

UNIVERSIDAD DE LA SABANA
INSTITUTO DE POSTGRADOS- FORUM
RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)

ORIENTACIONES PARA SU ELABORACIÓN:

El Resumen Analítico de Investigación (RAI) debe ser elaborado en Excel según el siguiente formato registrando la información exigida de acuerdo a la descripción de cada variable. Debe ser revisado por el asesor(a) del proyecto. EL RAI se presenta (quemado) en el mismo CD-Room del proyecto.

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	Especialización en Finanzas y Negocios Internacionales
2	TÍTULO DEL PROYECTO	Producción y comercialización de Huevo Orgánico
3	AUTOR(es)	Alvarez Rodríguez Maria Fernanda - Rojas Pimiento Rosaiba
4	AÑO Y MES	2014, Enero
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	Gerardo Rojas
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	<p>La producción y comercialización de Huevo Orgánico, en la finca El Nogal, ubicada en el municipio de la Calera, Cundinamarca, busca orientar la actividad avícola hacia actividades económicamente sostenibles y sustentables, partiendo del mejoramiento de la calidad del huevo Orgánico, garantizando la calidad y los aportes nutricionales, lo cual permite mejorar la calidad de vida de los colombianos en términos de salud.</p> <p>La producción de huevos orgánicos debe tener la máxima calidad que se requiere en cuanto a: manejo de suelos, cuidado y protección del ambiente, seguridad, salud y bienestar para las personas; razón por la cual el desarrollo sostenible es el eje fundamental en la producción y comercialización del huevo orgánico.</p>
7	PALABRAS CLAVES	Alimento Orgánico: Se denomina alimento orgánico al producto agrícola o agroindustrial que se produce bajo un conjunto de procedimientos denominados "orgánicos". En general, los métodos orgánicos evitan el uso de productos sintéticos, como pesticidas, herbicidas y fertilizantes artificiales.
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	Sector Avícola
9	TIPO DE ESTUDIO	Plan de Negocios
10	OBJETIVO GENERAL	Diseñar y Realizar un plan de negocios en una Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS) en donde se genere el proceso productivo de huevo orgánico y su comercialización, con alta calidad en estándares de producción, en donde prime la protección del medio ambiente y se brinde salud a las personas
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<p>Realizar estudio de mercado para identificar la demanda de la producción orgánica de huevos en Bogotá y establecer las características del consumidor de acuerdo a los factores en la toma de decisión y comportamiento de consumo.</p> <p>Establecer el marco regulatorio para la producción y comercialización del huevo orgánico.</p> <p>Realizar un estudio administrativo evaluando el ámbito organizacional (estructura planta, procedimientos y funciones), participación de los accionistas y entorno de control.</p> <p>Efectuar estudios técnicos para garantizar la producción orgánica de huevos.</p> <p>Efectuar estudios financieros para poner en marcha el proyecto, evaluando las necesidades de recursos, fuentes y usos.</p> <p>Realizar estudio de mercado para identificar la demanda de la producción orgánica de huevos en Bogotá y establecer las características del consumidor de acuerdo a los factores en la toma de decisión y comportamiento de consumo.</p>
12	RESUMEN GENERAL	<p>El plan de negocios del presente proyecto está orientado a la creación de una Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS) instaurada para la producción y comercialización de huevos orgánicos en el municipio de Cundinamarca, ciudad de Bogotá, en las localidades de Usaquén y Suba.</p> <p>La producción de huevos orgánicos debe tener la máxima calidad que se requiere en cuanto a: manejo de suelos, cuidado y protección del ambiente, seguridad, salud y bienestar para las personas; razón por la cual el desarrollo sostenible es el eje fundamental en la producción y comercialización de los huevos orgánicos.</p> <p>Nuestro principal objetivo es la responsabilidad social orientada al cuidado y protección del medio ambiente y a la salud de las personas demandantes de nuestros productos, manteniendo un perfecto equilibrio en las dimensiones del desarrollo sostenible.</p> <p>El mercado en el cual se centrará el plan de negocios es: personas de ingresos altos de estratos 5 y 6, dado que los mismos cuentan con recursos suficientes para adquirir los productos orgánicos. La producción orgánica ha presentado un afeanzamiento y crecimiento en el mercado nacional y posicionamiento competitivo en el sector alimenticio, esto conforme al bienestar que los productos suministran a los consumidores y a la adecuada conservación del medio ambiente que genera la producción de alimentación sin químicos.</p> <p>Por lo anterior la comercialización de los productos orgánicos se genera en un nicho de mercado sólido, competitivo y productivo.</p>

