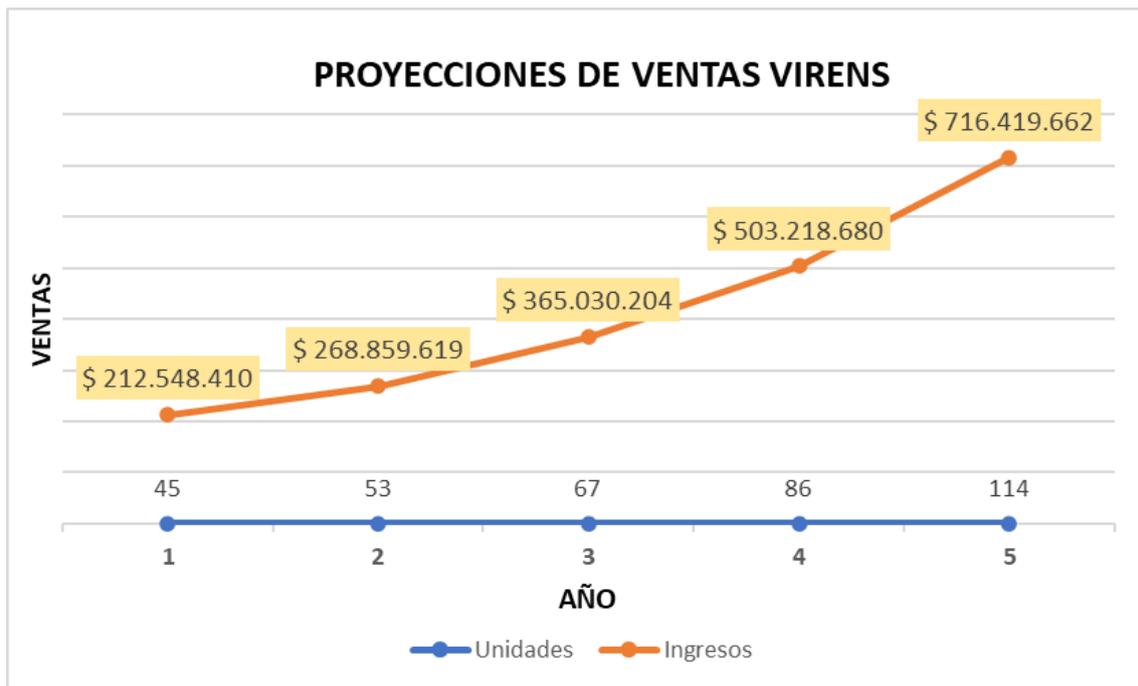
Imagen No 56 Proyección mensual de ventas.



Fuente: Creación propia

Según nuestra proyección mensual de ventas esta se mantiene lo suficientemente estable para mantener una proyección óptima de rentabilidad para la empresa, ya que mensualmente contamos con un porcentaje de crecimiento del 15 %, dando un porcentaje total de operación anual del 16,5%.

Imagen No 57 Proyecciones de ventas.



Fuente: Creación propia.

En el anterior gráfico se evidencian las proyecciones de venta de VIRENS para los próximos 5 años, discriminado en unidades y valores, durante el primer año de operación se contabiliza una producción de 45 unidades, observando un valor en la proyección de ventas de \$212.548.410, por ende, nos damos cuenta de que para el quinto año de operación se evidencia una producción de 114 unidades frente a una proyección de venta de \$716.419.662.

Proyección de costos y gastos

Imagen No 58 Proyección de costos y gastos.

