

Presbítero José Bonoris

TERRA

HUERTAS ORGÁNICAS EN CAJONES DE MADERA

"PEQUEÑOS CAMBIOS QUE HACEN DE TU VIDA MAS SALUDABLE"



Análisis foda

FORTALEZAS:

- Nuestro producto está elaborado a base de recursos naturales.
- Contamos con personal motivado.
- Calidad del producto.
- Mantenemos el cuidado del medioambiente.

OPORTUNIDADES:

- Fuerte crecimiento en el mercado.
- Participación en eventos para promocionar el producto
- Asociarnos con empresas valoradas positivamente por los clientes.
- Nuevas inversiones

DEBILIDADES:

- Problemas financieros.
- Poca capacitación del personal en producción.
- Disminución de la calidad del producto.
- Desperdicio de recursos.

AMENAZAS:

- Elevada y fuerte competencia.
- Bajo potencial de crecimiento.
- Aumento de precios en la materia prima.
- Disminución de la demanda.

MISIÓN:

- **Tener una buena calidad en alimentos.**
- **Ahorrar dinero.**
- **Mejorar la calidad de vida.**
- **Ayudar al medioambiente..**

PROPÓSITO:

- **Queremos transmitir algo que trascienda el hecho en sí de tener una huerta, es decir, reconectar con la tierra, nuestros ancestros, la naturaleza, la alimentación saludable y lo ecológico.**

VISIÓN:

- **Queremos que cada familia pueda tener su propia producción de alimentos.**
- **Mejorar la calidad de nuestro producto gracias al buen reconocimiento.**

VALORES::

- **Compromiso y responsabilidad con la alimentación y el cuidado del medioambiente.**
- **Facilitar y orientar a las personas en este camino, con el fin de adquirir sus propios alimentos.**

ALIADOS CLAVE

Para el funcionamiento de nuestra empresa necesitamos de proveedores y clientes

- Proveedores: éstos nos brindan la materia prima como por ejemplo: verdulerías, carpinterías y ferreterías.
- Clientes: negocios que comprarían nuestro producto para la reventa, por ejemplo viveros.

8.

ACTIVIDADES CLAVE

- Construcción de cajones para huertas.
- Convenios con distintas verdulerías para donaciones de cajones descartables.
- Preparación de los cajones para las huertas.

7.

RECURSOS CLAVE

Para llevar a cabo la empresa necesitamos de: Nuestro trabajo en equipo.

- Proveedores que nos brinden los materiales y herramientas.
- Productos como semillas, bolsas de nylon, tierra, clavos, pintura, cajones de madera, pinceles, lijas y pintura para pizarrón.
- Un capital de aproximadamente \$77.200

Respecto a la cantidad de unidades y el precio del producto para vender nos vemos frente a un escenario PE con 51 unidades a \$1490 c/u, un escenario pesimista con 40 unidades a \$1420 c/u, un escenario optimista con 80 unidades a \$1640 c/u y por ultimo un escenario proyectado con 100 unidades a \$1750 c/u.

6.

PROPUESTA DE VALOR

Nuestra empresa Terra ofrece a nuestros futuros clientes un producto increíble, para ser más específicos una huerta orgánica con alimentos totalmente frescos, naturales y saludables, libre de elementos contaminantes.

Los beneficios que trae consigo este producto son:

- Fomenta el contacto al aire libre y compartir momentos con la familia.
- Reduce la dependencia de tener que ir con frecuencia al supermercado.
- Evita el uso de plásticos que contaminan el medio ambiente.
- Reduce las inundaciones.
- Es una forma de reciclar al producir el compost.

El problema real es que la gente, en algunos casos, se resigna a comprar frutas y/o verduras por el simple hecho de que dichos vegetales contienen muchos químicos que hacen que no estén satisfechos. Nosotros lo que queremos lograr es cambiar esta situación, ofreciéndole al público un alimento de buena calidad.

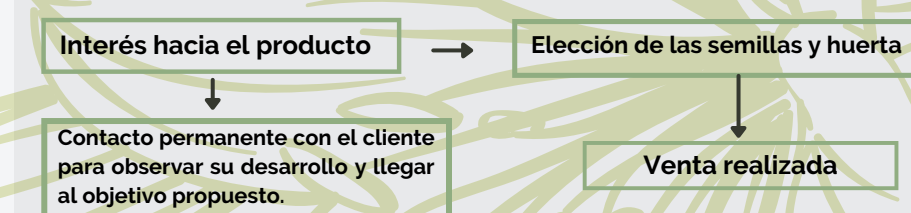
Nos diferenciamos del resto ya que es una huerta personalizada, de acuerdo a los gustos, necesidades y preferencias del consumidor. El producto puede incluir o no las semillas, dependiendo de lo que prefiera la clientela.

Somos una empresa que busca el bienestar del cliente, nos preocupa su salud que es lo primordial y a raíz de esto surgió nuestro proyecto, reduciendo el uso de químicos o plásticos que dañan no solo al usuario, sino también el medio ambiente.

2.

RELACIÓN CON LOS CLIENTES.

Nos vamos a relacionar con nuestros clientes haciendo hincapié en la atención al cliente. Empieza la relación en el momento en que la persona se interesa por nuestro producto y la misma termina cuando el cliente llega a obtener los resultados esperados, llevando una relación constante mediante las redes o Gmail para ver el progreso y realización del objetivo.



Vamos a fidelizar a los clientes expandiendo el comercio, formando un constante el vínculo entre cliente-vendedor y en el momento de llegar al objetivo, pedirle una valoración de atención al cliente intentando mejorar los errores cometidos y escuchando de buena manera los feedbacks recibidos.

4.

DISTRIBUCIÓN

En TERRA HUERTAS ORGÁNICAS optamos transmitir nuestra propuesta a través de redes sociales como Facebook e Instagram ya que consideramos que estos medios tienen muchas ventajas y además al estar atravesando una Pandemia, mucha gente se encuentra en su casa, lo que significa que hacen un mayor uso de las redes. Estas plataformas a su vez nos brindan un informe detallado anual, mensual y hasta semanal sobre la audiencia, el alcance que tuvieron nuestras publicaciones, las veces que se interactuó con la página, etc., lo cual le facilita al área de marketing la información necesaria para generar nuevas publicidades, cambios o mejoras en la estrategia, modificaciones en el producto, entre otras cosas.

3.

USUARIOS.

Las personas que comprarían nuestro producto, son aquellas a las que le interesa la producción local, el contacto con la naturaleza y el aprendizaje de ésta, la ecología, la alimentación saludable y la ayuda al medioambiente.

1.

COSTOS

- costos fijos \$15440 (salarios, herramientas, y publicidad).
- Costos variables unitarios \$1200.
- Punto de equilibrio: costos fijos \$15440, Contribución Marginal Unitaria \$300, unidades 51

9.

INGRESOS

A) vamos a ganar dinero vendiendo nuestro producto e implementando estrategias de ventas. Mientras se consigan materiales reciclados, rebajas en los precios el costo final va a disminuir creando una mayor accesibilidad al consumidor. El flujo va a ser por caja en efectivo.

5.