13	CONCLUSIONES.	<p>Existe una tendencia mundial, por la producción ecológica, que garantiza una demanda cautiva sobre los productos orgánicos a nivel internacional y nacional.</p> <p>En la actualidad las garantías económicas, legales, ambientales y políticas favorecen el desarrollo de un proyecto agropecuario orgánico.</p> <p>La producción orgánica representa una operación sostenible desde el primer periodo de inicio de la producción, esto principalmente porque la inversión que se requiere no es material y se generan ingresos desde el primer momento.</p> <p>La producción orgánica nacional es del .024% y los hábitos de consumo están dirigidos a personas de estratos 4 alto, 5 y 6. El potencial que se prospecta frente a la demanda es positivo por la administración de importaciones y aumento del consumo nacional de productos orgánicos. Igualmente las proyecciones económicas para el país y el sector son positivas para el año 2.012 y siguientes.</p> <p>En el mercado financiero existe la posibilidad de acceder a créditos de líneas dirigidas a proyectos agropecuarios a tasas considerablemente bajas, según proyectos que administra el Ministerio de Agricultura.</p> <p>Se mantiene el crecimiento mundial de la producción orgánica. La misma tendencia se repite en América Latina.</p> <p>Los mercados nacionales de alimentos orgánicos en América Latina todavía son pequeños; porque no existe una conciencia de la importancia de la producción orgánica en los consumidores finales. Los más importantes se observan en Brasil y Argentina.</p> <p>La certificación de la producción orgánica continúa siendo un problema económico para el agricultor y de homogeneidad para los entes gubernamentales en cada país. Esto sería un punto positivo para la Finca el Nogal, ya que cuenta con predios propios, trayectoria en la producción avícola, algunos recursos propios y la posibilidad de acceder a financiación. Estos puntos son vitales evaluarlos y analizarlos en el estudio operativo y de mercados para este proyecto.</p> <p>El aumento de la producción nacional dentro de las naciones industrializadas, y el creciente comercio en orgánicos entre ellas, hacen necesario redoblar los esfuerzos de potenciar la producción orgánica en América Latina. La producción orgánica posee grandes potencialidades de crecimiento tanto dentro de los mercados nacionales como exportando.</p> <p>En Colombia la producción orgánica aún no ha despegado como una alternativa de tipo empresarial, a pesar de contar con importantes experiencias de producción y exportación en el caso de café, bananito, panela y frutas procesadas y se encuentran en proceso de transición algunos productores de hierbas y espárragos orientados a la exportación. En el mercado nacional se han comercializado algunos productos como hortalizas, y huevos en la ciudad de Bogotá. Es claro sin embargo, que la producción, el mercado y la exportación de orgánicos ofrece alternativas interesantes para la reactivación de los pequeños productores agropecuarios.</p> <p><i>Si se logra en este mercado se estaría haciendo parte de un Mercado, donde los oferentes son mayor de 100 en el país.</i></p>
14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<p>Libro Evaluación de Proyectos - SAPAG PUELMA; segunda Edición</p> <p>Libro Evaluación de Proyectos – Gabriel Vaca Urbina</p> <p>Libro Gestión de Proyectos – Juan Jose Miranda - cuarta Edición</p> <p>Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible. Ministerio del Medio Ambiente. Febrero de 2010.</p> <p>La Producción Limpia en Colombia. Carlos Mario Tamayo. Ministerio del Medio Ambiente. 1998.</p> <p>Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes. Ministerio del Medio Ambiente. 2004.</p> <p>Resolución 074 de 2002. Ministerio de Agricultura.</p> <p>Agricultura Ecológica. Corporación Colombia Internacional. 2009.</p> <p>Creado y promovido por la Naciones Unidas, con el Apoyo de la Comunidad Económica Europea, Estados Unidos y Canadá</p> <p>Centro de Investigación de Agricultura Tropical. Cali – Colombia.</p> <p>Demanda de Alimentos Orgánicos en América Latina. Julia Mazza. Centro de Comercio Internacional – ITC. 2010.</p> <p>Portafolio. Valoración de Empresas. Hermann Franz Stangl Herrera. Noviembre 2.011.</p> <p>Ministerio de Agricultura. Sector Agropecuario y Agroindustrial. Santiago Garcia. Enero 2.012.</p> <p>Jean Pierre Thibaut. Manual de Diagnostico en la empresa. Editorial Parninfo. 1994.</p> <p><i>Crecimiento Sostenido con Énfasis Exportador. CIAES.</i></p>