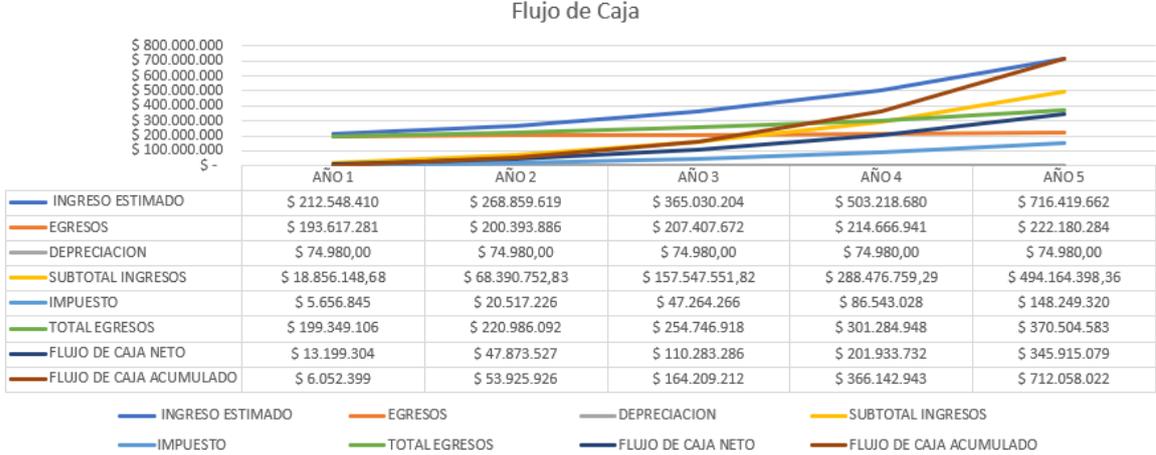


Fuente: Creación propia.

Podemos evidenciar en el gráfico nuestros costos y gastos durante los primeros 5 años del inicio del proyecto, teniendo en cuenta la comparación de los ingresos estimados en la misma proyección, se puede evidenciar el buen comportamiento de nuestros costos y gastos los cuales son inferiores a los ingresos, haciendo a VIRENS rentable desde este factor.

Flujo de caja proyectado

Imagen No 59 Flujo de caja

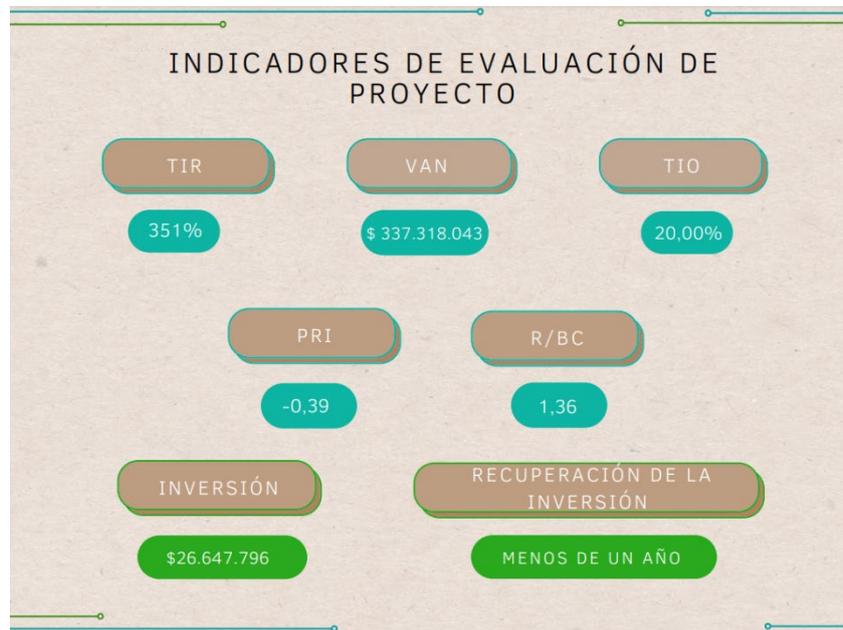


Fuente: Creación propia.

Teniendo en cuenta la gráfica anterior, se puede concluir que la proyección de flujo de caja del VIRENS será bastante positiva debido a que hay una tendencia marcada al alza, además que se evidencia que, en un periodo inferior a 1 año, donde tendremos una utilidad de \$6.052.399, podremos recuperar el valor total de la inversión inicial, siendo entonces para el acumulado de los cinco años proyectados, un total de \$337.318.043 de ganancia para el proyecto.

Indicadores de evaluación del proyecto

Imagen No 60 Indicadores de evaluación del proyecto



Fuente: Creación propia.

Análisis de los indicadores.

Considerando las gráficas e indicadores anteriormente mostrados, a continuación, se presentan los indicadores que verifican la viabilidad de VIRENS.

- **TIR:** Nuestra tasa interna de retorno será de 351%, siendo más alta que la TIO, demostrando que el proyecto es viable y muy atractivo para los inversionistas.
- **TIO:** Con una tasa de interés de oportunidad del 20%, los inversionistas tienen una gran posibilidad de generar ganancia a través de VIRENS.
- **VAN:** VIRENS tiene un valor actual neto de \$337.318.043, siendo este un indicador positivo dentro del periodo de tiempo proyectado de los cinco años, donde además se genera una valorización del proyecto positiva, sin contar la

inversión inicial, para este periodo de tiempo, siendo entonces atractivo para los inversionistas.

- **RB/C:** Por cada peso que se invierta en VIRENS se recuperan \$1,36 demostrando así que VIRENS tiene una gran capacidad de beneficiar a los inversionistas, además de una gran área de oportunidad para generar flujo de caja positivo.
- **Recuperación de la inversión:** VIRENS demuestra que, con corte al primer año, se recupera la inversión inicial de \$26.647.796 y sobran \$6.052.399 representados como flujo de caja neto.

Conclusiones y recomendaciones del estudio financiero.

El análisis del plan financiero evidencia no solo la viabilidad de VIRENS en el mercado y su sistema financiero sustentable, sino el crecimiento y proyección, siendo capaz de pagar la financiación a 5 años, recuperando en el flujo de caja un valor positivo de beneficio de devolución de \$1,36 por cada peso invertido. Consignando a VIRENS como una empresa altamente rentable y con la capacidad de recuperar la inversión en menos de un año.

Conclusiones generales

VIRENS nace como un proyecto pequeño basado en una idea innovadora y sustentable, que con el paso del tiempo fue creciendo conforme nuestros conocimientos formativos también lo hicieron.

Además, se fundamentó en una oportunidad de mercado ideal que tomó fuerza y relevancia a partir de las condiciones actuales de consumo guiadas por el momento social y sanitario que surgió con la pandemia del Covid-19.

Para que VIRENS pueda ser una realidad, es importante destacar el desarrollo administrativo, operativo y de producción que implica asegurar la calidad de las huertas que adquiere nuestro público objetivo.

Todo esto a partir de un engranaje estratégico entre nuestros proveedores, socios clave y beneficiarios directos del proyecto, de los cuales VIRENS pretende impactar y aprovechar positivamente.

Por otro lado, es de suma importancia resaltar que este proyecto está construido desde el marco legal colombiano, tomando como punto de partida su constitución como empresa, hasta su desenvolvimiento en el mercado; impactando positivamente en la economía desde la innovación tecnológica.

Destacando a VIRENS como una empresa coherente con su filosofía y valores, siguiendo los parámetros ambientales y de economía circular que un proyecto amigable con el medio ambiente debe asegurar.

Asimismo, VIRENS implementará diferentes estrategias de comercialización desde plataformas e-commerce que pretende facilitar la adquisición del producto, el cual aportará una experiencia de consumo innovador desde el momento de creación de la huerta, para así fidelizar con estrategias de promoción desde la influencia, persuasión y recordación que sean disruptivas en este mercado creciente.

De igual manera, la comunicación que manejará VIRENS estará guiada por sus políticas internas que vayan de la mano con la evolución del consumidor como persona, aprovechando el mundo digital como principal herramienta que concuerde con nuestro grupo objetivo.

Es así como VIRENS impactará de forma positiva la vida de nuestro grupo objetivo conformado de personas entre 25 y 34 años con comportamientos ligados a la vida sostenible; ya que con la adquisición de nuestras huertas se facilitará en gran medida los procesos de sembrado y cosecha, dando paso a la posibilidad de ya sea reforzar o implementar dichos hábitos saludables en el consumo de productos orgánicos.

Todo esto a partir de la tecnificación y adaptabilidad que ofrece nuestro producto único en el mercado, lo que nos permite resaltar con competitividad dentro del mercado al cual no dirigimos.

Ante todo, la viabilidad financiera de VIRENS dentro de la proyección inicial a cinco años es determinante, ya que a partir del estudio financiero determinamos que este proyecto cumple satisfactoriamente con los diferentes indicadores como su rentabilidad al ganar \$1,36 por cada peso invertido.

Se puede señalar también que VIRENS puede garantizar que, en un periodo de tiempo inferior a un año, los inversionistas serán capaces de recuperar el capital aportado para la creación de nuestro proyecto.

Finalmente, este proyecto es fundamental para nosotros, ya que nos ha dado la oportunidad de poner a prueba los conocimientos que adquirimos durante nuestra formación como profesionales, al tiempo que nos brinda una nueva perspectiva en cuanto a lo que se necesita para la creación de una empresa partiendo de un plan de negocio viable a través de sus diferentes facetas.

Presentación del proyecto en modelo CANVAS

Imagen No 61 Modelo CANVAS de VIRENS

<p>SOCIOS CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jardín botánico - alcaldía de Bogotá. - Invernaderos campesinos de las afueras de Bogotá. - Guadua y bambú. 	<p>ACTIVIDADES CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Controles Internos. - Controles de producción. - Actividades de marketing. <p>RECURSOS CLAVES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recurso humano e intelectual. - Materia prima. - Solicitudes legales y bancarios de funcionamiento. 	<p>PROPUESTA DE VALOR</p> <p>Versatilidad a distintos espacios de tu hogar, convirtiéndolos en zonas verdes y sustentables con tecnología que te facilita y asegura el cuidado del las plantas.</p>	<p>RELACIONES CON LOS CLIENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Estrategia atracción "Huerta de noche" -Estrategia de retención crece "Virenspoints" -Estrategia de fidelización "Comparte el lado tech de la naturaleza" <p>CANALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Pagina web con demonino Mercado Shop. 	<p>SEGMENTOS DE CLIENTES</p> <p>Personas ubicadas en Bogotá, de 25 a 34 años, con ingresos mensuales entre 2 y 3 SMMLV, con actitud alegre, abierta y amigable, con un estilo de vida saludable que estarán aprovechando su tiempo con el contacto de sus cultivos de plantas propias para su consumo o decoración.</p>
<p>ESTRUCTURA DE COSTES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Funcionamiento administrativo. - Marketing. - Proceso productivo. 		<p>FUENTES DE INGRESO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Teniendo en cuenta el nivel de ingresos de nuestros clientes, se estima que estarían dispuestos a pagar en promedio COPS300.000 por metro cuadrado de huerta. -Nuestros clientes prefieren pagar a través de medios electrónicos tales como: Plataformas de pago como Nequi, Daviplata, PSE y Mercado Pago. 		

Fuente: Creación propia.

Recomendaciones generales

Es importante tener en cuenta que para realizar un proyecto similar a VIRENS se debe tener un conocimiento claro del sector económico y del segmento del mercado a que se dirige ya que, si bien en la actualidad hay una tendencia marcada hacia el consumo de productos sustentables, el factor económico juega un papel fundamental para determinar el grupo objetivo.

En efecto el aspecto financiero funciona para determinar la viabilidad del proyecto, por lo que se recomienda hacer una selección correcta proveedores y asimismo planear de forma estratégica el funcionamiento de las áreas internas de la empresa, en pro de presentar un producto de excelente calidad y al menor costo posible.

De igual manera se recomienda realizar un análisis del macroentorno pertinente, del cual se pueda determinar con éxito la ejecución de un proyecto como este, ya que encontrar socios clave, así como beneficiarios directos e indirectos contribuyen al desarrollo del mercado y de la sociedad.

Listado de tablas

Tabla No 1	54
Tabla No 2	58
Tabla No 3	59
Tabla No 4	60
Tabla No 5	61
Tabla No 6	65

Listado de Imágenes

Imagen No 1	14
Imagen No 2	14
Imagen No 3	15
Imagen No 4	16
Imagen No 5	18
Imagen No 6	18
Imagen No 7	19
Imagen No 8	20

Imagen No 9	21
Imagen No 10	23
Imagen No 11	26
Imagen No 12	27
Imagen No 13	29
Imagen No 14	33
Imagen No 15	35
Imagen No 16	36
Imagen No 17	37
Imagen No 18	38
Imagen No 19	39
Imagen No 20	40
Imagen No 21	41
Imagen No 22	42
Imagen No 23	43
Imagen No 24	44
Imagen No 25	52
Imagen No 26	53
Imagen No 27	54

Imagen No 28	55
Imagen No 29	57
Imagen No 30	58
Imagen No 31	59
Imagen No 32	60
Imagen No 33	61
Imagen No 34	63
Imagen No 35	65
Imagen No 36	66
Imagen No 37	67
Imagen No 38	67
Imagen No 39	68
Imagen No 40	69
Imagen No 41	70
Imagen No 42	70
Imagen No 43	71
Imagen No 44	72
Imagen No 45	73
Imagen No 46	74

Imagen No 47	76
Imagen No 48	77
Imagen No 49	79
Imagen No 50	80
Imagen No 51	81
Imagen No 52	82
Imagen No 53	83
Imagen No 54	84
Imagen No 55	94
Imagen No 56	96
Imagen No 57	97
Imagen No 58	98
Imagen No 59	99
Imagen No 60	100
Imagen No 61	104

Listado de anexos

- Página web en PDF
- Manual de imagen corporativa PDF
- Plan financiero en Excel

Referencias:

Acerca de Truper. (2022). Truper. <https://www.truper.com/acerca-de-truper/>

Acerca de Truper. (s. f.). Truper Colombia. <https://www.truper.com/acerca-de-truper/>

Agricultura y energía solar: una combinación probada para el campo. (2019, 4 agosto). PORTAFOLIO. Recuperado 11 de junio de 2022, de

<https://www.portafolio.co/innovacion/agricultura-y-energia-solar-una-combinacion-probada-para-el-campo-532256>

Bomba de Agua Sumergible Ultrasilenciosa con Motor Brushless – 12V, 3M, 240LPH | SANDOROBOTICS. (2022). sandorobotics.

<https://sandorobotics.com/producto/hs2230/>

Clavadora neumática profesional, calibre 16, Truper, Clavadoras Neumáticas, 13181. (2022). truper.com. <https://www.truper.com/clavadora-neumatica-profesional-calibre-16.html>

Colombia Investment Summit. (2021). *agroindustria | Colombia Investment Summit 2021.* <https://colombiainvestmentsummit.co/es/oportunidades-de-inversion/agroindustria#:~:text=El%20mercado%20ampliado%20de%20Colombia,del%20PIB%20manufacturero%20en%20Colombia>.

Ficha técnica Sierra circular, 7–1/4", profesional, 1500 W. (2022). truper.com. https://www.truper.com/ficha_tecnica/Sierra-circular-7-1-4-profesional-1500-W-10879.html

Ficha técnica Taladro inalámbrico 1/2" 20 V, profesional. (2022). truper.com. https://www.truper.com/ficha_tecnica/Taladro-inalambrico-Profesional-3-8-20-V.html

Hermi, M. (2011). *Agricultura urbana: algunas reflexiones sobre su origen e importancia.* Barcelona.

Hernández, L. (2006). LA AGRICULTURA URBANA Y CARACTERIZACIÓN DE SUS SISTEMAS PRODUCTIVOS Y SOCIALES, COMO VÍA PARA LA SEGURIDAD ALIMENTARIA EN NUESTRAS CIUDADES. *Cultivos Tropicales*, 27(2). <https://www.redalyc.org/pdf/1932/193215872002.pdf>

L. (2022, 26 mayo). *Labber, Empresa de Fertilizantes en Colombia - Abonos naturales*. Labber | Fertilizante foliar para café - Abono para aguacate - Fertilizantes orgánicos. <https://labbersas.com/2019/08/27/labber-empresa-de-fertilizantes-en-colombia/>

Landing. (2022). Funnel Mr Glue. https://misterglueadhesivos-1.blastfunnels.com/?gclid=CjwKCAjwwdWVBhA4EiwAjcYJEE08xFvkGrI99Za3aGO4ZZPtZpxiO1Dhy0xmkQ1sqHbMHTV42nxcNBoCC2IQAvD_BwE

Las tecnologías que podrán 'salvar' el agro colombiano. (2019, 12 febrero). Portafolio. <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/las-tecnologias-que-podran-salvar-el-agro-colombiano-526281>

Musonera, E., & Ndagijimana, U. (2008, 5 agosto). An Examination of Factors that Affect Pricing Decisions for Export Markets. *The Journal of Global Business Management*, 4. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1922867

Nosotros. (2022, 8 julio). Labber | Fertilizante foliar para café - Abono para aguacate Fertilizantes orgánicos. <https://labbersas.com/nosotros/>

Nosotros. (2022, 8 julio). Labber | Fertilizante foliar para café - Abono para aguacate - Fertilizantes orgánicos. <https://labbersas.com/nosotros/>

Parque de Bambú Bajo Sabaletas en Colombia. (2022). Guadua Bamboo. <https://www.guaduabambu.com.co/parque-de-bambu-bajo-sabaletas>

Sembramos. (2022, 15 junio). *Semillas de Planta Lavanda | Envíos a Todo Colombia | Vivero Online*. <https://sembramos.com.co/semillas-de-lavanda.html>

Sobre la Empresa Guadua Bamboo SAS. (2022). Guadua Bamboo.

<https://www.guaduabambu.com.co/sobre-nosotros>